

Проф. др Драган Вујисић, ванредни професор
Правни факултет Универзитета у Крагујевцу
Доц. др Видоје Спасић, доцент
Правни факултет Универзитета у Нишу

UDK: 005.336.5:334.63/64

ИНОВАТИВНОСТ – КЉУЧНА ДЕТЕРМИНАНТА УНАПРЕЂЕЊА КОНКУРЕНТНОСТИ

Апстракт: Данас, у време глобалне економије и дигиталног окружења конкурентност привредних субјеката представља кључни фактор не само успешности, већ и опстанка на тржишту. Конкурентност је условљена бројним факторима, а један од најзначајнијих начина за ефективно достизање и одржавање конкурентске позиције пословног система на тржишту је примена иновација. Иновација постаје све значајнији појам и у савременом информационом друштву, чију инфраструктурну основу чине информационо-комуникационе технологије (ИКТ). Анализом резултата истраживања утврђено је да примена савремених технологија највише утиче на појаву иновација процеса и иновација маркетинга, а да мањи или готово незнатан утицај има на иновације производа и организације. Такође, иновативна делатност има већи значај за мање привредне субјекте, који немају финансијска и материјалне ресурсе као велики системи, па је иновативност њихова скоро једина шанса опстанка на тржишту.

Кључне речи: иновација, знање, технологија, конкурентност.

УВОД

Данас, у време глобалне економије и дигиталног окружења конкурентност привредних субјеката представља кључни фактор не само успешности већ и опстанка на тржишту. Глобализација представља први економски тренд економије засноване на знању. Главна карактеристика економског просперитета у глобалној економији је конкурентност заснована на знању.¹ У времену брзих технолошких промена, да би се остало у технолошки конкурентно, привредни субјект мора константно

¹ Крстић, Б., Интелектуални капитал и конкурентност предузећа, Ниш, 2009, стр. 5.

да се мења и прилагођава изазовима будућности. Он мора водити рачуна и о растућим и модификованим потребама и интересима клијената и налазити начине да испуни њихова очекивања. У савременој економији кључну улогу све више имају „радници знања“, који по том основу постатју нови капиталисти.

Нема сумње да је у условима савремене економије конкурентност постала императив не само просперитета, већ и опстанка пословних система на тржишту. Да би неки привредни субјект, односно пословни систем постигао и/или одржао конкурентну предност на тржишту, он има перманентну потребу за променама у одређеним сегментима, а посебно сфери **иновација, кроз иновативно-развојни процес.** У савременом информационом друштву, и дигиталном окружењу које се заснива на примени **информационо-комуникационих технологија**, иновација још више добија на значају.

1. ИНОВАЦИЈА У ПОСЛОВНОМ СИСТЕМУ

Иновација представља мултидимензионални феномен. Начелно, иновација, или увођење исплативих новина, подразумева стварање новог производа или унапређивање постојећег, смањење инпута, повећавање продуктивности и/или искоришћење опреме или времена, побољшавање квалитета производа и/или услуга, повећавање сигурности, унапређење пласмана, односно сваку предузету меру која води ка порасту конкурентности пословног система.

У ширем смислу, иновација представља нови начин приступа или решавања проблема или задатака у најразличитијим подручјима људске делатности (уметност, наука, привреда, управљање, право и др.).

У ужем смислу, иновацијом се сматра нови начин решавања проблема или задатака у привреди (техници, производњи, организацији, маркетингу, итд.). Ново решење је најчешће релативно новог карактера, тј. може обухватати примену туђега искуства, односно већ познатих решења која још нису примењивана у одређеној средини. Посебна врста иновације су проналасци (изуми), које карактерише апсолутна новост, и који се могу заштитити у облику патента. Под техничком иновацијом подразумевамо сваку рационализацију процеса рада (у било ком облику или фази), која настаје применом познатих техничких средстава или технолошких процеса којима се постижу одређени корисни (позитивни) ефекти било које врсте (повећање продуктивности, смањење трошкова или губитака, повећање профита, заштита или унапређење човекове околине и тд.).

Иновације се могу категорисати на више различитих начина по: 1) професионалности аутора - професионалне иновације и аматерске иновације; 2) месту стварања: предузетничке иновације (иновације створене у рандом односу) и иновације индивидуалних иноватора. По врсти оне могу бити: а) проналасци (изуми) - иновације које се штите патентом према закону о патентима и б) know-how (“знати како”) као фактичка знања и искуства потребни за постизање одређеног циља.

Некада су иновације представљале мање-више случајне резултате појединаца. Данас су оне, по правилу резултат организованих истраживања снажних стручних тимова јаких корпорација, или мале, али инвентивне и мотивисане групе експерата у мањим компанијама или лабораторијама и научним институцијама. У науци се разликују неколико нивоа истраживања, односно иновација.

Иновације фундаменталних истраживања. Суштински, ово су најзначајније иновације. Њихов резултат може бити епохалног карактера. Не дешавају се често, али ако се остваре, онда то, по својој суштини, нису иновације, већ научна открића која се не могу присвајати и правно штитити, већ су заједничка својина читавог човечанства. На њима се темеље примењена и развојна истраживања, а по правилу отварају могућност «технолошких скокова» које карактерише настанак многих проналазака и иновација нове врсте.

Иновације примењених истраживања. Таква истраживања се врше «по задатку» са тачно дефинисаном сврхом, а њихов резултат су нови поступци, материјали, технологије и сл. Примењена истраживања с временом постају општа својина човечанства, у зависности од тајности којом се штите. Међутим, пре него што постану општа својина човечанства, могу донети велике профите онима који су их финансирал.

Иновације развојних истраживања. Ове иновације представљају уско циљана истраживања (у склопу развоја нових производа, уређаја, технологија, материјала, пословних стратегија и др.). Резултирају крупним иновацијама (нпр. персонални рачунар) које ће пре или касније такође «провалити» и савладати многи легални и илегални конкуренти. Зато инвеститор нове иновације настоји да их што пре укључи у производњу и пласман, јер постоји реална опасност да ће веома брзо тржиште преплавити копије развијених иновација засноване на оригиналној.

Пословна иновација може интегрисати иновације у следећим кључним подручјима: а) производи /услуге; б) процеси и технологије; ц) маркетинг, и д) организација. *Иновације производа/услуга* обухватају увођење новог или значајно унапређеног производа, односно услуге. *Иновације процеса и технологије представљају* примену новог или значајно унапређеног процеса производње или метода дистрибуције, са циљем да се постигну одређени корисни ефекти: смање трошкови производње или дистрибуције, побољша квалитет или произведе нови, односно значајно унапређен производ. *Иновације маркетинга* су имплементација нових метода маркетинга, укључујући значајне промене у дизајну или паковању производа, промоцији и дистрибуцији производа или утврђивању цене производа. *Иновације организације* представљају примену нових организационих метода у пословној пракси, организацији радних места или у односима са окружењем, са циљем да се повећају перформансе ПС.

2. ОД ИНВЕНЦИЈЕ КА ЗНАЊУ И ТЕХНОЛОГИЈИ

У основи процеса технолошке иновације налази се инвенција или откриће. Инвенција или откриће је резултат креативног процеса који је често последица среће и случајности, због чега је њихово предвиђање и планирање отежано. Критеријуми који се узимају у обзир приликом процењивања успешности инвенција и открића су више технички него комерцијални. Важније је да ли одређена технологија служи да се одређена пословна активност изврши, него да ли та активност може и у којој мери да применом дате технологије оствари профит. Путем патената, инвенција и открића омогућава се њиховим ствараоцима успостављање потенцијала за економски успех (ренту) са иновацијама које следе, али постоји значајан временски размак (10 година и више) између времена одвијања научног истраживања и коришћења резултирајућих инвенција и открића за стварање успешних иновација (суперпроводљивост и генетски инжењеринг су савремени примери).

Да би инвенција постала иновација, даљи предузетнички напори морају да се предузму за њен развој, производњу и комерцијализацију. Није редак случај да инвенција, чак и кад је заштићена патентом, не заврши као иновација. За развој друштва од посебног значаја су технолошке иновације производа и технолошке иновације процеса. Њихов економски значај постиже се дифузијом. Дифузијом технологија оне се свеобухватно прихватају и усвајају од корисника који нису њени аутори- иноватори и инвентори.

Знање представља представља претпоставку сваке инвентивне делатности и у предузећу може имати различите форме. Појам знања може се посматрати и поделити по различитим критеријумима.

Некодификовано (имплицитно) знање је оно кога је тешко јасно исказати на начин да је потпуно разумљиво и комплетно. Код *кодификованог знања* – публикованог нпр. у шемама, формулама или компјутерском коду – не постоје дилеме око интерпретације и значења. Некодификовано или имплицитно знање је тешко за трансмисију, а сами трошкови трансфера су већи. Недостаци се могу отклонити директном комуникацијом са извором знања. Што је виши ниво кодификације знања, трансфер је економичнији. Овај трансфер не захтева директан, непосредан контакт са извором знања.

Многе технологије су јавно доступне, лако и јасно *видљиве* једном када су купљене. Нови производи су типични примери за то. Процесне технологије су често знатно другачије. Како је у многим случајевима код процеса *невидљив* споља, односно одређен је унутар самог производа, то је он неподеснији за имитацију и копирање. Због тога многе процесне технологије могу бити успешно заштићене од стране свог власника и јесу предмет интензивне патентне заштите.

Добро је познато да открића (*позитивно знање*) могу усмеравати истраживање на подручја од којих се много очекује, избегавајући на тај начин

безизлазне ситуације. Често се заборавља да је знање о неуспесима (*негативно знање*) које се може исказати као “тај приступ не функционише”, такође вредно за усмеравање алокације ресурса у правцима који више обећавају.

Аутономно знање је оно које може донети вредност без великих модификација система у које може бити уграђен. Тако, нпр. убризгавање горива, стартер и управљачки систем су иновације које не захтевају радикалне модификације у аутомобиле. *Систематска иновација*, с друге стране, захтева модификацију осталих супсистема.² Карактеристика знања је да има облик јавног добра – коришћење од стране једог субјекта не утиче на обим и могућност коришћења од стране других и не умањује његову супстанцу. Ово се посебно односи на научно знање.

Док вишеструко коришћење не утиче на смањење знања – у ствари, оно може бити повећано путем *learning by using* (учење кроз коришћење) – економска вредност може бити знатно смањена са симултаним коришћењем од више субјеката. Повећањем понуде на тржишту, имитатори могу драматично смањити тржишну вредност знања. Мада није изложено хабању и амортизацији као највећи део физичке имовине, знање је изложено обезвређивању услед стварања новог знања.

Трошкови трансфера су врло различити између невидљиве и видљиве имовине. Генерално, трошкови трансфера расту са растом имплицитног дела знања. Трошкови трансфера физичке имовине могу бити високи или ниски, али се могу релативно лако проценити, што није случај са невидљивом имовином. Значајна разлика између физичке и имовине засноване на знању је у постојању и применљивости права својине. Физичка имовина је знатно заштићенија. Својину је релативно лако дефинисати и њене “границе” релативно лако одредити, што није случај са невидљивом имовином.

Један правац размишљања односи се, на различите облике права интелектуалне својине, као што су патенти, пословне тајне, жигови-марке, ауторска и сродна права, који обезбеђују обухватну заштиту, али то није све. Постоје “празнине” и “пукотине” у обухвату права интелектуалне својине. Осим тога, неке форме права интелектуалне својине, као што су патенти, права знакова разликовања и ауторска (и сродна) права трају ограничено време, чега нема код физичке имовине.

Технологија је скуп знања о поступцима и процесима који се примењују у производњи, али и у другим областима људске активности. Скуп поступака и процеса у разним областима људске делатности може се означити *технологијом у ужем смислу*, а заједно са технолошким знањима *технологијом у ширем смислу*. Средства рада, односно технику, с обзиром на то да је у њима опредељено знање развијено у претходном периоду, можемо назвати *опредељеном технологијом*,

² Тако, нпр., сијалица са волфрамским влакном није могла бити широко примењена без система за производњу и пренос електричне енергије.

док се технологија, како је већ дефинисана у ужем смислу, може назвати *неопредмеђеном технологијом*.

Високе технологије представљају врхунски резултат повећаног и специфично структурисаног улагања у научноистраживачки рад. Оне су производ интензивне интерактивне везе науке и привреде, али и целовитог развоја научноистраживачког комплекса и иновационе активности.

Високе технологије и информатизација нису само део глобалног такмичења за превласт у економској и политичкој структури светске привреде, него и део институционалног уређења и начина на који се технологија користи од масе становника у свакодневној пословној и животној активности. Високе технологије широког спектра су потврда улоге кључног фактора у техно-економској парадигми и свеобухватном и комплексном утицају на економски и друштвени развој.³

3. ТЕХНОЛОШКЕ ИНОВАЦИЈЕ И ТЕХНОЛОШКО ПРЕДУЗЕТНИШТВО

Технолошке промене су промене једног или више инпута, процеса, техника или методологија које побољшавају мерљиви ниво перформанси производа или процеса. Кључни елементи технологије могу бити имплицитни, што отежава њихово имитирање или копирање. Занатски рад и искуство садрже многе значајне имплицитне компоненте тако да се значајан део занатске технологије не може исказати или кодификовати у облику приручника, рутина и процедура, рецепата, општих правила или осталих експлицитних облика. Технологије су финални резултат развојне активности и практичне примене инвенција и открића. *Технолошке иновације* су прва примена науке и технологије у новом смеру са комерцијалним успехом. Оне укључују нове производе и процесе и/или значајне технолошке промене у производима и процесима.

Иновација је примењена тек када се понуди на тржишту (*иновација производа*) или се употреби у производном процесу (*иновација процеса*). Кључни критеријуми за вредновање успешности иновационе активности и иновација су више комерцијалне него техничке природе. Иновација је успешна ако је могуће њеном комерцијализацијом повратити средства инвестирана у њен развој и остварити профит.

Радикалне иновације се односе на увођење потпуно нових производа и услуга и/или нових система производње и дистрибуције и чине постојеће производе и услуге неконкурентним. Ове иновације могу да обухвате радикално

³ Оптичка влакна, као релативно нова технологија, која својим обележјима спада у категорију високих технологија, могу се применити у читавом низу различитих намена од најсавременијих (оптички компјутер, оптички диск, ласерска хирургија) до релативно стандардних и традиционалних области технолошког развоја.

нове технологије, али и да се заснивају на другачијој примени и комбинацији већ постојећих технологија. *Инкременталне (пузајуће) иновације* су нижег нивоа и подразумевају адаптацију, побољшање и/или усавршавање постојећих производа и услуга и/или постојећих система производње и дистрибуције (нпр. различите генерације микропроцесора за рачунаре). Њихова примена не чини претходне производе неконкурентним. По правилу, већ постојеће фирме, дају предност инкременталним иновацијама, док су новоформиране више склоне радикалним иновацијама.

Иновације су резултат организованих, постепених и дуготрајних активности. Свака иновација, као и технолошка примена проналаска, има своју еволуцију, односно технолошку трајекторију. Због тога су у пракси чешће појављују инкременталне од радикалних иновација.

Поред производне способности, односно инвестиционе способности од посебног значаја постаје *иновациона способност*. Иновациона способност се манифестује у променама и побољшањима старих и изналажењу нових производа и услуга, новим достигнућима маркетинга, новим формама дистрибуције и канала продаје и новим потенцијалима економије обима – било по величини, било по разноврсности. Иновациона способност неког предузећа обухвата, дакле, два аспекта. *Прво*, способност трансформације, прилагођавања или побољшања производних система, метода, поступака и процеса, самих производа и инпута производног процеса. Циљ је одржавање и побољшавање конкурентности на домаћем и иностраном тржишту, у динамичком контексту. *Друго*, способност стварања нових технолошких решења, иновација, развојем нових производа, нових технолошких поступака, метода, средстава и процеса. Ова способност обухвата потенцијале креирања мањих (инкременталних), као и великих (радикалних) технолошких иновација. Показало се, чак, при конкретним истраживањима да кумулативни карактер инкременталних иновација надмашује економске ефекте радикалних иновација.

Најтипичније иновације које мењају конкурентску предност економског агенса су: 1. Нове или промењене технологије; 2. Нове или промењене потребе купца; 3. Неопходност нових индустријских сегмената; 4. Промењени инпути трошкова или користи; 5. Промене у управљачкој функцији.

Конкурентска предност има: *релативну димензију* - конкурентска предност је резултат поређења активности фирме са активношћу конкурентата; *апсолутну димензију* - конкурентска предност је резултат постојања тржишта за оно што фирма производи. Технологија и иновације имају кључну улогу у повећању продуктивности, развоју нових производа и услуга и стварању апсолутних и компаративних предности. Због улоге коју има у савременом економском животу, иновацију се назива “привредном религијом”.⁴

4 *The Economist* (20th February 1999).

Предузетништво је кључни покретач процеса технолошке иновације. *Технолошко предузетништво* се односи на скуп активности којима се, заједно са комерцијалним и техничким светом, креирају нове комбинације ресурса, са циљем остварења иновације у профитабилном правцу. Технолошко предузетништво може укључивати једног индивидуалног учесника (*индивидуално предузетништво*) или комбиноване активности више учесника у организацији (*корпоративно предузетништво*). Инвенције, открића и технологије су резултат проналазачке и експерименталне активности, као и систематских базних и примењених научних истраживања (*активности*). Технолошка иновација је резултат развојних активности у области производа, процеса и тржишта. Технолошко предузетништво укључује развој производа, процеса и тржишта (активности) и развој административних способности.

4. УЛОГА ИНТЕЛЕКТУАЛНЕ СВОЈИНЕ У ПОСЛОВНОМ СИСТЕМУ

Интелектуална својина може се посматрати са правног и економског аспекта.

Правни облик интелектуалне својине своди се на скуп права којима се штити одређени облик интелектуалне својине, под законом прописаним условима и уз одређена законска ограничења.

Економски аспект проширује појам интелектуалне својине и на оне облике интелектуалне својине који нису регулисани законима, а које је могуће користити као средство за заштиту инвестиције. Најочитији пример тог проширеног концепта је пословна тајна или разне информације и знања који имају практичну употребљивост и воде брзој комерцијализацији производа или услуга на тржишту.

Права интелектуалне својине дозвољавају аутору да користи свој рад у комерцијалне сврхе искључиво на ограничени временски период. Заузврат што одобрава таква права и друштво има вишеструке користи, као на пример:

- Одржавањем коректне конкуренције и подстицањем широког спектра квалитетних роба и услуга;

- Јачањем привредног развоја и запослености;
- Давањем подршке иновацијама и креацијама;
- Промовисањем технолошког и културног напретка;
- Обогаћивањем пула општег знања.

Интелектуална својина у свом ужем, правном значењу, није средство економског развоја ако се привредно не користи. Другим речима, ниједно право интелектуалне својине нема економску вредност само по себи. Оно што претвара интелектуалну својину, као духовну или нематеријалну категорију у економску вредност јесте њено продуктивно коришћење и комерцијализација. Привредни

субјекти претварају интелектуалну својину у робу са којом излазе на тржиште и то је суштински смисао њеног практичног постојања.

Економски поглед на интелектуалну својину фокусира се на имовинску вредност која лежи у интелектуалној својини и која се може материјализовати само уколико се економски користи, без обзира да ли је она правно заштићена или не.

Интелектуална својина доноси корист друштву, а нарочито потрошачима, увећавањем вредности и обезбеђивањем гаранције квалитета. Жигови, дизајни и географске ознаке омогућавају потрошачима да разликују робе и услуге разних произвођача и да изаберу оне производе чијем угледу највише верују. Они такође представљају трајну везу између произвођача и његовог производа и подстичу их да буду одговорни за ефикасност и квалитет производа. Стога, и интелектуална својина која није заштићена ниједним правом може, уз економско коришћење, да донесе приход свом власнику. У појединим ситуацијама је стратешки повољније за бизнис да прибегне тзв. мекој интелектуалној својини, односно заштити одређене интелектуалне својине у виду пословне тајне, него правној заштити у виду патента.

Интелектуална својина даје ексклузивно право свом аутору да користи своју креацију у комерцијалне сврхе на ограничени временски период. Ово право се може и пренети одговарајућим уговором, најчешће цесијом, лиценцом, франшизом и сл. Скоро свако лице је потенцијални стваралац и корисник интелектуалне својине. Њена заштита, преко система националних и међународних правила, неопходна је ради подстицања и финансирања иновација и креативности, које за узврат, воде ка економском, културном и социјалном напретку. Заштита интелектуалне својине, такође, подстиче производњу и ширење знања и широког асортимана квалитетних производа и услуга. Права на интелектуалну својину стварају додатну вредност за потрошаче и могу да буду гаранција порекла и квалитета.

Заштита интелектуалне својине доприноси економском расту како у развијеним, тако и у земљама у развоју тако што подстиче иновације културну разноликост и технички развој као део ширег политичког оквира. Уколико се правилно користе, права интелектуалне својине, такође, могу представљати кључна средства за искорењивање сиромаштва путем трговине.

Извештај светског економског форума о глобалној конкурентности индицира директну корелацију између заштите права интелектуалне својине и националне конкурентности.⁵

Сврха система заштите права интелектуалне својине је и да да подстицај иноваторима за стварање нових изума и дела. За узврат, друштво добија стабилан

⁵ Године 2004., двадесет земаља за које се сматра да имају најстрожу заштиту интелектуалне својине сврстане су међу првих 27 земаља према индексу раста конкурентности Светског економског форума.

проток иновација које покрећу привредни, културни и социјални напредак, помажу при ублажавању сиромаштва и болести и обогаћују културно наслеђе човечанства. Права на интелектуалну својину омогућавају људима да имају користи од својих иновација и стваралаштва и да спрече њихово копирање, односно пиратерију.

Још од самих почетака трговине и привредне активности, компаније су велики део својих ресурса инвестирале у истраживање и развој. Те инвестиције су им омогућавале да створе нове производе, да се истакну и постану водеће фирме у сектору свог деловања. Овакви трошкови давали су резултат умногоме захваљујући праву на заштиту интелектуалне својине сваке компаније. Током година компаније почињу да очекују да ће им издаци за истраживања и развој и даље доносити заштиту интелектуалне својине. Чињеница је да већ постојеће компаније у развијеним привредама троше најмање 5% свог прихода на технологију и иновационе активности, док нове компаније троше знатно више.

У данашњој привреди, тенденција је да се повећају инвестиције у нематеријална средства. Када компанија има новца за трошење, он се много чешће усмерава у истраживања и развој него за нове фабрике и опрему. Међутим, интелектуална својина је, по самој својој природи, мање “ухватљива” од физичког капитала, и из тог разлога је подложнија крађи.

Преношење идеја, знања и информација неопходних за стимулисање креације и иновација подстиче се правима на интелектуалну својину (индустријском својином и ауторским правима). Пошто су подносиоци пријава за стицање патената и других права индустријске својине обавезни да објаве појединости о својим иновацијама у замену за правну заштиту, објављени резултати стваралаштва су богат извор стручних и научних информација, доступних свима преко базе података завода за интелектуалну својину. Овај пул знања, који не би постојао без система заштите, стимулише даље истраживање и развој, и притом креира виртуелни циклус иновација. Подстицањем публикавања иновација, правна заштита, такође, помаже да се избегне дуплирање истраживања. Ауторско право охрабрује преношење нових дела и креативних творевина, пошто аутори лакше објављују своја дела ако знају да могу донекле да задрже контролу над њима.

5. УТИЦАЈ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ ИНОВАТИВНОСТИ НА РАЗВОЈ И КОНКУРЕНТНОСТ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЊА

Кључну улогу у иновативном процесу имају иноватори. Они се разликују по нивоу професионалности (иноватори аматери, професионални иноватори, иноватори експерти, иноватори предузетници). Затим, могу се разликовати по припадности (индивидуални иноватори, запослени иноватори, иноватори предузетници). Иноватори се разликују и по циљевима, као што су иноватори

хобисти или професионални иноватори или иновативни предузетници који своју предузетничку делатност темеље на својој или туђој иновацији или иновативном начину управљања фирмом. Када смо већ поменули такву врсту предузетничких активности које се темељи на туђој иновацији, чест пример таквог деловања великих компанија назван је креативна имитација. Велике компаније које прате развој и истраживања малих и амбициозних фирми, које када наиђу на добру идеју (пронађу нешто ново) свој новитет или продају или уступе лиценцу или буду интегрисане (купљене) од стране управо великих фирми. Такво деловање се у економској теорији назива креативном имитацијом.

Свако лице које је смислило нешто што до сада није виђено, може се сматрати иноватором. Иноватор је и тзв. «сам-свој-мајстор» који покушава у аматерским условима реализовати своју идеју или решити неки конкретан проблем. Често се иновацијски пројекти зачињу из жеље аутора да створи неку бољу, лепшу, практичнију, једноставнију или јефтинију ствар од оне која се нуди на тржишту. Друга велика група иноватора су запослени иноватори, који стварају иновације за потребе својих послодаваца. Неке иновације резултат су разних задатака, а друге су спонтано створене, обично посредно или непосредно везане с редовним задацима или с делатношћу послодавца. Посебну групу запослених иноватора чине професионални иноватори, који стварају иновације на радном месту или пружају иновацијске услуге. Елитну поткатегорију професионалних иноватора чине експерти-иноватори тј. специјалистички усмерене високо-стучне креативне особе са највишим степеном стручне оспособљености и искуства. Они често стварају теоријски захтевне иновације високе категорије. Често се укључују у експертске тимове за решавање комплексних пројеката или дају стручне или иновацијске услуге из оквира своје специјалности.

Ипак, најјачи утицај на развој и уопште судбину сопствене фирме (поготово код малих и средњих предузећа) имају предузетници. Иноватори-предузетници су у развијеном свету носиоци фактора стабилности запослености и привреде уопште. Такви предузетници најчешће никада нису ни споменули реч «иновација», али комплетну судбину и читав развој своје фирме у ствари заснивају на пословној иновацији.

У поређењу са великим системима, упркос великој стопи неуспеха, мала привреда има и много тога што јој се може приписати као предност.⁶ Насупрот мале привреде, у великим системима одлучивање је дуже, јер одлуке морају проћи кроз више управљачких нивоа. За разлику од великих, мале фирме могу да се оријентишу на један одређени део тржишта или на одређени број битних клијената. Велики системи, насупрот томе, често морају да се такмиче на масовном тржишту и да учествују у широј лепези делатности. У циљу побољшања репутације код својих клијената мале фирме могу да стекну завидне

⁶ Тако, нпр. флексибилност је много ближи термин малој привреди у којој се, због свог обима, фирма лакше прилагођава разним променама, унутрашњим и спољним.

резултате за квалитет производа и услуга, а све захваљујући могућностима да се фокусирају на уску област. Када се мала фирма фокусира на постизање резултата код одређеног производа или услуге она тада даје све од себе да исти доведе до максимаалног нивоа.

Суштински, веома је тешко дефинисати пут који води до успешне иновације. Било да је реч о инкременталним или радикалним иновацијама неопходно је а) Почети са анализом могућности; б) Посматрати окружење, и уз анализирање и примену научних метода, сагледавати потребе, вредности и очекивања; ц) Учинити иновацију што једноставнијом и поставити је у жижу јавности; д) Тежити да иновације буду мале - да покушају да ураде једну тачно утврђену ствар; е) Да иновација тежи лидерству, да би била запажена и да би се могла учврстити на тржишту.⁷ Иновације су све чешће резултат дуготрајне планске и организоване активности тимова стручњака. Због тога је неопходно утврдити могуће изворе иновација које могу бити неочекиване, потребе процеса, привредне и тржишне структуре, демографска кретања и промене, ново знање итд. За све њих је карактеристично да захтевају постојање интелектуалног окружења.

Данашње пословне трендове карактерише једна круцијална чињеница: све је теже доћи до револуционарних нових производа. Чак и велике компаније се све више усредсређују на мања унапређења, мотивисана с једне стране императивом иновирања, а са друге стране немогућношћу долажења до крупних открића. Чак и у релативно виталним и профитабилним гранама, нови производи су све ређи и појављују се са све већим интервалима.

У суштини, основни мотив увођења иновације, односно захтева "бити први на тржишту" је екстра профит. Када иновацију прихвате и остали конкуренти, она постаје стандардан производ, више није извор екстра профита, и неопходно је да буде и замењена новом. Често се дешавало да успешне и водеће компаније несвесно успоре иновативне активности нарочито када поседују доминантан производ. Међутим, као што истиче *Р. Фостер* у својој књизи "Иновација", компаније које су лидери могу доживети да изненада изгубе своју позицију и да им срећа односно тржиште окрене леђа.⁸ Чак и најбоље компаније задржавају своју супериорну компетитивну перформансу само три до четири године.

Од огромне користи су информационе технологије, које омогућавају предузећу да превазиђе многе унутрашње организационе проблеме: од

7 Бојковић, Р., Крстић, М., Аллати за иновациону дијагностику, В скуп привредника и научника, СПИН07, стр. 43-47, ФОН, 1.11.2007., Београд.

8 Скоруп, А., Крстић, М., Информационо-комуникационе технологије - генератор иновација у пословном систему, В Мајска конференција о стратегијском менаџменту, Универзитет у Београду, Технички факултет у Бору, Одсек за менаџмент, Зајечар, Србија, 29-31.05.2009. године, Зборник радова, стр. 12-19

отворенијег и флексибилнијег менаџмента, до боље сарадње и разумевања међу радним јединицама, захваљујући бржем и квалитетнијем протоку информација. На овај начин се олакшава доношење одлука и подстиче адекватан став према тржишту и потребама купаца. Јер, као што ни најмодернија технологија неће бити од велике помоћи уколико менаџмент није мотивисан и способан да размишља иновативно у оквиру делатности којом се бави, тако ни најбоља идеја неће имати велике шансе за успех уколико се она у информатичкој ери реализује помоћу “штапа и канапа”. Према тврдњама поменутих аутора, главни погодак раног усвајања информатичких иновација у пословном процесу је најчешће у стицању јединствене конкурентске предности. Они који технологију усвајају касније, не само да осуђују себе на позицију следбеника, већ исту суму новца морају да уложе само да би опстали на тржишту.

ЗАКЉУЧАК

У постиндустријском, али и у информатичком друштву иновације су постале један од најважнијих фактора одрживог развоја предузећа и економског просперитета целог друштва. Предузећа често инвестирају велике износе у истраживање и развој и на рекламирање и маркетинг својих производа. До ових инвестиција неће доћи уколико предузећа нису у позицији да поврате своје трошкове. Одговарајућа и ефикасна заштита интелектуалне својине даје иновативним предузећима моћан и респектабилан подстицај за инвестирање и доприноси економском напретку.

Иновације се надовезују једна на другу, и сваки проналазач и креатор је истовремени дужник својих претходника и узор својих следбеника. Заштита интелектуалне својине подстиче овај виртуелни циклус иновација и креација. Она обезбеђује да они који унапређују претходна дела добију награду, а да ове нове идеје могу затим да користе други. Овај процес лежи у основи дугорочног економског развоја.

Један од основних стубова светске економије, а посебно оних у транзицији, чине мала и средња предузећа. Она обезбеђују већину радних места и креирају нова, дају највећи допринос у додатој вредности, обрт, профиту, а у најразвијенијим економијама и извозу.

Данас, у условима динамичне развојне конкуренције, предузећа траже своју шансу за опстанак, раст и развој свог пословања заснованог на знању и вештинама, флексибилности, инвентивности и у брзини одговора на тржишне сигнале и промене у пословном окружењу. У том процесу, мала и средња предузећа (МСП) се све теже развијају изоловано, без сарадње са центрима знања (универзитетима, институтима, лабораторијама...), пружаоцима консултантских услуга, јавним институцијама и истовремено са другим МСП, врло често удружујући се у различите форме пословних удружења. Имајући

у виду различите фазе у развоју производа или услуге и бројност актера у пословном окружењу, интелектуална својина и њена заштита имају све већу тежину у свакодневном пословању МСП.

Развој конкурентности да домаћем и иностраном тржишту, постао је императив за МСП. Све дефиниције конкурентности, као њен саставни део истичу раст и развој пословања заснованог на увођењу и примени иновација. Развој иновативности у МСП је практично неодвојив, односно у директној је вези са интелектуалном својином. У суштини, интелектуална својина и заштита њених права представља капитализацију иновације кроз стварање новог производа, услуге, процеса или ознака, али која нема вредност и значаја, ако није комерцијализована на тржишту.

Данас, српска МСП, свесна да су на ниском технолошком и иновативном нивоу, суочена су са чињеницом, да свој даљи развој не могу базирати на кршењу права интелектуалне својине, већ у убрзаном хватању прикључка ка развоју предузетничке економије базираном на знању. У том процесу, јавни сектор има важну улогу у подизању свесности МСП о значају заштите интелектуалне својине, али и креирању адекватних услова како би поступци заштите били бржи и једноставнији, приступачнији и прилагођене капацитетима будућих и постојећих МСП. Истовремено, сегмент политике заштите интелектуалне својине, мора бити у потпуности интегрисан и представљати део политике подршке развоја иновативних МСП, односно политике МСП у целини.

Многа мала и средња предузећа, како у развијеним земљама, тако и у земљама у развоју, се умногоме ослањају на права интелектуалне својине. Проналазачка права, права знакова разликовања, ауторска и сродна права, представљају факторе од круцијалног значаја за бројне гране привреде састављене углавном од малих и средњих предузећа, као што су индустрије текстила, играчака, издавачка индустрија, био-технолошка индустрија, и друге. У земљама у развоју, права интелектуалне својине су подстакла развој крупних грана привреде (као што су софтверска, музичка и филмска индустрија), а исто тако омогућила су малим предузећима да развију иновативне пословне моделе (нпр. франшиза штандова за брзу храну).⁹

Локалне заједнице нарочито у земљама у развоју могу да користе, и користе, систем интелектуалне својине за експлоатисање потенцијала, или традиционалних производа или ресурса. Уз прописну подршку конзистентних политика и помоћи у погледу управљања њима и њиховом комерцијалном применом, права интелектуалне својине могу бити кључно средство у ублажавању сиромаштва.

⁹ У 2003. години, 80% међународних пријава за робне марке дошло је од подносиоца који су имали две или мање робних марке, што указује на велико коришћење система од стране малих компанија.

Одржање конкурентске предности је постало заједнички именитељ за све тржишно оријентисане пословне системе. Та тежња је независна од нивоа технолошке софистицираности, и императив је њиховог опстанка и просперитета. Иновације су фактор конкурентности подједнако важан на глобалном али и на домаћем тржишту. Способност земље да одржи привредни раст и конкурентност лежи у активирању иновација и учења. Отуда, иновације представљају изазов за сваки бизнис, а посебно за оне који су изложени међународној конкуренцији.

Неспорна је чињеница да истраживање и развој морају бити присутни у предузећима без обзира на њихову величину, јер је улога великих и малих предузећа комплементарна у животном циклусу производа. Резултати истраживачко - развојног рада имају за производ тзв. интелектуалну својину, као продукт ума. Она је власништво појединца или организације, који могу донети одлуку да је слободно поделе са другима или да контролишу њено коришћење.

Иновативност има велики значај и за велике системе. Међутим, они поседују респектабилне финансијске, материјалне, кадровске и друге ресурсе, који могу донекле надоместити мањак иновативности у одређеном тренутку. Код малих и средњих предузећа ствари стоје знатно другачије, јер је иновативност, често њихова једина шанса, а интелектуална својина њихов најзначајнији капитал. Поред квалитетног производа и конкурентне цене, фирме треба да промовишу идеју засновану на иновацији, било да је реч о производу који пласира на тржиште или процесима унутар фирме.

Данас када индустријско друштво узмиче а почиње да се ствара ново информатичко друштво, када су промене све брже и чешће, мора да се мења логика решавања проблема. Мора се унети креативност при решавању проблема. Основни циљ креативности је учинити нешто да ставри буду боље. Напоследку, треба користити креативне методе за решавање проблема. Без иновативности мале су шансе да се успешно реше проблеми у окружењу предузетника.

Prof. Dragan Vujisić, LL.D.

Associate Professor,

Faculty of Law, University of Kragujevac

Doc. Vidoje Spasić, LL.D:

Assistant Professor,

Faculty of Law, University of Niš

INNOVATION: The Key Factor in Promoting Competition

Summary

Nowadays, at the time of the global economy and digital environment, competition among economic entities is the key factor of success, accomplishment and subsistence on the economic market. Competition is preconditioned by numerous factors, but one of the most efficient methods for accomplishing and maintaining the competitive position of a business entity on the market is the use of innovations. Innovation is also becoming an increasingly significant concept in the contemporary information society, where the entire infrastructure is based on the Information and Communication Technologies (ICT). The results of a survey have shown that the application of modern ITC technologies has the most significant impact in terms of process innovation and marketing innovation, whereas the least significant or almost insignificant impact is observed in the innovation of products and organization. Innovation has also proved to be more significant for smaller economic entities; being short of the financial and material resources available to the large business systems, smaller economic entities perceive innovation as the only chance to survive on the market.

Key words: *innovation, knowledge, technology, competitiveness.*