

Teorijske osnove inovacijskih aktivnosti (1)

1. Teorijske osnove inovacijskih aktivnosti	2
1.1. Determnisanje pojmova	2
1.1.1. Ličnost i psihički procesi	2
1.1.2. Opažanje – percepcija	3
1.1.3. Značaj mišljenja u inovativnom procesu	6
1.1.3.1. Procesi logičkog mišljenja	9
1.1.3.2. Primitivno ili konkretno mišljenje	10
1.1.3.3. Oblici mišljenja	11
1.1.3.4. Misao i operacije mišljenja	13
1.1.3.5. Spontano mišljenje – asocijacije	15
1.1.3.6. Simbolički misliti i govoriti	16
1.2. Nove dimenzije ljudskih (humanih) resursa kao obnovljivog izvora nacionalnog bogatstva	20
1.2.1. Definisanje humanog kapitala	20
1.2.2. Definisanje socijalnog kapitala	21
1.2.3. Povezanost strategija razvoja sa humanim i socijalnim kapitalom	22
1.2.4. Komponente menadžmenta ljudskih resursa	23
1.2.5. Promene značaja kadrovskog menadžmenta	24
1.3. Dimenzije kreativnih ljudi	26
1.3.1. Respektovanje fenomena kreativnosti kod ljudi	26
1.3.2. Karakteristike kreativnosti	28
1.3.3. Ishodišta kreativnosti i izvori inovacija	30
1.3.3.1. Darovitost	30
1.3.3.2. Kreativnost	30
1.3.3.3. Inventivnost	31
1.3.3.4. Intelekt – inteligencija	32
1.3.3.5. Intuicija	34
1.3.3.6. Imaginacija	35
1.3.3.7. Inspiracija	36
1.3.3.8. Inovacija	36
1.4. Kreativni inovacijski proces	36
1.4.1. Definisanje ljudskog rada	36
1.4.2. Objašnjenje odnosa ličnosti i društva	38
1.4.3. Ličnost kao organizacija osobina	40
1.4.4. Konflikti u motivacijskom kompleksu ličnosti	41
1.5. Kreativni inovacijski proces i inovacijske aktivnosti	42
1.5.1. Kreativni inovacijski proces	42
1.5.1.1. Kreativni proces	42
1.5.1.2. Kreativno razmišljanje	43
1.5.1.3. Inovacijski proces	43
1.5.2. Vrste kreativnih aktivnosti	43
1.5.2.1. Operativna kreativnost	44

1.5.2.2.	Ekspertna kreativnost	44
1.5.2.3.	Naivna i iskustvena kreativnost	44
1.5.3.	Vrste inovacijskih aktivnosti	44
1.5.3.1.	Invencijske aktivnosti i inovacijska rešenja	44
1.5.3.1.1.	Kreativna aktivnost	45
1.5.3.1.2.	Vrste inovacija	45
1.5.3.1.3.	Racionalno odlučivanje o tržišnom razvoju	45
1.5.3.2.	Identifikovanje sistema naučnih otkrića	46
1.5.3.3.	Primena ekspertnih sistema kod izbora inovativnih tehnologija	48
1.5.4.	Oblici inovacijske aktivnosti	54
1.5.4.1.	Preduslovi inovacijskih aktivnosti	54
1.5.4.2.	Stimulisanje inovacijskih aktivnosti	56
1.6.	Baza inventivne i inovacijske aktivnosti	57
1.6.1.	Faktorska analiza ličnosti	57
1.6.2.	Temperament i osobine temperamenta	58
1.6.3.	Karakterne crte strukture ličnosti	62
1.6.4.	Sposobnosti kao osobine ličnosti	64
1.6.5.	Inteligencija kao sposobnosti	65
1.6.5.1.	Objašnjenje kategorijalnog sistema u vezi s inteligencijom	65
1.6.5.2.	Objašnjenje pojma inteligencija	67
1.6.5.3.	Sastav i poreklo inteligencije	67
1.6.5.4.	Količnik inteligencije i sposobnost rešavanja zadataka	69
1.6.5.5.	Merenje inteligencije	71
1.6.5.5.1.	Kognitivne sposobnosti	71
1.6.5.5.2.	Produktivne sposobnosti	72
1.6.5.5.3.	Sposobnost konvergentnog mišljenja	72
1.6.5.5.4.	Sposobnost divergentnog mišljenja	72
1.6.5.5.5.	Evaluativne sposobnosti	72
1.6.5.5.6.	Koga zaposliti?	73
1.6.6.	Oblici efekata inventivne i inovacijske aktivnosti	73
1.6.6.1.	Pronalazak	74
1.6.6.2.	Tehničko unapređenje	74
1.6.6.3.	Koristan predlog	75
1.6.6.4.	Know-how („znati kako,,)	75
2.	Novе dimenzije nauke i znanja u funkciji istraživanja i razvoja	76
2.1.	Definisanje nauke, dubokog znanja i naučno-istraživačkog programa	76
2.1.1.	Definisanje nauke	76
2.1.2.	Odnos između nauke i istraživanja	82
2.1.3.	Definisanje naučno-istraživačkog programa	83
2.1.4.	Definisanje sistema dubokog znanja	84
2.1.4.1.	Sistem dubokog znanja	84
2.1.4.2.	Znanje iz oblasti varijacija	85
2.1.4.3.	Teorija znanja	85
2.1.4.3.1.	Primenjena istraživanja	86
2.1.4.3.2.	Primenjena svrsishodna istraživanja	86
2.1.4.3.3.	Interpretacija znanja i sposobnosti baziranih na znanju	86

2.1.4.3.4.	Znanje predviđanja	88
2.1.4.4.	Psihologija	89
2.2.	Karakteristika tržišta znanja	90
2.3.	Uloga opšte teorije sistema u afirmaciji znanja	91
2.3.1.	Delovi i celina	92
2.3.2.	Otvorenost sistema	92
2.3.3.	Dinamička ravnoteža i sposobnost adaptacije sistema	92
2.3.4.	Principi centralizacije ili demokratske integracije sistema	93
2.3.5.	Jedinstvo osnovnih principa	93
2.3.6.	Sistemska teorija i nauka o čoveku kao sistemu	94
2.4.	Nova dimenzija savremenog sveta	94
3.	Primena naučnih postupaka u inovativnom procesu	96
3.1.	Opis (deskripcija), objašnjenje (eksplanacija) i predviđanje (predikacija)	96
3.2.	Naučno otkriće i dokaz	98
3.3.	Naučno istraživanje i izlaganje nauke	100
3.4.	Utvrdjivanje problema, postavljanje hipoteza i verifikacija	101
4.	Zaštita industrijske svojine	104

Drugi deo

Identifikovanje razvojnih područja i načina koji opredeljuju strategiju društveno-ekonomskog i tehnološkog održivog razvoja (106)

1.	Identifikovanje uočenih promena od kojih se očekuje da utiču na promene tehnologije i ekonomije	107
1.1.	Identifikovanje promena koje utiču na promene	107
1.2.	Identifikovanje suštine razvojnih faza tokom XX. veka	111
2.	Determinisanje novog nacionalnog strateškog područja razvoja	114
2.1.	Razlozi koji upućuju na determinisanje novog nacionalnog strateškog područja poslovanja	114
2.2.	Strateška razvojna područja okruženja koja će determinisati buduću strategiju tehnološkog razvoja preduzeća	116
3.	Uloga države u procesu planiranja i realizacije strategije društveno-ekonomskog i tehnološkog održivog razvoja	120
3.1.	Organizacija naučnih i tehnoloških parkova	120
3.1.1.	Mehanizam funkcionisanja tehnoloških parkova	120
3.1.2.	Ciljevi tehnoloških parkova	121
3.1.3.	Resursi potrebni za osnivanje tehnoloških parkova	123
3.1.4.	Lokacija i delatnost tehnoloških parkova	124
3.1.5.	Upravljanje i organizovanje tehnološkog parka	124
3.2.	Razvoj i organizacija inkubator centara	127
3.2.1.	Inkubator centri, programi prekvalifikacije i zapošljavanja	128
3.2.2.	Obrazovanje i obuka kadrova za potrebe razvoja porodičnih, malih i srednjih preduzeća	129

Obeležja kreativnih ljudi (131)

1. Osobine nosilaca kreativnih promena	134
1.1. Oblici kreativnog delovanja	134
1.1.1. Inovativnost	135
1.1.2. Analiziranje i sintetiziranje	135
1.1.3. Proširivanje i poboljšavanje	135
1.1.4. Kopiranje	135
1.1.5. Stvaralačko oponašanje	136
1.2. Karakteristike nosilaca kreativnih promena	136
1.2.1. Originalnost	136
1.2.2. Fleksibilnost	137
1.2.3. Stvaralačka fantazija	137
1.2.4. Tolerancija	137
1.2.5. Otvorenost i zatvorenost iskustva	137
1.2.6. Kreativna generalizacija	137
1.2.7. Fluentnost ideja	137
1.3. Karakteristike kreativnog mišljenja i faze stvaralaštva	138
1.4. Osobine kreativnih ljudi	139
2. Osnivanje kreativne klime za potrebe inovativne organizacije	140
2.1. Kračfildov program razvijanja stvaralaštva	141
2.2. Osbornov sistem razvijanja stvaralaštva	142
2.3. Prilagođavanje inovacijama	142
3. Psihološki aspekti vođenja inovativne organizacije	144
3.1. Vođenje – ličnost ili stil	144
3.2. Vođenje – i ličnost i stil	146
3.3. Vođenje – reakcija na promenu	146
3.4. Vođenje – kreativan proces	149
3.5. Voda – kreativna ličnost	151
4. Proces upravljanja ljudima	153
4.1. Tehnike razvoja kreativnosti kod ljudi	153
4.1.1. Operativne tehnike	153
4.1.2. Analitičke tehnike	153
4.1.3. Tehnika slobodnog toka asocijacija	154
4.2. Kreiranje klime da se pređe „s reči na dela,,	154
4.3. Od destrukcije ka konstrukciji	154
4.4. Od strasti za vlast ka vladi koja zna šta hoće	156
5. Oblici inovacijskog menadžmenta	159
5.1. Paradigme savremenog menadžmenta	159
5.2. Principi menadžmenta	162
5.2.1. Nagrađujte prava umesto brza rešenja	163
5.2.2. Nagrađujte preduzimanje rizika, umesto odbijanja rizika	164

5.2.3.	Nagradite kreativnost umesto nerazumnu saglasnost	165
5.2.4.	Nagrađujte odlučne akcije umesto paralizu od analize	165
5.2.5.	Nagradite koristan umesto brzi rad	168
5.2.6.	Nagrađujte ujednostavnost umesto nepotrebnu komplikovanost	168
5.2.7.	Umesto galame, nagrađujte efikasno i efektivno ponašanje	169
5.2.8.	Nagrađujte kvalitetan umesto brzi rad	171
5.2.9.	Nagrađujte lojalnost umesto poniznosti	172
5.2.10.	Nagrađujte timski umesto onih koji su protiv bilo kojeg rada	172

Četvrti deo

Proces kreiranja kreativne organizacije (175)

1.	Identifikovanje faktora koji su izmenili kulturno-civilizacijske vrednosne orijentacije	177
1.1.	Inovativno preduzetništvo	177
1.2.	Uticaj civilizacije	182
1.3.	Uticaj kulture na ponašanje ljudi	185
2.	Teorijske osnove zasnivanja inovativne organizacije	191
2.1.	Predviđanje za potrebe projektovanja inovativno-razvojno usmerene organizacije	191
2.2.	Organizacija kao socio-tehnološki sistem	193
2.2.1.	Projektovanje organizacije	194
2.2.2.	Uvođenje promena u organizacionu strukturu	197
2.3.	Karakteristike inovativnog i tradicionalnog preduzeća	200
2.3.1.	Proces kreiranja inovativne organizacione strukture	202
2.3.2.	Međuzavisnost inovativne tehnologije i inovativne organizacije	206
2.3.2.1.	Proces upravljanja inovativnim preduzećem	206
2.3.2.2.	Upravljanje procesima inovacija	207
2.3.2.3.	Faktori koji utiču na inovacijski proces	208
2.3.2.4.	Karakteristike inovativno uspešnog i inovativno neuspešnog preduzeća	208
2.3.3.	Karakteristične promene ka inovativnoj organizaciji	209
2.3.3.1.	Faze promena u organizaciji	209
2.3.3.2.	Oblici inovativne organizacione strukture	211
2.3.4.	Oblikovanje inovativne organizacije	213
2.3.4.1.	Analiza ključnih aktivnosti	213
2.3.4.2.	Analiza doprinosa	216
2.3.4.3.	Relaciona analiza i utvrđivanje principa organizovanja	217
3.	Postupak projektovanja organizacione strukture marketing funkcije fleksibilnog proizvodnog menadžmenta	219

Inovativno preduzetništvo kao područje primene inovativnog menadžmenta (222)

1. Modeli i škole inovativnog preduzetništva	223
1.1. Modeli preduzetničkih aktivnosti	223
1.1.1. Trodimenzionalni model preduzetništva	223
1.1.2. Konceptijski model preduzetništva	224
1.2. Škole inovativnog preduzetništva	225
1.2.1. Orijentacija na okolinu	226
1.2.2. Orijentacija na finansije	226
1.2.3. Orijentacija na područja primene	227
1.2.4. Orijentacije na karakteristike preduzetnika	227
1.2.5. Orijentacija na mogućnosti preduzetničkih podhvata	227
1.2.6. Orijentacija na formulisanje strategija	227
1.2.7. Orijentacija na preduzetnika-ličnost	228
1.2.8. Orijentacija na psihološke karakteristike preduzetnika	228
1.2.9. Orijentacija na klasičnog preduzetnika	228
1.2.10. Orijentacija na upravljačkog preduzetnika	228
1.2.11. Orijentacija na preduzetnika lidera	229
1.2.12. Orijentacija na preduzetničko partnerstvo	229
2. Proces stvaranja inovativne preduzetničke kulture i inovativnog ambijenta	230
2.1. Preduzetnički milje i preduzetnička kultura	230
2.1.1. Gde smo mi sada?	230
2.1.2. Gde želimo (biti) da idemo?	231
2.1.3. Kako ćemo stići tamo?	233
2.1.4. Oblikovanje preduzetničkog miljea i korporativne kulture	234
2.1.5. Oblikovanje kulture ponašanja na tržištu	236
2.2. Aktualizacija uloge države u razvoju inovativnog preduzetništva	238
2.2.1. Deregulacija sa finim doterivanjem	238
2.2.2. Kreiranje novog socijalnog ugovora	239
2.2.3. Identifikovanje države kao preduzetnika	241
2.3. Kreiranje nacionalnih vrednostnih orijentacija i etičko-moralnih normi kao funkcije kreativnog stvaralaštva	242
3. Postupci inovativnog preduzetništva	247
3.1. Principi i proces inovacije	247
3.2. Tipologija inovacija	248
3.2.1. Izvori svrsishodnih inovacija	249
3.2.1.1. Izvori inovacija u okviru organizacije	252
3.2.1.1.1. Neočekivani rezultati kao šansa	252
3.2.1.1.1.1. Neočekivani uspeh kao šansa	253
3.2.1.1.1.2. Neočekivani promašaji kao šansa	254
3.2.1.1.1.3. Neočekivani spoljni događaji kao šansa	255

3.2.1.1.2.	Nepodudarnost između stvarnosti i onog što bi moglo biti i onog što bi trebalo da bude	257
3.2.1.1.3.	Nepodudarnost ekonomske realnosti	262
3.2.1.1.4.	Nepodudarnost između realnosti i pretpostavki o njoj	263
3.2.1.1.5.	Nepodudarnost između opaženih i stvarnih vrednosti i očekivanja potrošača	264
3.2.1.1.6.	Inovacije bazirane na nepodudarnosti procesa	266
3.2.1.2.	Izvori inovacija izvan organizacije	267
3.2.1.2.1.	Nepodudarnost zbog promena u strukturi privrede i tržišta	267
3.2.1.2.2.	Nepodudarnosti usled promena u demografskoj strukturi	269
3.2.1.2.3.	Nepodudarnosti između postojećeg i novog stanja	270
3.2.1.2.4.	Promene u predodžbama	271
3.2.1.2.5.	Dobra ideja	271
3.2.2.	Inovacije kao kontinuelni proces tehnoloških promena	272
3.2.2.1.	Tehnološke inovacije	274
3.2.2.2.	Klasifikacija inovacija	275
3.2.2.2.1.	Tehnološke inovacije	275
3.2.2.2.2.	Tržišne inovacije	276
3.2.2.2.3.	Inovacije u preduzetništvu	276
3.2.2.3.	Difuzija inovacija	276
4.	Inovacijski problemi kod istraživanja i razvoja novog proizvoda	278
4.1.	Proces stvaranja novog proizvoda	279
4.2.	Marketing-okolina kao konkurencijsko-inovacijski milje	284
4.2.1.	Značaj okruženja za razvoj novih ideja	284
4.2.2.	Faza generisanja i selekcije novih ideja	285
4.3.	Faza razvoja novog proizvoda	289
4.3.1.	Proces rađanja nove ideje	289
4.3.2.	Analiza i selekcija ideja o novom proizvodu	291
4.3.2.1.	Analitičke metode	291
4.3.2.2.	Selekcija novih ideja	292
4.3.2.3.	Informacije o kupcima	293
4.3.2.4.	Informacije o konkurenciji	293
4.3.2.5.	Swotna analiza proizvoda	294
4.3.3.	Rangiranje i razvoj ideja i odlučivanje o novom proizvodu	295
4.3.3.1.	Opređeljivanje dominantnog kruga novih ideja	296
4.3.3.2.	Sistem ocenjivanja novih ideja rangiranjem	296
4.3.3.3.	Pristup vrednovanju ideja	297
4.3.3.4.	Marketing-pristup ocenjivanju novog proizvoda	298
4.3.3.5.	Marketing postupak provere ideje o novom proizvodu	299
4.3.3.6.	Marketing provera koncepta novog proizvoda	301
4.4.	Faza razvoja celovitog koncepta i testiranje novog proizvoda	303
4.4.1.	Postupak razvijanja koncepcije novog proizvoda	303
4.4.2.	Testiranje ideje o novom proizvodu	304
4.4.3.	Predviđanje prodaje novog proizvoda	306
Literatura		307