

NOVE EKONOMSKE PARADIGME I NOVA EKONOMIJA ZASNOVANA NA ZNANJU

NEW ECONOMIC PARADIGM AND NEW ECONOMY BASED ON KNOWLEDGE

LJILJANA MIHAJLOVIĆ

Visoka škola primenjenih strukovnih studija, Vranje

Rezime: Poslednje dve decenije dvadesetog veka karakteriše čitav niz preobražaja u društvu, brz napredak u razvoju proizvodnih snaga i izmena njegove celokupne ekonomske strukture. Te promene su takve prirode i takvog značaja da su nazvane novom tehničko-tehnološkom revolucijom koja se bazira na razvoju elektronike, pojavi kompijutera, mikro-procesora, Interneta, robota, raketa, satelita i dr. U takvim uslovima neumitno je došlo do razvoja nove ekonomije i nove ekonomske teorije od koje se zahteva da na stara, opšte poznata pitanja (šta, kako, koliko i za koga proizvoditi) nade nova rešenja i nove odgovore

Ključne reči: nova ekonomija, znanje, digitalizacija, virtualizacija, , integracija, disintermedijacija, konvergencija, inovacija, globalizacija

Abstract: The last two decades of the twentieth century is characterized by a series of transformations in society, rapid progress in the development of productive forces and changes its overall economic structure. These changes are of a nature and such importance that they named the new technical and technological revolution that is based on the development of electronics, the emergence of computers, micro-processors, the Internet, robots, rockets, satellites and others. In such circumstances inevitably led to the development of new economy and new economic theories of which requires that the old, well known questions (what, how, how much and for whom to produce) find new solutions and new answers

Keywords: new economy, knowledge, digitization, virtualization, integration, disintermediation, convergence, innovation, globalization

1. UVOD

Drugu polovinu XX veka karakteriše prelaz visokorazvijenih zemalja u postkapitalističko, postindustrijsko ili informatičko društvo. Osnovni uzrok ove transformacije čine nova naučno-tehnička dostignuća u razvoju proizvodnih snaga rada, kao i težnja ljudi za boljim, bogatijim i humanijim društvom. To se ogleda u pojavi treće naučno-tehnološke revolucije, čiju osnovicu čini zamena industrijske osnovice proizvodnje informatičkom osnovicom proizvodnje odnosno, razvoj elektronike, pojava kompijutera, mikro-procesora, robota, raketa, satelita dr. Informatička tehnologija dovodi do odvajanja kapitala od proizvodnje, proizvodnje od prirodnih sirovina, čoveka od neposrednog procesa proizvodnje, a informacije, znanje i nauka postaju osnovni proizvodni resursi. Pretpostavke - osobine nove - visoke tehnologije su ekonomija obima, visoka akumulativnost, segmentacija tržišta, nepredvidivi kraći životni ciklus proizvoda, fleksibilnost i sl., dok implementacija visoke tehnologije ima za rezultat sledeće efekte: veći prinos preduzećima sklonim promenama, podizanje kvaliteta, efikasnost sistema, visoka dodatna vrednost u proizvodima, smanjenje troškova i dr.

Navedene promene u savremenom društvu neumitno su dovele do razvoja nove ekonomije i nove ekonomske teorije od koje se zahteva da na stara, opšte poznata pitanja (šta, kako, koliko i za koga proizvoditi) nade nova rešenja i nove odgovore. Savremeni ekonomisti, teoretičari i praktičari prinudjeni su (nastalim

promenama) da pomere težište savremene ekonomske misli, i da definišu nova ekonomska pravila koja će odgovarati zahtevima nove, drugačije ekonomije.

2. POJAM I KARAKTERISTIKE NOVE EKONOMIJE

Pojam „nova ekonomija“ pojavio se poslednjih decenija XX veka sa prelaskom industrijskog u postindustrijsko društvo. Pored ovog naziva u literaturi se sreću još i nazivi „digitalna ekonomija“, „mrežna ekonomija“, „ekonomija znanja“ i sl. Ono što je najviše doprinelo nastanku i razvoju nove ekonomije jeste pojava Interneta. Internet je omogućio razvoj elektronskog poslovanja (e-business) što je uticalo na stvaranje povoljnijih uslova poslovanja, ne samo na lokalnom, nego i na svetskom nivou. Suštinu „nove ekonomije“ čini znanje, tako da menadžment znanja čini osnovu na kome se razvija ova ekonomija. Znanje, kao nematerijalni faktor, postaje najznačajniji faktor proizvodnje, nasuprot materijalnim faktorima na kojima se bazirala stara ekonomija.

U literaturi se najčešće navode sledeći aspekti po kojima se „nova“ ekonomija razlikuje od stare ekonomije: znanje, digitalizacija, virtualizacija, molekularizacija, integracija, disintermedijacija, konvergencija, inovacija, prozumacija, globalizacija, trenutnost i nesklad [6].

2.1. Znanje

Savremena ekonomija temelji se na znanju. Revolucija znanja, odnosno ekonomija zasnovana na znanju i informatičkoj tehnologiji, postavlja nove probleme i izazove pred menadžment. Kod organizacije rada u novoj ekonomiji ključni kapital će biti intelektualni kapaciteti, a njihovi nosioci stručnjaci – menadžeri. Od menadžera se zahteva permanentno obrazovanje i usavršavanje korišćenjem netradicionalnih metoda. Klasično upravljanje više nije dovoljno, jer ni preduzeća više nisu klasična. Sve više će učinak u novim delatnostima zasnovanim na znanju zavisiti od upravljanja organizacijom i veštine da se privuku, zadrže i motivišu radnici znanja. Radnici znanja, kako ih Draker naziva, mogu da imaju nadređene, ali oni nisu podređeni već kolege. "Sve će više posao generalnog direktora ličiti na najstroženiji posao koji ja znam, a to je upravljanje operom. Tu su vaše zvezde i vi ne možete da im izdajete naredjenja; imate i ansambl i orkestar; imate ljude koji rade iza scene; i imate publiku. Svaka od ovih grupa je posve različita. Ali, direktor opere ima partituru i svi drugi imaju tu istu partituru. U preduzeću morate da se postarate da se sve različite grupe približavaju da bi proizvele željeni rezultat. To je ključ razumevanja onoga što je pred nama. Ne radi se o tome ko je manje ili više važan, već ko je za šta važan." [9].

2.2. Digitalizacija

Nova ekonomija je digitalna ekonomija.

U staroj, klasičnoj ekonomiji informacija je bila analogna, tj. fizička. Ljudi su komunicirali tako što su fizički dolazili u prostorije za sastanke, razgovarali preko analognih telefonskih linija, slali jedni drugima pisma, pokazivali klasične fotografije, izmenjivali gotovinu ili čekove, objavljivali fizičke časopise koji su prodavani u trgovinama ili dostavljani poštom i dr. U novoj ekonomiji, informacija se nalazi u digitalnom obliku: u bitima. A kada se informacija digitalizuje i kada se komunicira pomoću digitalnih mreža tada se stvara mnoštvo neslučenih mogućnosti. Velika količina informacija može se sažeti ili komprimirati i poslati brzinom svetlosti. Kvalitet takvih informacija može biti znatno viši nego kod analognog emitovanja.

Poredjenjem primitivne dostave pošte iz poštanskih ureda sa savremenom elektronskom poštom mogu se sagledati mnogostruke prednosti e-maila: brže prenošenje poruka, istovremena dostava poruka na više e-mail adresa, lična elektronska arhiva koju korisnik može prelistavati po želji, oslobađanje suvišnih aktivnosti (npr. nošenje pisama u poštu) i dr. Sve su ove prednosti očigledne ali još važnije od toga jeste činjenica da je e-mail otvorio potpuno novi način saradnje među ljudima. Tim koji radi na razvoju novog proizvoda (ili nekog drugog zadatka) sada može uspešno raditi i onda kada se njegovi članovi nalaze na udaljenim lokacijama. Naime, čovek danas može jednako uspešno raditi u svojoj kući ili hotelskoj sobi kao da se nalazi u kancelariji.

2.4. Virtualizacija

Virtualizacija društva može da se posmatra kao principijelno nova tendencija socijalnih promena koje su se pojavile na prelasku iz XX u XXI. Njena suština je u tome što se u mnogim sferama života društva sve приметnije zapaža zamena realnih stvari i aktivnosti njihovim veštačkim slikama. Savremeno čovečanstvo oko sebe aktivno formira novi iluzorni svet simbola koji postoji paralelno sa realnim, fizičkim svetom kao neodvojivi deo našeg postojanja.

Proces virtuelizacije savremenog društva prilično se očigledno ispoljava u razvoju ekonomije. U poslednjih deset godina aktivno se razvija tzv. mrežna ekonomija, u okviru koje subjekti ekonomskih odnosa realizuju svoje funkcije uglavnom putem uzajamnog dejstva na globalnoj informatičko-telekomunikacionoj mreži Internet. "Internetizacija" ekonomije jedna je od vodećih tendencija u razvoju svetskog ekonomskog sistema, i pretpostavlja se da će u prvoj polovini XXI veka ona postati sveobuhvatna.

U literaturi [4] postoji mišljenje da će razvoj mrežne ekonomije dovesti do stvaranja nove socijalne formacije – *metakapitalizma*. Suština ove nove informacije sastoji se u revolucionarnom prelasku društva sa tradicionalnih formi biznisa na elektronske, tj. na vođenje svih ekonomskih operacija jedino preko informatičko-telekomunikacionih mreža, na formiranje elektronskih tržišta prodaje proizvoda – metatržišta, kao i na razvoj međunarodnih mreža elektronskih prodavnica – metamarketa. Prema mišljenju američkih eksperata ovakve promene su već počele ali se tek očekuje njihov ubrzani razvoj. Takođe se prognozira da će sve grane robne proizvodnje i usluga koje ostanu izvan ove mreže biti nekonkurentne.

2.3. Molekularizacija

Nova ekonomija je molekularna ekonomija. Stare korporacije se razdružuju a zamenjuju ih dinamičke skupine pojedinaca i jedinki (molekula) koje čine osnovu poslovnih aktivnosti. Organizacija ne mora nužno nestati, nego se samo preobražava. U svim aspektima ekonomskog i društvenog života "masovno" postaje "molekularno". "Masovna proizvodnja pretvara se u molekularnu proizvodnju u kojoj je svaki par farmerica prilagodjen pojedinačnom kupcu, umesto da se, kao do sada, proizvodi na milione istih pantalona" [6].

Nova preduzeća imaju molekularnu strukturu koja se temelji na pojedincu. Stručnjak (ljudska molekula) funkcioniše kao poslovna jedinica od jednog člana. Novu vrednost stvaraju motivisani i preduzetni radnici, koji stalno uče i saradjuju, koristeći potencijale novih alata (digitalne tehnike) za primenu svog znanja i kreativnosti. Uslovi mogu da budu takvi da se molekuli čvrsto međusobno povežu (kao kod molekula u čvrstim telima), ali je verovatnije da će se od molekula zahtevati dinamičniji odnos i njihovo slobodno kretanje (kao kod molekula tečnosti). Nova infrastruktura znatno će povećati broj mogućih veza među molekulima

(pojedincima). Organizacija će još uvek imati ulogu kao osnovni okvir za molekularnu aktivnost, ali će to biti znatno manje izraženo nego u tradicionalnim hijerarhijama.

2.5. Integracija – umrežavanje preko Interneta

Nova ekonomija je umrežena ekonomija, u kojoj se proizvodnja viška vrednosti ostvaruje povezivanjem molekula u grupe koje se umrežuju sa drugim grupama. Internet kao globalni medijski fenomen - svetska komunikacijska mreža i Intranet kao nacionalna kompanijska (korporacijska) mreža, uz delovanje i ostalih faktora okruženja, značajno mogu da utiču na afirmaciju poslovnog pristupa oblika i razvijanja poslovnih aktivnosti preduzeća. Sa njima dolazi do značajnog profilisanja novog načina komuniciranja između potrošača i preduzeća. Uključivanjem Interneta u globalnu svetsku mrežu stvaraju se nove mogućnosti za integrisanu (interaktivnu) komunikacijsku paradigmu.

Direktno obraćanje savremenom potrošaču predstavlja visoko sofisticiran (tehnološki) metod, koji u praksi ima različita imena: Database Marketing, Relationship Marketing, One-to-One Marketing. Interaktivnost podrazumeva dva oblika komunikacija i to : mogućnost obraćanja osobama i mogućnost dobijanja odgovora. U ovom slučaju preduzeće uspostavlja direktnu-personalizovanu vezu sa pojedinačnim kupcem putem interaktivnog marketinga direktno se obraćajući njemu. Pozitivni efekti od uključivanja u Internet-Intranet mrežu mogu se različito odraziti na pojedince, preduzeće ali i na druge ustanove ukoliko koriste ovu mrežu. Ti efekti su sledeći:

- pojednostavljenje procesa rada i komunikacija (pojednostavljenje administrativnih procesa, ušteda vremena, lako arhiviranje i dr.),
- smanjenje troškova (troškovi komunikacije, troškovi manipulacije informacija),
- timski rad,
- širenje kontakata na svetskom nivou,
- pristup količinama i izvorima informacija [5].

2.6. Disintermedijacija

Digitalne mreže eliminišu posredničke poslove između proizvođača i potrošača. Sve kompanije koje zapošljavaju agente, trgovce na veliko i malo i distributere trebalo bi da razmisle o svojoj strategiji. Do sada su se svi ti ljudi bavili finalnim poslovima, mešetarenjem i komunikacijom. Desintermedijacija menja način komunikacije među ljudima. Kada potrošači počnu naručivati proizvode na osnovu baze podataka na Internetu, neće više postojati potreba za kanalima prodaje. Budući da tehnologija sve više olakšava razmenu informacija između prodavca i kupca, posrednici moraju pronaći nove usluge koje će ponuditi kupcima. Umesto da se ograniče na transakciju i razmenu informacija, moraju obogatiti posrednički posao i postati savetnici koji će biti trajno na usluzi kupcima. Samo u

tom slučaju prodavcima će se isplatiti da plate posrednika umesto da pokušavaju da poslove obave sami.

2.8. Konvergencija

Novom ekonomijom počinju dominirati tri delatnosti koje se stapaju i stvaraju infrastrukturu za ostvarivanje viška vrednosti u svim drugim sektorima. Ključni sektor stare ekonomije bila je automobilska industrija. Novom ekonomijom zagospodarit će mediji, koji nastaju konverzijom računarske, komunikacijske i medijske delatnosti.

Moderna digitalna tehnologija omogućava različitim sektorima, npr. telekomunikacijama, podacima, radiju i televiziji, da se spoje. Ova se pojava, poznata kao konvergencija, odvija na globalnom nivou te drastično menja način na koji i ljudi i uređaji komuniciraju. U središtu ovog globalnog procesa i omogućavanja konvergenije su mreže koje se zasnivaju na Internet protokolu. Internet je postao najjači činilac koji predvodi postupak konvergenije.

Usluge i razni potrošački uređaji za upotrebu kao što su na primer telefonija, zabava, sigurnost ili rad na ličnom računaru neprekidno se razvijaju, dizajniraju i spajaju (konvergiraju) prema zajedničkom komunikacijskom standardu koji ne zavisi od osnovne fizičke veze. Kablovska se mreža, na primer, čija je prva namena bila emitovanje televizijskog programa, sada može koristiti i za slanje e-mail poruka, surfanje po Web-u ili čak za nadgledanje mrežne kamere koja odašilje slike s drugog kontinenta uživo.

2.7. Inovacija

Nova ekonomija je ekonomija utemeljena na inovacijama. "Učinite vlastite proizvode zastarelim". Ova rečenica se stalno usadjuje planerima novih proizvoda, stratezima, razvojnim inženjerima i menadžerima Microsofta u svim aspektima njihovog rada od prvog trenutka stupanja na posao. "Ako ste upravo projektovali odličan proizvod, morate nastojati stvoriti još bolji kako bi istisnuli onog prethodnog. Jer, ako vi to ne učinite, neko drugi hoće"[6]. Tako, na primer, Microsoftov proizvod Windows 95 istisnuo je najprodavaniji softver svih vremena – DOS , koji je i sam Microsoftov proizvod.

Inovacija predstavlja glavni pokretač nove ekonomije, a jedan od njenih elemenata je i odlučnost da se proizvodi, procesi, marketing i osoblje stalno usavršavaju. U novoj ekonomiji težište se prenosi sa masovne proizvodnje na proizvodnju u velikim serijama u kojima je svaki proizvod prilagođen zahtevima kupca. U inovacijskom preduzeću, životni ciklus proizvoda stalno se skraćuje.

U inovacijskoj ekonomiji, glavni potencijal za stvaranje viška vrednosti jeste ljudska mašta. U inovacijskoj ekonomiji rast se ostvaruje zahvaljujući srednjim i malim preduzećima a ne velikim korporacijama i državnom sektoru. Ali, za to je potrebno stvoriti obrazovni sistem koji će učenike podučiti kako da uče i budu kreativni,

umesto da samo reprodukuju informacije. Državna administracija i regulatorni mehanizmi moraju pomoći u oslobađanju ljudskog duha za maštanje i stvaranje, umesto da postavljaju birokratske prepreke promenama i napretku.

2.9. Prozumacija

U novoj ekonomiji smanjuje se jaz između proizvođača i potrošača. Kako klasičnu masovnu proizvodnju zamenjuje masovna proizvodnja prilagođena individualnom kupcu, tako i proizvođači moraju projektovati specifične proizvode koji će te zahteve zadovoljiti. U novoj ekonomiji potrošači se mogu uključiti u proizvodni postupak. Oni mogu, npr., u salonu automobila, da projektuju automobil po svom ukusu (koristeći ponudjene elemente na računaru). Odredivši karakteristike novog proizvoda kupac je pokrenuo proizvodnju jedinstvenog modela, prilagođenog njegovim zahtevima. Kompaniji Chrysler dovoljno je 16 dana da se proizvede automobil prema posebnoj narudžbini.

U skladu sa tim, smatra se da u bliskoj budućnosti, automobilske kompanije neće samo sastavljati automobile, već će proizvoditi sve od informativnih primedbenih poruka, preko sprava za orijentaciju na putu do programa za veću sigurnost vožnje. Toyota se već sada obraća potrošačima srednjih godina 30-minutnom informativnom porukom, a onima od 20-ak godina interaktivnim CD-romom.

2.10. Globalizacija

Nova ekonomija je globalna ekonomija. Piter Drucker kaže: "Znanje ne poznaje granice." Znanje ne možemo podeliti na domaće i međunarodno. U trenutku kada znanje postaje glavni resurs, može se govoriti samo o svetskoj ekonomiji, bez obzira na to što organizacije kao jedinice deluju i na nacionalnom, regionalnom i lokalnom planu.

U vezi sa tim, u severnoj Americi i na pacifičkom nebu nastaju zone slobodne trgovine, unatoč nastojanjima boraca za stare paradigme koji zagovaraju protekcionizam. Globalni potrošači traže globalne proizvode. Rad se obavlja na globalnom nivou kako bi se iskoristile razlike u cenama tradicionalnih inputa kao što su rad i sirovine. Zahvaljujući novim ekonomskim i političkim regijama i strukturama (kao što je Evropska Unija) važnost nacionalnih država pada.

Kako se svetska ekonomija globalizovala, sve više jača potreba za menadžmentom okrenutim prema budućnosti, u kojoj će ključnu ulogu igrati ad hoc savezi, strateška partnerstva i posebno, informaciona tehnologija. Saradnja seže preko nacionalnih granica. Po rečima B. Gomes-Casseres, profesora sa Harvarda, "poslovna saradnja više se ne ograničava na klasične saveze između dva preduzeća, poput joint venturea i marketinških sporazuma"[6]. Preduzeća se udružuju oko zajedničkog cilja i kao posledica toga na jednom delu svetskog tržišta se vrši novi oblik takmičenja: grupa protiv grupe.

2.11. Trenutnost

U ekonomiji koja se temelji na bitovima, trenutnost postaje glavni pokretač i glavna varijabla u merenju ekonomskih aktivnosti i poslovnog uspeha.

Životni vek proizvoda iz dana u dan je sve kraći. U periodu stare ekonomije izumi (kao što su Polaroidna kamera ili fotokopirni aparat) osiguravali su prihod u periodu od oko deset godina. Danas, elektronski potrošački proizvodi imaju prosečni životni ciklus kraći od dva meseca.

Novo preduzeće je preduzeće relnog vremena koje se zahvaljujući trenutnom pristupu informacijama stalno prilagođava promenama uslova poslovanja. Roba stiže proizvođačima od dobavljača i potrošačima od proizvođača "tačno na vreme", čime se eliminiše potreba za uskladištavanjem i omogućava preduzećima da predju sa masovne proizvodnje na proizvodnju za individualnog kupca. Narudžbine potrošača stižu elektronskim putem i odmah se obrađuju; elektronski se šalju i odgovorajuće fakture i ažuriraju baze podataka. Sve to u cilju neprekidnog "takmičenja u vremenu" koje postoji među preduzećima.

Zagovornici Elektronske razmene podataka tvrde da se povezivanjem elektronskih sistema dobavljača i kupaca radi naručivanja, fakturisanja, naplate i knjigovodstva, preduzeća mogu ostvariti znatne uštede u odnosu na ručne (nedigitalne) metode.

2.12. Nesklad

Na pomolu se naziru do sada nezabeležene društvene pojave koje bi mogle dovesti do nezadovoljstva masa i do sukoba.

Naučnici smatraju da će nova ekonomija u budućnosti dovesti do radjanja nove političke ekonomije koja će postavljati dalekosežna pitanja uticaja, moći, jednakosti, privatnosti, kvaliteta života radnika, drugih, budućnosti samog demokratskog procesa. Oni smatraju da će u trenutku kada se "tektonski pomaci" koji zahvataju gotovo sve aspekte ljudske egzistencije sudare sa starim kulturama nastati društveni sukobi koji će naćeti samo tkivo struktura i institucija.

U digitalnoj ekonomiji, gledanje na radnu snagu se temeljito menja. Isto kao što se tokom prošlog veka smanjio broj poljoprivrednih radnika, tako se proteklih desetak godina naglo smanjio broj zaposlenih u proizvodnom sektoru (stare ekonomije). Nova ekonomija stvara visoko plaćene poslove koji ostvaruju višak vrednosti ali ne omogućuju mobilnost radne snage između stare i nove ekonomije. Problem je kako sprovesti tako veliku reorganizaciju i prekvalifikaciju radne snage.

U digitalnoj ekonomiji intelektualni kapital postaje sve važniji resurs, a sredstva za proizvodnju sve su manje pogoni a sve više inovativni umovi stručnjaka koji stvaraju višak vrednosti. Njihova moć je neuporedivo

veća od moći klasičnih industrijskih radnika. Klasični radnici mogu da odu u štrajk i na taj način uskrate rad. Sa druge strane, poslodavci mogu zaključiti fabrike i onemogućiti radnicima pristup sredstvima za proizvodnju. Ali, kako će poslodavci uskratiti stručnjacima da se služe svojim umovima? Ukoliko su nezadovoljni, stručnjaci odlaze i otvaraju vlastita preduzeća. "Sve što takvom čoveku treba za posao jeste dobar um, telefon, modem i lični računar" [6]. Sve veća moć ovih stručnjaka smeta tradicionalnim vlasnicima i moćnicima čije vlasništvo se temelji na resursima iz industrijskog doba, posebno na kapitalu.

3. ZAKLJUČAK

Promene koje su nastale usled treće tehničko-tehnološke revolucije primoravaju privredne subjekte da prilagođavaju svoje funkcionisanje kako bi u savremenim uslovima opstali i razvijali se. Na globalnom, svetskom tržištu nema mesta za ona preduzeća koja se drže zastarelog, klasičnog načina poslovanja, i koja se odupiru promenama i svemu onome što te promene sa sobom nose. Samo "budni" i preduzetničko orjentisani privredni subjekti biće spremni za suočavanje sa neizvesnošću koje sa sobom nosi novo vreme.

Savremena ekonomija počiva na stalnoj promenljivosti. Zato, osnovni cilj svakog privrednog subjekta treba da bude orijentacija ka budućnosti i ne samo prilagođavanje nastalim promenama, nego i njihovo iniciranje, jer "najefikasniji način da se uspešno upravlja promenama jeste da se promene same iniciraju"[9].

LITERATURA

- [1] Dragišić, D., Ilić, B., Medojević, B., Pavlović, M., (2002) *Politička ekonomija*, Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd,
- [2] Jakšić, M., Pejić, L., (1999) *Razvoj ekonomske misli* Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd,
- [3] Kejns, J.M., (1987) *Ekonomski eseji*, Matica srpaka, Novi Sad,
- [4] Kolin, K.K., *Problemi informatičke civilizacije: virtuelizacija društva*, Institut za informatiku Ruske akademije nauka, preuzeto sa www.nbs.bg.ac.yu/publications/publication.php?id=905 - 19k,
- [5] Milanović, M., Stanković, D., *Inovativna tehnologija u pošti – ključni faktor nove tehnološke paradigme*, preuzeto sa www.postfest.ptt.yu/savetovanje98/milanovic_stankovic98.html - 26k
- [6] Miloradović A., *Globalizacija*, preuzet sa www.cpi.hr/download/links/5350.pdf,
- [7] Pavličić, M., (2005) *Menadžment malog preduzeća*, ICIM plus, Kruševac,
- [8] Rakčević – Glišević, N., (1997) *Razvoj ekonomske misli*, Ekonomski fakultet Univerziteta Crna Gora, Podgorica,
- [9] Stojanović, B., (2006) *Izazovi 21.veka*, Ekonomist, br. 29