

POSPEŠIVANJE INOVACIJA**Žika Stojanović**

Visoka poslovna škola strukovnih studija, Leskovac, Srbija

Poslednjih decenija inovacije su postale „condicio sine qua non,, za bilo kakav prosperitet kompanija i biznisa a poslednjih godina i za opstanak na tržištu. Savremeni tenničko-tehnološki razvoj nezamisliv je bez prisustva i upotrebe inovacija.

Istaknućemo i opisati proces i kapacitete neophodne kako kompanijama tako i organizacijama i institucijama da ohrabre i podrže kreativno razmišljanje i što je isto tako važno da oblikuju i prihvate rezultate inovacija.

Važno je istaći kako se inspirišu inovacije i kako se informišemo o orginalnim idejama. Sagledati ulogu lidera i timova u nastajanju ideja i njihovoj realizaciji.

Posebno će se naglasiti važnost stalne provere inovativnih ideja kroz njihov razvoj sa vrlo bitnim protokom informacija koji mora biti transparentan.

Uvod

Inovaciju možemo prihvatiti kao aktivnost, posao odnosno misaonu radnju, koja kreira ili obogaćuje resurse. Inovacija obdaruje upotrebnom vrednošću. Inovacija u opštem smislu ne mora obavezno da bude „čisto“ tehnička međutim tehničke inovacije mogu da doprinesu direktnom porastu društvenih inovacija i da imaju snažne socijalne implikacije. Zbog toga se smatra da je inovacija ne samo tehnički pojam već i ekonomski i socijalni. Sistematska inovacija se sastoji od svrsishodnog i organizovanog traganja za promenama, kako bi se u okviru sistematske analize mogućnosti ovih promena, one prihvatile kao ekonomske ili socijalne inovacije

Zemlje koje podržavaju inovacije osiguravaju dinamičan ekonomski prestiž i prosperitet i povećavaju kvalitet života svojih građana u odnosu na stanovnike drugih država. Ovo se postiže kroz međunarodnu saradnju a posebno istraživanjima i razvojem.

Opstanak na novom globalnom poslovnom tržištu zahteva unapređenje produktivnosti i poboljšanje konkurentnosti. Kompanija koja nadograđuju svoje proizvode i uspeva da pronade tržišne niše uz primenu savremene tehnologije i inovacija, ne preživljava, već ostvaruje napredak.

Po Piteru Drucker-u evedentirani su sedam izvora inovacija, od kojih se prva četiri nalaze u samoj kompaniji odnosno organizaciji dok su ostala tri van kompanije odnosno organizacije. [1] Takozvani unutrašnji izvori inovacijasu: neočekivano, nepodudarnost, potreba procesa i iznenadne promene strukture privrede ili tržišta. Dok su demografska kretanja,promene u opažanjima, raspoloženjima i značenjima kao i

nova naučna i nenaučna saznanja, spoljni izvori. Nije uvek moguće napraviti preciznu distinkciju odnosno odrediti jasne granice između ovih izvora ali svaki od ovih izvora zahteva posebnu analizu jer svaki od njih ima svoje posebne karakteristike.

Za začehće svake inovacije neophodna je misao, odnosno ideja ili ilustrativno rećeno misaona iskra. Zato ćemo pokušati da pratimo faze, kako nastanka pomenute iskre tako i rađanje i oblikovanje ideje u inovaciju, zatim podržavanje inovacije i promovisanje iste u samoj organizaciji ili u okruženju u smislu pružanja elementarnih dokaza da inovacija nije promašaj i da će zadovoljiti oćekivanja kao i obezbeđivanje objektivnog i široko stručnog saveta sa strane o praktićnoj primeni inovacije i na kraju fazu zaštite inovacije.

Pospešivanje, fokusiranje i zaštita inovacija

U svetu biznisa nema ni jednog šefa ili menadžera, bilo kog nivoa, koji se neće složiti da je dobra ideja veoma važna za opstanak u poslu i to kako pojedinca tako i ćitavog društva.

Međutim šta je ideja i kako ona nastaje jeste pitanje koje se stalno postavlja kako na fakultetima tako i u istraživaćkim institucijama.

Prema Fridrihu Nojbaueru profesoru IMD ideje su posledica više instiktivnog nego racionalnog [2] što je podržano i od strane psihologa kao što je profesor Rićard Wajsman sa univerziteta u Hertfordshiru [3].

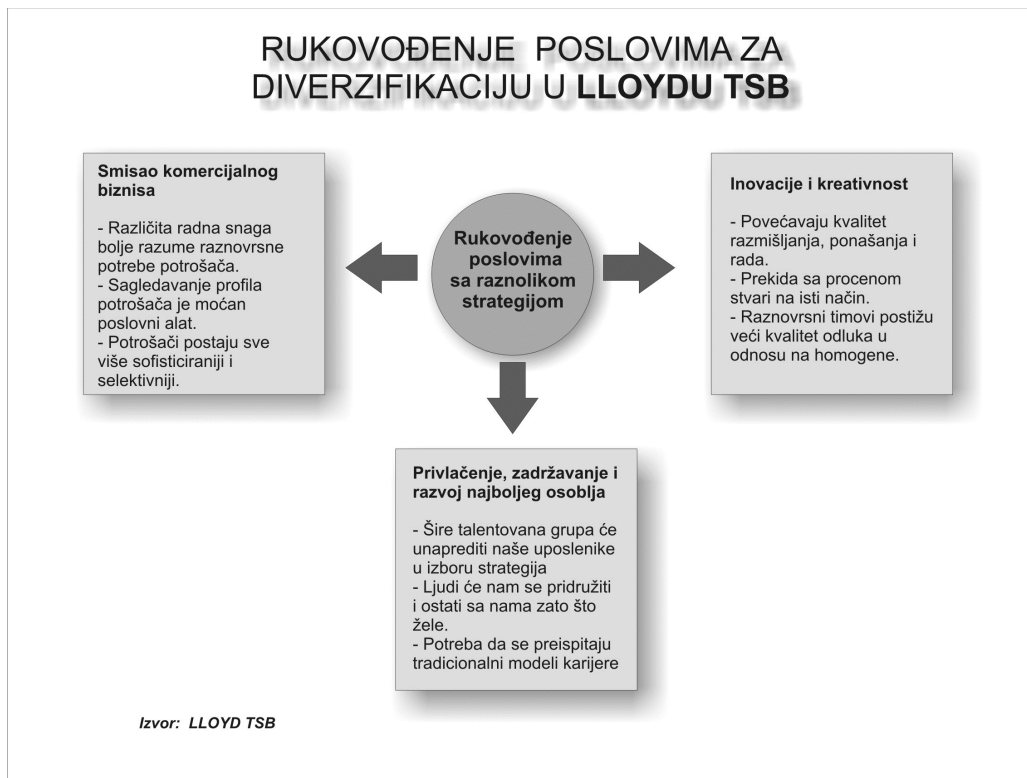
Istraživanje sprovedeno [4] na grupi od 120 menadžera, direktora i šefova iz oblasti automobilske industrije, industrije zamrznute hrane, vodećih kuća mode, pozorišta, lokalnih samouprava, preduzetništva, ljudskih resursa, penzionih fondova i internacionalnih brokerskih poslova, pokazalo je da nove ideje nastaju prisustvom i međusobnim uticajem tri uzroka: a) urgentni ili neizbežni poslovni imperativ b) perspektive imperativa prouzrokuju brojne uticaje kako na osoblje tako i na pojedinca c) okruženje koje pravilno sprovodi odgovarajuće refleksije pojedincu.

Kada se pojedinac nađe u stresnim situacijama koje su posledica hitnih i ili neizbežnih poslovnih zahteva onda je kreativniji u odnosu na uobićajnu poslovnu situaciju. Oni koji imaju sposobnost kreativnog razmišljanja i imaju i mogućnost da izglađe ono što izglađa da je nemoguće izglađiti i da povezuju ćinjenice na naćin koji je nepoznat do tada. Posedovanje odredene školske diplome, profesionalne ili poslediplomske kvalifikacije, timski rad, programi doktorskih studija, dokolica, familija, znatiželja i, „otvoren um“ jesu uslovi za stvaranje ideje.

Ideje, zahtevaju ljude koji će ih promovisati, unutar odgovarajućih kompanija ili organizacija, za vreme kada se pojave poteškoće ili za vreme koje je neophodno da se pažljivo prouće. Ideja u kompaniji mođe nastati od bilo kog ćlana bilo koje organizacije unutar kompanije i mođe doći iz najmanje oćekivane oblasti poslovanja. Onda su potrebni menadžeri, ćlanovi upravnog odbora ali i savetnici da se takve ideje implementiraju i da postignu praktićan ćilj.

Raznolika radna snaga u kompaniji sa širokim obimom iskustva omogućava kompetentniji, produktivniji i raznovrsniji pristup i nove ideje. Mnoge kompanije, banke i finansijske institucije su shvatile da upošljavanje, žena, etnićkih manjina,

starijih radnika, radnika raznih nacionalnosti, vodi ka novim idejama, proizvodima ili uslugama.



Pri ovome nije bitna različitost u boji kože ili etničkom poreklu, već način i ugao kako se problem posmatra i njihova individualnost kod rešavanja.

Različitost treba upotrebljavati kao kreativan resurs a ne kao stvar za prikazivanje što je i [5] Disney primetio. Uposlenicima treba pružiti motivaciju, prostor i fleksibilnost koja im je potrebna da bi dosegli svoje skrivene kvalitete i postigli maksimalnu kreativnost.

Inovativni menadžeri veruju da se njihove odluke trebaju bazirati na odnosu uposlenika i organizacije na koji više može da se utiče nego da se direktno kontroliše. Stefan Tomke, profesor tehnologije i operativnog menadžmenta na Harvardu [6] ističe da mogućnosti koje donosi eksperimentisanje na polju istraživanja i razvoja dostižu svoj pun potencijal samo ako je podržano odgovarajućim informacijama i kvalitetnim perspektivama. Po njemu treba preduzeti sledeće da bi se to postiglo:

- organizovati se za rapidno eksperimentisanje i izbeći rutinu i determinisanost kao prateće faktore eksperimentisanja

- opredeliti se za neuspehe u ranim fazama eksperimenta i to češće nego praviti greške i fokusirati se na neuspehe koji će povećati znanje tima

-predvideti i iskoristiti rano informaciju, indentifikovati problem na vreme kada se može lakše i jeftinije rešiti
-kombinovati nove i tradicionalne tehnologije i koristiti ih u konceptu i sećanju da se one pojavljuju i uvode kontinuirano [7].

Neophodan je plan aktivnosti da bi se proširio kapacitet istraživačkog i naučnog osoblja koji treba da ima dva dela. Jedan deo bi se odnosio na podršku istraživačkom i naučnom osoblju da postanu aktivnije uključeni u razvoj, prihvatanje i patentiranje inovacija za proizvode i tehnologije koje su razvijene u sopstvenoj organizaciji. Drugi deo bi se odnosio na javno publikovanje uspešno primenjenih inovacija da bi se naznačilo svim uposlenicima, kolika je važnost ovakvog rada.

Za sve inovacije da bi bile uspešne generalno važi da postignu javno raspoznavanje i to unutar i van organizacije kao i od strane pojedinaca.

U mnogim oblastima troškovi inovacija su veoma veliki i deluju destimulativno na tok i ishod čitavog procesa pa se zahteva pažljivo upravljanje troškovima, odnosno predviđanje o tome dali će neka inovacija uspeti ili ne, kako bi se ekonomski troškovi doveli na nivo najmanjeg rizika. Kompanija BMW u cilju smanjenja velikih troškova istraživanja kada je u pitanju automobilaska industrija i izrada prototipova uvela izradu prvobitnih modela isključivo od specijalne plastike koja je modulirana, ekstremno precizno, laserima i na taj način smanjila troškove. [8]

Stres koji se javlja kod ljudi koji rade na inovacijama može da predstavlja, kao što smo ranije napomenuli, i stimulans ali i prepreku inovativnim naporima. Osnovni faktori kao jasni izvori stresa su:

U odnosu na posao previše rada, vremenski presing, loši fizički uslovi rada, greške, suviše odluka.

U odnosu na ulogu u organizaciji ambivalentna uloga, konfliktna uloga, odgovornost za ljude, nedostatak podrške viših menadžera, dvosmislene organizacione barijere.

U odnosu na veze sa ostalima sa šefom, sa kolegama, sa podčinjenima, konflikti i teškoće sa izaslanicima.

U odnosu na karijeru previše napredovanja, nedovoljno napredovanje, nedostatak sigurnosti ostanka na poslu, strah od viška radne snage ili prevremenog penzionisanja.

U odnosu na organizacionu strukturu i atmosferu na poslu-ograničenja u ponašanju, odsustvo efektivnih dogovora ili postupaka, neizvesnost, gubitak indentiteta i nedovoljna participacija.

U odnosu na spoljni svet podeljena odanost, sukob interesa posla i zahteva familije, pritisak spoljnih problema (finansijskih, životnih kriza...) [9], prikazao je istraživanje urađeno sa tinejdžerima i dvadesetogodišnjacina iz koga se vidi da sadašnje generacije poseduju poslovne osobine koje ih razlikuju u odnosu na predhodne i to: uče i obnavljaju znanje brže, preuzimaju više rizika, žele da kombinuju zabavu sa radom, prihvataju tehnološke promene kao dar, mešaju lično i poslovno. Iz ovoga sledi da sadašnje generacije trpe mnogo veći uticaj tehnologije i prihvataju taj uticaj u odnosu na predhodne, što ima za posledicu diverzifikaciju inovacija.

Nove tehnologije, kao i mnoge druge inovacije, otvorile su perspektive kreativne razmene, koja je ranije bila moguća samo preko direktnog ljudskog kontakta. Ovo je oslobodilo kreativnost u odnosu na vreme i mesta i omogućilo da ideje i inovacije budu rasprostranjene i prihvaćene i bez duže cenzorske intervencije nadređenih, koje, kao što je poznato, mogu prekinuti inovaciju u fazi nastanka.

Inovacije i kada se implementiraju donose dilemu inovatoru a to je ukupan teret dotadašnjih troškova koje je imao oko inovacije, bez garancije da će iste nadohnaditi. Zatim pritisak na prihode zbog pojave imitacija, koje devalviraju inovatorova znanja, obuku, rad i najzad, sam prihod od inovacija.

Da bi inovacija bila uspešna mora, pre svega, biti prihvatljiva za većinu potencijalnih korisnika. To znači da se sa inovacijom mora naći odgovarajuće vreme i mesto za korišćenje u protivnom možemo imati pravu inovaciju u pogrešno vreme ili pogrešnom obliku. Efikasna inovacija jeste uvek i jednostavna i lako dolazi u žižu javnosti. Ovakve inovacije sigurno ostvare tržišnu potvrdu. Inovacija može da bude i vrlo elementarna i li veoma tehnički složena ali je važno da ne bude predimenzionirana i da počinje od naj jednostavnijih segmenata, pa da se postepeno razvija. Ovo je neophodnost, jer, pored ostalog, ekonomski imperativi (obrotna, osnovna sredstva, rad, troškovi...) diktiraju uslove opstanka i razvoja inovacije.

Preduzetništvo se prihvata kao oblast koja je najpodesnija za inkubaciju i podržavanje inovativne delatnosti i vice versa, inovacije povećavaju mogućnosti, mobilizaciju i organizaciju resursa za veći obim proizvoda i usluga. [10] Zato je kritična masa preduzetničke aktivnosti neophodna u svim sektorima društva, razvijenih zemalja, a naročito zemljama u razvoju. Ali ne treba se po svaku cenu truditi da se bude kompletno preduzetnički organizovan. Kompanije koje su pokušavale da svoj posao učine preduzetničkim na način da su mešale preduzetničke sa menadžerskim jedinicama nisu uspevale u tome. Razlog je da uposlenici koji rade rutinske poslove, uglavnom rade na njihovoj optimizaciji a ne na inovacijama. Takođe je neuspešno da se nekakvim spajanjem velikih kompanija sa pravim preduzetničkim kompanijama stvori nova velika kompanija koja će prednjačiti u inovacijama. Uspešne kompanije, kada su inovacije u pitanju, svoj uspeh duguju, pre svega, uposlenicima koji su od početka svog radnog veka u kompaniji, uposlenicima a ne „kupovinom” ljudi koji će se baviti inovacijama kao novi u kompaniji.

Država mora da ohrabri inovatore i da im obezbedi finansijsku podršku i pravnu zaštitu. Takođe treba da balansira između stalnih potreba za investiranjem što podrazumeva i ne vođenje računa o interesima inovatora a pogotovu stranih, jer se uklanjaju ograničenja vezana za inovacije, odnosno patente i licence.

Dugoročni plan međunarodnih istraživanja [11], u prioritetnim oblastima, predviđa porast stope i broja otkrića i pronalazaka što će stimulisati inovacije i njihovu komercijalizaciju. Predviđeno je da ovakav rast mora da uključi stekholdere (vlasnike kompanija), akademije i vlade, da bi se postigli željeni rezultati. Za svaku zemlju je neophodno da aktivira kulturu preduzetništva i inovacija sa opipljivim rezultatima u korist čitavog društva.

Inovacije se moraju izaštiti, pre svega, sa državnog i međunarodnog nivoa. Ove mere ne treba da postanu ograničenje za buduće inovacije kompanija ili pojedince. Zaštita inovacija može da se odnosi samo na određeni vremenski period sa odgovarajućim propisima iz oblasti intelektualne svojine i da sadrži neophodne kriterijume kao što je korisnost, novo, vremensko ograničenje kako bi se omogućio pristup naučnim i drugim novim saznanjima a u cilju globalnog dobra u čitavom svetu. Harmonizacija propisa zaštite inovacija u čitavom svetu, jeste neophodna mera, koja treba da, pored neposrednog dejstva, i omogući skraćivanje vremena, koje je sada neophodno da se sav administrativni posao oko zaštite obavi. Ovde prednjače razvijene zemlje a naročito EU.

Predpostavlja se da sistemi zaštite inovacija razvijenih zemalja uključuju najbolju praksu i visoki nivo kvaliteta kada je u fokusu istraživački rad i ispitivanje.

Zaključak

Inovacije predstavljaju jedan od glavnih pokretača nacionalnih ekonomija, pa samim tim i celokupne svetske ekonomije. Proces od postanka ideje, njenog fokusiranja, razvoja, praktične implementacije kroz inovaciju i najzad opstanka sa tržišnom potvrdom, zahteva sistematsko vođenje odnosno upravljanje. Menadžment inovacija, bilo individualni ili korporativni, treba da permanentno podržava stvaranje i primenu inovacija.

Inovacije mogu kao aktivnost da budu pospešene u posebni poslovnim situacijama kao što je imperativ opstanka na tržištu za kompaniju ili preduzetnika ili kad se radi o potpuno novom ili do sada neuobičajnom korišćenju odgovarajućeg resursa ili kombinacije raličitih resursa.

Svaka inovacija nosi jedinstvene rizike i to da ne bude podržana u sopstvenoj kompaniji ili od strane korisnika, odnosno tržišta. Da bi se pomenuti rizici minimizirali neophodno je da se u sredini gde se inovacija razvija formiraju timovi za podršku čiji je zadatak pospešivanje i sručno-ekonomska podrška.

Državni organi, a pre svega vlade, u razvijenim zemljama a naročito u zemljama u razvoju, moraju da podrže inovacije i omoguće transfer znanja kao osnove za ekonomski i društveni razvoj. Njihov stalni zadatak treba da bude promovisanje inovacija kao i obrazovanje i trening odgovarajućih kadrova odnosno budućih lidera na ovim poslovima. Dalje podsticanje preduzetništva kao najproduktivnije oblasti za stvaranje i implementaciju inovacija i obezbeđivanje pravne zaštite inovacija, odnosno intelektualne svojine jeste permanentna obaveza svake vlade koja teži porastu nacionalnog dohotka.

Ekonomske razvijene zemlje daće naveći doprinos razvoju inovacija u svetu ukoliko omoguće lakši (ekonomski pogodniji) transfer znanja i tehnologije zemljama u razvoju.

Literatura:

- [1] Drucker P.: Menadzment za buducnost, Privredni pregled Beograd, 1995.
- [2] Syrett M., Lammiman J., Successful inovation, Profile box Ltd, 2002.
- [3] Syrett M., Lammiman J., Successful inovation, Profile box Ltd, 2002.
- [4] Garrow, V., Stirling, E., The Management Agenda, Roffey Park Institute, 2007.
- [5] Janet Wasko, The Magical-Market World of Disney; Monthly Review, 2001.
- [6] Thomke, S., David E. Bell., Sequential Testing in Product Development, Management Science 47, 2001.
- [7] Corydon Ireland, Week of events at Radcliffe, Harvard, 2007.
- [8] Dr. R. Stromberger, Dr. J. Theis, Integrated Approach, BMW Group, Munich 2004
- [9] The Economist, january, 2001.
- [10] Stojanović Ž., Preduzetništvo, Viša ekonomska škola, 2001.
- [11] Analysis and transfer of innovation tools, methodologies and policy, EU Brussels, 2006.

Summary

ENCOURAGE THE SUCCESSFUL INNOVATION

Scientific paper

Zika Stojanovic

College of Applied Business Studies, Leskovac, Serbia

In recent decades innovations has been „condicio sine qua non„ for any how prosperity companies and bussines, but in recent years copamies and bussines without innovations cannot survive on market. Contemporary tehcnical-tehnological development are unthinkable without present and use innovations. We will outstanding and describe processes and capacities which are necessary to companies and organizations and institutions to encourage and foster creative thinking and, equally important, to shape and capture the resulting output of innovations.

It is very important to say how are inspired innovations and how we inform about orignal ideas. The role of leader and teams in getting ideas and realization are very important. Its necessary to show importance of continuous evaluation innovations ideas throughout their development with importance the free flow of information which has to be transparent.