

ZNAČAJ MENADŽMENTA ZNANJA I UTICAJ PRIMENE DRUŠTVENIH MREŽA NA INDUSTRIJU 5.0

Aleksandra Kovačević¹, Dejan Dašić²

¹ Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin", Zrenjanin

² Univerzitet Nikola Tesla, Beograd

Primljeno: 14.06.2022; Prihvaćeno: 08.11.2022.

Istraživački rad

Korespondencija: aleksandra.unija@gmail.com¹

² <https://orcid.org/0000-0002-8245-1117>

Rezime: Cilj ove analize je utvrditi u kojoj meri zaposleni smatraju da je menadžmen znanja t.j. dodatnih edukacija ima uticaj na poslovni uspeh preduzeća. Definisani ciljevi istraživanja odnose se na pretpostavku da postoji povezanost sa godinama starosti zaposlenih o stavu koji se odnosi na primenu menadžmenta znanja. Savremeno društveno poslovanje se temelji na modernoj tehnologiji, znanju kao i novim teorijama upravljanja. Primena novih tehnologija pomogla je u velikoj meri da se poboljša kvalitet ljudskog delovanja u mnogim oblastima kako poslovnim tako i društvenim. Preduzeća u sve većoj meri pridaju važnost kvalitetu. Kako bi se u potpunosti ostvario sistem kvaliteta potrebno je da se jasno i precizno definišu ciljevi i strategije kojim se vodi preduzeće. Smatra se da obrazovanje, usavršavanje nisu samo želje zaposlenih već potreba. Edukacija pomaže ne samo pojedincima već i široj društvenoj zajednici.

Ključne reči: menadžment ljudskih resursa, znanje, edukacija, savremeno poslovanje, industrija 5.0

1. Uvod

Uticaj društvenih mreža kod ljudi izaziva različite emocije, od stanja agresije preko aksioznosti do osećaja radosti i zadovoljstva. Često društveni mediji mogu uticati negativno na obavljanje poslovnih zadataka. Različite društvene mreže imaju uticaja na različite generacije, takođe prisutan je uticaj pola, kvalifikacija kao i godine radnog staža. Društvene mreže povezuju se sa primenom menadžmenta znanja u poslovanju. S obzirom da izazivaju različite reakcije kod zaposlenih može se zaključiti da promene raspoloženja koje izazivaju ima velikog uticaja na obavljanje poslovnih zadataka. Jedna od bitnih tema u oblasti menadžmenta znanja je uticaj menadžmenta znanja na zadovoljstvo poslom zaposlenih. Postojeća istraživanja pokazuju da postoji direktna povezanost dimenzija menadžmenta znanja i zadovoljstva poslom zaposlenih. [Koroshnia & Forozan, 2018; Kumar, 2018] Takođe, menadžment znanja može indirektno da utiče na zadovoljstvo poslom zaposlenih, i to preko: unapređenja ekonomskih performansi organizacije, [Guerci et al., 2019; Bastida et al., 2018] izražajnijeg inovativnog ponašanja zaposlenih, povećanja produktivnosti i povećanja stepena

motivacije zaposlenih, [Kianto et al., 2019] kao i putem delovanja u pravcu postizanja društvene održivosti, ostvarivanja visokih performansi i uživanja u pomaganju drugima. [Cugueró-Escofet et al., 2019; Darroch & McNaughton, 2002; Nonaka & Takeuchi, 1995; Roman et al., 2012]

Tema brojnih istraživanja su efekti menadžmenta znanja na različite organizacione ishode i finansijske performanse preduzeća. Visok nivo menadžmenta znanja pospešuje organizacioni razvoj i konkurentnost, [Echeverry et al., 2019] a na makro nivou doprinosi i ekonomskom rastu. Različiti modeli, faktori i procesi menadžmenta znanjem doprinose unapređivanju poslovnih rezultata. [Zebal et al., 2019; Dang et al., 2018; Lee et al., 2005]

Darroch i McNaughton [2002] predstavljaju menadžment znanja kao funkciju upravljanja koja stvara, locira i upravlja protokom znanja unutar organizacije, kako bi se osiguralo da se znanje efikasno i efektivno koristi u svrhu dugoročne koristi organizacije. Na ovo se navodezuje i James [2005, p. 51], koji navodi da je menadžment znanja identifikacija, sticanje, korišćenje, podrška, održavanje i raspolaganje imovinom znanja u svrhu dodavanja vrednosti i koristi svih zain-

teresoanih strana. Prethodne definicije jasno govore o značaju menadžmenta znanja za poslovanje, a pre svega, u smislu ostvarivanja konkurentskih prednosti, obezbeđivanja dugoročnih koristi i kontinuiranog razvoja organizacija, koje sistemski i efektivno primenjuju koncept menadžmenta znanjem. Obrazovanje zaposlenih postaje sastavni deo menadžment organizacije. Menadžment znanja predstavlja značajan izvor konkurentске snage organizacija, iz koje proističu brojni poslovni benefiti. Kvalitet poslovanja podrazumeva tržišnu, poslovnu i društvenu dimenziju.

2. Predmet istraživanja

Veoma brz razvoj tehnologije kao posledicu je doneo potrebu za usavršavanjem i konstantnim napredovanjem na ličnom i globalnom novou. Mladi kadar teži usavršavanju ali u sve većoj meri gube interesovanje i postaju skeptični da li mogu napredovati na osnovu svojih kvalifikacija.

3. Problem istraživanja

Na teritoriji Srednjeg Banata ova tema nije mnogo potencirana, istraživanja nisu vršena na ovu temu u dovoljnoj meri. Ne postoji mnogo informacija ni podataka o značaju menadžmenta znanja za poslovanje. Ne postoji jasna slika o ovoj

tematskoj oblasti na teritoriji gde je izvršen istraživački rad.

4. Cilj istraživanja sa hipotezama

Istraživanje ima za cilj da prikaže uticaj primene strategije zasnovanoj na edukaciji kadrova. Budućnost donosi potrebu za motivacijom mladog kadra, uz adekvatno zaposlenje i neprekidno usavršavanje. Potrebno je konstantno praćenje konkurencije uz kontinuiranu inovativnost poslovanja pa sa tim u vezi se javlja neophodnost za neprekidnim usvajanjem novih znanja. Smatra se da je od velikog značaja dodatno usavršavanje kadrova na svim nivoima u organizaciji. Sve više se javlja potreba zadržavanja perspektivnog kadra u organizacijama i sprečavanje odliva istog u cilju smanjenja negativnog uticaja na poslovanje

Glavna hipoteza: Postoji povezanost godina ispitanika o stavovima primene menadžmenta znanja u industriji 5.0

H1: Zaposlena lica od 18-25 godina starosti smatraju da dodatna edukacija zaposlenih nema značaj za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0

H2: Zaposlena lica od 25-35 godina starosti smatraju da je dodatna edukacija zaposlenih od izuzetne

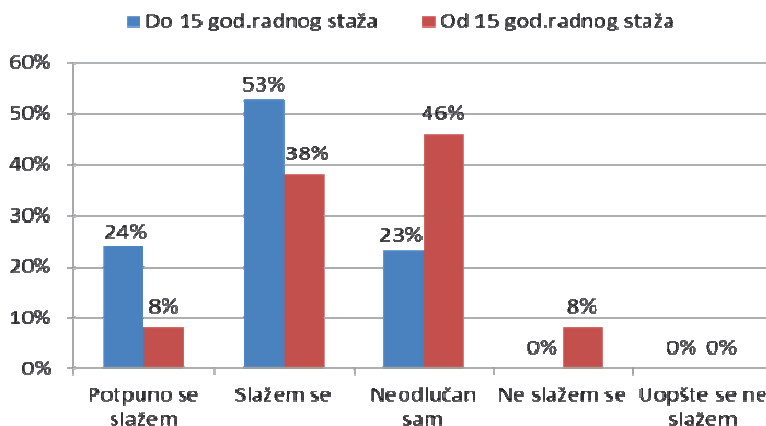
važnosti za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0

H3: Zaposlena lica od 35-45 godina starosti smatraju da dodatna edukacija zaposlenih nije od potpune važnosti za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0 ali iskazuju interesovanje za dodatno angažovanje.

H4: Zaposlena lica od 45-55 godina starosti smatraju da dodatna edukacija zaposlenih nije neophodna za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0 i ne iskazuju interesovanje za dodatno angažovanje

H5: Zaposlena lica od 45-55 godina starosti smatraju da je dodatna edukacija zaposlenih značajna ali nije od presudnog značaja za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0 i ne iskazuju interesovanje za dodatno angažovanje.

U tabeli je dat strukturni prikaz ispitanika svih grupa. Najviše ispitanika obuhvatilo je starosnu grupu do 35-45 godina starosti. Ovu grupu ispitanika činila su zaposlena lica uslužnih i proizvodnih delatnosti.



Grafik 1. Zadovoljstvo poslom [Felbab i dr., 2017]

Zadovoljstvo poslom je ključan faktor za uspešno realizovane radne zadatke ali ono mora biti umereno kako bi zaposleni bili u dovoljnoj meri motivisani da postanu bolji. Gotovo je nemoguće motivaciju zaposlenih i zadovoljstvo poslom razdvojeno posmatrati. Zadovoljstvo

zaposlenih je sastavni deo kvaliteta rada. Faktori zadovoljstva se tokom vremena menjaju, faktor koji je nekada predstavljao motivator se smanjuje i zauzima niži nivo i više ne predstavlja tako važan motivator, i takve motivatore zamenjuju novi. [Felbab i dr., 2017]

Tabela 1. Struktura ispitanika prema godinama starosti

Godine ispitanika	Broj ispitanika
do 25	45
25-35	27
35-45	68
45-55	26
55-65	21
od 65	37

Potrebno je sinhronizovati teorijska znanja sa praktičnim znanjima u realnom sektoru. Ako se želi dostići poslovni uspeh neophodno je razviti interakciju školskih institucija sa privredom.

Međutim u Republici Srbiji poslodavci kao i veliki broj potrošača više se okreće tradicionalnom načinu poslovanja i kupovini proizvoda. Istraživanje je pokazalo da pre ideje uvođenja nekog vida digitalnih tehnologija u poslovanju neophodno je sprovesti veliki broj analiza, finasijskih i strateških planova, odrediti ciljne grupe krajnjih potrošača i korisnika inovacije kako ne bih došlo do poslovnog neuspeha i velikih finasijskih gubitaka. Inovacije u poslovanju danas su od izuzetnog značaja za dalji razvoj preduzeća i bez novina u poslovanju neće biti moguće dobro pozicioniranje na tržištu a samim tim preduzeće neće ostvariti željeni nivo profitabilnosti.

Ispitanici smatraju da na dobar način mogu da motivišu i afirmišu

svoje kolege kada primete da je neophodno prilikom realizacije radnih zadataka

Menadžment znanja predstavlja koncept kolektivnog znanja jednog preduzeća, koji za krajnji cilj ima efikasnu primenu znanja u tačno definisanim situacijama u kojima se donose odluke. Veoma je bitno da to znanje bude raspoloživo u malo napora i truda i što je najvažnije da se može lako primeniti. Koncept menadžmenta znanja predstavlja načelo "Sposobnost da se za relativno kratko vreme dođe do informacije koja će omogućiti svakome u organizaciji da donese najbolju odluku, bilo da se radi o uslovima na tržištu, proizvodu, usluzi, procesu, planiranim aktivnostima konkurenata ili nekim drugim informacijama važnim za uspeh kompanije." [Shockley, 2000] Može se reći i da menadžment znanja predstavlja proces kroz koji organizacije generišu vrednosti svoje intelektualne imovine bazirane na znanju.

Menadžment znanja ne predstavlja samo još jednu naučnu disciplinu, nego paradigmu koja se temelji na shvatanju današnje ekonomije kao ekonomije znanja. U takvom ekonomskom kontekstu organizacije su okružene trendovima, poput: globalizacije, internet revolucija, virtualizacije. Dinamično i nepredvidivo poslovno okruženje stvara pritisak na organizacije da usvajaju nove paradigme, nove obrasce ponašanja i poglede na svet, kao i da budu mnogo senzitivnije, fleksibilnije i adaptibilnije.

Uspešno preduzeće definiše dobro organizovani procesi i rad u timu. U preciznoj organizacionoj strukturi mnogo je jednostavnije razmenjivati znanje veštine i sposobnosti. Vrednost znanja se unapređuje kroz razmenu znanja i kroz načine da se ono primeni i da se inoviraju procesi i ideje. Stoga znanje predstavlja opštu svojinu radnika znanja, što rezultira podizanju ekonomije rada. Ovaj proces omogućava da se identifikuju oni koji mogu da objedine (vođe koji povezuju ljude i ideje), kao i eksperti iz pojedinih oblasti (koji dublje razmišljaju u pojedinim oblastima).

Top menadžmet, koji poseduje veće znanje, ima zadatak da osmisli stimulatívne mere, sve u cilju promovisanja kreativnosti, razmene i ponovnog korišćenja znanja. Samo

takvo upravljanje znanjem daje rezultate.

Prema Power i Phillips-Wren [2010], zasićenost informacijama može biti još jedan snažan uticaj društvenih mreža o procesu donošenja odluka pa tako i u poslovnim procesima. Zasićenost informacijama se smatra jednom od odlika preopterećenosti komunikacijom unutar i izvan preduzeća, što je vrlo često na društvenim mrežama, jer korisnici mnogo troše vremena koristeći ove platforme. Korisnici su opterećeni brojem kanala ili naloga koji se postavljaju kao i količinom informacija u njihovom okruženju društvenih medija. Ovo umanjuje njihovu percepcije i kritičkog mišljenja i tako dovodi do izmenjenog procesa donošenja odluka. Neka istraživanja otkrivaju da društveni mediji mogu značajno uticati na pojedinačne odluke, ali i odluke unutar organizacije. Prema Kirkpatricku [2011], društveni mediji su bili glavni pokretač.

Pre svakog odlučivanja potrebno je definisati na koji način će odluke biti donešene. U kojoj meri je donošenje odluka u tom trenutku neophodne i isplative. Prema Mardani, Jusoh i Zavadskas [2015], proces analitičke hijerarhije ili AHP je jedan od najčešće korišćenih alata u procesu donošenja odluka. Ovaj metod definiše problem kroz hijerarhiju u opadajućem redosledu od

cilja do kriterijuma i podkriterijuma, [Saati, 1990] a u ovom način omogućava uočavanje veza i olakšava razumevanje elemenata. Zatim se ovi elementi boduju na skali od 9 nivoa prema jačini njihovog uticaja. To je u ovaj proces dodeljivanja vrednosti elementima na skali može doći do greške, kako zbog nesavršenosti metode i zbog određenih uticaja na koje stručnjaci koji učestvuju u ceo proces je predmet. U ovom radu autori pokušavaju da sagledaju često zanemaren uticaj društvenih medija o zaposlenima i celom procesu donošenja odluka.

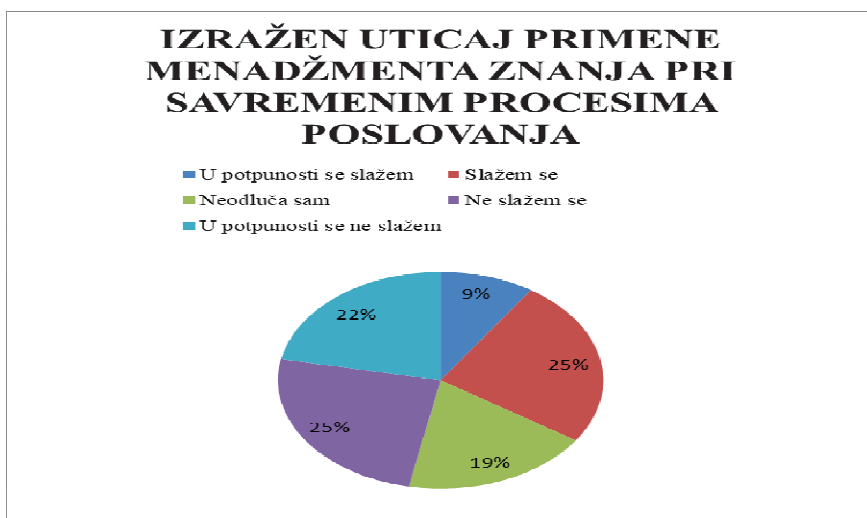
Preduzeća u kojima se informacije samo gomilaju bez usvajanja novih gube na tržišnoj vrednosti. Na ovaj način takođe veliki problem predstavlja i ne samo sve veći broj nastalih informacija koji zahtevaju od kompanije da kreiraju strategiju upravljanja znanjem, ali i fluktuacija zaposlenih a time i znanja koja poseduju može da predstavlja izazov sa kojima su savremene organizacije i kompanije suočene. Uspeh u budućnosti će zavisiti od sposobnosti organizacije da koristi kolektivnu mudrost, koja je skup akumuliranih mišljenja, percepcija iskustava, intuicije i inteligencije. Domaća preduzeća moraju da jasnije osmisle sopstvenu strategiju razvoja, pogotovu u skladu sa evropskim i globalnim integra-

cionim tokovima, a primena savremenih metoda i tehnika menadžmenta, poput sistema menadžmenta kvalitetom, integrisanih menadžment sistema, marketinga odnosa, benčmarkinga i korporativne društvene odgovornosti predstavlja osnovnu pretpostavku uspešnog tržišnog razvoja.

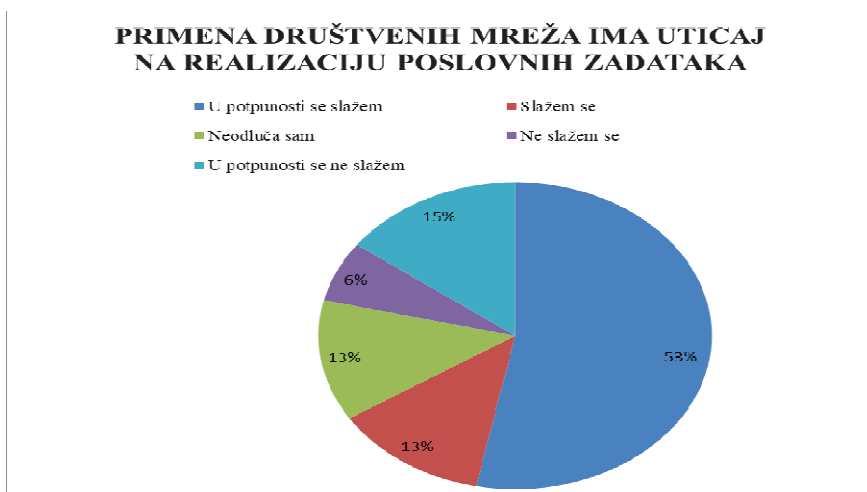
Samo osmišljavanje programa predstavlja proces koji se ponavlja dok se ne pronadje način obuke koji bi zadovoljio menadžment tj. ona obuka koja bi dovela do zadovoljavajućeg porasta efektivnosti. [Leopold, 2002]

5. Rezultati istraživanja

Istraživanje iz 2015. godine da u zavisnosti od godina ispitanika, godina radnog staža zavisi koji faktori definišu njihovo zadovoljstvo. Ispitanici do 10. godina radnog staža smatraju da je mogućnost usavršavanja, dodatnih edukacija u preduzeću dovoljna stimulacija koja definiše zadovoljstvo na poslu. Ako se želi uspostaviti dobar sistem upravljanja kvalitetom zaposlenih potrebno je od samog početka napraviti dobru strategiju planiranja uz jasno definisanje krajnjih ciljeva. Smatra se da ako nije ispunjen krajnji cilj koji je definisan pre same realizacije planova obuke ni sam zadatak obuke nije tada ispunjen.



Grafik 2. Izraženost uticaja primene menadžmenta znanja



Grafik 3. Uticaj primene društvenih mreža

Zaposlena lica od 25-35 godina starosti smatraju da je dodatna edukacija zaposlenih od izuzetne važnosti za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0 čime je potvrđena podhipoteza istraživanja. Zapos-

lena lica od 35-45 godina starosti smatraju da dodatna edukacija zaposlenih nije od potpune važnosti za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0 ali iskazuju interesovanje za dodatno angažovanje. Za-

poslena lica od 45-55 godina starosti smatraju da je dodatna edukacija zaposlenih nije neophodna za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0 i ne iskazuju interesovanje za dodatno angažovanje. Zaposlena lica od 45-55 godina starosti smatraju da je dodatna edukacija zaposlenih značajna ali nije od presudnog značaja za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0 i ne iskazuju interesovanje za dodatno angažovanje. Dok hipoteza koja glasi: Zaposlena lica od 18-25 godina starosti smatraju da dodatna edukacija zaposlenih nema značaj za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0 ispitanici smatraju da je edukacija od velikog značaja ali da nisu spremni da se angažuju u potpunosti ako bi im bilo ponuđeno od strane preduzeća u kom su zaposleni. Na ovaj način glavna hipoteza istraživanja je delimično prihvaćena.

Intelektualni kapital kao element menadžmenta znanja podrazumeva znanja, iskustva, sposobnosti, veštine, kreativnosti i inovativnosti pojedinca. Nastaje kada svi zaposleni, sa svojim individualnim i kolektivnim sposobnostima, znanjima, veštinama, mogućnostima, emocijama doprinose stvaranju materijalnih ili nematerijalnih vrednosti za preduzeće. [Alle, 2002]

Preduzeća u sve većoj meri prilikom selekcije odabir vrše kako na

osnovu kvalifikacije tako i prema spremnosti kandidata da se dodatno usavrše, obuče i steknu nova znanja i veštine. Kandidate je danas veoma teško motivisati da osim radnih obaveza u toku dana vreme izdvoje još za dodatne edukativne sadržaje. Takođe je značajno napomenuti da je prava obuka od izuzetne važnosti. Postoje dva problema odabir radnika u čije će se znanje ulagati kao i pravi vid obuke. Ulaganje truda u pažljiv odabir radnika samo po sebi ne garantuje da će oni biti efikasni. Čak i radnici sa visokim potencijalom usavršavanja ne mogu da obavljaju svoj posao ukoliko ne znaju šta rade i na koji način to da urade. [Dessler, 2013]

6. Zaključak

Primena menadžmenta znanjem sve više shvata da su obrazovanje u kontinuitetu i stručno usavršavanje jedan od najefikasnijih načina konkurentske prednosti, osnovna prednost jedinstvenost kod ulaska u tržišnu utakmicu i nadmetanju sa konkurentskim i sličnim kompanijama. Daje se na značaju internoj i eksternoj edukaciji i komunikaciji. Saznanja su rezultat velikih i brzih promena u spoljnjem i unutrašnjem okruženju, gde savremena preduzeća znanja ljudskih resursa stalno inoviraju, usavršavaju i unapređuju a sticanja novih stavljaju u

pravi plan, smatrajući znanje osnovnim intelektualnim kapitalom. Zaposlena lica od 18-25 godina starosti smatraju da dodatna edukacija zaposlenih nema značaj za postizanja poslovnog uspeha u industriji 5.0 ispitanici smatraju da je

edukacija od velikog značaja ali da nisu u potpunosti spremni da se angažuju u potpunosti ako bi im bilo ponuđeno od strane preduzeća u kom su zaposleni. Na ovaj način glavna hipoteza istraživanja je delimično prihvaćena.

Reference

- Alle, V., (2002). *The Future of Knowledge*, Butterworth-Heinemann, Boston
- Aronson, E., Wilson, T.D. & Akert, A.M., (2007). *Social Psychology*, 6th Ed. Upper Saddle River, NJ, Pearson Prentice Hall.
- Bastida, R., Marimon, F. & Carerras, L., (2017). Human Resource Management Practices and Employee Job Satisfaction in Non-profit Organizations: HRM Practices and Employee Job Satisfaction in Nonprofits, *Annals of Public and Cooperative Economics*, 89(2), DOI:10.1111/apce.12181
- Bulmer, D. & DiMauro, V., (2011). 2nd Annual New Symbiosis of Professional Networks study, Available at: <http://dssresources.com/news/3255.php> accesed 12.4.2022.
- Chu, K., (2015). Vocational education and training in Germany, Berlin, Institute of Vocational Education
- Cugueró-Escofet, N., Ficapal-Cusí, P. & Torrent-Sellens, J., (2019). Sustainable Human Resource Management: How to Create a Knowledge Sharing Behavior through Organizational Justice, Organizational Support, *Satisfaction and Commitment. Sustainable*, 11(19), 5419.
- Daft, R.L. & Lengel, R.H., (1984). Information richness: a new approach to managerial behavior and organizational design. Research in Organizational Behavior, Cummings L.L. and Staw B.M. (Eds.), Vol. 6. *Homewood, IL: JAI Press*, 1984, p. 191-233.
- Dang, C.N., Le-Hoai, L. & Kim, S.Y., (2018). Impact Of Knowledge Enabling Factors On Organizational Effectiveness In Construction Companies, *Journal of Knowledge Management* 22(4), DOI:10.1108/JKM-08-2016-0350
- Darroch, J. & McNaughton, R., (2002). Examining the link between knowledge management practices and types of innova-

- tion, *Journal of intellectual capital*, 3(3), 210-222.
- Dessler, G., (2013). *Human Resource management*, Pearson, New Jersey
- Echeverry, C., Herrera, O. & Velez, A., (2019). Knowledge management from the organizational culture in call centers in Manizales, *Cuadernos de Administracion*, 35(63), 15-25.
- Felbab, A., Ivin, D., Lerik, N. & Magazin, M., (2017). *Zadovoljstvo poslom kao najbolji način organizovanja i upravljanja kompanijom u cilju ispunjenja poslovnih ciljeva*, Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin", Zrenjanin
- Frosina, S., (2021). *Digital revolution: How Social Media Shaped the 2019 Hong Kong Protests*, Available at: <https://www.ispionline.it/en/publicazione/digital-revolution-how-social-media-shaped-2019-hong-kong-protests-30756>
- GilaniKahai, S. & Cooper, R., (2003). Exploring the Core Concepts of Media Richness Theory: The Impact of Cue Multiplicity and Feedback Immediacy on Decision Quality, *Journal of Management Information Systems*. 20(1), 263-299.
- Guerci, M., Decramer, A., Waeyenberg, T. & Aust, I. (2019). Moving Beyond the Link Between HRM and Economic Performance: A Study on the Individual Reactions of HR Managers and Professionals to Sustainable HRM, *Journal of Business Ethics*, 160(4), 783
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M., (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kianto, A., Shujahat, M., Hussain, S., Nawaz, F. & Ali, M., (2019). The Impact of Knowledge Management on Knowledge Worker Productivity, *Baltic Journal of Management*, V(14), 2, p. 178-197, Emerald Publishing Limited
- Kirkpatrick, D., (2011). Wired and Shrewd, Young Egyptians Guide Revolt, *The New York Times*, February 9, 2011. Available at: <https://www.nytimes.com/2011/02/10/world/middleeast/10youth.html> accessed on 28.4.2022.
- Kleinsman, J. & Buckley, S. (2015). Facebook study: a little bit unethical but worth it?, *Journal of Bioethical Inquiry*, 12(2), 179-182.
- Koroshnia, E. & Forozan, I. (2018). The Relationship between Knowledge Management and Job Satisfaction among Mellat Bank Employees in Tehran Province,

- Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 8(6), 138–154.
- Kreps, G.L., (1990). *Organizational Communication*, New York, Longman.
- Krsmanović, S., (2004). *Informaciona suština menadžmenta znanja, Knowledge management*, Beograd, Univerzitet "Braća Karić", Fakultet za menadžment
- Kumar, T.N., (2018). Knowledge Management Practicesits impact on Job Satisfaction (With special reference to banking sector), *International Journal of Research in Social Science*, 8(3), 528–545.
- Langthaler, M., (2002). The transfer of the Austrian dual system of vocation education to transition and developing countries. An analysies from a developmental perspective, Vienna, Austrian fondation
- Leopold, J., (2002). *Human Resources In Organisations*, Pearson Education, New York
- Leskovec, J., Huttenlocher, D. & Kleinberg, J., (2010). Predicting positive and negative links in online social networks, *In Proceedings of the 19th international conference on World wide web (WWW '10)*, New York, NY, Association for Computing Machinery, 641–650.
- Lee, K.C., Lee, S. & Kang, I.W., (2005). KMPI: Measuring knowledge management performance, *Information & Management* 42(3), p. 469-482
[DOI:10.1016/j.im.2004.02.003](https://doi.org/10.1016/j.im.2004.02.003)
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, Oxford University Press, New York.
- Power, D.J. & Phillips-Wren, G., (2010). Impact of social media and Web 2.0 on decision-making, *Journal of decision systems*, 2011 - Taylor & Francis
- Roman, D., Piana, J., Lealozano, M.S.P, de Mello, N. & Erdman, R.H., (2012). Organizational Competitiveness Factors, *Brazilian Business Review*, 9(1), p. 25-42
[DOI:10.15728/bbr.2012.9.1.2](https://doi.org/10.15728/bbr.2012.9.1.2)
- Sanchez, R. & Mahoney, JT. (1996). Modularity, flexibility, and knowledge management in product and organisation design, *Strategic Management Journal*, 17 (Winter Special), 63-76.
- Shockley, W., (2000). *Planning for Knowledge Management: How your company can benefit from using the right information at the right time*,

<https://quality-texas.org/wp-content/uploads/2014/11/Knowledge-Management.pdf>

Zebal, M., Ferdous, A. & Chambers, C., (2019). An integrated model

of marketing knowledge - a tacit knowledge perspective, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 21(1), 2–18.

THE IMPORTANCE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT AND THE IMPACT OF SOCIAL NETWORKS APPLICATION ON INDUSTRY 5.0.

Aleksandra Kovačević¹, Dejan Dašić²

¹ University of Novi Sad, Technical faculty "Mihajlo Pupin", Zrenjanin

² Univeritet Nikola Tesla, Beograd

Corresponding: aleksandra.unija@gmail.com¹

Abstract: The aim of this analysis is to determine the extent to which employees believe that knowledge management, ie additional training, has an impact on the business success of the company. The defined goals of the research refer to the assumption that there is a connection with the age of employees about the attitude related to the application of knowledge management. Modern social business is based on modern technology, knowledge and new management theories. The application of new technologies has greatly helped to improve the quality of human action in many areas, both business and social. Companies are increasingly attaching importance to quality. In order to fully achieve the quality system, it is necessary to clearly and precisely define the goals and strategies by which the company is run. It is believed that education, training are not just the wishes of employees but the needs. Education helps not only individuals but also the wider community.

Keywords: human resources management, knowledge, education, modern business, industry 5.0,