

ULOGA INOVACIJA MENADŽMENTA U INOVATIVNOJ I KREATIVNOJ EKONOMIJI

Gordana Kokeza*

gkokeza@tmf.bg.ac.rs

Rezime

Inovacije menadžmenta predstavljaju radikalne promene u metodama upravljanja savremenim poslovanjem i uslovljene su bitnim promenama uslova privređivanja. Cilj inovacija menadžmenta jeste da omoguće novi pristup motivaciji zaposlenih, da sprovedu korenite promene odnosa zaposlenih prema poslu, kao i da promene odnos zaposlenih jednih prema drugima i prema poslodavcima. Primena novih menadžment metoda trebalo bi da doprinese proširivanju svesti, veština i pristupa zaposlenih, kao i da omogući da organizacije budu fleksibilnije i da permanentno unapređuju svoju kompetentnost, konkurentnost i poslovni uspeh. Navedene radikalne promene u metodama upravljanja imaju za cilj da povećaju efikasnost privrednih subjekata, čije poslovanje bi se zasnivalo na inovativnosti, fleksibilnosti i većoj motivaciji zaposlenih. Novi načini upravljanja poslovanjem privrednih subjekata predstavljaju preduslov jačanja inovativnosti i kreativnosti cele privrede i daljeg procesa privrednog razvoja.

Ključne reči: inovacije, upravljanje, menadžment, kreativnost, privredni razvoj;

UVOD

Grčki filosof Heraklit iz Efesa rekao je da je samo promena večna i apsolutna, a da je sve drugo promenljivo i relativno. Data misao predstavlja univerzalnu zakonitost koja i danas važi u svim sferama života i poslovanja. Naime, savremeni uslovi poslovanja takođe su promenljivi i diskontinuirani, **što** uslovljava permanentno relativiziranje pozicije privrednih subjekata. Datim promenama privredni subjekti se prilagođavaju procesima svog,

* Tehnološko-metalurški fakultet, Univerzitet u Beogradu

takođe permanentnog, rasta i razvoja. U razvijenim zemljama, rast i razvoj su procesi koji se baziraju na naučno-istraživačkoj aktivnosti, kreativnosti i inovativnosti, a date aktivnosti imaju ključni uticaj na njihov prosperitet.

Bitno promenjeni uslovi poslovanja podrazumevaju i drugačije metode upravljanja koje čine inovacije menadžmenta, a koje bi trebalo da preko radikalnih promena u upravljačkim metodama omoguće efikasnije poslovanje privrednih subjekata, zasnovano na inovativnosti, fleksibilnosti i većoj motivaciji zaposlenih.

1. PROMENE USLOVA POSLOVANJA, INOVATIVNOST I KREATIVNOST PRIVREDE

Vrlo intenzivan tehničko-tehnološki progres baziran na inovativnosti uticao je da se i uslovi poslovanja i života permanentno, sve brže i sve više menjaju. Od novog načina rešavanja iskrsljih problema, pre svega u oblasti tehnologije, do uvođenja novina u procesu učenja, inovativnost je menjala svoje značenje, ali i ulogu i značaj u procesu društveno-ekonomskog razvoja. Danas inovativnost predstavlja sredstvo, način razmišljanja i oruđe u borbi za preživljavanje. Pod inovacijom se može podrazumevati primena novog znanja da bi se ponudio novi proizvod koji traže kupci, ili invencija kojoj se dodaje komercijalizacija. Inovacija se može shvatiti i kao inspiracija i kreacija, preporod, nedoumica i pritisak na promene u procesu učenja koje predstavljaju put ka otkrićima.¹ Evropska komisija inovaciju definiše kao „obnavljanje i proširenje asortimana proizvoda i sa njima povezanih tržišta; uspostavljanje novih metoda proizvodnje, snabdevanja i distribucije; uvođenje promena u upravljanju i organizaciji rada i uslova i veštine zaposlenih“.²

Intenziviran proces inovativnosti doveo je do toga da se na tržište izbacuju novi proizvodi za kojima do tada nije postojala tražnja, da se konkurencija stalno pooštava, što, s druge strane povećava pritisak na ekonomske subjekte da intenziviraju svoj razvoj. Međutim, upravljanje novim uslovima poslovanja zahteva nove metode koje se do tada nisu primenjivale. Savremeno poslovanje podrazumeva neophodnost integrisanja svih poslovnih funkcija i njihovo usmeravanje ka izgradnji, unapređenju i održavanju konkurentnosti. Inovativnost je danas osnova date konkurentnosti i ona se mora sprovoditi i u procesu poslovnog upravljanja. Inovacioni prostor

¹ Miller and Morris (1999), str. 87.

² European Commission (2004), str. 12.

privrednih subjekata je veoma širok i njega čine 4 elementa: proizvod, proces, paradigma i pozicija.³ Preduzeća moraju voditi računa o svim elementima inovacionog prostora jer je proces inovativnosti, kao i proces tehnološkog razvoja, postao veoma kompleksan. U razvijenom zemljama procesu inovativnosti privrede posvećuje se velika pažnja kroz dugoročna, planska ulaganja resursa u ovu oblast, kroz implementaciju inovativnih rešenja, stalno poboljšanje samog procesa inovativnosti, kao i kroz razvoj inovativnosti u svim sferama poslovanja.

2. INOVACIJE MENADŽMENTA

Tehničko-tehnološki progres uslovljava mnogobrojne promene, kako u sferi proizvodnje, tako i u sferi celokupnog poslovanja privrednih subjekata. Date promene menjale su karakter svog delovanja tokom istorije. Menadžment, kao nauka o upravljanju poslovnim sistemima, takođe je menjao svoje pristupe u zavisnosti od karaktera navedenih promena. Tvorac naučnog menadžmenta, Frederik Tejlor, smatrao je da je za adekvatno upravljanje poslovanjem dovoljno obezbediti radnicima radne uslove i odgovarajuću platu, što je u njegovo vreme zaista i važno, dok su savremeni teoretičari morali da koriguju svoje učenje u skladu sa novonastalim tehničko-tehnoloških promenama.⁴ Međutim, ono u čemu je Frederik Tejlor prednjačio, jeste njegovo shvatanje, formirano još početkom XX veka, da revolucionarne promene u menadžmentu mogu da se primene samo ukoliko u glavama ljudi dođe do mentalne revolucije. Pod mentalnom revolucijom podrazumevaju se korenite promene u osećaju dužnosti zaposlenih prema poslu, kao i bitne promene karaktera odnosa zaposlenih jednih prema drugima, kao i prema poslodavcima. Prema tome, Tejlor smatra da revolucionarne promene sistema upravljanja u poslovanju nisu realne ukoliko nisu praćene adekvatnim promenama u mentalnom sklopu zaposlenih.⁵

Istraživanja pokazuju da u mnogim slučajevima, posebno u velikim preduzećima, još uvek postoji antagonizam između metoda upravljanja i uslova u kojima se date metode primenjuju. Menadžment metode koje se danas primenjuju vrlo često nisu adekvatno prilagođene uslovima poslovanja koji su krajnje turbulentni, neizvesni i nepredvidivi. Savremeni menadžment

³ Tidd & Bessant (2009), str. 256.

⁴ Stavrić, Kokeza (2009), str. 196.

⁵ Hamel & Brin (2009), str. 27.

još uvek najviše pažnje poklanja poboljšanju pokazatelja efikasnosti, pre svega produktivnosti, ekonomičnosti i rentabilnosti poslovanja. Osim toga, veoma značajno mesto u upravljačkim aktivnostima zauzima funkcija planiranja, kao bazična funkcija menadžmenta. Savremni menadžeri takođe veoma se mnogo bave i rešavanjem problema motivacije zaposlenih, posebno u segmentu otvorenosti za promene, odnosno smanjenju njihovog otpora prema promenama i težnji da se zadrži status quo. Međutim, navedene aktivnosti menadžmenta više nisu dovoljne da bi poslovni sistemi dugoročno uspešno funkcionisali. U promenjenim uslovima neophodne su potpuno nove menadžment metode, koje će u potpunosti biti u skladu sa izmenjenim uslovima poslovanja i života. Nove menadžment metode neophodno je da budu usmerene na:

- proširivanje svesti zaposlenih,
- povećanje njihovih veština,
- promenu pristupa zaposlenih, jednih prema drugima i prema poslodavcima.

Ispunjenje navedenih zahteva od strane savremenog poslovnog upravljanja nije nimalo lak zadatak. Težina datog zadatka proističe najvećim delom iz činjenice da je potrebno potpuno promeniti pristup upravljanju, kako bi se razvijala njegova višedimenzionalnost. Višedimenzionalnost pristupa podrazumeva fokusiranje na sve segmente poslovanja, kao i želju da preduzeće postigne uspeh u svim oblastima delatnosti.⁶ Navedene ključne promene u sistemu upravljanja trebalo bi da obuhvate tri domena: (1) sadržaj –što podrazumeva promenu samog preduzeća, njegove organizacione strukture, strategija, primenjenih procesa, tehnologije i sl.; (2) ljude – kroz uticanje na njihovo ponašanje, emocije, razum, duhovni razvoj, i (3) proces – kao planirane promene sadržaja i zaposlenih, njihovog projektovanja i primene.⁷

Može se postaviti pitanje zašto su inovacije u sistemu upravljanja poslovnim subjektima danas neophodne. Odgovor leži u činjenici da su brzina kojom se promene dešavaju u okruženju, njihova nepredvidivost, međusobna uslovljenost i povezanost, kao i u njihova neopipljivost takve da se često ne mogu sagledati sve posledice na različite sfere društveno- ekonomskog života. Navedene promene utiču na skraćanje životnog ciklusa tehnologije i proizvoda, tako da glavno oružje u borbi za opstanak preduzeća na tržištu jesu njegove promene i prilagođavanje, pre svega kroz sposobnost diferenciranja

⁶ Komazec (2012), str. 259.

⁷ Anderson & Ackerman Anderson (2001), str. 17.

proizvoda i usluga putem inovativnosti. Budući da je sam proces inovativnosti, ukoliko je kontinuiran i dugoročan, veoma zahtevan u pogledu sposobnosti, veština, kreativnosti i znanja, njega mogu uspešno realizovati samo adekvatni kadrovski resursi. Uvođenje inovativnosti u sferi menadžmenta podrazumeva da preduzeće ima menadžerski kadar koji razmišljaju na kreativan način i koji je kreativan u rešavanju brzo nastajućih, novih problema. Preduzeća koja su inovativna, koja svoje poslovanje baziraju na znanju i koja su sposobna da brzo odgovore na izazove iz okruženja danas su najuspešnija na svetskom tržištu.

Pred preduzećima danas postavljaju se i novi zahtevi, a to je kreiranje i implementacija strategije stalnog prilagođavanja na promenljive uslove uz postizanje sve viših kriterijuma efikasnosti i efektivnosti prilikom izvršenja operativnih zadataka. Navedene zahteve, međutim, veoma je teško ispuniti istovremeno. Da bi se oni realizovali neophodno je da svi zaposleni budu aktivno uključeni ne samo u ostvarenje operativnih zadataka, već i u rešavanje svih problema sa kojima se preduzeće tokom svog poslovanja susreće. Na taj način povećao bi se stepen motivisanosti za izvršenje radnih zadataka, ali bi se i raspodelila odgovornost za uspešnost njihovog obavljanja.⁸ Upravo zato, jedan od glavnih zadataka primene inovacija u upravljanju jeste da da odgovor na pitanje kako permanentno motivisati zaposlene da budu inovativni prilikom obavljanja svojih tekućih radnih zadataka i prilikom rešavanja novonastalih problema u poslovanju, kako da budu maksimalno efikasni, kao i kako motivisati zaposlene da se prilagode timskom radu i da daju sve od sebe.

Međutim, ako se posmatra poslovanje velikih preduzeća, može se sagledati da data preduzeća odlikuje znatan stepen inertnosti koji uslovljava i određenu sporost u promenama metoda upravljanja. Ovo je logično, s obzirom na to da velika preduzeća raspolažu visokom sumom angažovanog kapitala i velikim brojem zaposlenih kojima nije lako sinhronizovano upravljati. Usled toga, velika preduzeća uglavnom su usmerena na to da što racionalnije koriste raspoloživa sredstva, pre svega preko sniženja troškova, reinženjeringa poslovnih procesa i primene inkrementalnih promena u poslovanju. Velika preduzeća, kao veliki, inertni sistem, nisu sklona radikalnim promenama u svom poslovanju, pa ni radikalnim promenama metoda upravljanja. Unošenje svake promene u poslovanje nosi rizik neuspeha i lošijih rezultata. Što je kapital kojim preduzeće raspolaže veći, to su i mogući gubici veći, pa velika preduzeća ne žele da snose taj rizik. Zato se opredeljuju za postepene,

⁸ Stavrić, Kokeza (2009), str. 239.

inkrementalne promene i daju sebi odstupnicu u slučaju neuspeha. Međutim, problem se ogleda u tome što veoma promenljivi i često nepredvidivi uslovi poslovanja pred menadžere postavljaju drugačije zahteve. Naime, brzina reagovanja na novonastale promene predstavlja u takvim uslovima jedan od kritičnih opstanka na tržištu. Privredni subjekti moraju mnogo brže da reaguju na promene, kako bi postigli veću efikasnost i fleksibilnost, uz razvoj sposobnosti da podnesu diskontinuitet u poslovanju. Takve osobine može imati samo onaj privredni subjekt koji je svoje metode upravljanja radikalno promenio i uskladio sa navedenim zahtevima. U takvim okolnostima inovacije u menadžmentu treba da doprinesu većoj efikasnosti poslovnih sistema koji su organizovani na jedan novi način. Domen zaposlenih takođe mora stalno da se proširuje kako bi se povećala njihova motivisanost da efikasnije obavljaju svoje zadatke. Ovo potvrđuje i istraživanje po kome je poslovnim rezultatima najvećih svetskih firmi, kao što su Dženeral Električ (General Electric), Dipon (Du Pont), Prokter i Gembl (Procter&Gamble), Tojota (Toyota), najviše doprineo upravo proces inovacija njihovog menadžmenta.⁹

Da bi se u promenjenim uslovima poslovanja i dalje postizao zadovoljavajući poslovni uspeh, neophodne su i inovacije u upravljanju poslovanjem. Zato su inovacije menadžmenta usmerene na to da se što veći broj zaposlenih inspiriše i podstakne da permanentno, pri svakodnevnom obavljanju svojih radnih zadataka pruža svoj maksimum. U budućnosti pred zaposlenima će se postavljati novi zahtevi. Dati zahtevi tiču se razvoja novih osobina, znanja i veština zaposlenih u skladu sa promenjenim uslovima rada i života. Osobine koje će se najviše ceniti, jer će najviše biti u skladu sa savremenim zahtevima, jesu *strast obavljanja posla, kreativnost* u rešavanju problema i odgovarajuća *inicijativa*.¹⁰ Kreativnost, pa i permanentna kreativnost zaposlenih, je nešto što će za privredne subjekte koji ih poseduju u budućnosti predstavljati komparativnu prednost. Primenom novih načina upravljanja poslovanjem mogu se pomeriti postojeće granice dostignuća, ne samo preduzeća kao osnovnih privrednih subjekata, već i samih zaposlenih koji su nosioci kreativnih rešenja i procesa. Na taj način kreativnost može da doprinese podsticanju procesa celokupnog društveno ekonomskog oporavka.

⁹ Komazec (2012), str. 227.

¹⁰ Hamel, Brin (2009), str. 156.

3. INOVATIVNOST I KREATIVNOST PRIVREDNIH SUBJEKATA SRBIJE

Inovativnost kao osnova svih razvojnih promena, čini sponu između invencije i njene praktične primene. Inovativnost za ekonomske subjekte čini bazu uspostavljanja, održavanja i unapređenja njihove konkurentske prednosti na tržištu. Osnovu inovativnosti čini ljudsko znanje, čiji je proces kreiranja, širenja i primene permanentan, a njegov uticaj na celokupni razvoj privrede i društva veoma je kompleksan, višedimenzionalan i dugoročan.¹¹

Osnovu inovativnosti svake zemlje čini njena naučno istraživačka aktivnost. Iznos i struktura ulaganja resursa u ovu oblast u znatnoj meri uslovljava kvalitet inovativne delatnosti, stepen tehnološke razvijenosti, kao i dostignuti stepen privredne razvijenosti svake zemlje. Najrazvijenije zemlje u oblast NIR izdvajaju između 3% i 4% svog BDP, što predstavlja jedan od najznačajnijih faktora njihove privredne razvijenosti i tehnološke nadmoćnosti. U srpskoj privredi situacija u ovoj oblasti je veoma nepovoljna, jer naša zemlja u oblast istraživanja i razvoja izdvaja manje od 0,4 % relativno niskog BDP, što je nedovoljno za iniciranje bilo kakvog ozbiljnog razvoja.¹² Mišljenja smo da je neophodno da se promeni stav prema znanju, nauci, istraživanju i razvoju i da se inovativnosti da odgovarajući značaj i uloga, kako u aktivnostima privrednih subjekata, tako i u aktivnostima države kao celine. Bez državne podrške nema značajnijih dostignuća u ovoj oblasti. Samo na taj način ulaganja u ovu oblast tretiraće se ne kao trošak, već kao visoko profitabilna investicija u budućnost.¹³

Iniciranju, razvoju i primeni inovativnih procesa u privredi u znatnoj meri mogao bi da doprinese i odgovarajući način upravljanja. Posebno u procesu oporavka domaće privrede inovativni menadžment bi mogao da doprinese kreiranju inovativne organizacije koja je fokusirana na poslovne šanse i na postizanje optimalnog poslovnog uspeha u datim uslovima. Budući da znanju nije imanentno da se samo od sebe generiše, uloga inovativnog menadžmenta bila bi da adekvatnim upravljačkim aktivnostima definiše odgovarajuće ciljeve, politike, strategije, planove i programe kojima će se svi resursi privrednih subjekata mobilisati, podstaknuti i usmeriti ka rešavanju problema poslovanja i razvoja. Inovacije menadžmenta trebalo bi da razviju otvorenosti, adaptibilnosti, kreativnosti zaposlenih i organizacije kao

¹¹ Kokeza (2012), str. 459.

¹² SG RS (2014)

¹³ Kokeza, Urošević (2012), str. 38.

celine. To bi omogućilo da organizacije budu fleksibilne i da blagovremeno i na odgovarajući način reaguju na zahteve iz okruženja, jačajući svoju kompetetnost i konkurentnost i unapređujući svoj poslovni uspeh. Dati proces ujedno bi omogućio i brži i dugoročniji rast i razvoj cele privrede.

Primena novih menadžment metoda trebalo bi da sve delove i sve funkcije preduzeća integriše i usmerava ka izgradnji, unapređenju i održavanju konkurentnosti privrednog subjekta. Ukoliko menadžment preduzeća ne shvati na vreme da su promene u metodama upravljanja neophodne, doći će do nesklada između onoga što zahteva okruženje i onoga što preduzeća rade i nude.

Budući da je istraživačko razvojna aktivnost osnova privrednog razvoja jedne zemlje, u tabeli 1 prikazano je učešće organizacija koje se bave istraživačko razvojnim radom u pojedinim sektorima privredne aktivnosti Reublike Srbije.

Tabela 1. Organizacije u RS koje se bave IR prema sektorima (2013.)

Sektor	Visoko obrazovanje	Nefinansijski sektor	Sektor države	Neprofitni sektor
Učešće u %	42,6	30,4	25,3	1,7

(Izvor: SG RS 2015.)

Na osnovu podataka prikazanih u tabeli 1 može se sagledati da najveći procenat - 42,6 %, organizacija koje se bave naučno istraživačkim radom pripada sferi visokog obrazovanja. Organizacije nefinansijskog sektora su zastupljene sa 30,4 %, organizacije državnog sektora u naučno istraživačkom radu učestvuju sa 25,3%, dok najmanji broj organizacija koje se bave ovom aktivnošću potiče iz neprofitnog sektora, čije učešće iznosi 1,7 procenata. Iz navedenih podataka može se zaključiti da je oblast istraživanja i razvoja skoncentrisana u visokoobrazovnim institucijama i neprofitnom sektoru, na koje otpada preko 70% organizacija koje se bave NIR. Data činjenica ukazuje da je istraživanje i razvoj u Srbiji još uvek skoncentrisano u institucijama koje se bave bazičnim istraživanjem i da još uvek ne postoji adekvatna povezanost nauke i privrede. U svetu se u velikim korporacijama obrazuju posebni sektori za istraživanje i razvoj koji se bave konkretnim razvojnim problemima same korporacije, koji iskrsavaju u njenom poslovanju ili koji su trasirani odgovarajućim korporativnim strategijama razvoja. Praksa

pokazuje da zadržavanje otkrića na teoretskom nivou, bez komercijalne primene, za ekonomske subjekte i privredu predstavlja dugoročno neodrživ proces. Data sfera aktivnosti za sada u domaćim uslovima privređivanja još uvek predstavlja slabu tačku. Naime, domaći privredni subjekti radije se opredeljuju za kupovinu gotovih tehnoloških rešenja putem procesa transfera tehnologije, nego što su spremni da dugoročno, sistematski ulažu u sopstveni razvoj. Mišljenja smo da bi odgovarajuće državne institucije trebalo primenom određenih mera stimulacije da podstaknu domaća preduzeća na inovativnost i oslanjanje na sopstveni razvoj, inače će neminovno doći do trajne tehnološke zavisnosti privrede.

Veličina i ekonomska snaga privrednih subjekata takođe u znatnoj meri utiču na uspešnost preduzeća u ovoj oblasti. Po pravilu velika preduzeća raspolažu velikim resursima, tako da imaju mnogo veće invacione potencijale i mnogo veće šanse da uspešno komercijalizuju svoje inovacije, kao i veću snagu da podnesu rizik neuspelih istraživanja i pokušaja. Usled toga, dalje analiza ide u pravcu sagledavanja strukture inovativnih privrednih subjekata prema veličini, što je prikazano u tabeli 2.

Tabela 2. Poslovni subjekti u RS prema inovativnosti i veličini 2010-2012. g.

Red. br.	Poslovni subjekti	Ukupan broj	Inovatori	PS koji nisu inovatori	Učešće inovatora u %
1.	Ukupno	11 841	5 280	6 561	44,6
2.	Mali	9057	3 691	5 366	40,8
3.	Srednji	2264	1 245	1 019	55,0
4.	Veliki	520	344	176	66,2
5.	Proizvodni	4122	2 007	2 195	48,7
6.	Uslužni	7719	3 273	4 366	42,4

(Izvor: SG RS, 2015.)

Analizom podataka prikazanih u tabeli 2 može se zaključiti da prema veličini preduzeća najmanji broj pripada grupi velikih preduzeća, ali da je najveći procenat inovatora - 66,2% upravo u grupi velikih preduzeća. Na drugom mestu po broju su srednja preduzeća, kod kojih inovatori čine 55 procenata. U okviru malih preduzeća, manje od polovine su inovatori i oni čine 40,3 % njihovog broja. Navedeni podaci su u suprotnosti sa rasprostranjenim

mišljenjem da su mala preduzeća nosioci procesa inovativnosti u privredi. Naime, za značajnije inovacije, njihovo kreiranje, primenu i razvoj, neophodni su i znatni resursi, kojima mala preduzeća po pravilu ne raspolažu u dovoljnom iznosu, a teže do njih dolaze kroz proces kreditiranja i druge forme pribavljanja. Daljom analizom podataka tabele 2 takođe se može uočiti da je veće učešće inovatora kod proizvodnih, nego kod uslužnih preduzeća. Ovakav podatak je potpuno logičan, s obzirom na to da proces proizvodnje pruža mnogo širi i razvorniji prostor za inovativnost nego što je to slučaj sa sektorom usluga.

Sa stanovišta kvaliteta inovativnosti nije nevažno o kojoj vrsti inovacija se radi. U tabeli 3 prikazano je učešće inovacija prema vrstama.

Tabela 3. Vrste inovacija u RS u ukupnim inovativnim aktivnostima inovatora u % (2010-2012)

	Inovacije proizvoda	Inovacije procesa	Inovacije u toku ili napuštene	Inovacije u organizaciji poslovnih subjekata	Inovacije u marketingu
RS	21,0	19,1	7,9	31,4	29,7

(Izvor SG RS 2015.)

Iz podataka prikazanih u tabeli 3 može se sagledati da u domaćoj privredi najveće učešće imaju inovacije proizvoda i dato učešće iznosi 21 % ukupnog broja inovacija, dok inovacije procesa čine 19,1 % ukupnih inovacija. Takođe se može primetiti da 31,4 % predstavljaju inovacije u organizaciji poslovnih subjekata, dok inovacije u marketingu čine 29,7 procenata. Ovo je posledica činjenice da je marketing kod nas još uvek nedovoljno razvijen, tako da postoji veliki prostor za njegovo unapređenje, a date promene po pravilu ne koštaju mnogo.

Za sagledavanje inovacionog potencijala domaće privrede takođe je veoma značajno izvršiti analizu strukture poslovnih subjekata prema vrsti inovativnosti, što je prikazano u tabeli 4.

Tabela 4. Poslovni subjekti prema vrsti inovativnosti 2010-2012. (u %)

	Ukupno inovatori	Tehnološki inovatori	Netehnološki inovatori	Svi inovatori	Neinovatori
RS	44,6	27,4	39,7	22,6	55,4

(Izvor: SG RS, 2015.)

Analizom podatak tabele 4 može se zaključiti da od inovatora najveće učešće od 39,7 % imaju netehnološki inovatori. Tehnološki inovatori čine 27,4 % ukupnih poslovnih subjekata, dok neinovatori čine 55,4 % poslovnih subjekata. Navedeni podaci ukazuju da je stanje inovativnosti u domaćoj privredi nepovoljno, budući da su poslovni subjekti neinovatori brojniji nego inovatori, kao i s obzirom na činjenicu da su netehnološki inovatori brojniji od tehnoloških. Netehnološke inovacije uglavnom su jeftinije, brže se primenjuju i nose manji rizik nego tehnološke inovacije, pa pretežno ulaganje u njih posledica je siromaštva privrede, ali i neadekvatnog odnosa prema ovoj oblasti.

ZAKLJUČAK

Novine u metodama upravljanja nazivaju se inovacije menadžmenta i njihov zadatak je da daju odgovor na pitanje kako u uslovima vrlo intenzivnog tehničko-tehnološkog progressa baziranog na inovativnosti, permanentno motivisati zaposlene, kako bi bili inovativni u obavljanju svojih tekućih radnih zadataka, ali i prilikom rešavanja dugoročnih problema poslovanja, a da pri tome budu maksimalno efikasni. Istraživanja pokazuju da će kreativnost, posebno permanentna kreativnost, zaposlenih u budućnosti donositi komparativnu prednost preduzećima koja imaju takve zaposlene. Na osnovu analize domaćih privrednih subjekata može se zaključiti da je situacija u sferi inovativnosti dosta nepovoljna, budući da se veoma mali deo BDP izdvaja za oblast NIR. Takođe se može zaključiti da se naučno-istraživačkim radom bave uglavnom fakulteti i instituti, što ukazuje na nedovoljnu povezanost nauke i praktične primene naučnih dostignuća. Nosioci inovativnosti u domaćoj privredi su velika preduzeća kod kojih učešće inovatora iznosi 66,2 procenta. Predmetna struktura inovacija ukazuje da su najzastupljenije

inovacije proizvoda i inovacije u organizaciji poslovnih subjekata. Međutim, nepovoljna je činjenica što je u ukupnom broju privrednih subjekata učešće neinovatora koje iznosi 55,4 % veće nego učešće inovatora, koje iznosi 44,6 procenata. Takođe zabrinjava i podatak da netehnološki inovatori čine 39,7 %, dok tehnološki inovatori usčestvuju sa 27,4 % u ukupnom broju privrednih subjekata.

THE ROLE OF MANGEMENT INNOVATIONS IN INNOVATIVE AND CREATIVE ECONOMY

Abstract

Management innovations are the radical changes in management methods in the modern business conditions. Management innovations have a goal to give a new approach to employees motivation, to apply key changes to employees attitudes to each other, and to mangers too. Application of new management methods has to contribute to expand consciousness, skills and approach of employees, such as to make organizations more flexibility. In that way the organization can to improve its competence, competition and business success. Radical changes of management methods have goal to increase economic subject efficiency, based on innovative process, flexibility and bigger motivation. New management methods are first condition for making stronger process of innovation and creativities in enterprises and in all economy, too. It can be concluded that such innovative management methods can contribute altogether to more successful economic development.

Key words: innovations, management, creativities, economic development;

LITERATURA

Anderson, D.,&Ackerman Anderson, L.(2001), *Beyond Change Management Advanced Strategies for Todey's Transformational Leaders*, San Francisco:Jossey-Bass/Pfeiffer.

Hamel, G.&Brin, B. (2009), *Budućnost menadžmenta*, ACEE, Novi Sad.

European Commission. (1995), *Green Paper on Innovation*, COM. Brussels-Luxembourg.

European Commission. (2004), *Innovation Management and the Knowledge / Driven Economy*, EVSC-EC-EAEC. Brussels-Luxembourg.

Kokeza, G. (2012), *Doprinos ekonomije znanja privrednom preobražaju Srbije*, Beograd, Ekonomski vidici, tematski broj 4, str. 547-565.

Kokeza, G. Urošević, S. (2012). *Uloga inovativnosti u razvoju malih i srednjih preduzeć*, Beograd. Ekonomski vidici. br. 1, str. 37-49.

Komazec, G., (2012), *Nauka, nove tehnologije i inovacija menadžmenta u svetu*, Geografski institut „Jovan Cvijić“ SANU, Beograd.

Miller, L.W& Morris, L., *Fourth Generation R&D, Managing Knowledge, Technology and Innovation*, John Wiley&Sons Inc, New York.

Tidd, J. & Bessant, J. (2009). *Managing Innovation, Integrating Technological, Market and Organizational Change* (4th ed.), John Wiley&Sons, Chichester:

Statistički godišnjak RS, (2014), Republičiki zavod za statistiku, Beograd.

Statistički godišnjak RS, (2015), Republičiki zavod za statistiku, Beograd.

Stavrić, Kokeza, (2009), *Upravljanje poslovnim sistemom*, Tehnološko-metalurški fakultet, Beograd.