

## UVOD

Koncept knjige je zamišljen tako da, uz teorijsko prezentovanje pojedinih oblasti, studentima i čitaocima budu približene inovacije i inovativne aktivnosti kroz studije slučajeva. Neizbježan spoj inovacije i preduzetništva će biti prikazan kroz primjere iz svakodnevnog života, primjere iz okruženja, iz regije kao i primjere koji se navode u značajnijim knjigama iz naučne oblasti. U određenom smislu sama knjiga je inovacija u odnosu na aktuelnu literaturu, jer nije zamišljena kao standardan udžbenik. Inovacioni menadžment se sastoji iz četiri oblasti, četiri poglavlja. Nakon svakog poglavlja dat je prikaz kompanije iz okruženja – pod naslovom „Pogled kroz naočare stvarnog svijeta”, određena studija slučaja, kao i zadaci za studente koje bi studenti trebalo da samostalno obrade ili kroz rad u timovima.

U literaturi o inovacijama najčešće se može naći konstatacija da inovacije kreiraju nešto novo s ciljem zadovoljenja određenih potreba za kojima postoji potražnja na tržištu. Međutim, smatram da je to potrebno da se promjeni, pogotovo u stavovima mladih ljudi. Naime, odavno je poznato i u teoriji marketinga definisano da se potrebe ljudi kreiraju, a ne da se potrebe potrošača jave, pa da tržište zadovoljava njihove potrebe. Kotler je jasno rekao da je najbolje da se proizvod kreira i nametne potrošačima kao potreba na prvoj stepenici Maslovljeve teorije hijerarhije potreba.

Nauka i tehnologija su glavni pokretači i ključni faktori ekonomskog i društvenog razvoja. Sve više se govori o društvu i ekonomiji koji su zasnovani na znanju (Knowledge based economy), a koji se baziraju na kreativnosti i inovacijama. Takođe je potrebno konstantno usavršavanje zaposlenih, kao i omogućavanje zaposlenima da iskažu svoju kreativnost. „U Sjedinjenim Američkim Državama i Evropi najuspješnije su one kompanije koje svoje poslovanje baziraju na znanju, jer je znanje obnovljiv resurs koji donosi kontinuiran profit“ [41, str. 2]. Samim tim, transfer tehnologije se vidi kao razvoj, prenos i usvajanje novih znanja, tehnika, tehnologija i osnov za tehnološki napredak [26, str. 21]. Suština tehnološkog napretka je u sljedećem:

- Omogućuje stvaranje i poboljšanje postojećih sredstava za rad;

- Dolazi do nastanka i/ili poboljšanja postojećeg proizvoda;
- Uslovljava unapređenje organizacije [26, str. 8].

Autori Montonen i Erikson [29] su prikazali novi način predavanja i učenja o inovacijama, kroz rad koji je pripreman kao studija slučaja u trajanju od šest godina, sa fokusom na proizvodno orijentisanu industriju. Iz ove perspektive glavni zadatak predavanja i učenja o inovacijama jeste da se pruži praktična kompetencija, koja je bazirana na razumijevanju kako i s kim bi trebalo da se radi, koju vrstu aktivnosti, zadataka i rutina je potrebno provesti, koji su hrabri potezi, emocije, znanje, kompetencije, norme i vrijednosti obuhvaćene inovacijama.

Interesovanje o načinu na koji se inovacije provode u organizacijama povezuje se sa konceptualizacijom inovacija kao nečim što je postignuto i urađeno u inovacionom društvu. Model iz predmetnog rada je orijentisan prema praksi za učenje i predavanje o inovacijama u poslovnom kontekstu. Inovacioni menadžment je objedinio specifične elemente menadžmenta, marketinga, preduzetništva i međunarodnog poslovanja u jednu cjelinu. Analizirajući problem sa kojim se susreo tim na univerzitetu u Finskoj došli su do zaključaka da su osnovni problemi bili da: kompetencije koje se steknu na univerzitetu nisu fokusirane na praksu, akademsko znanje ne doprinosi razvoju novih proizvoda ili usluga, tradicionalna ideja tehnološkog transfera je proizvodno orijentisana, zahtijeva resurse i rezultira velikom nesigurnošću, tradicionalni načini poboljšanja inovacija i akademskog istraživanja nisu uspjeli. Rješenja za pojedine probleme su: predavanje i učenje o praksi, a ne prema postojećim akademskim temama, široki pogled na inovacije, ne samo na proizvode i usluge, već i na inovacije organizacije i socijalne inovacije, davanje većeg značaja inovacijama usluga, multidisciplinarna saradnja i orijentisanost prema klijentu, učenje kroz praksu, učenje kroz rad, praktični projekti, organizovanje timova koji će biti sastavljeni od studenata, profesora i privrednih subjekata. Koristi od promjena su: intenzivnija saradnja između univerziteta i privrednog društva, kao i uvođenje inovacione prakse koja postaje način života univerziteta.

U okviru osnovnih studija studenti stiču znanja o inovativnim kompanijama, studijska posjeta je povezana sa menadžmentom i znanjem o menadžmentu, znanja se stiču kroz vježbu na kojoj studenti razvijaju nove usluge i proizvode u saradnji sa kompanijama koje su orijentisane prema kupcu. Takođe su osnovani ekosistemi pod nazivom „living lab“ kroz koje studenti pokreću sopstveni startup (start-up). Na ovaj način studenti prvo uče praktični aspekt inovacija, zatim je to

potkrijepljeno teorijskim znanjem, pokazalo se da je ovaj način mnogo primamljiviji za studente, drugi veliki plus jeste da su u sticanje znanja o inovacijama svi mnogo više uključeni i nastavnici i studenti, ali i privreda.