



FAKULTET ZA MENADŽMENT

NOVI SAD

**9. MEĐUNARODNA NAUČNO-STRUČNA
KONFERENCIJA**

NA PUTU KA DOBU ZNANJA

23 i 24. SEPTEMBAR 2011. SREMSKI KARLOVCI

GENERALNI POKROVITELJ SAVETOVANJA



Republika Srbija

Autonomna Pokrajina Vojvodina

**POKRAJINSKI SEKRETARIJAT ZA
NAUKU I TEHNOLOŠKI RAZVOJ**

Bulevar Mihajla Pupina 16

21 108 Novi Sad

ORGANIZATOR KONFERENCIJE



FAKULTET ZA MENADŽMENT

VASE STAJIĆA 6, 21000 NOVI SAD

TEL. 021/451-671 i 021/451-979

www.famns.edu.rs; e-mail: arsenijevic@famns.edu.rs

TEMA 9. KONFERENCIJE

ČEMU SLUŽI UPRAVLJANJE ZNANJEM?

- stvaranje i upravljanje organizacijskim znanjem
- stratezijski plan firme i upravljanje znanjem
- tehnološki menadžment i upravljanje znanjem
- kultura organizacije koja uči
- teorija izgradnje sistema za upravljanje znanjem
- praktične primene upravljanja znanjem u firmama
- intelektualni kapital
- upravljanje medijskim znanjem
- primena koncepta upravljanja projektima u učećim organizacijama
- emocionalna inteligencija u menadžmentu
- okrugli sto: „Znanje, obrazovanje, mediji“

Izdavač:

FAKULTET ZA MENADŽMENT

Vase Stajića 6, Novi Sad

Za izdavača:

Prof. dr Dušan Ristić

NAUČNI ODBOR SAVETOVANJA

Prof. Iveta PAULOVÁ, Ph.D. Department of Industrial Engineering, Management and Quality, Faculty of Materials Science and Technology, Slovak University of Technology, Slovak Republic

Prof. Jaromíra VAŇOVÁ, Ph.D. Department of Industrial Engineering, Management and Quality, Faculty of Materials Science and Technology, Slovak University of Technology, Trnava, Slovak Republic

MGR. Monika JURKOVIČOVÁ, MBA Director of the Quality Department, Slovak Office of Standards. Metrology and Testing, Bratislava, Slovak Republic

Prof. Doina FRUNZEVERDE, Ph.D., Rector, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Gilbert Rainer GILLICH, Ph.D., Prorector învățământ, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Gheorghe POPOVICI, Ph.D., Decan, Facultatea de Stiinte Economice si Administrative, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Sava IANICI, Ph.D., Decan, Facultatea de Inginerie, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Nadia POTOCEANU, Ph.D., Prodecan, Facultatea de Inginerie, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Nicoleta GILLICH, Ph.D., Facultatea de Inginerie, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Ioan RUJA, Ph.D., Director Calitate, Comisia pentru Evaluarea și Asigurarea Calității (CEAC), Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Monica ROSU, Ph.D., Facultatea de Inginerie, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Olga Ioana AMARIEI, Ph.D., Facultatea de Inginerie, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. HAMAT Codruța Oana, Ph.D., Facultatea de Inginerie, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Coman LIVIU, Ph.D., Facultatea de Inginerie, Universitatea "Eftimie Murgu" Reșița, Reșița, România

Prof. Nickolas John THEMELIS, Ph.D., Chairman of the Waste to Energy Research & Technology (WTER) Council at Columbia University, New York, USA

Prof. Anna NEDYALKOVA, Ph.D., Rector of Varna Free University "Chernorizets Hrabar", Varna, Bulgaria

Prof. Pavel PAVLOV, Ph.D., Vice-Rector in charge of Scientific Research, Varna, Bulgaria

Prof. Mila Nadrljanski ROGULJIĆ, Ph.D., Sveučilište u Splitu, Pomorski fakultet, Split, Hrvatska

Prof. Vlatko MARUŠIĆ, Ph.D., University of Osijek, Mechanical Engineering Faculty, Slavonski Brod, Hrvatska

PROGRAMSKI ODBOR SAVETOVANJA

Prof. dr Dušan Ristić, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Prof. dr Zbigniew Paszek, Poljska

Prof. dr Metod Černetič, Slovenija

Prof. dr Dragan Bolanča, prorektor Sveučilišta u Splitu

Prof. dr Đorđe Nadrljanski, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Prof. dr Zoran Savić, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Doc. dr Olja Arsenijević, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Prof. dr Milica Andevski, Filozofski fakultet, Novi Sad

Prof. dr Josip Milat, Filozofski fakultet Split

Prof. dr Nenad Marković, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Prof. dr Dragoslav Nikolić, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Prof. dr Oliver Momčilović, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Prof. dr Ozren Očić, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Prof. dr Branko Đedović, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Doc. dr Goran Bulatović, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Doc. dr Marko Popović, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Doc. dr Slobodan Adžić, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Doc. dr Đorđe Jovanović, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Doc. dr Gordana Nikić, Fakultet za menadžment, Novi Sad

ORGANIZACIONI ODBOR SAVETOVANJA

Sava Simić, menadžer za marketing i investicije, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Prof. dr Mila Nadrljanski, Pomorski fakultet, Split

Doc. dr Olja Arsenijević, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Doc. mr Ljilja Bulatović, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Doc. dr Goran Bulatović, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Ass. mr Tijana Savić Tot, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Ass. mr Borislav Todorović, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Ass. mr Igor Ristić, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Prof. mr Marija Runić Ristić, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Ass. Jovana Pražić, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Ass. Milan Bubulj, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Ass. Danko Damjanović, Fakultet za menadžment, Novi Sad

Na putu ka dobru znanja 9.

ZNANJEM DO USPEHA

Karakteristična oznaka vremena u kojem živimo su brze promene. Osnovna promena koja obeležava savremene uslove privređivanja je globalizacija svetske privrede, i kao takva predstavlja pravi izazov liderstvu i menadžmentu. Globalizaciju karakteriše uklanjanje prepreka sa nacionalnih tržišta, kao i mogućnost poslovanja u više zemalja. Osnovni principi na kojima se grade temelji konkurentnosti u uslovima globalizacije su promene, prilagođavanje novonastalim situacijama i uvažavanje promena. U uslovima globalizacije, organizacije moraju posedovati izuzetnu fleksibilnost, koja će im obezbediti brzo prilagođavanje i reagovanje na nastale promene, kao i sposobnost da i na svojim, i na iskustvima drugih uče.

Analizom dosadašnjih istraživanja kao i radova sa prethodnih osam konferencija dolazimo do zaključka da u današnjim uslovima sposobnost kojom pojedinci i organizacije proizvode i savladavaju nova znanja postaje ključna komparativna prednost. Sposobnost organizacije ili pojedinca da prepozna svoje šanse i postaje izvor novih kreativnih ideja, da menja svoju okolinu predstavlja učenje radi stvaranja. U konkurentnoj globalnoj ekonomiji, jedini izvor stalne konkurentne prednosti predstavljaju ljudi u organizaciji, zato što ostali faktori proizvodnje (tehnologija, kapital, informacije), mogu biti kopirani. Moderne organizacije iz tih razloga moraju posebnu pažnju da obrate na upravo na ovaj resurs kojim se obezbeđuje kontrola i nad ostalim resursima.

U sve dinamičnijim uslovima, tokovi globalizacije zahtevaju da organizacije kontinuirano ulažu u ljudske resurse koji predstavljaju osnov opstanka i razvoja. Uspešnost organizacija u takvim okolnostima prvenstveno zavisi od ljudi, budući da svojim kvalitetom znanjem i ponašanjem, ljudi čine osnovni faktor uspeha organizacije. Liderstvo, odnosno upravljanje znanjem postaje najznačajnija funkcija savremenog menadžmenta kao i osnovni faktor uspešnosti savremene organizacije.

Stoga i ove godine, po deveti put, autori HHH radova koji su našli mesto u ovom zborniku govore o upravljanju znanjem sa najrazličitijih aspekata – od emocionalne inteligencije u biznisu, preko teorije sistema, upravljanja promenama, uloge medija u društvu i biznisu, IKT i njihove

implementacije u organizacije, pa sve do liderstva, preduzetništva i upravljanja stresom.

Nadamo se da će i ovaj Zbornik, svojim magičnim brojem 9, dati neka, toliko potrebna rešenja i odgovore za privredne probleme sa kojima se svakodnevno srećemo.

Urednice 9. Zbornika radova „Na putu ka dobru znanja“

Doc. dr Olja Arsenijević

mr Tijana Savić Tot

SADRŽAJ

SADRŽAJ.....	1
UPRAVLJANJE IZGRADNJOM ETIČNE ORGANIZACIONE KULTURE.....	6
Dragana Mitrić Aćimović, Sonja Ivković	
ZNAČAJ EMOCIONALNE INTELIGENCIJE U LIDERSTVU	7
Slobodan Adžić	
ULOGA PREDUZETNIČKOG INTELIDŽENSA U KORPORATIVNOM PREDUZETNIŠTVU	8
Sreto Aleksić, Dragan Janjušić, Goran Ostojić	
NAUKA I ISTRAŽIVANJE KROZ UPITNIK EVROPSKE KOMISIJE	9
Olivera Baić	
REPUBLIKA SRBIJA I KOMBINOVANA KRIZA.....	10
Olivera Baić	
CREATIVE HYPERMEDIA ENVIRONMENT AS A NEW PARADIGM AND STEPPING-STONE FOR KNOWLEDGE MANAGEMENT IMPLEMENTATION IN EDUCATION.....	11
Momčilo Bajac, Andrea Boršoš, Ana Lakatoš	
UPRAVLJANJE ŠKOLSKIM PROJEKTIMA KAO NAČIN UPRAVLJANJA ZNANJEM	12
Nataša Branković, Vesna Rodić	
ŠIRENJE ZNANJA U JAVNO PRIVATNIM PARTNERSTVIMA.....	13
Suzana Bursać, Natalija Laban	
ULOGA POSLOVNE INTELIGENCIJE U ORGANIZACIJAMA	14
Jagoda Čolak	
CORPORATE COMMUNICATION MODEL IN HUNGARIAN HIGHER EDUCATION	15
Szilvia Deés, Vanda Papp, Erika Garaj	
PROJEKT IMPLEMENTACIJE INTEGRIRANOG SUSTAVA UPRAVLJANJA	16
Dragutin Funda	
KOMPETENCIJE ZA VOĐENJE RAZGOVORA U KRIZNIM SITUACIJAMA	17
Valerija Večei-Funda	
ENTREPRENEURSHIP TRAINING FOR UNIVERSITY STAFF AND STUDENTS TROUGH ELECTRONIC PLATFORMS – THE PREMIO EXPERIENCE	18
Nicoleta Gillich, Gilbert Rainer Gillich, Nadia Potoceanu, Monica Rosu, Olga Ioana Amariei	
ABOUT THE IMPORTANCE OF THE MENTORING PROCESS IN ENTREPRENEURSHIP TRAINING	19
Gilbert Rainer Gillich, Nadia Potoceanu, Nicoleta Gillich, Monica Rosu	

KREATIVNOST U SAVREMENOM DRUŠTVU, OBRAZOVANJU I POSLOVANJU	20
Aleksandra Grbić Hrustić	
UPOTREBA ANALIZE I ANALITIČKOG ZNANJA U SVRHU OBRAZOVANJA: PRIMJER MAKROEKONOMSKE ANALIZE CENA U UGOSTITELJSTVU	21
Sergej Gričar, Štefan Bojnec	
FORMIRANJE KLASTERA NAMENSKE INDUSTRIJE U FUNKCIJI REGIONALNOG RAZVOJA	23
Biljana Ivanova, Miroslav Terzić	
KREATIVNOST KAO IZAZOV U MENADŽMENTU	24
Petronije Jevtić, Marjana Merkać Skok	
TENDENCIJE RAZVOJA SRPSKE AUTOMOBILSKJE INDUSTRIJE	25
Danijel Kadarjan, Maja Paunović	
KARAKTERISTIKE TESTA ZA MERENJE IZVORA I IZRAŽENOSTI STRESA NA POSLU	26
Tamara Kezić, Jelena Simić, Branko Bukvić	
EKSPERTSKO I LAIČKO ZNANJE U STVARANJU VEB SAJTOVA	27
Jelena Kleut	
PRIVATNI KAPITAL U FUNKCIJI RAZVOJA VISOKOG OBRAZOVANJA	28
Bojan Kocić, Igor Kocić, Rade Pokimica	
ZNAČAJ INOVACIJA I NJIHOVA PRIMENA U POŠTANSKOM SEKTORU SRBIJE	30
Borislav Kolarić, Robert Petrović, Slobodan Radojčić	
ZNAČAJ STVARANJA VISKOPRODUKTIVNIH TIMOVA	31
Borislav Kolarić, Robert Petrović, Slobodan Radojčić	
ŠTEDNJA I EKONOMSKI RAST	32
Srpko Kosorić	
WEB2.0 ALATI ZA PODRŠKU TUTORSKOM RADU SA STUDENTIMA	33
Zoran Lovreković, Miodrag Pavlović	
ZAGOVARANJE ŠKOLSKOG BIBLIOTEKARSTVA – BIBLIOTEKAR ZAGOVARATELJ ILI PROFESIONALNI LOBISTA?	34
Ana Krželj	
PRAKTIČNE PRIMENE UPRAVLJANJA ZNANJEM U FIRMAMA	36
Vanja Malobabić	
UNAPREĐENJE ZDRAVLJA I BEZBEDNOSTI NA RADU	38
Nenad Marković, Ivan Šćepanović, Radovan Vladislavljević	
PROCESNIM PRISTUPOM DO UNAPREĐENJA RADA U ORGANIZACIJI	40
Suzana Miljak	
ZNANJE U FUNKCIJI ORGANIZACIJE KOJA UČI	41
Ljiljana Mihajlović, Petronije Jevtić	

NOVE EKONOMSKE PARADIGME I NOVA EKONOMIJA ZASNOVANA NA ZNANJU	42
Ljiljana Mihajlović	
KULTURA – NEOPHODAN ELEMENT ORGANIZACIJE KOJA UČI	43
Dragan Mihajlović, Milica Paunović, Anđelija Plavšić	
UPRAVLJANJE IZGRADNJOM ETIČNE ORGANIZACIONE KULTURE.....	44
Dragana Mitrić Aćimović, Sonja Vukobrat	
MARKETING KONCEPT STRATEGIJE POLICIJSKOG DJELOVANJA	45
Saša Mitrić	
BEZBEDNOST I ZDRAVLJE NA RADU KAO KLJUCNI FAKTOR UPRAVLJANJA LJUDSKIM POTENCIJALOM	46
Oliver Momčilović, Vladimir Marinković	
NOVINARI TV RTV O DIGITALIZACIJI	47
Dubravka Valić Nedeljković	
ISTRAŽIVANJE STAVOVA PREMA PROMENAMA.....	48
Leposava Grubić-Nešić, Slađana Čabrilo, Ljubica Duđak	
EMOCIONALNA INTELIGENCIJA I PONAŠANJE MENADŽERA	49
Gordana Nikić, Predrag Nikić	
ZNAČAJ UPRAVLJANJA ZNANJEM U TRIZ METODOLOGIJA SA CILJEM PREDIKCIJE MOGUĆIH ISHODA.....	50
Dragoslav Nikolić, Nenad Čanak, Radovan Vladislavljević	
RAZUMEVANJE KREDIBILITETA I NAČIN KORIŠĆENJA ONLINE MEDIJSKOG SADRŽAJA KOD STUDENTSKE POPULACIJE	51
Sanja Novak, Goran Bulatović, Ljiljana Lj. Bulatović	
KOMPARATIVNA ANALIZA OTPORA PROMENAMA U MALIM, SREDNJIM I VELIKIM PREDUZEĆIMA U VOJVODINI.....	52
Orčić Drago, Orčić Vlasta, Arsenijević Olja	
THE CAF AS AN INSTRUMENT THAT SUPPORTS THE KNOWLEDGE MANAGEMENT	53
Iveta Paulová, Jaromíra Vaňová, Monika Jurkovičová	
IDERSTVO I MENADŽMENT ZNANJA	54
Marko Pavlović, Biljana Branković	
UPRAVLJANJE ZNANJEM KAO OSNOVA MAKROEKONOMSKOG RAZVOJA – ANALIZA PROMJENE UTJECAJA VARIJABLI LJUDSKOG KAPITALA NA STUPANJ RAZVIJENOSTI ZEMALJA SVIJETA	55
Željko Požega, Boris Crnković, Goran Sučić	
ULOGA UČEĆIH ORGANIZACIJA U KREIRANJU DRUŠTVA ZNANJA	57
Jelena Premović, Ljiljana Arsić, Kristina Cvetković	

REFORMA STRUČNOG OBRAZOVANJA U KONTEKSTU USPOSTAVLJANJA DRUŠTVA ZNANJA	59
Jelena Premović, Agneš Boljević, Tamara Premović	
SISTEMI ZA UPRAVLJANJE SADRŽAJEM UČENJA KAO PODRŠKA ZAPOSLENIM U PREDUZEĆIMA	61
Muzafer Saračević, Esad Međedović, Sead Mašović, Faruk Selimović, Hamza Kamberović	
PRIMENA VIRTUELNIH UČIONICA U CILJU POBOLJŠANJA KOLABORATIVNOG RADA ZAPOSLENIH	62
Muzafer Saračević, Sead Mašović, Faruk Selimović, Zoran Lončarević, Hamza Kamberović	
MOGUĆNOSTI PRIMENE KONCEPTA UPRAVLJANJA ZNANJEM U SRBIJI	63
Živka Pržulj, Dragana Buvač	
ETIČKI ASPEKT UPRAVLJANJA INFORMACIJAMA U MEDIJIMA	65
Tanja Radošević, Vesna Šćepanović	
REDIZAJN ORGANIZACIONE STRUKTURE PREDUZETNIČKE ORGANIZACIJE	67
Dragan Radović, Borislav Todorović	
ZAŠTITA PODATAKA U MALIM I SREDNJIM PREDUZEĆIMA	68
Dragan Radović, Zoran Čekerevac, Svetlana Anđelić, Evelin Vatovec Krmac	
PRILAGOĐAVANJE PREDUZEĆA PROMENAMA IZ OKRUŽENJA	69
Dragan Radović, Jugoslav Aničić, Aleksandar Pešić, Dragan Žujović	
UNIVERZITETSKI PREDAVAČI KAO NOSIOCI I-ILI POKRETAČI PROMENA	70
Jelena Rakić, Olja Arsenijević	
ORGANIZACIONA POSVEĆENOST ZAPOSLENIH NA TERITORIJI NOVOG SADA	72
Jelena Davidović-Rakić, Vesna Šćepanović, Ivan Šćepanović, Tanja Radošević	
PRIMENA MARKETINGA U VISOKOOBRAZOVNIM INSTITUCIJAMA.....	74
Vesna Rodić	
ZAŠTITA AUTORSKIH PRAVA DIGITALNIH SADRŽAJA.....	75
Zoran Savić, Marko Popović	
EMOCIONALNA INTELIGENCIJA U MENADŽMENTU	76
Jelena Simić, Branko Bukvić	
SUSTAV ZA UPRAVLJANJE ZNANJEM PODRŽAN UMETNOM INTELIGENCIJOM	77
Vesna Slavica	
MANAGER AS PERSONALITY AND AS MOTIVATOR FOR CREATING AND MANAGING THE KNOWLEDGE OF EMPLOYEES.....	78
Jasmina Starc	

THE INFLUENCE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON LEADERSHIP IN MACEDONIAN ORGANIZATIONS	79
Angelina Taneva-Veshoska, Ljubomir Drakulevski, Lazar Gjurov	
UTICAJ SOCIJALNE INTELIGENCIJE NA USPEŠNOST MENADŽERA	80
Mira Vidaković	
ALUMNI AS INTELLECTUAL CAPITAL IN HIGHER EDUCATION – A HUNGARIAN EXAMPLE	82
Éva Vitéz, Vanda Papp	
DIGITALNE BIBLIOTEKE I DRUŠTVENO-OBRAZOVNE PROMENE	83
Željko Vučković, Gordana Stokić Simončić	
EMOCIONALNA INTELIGENCIJA – O ČEMU JE ZAPRAVO REČ?.....	84
Sonja Vukobrat, Gordana Nikić	
DATA MINING-KEY TO SUCCESS IN KNOWLEDGE SOCIETY	85
Dejan Zdraveski	
SISTEM KVALITETA U VISOKOM OBRAZOVANJU I REALNA ZNANJA STUDENATA	86
Mališa Žižović, Dragan Turanjanin, Nedeljko Deretić	

UPRAVLJANJE IZGRADNJOM ETIČNE ORGANIZACIONE KULTURE

DRAGANA MITRIĆ AĆIMOVIĆ

Filozofski fakultet, Odsek za psihologiju, Novi Sad

SONJA IVKOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: *Izgradnja etične organizacione kulture jedan je od prioriternih zadataka menadžmenta brojnih svetskih organizacija, pre svega kao posledica velikih korporativnih skandala koji su obeležili proteklu deceniju. Međutim, uspostavljanje ovakve kulture deo je i procesa građenja konkurentske prednosti. Naime, iako istraživanja povezanosti etičkog učinka i mera finansijskog učinka daju nedosledne rezultate, ona nedvosmisleno govore o pozitivnom odnosu etičkog učinka i povećanih napora zaposlenih, niže fluktuacije radne snage, privrženosti organizaciji, i većoj društvenoj odgovornosti. Ovaj rad bavi se faktorima etičnosti organizacione kulture, i pitanjem na koji način se može upravljati izgradnjom i očuvanjem etične kulture. Predlažu se odgovarajući procesi i postupci upravljanja ljudskim resursima koji su u funkciji izgradnje željene kulture. Takođe se ukazuje i na teškoće uspostavljanja etičnijih organizacija u društvu u tranziciji, kakvo je prisutno u Srbiji.*

Ključne reči: *etika, organizaciona kultura, menadžment ljudskih resursa, konkurentska prednost*

ZNAČAJ EMOCIONALNE INTELIGENCIJE U LIDERSTVU

THE IMPORTANCE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE IN LEADERSHIP

SLOBODAN ADŽIĆ

Fakultet za menadžment F@M, Novi Sad

Rezime: Kada se priča o liderima, priča se o njihovim idejama i vizijama, jer lideri koriste emocije da bi nas vodili. Autor prvo prezentuje osnove koncepta emocionalne inteligencije, a potom objašnjava značaj emocionalne inteligencije u liderstvu. Pokazana je razlika između intelektualne (IQ) i emocionalne (EI) inteligencije i kako lideri mogu da povećaju svoju EI. Rad se završava preporukom autora o izgradnji emocionalne pismenost obrazovanjem.

Ključne reči: emocionalna inteligencija, liderstvo, IQ, EI

Abstract: When we talk about leaders, we talk about their ideas and visions, because leaders use emotions in order to lead us. Author presents first the basic concept of emotional intelligence, and then he explains the importance of emotional intelligence in leadership. The difference between the intellectual (IQ) and emotional (EI) intelligence is demonstrated, as well as the way how leaders can improve their EI. The paper ends with author's recommendation how to build the emotional literacy through education.

Key words: Emotional Intelligence, Leadership, IQ, EI

ULOGA PREDUZETNIČKOG INTELIDŽENSA U KORPORATIVNOM PREDUZETNIŠTVU

FUNCTION OF THE ENTREPRENEURIAL INTELLIGENCE IN CORPORATE ENTREPRENEURSHIP

SRETO ALEKSIĆ

Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije, Sremski Karlovci

DRAGAN JANJUŠIĆ

Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije, Sremski Karlovci

GORAN OSTOJIĆ

Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije, Sremski Karlovci

Rezime: U vreme brzih i stalnih promena koje se dešavaju preduzetnici traže rešenje, a da bi bili konkurentni moraju da reaguju brzo. Sve veći broj preduzeća traži rešenje za sebe u korenitim promenama svoje pozicije u granicama u kojoj obavljaju svoje delatnosti. Jedan od faktora konkurentnosti je svakako i preduzetnički intelidžens. Da bi došlo do promena potrebno je da dođe do promene ponašanja većine zaposlenih u preduzeću. To predpostavlja promene u načinu razmišljanja, odlučivanja i akcije. Mnogo bolje efekte postizemo kada promene vršimo samoinicijativno, nego kad smo na to prinuđeni promenama u sredini gde vršimo svoju delatnost. Promene moramo vršiti planski u svim poslovnim funkcijama, jer parcijalne promene ne dovode do fundamentalne transformacije. Uloga preduzetničkog intelidžensa u korporativnom preduzetništvu je da proslede potrebnu informaciju.

Ključne reči: Promene, Preuzetništvo, Preduzetnički intelidžens

Abstract: In a time of rapid and constant changes entrepreneurs looking for a solution, and if they want to be competitive they must react quickly. More and more number of companies looking for a solution for themselves in fundamental changes within the limits in which they operate their business. One of the factors of competitiveness is certainly the entrepreneurial intelligence. In order to achieve the changes it is necessary to change behavior of most of employees in company. That supposed changes in the way of thinking, decision making and action. Much better effects are achieved when we change on our own initiative than when we are forced to change in an environment where we do our business. We need to do changes in all business functions, because partial changes do not lead to fundamental transformations. Function of the entrepreneurial intelligence in corporate entrepreneurship is to transmit necessary information.

Keywords: Changes, entrepreneurship, entrepreneurial intelligence

NAUKA I ISTRAŽIVANJE KROZ UPITNIK EVROPSKE KOMISIJE

SCIENCE AND RESEARCH THROUGH QUESTIONNAIRE OF EUROPE COMMISSION

OLIVERA BAIĆ

Fakultet za menadžment F@M, Novi Sad

Rezime: Marta 2000. godine Evropski savet je u Lisabonu odredio kao cilj Evropske Unije da postane najdinamičnija i najkonkurentnija privreda na svetu utemeljena na znanju. Na osnovu XIX Ugovora o funkcionisanju Evropske Unije, zahteva se od država članica da preduzmu korake i sprovedu potrebne aktivnosti da bi se realizovao Evropski istraživački prostor, kao i da se preduzmu neophodne mere za obezbeđenje primene okvirnog programa istraživanja. Istraživačka politika u EU ima za cilj da ojača naučne i tehnološke osnove Unije stvaranjem Evropskog istraživačkog prostora u kom se istraživači, naučna i tehnološka saznanja slobodno kreću i koje podstiču konkurentnost, promovišući sve neophodne istraživačke aktivnosti.

Ključne reči: nauka, istraživanje, Evropska unija, upitnik Evropske Komisije,

Abstract: In March 2000, the Europe Council in Lisboa put as a main goal for Europe Union to become the most dynamic and the most competitive economy of the World based on knowledge. XIX Contract about functioning of Europe Union demands from member countries to take the steps and all necessary activities to achieve Europe research space, and also to take necessary measures to provide use of these research programs. Research politics in EU aims to strengthen the science and technology basics of the Union by founding a research space in Europe where researchers in the fields of science and technology knowledge can freely move and motivate the competency by the promotion of all research activities.

Keywords: science, research, Europe Union, questionnaire of Europe Commission

REPUBLIKA SRBIJA I KOMBINOVANA KRIZA

REPUBLIC OF SERBIA AND ITS COMBINED CRISIS

OLIVERA BAIĆ

Fakultet za menadžment F@M, Novi Sad

Rezime: Privreda Republike Srbije je u kombinovanoj krizi, što zbog neadekvatne tranzicije, strukturnih problema, grešaka u privatizacionoj strategiji i neadekvatnog privrednog i insitucionalnog modela. Globalna kriza iz 2008. godine samo je pojačala dejstvo krize u Srbiji koja traje već preko dve decenije. Izlazak iz krize zahteva ne samo anti-krizni program nego i strategiju ekonomskih razvoja i strategijski mudru državu. Uslovi u kojima trenutno posluju privredni subjekti su nepovoljni, iako su oni ključni za dugoročnu konkurenciju nacionalne ekonomije. Za nove uslove i post-krizni period bitna je održivost i novi mentalitet kroz pozitivan stav o ulozi javnog sektora u ekonomskom životu i novim regulativama u finansijskom sektoru, obzirom da se suočavamo sa nemogućnošću povećanja konkurentnosti kroz rast izvoza. Izvoz je neophodan za budući održivi rast privrede Srbije kao i veće učešće domaće štednje u finansiranju investicija.

Ključne reči: kriza, inflacija, javni i privatni dug, krediti, investicije, nezaposlenost, deficit, izvoz, BDP

Abstract: The economy of Serbia is in a combined crisis, due to its inappropriate transition, structure problems, errors in privatisation strategy and inadequate economical and institutional models. The global crisis of 2008 increased the influence of the crisis in Serbia which lasts more than two decades. The way out of the crisis requires an anti-crisis program, it also needs an appropriate strategy of economical developement and a strategy smart republic. The conditions that companies currently operate under are unadequate, even if they are the key for long term competative national economy. For improved conditions and post-crisis period, sustainabilty proves to be vital, and a new mantality through positive attitude of the influence of public sector in economy life and new regulations of the financial sector. We are faced with impossibility of the increase of competativeness through the growth of exportation which is important for future sustainability of economical growth of Serbia and need for greater domestic savings in the financing of investing.

Keywords: crisis, inflation, public and private debt, loans, investment, unemployment, deficiancy, exportation, GDP

CREATIVE HYPERMEDIA ENVIRONMENT AS A NEW PARADIGM AND STEPPING-STONE FOR KNOWLEDGE MANAGEMENT IMPLEMENTATION IN EDUCATION

MOMČILO BAJAC

Fakultet za menadžment, Novi Sad

ANDREA BORŠOŠ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

ANA LAKATOŠ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Abstract: *Now days, the scope and quality of accessible information we have, thankfully to highly developed information networks, suggest the conclusion that knowledge management becomes a prerequisite to "known". Multimedia provides all the creative possibilities for creating hypermedia environments, the new architecture of information with a lot of cognitive tools (graphics, animation, software, video, audio, internet, web forum, etc..), which all support students on the path of a complex and comprehensive learning and building their own cognitive structure, and application of knowledge to solve real problems. Therefore, we must take into consideration the links between multimedia information technology, human cognitive architecture and knowledge management, in order to create a new educational paradigm, which will no doubt have to happen. Knowledge management is a process, not product. Knowledge is an organizational process, rather than a static collection of data. Standard KM practices in contemporary education involve gathering information, creating new knowledge from existing store of knowledge for later reuse. European Computer Driving License, Moodle platform and e-literacy, LLC, e - learning, distance learning and virtual mobility are programs that provide opportunities for education on the network, appropriate to the time and opportunities provided by new ICT, also breaking the linearity of the data flow information that characterized the industrial paradigm of educational. The changes that have taken place and the digitization of media via the internet, for the first time enabled the effective use of media in education. As a result, e-users choose and compare information, remember and organize, analyze their contents, the conception of strength, and compared it to communicate with others, carry out evaluation and review their own attitudes and knowledge. Young people have a real ability to integrate these new technologies and media. That is the context which is an imperative for developing new concept of literacy and education - a multimedia literacy as a new educational paradigm.*

Key words: *hypermedia environment, knowledge management, multimedia literacy, e-learning.*

UPRAVLJANJE ŠKOLSKIM PROJEKTIMA KAO NAČIN UPRAVLJANJA ZNANJEM

SCHOOL PROJECT MANAGEMENT AS A METHOD OF KNOWLEDGE MANAGEMENT

NATAŠA BRANKOVIĆ
Pedagoški fakultet u Somboru

VESNA RODIĆ
Pedagoški fakultet u Somboru

Rezime: U radu se analizira uloga školskih projekata u upravljanju znanjem u osnovnoj školi, kao i uslovi njihove primene, odnosno koliko je naša osnovna škola spremna za organizaciju školskih projekata kao pristupa koji vodi kvalitativno boljim promenama rada škole. Organizacija projekata u osnovnoj školi posmatra se kao instrument povećanja inovativnosti, kreativnosti i motivacije nastavnika i učenika, povećanja uspešnosti škole, učvršćivanja timskog rada i doprinosa ukupnoj viziji i promociji pojedine osnovne škole. Posebno se naglašava značaj projekata koji iniciraju, osmišljavaju i realizuju nastavnici i učenici osnovne škole. U radu se, takođe, analiziraju etape u realizaciji projekta na praktičnoj ideji za održivi projekat u osnovnoj školi.

Ključne reči: Upravljanje, školski projekat, upravljanje znanjem.

Abstract: The paper analyzes the role of school projects in knowledge management in primary schools, as well as conditions of their use, and how much is our primary school is ready to organize school projects as an approach that leads to better quality of school changes. The organization projects in primary schools is seen as a tool to increase innovation, creativity and motivation of the teachers and students, increase school performance, strengthen teamwork and overall contribution to the promotion of individual vision and primary school. Emphasis is placed on the importance of projects initiated, designed and implemented by teachers and pupils of primary school. The paper also analyzes the stages of the project on practical ideas for sustainable design in elementary school.

Keywords: leadership, school project, knowledge management.

ŠIRENJE ZNANJA U JAVNO PRIVATNIM PARTNERSTVIMA

KNOWLEDGE SHARING IN PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIPS

SUZANA BURSAC

Fakultet organizacionih nauka, Beograd

NATALIJA LABAN

Fakultet organizacionih nauka, Beograd

Rezime: Javno privatna partnerstva iz godine u godinu postaju sve značajnija za privredni razvoj svake zemlje. Nacionalne Vlade sklapaju partnerstva sa privatnim sektorom kako bi, na pravi način, pružile što modernije i kvalitetnije javne usluge. Udruživanjem javnog i privatnog sektora otvaraju se brojne mogućnosti za učenje i širenje znanja za sve učesnike u partnerstvima. Novi oblici partnerstava imaju za cilj da prevaziđu neke od tradicionalnih problema koje imaju javni i privatni sektor, kao i da njihovim udruživanjem obezbede veće mogućnosti za širenje znanja. Javno privatna partnerstva danas su najčešća u razvijenim zemljama, dok je broj ovakvih partnerstava u zemljama u razvoju neophodan, ali još uvek nedovoljan. Zagovornici javno privatnih partnerstava ističu da ovakva partnerstva omogućavaju pružanje kvalitetnijih javnih usluga po nižoj ceni, a pored kvalitetnijih usluga pozitivno utiču na učenje i širenje znanja između ova dva sektora.

Ključne reči: javno privatna partnerstva, razvoj, učenje, širenje znanja

Abstract: Public private partnerships from year to year are becoming more important for the economic development of each country. National Governments form partnerships with the private sector in order to provide more modern and better public services. Partnership between public and private sector opens many opportunities for learning and dissemination of knowledge for all participants in the partnerships. New forms of partnerships aim to overcome some of the traditional problems within public and private sector, as well as their association provide greater opportunities for dissemination of knowledge. Public private partnerships today are most common in developed countries, while the number of such partnerships in developing countries is necessary, but it is still insufficient. Proponents of public private partnerships claim that these partnerships provide quality public services at lower cost, and in addition they affect positively learning and dissemination of knowledge.

Keywords: public private partnerships, development, learning, knowledge sharing

ULOGA POSLOVNE INTELIGENCIJE U ORGANIZACIJAMA

THE ROLE OF BUSINESS INTELLIGENCE IN ORGANIZATIONS

JAGODA ČOLAK

struč. spec. za menadžment, Šibenik

Rezime: *Upravljanje znanjem je odgovor na globalizaciju i svuda prisutnu informaciju. Kompleksnost poslovanja u današnjim uvjetima i broj učesnika na tržištu prisiljavaju poslovne sustave da koriste znanje kao strategiju.*

Kvalitetno upravljanje informacijama je osnovno strateško sredstvo u cilju konkurentske prednosti, upravljanja i razvoja poslovnog sustava, važnije i od kvalitete samog menadžmenta.

Autorica u svom radu želi pojasniti pojam poslovne inteligencije i njenu primjenu u poslovanju poslovnih sustava.

Svrha rad je ukazati na mogućnosti primjene poslovne inteligencije u cilju upravljanja znanjem kao potpore pri donošenju kvalitetnih odluka. Dostupnost informacijama nije i ključ uspjeha. Podatke treba obraditi i na kvalitetni način analizirati kao bi time postali relevantni za uspješan rad poslovnog sustava.

Ključne riječi: *poslovna inteligencija, informacija, podatak, primjena poslovne inteligencije*

Summary: *Knowledge management is a response to globalization and the all present information. The complexity of doing business in today's conditions and the number of participants in the market is forcing commercial systems to use knowledge as a strategy.*

Quality information management is a fundamental strategic tool to be competitive, management and development of business systems, and more important than the quality of the management it self.

The author in his work to clarify the concept of business intelligence and its application in business enterprise systems.

The purpose of the work is to point to the possibility of applying business intelligence to knowledge management as an aid in making quality decisions.

The availability of information is the key to success. Data should be processed and analyzed in a quality manner as it would become relevant to the successful operation of the business system.

Keywords: *knowledge management, information, development, quality*

CORPORATE COMMUNICATION MODEL IN HUNGARIAN HIGHER EDUCATION

SZILVIA DEÉS

College for Modern Business Studies, Tatabánya, Hungary

VANDA PAPP

College for Modern Business Studies, Tatabánya, Hungary

ERIKA GARAJ

College for Modern Business Studies, Tatabánya, Hungary

Abstract: *The article attempts to introduce a communication model used by universities in their knowledge-marketing activity. This activity targets a single group: companies, the actors of the economic life. However, we also examine the social utilization of knowledge, a phenomenon which is gaining importance for universities, economic organizations and, of course, for government and civil organizations. Thus knowledge-marketing provides a unique mixture of business-to-business, non-business and social marketing.*

To develop an effective communication model, the environmental conditions and the actors of the market, the motivation and the attitude of the two main actors should be examined. First it is essential to map the knowledge-receptive behavior of the entrepreneurial and business sector and their operation; secondly, their directions of their development, their openness and willingness to participate in the market should be explored. From the side of the academia, the usability of researches, the entrepreneurial approach of researchers and instructors and their openness must be examined. Having explored these, and considering the conditions of the other market players (state and society) and the immediate micro-environment as well as the macro-environmental conditions that cannot be influenced, we can set up a communication model which supports the most effective flow of knowledge, bearing in mind the new generation aims as well. (The article is based on a series of in-depth-interviews among Hungarian and foreign specialists who are aware of the university-environment, and on a company survey of 432 samples.)

Keywords: *higher education, university marketing, science marketing, communication, knowledge transfer, B2B communication, innovation.*

PROJEKT IMPLEMENTACIJE INTEGRIRANOG SUSTAVA UPRAVLJANJA

IMPLEMENTATION OF INTEGRATED QUALITY SYSTEM PROJECT

DRAGUTIN FUNDA

Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“
Zaprešić, Hrvatska

Rezime: Jedan je od načina uspostavljanja fleksibilne organizacije, koja se brzo prilagođava promjenama u svome okružju, primjena sustava upravljanja sukladno međunarodnim normama. Organizacije koje imaju uveden neki od pojedinačnih sustava upravljanja ne samo da razmatraju mogućnosti do koje bi njihovi formalni sustavi upravljanja trebali biti integrirani u jedan sustav, već to zaista i čine.

Potreba uvođenja nekoliko sustava upravljanja: kvalitetom, okolišem, zdravljem i sigurnošću zaposlenika, sigurnošću hrane, informacijskom sigurnosti itd., dovodi do nužnosti optimizacije i unifikacije, što se postiže integracijom sustava upravljanja.

Organizacija može sustav upravljanja nadograđivati s više dodatnih sustava, ovisno o njezinoj djelatnosti. Time se postiže sinergijski učinak svih pojedinačnih sustava.

Ključne riječi: norma, projekt, sustavi upravljanja, integrirani sustavi upravljanja.

Abstract: One way to establish a flexible organization that adapts quickly to changes in their environment, is the application of management system in accordance with international standards. Organizations that have implemented some kind of the individual management systems not only are considering the possibility that their formal management systems should be integrated into one system, but are actually doing it.

The need to introduce several management systems: quality, environment, health and safety of employees, food safety, information security, etc., leads to the necessity of optimization and unification, which is achieved by integration of management systems.

The organization can upgrade management system with more additional systems, depending on their activity. This provides a synergistic effect of all the individual systems.

Keywords: standard, project, management systems, integrated management systems.

KOMPETENCIJE ZA VOĐENJE RAZGOVORA U KRIZNIM SITUACIJAMA

VALERIJA VEČEI-FUNDA
OŠ Ante Starčevića, Lepoglava, Hrvatska

Rezime: *Kriza i krizne situacije su promjene koje donose situaciju koju treba brzo riješiti. Kriza je opasnost, ali istovremeno i izazov. Za rješavanje nastalih problema iznimno je značajna kvalitetna komunikacija.*

Kod komuniciranja u krizi najvažnije je utvrditi da kriza postoji, preuzeti odgovornost i djelovati na vrijeme. Kriza može omesti sve one uobičajene, rutinske postupke i aktivnosti i izazvati brojne nesigurnosti u sustavu.

Često, zbog straha od mogućih negativnih posljedica kriznih situacija pažnja može biti usmjerena isključivo na novu situaciju a da se pri tome zapostavi važnost komunikacije.

Organizacije moraju imati kvalitetno ustrojene odnose s javnošću kako bi konstantno bile spremne za neočekivani susret s kriznim situacijama.

S obzirom da u kriznim situacijama dolazi do smanjenje kontrole nad događajima i njihovim posljedicama, nedovoljne raspoloživosti informacijama i povećavanog vremenskog pritiska, važne su kompetencije za vođenje razgovora. Za kvalitetno vođenje razgovora u kriznim situacijama presudni mogu biti zainteresiranost, očitovanje stava i komentar činjenica.

Ključne riječi: *kriza, krizna situacija, komunikacija, kompetencije*

ENTREPRENEURSHIP TRAINING FOR UNIVERSITY STAFF AND STUDENTS TROUGH ELECTRONIC PLATFORMS – THE PREMIO EXPERIENCE

NICOLETA GILLICH

Eftimie Murgu, University of Resita, P-ta Traian Vuia 1-4, 320085, Resita, Romania

GILBERT RAINER GILLICH

Eftimie Murgu, University of Resita, P-ta Traian Vuia 1-4, 320085, Resita, Romania

NADIA POTOCEANU

Eftimie Murgu, University of Resita, P-ta Traian Vuia 1-4, 320085, Resita, Romania

MONICA ROSU

Eftimie Murgu, University of Resita, P-ta Traian Vuia 1-4, 320085, Resita, Romania

OLGA IOANA AMARIEI

Eftimie Murgu, University of Resita, P-ta Traian Vuia 1-4, 320085, Resita, Romania

Abstract: *Universities have scientific and technical competences which provide them capabilities to develop innovative, high-tech products and services. Successful implementation of these capabilities in the economical environment request entrepreneurship competences and abilities. Premio e-platform addresses the issue of developing an entrepreneurial culture among candidates from higher education (students, teachers, researchers) in a transnational perspective. The paper presents a transnational entrepreneurship training course and a mentoring model with the participation of European specialists. The project is foreseen as an efficient solution to motivate, train and support entrepreneurs, thereby encouraging the success of e-learning in higher education.*

Keywords: *education, e-learning platform, entrepreneurial training, innovation, business plan, mentoring*

ABOUT THE IMPORTANCE OF THE MENTORING PROCESS IN ENTREPRENEURSHIP TRAINING

GILBERT RAINER GILLICH

University “Eftimie Murgu” of Resita, Resita, Romania

NADIA POTOCEANU

University “Eftimie Murgu” of Resita, Resita, Romania

NICOLETA GILLICH

University “Eftimie Murgu” of Resita, Resita, Romania

MONICA ROSU

University “Eftimie Murgu” of Resita, Resita, Romania

Abstract: *Mentoring is an important issue, not just in entrepreneurial training, but also in company foundation and development. The mentoring relation is a win-win relation, bringing advantages for both parties: the mentor and the mentee. Formal or informal, mentoring should transmit skills and competences not necessary conditioned in the classical education system, or to complete these abilities. The paper presents some practical advices to program and implement an efficient mentoring system, from the selection of the mentor(s) to the evaluation of the process and outputs.*

Keywords: *mentoring, entrepreneurial training, innovation, education, company foundation*

KREATIVNOST U SAVREMENOM DRUŠTVU, OBRAZOVANJU I POSLOVANJU

CREATIVITY IN MODERN SOCIETY, EDUCATION AND BUSINESS

ALEKSANDRA GRBIĆ HRUSTIĆ
Škola muzike „Melodium“, Novi Sad

Rezime: Kreativnost se u ovom radu prikazuje kroz različite dimenzije u težnji za odgovorom na potrebe savremenog društva. Kreativnost je značajna odlika, kako individue, tako i grupe ljudi, organizacije koja želi da uči, napreduje i postiže uspeh na tržištu. Bilo da je usmeren stvaranju ideja, teorija, proizvoda ili usluga, kreativan proces pretpostavlja određene faze kojima se dolazi do inovacije. Uslovljen je kreativnim mišljenjem, iz kojeg proizilazi kreativno ponašanje. Dok tradicionalne obrazovne sisteme karakteriše potiskivanje kreativnih potencijala mladih generacija, tržište zahteva kreativne, dinamične i fleksibilne ljude. U savremenim organizacijama je neophodno stvarati klimu kojom se neguje kreativnost, što se postiže odgovarajućim menadžmentom ljudskih resursa, izgradnjom kolaboracionog sistema, procedura i vrednosti.

Ključne reči: Kreativnost, ideja, mišljenje, obrazovanje, organizacija

Keywords: Creativity, idea, thinking, education, organisation

UPOTREBA ANALIZE I ANALITIČKOG ZNANJA U SVRHU OBRAZOVANJA: PRIMJER MAKROEKONOMSKE ANALIZE CENA U UGOSTITELJSTVU

APPLIED ANALYSIS AND USE OF ANALYTICAL KNOWLEDGE FOR THE PURPOSES OF EDUCATION: THE CASE OF MACROECONOMIC ANALYSIS OF PRICES IN HOSPITALITY INDUSTRY

SERGEJ GRIČAR

Faculty of management, Koper

ŠTEFAN BOJNEC

Faculty of management, Koper

Rezime: Ovaj rad istražuje koji ARIMA model koristiti za proučavanje indeksa cena za različite statističke i ekonometrijske pristupe, koristeći indekse vremenskih serija. U radu istražujemo tri različita ARIMA modela na osnovu mesečnih sezonskih neprilagođenih podataka. Detalji su dobijeni od Statističkog ureda Republike Slovenije, europskog statističkog ureda Eurostat i američke Nezavisne uprave za energetiku. Modeli koji se koriste su: inspekcijski ARIMA model, SPSS ARIMA model i avio ARIMA model. Sa poređenjem ovih tri različita modela nalazimo sledeće: (i) SPSS ARIMA model rezultira u najniži Bajsonov informacijski kriterijum (BIC) i sa srednjom prosečnom apsolutnom procentnom greškom MAPE (48,2%), (ii) inspekcijski ARIMA model ima najnižu MAPE (47,9 %) i najviši BIC, i (iii) avio ARIMA model ima srednji BIC međutim najviši MAPE (55 %). Sa upotrebom diferencijacije podatka smo izgubili najmanje dva zapažanja. Sa tim vremenske serije imaju drugačije značenje ali vremenska serija je stabilna. Korišćenjem regresione analize kao statistički najviše značajne su se pokazale varijable cena u ugostiteljstvu u euro zoni (diffTHIPEA), indeks potrošačkih cena (diffCPI), indeks cena tečnih goriva (diffIFP) i D2 (dummy variabla koja naznačava period nakon uvođenja eura). Dobiveni rezultati su jak element stručnog i naučnog znanja koji se provodi za zemlje koje ulaze u Europsku uniju i za zemlje koje će uvest euro kao valutu. Dobivena iskustva na osnovi analize potrebno je razmotriti te jih iskoristiti u svrhu obrazovanja.

Ključne reči: ugostiteljstvo, cene, inflacija, obrazovanje, ARIMA model, regresiona analiza, Slovenija.

Abstract: This paper investigates, which ARIMA model using of time series price indices for different statistical and econometric approaches is preferable. Three different ARIMA models for the Slovenia's indices based on monthly seasonally unadjusted data are considered. Data were obtained from Statistical Office of the Republic of Slovenia, Eurostat and the U.S. Energy Information Administration. Inspected ARIMA model, SPSS ARIMA model and airline ARIMA model are used. We find the following: (i) SPSS ARIMA model results are with the lowest Bayesian Information Criteria (BIC), but with middle Mean Absolute Percentage Error (MAPE) (48.2%), (ii) inspected ARIMA model has the lowest MAPE (47.9%) and the highest BIC, and (iii) airline ARIMA model has the middle BIC and the highest MAPE (55%). With the differencing time series variables we lost at least two observations. Yet, the time series has another meaning, but time series is stable.

By using the regression analysis as the most statistically significant are proved the explanatory variables index of prices in hospitality industry in euro zone (diffIPHIEA), consumer price index (diffCPI), index of fuel prices (diffIFP) and D2 (dummy variable which captures time period after the euro adoption). These results represent a strong element of technical and scientific knowledge, which can be usefully implemented for the countries entering the European Union and the countries that will adopt the euro. The resulting applied-based analysis is necessary to consider for the use in education purposes.

Keywords: *hospitality industry, prices, inflation, education, ARIMA specification, regression analysis, Slovenia.*

FORMIRANJE KLASTERA NAMENSKE INDUSTRIJE U FUNKCIJI REGIONALNOG RAZVOJA

ESTABLISHING DEFENCE INDUSTRY CLUSTERS FOR THE SAKE OF REGIONAL DEVELOPMENT

BILJANA IVANOVA
Vojna akademija, Beograd

MIROSLAV TERZIĆ
Vojna akademija, Beograd

Rezime: Činjenica je da smo u vreme postojanja SFR Jugoslavije bili jedna od jačih industrija u proizvodnji i plasmanu proizvoda namenske industrije. Povezivanje svih ekonomskih subjekata koji su ranije radili na odgovarajućim projektima u namenskoj industriji, kao i uključivanje novih zainteresovanih strana, mogli bi biti preduslov za stvaranje klastera namenske industrije. Ovakvo povezivanje preduzeća u slabim nacionalnim privredama, koja se na odgovarajućem području delatnosti nadmeću, ali i sarađuju, doprinelo bi privrednoj snazi zemlje. Za uspeh na svetskom tržištu neophodno je objediniti raspoložive materijalne i ljudske kapacitete, međusobno povezana preduzeća, srodnih i različitih delatnosti, specijalizovane dobavljače, pružaoce usluga, kao i naučno-istraživačke i obrazovne institucije, agencije i sl.

Ključne reči: konkurentnost, klasteri, namenska industrija.

Abstract: It is a fact that during the existence of the SFR of Yugoslavia, we were one of the stronger industries for production and placement of defence industry products. The liaison of all economic entities that have worked on appropriate projects in defence industry in the past, along with involvement of new stakeholders, could be a prerequisite for establishing defence industry clusters. Such liaison of enterprises in poor national economies, which compete with one another in a certain area of operation but also cooperate, would be beneficial for the economic capacity of the country. In order to achieve success on the global market, it is essential to unite the available material and human resources, mutually-related enterprises, similar and different activities, specialised purveyors, service-providers, coupled by scientific, research and educational institutions, agencies etc.

Keywords: competitiveness, clusters, defence industry.

KREATIVNOST KAO IZAZOV U MENADŽMENTU

CREATIVITY AS A CHALLENGE IN MANAGEMENT

PETRONIJE JEVTIĆ

Visoka škola primenjenih strukovnih studija, Vranje

MARJANA MERKAC SKOK

Fakultet za komercijalne in poslovne vede, Celje

Rezime: U vreme naučno-tehničke, elektronske i tehnološke revolucije, kada se ljudska znanja umnožavaju geometrijskom progresijom, menadžeri trebaju odoleti ne samo vremenu u kom se nalaze, već trebaju ići ispred njega. Era automatizacije, robotizacije i kompjuterizacije podrazumeva fleksibilne, otvorene i kreativne menadžere.

Tradiconalnom menadžmentu, koji se još uvek grčevito bori za svoj opstanak, iako je u prošlosti odigrao progresivnu ulogu, sada se stavljaju ozbiljne zamerke. Kritike se odnose na jednoličnost postupaka menadžera, vertikalne hijerarhijske odnose, koji su zastupljeni u najvećoj meri, prećenjivanje vrednosti knjiškog znanja, rad na osnovu pokušaja i grešaka, zapostavljanje kreativnog rada i rešavanja problemskih situacija. Naime, tu se ne radi samo o subjektivnim menadžerskim slabostima. Postoje i objektivne slabosti. Na teorijskom planu tek u poslednje vreme imamo izvestan i ograničen broj eksperimentalnih radova iz oblasti kreativnosti. U praksi ima više vrednih kreativnih pokušaja i ostvarenja, ali mnogi od njih ostaju izvan domašaja šire javnosti.

Ključne reči: Kreativnost, marketing menadžment, fleksibilnost, fluentnost, motivacija, model, sistem, ideja, projekat, istraživanje, problem, organizacija, komunikacija, funkcija, tim, struktura, biznis, progres, održivi razvoj.

Abstract: In time of science-technical, electronic and technological revolution, when men's knowledge is copying in geometrical progression, managers have not to accept the current time, they have to go in front of him. Automatization era, robotization and computerization are flexy, open and creative marketing managers. In traditional managements, which are still fighting for his esurience, maybe he had a progressive part in the past, but in our days he has serious mistakes. Criticism are on one personality of managers ability, vertical level of relation, which are here in the biggest concentration, over marking the value of knowledge from books, work which is based on temps and errors, leaving creative work and solving problem situations. But there is not only a word for subjective manager weaknesses. There are objective weaknesses. In theory, last time, we have a number of experimental works from creativity. In practice there are more valuable creative attempts and achievements, but many of them stay out of public

Keywords: Creativity, managment, flexibility, influence, motivation, model, system, idea, project, investigation, problem, organization, communication, function, team, structure, business, progress, a sustainable development.

TENDENCIJE RAZVOJA SRPSKE AUTOMOBILSKJE INDUSTRIJE

DEVELOPMENT TENDENCIES OF THE SERBIAN AUTOMOTIVE INDUSTRY

DANIJEL KADARJAN

Fakultet za menadžment, Novi Sad

MAJA PAUNOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Ovaj rad predstavlja kratak prikaz situacije u srpskoj automobilske industriji, sa osvrtom na njenu prošlost, kao i na buduće tendencije razvoja. Prikazani su, takođe, pojedini rezultati iskustava automobilske industrije zemalja koje su prošle ili završavaju fazu tranzicije. Utvrđeno je da se u svim posmatranim slučajevima ovoj vrsti proizvodnje posvećuje posebna pažnja od strane vlada tih zemalja, pre svega zbog snažne pokretačke sposobnosti automobilske industrije i njenog doprinosa razvoju drugih privrednih sektora i nacionalnih privreda. Rezultati prikazani u radu predstavljaju započete reforme i moguće tendencije budućeg razvoja srpske automobilske industrije, kroz partnerstvo sa italijanskim proizvođačem "Fiat Auto SpA" u novoformiranom preduzeću "Fiat Automobili Srbija".

Ključne reči: automobili, industrija, tendencije, razvoj

Abstract: This paper presents a brief overview of the situation in the Serbian automotive industry, with reference to her past and the future trends of development. Shown here are also some results of automotive industries in countries that are completing their transition process or nearing completion. It was found that in all considered cases of this type of production, governments pay special attention to this industry segment, primarily because of the strong driving ability of the automotive industry and its contribution to the development of other economic sectors in one countries national economy. The results shown in the paper present commenced reforms and possible future tendencies of development in the Serbian automotive industry, in partnership with the Italian manufacturer "Fiat Auto SpA" in the newly formed company "Fiat Automobiles Serbia".

Keywords: automobiles, industry, tendencies, development

KARAKTERISTIKE TESTA ZA MERENJE IZVORA I IZRAŽENOSTI STRESA NA POSLU

TAMARA KEZIĆ
Filozofski fakultet, Novi Sad

JELENA SIMIĆ
Fakultet za menadžment, Novi Sad

BRANKO BUKVIĆ
Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Cilj ovog istraživanja je bio da se utvrde metrijske karakteristike namenski konstruisanih mernih instrumenata za ispitivanje izvora i izraženosti (intenziteta i manifestacije) stresa. Cilj je ispunjen putem sledećih zadataka: utvrđena je latentna struktura prostora merenja posmatranih instrumenata, i utvrđene su njihove metrijske karakteristike.

Merni instrumenti za utvrđivanje izvora stresa i izraženosti stresa na poslu podvrgnuti su analizi glavnih komponentata zarad utvrđivanja validnosti i homogenosti, dok je pouzdanost utvrđena alfa koeficijentom (Crombajeva alfa). Kao pokazatelj diskriminativnosti koristili smo korelaciju stavke sa ukupnim skorom, tj. korelacija ajtem-total, odnosno korekcija ajtem-total korelacije uklanjanjem ajtema iz ukupnog skora. Rezultati su pokazali da imamo dva merena instrumenta sa veoma dobrim metrijskim karakteristikama.

Ključne reči: izvori stresa, intenzitet stresa,

EKSPERTSKO I LAIČKO ZNANJE U STVARANJU VEB SAJTOVA

EXPERT AND AMATEUR KNOWLEDGE IN WEB SITE PRODUCTION

JELENA KLEUT

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet u Novom Sadu, Odsek za medijske studije

Rezime: Jedna od osnovnih karakteristika virtuelnog komuniciranja jeste nestajanje granice između eksperata i laika. Ipak, u institucionalnom i organizacionom kontekstu državnih institucija, obrazovnih ustanova, nevladinih i masmedijskih organizacija i dalje se stvaranje veb sajtova poverava profesionalnim grafičkim dizajnerima i programerima. U ovom radu se diskutuju različiti modeli proizvodnje veb sajtova koji su konceptualizovani kao pregovaranje između dva tipa znanja: ekspertskog znanja profesionalnih veb dizajnera i laičkog znanja naručioca veb sajta.

Ključne reči: veb sajt, laičko znanje, ekspertsko znanje.

Abstract: One of the main traits of virtual communication is dissolution of the borderline between experts and amateurs. However, in institutional and organizational context of state and educational institutions, non-government and mass media organizations the production of web sites is still given to the professional graphic designers and programmers. This paper provides a discussion of different models of web site production conceived as negotiation between two types of knowledge: expert knowledge of professional web designers and laymen knowledge of the ordering parties.

Keywords: web site, amateur knowledge, expert knowledge

PRIVATNI KAPITAL U FUNKCIJI RAZVOJA VISOKOG OBRAZOVANJA

PRIVATE EQUITY IN THE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION

BOJAN KOCIĆ

Visoka poslovna škola strukovnih studija, Blace

IGOR KOCIĆ

Lokalna poreska administracija, Prokuplje

RADE POKIMICA

Singidunum fakultet Beograd

Rezime: Mobilnost privatnog kapitala u najboljoj meri govori da ne postoji niti jedna oblast koja ce biti izostavljena od ovog fenomena. U najboljoj meri o tome se sve više govori u oblasti obrazovanja, zbog velikog prostora za zaradama. Zbog sve veće konkurencije u oblasti višeg i visokog obrazovanja, javlja se i veliki broj fakulteta kao i velika šarolikost u samom kvalitetu nastave i nastavnog procesa. Ulaskom privatnog kapitala, stekla se mogucnost za bržu integraciju obrazovnog procesa kroz veliki broj inostranih visokoškolskih ustanova iz sveta. Aktuelna dešavanjima u svetskoj ekonomiji problem nedostatka novca prebacuju i u oblast obrazovanja. Nedostatak novca usporio je proces kojim su neke visoko obrazovne institucije krenule, pre svega prepuštajući tj. prodajući fakultete stranim vlasnicima ili dozvoljavajući stranom kapitalu učešće u svojim visokoskolskim ustanovama. Proces samoevaluacije i ponovnog ciklusa akreditacije koji je na samom početku u Republici Srbiji navodi da većina fakulteta sumira rezultate o predhodnom periodu i ukaže na prednosti i nedostatke Bolonje na osnovu usvojenih zakonskih standarda. Prednosti privatnih fakulteta jesu korišćenje stečenih iskustava stranih institucija i kompanija, unapređenje obrazovnih procesa i saradnja sa drugim visokoškolskim ustanovama kao i otvorenost za ulazak inostranog kapitala koji pronalazi svoju šansu i u ovoj oblasti. Nedostaci istih ukazuju na manju ili nedovoljnu količinu znanja koje iste pružaju u procesu nastave. Predmet ovog rada jeste sama dekompozicija privatnog i državnog obrazovanja i samog obrazovnog procesa, konkretni primeri ulaganja privatnog kapitala i rezultati ovakvog vida povezivanja i konkretnih rezultata ovakvog udruživanja.

Ključne reči: privatni kapital, univerzitet, privatna ulaganja, , obrazovanje, tržište.

Abstract: The mobility of private capital in good measure says that there is no area that will be left out of this phenomenon. The best measure of what is increasingly referred to in the field of education, due to the large scope for earnings. Due to the increasing competition in higher education, there is a large number of faculty as well as wide variability in the quality of teaching and teaching. The entry of private capital, acquired the ability for rapid integration of the educational process through a large number of foreign higher education institutions in the world. Current developments in the global economy, the lack of money transfer in the field of education. Lack of money has slowed the process by which some higher education institutions started primarily selling leaving university or

foreign owners of allowing foreign equity participation in their college courses. The process of self-evaluation and re-accreditation cycle, which is at the very beginning of the Republic of Serbia states that most faculty summarizes the results of the previous period and point out the advantages and disadvantages of Bologna on the basis of the legal standards Benefits private colleges is to use the experiences of foreign institutions and companies, improving the educational process and cooperation with other institutions of higher education and openness to the entry of foreign capital that finds its chance in this field. Disadvantages of the same show on a small or insufficient amount of knowledge in the process of providing the same instruction. The subject of this work is the very decomposition of private and public education and the educational process, specific examples of private equity and results of this type of connection and the concrete results of this association.

Keywords: *Private equity, universities, economic investment, education, market.*

ZNAČAJ INOVACIJA I NJIHOVA PRIMENA U POŠTANSKOM SEKTORU SRBIJE

THE IMPORTANT OF INNOVATION AND THEIRS APPLICATION IN SERBIAN POST SERVICES

BORISLAV KOLARIĆ
Telekom Srbija a.d.

ROBERT PETROVIĆ
Pošta Srbije

SLOBODAN RADOJČIĆ
Opštinska uprava Irig

Rezime: U današnjem turbulentnom i brzo promenljivom poslovnom okruženju inovacija postaje preduslov za uspeh ili čak i opstanak neke organizacije. S toga inovacija pronalazi put i zauzima najznačajnije mesto u mnogim organizacijama širom sveta. Shvativši to, mnoge kompanije pokušavaju da stave svoje sisteme i procese u svrhu podsticanja inovativne kulture. Da bi se oblikovala istinska inovativna kultura, čelni ljudi u kompanijama moraju razvijati pažljiv pristup gde svaka aktivnost i reč reflektuju stvarnu želju za podsticanje i razvoj novih ideja. Namera ovog rada sastoji se u ukazivanju na elemente organizacionog dizajna nepohodne za inovativne procese, kao i analize koliko je organizacioni dizajn preduzeća "Pošta Srbije", kao dominantnog javnog operatera na teritoriji Srbije, podesan za generisanje i podršku inovacija.

Ključne reči: inovacija, inovativni procesi, organizacioni dizajn, organizacione promene.

Abstract: In today's fast-paced business environment, innovation is a prerequisite for success and perhaps even for survival. That's why innovation has found its way to the top of the agenda at organizations around the world. Realizing this, many companies have attempted to put systems and processes into place that encourage an innovative culture. To shape a truly innovative culture, the top people in a company need to develop a mindfull approach where their every action and word reflects a real desire to encourage and develop new ideas. This paper have fokus on elements in organizations design necessary for innovation process, and it contain the research of organizational design in "Post of Serbia" about level of adaptionability for inovation.

Keywords: innovation, innovation processes, organizational design, organizational changes.

ZNAČAJ STVARANJA VISKOPRODUKTIVNIH TIMOVA

THE IMPORTANT OF GENERATION THE TEAMS WITH HIGH PERFORMACE

BORISLAV KOLARIĆ

Telekom Srbija a.d.

ROBERT PETROVIĆ

Pošta Srbije

SLOBODAN RADOJČIĆ

Opštinska uprava Irig

Rezime: *Danas, u turbulentnom i veoma promenljivom okruženju, organizacije nastoje stvoriti što fleksibilniju organizacionu strukturu, kao odgovor na kompleksne tržišne zahteve. Mnoge organizacije pribegavaju timskoj strukturi kao optimalnom izboru za efikasnu realizaciju organizacionih ciljeva. Timski rad je veoma važan za nadmetanje na današnjoj globalnoj areni, gde su nivo kolektivnog znanja i harmonija poželjniji od individualnih performansi. Razumevanje snaga i slabosti pojedinaca, individualna uloga svakog člana u timskom okruženju, na koji način jedni druge dopunjuju, postavljanje jasnih ciljeva i učenje članova tima kako da funkcionišu efikasnije, predstavlja celinu relevantnu za efikasnu izgradnju tima.*

Ključne reči: *organizaciona struktura, timski rad, efikasnost tima, izgradnja tima.*

Abstract: *Nowadays, in turbulent and hyperchangeable environment, organizations tend to make more flexibility structure which can answer to many market requires. Many organizations choose team structure as the optimal solution for making the best business goals. Teamwork is essential for competing in today's global arena, where individual perfection is not as desirable as a high level of collective performance. Understanding the strengths and weaknesses of individuals, the role each person plays in a team environment and how they complement each other, setting clear goals and teaching team members how to function more effectively, is all part of effective team building.*

Keywords: *organization structure, team-work, effectiveness team, building team*

ŠTEDNJA I EKONOMSKI RAST

SRPKO KOSORIĆ

Visoka škola unutrašnjih poslova RS Banja Luka

Rezime: Napredne ekonomije svijeta iz godine u godinu akumuliraju značajne nivoe sofisticirane kapitalne opreme, pomijeraju granice tehnoloških znanja i dostignuća i povećavaju svoj bruto nacionalni dohodak po glavi stanovnika – sve zemlje svijeta su usredsređene na što veći ekonomski rast. Ekonomski rast predstavlja ekspanziju potencijalnog bruto nacionalnog dohotka zemlje i širenje granice proizvodnih mogućnosti. Sa aspekta građana, njegov značaj se ogleda u tome što, u smislu rasta autputa po glavi stanovnika, omogućava rast realnih plata i značajno povećanje životnog standarda cijele nacije. Dakle, ekonomski rast predstavlja realan rast materijalne proizvodnje, odnosno rast realnog nacionalnog dohotka, koji se sastoji od zarada i viška proizvoda, a predstavlja novostvorenu vrijednost proizvedenu proizvodnim radom u datom obračunskom periodu.

Finansiranje ekonomskog rasta je pitanje od ogromnog značaja za svaku zemlju, a posebno za one u razvoju. Za finansiranje rasta se mogu koristiti sopstveni ili strani izvori. Štednja (novčana akumulacija) je sopstveni izvor finansiranja rasta koji predstavlja odricanje određene generacije od potrošnje u odnosu na prethodnu, u svoju i korist buduće generacije. Oslanjanje na štednju smanjuje zavisnost od spoljnih izvora, i samim tim i neizvjesnost koju oni nose.

Tema ovog rada je odnos štednje i ekonomskog rasta. U njemu su na početku objašnjeni pojam i nastanak štednje, sa posebnim akcentom na zemljama u razvoju u kojima uzrok niskog nivoa štednje nije uvijek siromaštvo ili nesposobnost privrede da proizvede viškove, već često i neravnomjerna raspodjela dohotka među različitim slojevima stanovništva. Zatim je opisan uticaj štednje na sastav kapitala, kao i njeni odnosi sa potrošnjom. Tu je ukazano na veliki potencijal povećanja stope štednje u nerazvijenim zemljama kroz eksproprijaciju. Dalje je predstavljena pozitivna korelacija između stope štednje i stope ekonomskog rasta, pri čemu je dat osvrt i na druge faktore koji utiču na brzinu ekonomskog rasta u nerazvijenim zemljama.

WEB2.0 ALATI ZA PODRŠKU TUTORSKOM RADU SA STUDENTIMA

WEB2.0 TOOLS FOR SUPPORTING TUTORIAL WORK WITH STUDENTS

ZORAN LOVREKOVIĆ

Visoka tehnička škola strukovnih studija, Novi Sad

MIODRAG PAVLOVIĆ

Visoka strukovna škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije,
Sremski karlovci

Rezime: Ovaj rad prezentuje Web2.0 alate koji omogućuju tutorima određenim iz reda profesora da prate sva postignuća i na vreme uoče probleme koje student može imati u radu. Takođe, studenti i sami imaju uvid u sve zabeleške profesora vezane za njihov rad na predmetu.

Ključne reči: Web2.0 alati, tutorski rad, studentska postignuća

Abstract: This paper presents Web2.0 tools that enable personal tutors to monitor student achievements in multiple subjects and timely predict and notice possible problems that students may have in their study work with all their professors. The Tools allow students to have insight in all notices that professors enter regarding his/her study work in every subject

Keywords: Web2.0Tools, tutorial work, students achievements

ZAGOVARANJE ŠKOLSKOG BIBLIOTEKARSTVA – BIBLIOTEKAR ZAGOVARATELJ ILI PROFESIONALNI LOBISTA?

ADVOCATING FOR SCHOOL LIBRARIES – LIBRARIAN PROMOTER OR A PROFESSIONAL LOBBYST?

ANA KRŽELJ

Agencija za vaspitanje i obrazovanje, Hrvatsko udruženje školskih bibliotekara
(potpredsjednica), Split, RH

Rezime: Ko bi trebao obavljati ključnu ulogu u edukovanju zajednice (ciljne javnosti) o suštinskoj važnosti školskog bibliotekarstva? Navedeni su preduslovi za uspješno zagovaranje školskih biblioteka te zagovaranje u odnosu na srodne pojmove kao što su: promocija, rad na odnosima sa javnošću i mediji. Navedeni pojmovi sastavni su deo niza aktivnosti s područja marketinga i menadžmenta u obrazovanju. Preduslov uspešnog zagovaranja je sposobnost razlučivanja prioritetnih ciljnih javnosti (stakeholder). U drugom delu rada navedene su marketinške delatnosti koje bi bibliotekar trebao obavljati te je postavljeno pitanje obuhvataju li zagovaranje. Treba li se za taj posao edukovati školski bibliotekar ili zagovaranje treba prepustiti profesionalnim zagovornicima i strukovnim organizacijama sa područja bibliotekarstva? Hipoteza ovog teksta je da školski bibliotekar ne bi trebao biti zagovaratelj, te da bi maksimum njegovog angažmana trebao obuhvatiti rad na odnosima sa javnošću. Podaci o tome što školski bibliotekari dalmatinskih županija misle o navedenom pitanju prikupljeni su instrumentom anonimnog anketnog upitnika, u maju i junu 2011. godine. Glavno obilježje uzorka je izuzetno nizak odaziv. Ujednačenost pozitivnih i negativnih odgovora ukazuje na loše poznavanje materije zagovaranja i nameće zaključak da će biti potrebno sistematski edukovati bibliotekare o navedenoj problematici, kako bi mogli odlučivati o tome ko će ih zastupati.

Ključne reči: ciljne javnosti (stakeholder), lobiranje, mediji, menadžment marketinga, odnosi sa javnošću, promocija, školsko bibliotekarstvo, zagovaranje.

Abstract: Who should perform a key role in educating the community (target public) about the essential importance of school libraries? These are the prerequisites for a successful advocate for school libraries and advocacy in relation to related concepts such as publicity, working on public relations and media. These concepts are an integral part of a series of activities in the field of marketing and management in education. A prerequisite of successful advocacy is the ability to recognize the priority of the target public (stakeholder). The second section lists the marketing activities that a librarian should perform and asked to include advocacy. Should this job to educate the school librarian or advocacy should be left to professional advocates and professional associations on librarianship? The hypothesis of this paper is that the school librarian should be an advocate, and that the maximum of his engagement should include work on public relations. Information about what school librarians Dalmatian counties think on this issue have been collected by the instrument by an anonymous questionnaire in May and June 2011. year. The main characteristic of the sample is extremely low turnout. Consistency of positive and negative responses indicate poor knowledge of the subject matter of advocacy

and suggests that it will be necessary to systematically educate librarians about the above issues, in order to decide who will represent them.

Keywords: *target public (stakeholders), lobbying, media, marketing management, public relations, publicity, school librarianship, advocacy.*

PRAKTIČNE PRIMENE UPRAVLJANJA ZNANJEM U FIRMAMA
PRACTICAL APPLICATIONS OF KNOWLEDGE MANAGEMENT IN COMPANIES

VANJA MALOBABIĆ
JP »SPC Vojvodina» SC »Sajmište», Novi Sad

Rezime: *Da vidimo(rekapituliramo) šta smo rekli o osnovama učenja i kako to benchlearning stavlja u koncept:*

Iskustvo: igra glavnu ulogu(ključ)u benchlearningu

Varijacije: ohrabruje(podstiče)učenje i razumevanje i stimuliše kreativnost

Iskustvo drugih ljudi: u benchlearningu, je spona(poluga, veza) za razumevanje kako sam biznis bi trebalo da se razvije

Teorija inovacije: asocijacija novih elemenata znanja i razumevanja pomoću kojih benchlearning spoznaje mogućnost da se inovira

Moć: benchlearning je efektivno oružje i teži da usvoji tendenciju, da učvrsti ime u odbrani moćne pozicije koja nije bazirana na kompetenciji

Turbulence: benchlearning nam pomaže da bolje razumemo promene u stvarnosti

Strategija: benchlearning trenira strategijsko razmišljanje na mogućim nivoima u kompaniji i gde je najpotrebnije

Inicijativa: benchlearning je akcijski orijentisan edukativni metod koji daje učesnicima slobodu da glume na svoju inicijativu.

Izgleda, da, benchlearning ima odgovore na mnoga pitanja nastala u modernoj teoriji znanja.

Ključne reči: *inicijativa, strategija, turbulenca, moć, iskustvo, benchlearning*

Abstract: *Let us now recapitulate what we have said in this review of the fundamentals of learning, and see how benchlearning fits into the context:*

experience: plays a key part in benchlearning

variation: encourages learning and understanding and stimulates creativity, a feature of benchlearning

other people's experience: in benchlearning, the lever for acquiring understanding of how one's own business ought to be developed

innovation theory: association to new elements of knowledge and understanding through benchlearning cultivates the ability to innovate

power: benchlearning is an effective weapon to combat the tendency to maintain the status quo in defence of a position of power that is not based on competence

turbulence: benchlearning enables us to better understand changes in reality

strategy: benchlearning trains strategic thinking ability in those levels of the company where it is most needed

initiative: benchlearning is an action-oriented educational method that gives the participants freedom to act on their own initiative.

It seems, then, that benchlearning supplies answers to many of the questions raised by modern knowledge theory.

Keywords:*initiative, strategy, turbulence, power, experience, benchlearning*

UNAPREĐENJE ZDRAVLJA I BEZBEDNOSTI NA RADU

OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY IMPROVING

NENAD MARKOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

IVAN ŠĆEPANOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

RADOVAN VLADISAVLJEVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: *Pravo na bezbednost i zdravlje na radu je osnovno ljudsko pravo zajamčeno Ustavom Republike Srbije. Bezbednost i zdravlje na radu je multisektoralno rešavanje problema zaštite - bezbednosti, zdravlja i dobrobiti ljudi koji su u radnom odnosu. Razni projekti i programi EU vezani za bezbednost i zdravlje na radu imaju za cilj da podstiču na bezbedno radno okruženje i zaštitu svih članova društva na koje negativno radno okruženje može da utiče. U EU, države članice imaju obavezu da obezbede osnovne pravne zahteve koji se odnose na bezbednost i zdravlje na radu i da uvedu instrumente kojima se obezbeđuje kontrola da su ti zahtevi ispunjeni. U mnogim zemljama EU, postoji dobra saradnja između poslodavca i organizacija radnika da se obezbede dobre performanse. Srbija se još uvek suočava sa izazovom podizanja OHS standarda. U zemljama zapadnog Balkana, poslodavci i zaposleni imaju različite stavove u vezi OHS. Radnici to vide kao način za bolju novčanu naknadu za naporan rad u opasnim uslovima, dok se poslodavci zalažu samo da obezbede pravne okvire. Ne postoje zakoni o naknadi za radnike izložene opasnim i napornim uslovima rada. Ali generalno za sve, svest o zdravlju i bezbednosti je veoma loša. U našoj zemlji ne postoji referentna ustanova koja bi delovala kao spona između svih ciljnih grupa.*

Ključne reči: *zdravlje, bezbednost na radu*

Abstract: *Safety and health at work are a fundamental human rights guaranteed by the Republic of Serbia Constitution. Safety and Health at Work is a multi-disciplinary problem solving protection - safety, health and welfare of the employee. Various EU projects and programs related to safety and health at work aims to promote a safe working environment and protection of all members of society to which a negative work environment can influence. EU member states are obliged to provide basic legal requirements relating to safety and health at work and to introduce instruments to ensure that these control requirements are fulfilled. In many EU countries, there is good cooperation between employers and workers organizations. Serbia still faces the challenge of raising Occupational health and safety standards (OHS). In the Western Balkans, employers and employees have different views on OHS. Employees see it as a way to better compensation for hard work in dangerous conditions, while employers argue only providing the legal framework. There are no laws on compensation for workers exposed to hazardous and*

strenuous conditions. But in general for all, the awareness of health and safety is very poor. In our country there is no institution that acted as a liaison between all target groups.

Keywords: *occupational health, occupational safety*

PROCESNIM PRISTUPOM DO UNAPREĐENJA RADA U ORGANIZACIJI

PROCESSING APPROACH TO IMPROVEMENT IN THE ORGANIZATION

SUZANA MILJAK
HEP, ODS Elektra Šibenik, Šibenik

Rezime: Procesni pristup uključuje usmjerenost na radne tokove i procese unutar organizacije te se takvim pristupom procesi pokušavaju učiniti vidljivim, čime se unapređuje rad u organizaciji. Procesni pristup poučan je zato što slijedi način stvarnog obavljanja posla u organizaciji. Kako bi se uspješno odredili poslovni procesi, potrebno je znati njihova obilježja a to su da svaki proces ima svrhu, vlasnika i da ima početak i završetak. U procesu ulaze inputi a izlaze outputi te na temelju ulaza i izlaza utvrđuje se uspješnost procesa. Iako su poslovni procesi sastavni dio svake organizacije, vrlo rijetko se opisuju i analiziraju, a upravo opis stvarnog načina obavljanja poslova u organizaciji mogu biti najvredniji podaci koji se mogu prikupiti. Pri analizi poslovnih procesa najčešće se upotrebljavaju različite vrste dijagrama.

Autorica u ovom radu objašnjava procesni pristup unapređenja rada u organizaciji te način i metode analize poslovnog procesa.

Ključne riječi: procesni pristup, analiza poslovnog procesa, dijagram toka

Abstract: Process approach includes a focus on work flows and processes within the organization and with that access process are trying to make it visible, thus improving the work of the organization. Process approach is instructive because it follows the way of actual performance of work in the organization. In order to successfully determine the business processes, it is necessary to know their characteristics and those are that each process has a purpose, and that the owner has a beginning and ending. In the process of entering inputs and outputs, and outputs based on inputs and outputs determines the success of the process. Although business processes are an integral part of every organization, it is rarely described and analyzed, with just a description of the actual business practice in the organization may be the most valuable data that can be collected. In the analysis of business processes usually employ different types of diagrams. The author of this paper explains the process approach to improve work organization and the manner and methods of analysis of business processes.

Keywords: process approach, the analysis of business process, flow chart

ZNANJE U FUNKCIJI ORGANIZACIJE KOJA UČI

KNOWLEDGE IN THE FUNCTION LEARNING ORGANIZATION

LJILJANA MIHAJLOVIĆ

Visoka škola primenjenih strukovnih studija, Vranje

PETRONIJE JEVTIĆ

Visoka škola primenjenih strukovnih studija, Vranje

Rezime: U savremenim, veoma turbulentnim uslovima poslovanja i okruženju koje se konstantno menja, oblikovanje organizacije koja uči podrazumeva stvaranje specifičnih promena u liderstvu, organizacionoj strukturi, poslovnoj strategiji i kulturi organizacije. Brzo reagovanje na promene u okruženju nije više pokazatelj prednosti organizacije. Sve više se zagovara stav da savremene organizacije moraju da budu inovatori ili će ih konkurencija uništiti. Zapravo, savremene organizacije moraju biti proaktivni generatori promena. Kao imperativ, savremenim organizacijama se nameće da svoje radnike inspirišu za interpretaciju savremenih dostignuća nauke i tehnologije, znanja i iskustva drugih, da koriste sopstveni talenat, timski rad i sposobnost učenja. U svetu digitalne ekonomije znanje se prepoznaje kao svojevrsni resurs, identično kao što su ostali resursi: materijalni, finansijski i informacioni.

Ključne reči: Organizacija koja uči, ekonomija zasnovana na znanju, nova menadžment paradigma.

Abstract: In modern, highly turbulent conditions and in an environment that is constantly changing, forming a learning organization involves the creation of specific changes in leadership, organizational structure, business strategy and culture of the organization. Fast response to changes in the environment is no longer an indicator of the benefits of the organization. Are increasingly advocating the view that modern organizations must be innovative and will destroy the competitors.. In fact, modern organizations must be proactive generators change. Imperative of modern organizations is imposed to inspire their employees to interpret contemporary achievements of science and technology, knowledge and experience of others, to use their own talent, teamwork and ability to learn. In the world of digital economy knowledge is recognized as a unique resource, the same as other resources: material, financial and information.

Keywords: Learning organization, knowledge-based economy, a new management paradigm

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) nadje 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

KULTURA – NEOPHODAN ELEMENT ORGANIZACIJE KOJA UČI

CULTURE - THE NECESSARY ELEMENT OF LEARNING ORGANIZATION

DRAGAN MIHAJLOVIĆ

Fakultet za menadžment, Zaječar

MILICA PAUNOVIĆ

Visoka škola za menadžment i biznis, Zaječar

ANĐELIJA PLAVŠIĆ

Visoka škola za menadžment i biznis, Zaječar

Rezime: Globalizacija poslovanja, brze tehnološke promene i kulturne razlike usloveli su neophodnost formiranja i razvoja organizacije koja uči. To je organizacija koja razvija sistemsko mišljenje, otvorene komunikacije, neguje kulturu zajedništva, timski rad, razvoj zaposlenih i sl. Da bismo shvatili „dušu” jedne organizacije, potrebno je otići ispod nivoa organizacionih modela, pisanih pravila i strukture. Potrebno je ući u skriveni svet organizacione kulture. Upravo je karakteristična organizaciona kultura ta koja je zajednička svim uspešnim kompanijama. Cilj ovog rada je da ukaže na značaj, kako kulture uopšte, tako i organizacione kulture u razvoju organizacije koja uči.

Ključne reči: kultura, organizacija, organizacija koja uči, organizaciona kultura

Abstract: The globalization of business, rapid technological changes and cultural differences have caused the necessity of the formation and development of a learning organization. It is an organization that develops systems thinking, open communication, it fosters a culture of togetherness, teamwork, employee development and so on. To understand a “soul” of an organization, it is necessary to go below the level of organizational models, written rules and structures. It is necessary to enter the hidden world of organizational culture. It is the characteristic organizational culture that is common to all successful companies. The aim of this paper is to emphasize the importance of both general and the organizational culture in the development of a learning organization.

Key words: culture, organization, learning organization, organizational culture

UPRAVLJANJE IZGRADNJOM ETIČNE ORGANIZACIONE KULTURE

MANAGEMENT OF CREATING ETHICAL ORGANIZATIONAL CULTURE

DRAGANA MITRIĆ AĆIMOVIĆ
Filozofski fakultet, Odsek za psihologiju, Novi Sad

SONJA VUKOBRAT
Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Izgradnja etične organizacione kulture jedan je od prioriternih zadataka menadžmenta brojnih svetskih organizacija, pre svega kao posledica velikih korporativnih skandala koji su obeležili proteklu deceniju. Međutim, uspostavljanje ovakve kulture deo je i procesa građenja konkurentne prednosti. Naime, iako istraživanja povezanosti etičkog učinka i mera finansijskog učinka daju nedosledne rezultate, ona nedvosmisleno govore o pozitivnom odnosu etičkog učinka i povećanih napora zaposlenih, niže fluktuacije radne snage, privrženosti organizaciji, i većoj društvenoj odgovornosti. Ovaj rad bavi se faktorima etičnosti organizacione kulture, i pitanjem na koji način se može upravljati izgradnjom i očuvanjem etične kulture. Predlažu se odgovarajući procesi i postupci upravljanja ljudskim resursima koji su u funkciji izgradnje željene kulture. Takođe se ukazuje i na teškoće uspostavljanja etičnijih organizacija u društvu u tranziciji, kakvo je prisutno u Srbiji.

Ključne reči: etika, organizaciona kultura, menadžment ljudskih resursa, konkurentna prednost

Abstract: Building ethical organizational culture is one of the priority tasks of management of many world organizations, primarily as a result of large corporate scandals that have marked the past decade. But creating such a culture is also part of the process of building competitive advantage. Although the research of relationship between ethical performance and measures of financial performance give inconsistent results, they clearly show a positive relation between ethical performance and increased employee effort, lower labor turnover, commitment to the organization, and greater social responsibility. This paper focuses on the factors of ethical organizational culture, and the question of how one can manage the construction and preservation of ethical culture. Appropriate processes and procedures of human resource management in a function of building the desired culture are proposed. Paper also points to the difficulty of establishing more ethical organizations in a society in transition, as it is present in Serbia.

Keywords: ethics, organizational culture, human resource management, competitive advantage

MARKETING KONCEPT STRATEGIJE POLICIJSKOG DJELOVANJA

MARKETING CONCEPT OF THE POLICE STRATEGY

SAŠA MITRIĆ
Banja Luka, BiH

Rezime: Marketing strategija policijskog djelovanja je strategija depolitizovanih, nepristrasnih i odgovornih policijskih službi, posvećenih interesima zajednice. Kao organizacijska filozofija zasnovana na partnerstvu, stvara čvršće i prisnije veze između policije i građana, unapređujući tako međusobnim povjerenjem i ukupan poslovno – investicioni ambijent. Počiva na pretpostavci da policija i zajednica rade zajedno na prepoznavanju i pronalasku rješenja za probleme koji ih opterećuju, a smanjenjem straha razvija se društvo sigurnosti i prosperiteta. Ovakva strategija polazi od činjenice da nisu samo policijske agencije odgovorne za bezbjednosne probleme, zbog čega, temeljena na principima profesionalnosti, odgovornosti, partnerstva, transparentnosti, prevencije, rješavanja problema i orijentisanosti ka uslugama i upravljanju projektima, strateški pokreće i organizuje sve subjekte društvene zajednice. Marketing pristup kreiranju strategije rada policijskih struktura važan je, dakle, sa stanovišta unapređenja operativne efikasnosti policijskih struktura, obezbjeđivanja funkcionisanja pravne države i jednakog pristupa pravdi, poboljšanja prava i sloboda svih građana, podizanja standarda servisa javne uprave, a ima važnu ulogu i u ispunjavanju kriterijuma globalnih integracionih procesa.

Ključne riječi: policija, zajednica, partnerstvo, marketing strategija, bezbjednost, prosperitet

Abstract: Marketing strategy of the police activity is the strategy of the depoliticized, impartial and responsible police services, dedicated to the interests of the community. As organizational philosophy based on partnership, creates stronger relations between police and citizens, thus enhancing mutual trust and the overall business and investment environment. It's based on the assumption that the police and community work together on identification and the problem solving which is a burden to them, reduction of fear develops the society of the security and prosperity. This strategy is based on the facts that the police agencies are not only responsible for the security problems, which is why, based on the principles of the professionalism, responsibility, partnership, transparency, prevention, problem solving and orientation to services and the project management, initiates and organizes all the subjects of the community. Marketing approach to creation of the strategies of law enforcement structures is important, therefore, from the viewpoint of the operational efficiency of the law enforcement, enabling the function of the legal state and equal access to justice, improve the rights and freedoms of the all citizens, raise standards of the public service administration, has very important role in meeting the criteria of the global integration processes.

Key words: police, community, partnership, marketing strategy, safety, prosperity

BEZBEDNOST I ZDRAVLJE NA RADU KAO KLJUCNI FAKTOR UPRAVLJANJA LJUDSKIM POTENCIJALOM

SECURITY AND HEALTH ON WORK AS A KEY FACTOR OF HUMAN POTENTIAL MANAGEMENT

OLIVER MOMČILOVIĆ
Fakultet za menadžment, Novi Sad

VLADIMIR MARINKOVIĆ
Visoka strukovna škola za preduzetništvo, Beograd

Rezime: *Savremeno poslovanje i menadžment izloženi su danas velikim promenama i turbulencijama koje diktiraju nove, globalne ekonomske okolnosti. Nova ekonomija zasniva se na menadžmentu znanja a prioritetan resursi koji uslovljavaju uspešnost preduzeća i organizacija su ljudski resursi. Nove tehnologije i napredak nauke su uslovlili da filozofija doživotnog učenja i usavršavanja bude conditio sine qua non svake organizacije. Međutim, savremeni zahtevi u procesu rada zahtevaju od svih zaposlenih, u svim sektorima veoma dobru psiho-fizičku spremnost kako bi mogli da prevaziđu stresne situacije i probleme koje diktiraju svakodnevne promene na tržištu i sve veća i snažna konkurencija. Bezbednost i zdravlje na radu predstavljaju neodvojivi deo procesa i aktivnosti upravljanja ljudskim resursima koje kao glavni cilj ima pospešivanje produktivnosti i profitabilnosti preduzeća. Kako bi zaposleni bili maksimalno motivisani za rad, potrebno je voditi pro-aktivnu politiku i poštovati evropske standarde po pitanju bezbednosti i zdravlja na radu.*

Ključne reči: *bezbednost, zdravlje, upravljanje, ...*

Abstract: *Modern business and management are now exposed to great changes and turbulence that determine the new global economic circumstances. The new economy based on knowledge management a priority resources that influence success of enterprise and organization of human resources. New technologies and scientific advances have brought about the philosophy of lifelong learning and training is a conditio sine qua non of any organization. However, new requirements in the work required of all employees in all sectors of a very good psychological and physical readiness in order to overcome stressful situations and issues that determine the daily changes in the market and the increasing competition and strong. Safety and health at work are an integral part of the process and human resource management activities whose primary goal is boosting productivity and profitability of enterprises. How would employees be most motivated to work, you need to take a proactive policy to respect European standards regarding safety and health at work.*

Keywords: *safety, health, management, ...*

NOVINARI TV RTV¹ O DIGITALIZACIJI

DUBRAVKA VALIĆ NEDELJKOVIĆ

Filozofski fakultet, Novi Sad

Rezime: Cilj istraživanja predstavljenog u ovom radu je bio da se proceni koliko novinari javnog servisa Vojvodine, medija viđenog da bude lider u procesu prelaska sa analognog na digitalno zemaljsko emitovanje televizijskog programa, poznaju ovu problematiku.

U junu 2011. anketirano je 60 novinara i urednika svih uzrasta u televiziji javnog servisa Vojvodine. Rezultati su potvrdili polaznu hipotezu da novinari i urednici nisu u dovoljnoj meri informisani, niti imaju zadovoljavajuće znanje o digitalnim medijskim tehnologijama.

Ključne reči: analogno, digitalno, zemaljsko emitovanje televizijskih sadržaja, novinari, urednici, javni servis Vojvodine.

¹ Radio televizija Vojvodine, javni servis Vojvodine.

ISTRAŽIVANJE STAVOVA PREMA PROMENAMA*

RESEARCH ATTITUDE FOR CHANGE

LEPOSAVA GRUBIĆ-NEŠIĆ
Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

SLAĐANA ČABRILO
Fakultet za uslužni biznis, Novi Sad

LJUBICA DUĐAK
Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad

Rezime: Pozitivni stavovi prema promenama predstavljaju osnovu razvoja ljudskog kapitala. U radu se razmatraju sledeći aspekti stavova prema promenama: spremnost za promene, otpori promenama, strahovi od promena i socijalni uticaji na promene. Rezultati istraživanja pokazuju delimičnu spremnost za promene. Prema rezultatima istraživanja najveći uticaj na odnos prema promenama imaju referentne grupe u kojima se pojedinci kreću i čije vrednosne okvire su usvojili.

Ključne reči: odnos prema promenama, zaposleni.

Abstract: Positive attitudes towards changes represent the basic of human capital development. In paper work, attitudes towards changes are seen throughout listed aspects: willingness to change, resistance to change, fear and social and group influence. Results of research show a partly willingness to change of our respondents surveyed. References groups, in which are adopted sense of values and social frameworks, are having the largest impact on attitudes toward the changes.

Keywords: attitude, change, employee

* Rad je nastao kao deo projekta finasiranog od strane Ministarstva za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije, broj 47020, pod nazivom: Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene

EMOCIONALNA INTELIGENCIJA I PONAŠANJE MENADŽERA

GORDANA NIKIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

PREDRAG NIKIĆ

Univerzitet Alfa, Novi Beograd

Rezime: Imajući u vidu da je menadžersko vođstvo proces prožet različitim afektivnim relacijama, i iz perspektive menadžera i iz perspektive zaposlenih u radu se istražuju ključne komponente emocionalne inteligencije i njihov značaj na menadžersko upravljanje. Emocionalna inteligencija se sagledava kao moguć instrument vođenja organizacionih promena. Emocionalno inteligentne menadžere izdvajaju sposobnosti i veštine kreativnog i fleksibilnog pristupa u ostvarivanju organizacionih ciljeva. Oni shvataju da organizacija nije samo mesto za ostvarivanje poslovnih zadataka već i socijalna sredina u kojoj se susreću potrebe tržišta, akcionara – vlasnika, saradnika i zaposlenih. Emocionalna inteligencija menadžerima omogućava da prepoznaju, na odgovarajući način izraze emocije i upravljaju emocionalnim odnosima u organizaciji.

Ključne reči: menadžment, emocionalna inteligencija, ponašanje menadžera, organizaciono ponašanje.

ZNAČAJ UPRAVLJANJA ZNANJEM U TRIZ METODOLOGIJA SA CILJEM PREDIKCIJE MOGUĆIH ISHODA

IMPORTANCE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT IN TRIZ METHODOLOGY FOR PREDICTION OF POSSIBLE OUTCOMES

DRAGOSLAV NIKOLIĆ
Fakultet za menadžment, Novi Sad

NENAD ČANAK

RADOVAN VLADISAVLJEVIĆ
Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: U radu biće prikazana TRIZ metodologija kao potpuno nova paradigma ne samo za upravljanje razvojem već i kao metoda za predikciju mogućih inovacija. Polazište ovog rada je u radovima „Genrich Altshuller“ - a i njegovih sledbenika, sa naročitim osvrtom na analizi патената i traženja sličnih ili istih rešenja za date probleme. Naglasak ovog rada je na upravljanje ljudskim kapitalom, naročito u domenu upravljanja znanjem i obrazovanjem kadrova.

Ključne reči: TRIZ metodologija, upravljanje razvojem, upravljanje znanjem, inovacije, upravljanje ljudski resursi, obrazovanje

Abstract: In this paper authors will introduce TRIZ methodology as new managerial paradigm not only for product development but as model for prediction for possible outcome. Starting point of this paper is in work of Genrich Altshuller and their followers, there will be special retrospective view on patent analyze and finding similar or same solutions for given problems. An emphasis in this paper is human resource management, especially on the field of knowledge management and education.

Key words: TRIZ methodology, new product development management, knowledge management, innovation, human resource management, education

RAZUMEVANJE KREDIBILITETA I NAČIN KORIŠĆENJA ONLINE MEDIJSKOG SADRŽAJA KOD STUDENTSKE POPULACIJE

UNDERSTANDING CREDIBILITY AND WAYS OF USAGE ONLINE MEDIA CONTENT IN STUDENT POPULATION

SANJA NOVAK

Fakultet za menadžment, Novi Sad

GORAN BULATOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

LJILJANA LJ. BULATOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Ovaj rad predstavlja istraživanje koje obuhvata teorijske i praktične dileme u vezi sa internetom kao globalnim i masovnim medijem i obrazovanjem u novim uslovima informacionog doba. Relacije koje smo u radu proučavali su edukator - konzument i edukator – budući onlajn medijski radnik. Utvrđivanjem prirode odnosa konzumenata (ispitanika istraživanja – studenata Univeziteta u Novom Sadu) prema internetu i onlajn medijskom sadržaju, pokušali smo dati smernice razvoja programa edukacije o onlajn medijima, a sve u okviru osnovnih teorijskih pitanja dominacije interneta nad tradicionalnim medijima, kredibilnosti informacija na internetu i stepena funkcionalne onlajn medijske pismenosti – interreagovanja sa onlajn medijima i medijskim sadržajem.

Ključne reči: Mediji, obrazovanje, onlajn medijska pismenost, kredibilitet online medijskog sadržaja,

Abstract: This paper represents a research that summarizes theoretical and practical dilemmas about the internet as a global and mass media and education in terms of this new information age. Relations which we have been studying are educator – consumer and educator – future online media producer. Establishing the nature of the relationship between consumers (in this paper the survey sample were the students of The University of Novi Sad) and the internet and online media content, we have tried to give quality guidelines to how an education programme concerning online media should be organized. And all in terms of basic questions about the internet domination over the traditional media, the credibility of online media content and about functional online media literacy – interaction with online media and online media content.

Key words: Media, education, online media literacy, credibility of online media content

KOMPARATIVNA ANALIZA OTPORA PROMENAMA U MALIM, SREDNJIM I VELIKIM PREDUZEĆIMA U VOJVODINI

COMPARATIVE ANALYSIS OF RESISTANCE TO CHANGE IN SMALL, MEDIUM AND LARGE COMPANIES IN VOJVODINA

ORČIĆ DRAGO

Fakultet za menadžment, Novi Sad

ORČIĆ VLASTA

Muzička škola „Josip Slavenski“, Novi Sad

ARSENIJEVIĆ OLJA

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Upravljanje procesom promena u preduzećima jedan je od ključnih elemenata uspostavljanja i unapređivanja kvaliteta proizvoda i usluga. Promene podstiču zaposlene da se povezuju, čvršće sarađuju jedni sa drugima, dele informacije, suočavaju se sa izazovom međusobnih različitosti, menjaju paradigmu, unapređuju svoje veštine i podređuju lične interese zajedničkim interesima kompanije. Na tržištu opstaju samo one organizacije koje uspevaju da zadovolje specifične zahteve svojih klijenata. Promene podstiču zaposlene da se povezuju, čvršće sarađuju jedni sa drugima, dele informacije, suočavaju se sa izazovom međusobnih različitosti, menjaju paradigmu, unapređuju svoje veštine i podređuju lične interese zajedničkim interesima kompanije.

Predmet ovog rada je empirijsko istraživanje tolerancije prema promenama u malim, srednjim i velikim preduzećima u Vojvodini. Osnovni problem je da se ustanovi ukupni nivo tolerancije prema promenama kao i tri specifična.

Abstract: Managing the change process in companies is one of the key elements of establishing and unapređivanja quality products and services. Changes to encourage employees to connect, collaborate tightly with each other, share information, they face the challenge of each other's differences, paradigm change, improve their skills and personal interests subordinate the common interests of the company.

Survive in the market only those organizations that fail to meet the specific requirements of its customers.

Changes to encourage employees to connect, collaborate tightly with each other, share information, suočavaju the challenge each other's differences, paradigm change, improve their skills and personal interests subordinate the common interests of the company. This paper is an empirical study of tolerance to changes in small, medium and large enterprises in Vojvodina. The main problem is to determine the overall level of tolerance for change as well as three specific.

THE CAF AS AN INSTRUMENT THAT SUPPORTS THE KNOWLEDGE MANAGEMENT

IVETA PAULOVÁ

Department of Industrial Engineering, Management and Quality , Faculty of Materials
Science and Technology, Slovak University of Technology, Trnava, Slovak Republic

JAROMÍRA VAŇOVÁ

Department of Industrial Engineering, Management and Quality , Faculty of Materials
Science and Technology, Slovak University of Technology, Trnava, Slovak Republic

MONIKA JURKOVIČOVÁ

Director of the Quality Department, Slovak Office of Standards. Metrology and Testing,
Bratislava, Slovak Republic

Abstract: *The CAF Model is a common European quality framework that can be used across the public sector as a tool for organisational self - assessment. Many organisations that are thinking of implementing the quality management system ask why to use the CAF Model. CAF is an excellent starting point for an organisation in its way to quality. Being a self-assessment tool it also has the advantage of involving the employees of an organisation and asks them to openly express their own views. The CAF Model supports very strongly organizational learning and it is proven that it helps individual employees in an organisation but also CAF improvement teams to share valuable organizational insights, to discover overlaps in organisational processes and thus reduce redundant work, to set new systems for retaining intellectual capital as employees turnover in an organization, and to adapt to changing environments.*

Keywords: *CAF, Common Assessment Framework , self – assessment, quality, knowledge management*

IDERSTVO I MENADŽMENT ZNANJA

LEADERSHIP AND MANAGEMENT KNOWLEDGE

MARKO PAVLOVIĆ

Privredna Akademija Novi Sad, e-mail: pmarko2003@ptt.rs

BILJANA BRANKOVIĆ

JP PTT Saobraćaja Srbije, e-mail: biljanica@ptt.rs

Rezime: Rad ima za zadatak da analizira liderstvo i menadžment znanja. U radu su obrađene sledeće oblasti: pojam i značaj lidera, razlike između menadžera i lidera, pristup liderstvu, savremene teorije liderstva, vrste liderstva u menadžmentu znanja zatim uloga lidera u ekonomiji znanja i dati su šematski prikazi stilova liderstva, Fiedlerov model liderstvazatim Hersey model liderstva. Cilj rada je da istraži kakva je uloga menadžera sa liderskim sposobnostima u upravljanju znanjem u organizacijama.

Ključne reči: Liderstvo, menadžment, menadžment znanja, analiza, savremene teorije.

Abstract: The work has the task to analyze the leadership and management skills. The paper covered the following areas: the concept and importance of leadership, the differences between managers and leaders, leadership approach, contemporary theories of leadership, types of leadership in knowledge management and leadership role in the knowledge economy and make the schematic representation of styles of leadership, Fiedler model leadership model of Hersey liderstvazatim . The aim is to investigate the role of managers with liderskim sposobnostima in knowledge management in organizations.

Keywords: Leadership, management, knowledge management, analysis, contemporary theories

UPRAVLJANJE ZNANJEM KAO OSNOVA MAKROEKONOMSKOG RAZVOJA – ANALIZA PROMJENE UTJECAJA VARIJABLI LJUDSKOG KAPITALA NA STUPANJ RAZVIJENOSTI ZEMALJA SVIJETA

KNOWLEDGE MANAGEMENT AS A BASIS FOR MACROECONOMIC DEVELOPMENT – ANALYSIS OF CHANGES IN VARIABLES OF HUMAN CAPITAL ON THE DEVELOPMENT LEVEL OF COUNTRIES

ŽELJKO POŽEGA

Ekonomski fakultet u Osijeku

BORIS CRNKOVIĆ

Ekonomski fakultet u Osijeku

GORAN SUČIĆ

Filozofski fakultet u Splitu

Rezime: Istraživanje je imalo za cilj testirati hipotezu da varijable na razini zemalja svijeta i to: ulaganje u primarno obrazovanje, ulaganje u sekundarno obrazovanje, ulaganje u terciarno obrazovanje, broj korisnika Interneta, ulaganje u istraživanje i razvoj, broj istraživača, izvoz te porast produktivnosti imaju značajan pozitivan utjecaj na ekonomski i društveni razvoj neke zemlje, kao i da varijable na razini svijeta i to: broj stanovnika, uvoz, ukupni dug te stopa inflacije imaju značajan negativan utjecaj na životni standard stanovnika neke zemlje. Istraživanjem je dokazano da se postavljena hipoteza u cijelosti odbacuje kao negativna, odnosno, preciznije, da je u jednom svom dijelu pozitivna, a u jednom dijelu negativna.

Zaključno, istraživanje je pokazalo kako se na makroekonomskoj razini, zna li se utjecaj svake od promatranih varijabli na stupanj razvijenosti neke zemlje, odnosno životni standard njenih stanovnika promatran kroz BDP p.c., može sustavno planirati i programirati ulaganja u pojedine sektore te značajno utjecati na više i brže stope ekonomskog i društvenog razvoja neke zemlje. Istraživanje pokazuje koje varijable i u kojem stanju stupnja razvoja neke zemlje imaju pozitivan ili negativan utjecaj kao i značajnost tog utjecaja na stupanj razvoja i gospodarski rast te se, shodno tome, mogu odrediti prioritete državnih, odnosno makroekonomskih ulaganja. Također, istraživanje je pokazalo konstantan značajan i vrlo značajan pozitivan utjecaj varijable ulaganje u terciarno obrazovanje na stupanj razvijenosti neke zemlje kod svih skupina promatranih zemalja, kao i konstantan značajan negativan utjecaj varijable ukupni dug, što implicira kako su te dvije varijable, od svih promatranih, prioritete u vođenju državne monetarne i fiskalne politike zahtijevajući da se, primarno, dakle, ulaže u terciarno obrazovanje te smanjuje ukupni dug.

Ključne riječi: znanje, upravljanje znanjem, ljudski kapital, ekonomski rast, razvoj

Summary: Research hypothesis is that the variables: investment in primary education, investment in secondary education, investment in tertiary education, the number of Internet

users, investment in research and development, the number of researchers, exports and productivity growth have a significant positive impact on economic and social development of the country. The hypothesis of the research is also that the variables: the number of inhabitants, imports, total debt and inflation have a significant negative impact on the living standard. Research has shown that hypothesis are negative.

Finally, research has shown that the macroeconomic level can be systematically planned investments in certain sectors and significantly affect the higher and faster rates of economic and social development of the country. Research shows that the variables have a positive or negative impact on the level of development and economic growth. Also, research has shown a constant positive and significant influence of the investment in tertiary education at the level of development of the country. Research has shown a constant and significant negative influence of total debt to the degree of development of the country. The conclusion is that the priorities of monetary and fiscal policies must be investment in tertiary education and the reduction in total debt.

Key words: *knowledge, knowledge management, human capital, economic growth, development*

ULOGA UČEĆIH ORGANIZACIJA U KREIRANJU DRUŠTVA ZNANJA

THE ROLE OF LEARNING ORGANIZATIONS IN THE CREATING OF THE LEARNING SOCIETY

JELENA PREMOVIĆ

LJILJANA ARSIĆ

Ekonomski fakultet Priština-Kosovska Mitrovica

KRISTINA CVETKOVIĆ

Visoka poslovna škola strukovnih studija Blace

Rezime: Naučno-tehnološki razvoj sa početka XXI veka, uticao je na promene u društveno-ekonomskim procesima koje su praćene stalnim zahtevima za povećanjem konkurentnosti, produktivnosti i kvaliteta rada.

Razvoj u sferi tehničko-tehnoloških dostignuća, uslovio je i značajnu transformaciju organizacionog ponašanja i delovanja, apostrofirajući značaj razvoja ljudskih resursa za uspešno poslovanje u savremenom poslovnom okruženju. Adekvatno i pravovremeno reagovanje u nepredvidivim uslovima poslovanja je od suštinskog značaja, a pretpostavka za takvo reagovanje menadžmenta je da zaposleni poseduju „naviku učenja, sposobnosti i znanja, kao i želju da uče.“

U društvu znanja kojem teži savremeno svetsko društvo, organizacije konkurentsku prednost baziraju na znanju i iskorišćavanju potencijalnih šansi i mogućnosti za čiju realizaciju je neophodno znanje. Zbog toga se uspešnim organizacijama današnjice smatraju učeće organizacije koje svoje poslovanje zasnivaju na znanju kroz kontinuirano ulaganje u razvoj obrazovanja, znanja i učenja zaposlenih.

Ključne reči: ljudski resursi, znanje, učenje, učeće organizacije, društvo znanja.

Abstract: Scientifical-technological progress at the beginning of the XXI century, caused the changes in the society-in economic processes which were escorted by constant demands for the increasing of the competitiveness, productivity and work quality.

Development in the field of technical-technological achievement stipulated the significant transformation of the organized behaviour and acting, emphasis the importance of human resources development for successful management in the contemporary business environment. Adequate and „just in time“ reaction in the unpredictable business conditions has the crucial role, and presumption for that management reaction is that workers have „learning habit, capabilities and knowledge, and wish for learning“.

In the learning society which wishes to be contemporary world society, organizations based their competitive advantages on knowledge and using potential chances and possibilities for which realization knowledge is indispensable. Because of that, the successful

organizations are considered as learning organizations which their own business foccused on knowledge through permanent investment into education, knowledge and learning development of workers.

Keywords: *human resources, knowledge, learning, learning organizations, learning society.*

REFORMA STRUČNOG OBRAZOVANJA U KONTEKSTU USPOSTAVLJANJA DRUŠTVA ZNANJA

REFORM OF THE PROFESSIONAL EDUCATION IN THE CONTEXT OF ESTABLISHING LEARNING SOCIETY

JELENA PREMOVIĆ

AGNEŠ BOLJEVIĆ

Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica

TAMARA PREMOVIĆ

Srednja stručna škola "4. Juli", Vrbas

Rezime: *Savremene tendencije i praksa pokazuju da se razvoj ljudskih resursa kroz unapređivanje znanja, obrazovanja i obuke, nalazi u vrhu prioriteta nacionalnih strategija najrazvijenijih svetskih zemalja. Zajednički imenitelj reformi sistema obrazovanja koje su sprovedene u vodećim evropskim zemljama, sadržan je u nastojanjima da se uspostavi fleksibilan sistem kontinuiranog obrazovanja kako bi se odgovorilo na aktuelne zahteve tržišta. U oblasti stručnog obrazovanja, najveći deo reformskih aktivnosti se odvijao u oblasti razvoja, uvođenja i realizacije novih tzv. pilot obrazovnih profila i nastavnih programa.*

Prateći savremene obrazovne trendove, u Srbiji je 2006. godine doneta Strategija razvoja stručnog obrazovanja u Republici Srbiji. Kao suštinski, strateški ciljevi reforme stručnog obrazovanja Strategijom su apostrofirani: poboljšanje makroekonomskih rezultata zemlje, izgradnja moderne tržišne ekonomije i ostvarenje značajnog napretka u približavanju EU.

Reforma postojećeg sistema stručnog obrazovanja, predstavlja jednu od pretpostavki sveukupnog održivog razvoja Republike Srbije, zbog čega će i realizacija Strategijom definisanih ciljeva biti moguća samo ukoliko su modernizovano i reformisano stručno obrazovanje i obuke prepoznati, na svim nivoima, kao uslov održivog društvenog i ekonomskog razvoja.

Ključne reči: *reforma, učenje, znanje, stručno obrazovanje, društvo znanja.*

Abstract: *Contemporary tendencies and practice show that human resource development, through knowledge and education improvement, is on the top of the priorities of the world most development national strategies. The basic element of the education's system reforms which were taken in the leading european countries, was to establish the flexible system of the permanent education for answering to the actual market demands.*

In the field of professional education, the main part of the reform activities was in the area of the developing, introducing and implementing of new, so called „pilot“ educational profiles and programmes.

Escording trends on the global capital and work market, in the 2006. serbian government bring the Strategy of the professional education development. As crucial, strategic goals of the professional education reform, the Strategy emphasis: improvement of macroeconomics country results, modern market economy building and making significant improvement in the EU integrations.

The reform of the consisting professional education system is one of the basic assumption of the serbian sustainable development in whole, and the reason way realisation of the strategy's defining goals were possible only if the modern and reform professional education were seen, on all levels, as a condition of social and economics development.

Keywords: *reform, learning, knowledge, professional education, learning society.*

SISTEMI ZA UPRAVLJANJE SADRŽAJEM UČENJA KAO PODRŠKA ZAPOSLENIM U PREDUZEĆIMA

MUZAFER SARAČEVIĆ

Faculty of Science and Mathematics, University of Niš, SERBIA

ESAD MEĐEDOVIĆ

Technical Faculty Čačak, University of Kragujevac, SERBIA

SEAD MAŠOVIĆ

Faculty of Science and Mathematics, University of Niš, SERBIA

FARUK SELIMOVIĆ

Department for Computer Sciences, University of Novi Pazar, SERBIA

HAMZA KAMBEROVIĆ

Faculty of Science and Mathematics, University of Niš, SERBIA

Rezime: Razne organizacije tragaju za načinom kako da upravljaju celokupnim radnom sposobnošću kod svojih zaposlenih, bez obzira u kojem se "radnom dobu" oni nalaze. U radu su navedeni neki od načina učenja i razvoja kompetencija, zajedno sa upravljanjem sposobnostima. Organizacije žele da maksimalno iskoriste kapacitete svojih zaposlenih, kao i da kod njih razviju sposobnosti koje u novim uslovima poslovanja postaju neophodne. U procesu upravljanja sposobnostima i mogućnostima ključnu ulogu zauzimaju sistemi za upravljanjem sadržaja učenja (LMS). One sposobnosti koje korisnici LMS-a nisu imali, ovim načinom bi se izgrađivale. Akcenat u ovom radu je na biznis LMS. Na taj način bi organizacije sticale veću uspešnost koristeći svoje, unutrašnje potencijale. U radu su nevedene i mogućnosti mobilnog učenja i socijalnog umrežavanja.

Ključne reči: Business LMS, CM, e-Learning, LCMS, Socijalne mreže

PRIMENA VIRTUELNIH UČIONICA U CILJU POBOLJŠANJA KOLABORATIVNOG RADA ZAPOSLENIH

APPLICATION VIRTUAL CLASSROOM IN ORDER TO IMPROVE THE COLLABORATIVE WORK OF EMPLOYEES

MUZAFER SARAČEVIĆ

Prirodno-Matematički fakultet, Univerzitet u Nišu

SEAD MAŠOVIĆ

Prirodno-Matematički fakultet, Univerzitet u Nišu

FARUK SELIMOVIĆ

Departman za prirodno-tehničke nauke, Univerzitet u Novom Pazaru

ZORAN LONČAREVIĆ

Fakultet Organizacionih nauka, Univerzitet u Beogradu

HAMZA KAMBEROVIĆ

Department for Computer Sciences, University of Novi Pazar, SERBIA

Rezime: U radu je naveden predlog za unapređenje poslovanja i kolaborativnog rada kroz formiranje virtuelnih učionica. To je tehnika koja se u osnovi može definisati kao skup tehnologija, strategija za učenje, prezentacija i raznih aktivnosti za učenje kojima se podstiče i promoviše interakcija u realnom vremenu između grupe korisnika i nastavnika. Virtuelne učionice omogućavaju da se razvijaju i obogate veštine korisnika kao što su rad u grupama i timski rad, rešavanje problema i razmatranje različitih solucija za rešenja, kroz diskusiju koja se odvija u grupi, kao i komunikacione sposobnosti i efikasno korišćenje novih tehnologija. U radu su pomenuti i neki konkretni alati i tehnike koje omogućavaju kolaborativan rad i koje mogu biti sastavni deo virtuelnih učionica ili laboratorija.

Ključne reči: Virtuelne učionice i kancelarije, kolaborativan rad, java apleti, LCMS, socijalno e-obrazovanje

Abstract: In this paper is given proposal for business improvement and collaborative work through the establishment of virtual classrooms. It is a technique which can basically be defined as a set of technologies, learning strategies, presentations and various learning activities that encourage and promote interaction in real time between user groups and teachers. Virtual classrooms allow to develop skills and enrich the user, such as group work and team work, problem solving and consideration of various solutions for solutions through discussion that takes place in the group, as well as communication skills and effective use of new technologies. In this paper is mentioned some concrete tools that enable collaborative work and that may be part of the virtual classroom or laboratory.

Key words: Virtual classrooms and office, collaborative work, java applets, LCMS, social e-learning

MOGUĆNOSTI PRIMENE KONCEPTA UPRAVLJANJA ZNANJEM U SRBIJI

FEASIBILITY OF THE CONCEPT OF KNOWLEDGE MANAGEMENT IN SERBIA

ŽIVKA PRŽULJ

Fakultet za bankarstvo, osiguranje i finansije, Beograd.

DRAGANA BUVAČ

Fakultet za bankarstvo, osiguranje i finansije, Beograd.

Rezime: U savremenim uslovima poslovanja upravljanje znanjem predstavlja jednu od najvažnijih menadžment disciplina. Polazeći od činjenice da je znanje osnovni resurs 21. veka mnoge kompanije su implementirale koncept menadžmenta znanja i na taj način ostvarile velike koristi u različitim oblastima poslovanja a samim tim i značajnu konkurentsku prednost.

Implementacija ovog koncepta zavisi od niza faktora i zahteva mnoge promene u kompaniji a pre svega promene u oblasti korporativne kulture i menadžmenta ljudskih resursa. Kao menadžment discipline u čijem su fokusu ljudi i njihovi odnosi, HR i korporativna kultura moraju biti organizovani tako da omoguće i olakšaju primenu koncepta menadžmenta znanja. Njegova primena ne donosi koristi samo kompanijama već i državama u kojima one posluju i zbog toga mnoge zemlje svoju nacionalnu kulturu prilagođavaju kulturi znanja.

U ovom radu smo želeli da obratimo pažnju na faktore koji predstavljaju glavne prepreke upravljanju znanjem u našoj zemlji i da, kroz analizu nacionalne kulture i analizu razvijenosti menadžmenta ljudskih resursa u našim kompanijama, zaključimo da li je primena koncepta menadžmenta znanja moguća i koje koristi bi donela našim kompanijama i privredi kao celini.

Ključne reči: znanje, upravljanje znanjem, menadžment ljudskih resursa, korporativna kultura.

Summary: Knowledge management is one of the most important disciplines of management in modern business. Having in mind the fact that knowledge is the main resource for development in the 21st century, many companies have employed the concept of knowledge management and thus benefited a great deal in various lines of business and gained significant competitive advantage.

Feasibility of this concept depends on many factors and requires many changes in the company, first of all a change in corporate culture and in the management of human resources. HR and corporate culture as management disciplines which focus on people and their relationships, must be organized in a such a way to enable and facilitate the application of the concept of knowledge management. The companies are not the only ones that benefit from knowledge management applied in practice. The countries in these

companies operate also benefit from it. Therefore, many countries have been adapting their national culture to the culture of knowledge.

In this study we wanted to focus on the factors that represent the main barrier to knowledge management in our country. Through the analysis of national culture and the analysis of the development of human resources management in our companies we tried to assess whether the use of the concept of knowledge management is possible, and what kind of benefits it would bring to our companies and our economy as a whole.

Keywords: *knowledge, knowledge management, human resource management, corporate culture.*

ETIČKI ASPEKT UPRAVLJANJA INFORMACIJAMA U MEDIJIMA

ETHICAL ASPECT OF MANAGEMENT OF INFORMATION IN MEDIA

TANJA RADOŠEVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

VESNA ŠĆEPANOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Ovaj rad bavi se upravljanjem informacijama u medijima sagledanom iz ugla upravljanja znanjem. Upravljanje medijskim informacijama jeste aktivnost u koju su uključeni i pošiljaoci i recipijenti medijskih sadržaja. Jedan od ciljeva upravljanja medijskim sadržajem jeste delovanje na stav, mišljenje, emocije i celokupno ponašanje recipijenta. Poseban osvrt daćemo na strategije i sredstva koja se koriste u upravljanju informacijama, kako bi dovele do promena u načinima mišljenja i ponašanjima recipijenata i njihovim vrednosnim stavovima. Predočiće se razlike između propagande i naučne istine, kao i uspešnih i neuspešnih propagandnih aktivnosti, koje podrazumevaju ubeđivanje javnosti.

Termin „propaganda“ danas se koristi uglavnom u negativnom kontekstu i predstavlja jedan specifičan vid društvene komunikacije koja podrazumeva širenje i rasprostiranje poželjnih ideja, mišljenja i stavova uz korišćenje laži i iskrivljenih činjenica u svrhu ostvarenja ciljeva propagatora. Preko masovnih kanala medijske komunikacije propaganda teži da transmisijom jednostranih poruka utiče na emocije, uverenja, stavove i akcije određene ciljne grupe.

U radu ćemo predstaviti tehnike masovnog ubeđivanja i manipulacije javnosti koje koriste propagatori plasirajući određene informacije, potpuno zanemarujući etičku komponentu i kodeks poznat u medijima.

Ključne reči: upravljanje informacijama, javnost, propaganda, etički kodeks u medijima.

Abstract: This work explains management of information in media from the angle of knowledge management. Management of information in media is an activity which involves senders and recipients of media content. One of the goals of managing media content is influence on attitudes, way of thinking, emotions and overall recipient's behavior.

Special attention is given to strategies and means used in management of information in order to lead to changes in the ways recipients think and behave, as well as in their values. The differences between propaganda and scientific truths will also be explained, along with successful and unsuccessful propaganda activities, which comprise persuasion of the public.

The term “propaganda” is nowadays used mostly in negative context and represents a specific notion of social communication which consists of widening and spreading of

desirable ideas, thoughts and attitudes by using lies and fabricated facts in the purpose of realization of propagator's goals. Through mass channels of media communication propaganda has an intention to influence emotions, beliefs, attitudes and actions of certain group by transmission of one-way messages.

Key words: *management of information, public, propaganda, ethical codex in media*

REDIZAJN ORGANIZACIONE STRUKTURE PREDUZETNIČKE ORGANIZACIJE

REDESIGN OF THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE ENTREPRENEURIAL ORGANIZATION

DRAGAN RADOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

BORISLAV TODOROVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Namera ovog rada je da ukaže na značaj organizacije, organizacionog učenja i organizacionih promena sa stanovišta unapređenja inovacione ekonomije. Identifikovane promene u ranim fazama životnog ciklusa organizacije u brojnim slučajevima razmatraju se sa odlaganjem, odlaže se primena neophodnih rešenja za promene, pre svega u organizaciji i organizacionoj strukturi, što preduzetničkoj organizaciji umanjuje šanse za poslovnim uspehom.

U radu se diskutuju faktori i odnosi koji imaju presudan uticaj i ulogu na organizaciju i organizaciono učenje kao izvora inovativnih aktivnosti, postizanja i očuvanja tržišne konkurentnosti organizacije. Blagovremeni redizajn organizacione strukture, koja u ovom radu označava, pre svega, odnose između delova poslovnog sistema, posmatra se kao jedan od mogućih načina za efikasan odgovor na nastale promene u organizaciji usled njenog rasta, razvoja i uticaja okruženja na procese.

Ključne reči: Organizacija, organizaciona struktura, organizaciono učenje.

Abstract: The purpose of this paper is to emphasize the importance of organization, organizational learning and organizational change from the standpoint of improving the innovation economy. Identified changes in the early stages of the life cycle of the organization in many cases are discussed with delay, delay the implementation of the necessary solutions for change, primarily in the organization and organizational structure, entrepreneurial organization that reduces the chances of business success.

The paper discusses the factors and relationships that have a decisive influence and role in the organization and organizational learning as a source of innovative activities, achieving and maintaining market competitiveness of the organization. Timely redesign of organizational structure, which in this work means, above all, relations between parts of the business system, seen as one way for an effective response to the change in the organization due to its growth, development and influence of environment on process.

Key words: organization, organizational structure, organizational learning.

ZAŠTITA PODATAKA U MALIM I SREDNJIM PREDUZEĆIMA

DATA PROTECTION IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

DRAGAN RADOVIĆ

Univerzitet „Alfa” u Beogradu, Fakultet za menadžment Novi Sad

ZORAN ČEKEREVAC

Univerzitet „Union” u Beogradu,
Fakultet za poslovno industrijski menadžment Kruševac

SVETLANA ANĐELIĆ

Visoka železnička škola strukovnih studija Beograd

EVELIN VATOVEC KRMAC

Univerza v Ljubljani, Fakultet za pomorstvo Portorož

Rezime: Kao i velike korporacije, mala i srednja preduzeća se u velikoj meri oslanjaju na čuvanje svojih važnih podataka na sopstvenim serverima. Ograničeni resursi i ranjivost na upade čine da su mala i srednja preduzeća pod većim rizikom. Oslanjanje malih i srednjih preduzeća (MSP) na klasičan bekap svojih servera može da bude nepovoljno rešenje u planu oporavka od iznenadne katastrofe. Osnovni bekap u maloj meri pruža zaštitu, a periodično snimanje podataka na rezervnu traku može u MSP dovesti do ugrožavanja podataka i gubitka vremena u neprihvatljivim količinama. Ključ za brz oporavak i vraćanje u radno stanje je sveobuhvatan plan oporavka od katastrofa, koji uključuje i brz pristup kopiji podataka koja se neprekidno ažurira po tzv. sistemu „up-to-the-minute copy“. U radu su analizirane mere koje MSP treba i može da preduzme u zaštiti podataka, uključujući i oblak-bazirana rešenja.

Ključne reči: Mala i srednja preduzeća, zaštita podataka, krizne situacije, tehnologija.

Abstract: Like the large corporations, small and medium-sized enterprises (SMEs) rely on storage of their important data on their own servers. The reliance of small and medium-sized enterprises on the classic backup of their servers may be an adverse decision in the recovery plan for sudden disasters. Basic backup provides protection to a small extent. Periodically recording data to a backup tape or disk may endanger SME's data and may lead toward the loss of time in unacceptable quantities. A prerequisite for a speedy recovery and return into the operational state is a comprehensive disaster recovery plan, which includes quick access to copies of the data that are constantly updated by the so-called system "up-to-the-minute copy". This work discusses measures that SMEs can and should take to protect data, including cloud-based solutions. Special attention is paid to the choice of data storage technologies and ways to simplify data protection.

Keywords: Small and medium businesses, data protection, crisis, technology.

PRILAGOĐAVANJE PREDUZEĆA PROMENAMA IZ OKRUŽENJA

ADAPTING TO CHANGES IN ENTERPRISE ENVIRONMENT

DRAGAN RADOVIĆ

Univerzitet „Alfa” u Beogradu, Fakultet za menadžment Novi Sad

JUGOSLAV ANIČIĆ

Univerzitet Union - Nikola Tesla, Fakultet za preduzetnički biznis, Beograd

ALEKSANDAR PEŠIĆ

Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije, Sremski Karlovci

DRAGAN ŽUJOVIĆ

Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije, Sremski Karlovci

Rezime: Promene predstavljaju prirodno stanje organizacije u savremenim uslovima poslovanja. Sposobnost za promene i fleksibilnost su postali najznačajnija obeležja savremene kompanije i njene organizacije. Sve više se sužava uticaj nacionalnih država na tokove tržišta, a preduzeća postaju ključni subjekti u procesima internacionalizacije nacionalne ekonomije i njenog dugoročno održivog razvoja. Organizacionu strukturu i preduzeće u celini karakteriše stalni proces promena, pod uticajem spoljnih i unutrašnjih faktora. Preduzeća su suočena sa sve jačom turbulencijom okruženja i povećanom konkurencijom: u takvim uslovima ono što postaje nužnost funkcionisanja svakog preduzeća jeste stalno prilagođavanje uslovima koje ovi globalni faktori izazivaju.

Ključne reči: Organizacija, fleksibilnost, okruženje, strukturne promene.

Abstract: Change is a natural state of organizations in contemporary conditions. The capacity for change and flexibility have become the most important features of modern company and its organization. More and more the influence of nation-states reduces the flow of the market, and companies have become key actors in the process of internationalization of the national economy and its long-term sustainable development. The organizational structure of the company as a whole is characterized by a constant process of change, influenced by external and internal factors. Companies are faced with increasing environmental turbulence and increased competition: in such conditions it becomes a necessity to the functioning of every company is to continuously adapt to conditions that cause these global factors.

Keywords: Organization, flexibility, environment, structural changes.

UNIVERZITETSKI PREDAVAČI KAO NOSIOCI I-LILI POKRETAČI PROMENA

UNIVERSITY LECTURERS AS CARRIERS AND / OR CHANGE DRIVERS

JELENA RAKIĆ

Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije, Sremski Karlovci

OLJA ARSENIJEVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Istraživanje je sprovedeno u cilju sagledavanja stava univerzitetskih predavača prema promenama, kao i ralacija između karakteristika ispitanika i njihovih stavova prema promenama. Uzorak ispitanika čini 287 univerzitetskih predavača sa Univerziteta u Novom Sadu i Univerziteta u Istočnom Sarajevu. Uzorak ima karakteristike i prigodnog i slučajnog, te se može reći da je reprezentativan, a podaci relevantni. Kao nezavisne varijable posmatrani su pol, starost, zvanje i radno iskustvo u univerzitetskoj nastavi. U ovom radu primenjen je Survey metod kao uobičajena terenska studija. Latentna struktura instrumenta za utvrđivanje stava prema promenama se sastoji od tri faktora: Prihvatanje promena, Strah od promena i Korist od promena. Prikupljeni podaci su obrađeni primenom analize varijanse, čiji rezultati pokazuju: 1) pol ispitanika je pokazao statistički značajnu razliku na faktoru Korist od promena ($F(1)=7.04, p<0.01$); 2) starost ispitanika je pokazala statistički značajne razlike na dva faktora: Prihvatanje promena ($F(4)=25.59, p<0.01$) i Strah od promena ($F(4)=12.85, p<0.01$); 3) zvanje ispitanika je pokazalo statistički značajne razlike na dva faktora: Prihvatanje promena ($F(4)=7.02, p<0.01$) i Korist od promena ($F(4)=5.19, p<0.01$); 4) iskustvo u univerzitetskoj nastavi je pokazalo statistički značajne razlike na dva faktora: Prihvatanje promena ($F(3)=23.20, p<0.01$) i Korist od promena ($F(3)=3.23, p<0.05$). Zaključuje se da se kao pokretači promena mogu identifikovati osobe muškog pola, sa zvanjem vanrednog profesora i iskustvom u nastavi od 11-15 godina, a kao nosioci promena asistenti pripravnici, starosti do 25 godina i iskustvom u nastavi do 5 godina.

Cljučne reči: analiza varijanse, stav prema promenama, univerzitetski predavači

Abstract: The survey was conducted to review the attitude of university teachers toward changes, and relations between the characteristics of respondents and their attitudes towards change. The sample of university lecturers makes 287 at the University of Novi Sad and the University of East Sarajevo. The sample has the characteristics of occasional and incidental, and it can be said to be representative and relevant data. The independent variables were observed in gender, age, profession and work experience in university teaching. In this paper we applied the Survey method as usual field studies. Latent structure of the instrument for determining the attitude towards changes is composed of three factors: acceptance of change, fear of change and the benefits of change. The collected data were analyzed using analysis of variance. The results show: 1) half of the respondents showed a statistical significant difference in the Benefits of change factor ($F(1) = 7.04, p < 0.01$), 2) age of the patients showed statistically significant differences in two factors: the Acceptance of change ($F(4) = 25.59, p < 0.01$) and Fear of change ($F(4) = 12.85, p$

<0.01), 3) the title of the respondents showed statistically significant differences on two factors: the Acceptance of change ($F(4) = 7.02, p < 0.01$) and the Benefits of change ($F(4) = 19.05, p < 0.01$), 4) experience in university teaching has shown statistically significant differences on two factors: the Acceptance of change ($F(3) = 23.20, p < 0.01$) and the Benefits of change ($F(3) = 3.23, p < 0.05$). The conclusion is that as drivers of change can be identified males, with the title of associate professor and teaching experience of 11-15 years, and as agents of change assistant trainees, and 25 years of age and experience in teaching up to 5 years.

Keywords: *analysis of variance, attitude changes, university lecturers*

ORGANIZACIONA POSVEĆENOST ZAPOSLENIH NA TERITORIJI NOVOG SADA

NOVI SAD EMPLOYEE ORGANIZATIONAL COMMITMENT

JELENA DAVIDOVIĆ-RAKIĆ
Fakultet za menadžment, Novi Sad

VESNA ŠĆEPANOVIĆ
Fakultet za menadžment, Novi Sad

IVAN ŠĆEPANOVIĆ
Fakultet za menadžment, Novi Sad

TANJA RADOŠEVIĆ
Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Istraživanje je sprovedeno u nameri da utvrdimo nivo organizacione posvećenosti zaposlenih na teritoriji Novog Sada, kao i da utvrdimo da li postoji razlika između pojedinih kategorija ispitanika za svaku pojedinačnu osnovu posvećenosti. Obuhvaćeno je 237 ispitanika zaposlenih u organizacijama na teritoriji Novog Sada. Status nezavisne varijable imaju pol, godine radnog staža, stepen stručne spreme, rad u jednoj ili više organizacija i procena nivoa upotrebe ličnih potencijala. Korišćeni upitnik preuzet je iz knjige Grinberga i Barona „Ponašanje u organizacijama“ (str 170), urađeno po snovu pitanja Meyera i Allena, 1991.godine. Podaci su obrađeni izračunavanjem srednje vrednosti, i primenom Hi-kvadrat testa. Rezultati pokazuju da je prisutan ispodprosečan nivo organizacione posvećenosti ($AS=2.88$), da ne najintenzivnija kontinualna ($AS=3.23$), a najmanje intenzivna normativna organizaciona posvećenost ($AS=2.41$). Pol ispitanika nije značajan izvor razlika u nivou kod ni jedne od tri osnove posvećenosti. Godine radnog staža i stepen stručne spreme jesu značajan izvor razlika za kontinualnu (GRS: Pearson Chi-square = 30,38; $df = 8$; $p = .000$) (SSS: Pearson Chi-square = 7,381; $df = 2$; $p = .05$) i normativnu (GRS: Pearson Chi-square = 20,67; $df = 8$; $p = .000$) (SSS: Pearson Chi-square = 10,79; $df = 2$; $p = .00$) osnovu posvećenosti. Rad u jednoj ili više organizacija je značajan izvor razlika u nivou kontinualne posvećenosti (Pearson Chi-square = 7,59; $df = 2$; $p = .05$). Nivo afektivne posvećenosti statistički je značajno povezan samo sa procenom o stepenu iskorišćenosti radnog potencijala ispitanika (Pearson Chi-square = 22,99; $df = 4$; $p = .00$).

Ključne reči: organizaciona posvećenost, istraživanje organizacione posvećenosti

Abstract: This work shows the results of research on organizational commitment as a type of attitudes that show the identification level of employees with their organizations and their willingness to leave them. The research has been conducted with intention to determine the level of organizational commitment on the territory of Novi Sad, as well as to question whether there is a difference between certain categories of examinees for each commitment base. The research comprised 237 examinees employed in organizations on

the territory of Novi Sad. Status of independent variables have gained: gender, years of working experience, educational level, working experience in one or more organizations and estimation of level of personal potentials utility. The questionnaire used is taken from the Greenberg and Baron's "Behaviour in Organizations", p. 170, done according to set of questions by Meyer and Allen, in 1991. The data have been worked on by calculating arithmetic mean, and by application of Pearson Chi-square test. The results have shown that there is a below average level of organizational commitment ($AS=2.88$), with the most intensive continual ($AS=3.23$), and the least intensive normative organizational dedication ($AS=2.41$). The gender of examinees does not represent relevant source of differences in the levels of each type of three mentioned commitment. Years of working experience and level of education represent a significant source of differences for continual (GRS: Pearson Chi-square = 30,38; $df = 8$; $p = .000$) (SSS: Pearson Chi-square = 7,381; $df = 2$; $p = .05$) and normative (GRS: Pearson Chi-square = 20,67; $df = 8$; $p = .000$) (SSS: Pearson Chi-square = 10,79; $df = 2$; $p = .00$) base of commitment. Work in one or more organizations has shown as a significant source of differences in the level of continual commitment (Pearson Chi-square = 7, 59; $df = 2$; $p = .05$). The level of affective commitment is statistically significantly related only to the estimation of level of personal potentials utility of examinees. (Pearson Chi-square = 22, 99; $df = 4$; $p = .00$).

Keywords: *organizational commitment, research on organizational commitment*

PRIMENA MARKETINGA U VISOKOOBRAZOVNIM INSTITUCIJAMA

APPLYING MARKETING IN INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION

VESNA RODIĆ
Pedagoški fakultet u Somboru

Rezime: U uslovima sve veće konkurencije na tržištu visokobrazovnih institucija, pred ove institucije se postavljaju novi i sve teži zadaci. Potreba za tržišnom orijentacijom visokoobrazovnih institucija je sve naglašenija. Borba za studente, njihovu naklonost, kao i zadržavanje postojećih studenata je postalo svakodnevica. Primena marketinga u ovim institucijama je jedan od načina za prevazilaženje ovih prepreka. Obrazovna usluga predstavlja specifičnu komponentu koju ove institucije pružaju svojim korisnicima (studentima). Zadovoljstvo studenata pruženom uslugom osnova je za zadržavanje postojećih i privlačenje novih studenata. Na osnovu toga, javlja se potreba da upravljanje znanjem u obrazovnim institucijama ide u smeru podizanja svesti svih zaposlenih o potrebi primene marketinga u ovim institucijama.

Ključne reči: marketing, visokoobrazovne institucije, menadžment fakulteta, zadovoljstvo studenata, upravljanje znanjem.

Abstract: In terms of increased competition on the market of higher education institutions, in front of these institutions has setting new and more difficult tasks. The need for market orientation of higher education institutions has more emphasized. The fight for the students, for their affection, as well as retention of current students has become commonplace. Application of marketing in these institutions is one of the methods for overcoming such obstacles. Educational services is a specific component that these institutions provide to their customers (students). Students' satisfaction with the service provided is the basis for retention of current and attraction of new students. Based on this, there is a need that knowledge management in educational institutions go towards raising awareness of all employees that there is a need for the application of marketing in these institutions.

Keywords: marketing, institutions of higher education, faculty management, student satisfaction, knowledge management.

ZAŠTITA AUTORSKIH PRAVA DIGITALNIH SADRŽAJA

ZORAN SAVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

MARKO POPOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Digitalna revolucija, koja je omogućila korisnicima da koriste digitalne sadržaje na potpuno novi način, kao i sama priroda digitalnih sadržaja, koja omogućuje njihovo kopiranje i distribuciju na jednostavan i jeftin način, doprineli su da je kontrola distribucije tih sadržaja veoma otežana, a zaštita autorskih prava izdavača, proizvođača i ostalih nosilaca tih prava, postala je poseban problem.

Poseban vid narušavanja autorskih prava je softverska piraterija, o kojoj postoje dijametralno suprotni stavovi u stručnim krugovima, ali i u pravnim tumačenjima i praktičnom ponašanju nekih institucija i država.

U radu su date aktuelne definicije sistema za upravljanje digitalnim pravima, kao i kraći istorijski pregled korišćenih sistema u različitim oblastima distribucije digitalnih sadržaja (muzika, film, računarski softver itd).

Opisana su i neka zakonska rešenja, koja regulišu ovu oblast, kako u svetu, tako i u Srbiji, a u tom kontekstu prikazani su i stavovi protivnika primene ovih sistema.

Analiza postojećeg stanja ukazuje na potrebu kreiranja takvog koncepta sistema za upravljanje digitalnim pravima, koji bi mogao da zaštiti ekonomske interese njihovih nosilaca, a koji bi istovremeno bio jednostavan za upotrebu i ne bi narušavao potrošačka prava korisnika tih sadržaja. U tom smislu, u radu su prikazani mogući pristupi u definisanju arhitekture ovakvih sistema.

Ključne reči: (autorska prava) copyright, (intelektualna svojina) intellectual property, (digitalni sadržaj) digital content, (upravljanje digitalnim pravima) digital rights management

EMOCIONALNA INTELIGENCIJA U MENADŽMENTU

EMOTIONAL INTELEGENGE IN MANAGEMENT

JELENA SIMIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

BRANKO BUKVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Po definiciji Daniela Golemana, emocionalna inteligencija je "skup emocionalnih veština koje nam omogućavaju da odaberemo ispravan način upotrebe osećaja i nesvesnih, instinktivnih mehanizama u interakciji sa drugim ljudima, kao i u shvatanju i poboljšanju samoga sebe". To je drugačiji način da se bude pametan. Emocionalna inteligencija uključuje znanje o onome što osećate i korišćenje sopstvenih osećanja za donošenje dobrih odluka u životu. To je sposobnost dobrog upravljanja mučnim raspoloženjima i sposobnost kontrole nagona, a temelji se na svesti o vlastitim osećanjima u trenutku u kom je do njih došlo. Emocionalno inteligentan menadžer bi trebao da kreira međuljudske odnose u kojima se on sam, a i oni s kojima dolazi u kontakt, u njima osećaju prijatno. Menadžeri obezbeđuju i osećanje zaštićenosti i sigurnosti koje proizilazi iz njihove afektivne prijatnosti, jer se u toj atmosferi zaposleni osećaju dobro.

Ključne reči: Emociona inteligencija, Sposobnost upravljanja, Povećanje motivacije, Produktivnost.

Abstract: By Daniel Golemans definition, emotional intelligence is "a set of emotional skills that enable us to choose the correct way to use feelings and unconscious, instinctive mechanisms to interact with other people, as well as in understanding and improving oneself." This is another way to be smart. Emotional intelligence involves knowledge of what you feel and use of our own feelings to make good decisions in life. It is the ability of managing painful moods and ability to control impulses, and is based on awareness of our own feelings at the moment in which they occurred. Emotionally intelligent manager should create relationships in which he, as well as those with who he comes into contact, should feel comfortable. Managers provide a sense of protection and security that comes from their emotional comfort, because in this atmosphere employees feel good.

Keywords: Emotional intelligence, Managerial ability, Increasing motivation, Productivity

SUSTAV ZA UPRAVLJANJE ZNANJEM PODRŽAN UMETNOM INTELIGENCIJOM

KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM SUPPORTED ARTIFICIAL INTELLIGENCE

VESNA SLAVICA
OŠ ČISTA VELIKA, Šibenik

Rezime: Sustav za upravljanje znanjem pruža potporu mreži eksperata u kreiranju, konstrukciji, identifikaciji, prikupljanju, odabiru, proceni, organizaciji, povezivanju, strukturiranju, oblikovanju, vizualizaciji, distribuciji, zadržavanju, održavanju, rafiniranju, razvoju, pristupu, pretraživanju i primeni znanja, s ciljem potpore dinamici organizacijskog učenja i organizacijske efektivnosti. Tehnologije koje služe kao podrška u upravljanju znanjem, a koje je autorica istražila u ovom radu su metode umetne inteligencije (eng. Artificial intelligence). Metode umetne inteligencije su ugrađene u mnoge sustave za upravljanje znanjem i služe za prikupljanje znanja (automatski ili poluautomatski), pohranjivanje i pretraživanje znanja. Na prvom mestu prema upotrebi su ekspertni sustavi, zatim neuralne mreže, fuzzy logika i danas vrlo popularni inteligentni agenti.

Ključne reči: Sustav za upravljanje znanjem, Mreža eksperata, Umetna inteligencija, Neuralne mreže.

Abstract: Knowledge management system supports a network of experts (Knowledge Workers) in the design, construction, identification, collection, selection, evaluation, organization, linking, structuring, design, visualization, distribution, retention, maintenance, refining, developing, accessing, searching and application of knowledge to support the dynamics of organizational learning and organizational effectiveness. Technologies that serve as support for knowledge management, which the author explored in this paper are the methods of artificial intelligence. Artificial intelligence methods are incorporated into many systems for knowledge management and serve to gather knowledge (automatic or semiautomatic), storage and retrieval of knowledge. In the first place by the use of expert systems, then the neural networks, fuzzy logic is still very popular intelligent agents.

Keywords: Knowledge management system, Knowledge Workers, Artificial intelligence, Neural networks

MANAGER AS PERSONALITY AND AS MOTIVATOR FOR CREATING AND MANAGING THE KNOWLEDGE OF EMPLOYEES

JASMINA STARC

Faculty of Business and Management Sciences

School of Business and Management

Na Loko 2, 8000 Novo mesto, Slovenia

Abstract: *A manager is somebody who is capable of coping with changes, has a positive attitude towards them and by knowing well the environment is able to constantly adapt, plan and implement changes to achieve sustainable growth of a company. By communicating with and integrating employees s/he is able to reduce their resistance to changes. In order to create and manage the knowledge of employees, every manager must possess strategic, organisational, operational personal qualities and must be a leader. As such s/he makes use of his/her charisma and intellectual stimulation, cares individually for the development of every single employee in terms of needs, inspires and designs appropriate goals for the co-workers. Among all of the roles a manager has to play, the good leader role, i.e. somebody to be trusted and respected, is the most important one.*

The article presents the results of a study involving 150 employees in the economy. It brings the opinions of the respondents about what the manager should be like: a great personality and motivator who wants to create and manage the knowledge of employees. The study has found that the employees favour most those managers, who encourage them to reach the desired goals, who trust their employees and stimulate them to solve problems together. They must be aware of the importance of the well-being of their employees, value their work and knowledge and encourage team work.

Key words: *manager, personality, motivator, employee, company*

THE INFLUENCE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON LEADERSHIP IN MACEDONIAN ORGANIZATIONS

ANGELINA TANEVA-VESHOSKA
FON University, Skopje

LJUBOMIR DRAKULEVSKI
Faculty of Economics, Skopje

LAZAR GJUROV
Military Academy, Skopje

Abstract: *Abstract: Today, more than ever the need for quality leadership is enhanced in the organization. The leader's goal is to develop a sense of belonging and loyalty towards the organization and the mutual values and ideas. Successful leadership includes both sides of the human experience, the rational and the emotional aspect and contributes for bigger motivation employees have, bigger productivity, managing stress situations and better organizational climate. The integration of rational and emotional styles is the key to successful leadership.*

Emotional intelligence is the capacity for recognizing own emotions, as well as others emotions, self-motivating and successfully managing own and others emotions. The real meaning of the emotional intelligence at work can be seen through the competency, called emotional competency. Emotionally intelligent leaders can create stability from chaos; they provide stability and direction that inspires the commitment and motivation crucial to organizational success.

This is a very inspiring theme, unexplored in Macedonia, and that's why it is the first step of understanding the different aspects of emotional intelligence and leadership on Macedonian leaders. The purpose of this paper is to answer the question: Which skills and competencies should the successful business leaders in Macedonia have?

Key words: *leadership, emotional intelligence, emotional intelligent leadership, organizational behavior.*

UTICAJ SOCIJALNE INTELIGENCIJE NA USPEŠNOST MENADŽERA

INFLUENCE OF SOCIAL INTELLIGENCE ON MANAGERIAL SUCCESS

MIRA VIDAKOVIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: U relaciji čoveka sa drugim ljudima uvek dolazi do izražaja njegova veština da se prilagođava drugima i da druge prilagođava sebi. Sposobnost socijalnog snalaženja je od velikog značaja za adekvatno i primereno ponašanje čoveka u društvu – kako u porodici, u školi, fakultetu, tako i na radnom mestu, kao i u krugu prijatelja i društvenoj zajednici. Za harmonične odnose sa drugima, pored opštih intelektualnih sposobnosti, značajno je i shvatanje odnosa među ljudima, motiva ljudskog ponašanja, kao i mudro reagovanje u interpersonalnim odnosima, tj. jednom rečju socijalna inteligencija. Razvojem socijalne inteligencije putem socijalizacije stvaramo sebi put ka uspehu. Osobe koje imaju razvijenu socijalnu inteligenciju mogu poboljšati lične performanse, povećati satisfakciju poslom, olakšati sebi rad sa drugim ljudima i na taj način postići zadovoljavajuće psihofizičko zdravlje.

Kako posao menadžera zahteva veliku fleksibilnost i mogućnost prilagođavanja velikom broju različitih situacija, a sve u cilju ostvarenja pozitivnih rezultata, ovaj rad ima za cilj da prikaže ulogu razvijanja socijalne inteligencije na uspešnost menadžerskog delovanja, odnosno postizanje poslovnog uspeha.

Ključne reči: menadžer, socijalna inteligencije, interpersonalne veštine, društveni odnosi, poslovna interakcija.

Abstract: Human interaction was always characterized by person's ability to adjust to others and to adjust others according to his or her needs. Social resilience and flexibility are of great importance for appropriate and adequate social behavior in any social environment – from home, school, university, to the work place, among friends and in other social situations. Apart from general intellectual aptitude, understanding social relationships, motivation behind human behavior, as well as wise approach to interpersonal interactions is of an essence in achieving harmonious relationships with other members of society, and this understanding of important social factors is called social intelligence. Social intelligence can be developed only through socialization and by doing so we move on our way to success. People with highly developed social intelligence can optimize their personal performance, improve their job satisfaction, facilitate business transactions with other people, and by doing so achieving success and reaching a level of psychophysical health that will make them satisfied.

Since the job of a manager demands a great deal of flexibility and capacity for adjusting to great number of different situations, with the main goal of achieving positive business results, this paper will examine the role of social intelligence, and its development, for successful manager, on their road to achieving business success.

Keywords: *manager, social intelligence, interpersonal skills, social relations, business interaction.*

ALUMNI AS INTELLECTUAL CAPITAL IN HIGHER EDUCATION – A HUNGARIAN EXAMPLE

ÉVA VITÉZ

College for Modern Business Studies, Hungary

VANDA PAPP

College for Modern Business Studies, Hungary

Abstract: *As an international trend we can observe that the most important factors of competitiveness are the business relationships. The main goal of the co-operation with SMEs is the mutual encouragement of R&D&I activities. A determining factor of this process is the reservation and development of the relationship with graduated students. Alumni as intellectual resource can mean a lot of opportunities for both parties. Our study aims to set an example how a Hungarian college's alumni business relations can become an innovation resource through co-operation with companies. The key players of the knowledge basis of College for Modern Business Studies are the alumnus students who after entering the labor market or creating an own enterprise, turn back to their alma mater with multiplied knowledge as potential partners in R&D&I projects. Reaching this target group and communicating with them is a great challenge for institutions, because there are no proper and traditional alumni networks in our country. The College for Modern Business Studies contributes with its up-to-date virtual space to the formation of a real professional community from its alumnus students and encourage their R&D&I activity. By benchmark analysis of international alumni networks we try to state some proposals and further development opportunities .*

Keywords: *knowledge era, innovation, higher education, competitiveness, network.*

DIGITALNE BIBLIOTEKE I DRUŠTVENO-OBRAZOVNE PROMENE

DIGITAL LIBRARIES AND SOCIO-EDUCATIONAL CHANGES

ŽELJKO VUČKOVIĆ

Univerzitet u Novom Sadu, Pedagoški fakultet u Somboru

GORDANA STOKIĆ SIMONČIĆ

Univerzitet u Beogradu, Filološki fakultet, Katedra za bibliotekarstvo i informatiku

Rezime: Nove informacione i komunikacione tehnologije, digitalizacija i razvoj mrežnih informacionih servisa, omogućili su bibliotekarima da prikupe, organizuju, strukturiraju, diseminiraju i kontrolišu ogromnu količinu faktografskih, bibliografskih i kataloških informacija na način koji su njihovi prethodnici teško mogli i da zamisle. Nova tehnologija, međutim, otvara i nove probleme, epistemološke, vrednosne, individualno-psihološke, organizacione i institucionalne prirode. Društvo komunikacija, znanja i informacija zahteva brzo reagovanje i nove metode upravljanja resursima. Sa druge strane suočeni smo sa paradoksima digitalnog sveta: gušimo se u informacijama, a žedni smo znanja; površnost i brzina zamenjuju mudrost i obrazovanje, kliktanje zamenjuje mišljenje. Ukratko, za sve biblioteke ovo je nesigurno, opasno, ali i uzbudljivo i izazovno vreme, koje zahteva preispitivanje tradicionalnih stručnih veština i profesionalnih vrednosti i formulisane nove misije u skladu sa mogućnostima informatičkog društva, ali i zahtevima humanizacije informacionog univerzuma.

Ključne reči: elektronske biblioteke, digitalizacija, društvo znanja, obrazovanje.

Abstract: New information and communication technology, digitization and development of network information services, have enabled nowadays librarians to collect, organize, structure, disseminate and control the vast amount of factual, bibliographic and cataloging information in a way that their predecessors could hardly conceive of. New technology, however, opens up new problems of epistemological, evaluational, psychological, organizational and institutional nature. Society of communication, knowledge and information seeks for fast reaction/response and new methods of resource management. On the other hand we are faced with the paradoxes of the digital world: we are suffocating in the information and still we are thirsty for knowledge; superficiality and velocity replace the wisdom and knowledge; clicking replaces thinking. In short, for all the libraries it is unsafe, dangerous, but exciting and challenging time, which requires reconsideration of traditional technical skills and professional values and formulating a new mission in accordance with the possibilities of information society and information requirements to humanize the universe.

Keywords: electronic library, digitalization, the knowledge society, education.

EMOCIONALNA INTELIGENCIJA – O ČEMU JE ZAPRAVO REČ?

EMOTIONAL INTELLIGENCE – WHAT IS IT ACTUALLY ABOUT?

SONJA VUKOBRAĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

GORDANA NIKIĆ

Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Emocionalna inteligencija je sposobnost prepoznavanja osećanja, njihove jasne identifikacije, razumevanja, kontrolisanja i korišćenja za izražavanje misli. Za razliku od "prirodne" inteligencije koja je najvećim delom genetski predodređena i na koju se ne može u velikoj meri uticati, veštine emocionalne inteligencije se mogu učiti i razvijati. Iz razloga fleksibilnosti i mogućnosti unapređivanja, konceptualizacija emocionalne inteligencije je napravila pravu mini revoluciju, najviše na polju menadžementa i razvoja ljudskih resursa.

Ključne reči: emocionalna inteligencija, unapređivanje emocionalne inteligencije

Abstract: Emotional intelligence is the ability to recognize emotions, their clear identification, also to understand, control and use it for expressing thoughts. In contrast to the "natural" intelligence, which is largely genetically predetermined and can not be greatly affected, emotional skills can be learned and developed. For reasons of flexibility and possibilities of improvement, the conceptualization of emotional intelligence has made a real mini-revolution, mostly in the field of company management and human resources.

Keywords: Emotional intelligence, improvement of emotional intelligence

DATA MINING-KEY TO SUCCESS IN KNOWLEDGE SOCIETY

DEJAN ZDRAVESKI

Faculty of Economics-Prilep-Macedonia

Abstract: *'Knowledge society' is one term that has been introduced in attempts to characterize some of the main developments in industrial societies in the late twentieth and early twenty-first centuries. Many knowledge society trends clearly demonstrate the growth of information resources in the modern world, and this information is produced on an ever-increasing scale and distributed more widely than ever before. The growth of knowledge is implied by the effort put into research, by the documentation of the achievements of research in effecting more understanding through its codified outputs, and through the large numbers of people undertaking advanced training and achieving professional and scientific qualifications.*

Data mining, the extraction of hidden predictive information from large databases, is a powerful new technology with great potential to help companies focus on the most important information in their data warehouses. Data mining tools predict future trends and behaviors, allowing businesses to make proactive, knowledge-driven decisions. The automated, prospective analyses offered by data mining move beyond the analyses of past events provided by retrospective tools typical of decision support systems. Data mining tools can answer business questions that traditionally were too time consuming to resolve. They scour databases for hidden patterns, finding predictive information that experts may miss because it lies outside their expectations.

SISTEM KVALITETA U VISOKOM OBRAZOVANJU I REALNA ZNANJA STUDENATA

QUALITY ASSURANCE IN ACADEMIC EDUCATION AND EXISTING KNOWLEDGE OF STUDENTS

MALIŠA ŽIŽOVIĆ

Tehnički fakultet, Čačak, Univerzitet Singidunum, Beograd

DRAGAN TURANJANIN

Visoka poslovna škola, Blace

NEDELJKO DERETIĆ

Visoka poslovna škola, Blace

Rezime: Osiguranje kvaliteta u visokom obrazovanju je sveobuhvatan pojam koji označava stalan, kontinuiran proces evaluacije, procene i poboljšanja kvaliteta sistema visokog obrazovanja. U radu je konstatovano da je uvođenjem Bolonjskog procesa doslo do brzog završavanja studija ali i do pada nivoa realnih znanja svrsenih studenata. Dat je predlog kako zadnje popraviti.

Abstract: *Providing quality assurance within the system of academic education is a comprehensive concept which means constant and continuous process of evaluation, assessment and improvement in the academic education. It is stated in the paper that the introduction of the Bologna process came to a quicker completion of studies and a decline in real levels of knowledge of graduates. The proposal has been given in order to know how to fix the latter.*