

СПЕЦИФИЧНОСТИ ТРЖИШТА ЗНАЊА

Др Перица Мацура⁴

Rezime

Suštину тр`ицта ~ини размјена, а сврху његовог постојања предмет који се размјенује. Тр`ице знања одликује се његовим карактером предмета размјене. Знање, као предмет размјене, има много различитих појавних облика, те је теško описати његов општи карактер. Његова специфичност огледа се у томе што се размјеном знања само преноси на новог корисника, док истовремено остаје и у посједу носиоца знања. Процес размјене прати и трансформација знања у језик логичких симбола разумљив кориснику.

Тр`ице знања представља полазишно тр`ице, односно без њега би остала тр`ица била нефункционална, јер у великој мјери зависи управо од његовог функционисања. Садња структура тр`ица знања узрокује високе трансакционе трошкове учесника, који се рефлектују на ефикасност економије у cjелини. Тр`ице знања треба прецизније дефинисати у погледу његове структуре, те одредити адекватан институционални оквир за његово правилно функционисање и развој. У овом раду дате су одређене сугестије да би могли бити дефинисани ниво агрегираних тр`ица и на основу њих повећати трансакциону ефикасност и избјегнути потенцијалну опасност од информационог загађења тр`ица знања.

Кључне ријечи: тр`ице, знање, размјена, учесници, структура, трансакциони трошкови.

Увод

Циљ овог истраживања јесте да се укаже на кључне проблеме који постоје у сфери функционисања тр`ица знања, а који имају своју друштвено-економску димензију и импликацију. Полазни проблеми који су уобичајени односе се на:

- неадекватну одређеност структуре тр`ица,
- настанак и повезаност тр`ица њиховим проблемима, те њихово преношење на остала тр`ица,

⁴ Vanredni profesor na Ekonomskom fakultetu u Bawoj Luci

- nedovoljno razra|eni i nstici onalni okviri tr`i{ta znawa i
- transakci onu neefikasnost tr`i{ta i pri vredne ucjel i ni.

U predmetu razmatrawa ovoga rada prije svega su struktura, te funkcioni sawe i ure|enost tr`i{ta znawa. Navedeni elementi posebno su izdvojeni i hipoteti~ki i logi~ki povezani sa uo~nim problemima.

Rad se sastoji iz nekoliko dijelova. U prvom dijelu, u fokusu je znawe kao predmet razmjene, te analiza wegovih specifi~nih obi ce`ja. Uo~ena je visoka heterogenost znawa kao predmeta razmjene, te dat osvrt na mogu}e na~ine utvr|ivawa wegove vrijednosti.

Drugi dio bavi se odnosom tr`i{ta znawa i ostalih tr`i{ta. Kroz ilustracije i hipoteti~ki primjer obja{wene su postoje}e veze, pri~emu je tr`i{te znawa identifikovano kao polazi{no tr`i{te. Na osnovu uo~nih veza pristupili smo, uslovno re~eno, simulirawu situacije tr`i{nih poreme}aja i wegove reperkusije na dru{tvo.

U posqedwem dijelu, na osnovu prethodnih zakqu~aka projektivno i idejno je dat na~in za definisawe relevantnih niwoa tr`i{ta znawa, koji bi predstavqali prvi korak u sistematizaciji strukture tr`i{ta znawa i rje{awawu uo~nih problema. Tako|e, izneseni su neki od argumenata koji potkrepuju izlo`eno stanovi{te i razmi{qawe.

Pored nau~nih metoda koje su kori{tene u dono{ewu odgovaraju}ih zakqu~aka, po{tovani su principi kriti~nosti i egzaktnosti u utvr|ivawu, dokazivawu i provjeravawu nau~nih istina.

Знање као предмет размјене

Jedna od definicija razmjene je da je to proces koji se odvija izme|u dvije strane (ponude i tra`we) u cilju dola`ewa u posjed odre|enog predmeta razmjene, koji ima vrijednost za stranu koja `eli da ga pribavi. Pri tome je vrijednost odre|ena sposobno{ }u predmeta razmjene da zadovolji odgovaraju}u potrebu.

Predmet razmjene je op{ti pojam koji se odnosi na sve ono {to mo`e da bude razmijeweno izme|u zainteresovanih strana. On mo`e biti materijalnog, ali isto tako i nematerijalnog karaktera. U literaturi se ~esto nailazi na izraz "znawe je najtra`enija roba XXI vijeka", {to ~itaoca upu}uje na zakqu~ak o va`nosti znawa, ali i na to da on znawe mo`e da vidi, opi pa, izmjeri i sl. Znawe je, kao predmet razmjene, veoma specifi~no po svom karakteru. Ono mo`e da bude u materijalnom obliku, kao npr. tehnologija (ma{ina, naprava, mehanizam...), ili informacija (zvu~na, pisana, digitalna...), ali se daleko vi{e pojavquje u nematerijalnoj formi (ideja, vje{tina, iskustvo, postupak,

proces, usluga, intuitivna...). I sto tako znawe se ne mo`e shvatiti kao i skqu~ivo jedan ili drugi oblik, jer se ono neprestano transformi { e. S obzirom na to da nosilac znawa bi ra adekvatan jezik simbolika kako bi svoje misli i ideje prenio potencijalnom korisniku znawa, transformacija je usko povezana sa razmjenom. Slikovito re~eno, znawe veoma ~esto mijewa svoja "agregatna stawa", te neprestano cirkulira i zme|u qudi, poprimaju}i odgovaraju}u formu razumqivuu za obje strane u razmjeni.

U procesu razmjene znawe se ne prenosi samo jednosmjerno i linitivski, tj. sa davaoca na primaoca, ve} wegov prenos ima mre`ni karakter, odnosno i jedna i druga strana zadr`avaju znawe sa tendencijom wegovog {irewna na nove korisnike. O tome najbolje govori jedna isto~wa~ka poslovica koja ka`e: "Ako imam jabuku i dam je tebi, vi {e ne}u imati jabuku, ali ako imam znawe i dam ga tebi i t i i ja }emo imati znawe". Dakle, znawe je specifi~nog karaktera i ne gubi se u procesu razmjene. I pak, treba napomenuti da postoje i oni oblici znawa nad koji ma se formalno-pravno gubi vlasni {tvo prodajom drugoj strani, kao npr. autorska prava ili intelektualna svojina. Su{tina je da i pored specifi~nog pravnog odnosa, obje strane posjeduju to znawe, uz ~iwenicu da se strana koja je prodala znawe odrekla prava na wegovo kori {tewe u korist kupca.

Te {ko je nabrojati sve oblike znawa koji mogu biti predmet razmjene. U nauci postoji jedna specifi~na teorija ~ije je idejni tvorac Majkl Polani (*Michael Polanyi*), a koja daje osnovu za klasifikaciju znawa. Prema woj, znawe se mo`e podijeliti na implisitno (*tacit* - pre}utno) i eksplicitno (fokalno, kodifikovano, tj. dokumentovano). Eksplicitno znawe mo`e biti izra`eno formalnim i sistemati~nim jezikim simbolima, a mo`e biti u obliku podataka, nau~nih formula, specifikacija, pri ru~nika itd.⁵ Implisitno znawe je neopipqivo, ono se nalazi doslovno u glavama qudi koji su wegovi kreatori ili nosioci, wega ~ine *spoznajno* (modeli mi {qewa, stavovi, percepcije, ideali, vrijednosti, obrasci i sl.) i *tehni~ko znawe* (kompetencije).

Eksplicitno znawe uglavnom ~ine:

- podaci, informacije, dokumenti;
- modeli, alati;
- politike, strategije, direktive, postupci, uputstva i dr.

Имплицитно (*tacit*) знање uglavnom ~ine:

- potaknuto razmi {qawe,
- ideje i pogledi,

⁵ Polanyi, M., "The Tacit Dimension" Routledge and Kegan Paul, London (1967).

- kreativno razmi { qawe,
- pri mjedbe, mi { qewa, stavovi i dr.

Postoje i druge podjele, kao npr. podjela na deklarativno, proceduralno i kondicionalno znawe. Deklarativno bi bilo znawe o stvari ma i ~iweni cama, tj. "znati o...", proceduralno znawe se odnosi na "znati kako", a kondicionalno znawe na "znati { ta". Ova podjela zna~ajno je povezana sa procesom u-ewa i primjenom ste~enog znawa, te kategori { e li~na (impli ci tna) znawa pojedina. Na osnovu ove podjele te`e je izdvojiti konkretne oblike znawa koji bi mogli biti jasno defini sani kao predmet razmjene.

Bez obzira kako klasifikovali znawe, tj. wegove oblike, ono se u osnovi pojavuje u svoja dva osnovna vida, nematerijalnom i materijalnom obliku. Materijalizovani oblici znawa manifestuju se kao podaci ili oblikovane informacije koje opisuju ili obja { wavaju neku pojavu, proces, doga |aj i sl., dok se nematerijalni oblici nalaze u kognitivnoj strukturi ~ovjeka kao nosioca znawa.

Nematerijalni oblici mogu se transformisati u materijalne kada postoji potreba, voqa ili ci q nosioca znawa. Upotrebom "pre}utnog" znawa, nosilac svoje znawe transformi { e u primjeweivu i prenosivu vje { tину, iskustvo, postupak i sl. Postoji i obrnut slijed transformacije znawa, od eksplicitnog ka implicitnom. On se manifestuje kao proces u-ewa i pam}ewa u kome pojedina, koriste}i "materijalizovano" znawe (npr. kwige, dokumente, video zapise i sl.) dolazi do spoznaje o ~iweni cama koje opa`a i o koji ma se i nformi { e.

Zajedni~ka osobina svih oblika znawa, kao predmeta razmjene, jeste da posjeduju odre|enu vrijednost. Vrijednost znawa odre|uje wegova sposobnost da zadovolji neku potrebu, rije { i problem, otkloni dilemu i sl. To zna~i da znawe ima svoju upotrebnu vrijednost kroz samu svoju primjenu. Kao primjer mogu se navesti informacije, kao jedan od oblika znawa. Wihova vrijednost mjeri se kvalitetom zakcu~ka ili odluke donesene na osnovu we. Odvojeno, bez sagledavawa wene upotrebe, informacija gotovo da nema neku vrijednost. Sli~na analogija postoji i kod odre|ivawa vrijednosti drugih oblika znawa. Pored upotrebne vrijednosti, vrijednost znawa zavisi i od percepcije korisnika, tj. wegovog razumijevawa prenesenog znawa. U fazi prenosa i upotrebe znawa postoje veoma slo`ene relacije izme|u strana u razmjeni. Nosilac ili kreator znawa mo`e svoje znawe da prenosi i da koristi, a ako ga prenosi tada je va`an na~in na koji to ~ini. Va`no je da ga korisnik znawa razumije. U slu~aju kada kreator ili nosilac upotrebqava znawe da bi rije { io problem korisnika, on tada pru`a uslugu (i ntelaktualnu ili neku drugu).

Mo`e se zakqu~iti da su razmjena, transformacija i upotreba znawa veoma usko povezane, te da se u zavisnosti od pona{awa strana u razmjeni izme|u wih uspostavqaju odre|ene relacije. Slo`enost tih relacija posqedi ca je slo`enog karaktera pojavnih oblika znawa i na~i na komuni ci rawa izme|u strana.

Pomenuto je da znawe ima malu vrijednost ako nije upotrebqivo ili svrsishodno, jer se time dovodi u pitawe relevantnost wegovog postojawa, odnosno nastanka. Znawe, s obzirom na to da nastaje u procesu kreati vnog qudskog razmi { qawa, pored upotrebne vrijednosti, mo`e imati svoju kreati vnu vrijednost. Koli ~ina znawa kojom raspola`e pojedina c mo`e se iskazati pomo}u tzv. kogni ti vni h shema, odnosno broja spoznajni h varijacija koje se prei spi tuju da bi se do{ lo do validnog zakqu~ka. U zavisnosti od koli ~ine znawa (broja kogni ti vni h shema) pojedina c, mo`emo razli kovati :

- аматере (nekol i ko deseti na kogni ti vni h shema),
- медиокритете (nekol i ko stoti na kogni ti vni h shema),
- стручњаке (nekol i ko hi qada kogni ti vni h shema),
- професионалце (nekol i ko deseti na hi qada kogni ti vni h shema).

Odnos izme|u navedeni h kategorija najbolje ilustuje misao koja ka`e: "Amater nema rje{ewa, mediokritet ih ima mnogo, a profesionalac jedno ali vrijedno". Na taj na~in se vrijednost znawa mo`e ocijeniti prema koli ~ini znawa kojom raspola`e pojedina c, odnosno sposobno{ }u da svoji m intelektom kombi nuje mogu}a rje{ewa. Poseban odraz ove kategorizacije vidqiv je na tr`i {tu rada, kada se bi ra odgovaraju}a osoba za obavqawe nekog posla, te se shodno wenom znawu def i ni {e i wena tr`i {na cijena.

Однос тржишта знања са осталим тржиштима

Osnovu svakog tr`i {ta, pa i tr`i {ta znawa, ~ine strane u razmjeni (ponuda i tra`wa) i sama razmjena kao proces koji se odvi ja izme|u wih. Neosporno je da su ti elementi prisutni i kod tr`i {ta znawa, ali se name}e potreba dubqeg sagledawawa uslova za nastanak tr`i {ta. Sam termin tr`i {te znawa op{tepri hva}en je u literaturi, kako nau~noj (teorijskoj), tako i prakti ~noj (stru~noj). I pak, treba se zapitati da li postoji tr`i {te znawa u obliku u kojem postoji npr. tr`i {te proizvoda, usluga, rada i sl. Primjedba se mo`e uputiti zbog (ne)dosqednosti u tome {ta ~ini jedno tr`i {te, te da li odre|eni dru{tveno-ekonomski fenomen mo`emo nazvati razmjenom znawa ili tr`i {tem znawa.

U prvom dijelu smo pokazali koliko različitih oblika znawa postoji, od kojih se svaki zasebno može smatrati predmetom razmjene sa svim svojim specifičnostima. Neki od njih razmjenjuju se u svakodnevnoj komunikaciji između ljudi, dakle tu razmjenu ne prati ekonomski odnos između učesnika, već prevashodno društveni odnos. Kao što je poznato, razmjena se zaključuje transakcijom, konkretnim oblikom dogovora koji prate karakteristični robno-novani tokovi. Npr., svakodnevno se između ljudi razmjenjuju mišići ili ideje, dakle, postoji razmjena zasnovana na komunikacionom toku, ali nema konkretne transakcije. Takva razmjena ne spada u kategoriju tr`i{nog odnosa. Naravno, postoji i razmjena ideja koja se završava klasičnom transakcijom, pa u tom slučaju može govoriti o tr`i{tu ideja. Suetina je u tome da termin tr`i{te znawa može podrazumijevati transfere znawa koje prati transakcija vrijednosti između ponude i tražnje, a ostali oblici razmjene imaju karakter društvene komunikacije. Dakle, postoje razmjena znawa zbog ekonomskih motiva i razmjena zbog društvenih ili psiholoških motiva.

Tr`i{tu znawa, koje obuhvata sva ostala parcijalna tr`i{ta različitih vrstovih oblika, nedostaje još jedno važno obilježje, a to je institucionalno oblikovan kontakt kupaca i prodavaca, sa određenom vremenom i mjestom obavljanja razmjene. Iz toga se može zaključiti da tr`i{te znawa nije precizno determinisano, ni institucionalno ni geografski ili vremenski. U posljednje vrijeme pojavili su se pojmovi koji sadrže neke od odrednica tr`i{ta, kao npr. berza znawa, pod kojom se najčešće podrazumijeva transfer znawa u elektronskom obliku, odnosno korištenje dostupnih Internet baza podataka. Daće, nema precizno određenog nacionalnog tr`i{ta znawa u okviru jedne zemlje, kao što je slučaj sa većinom ostalih tr`i{ta. Postoje i nacionalno određene znawa uglavnom se odnose na naučnoistraživački rad i doprinos naučnom razvoju u okviru konkretne zemlje, što se prije može svrstati u naučnu baštinu nego u stoku znawa ponuđenih na posmatranom nacionalnom tr`i{tu.

Institucionalno uređene razmjene znawa ne postoji na agregiranom, općem nivou. Ono se pojavljuje kod pojedinih oblika znawa kao što su: tehnologija, patenti, licence, prava i sl., gdje su data pravila i propisi pod kojima se razmjena obavlja, te ko sve može biti učesnik. Za većinu drugih znawa, ta pravila ne postoje, ona su rezultat spontanog dogovora strana u razmjeni.

Međutim, institucionalni okvir je važan zbog toga što se time uređuju odnosi između učesnika na tr`i{tu. Urednost doprinosi pravilnijem razvoju tr`i{nih mehanizama i struktura. Posebno je

bitan mehanizam konkurencije, koji je generator razvoja, a koji bez pravi la pona{ awa na tr` i { tu vodi tr` i { te ka entropiji.

Savremeno tr` i { te sastoji se iz mnogo pojedina-nih tr` i { ta, koja zajedno ~ine cjelinu. Svako od wih svojim postojawem i funkci oni - sawem omogu}ava kontakt (komuni kaciju) i zme|u ponude i tra` we. Isto tako, tr` i { ta su u me|usobnoj interakciji, kako ona koja su funkcionalno i predmetno povezana, tako i ona koja predstavqaju mawe-vi { e zasebne cjeline. Potvrda toga jeste ekonomska stvarnost, na osnovu koje se mo` e uo~iti pojava li nearnog preno{ ewa poreme}aja sa jednog tr` i { ta na sva ostala tr` i { ta. Neka tr` i { ta, zbog svog karaktera i veli~ine, imaju ve}u relativnu va`nost, te se wihovi poreme}aji odra`avaju kako na tr` i { ta tako i na ostale dru{ tveno-ekonomske doga|aje.

Veze koje postoje i zme|u tr` i { ta vi { edimenzi onalne su i slo`ene, jer su one zapravo neprestana interakcija, tj. ogledaju se kroz vi { esmjerne promjene i me|usobne uticaje. Da bi objasnili vezu tr` i { ta znawa sa ostalim tr` i { tima, izdvoji}emo sqede}a tri karakteristi~na tr` i { ta:

1. Tr` i { te proizvoda
2. Tr` i { te usluga
3. Tr` i { te informacija

S obzirom na to da je veoma kompleksno pratiti vi { e zavisnih varijabli koje se smjewuju u interakciji tr` i { ta, odnose i uticaje }emo posmatrati funkcionalnim pristupom. To zna~i da }emo razmatrati uticaj pravilnog funkci onisawa jednog tr` i { ta na funkci onisawe ostalih. Ovaj pristup pogodan je za razmatrawe uzro-no-posqedi~nih elemenata koji dovode do problema dru{ tveno-ekonomskih poreme}aja i negatiwnih oscilacija tr` i { ta.

Tr` i { te proizvoda putem svojih osnovnih funkcija⁶ omogu}ava tra`wi da pribavi fizi~ke proizvode za potro{wu, tj. podmi rewe potreba i `eqa, dok ponudi omogu}ava sticawe prihoda potrebnih za wen rast, razvoj i funkci onisawe. Prema marketing konceptu, ponuda je usmjerena na identifikovawe potreba, `eqa i problema potro{a~a, kako bi kreirala odgovaraju}e proizvode. I drugi poslovni koncepti oslawaju se u mawoj ili ve}oj mjeri na istra`ivawe tra`we. U svakom slu~aju, preduze}ima su potrebne informacije o tra`wi, te upotrebi}iva znawa o tome kako napraviti odgovaraju}i proizvod, promovisati ga i distribuirati. To bi zna~ilo da ponuda na tr` i { tu proizvoda ~ini istovremeno tra`wu na tr` i { tu informacija i znawa.

⁶ Selektivne, alokativne, distributivne i informativne.

Ukoliko oni ne mogu zadovoljiti svoje potrebe, poremećaj u podmi rewu tra`we prenosi se na tr`i{te proizvoda. Daqi slijed doga|aja ide u pravcu naru{avawa odnosa na tr`i{tu, pojave nesta{ica, porasta cijena, formirawa sivog tr`i{ta i naru{avawa cjelokupne makroekonomske stabilnosti. Posqedi ce takvog stawa odra`avaju se na dugi rok i prenose na cijelo dru{tvo.

Ako obratimo pa`wu na uzroke tako velikih poremećaja, do}i }emo do analize okolnosti zbog kojih su nastali problemi. Uzroci su u (ne)funkcionisawu tr`i{ta znawa i tr`i{ta informacija. Ne moraju poremećaji uvijek biti tako dramati~ni, ali je sigurno da postoji uzro~no-posqedi~na veza izme|u doga|aja na razli~itim tr`i{tima. Razlog mo`e biti nerazvijenost i neorganizovanost polazi{nih tr`i{ta, u na{em slu~aju tr`i{ta znawa i informacija.

Ako bismo posmatrali tr`i{te usluga, tako|e bismo mogli izvesti sli~ne, ako ne i identi~ne zakqu~ke. I ono se oslawu na tr`i{te informacija i tr`i{te znawa. Konkretni oblici znawa koji se manifestuju na tr`i{tu usluga su: vje{tina, iskustvo, kompetencija, odnosno znawa “znati o...”, “znati kako” i “znati {ta”. Svim navedenim oblicima znawa pru`alac mora raspolagati, te ih u neposrednom kontaktu sa korisnikom (klijentom) plasirati u vidu odgovaraju}e usluge. Vidqivo je da presudnu ulogu ima tr`i{te znawa, i to onaj wegov dio koji sadr`i tzv. kodifikovana znawa⁷ i impli{tina znawa. Nedostatak potrebnih vje{tina, iskustava i znawa na tr`i{tu, odra`ava se negativno na kvalitet pru`awa usluge, {to dovodi do nezadovoljstva korisnika. Logi~na posqedi ca je pad tra`we za takvim uslugama, koji dovodi do propadawa uslu`nih preduze}a. Smawewe wi hovog broja umawuje ukupnu tra`wu za odgovaraju}im znawima, {to usporava wi hov razvoj i generi{e jo{ dubqi jaz izme|u ponude i tra`we. Taj poremećaj ne ostaje samo na relaciji tr`i{te usluga – tr`i{te znawa, ve} se prenosi daqe. S obzirom na to da je glavni izvor novih informacija, upravo tr`i{te znawa (stvarawe novih znawa), poremećaj se prenosi i na tr`i{te informacija. Krajwa konsekvencija ovih negativnih pojava mo`e se odraziti i na tr`i{te proizvoda, posebno u domenu pru`awa intelektualnih (savjetodavnih, istra`iva~kih i dr.) usluga preduze}ima.

Tre}i slu~aj, u kojem }emo razmotriti kako se poremećaj na tr`i{tu informacija prenosi na ostala tr`i{ta, zasniwa se na produkciji, selekciji, obradi i plasmanu informacija. Odmah treba pomenuti da informacija mo`e biti jedan od oblika znawa, te da samo tr`i{te

⁷ Pod kodifikovanim znawima podrazumi}eva se pohrwi vawe znawa u materijalnom obliku (tj. na nekom fizi~kom mediju - pisanom ili drugom) radi wi hovog o-uvawa i preno{ewa na budu}e generacije.

informacija jeste dio tr`i{ta znawa. Produkcija informacija neposredno se zasniva na tempu i obimu sticawa novih znawa i spoznaja. {to je razvoj znawa br`i i opse`niji, time se produkuju znatne koli~ine novih i upotrebqivih informacija. Tako|e, sve ostale faze u kreirawu i isporuci informacija zasnivaju se na kvalitetnoj bazi znawa koja od razli~itih podataka pravi novi proizvod koji nazivamo informacija. Samo po sebi prethodno obja{wewe upu}uje na vezu pomenuta dva tr`i{ta, kao i na mogu}e probleme koji bi nastali negativnim doga|ajima na jednom od wih. Za razliku od prethodnih lan~anih poreme}aja koji se prenose s jednog tr`i{ta na drugo, u ovom slu~aju radi se o istovremenom poreme}aju na oba tr`i{ta. On se na ve} obja{wen na~in odra`ava na funkcionisawe drugih tr`i{ta, te makroekonomskog sistema.

Ako bi smo i ilustracijom prikazali sva prethodna obja{wewa dobili bi smo mnogo strelica koje bi ukazale na odre|ena cilina ponavqawa, a ako bismo u razmatrawe uvrstili jo{ nekoliko tr`i{ta, sama ilustracija odra`avala bi stepen isprepletenosti i povezanosti analiziranih elemenata. I pak, u svim tim relacijama mogla bi se uo~iti odre|ena pravilnost, koja je ne samo grafi~ka ve} u najve}oj mjeri i logi~ka, a odnosi se na polazi{no tr`i{te koje presudno uti~e na funkcionisawe ostalih. Poreme}aj na tom tr`i{tu uvijek }e se manifestovati na nekom koje je sa wim u interakciji. Polazi{no tr`i{te u tom spletu jeste tr`i{te znawa (slika 1).

Ono ~ini centar, tj. polazi{te svih uticaja koji se daqe i spoqavaju. To ne zna~i da je svaki poreme}aj na ostalim tr`i{tima proistekao iz nepravilnog funkcionisawa tr`i{ta znawa, ali svaki poreme}aj na tr`i{tu znawa zasigurno }e se odraziti na druga tr`i{ta.

Ako se izlo`eni stavovi pove`u sa nejasnim determinisawem tr`i{ta znawa, mo`e se zakqu~iti da se tr`i{tem znawa trenutno ne upravqa, tj. da je wegovo funkcionisawe mawe-vi{e spontano. Spontano odvijawe doga|aja na tr`i{tu znawa nosi ve}i rizik nepravilnog funkcionisawa ~ije posqedice mogu da se dalekose`no odraze na razvoj odre|enog dru{tva ili wegove ekonomije. U nauci i praksi otvoreni su problemi i predlo`eni neki modaliteti upravqawa znawem, ali se oni daju uglavnom na mikroekonomskom nivou, te se bave problemom efikasnog pribavqawa i kori{tewa znawa u realizaciji poslovnih cijeva. Ne zanemaruju i mikroekonomsku va`nost upravqawa znawem, i pak smatramo da je makroekonomski nivou upravqawa ne{to va`niji, jer se on odra`ava na stabilnost cjelokupnog sistema. Iz toga razloga tr`i{te znawa mora biti preciznije odre|eno, te konstituisano na agregatnom nivou, sli~no ostalim tr`i{tima. Tada se mogu odrediti konkretnija "pravila igre"

koja bi obezbijedila pouzdaniji ambijent za razvoj znanja i njegovu razmjenu.



Слика 1: Тржиште знања као полазишно и његова веза са осталим тржиштима

Нивои тржишта знања и трансакциона ефикасност

U ovom dijelu, konkretnije }emo se pozabaviti elementima strukture tr`i{ta znanja, odre|ene u-esnicima i nivoima agregirawa tr`i{ta. Slo`enost analize strukture proisti~e iz velikog broja parcijalnih tr`i{ta na kojima se razmjevuju razli~iti pojavni oblici znanja. Uze}emo u obzir samo neka od wih, kao npr. tr`i{te ideja, patenata, autorskih prava, intelektualne svojine, tehnologije, rada, i informacija itd. Svako od wih ima vlastitu kompleksnu strukturu u pogledu u-esnika, odnosa, tokova i pravila funkcionisawa. Umjesto analize strukture pojedinih tr`i{ta, koja bi bila isuvi{e op{irna i mawe svrsishodna za temu ovog rada, posmatra}emo op{tu (hi poteti~ku) strukturu tr`i{ta znanja.

Figurativno, znawe mo`e biti jedna re~enica, najmawa logi~ko-simboli~ka cjeli na koja ima svoju i skaznu i saznajnu vrijednost. Ono se daqe mo`e uve}avati i formirati na znatno vi{em stepenu agregirawa i kompaktnosti. Maksimum wegovog uop{tavawa jeste svo znawe sa kojim raspola`e qudska civilizacija. I zme|u te dvije ta~ke postoji neograni~eno mnogo na~ina grupisawa i agregirawa znawa. Ono se mo`e objediwawati na osnovu svoje srodnosti, sadr`aja, obima, pojavnog oblika i brojnih drugih kriterijuma. Govore}i rje~nikom proizvo|a-a, znawe je maksimalno heterogen proizvod, istovremeno vrlo prilagodqiv konkretnoj potrebi. To bi zna~ilo da se ono mo`e razmjewivati u gotovo neograni~enom broju oblika i razli~itih struktura. Implikacija svega toga jeste potencijalno neograni~en broj tr`i{nih segmenata, {to otvara izuzetne mogu}nosti za kreirawe i plasirawe znawa kao diferenciranog proizvoda.

U~esnike na tr`i{tu znawa mo`emo generalno podijeliti na nosioce i kreatore znawa (ponuda) i wegove korisnike (tra`wa). Ova podjela zasnovana je na wihovoj ulozi na tr`i{tu i odnosu prema predmetu razmjene. U okviru i jedne i druge strane, mogu}e je definisati tri tipa u~esnika:

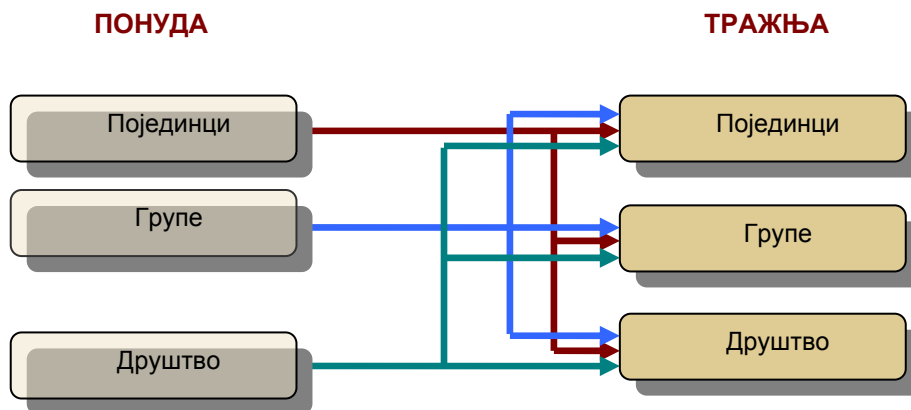
- pojedina~ka kao u~esnik,
- grupa i
- dru{tvo.

Saglasno navedenim tipovima u~esnika, mogu}e je definisati i tri komplementarni nivoa tr`i{ta znawa:

- tr`i{te znawa pojedina~ka,
- tr`i{te znawa grupa (dru{tveni h – npr. udru`ewa, ekonomskih – npr. preduze}a, politiki h – npr. diplomatija i sl.)
- tr`i{te znawa dru{tva (lokalna, nacionalna, regionalna i globalna)

Osnovu tako konstruisanih i definisanih nivoa tr`i{ta znawa, ~ini 9 (devet) mogu}ih relacija izme|u ponude i tra`we. Prve tri relacije sadr`ane su u odnosu **пону́да зна́ња поједи́нана** prema tra`wi pojedina~ka, grupa i dru{tva. Dakle, to bi bio prvi nivo objediwawawa tr`i{ta (tr`i{te znawa pojedina~ka). Drugi nivo izveden je iz odnosa **пону́де зна́ња гру́па** prema ostalim tipovima u~esnika (tr`i{te znawa grupa). I na kraju, tre}i nivo je zasnovan na odnosu **пону́де дру́штва** prema ostala tri tipa. Ilustracija navedenih odnosa data je na slici 2.

Слика 2: Релације између три типа учесника на тржишту знања



Циљ представљене структуре date u форми нивоа тр`и`та знава је указивање на потребу агрегирања тр`и`та знава према критерију релевантних учесника. С обзиром на то да је знање као производ веома хетерогено, те да се категоризацијом тр`и`та знава према производу добија већи број различитих типова, и на то да неки од њих представљају само сегменте тр`и`та, одабран је критеријум учесника и то са аспекта понуде (понуда знања појединца, група и друштва). Свршисходност ове подјеле на нивоу утемељена је на проблему трансакционе ефикасности при вреде. Овај проблем уопште је и аплициран на тр`и`те знава. С обзиром на разурену структуру, тр`и`те знава се, према садашњој структури заснованој на подјели према “критеријуму производа” (појавних облика знања), њени веома нефикасни.

Претпоставка је сљедећа: ако се suo-авамо са неким проблемом у предузећу који `елимо rije`ити на најбољи могући начин, тада би морали да успоставимо контакт са тр`и`тем рада (заслужити одговарајућу особу), тр`и`тем информација (истра`ити проблем, информисати се о пракси других који су се са њим suo-или, потра`ити информације о особи која би нам могла помоћи...), тр`и`тем интелектуалних услуга (намеће се потреба информисања о агенцијима, сједи`ту, могућностима контактирања, квалитету стру`вака који раде...) итд. За предузеће, то би зна-ило зна-ајан утро`ак времена, новца и енергије, уз истовремену дилему који modalitet и које тр`и`те одабрати да би се прона`ла адекватна понуда. Када се у ову при-у уврсте и други интересенти на страни тра`ве, који не познају довољно структуру тр`и`та знава проблем би ва`о изра`енији.

Uz pretpostavku da se tr`i{ te znawa organizuje na predlo`ena tri nivoa, preduze}e bi moglo lak{e da donese odluku sa kojim ni voom tr`i{ ta znawa treba uspostaviti kontakt. Ako preduze}e smatra da je znawe pojedina dovoqno da bi se problem rije{io, tada bi se moglo informisati o pojedina~nim ponudama ~iji su nosioci kompetentni ljudi, te uporediti vi{e njih kako bi odabrali odgovaraju}eg ~ovjeka. Ukoliko se smatra da znawa pojedina ni su dovoqna, kontakt se mo`e ostvariti sa tr`i{tem grupa, pri ~emu bi bile odabrane one grupacije koje pru`aju intelektualne usluge, ili se bave sli~nim poslom. Naravno, preduze}u stoji na raspolagawu i tre}a varijanta - ako prethodne dvije ne ispuwavaju wegova o~ekivawa, tada preduze}e mo`e provesti vlastito istra`ivawe uz kori{tewe znawa dru{tva, odnosno postoje}e nauke i prakse.

Na taj na~in, preduze}e bi smawilo svoje transakci one tro{kove, jer bi se u prvom koraku moglo odlu~iti za jednu od opcija, a u slu~aju da ne ostvari `eceni rezultat, u drugom koraku definitivno rije{iti svoj problem. Kao kona~an rezultat smawewa transakci onih tro{kova svih preduze}a i drugih u~esnika na strani tra`we, postigla bi se ve}a transakci ona efikasnost pri vrede konkretne zemqe.

Закључак

U posqedwim decenijama mnogo se govorilo o razvoju nauke i znawa, o ulasku u novu eru razvoja ljudske civilizacija i posmatrawu znawa kao najva`nijeg resursa. Shodno tome, potencira se i problematika u vezi sa tr`i{tem znawa, koje jo{ uvijek u tom svom op{tem zna~ewu figurira kao apstrakcija. Postoje konkretni elementi vezani za ovo tr`i{te, ali oni uglavnom proisti~u iz parcijalnih tr`i{ta koja ~ine dio tr`i{ta znawa. Da wegova va`nost nije samo deklarativna, potkrepquju i tvrdwe iznijete u ovom radu. Prije svega, treba se osvrnuti na problem konstui sawa integralnog tr`i{ta znawa. To bi se prvenstveno odnosilo na preure|ewe sada{we strukture tr`i{ta, koja bi morala da se preoblikuje u kompaktnije cjeline, sa zajedni~kim obiqejima ponude (kao npr. grupisawe prema srodnosti), woj odgovaraju}e tra`we i jednoobrazan instituci nalni okvir tr`i{ta. Ovo tr`i{te se ve} sada razvija stihijski - dovoqno je pogledati sadr`aje koji se pojavquju na Internetu kao veoma va`nom mediju putem kojeg se vr{i difuzija znawa. Me|uwima se mogu na}i kvalitetne forme znawa (npr. neki obrazovni sistemi i programi), ali i daleko ve}i opus neprovrjenih i spontanih radova. Isto tako, prisutna je zna~ajna ekspanzija izdava~ke djelatnost, pisane, a posebno digitalne.

U takvim uslovima, gotovo je nemoguće pratiti razvoj znawa, kao i tokove wegove razmjene.

U ovom radu izlo`eni su problemi koji ukazuju na potrebu ve}eg stepena standardizacije u strukturi tr`i{ta znawa, te odre|ivawa wegovih funkcionalnih dijelova, koji bi doprinijeli bo}oj transakcionoj efikasnosti tr`i{ta znawa i privrede u cjelini. Ovi problemi imaju svoju specifi~nu te`inu i ozbiljnost, ako imamo u vidu da se u godinama koje predstoje o~ekuje jo{ br`i razvoj znawa i nauke u svim oblastima `ivota. Ukoliko se u taj proces ne unese odre|ena sistemati~nost, postoji izvsjna opasnost od informacionog zagu{ewa tr`i{ta znawa, u kojem }e do}i do paradoksalne situacije da postoji ogroman stok znawa koji ne}e biti moguće pretra`iti, ni ti prona}i ono {to je potrebno.

Литература

- Arsovski, S., - *CIMSI* - Poslediplomske studije iz oblasti - Menaxment novim tehnologijama, predavawe iz predmeta "Metode nau~no istra`iva~kog rada".
- Galoga`a, M., "Principi marketinga", kwiga 1. i 2., *Copyright by Milan Galoga}a*, Novi Sad, 1998
- Filipovi}, V., "Filozofijski rje~nik", Nakladni zavod Matice Hrvatske, Zagreb 1984.
- Mrwovac, @., "Nestaje li radni {tvo u ekonomiji zasnovanoj na znawu?" - I nternet izvor.
- *Polanyi, M., "The Tacit Dimension" Routledge and Kegan Paul, London ,1967.*
- Nau~ni ~lanak, "Konstuitisawe dru{tva znawa", preuzet sa I nternet adrese http://www.pravni-obrasci.co.yu/teorija/globalni_metropolis/
- Tekst "*Social Epistemology, General semantics, and Librarianship*", autora Xesxija [ira, objavqen prvi put u "*Wilson Library Bulletin, Vol. 35 (June 1961), r. 767-770*", a pre{tampan u [irovom Zborniku radova pod zajedni~kim nazivom "*Libraries and the Organization of Knowledge 1966.*", (*Archon Books, Hamden, Connecticut. - p. 12-17*).
- <http://www.wikipedia.org>
- <http://www.free-books.org>

SPECIFICS OF THE MARKET OF KNOWLEDGE

Summary

The essence of the market is exchange, and its purpose is an object of exchange. A market of knowledge has heterogeneous character of its object of exchange. The knowledge, as an object of exchange, has many various forms, so it is not easy to describe its general character. Its specificity is reflected in the fact that in exchange knowledge is only transferred to new user, while at the same time it remains in the possession of the bearer of knowledge. An exchange process is followed by transformation of knowledge into language of logical symbols understandable for the user.

A market of knowledge represents an initial market, i.e. without it other markets would become dysfunctional, because in great deal they depend on its functioning. Present structure of the market of knowledge causes high transactional expenses for participants, reflected in the efficiency of economy in total. A market of knowledge should be more precisely defined in regard to its structure, and it is necessary to define an adequate institutional frame for its regular functioning and development. This work presents certain suggestions in order to define levels of aggregation of the market, and based on them to increase transactional efficiency and to avoid potential danger of informational overloading in the market of knowledge.

Keywords: market, knowledge, exchange, participants, structure, transaction expenses.