

UDK: 001.895+005.7

Datum prijema rada: 28.6.2012.

Datum korekcije rada: 8.10.2012.

Datum prihvatanja rada: 8.10.2012.

EKONOMIJA

TEORIJA I PRAKSA

Godina V • broj 3

str. 47–59

STRUČNI RAD

KREATIVNOST I INOVATIVNOST U PREDUZETNIŠTVU

Marković Jovica¹

Prodanović Radivoj²

Mutibarić Jovana³

Sažetak: *Preduzetništvo je organizaciona vještina vlasnika kapitala koji započinju ili nastavljaju svoj samostalni posao. U uslovima tranzicije, preduzetništvo je jedna od razvojnih šansi. Ishodište preduzetništva je privatna svojina, a njegov pojava oblik jesu inovacije različite vrste. Inventivnost ili kreativnost jeste sposobnost i mogućnost razvijanja novih ideja, a inovacija je transfer nove ideje u novu organizaciju, novi proizvod, novu uslugu, nov proces ili novi metod proizvodnje. Neophodno je u organizaciji podsticati kreativnost, razvijati pozitivan stav prema promjenama, prihvatati ideje nižih nivoa. Potrebna je veća interakcija među zaposlenima, tolerancija neuspjeha, sloboda ostvarivanja ciljeva, nagrađivanje kreativnosti. Kreativnost/inventivnost je stvaranje novih ideja nezavisno od njihove eventualne primenljivosti, dok je inovacija transformacija novih ideja u korisne proizvode ili usluge. Pojavni oblik preduzetništva su inovacije.*

Ključne reči: *preduzetništvo / kreativnost / inventivnost / inovativnost*

¹ Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad, Cvečarska br. 2, e-mail: joca.m@panline.net

² Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad, Cvečarska br. 2, e-mail: rprodanovic@fimek.edu.rs

³ Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom Sadu, Novi Sad, Cvečarska br. 2, e-mail: jovana@fimek.edu.rs

UVOD

*Budi uvek nezadovoljan onim što si, ako misliš postati ono što nisi,
jer tamo gde si postao zadovoljan – tamo ćeš i ostati.*

F. Qurles

Nezadovoljni ste sadašnjom situacijom, razmišljate da nešto promenite/pokrenete. Uvereni ste da vaše znanje i sposobnosti mogu dati bolje rezultate. Želite da popravite finansijski položaj i ugled u društvu. Posle studioznih razmišljanja i analiza odlučujete se za pokretanje/proširivanje biznisa.

Ako želite da pokrenete svoje preduzeće vi verovatno imate snažnu „potrebu za uspehom“. Korisno je ako se vaši dosadašnji poslovi mogu iskoristiti u vašem novom preduzeću. Čitajte, slušajte stručnjake, razgovarajte sa poslovnim ljudima, pokušajte odrediti gde ćete ostvariti profit.

Veliku ulogu u određivanju nove poslovne filozofije imaju **kreativnost i inovativnost**. Ako se potrebe i vaša prethodna iskustva ne poklapaju, ne očajavajte. Pokušajte da radite za firmu koja pruža uslugu ili proizvod koji se traži. Nadite posao u uspešnoj, dobro vođenoj kompaniji u poslu koji vi želite. Potom kupite što više znanja o vođenju preduzeća dok usavršavate tehničke sposobnosti (Drucker, 1991).

Na početku pokretanja novog posla važno je sagledati: Da li postoji potreba za onim što biste vi prodavali ili radili? Da li ste spremni da ispunite tu potrebu? Da li ste zainteresovani za to područje? Možete li naučiti ono što trebate? Da li će biti stalna i rastuća potreba za vašim proizvodom ili uslugom? Kakve su vaše šanse za uspeh ako krenete sa određenom vrstom posla? (Ožegović i Sajfert, 2009). Ovo će zavisi od toga kakvu vrstu posla odaberete, od vaših iskustava i od uslova za taj posao u to vreme. Sa pravim sklopom odlučnosti, sposobnosti da se napravi dobar tim i sposobnosti da se primete potrebe tržišta, vi ćete sigurno uspeti. Ipak, činjenica je da veliki broj preduzeća propadne u prvih pet godina. Veoma mali broj od ukupnog broja osnovanih preduzeća uspe da opstane. Loše rukovođenje i nedostatak kreativnosti i inovacija najčešći su razlozi propadanja preduzeća. Mnogi faktori takođe mogu uticati na poslovanje preduzeća, a na koje vlasnici nemaju mnogo uticaja (loši uslovi za posao, premeštanje auto-puta, promene mode, zamena starih proizvoda novim itd...).

POJAM PREDUZETNIŠTVA

Šumpeter je 1934. godine, stavio akcenat u definisanju preduzetništva na značaj inovacije i kreativnosti. Po njegovom tumačenju preduzetništva, sve firme koje su sklone inoviranju uvode:

- nove proizvode ili usluge,
- nove metode proizvodnje,
- nova tržišta,
- nove izvore snabdevanja,
- novu organizaciju industrije (Ožegović i Sajfert, 2009).

Hisrich (1985) preduzetništvo predstavlja kao „proces koji se sastoji u kreiranju nečeg novog za šta je potrebno vreme i veliki uloženi trud, pri čemu se preuzimaju psihološki, finansijski i drugi oblici rizika, a za uzvrat dobija materijalna satisfakcija.“

Preduzetništvo je organizaciona veština vlasnika kapitala koji započinju ili nastavljaju svoj samostalni posao. U uslovima tranzicije, preduzetništvo je jedna od razvojnih šansi. Ishodište preduzetništva je privatna svojina, a njegov javni oblik jesu inovacije različite vrste. Preduzetništvo predstavlja i inovaciju organizacione strukture. Otuda se privredni subjekti takvih karakteristika i definišu kao inovativne organizacije. Preduzetništvo se može definisati kao proces razvoja novih profitabilnih poslova.

Samo ono lice koje „organizuje neki posao sa ciljem da prisvoji dobit, ali i snosi rizik tog posla“ koje stalno inovira, stvara šanse, izbegava rizike, uočava pretnje i traži nove mogućnosti, poseduje tu značajnu organizacionu veštinu koju nazivamo preduzetništvo (Tomaš, 1993).

Preduzetništvo je inoviranje faktora proizvodnje, stvaranje novih ideja u organizaciji u celini i snošenje rizika za donete poslovne odluke. Prava preduzetnička maksima je *scrap and build* postupak, koji se svodi na postupak *odbaci i stvaraj novo* (Babić, 1995).

Preduzetništvo je korišćenje promena koje su se dogodile ili su na putu da se dogode. Preduzetništvo je *kreativnost*, koja je pored neophodnog znanja, prevashodno oslonjena na *intuiciju*. Intuicija se dobro može definisati sledećim stavovima, koji nisu stavovi racionalnog mišljenja:

- namera nije bitna,
- potisnite ego,
- nema sigurnog znanja,

- red je funkcija razuma, a intuicija ne poznaje red,
- ne tražite pomoć, sledite unutrašnja čula (Rkalović, 2001).

Intuicija stvara šanse i rizike. Ona je i pokretač inovacija. Samo to i ništa više. Ozbiljne ekonomske odluke se ne donose na bazi intuicije. Racionalnost, kojom se ekonomija kao nauka ponosi, služi kao filter svih ideja.

Preduzetništvo je okrenuto ka razvoju, promenama pravila ponašanja, inventivnosti, inicijativi, brzom delovanju, znanju, rezultatima, profitu. U modernom preduzetništvu sposobnost da savladamo unutrašnje otpore i pronađemo skrivene izvore snage ponekad ima presudnu ulogu (Ožegović i Sajfert, 2009).

KREATIVNOST (INVENTIVNOST) U PREDUZETNIŠTVU

Inventivnost u preduzetništvu definišemo kao novu i progresivnu preduzetničku ideju. **Inventivni preduzetnik** je duhovit, dosetljiv, maštovit, ima izumiteljski dar, sposoban je da izmisli i pronađe (Ožegović i Sajfert, 2009). Nadalje, inventivni preduzetnik je originalan, u stanju je da podeli izvor i sadržaj neke korisne informacije, uporan i predan rešavanju problema, sposoban da se ne opredeljuje prerano dok još ne zna dovoljno, nezavisnog rasuđivanja, nesklon je autoritetima, nekonformist, ponekad zaigran i neozbiljan i obdaren neobičnom maštovitošću. Inventivnost podrazumeva i otvorenost, brzo razmišljanje, impulsivnost, uverljivost, vernost poslu, intelektualnu znatiželju, smisao za humor, samouverenost, tolerantnost, inicijativnost, okrenutost ka budućnosti.

Inventivnost ili kreativnost jeste sposobnost i mogućnost razvijanja novih ideja, a **inovacija** je transfer nove ideje u *novu organizaciju, novi proizvod, novu uslugu, nov proces ili novi metod proizvodnje*.

Faze kreativnog procesa:

- *nastanak ideje* – uslovljen uticajem tržišta, konsultanata i eksperata,
- *rešavanje problema*,
- *razvoj ideje* – racionalnost,
- *primena ideje* – rešenje ili pronalazak se plasiraju na tržište.

Neophodno je u organizaciji podsticati kreativnost, razvijati pozitivan stav prema promenama, prihvatati ideje nižih nivoa, potrebna je veća interakcija među zaposlenima, tolerancija neuspeha, sloboda ostvarivanja ciljeva, nagrađivanje kreativnosti.

Kreativan proces se sastoji od:

1. *podsvesnog bavljenja problemom* – usvajanje problema koji još nije definisan u svesti,
2. *intuicije*, koja povezuje podsvest sa svesnim mišljenjem,
3. *celovitog uvida u problem* i
4. *logične formulacije ideje* (Rkalović, 2001).

Svaki čovek u sebi nosi određeni kreativni potencijal, ali se ljudi definitivno razlikuju po tome što je neko inventivniji više, a neko manje.

Dešava se da su neke osobe sa potencijalom inventivnosti često blokirane usled raznih faktora, npr. neko neće ispoljiti inventivnost jer je zauzet svakodnevnim rutinskim aktivnostima, jednostavno nisu motivisani da bi ispoljili navedenu karakteristiku.

Neke osobine (Ožegović, 2009) koje karakterišu inventivnog preduzetnika:

- *sklonost prema problemima, problemi se shvataju kao izazov*
- *nezavisno razmišljanje, oslanjanje na vlastite kriterijume i stavove*
- *sklonost u menjanju pristupa u rešavanju problema*
- *samomotivisanost i istrajnost*
- *nezadovoljstvo postignutim, uvek teže da se ide dalje*
- *originalnost (izvornost)*
- *sklonost ka znatiželji...*

Moć autosugestije je važna odlika kreativnog preduzetnika. Autosugestija je postupak kojim se uveravamo, odnosno namećemo sami sebi neku misao. Niko nas ne može uveriti u nešto, ako sami sebe nismo u to uverili autosugestijom. Čovek postaje onakav kakav misli da jeste, npr. čovek koji za sebe govori da je loš zaista postaje loš. Pravilo je da ćemo biti mnogo kreativniji, hrabriji i uspešniji, ako sami sebe uverimo da to možemo. Mnogi veliki umovi posedovali su snažan osećaj da su oni predodređeni da nešto izume, pa su zato lakše i stvarali. Čovekova uobrazilja proizvodi misao o mogućem padu, npr. strah često nema spoljašnji uzrok, već je proizvod naše mašte i našeg uveravanja da imamo razlog da se nečeg bojimo. Ako se ne opustimo ne možemo savladati plivanje, vožnju biciklom, vođenje sastanka i držanje govora.

Preduzetništvo ima kreativnu funkciju u stvaranju nove vrednosti od strane pojedinca ili grupe poslovnih partnera. Postoji saglasnost da je reč o posebnoj vrsti ponašanja, koje uključuje:

- **preuzimanje inicijative,**
- **preuzimanje poslovnog rizika,**

- poslovnu kreativnost,
- organizovanje i inoviranje poslovne aktivnosti u svim njegovim segmentima gde je to potrebno.

Kreativnost zavisi od motivacije za stvaranje novog, od kvaliteta inovacionog potencijala, organizacije, podsticanja stvaralaštva, od slobode misli i izražavanja, pravila pravne države, od kvaliteta naučnih institucija, demokratičnosti itd...

Kreativnost/inovativnost jeste stvaranje novih ideja nezavisno od njihove eventualne primenljivosti, dok je **inovacija** transformacija novih ideja u korisne proizvode ili usluge.

Da bi se rešio neki problem na kreativan način, moramo se maksimalno angažovati, dati sve od sebe, prepustiti mu se u potpunosti, svim čulima i čitavim intelektualnim potencijalom.

INOVACIJE I PREDUZETNIŠTVO

Nema preduzetništva bez inovacija. Pojavni oblik preduzetništva su *inovacije*. U ireverzibilnim društvenim kretanjima često se inovacije i preduzetništvo međusobno izjednačavaju. To je svakako moguće, pod uslovom da je nosilac, finansijer i realizator inovacija vlasnik kapitala, koji svojom imovinom snosi rizik za donete poslovne odluke.

Inovacije su plod organizovanog i vođenog sistematičnog i racionalnog rada, a do njih se dolazi najčešće zbog:

- neočekivanog događaja, uspeha ili neuspeha,
- nepodudarnosti onog što se očekivalo i što se stvarno desilo,
- procesa i zadataka za čije izvršenje je bilo neophodno poboljšanje,
- promena u industrijskoj strukturi ili na tržištu,
- demografskih promena,
- promena u značenju nekih procesa, ili posmatranju stvari i
- inovacija koja se zasnivaju na znanju (Milić, 1986).

Odgovor na to pitanje duboko je skriven u društvenim kretanjima. Drucker (1991) sve uzroke pojave inovacija svrstava u sedam grupa:

- neočekivani: uspeh, promašaj i spoljni događaj,
- nepodudarnost između sadašnje i normativne stvarnosti,
- potreba uzrokovana nekim procesom,
- promene: u strukturi privrede ili tržišta,
- demografska kretanja,

- promene: u opažanjima, raspoloženjima i značenjima i
- nova: naučna i nenaučna saznanja.

Navedeni uzroci svakom preduzetniku moraju da postave suštinsko pitanje – Šta se dešava? Iz toga pitanja, proizilazi drugo – Šta preduzeti?, a onda i treće – Da li je to neko već preduzeo? Novo je samo novo u okviru sredine u kojoj se posmatra, pa su iskustva drugih preko potrebna. Intuicija, iskustvo, znanje i realnost najbolje su komponente u realizaciji preduzetničkih ideja. Jedno bez drugog ne stvara šanse, ne rešava probleme, ne uočava opasnosti i ne sagledava domet preduzetnih poslovnih odluka.

Po društvenoj dimenziji one se definišu kao društvene, društveno-tehničke i čisto tehničke inovacije. Po stepenu inovativnosti (promena) dele se na radikalne, revolucionarne, evolutivne, trivijalne i periferne. Sve su sa svoga aspekta značajne, jer predstavljaju *novine* u procesu, proizvodu ili proizvodnom rešenju.

I kod definisanja pojma inovacije postoje određene teškoće. Često nije jasno da li neku novinu smatrati inovacijom zbog malog ili beznačajnog stepena promene koju je izazvala. Nekada, pak, pod inovacijama se podrazumeva *invencija*, nekada sama *imaginacija*, a često i *otkriće*, što je sasvim različito od inovacija.

Invencija je jedinstvena ideja, koja je samo ideja i do čije je komercijalizacije vrlo dug put. Mnoge ideje nikada neće odmaći od dosetljivosti svoga autora, jer su pre-rane, prekasne ili neshvaćene. Ako, pak ideja nađe svoj komercijalni put i izazove novinu u procesu, proizvodu ili rešenju i ostvari značajnije ekonomske rezultate, onda je reč o *inovaciji*.

Imaginacija čak nije ni ideja, već samo promišljanje, svojevrsan proces duhovnog stvaralaštva. Imaginacija je proces stvaranja umetničkih dela, koja svakako uvećavaju društveno bogatstvo jedne nacije, ali direktno ne doprinose njenom ekonomskom razvoju.

Otkriće je proces pronalaženja nečega što odavno postoji. Kolumbo nije izmislio Ameriku, već je samo učinio to veliko istorijsko otkriće. Inovacija nije otkriće, nikada nigde nije postojala u tom obliku, ona je originalni akt pojedinca.

Na osnovu svega izloženog, može se pod inovacijom podrazumevati „novost” koja se umeće u postojeće stanje. Po karakteru i opsegu ta se novost može ispoljiti kao zamena i kao *obnova* (dopuna). U svakom slučaju radi se o promeni dotadašnjeg uvođenju novog, čime budućnost prekriva postojeću stvarnost.

Inovacije su, dakle:

- izumi,
- tehnička unapređenja i
- unapređenja organizacije i rada.

Ipak za stvaranje inovacije treba biti spreman na mnogo odricanja, truda i rada.

Proces „proizvodnje inovacija“:

- identifikacija problema,
- opredeljenje mogućih rešenja,
- otkrivanje najboljeg rešenja,
- verifikacija,
- implementacija.

Ako nam slučajno prilikom rešavanja problema ne ide, treba napraviti pauzu, treba privremeno odustati, pozabaviti se drugim stvarima. Kasnije će nam možda sinuti neka nova ideja, neko bolje rešenje. U podsvesti, naš um obrađuje problem i kada mi nismo posvećeni njemu, te nam tako rešenje iznenada sine.

Kod rešavanja nekog problema dešava se da dodemo do rešenja ili do pronalaska odgovora na neki drugi problem, što se u osnovi označava pojmom **serendipitet**. Serendipitet je proces istraživanja pri kojem tražeći nešto, pronalazimo nešto drugo što nismo tražili, ali što se pokazuje kao vredno i dostojno nalaženja.

KREATIVAN POJEDINAC – SAVRŠEN PREDUZETNIK

Kreativac je čovek širokog znanja i širokih interesa, razvijene mašte, okrenut prema budućnosti, s težnjom ka postizanju rezultata. Moderan preduzetnik mora među svojim saradnicima prepoznati one koji su kreativniji, motivisati ih da razvijaju nove ideje i da tako doprinesu i razvoju svoje organizacije i sebi samima.

Kakvi su kreativni ljudi?

- Kreativni ljudi nisu zadovoljni postojećim stanjem, nisu za racionalan pristup problemima.
- Kreativni ljudi su inteligentni, nadareni, radoznali, puni novih neobičnih ideja.
- Kreativni ljudi imaju pozitivnu sliku sami o sebi.
- Kreativni ljudi su emocionalni, osetljivi su na svet oko sebe i na osećaje drugih ljudi.
- Kreativni ljudi su originalni u svojim razmišljanjima.

- Kreativni ljudi su zainteresovani za prirodu problema. Izazovni problemi ih motivišu i stimulišu.
- Kreativni ljudi se suzdržavaju od iznošenja mišljenja dok ne sakupe sve informacije o problemu. Oni su pre skloni razmišljanju nego impulsivnosti.
- Kreativni ljudi su često nekonformisti. Oni cene svoju samostalnost i nemaju izraženu potrebu da budu pohvaljeni od grupe.
- Kreativni ljudi vode bogat, skoro bizaran i fantastičan život. Oni su zapravo „ludi“, jer tako zadovoljavaju svoje kreativne potrebe.
- Kreativni ljudi su fleksibilni i nisu skloni autoritetu. Kada su suočeni s problemom odbacuju crno-bela (kategorička) rešenja, traže ona siva.
- Kreativni ljudi su zainteresovani za značenje i uticaj, a ne za male detalje.
- Kreativni ljudi tolerišu dvosmislenost i kompleksnost, te ne vole predvidljivost i red (Ožegović i Sajfert, 2009).

Savršen preduzetnik, prepoznaje kreativne pojedince i motiviše ih na kreativno obavljanje posla. Savršen preduzetnik traži i pronalazi ono najbolje u svakom radniku, obilazi svoje podređene i ulazi u njihove probleme, spreman je da sasluša svakog pojedinca, ne beži od problema i ne tera druge da za njega obavljaju prljave poslove, ne nameće silom svoje mišljenje, ima poverenja u saradnike, delegira aktivnosti, sam rešava teže probleme kad je potrebno, ne pati od formalnog autoriteta, ne komplikuje niti pojednostavljuje probleme, nije nametljiv, provodi većinu vremena u svom preduzeću, preuzima na sebe odgovornost za neuspeh, održava obećanja i veran je timu, greške su mu sredstvo učenja, spreman je da se mnogo žrtvuje, ne podilazi ljudima oko sebe, beži od papirologije, ceni ljude s idejama i ne prisvaja tuđe inovacije.

U vremenu koje dolazi uloga preduzetnika inovatora biće ključna i od njegove uloge zavisice uspeh poslovnog sistema.

KREATIVNA IMITACIJA

Važan izvor kreativnih ideja nalazi se u greškama drugih. Analizom tuđih pogrešnih poteza i aktivnosti možemo naučiti kako ne treba raditi, koje su posledice promašaja, kako ga izbeći ili pretvoriti u pogodak.

Veoma je važno znati kako promašaj pretvoriti u pogodak, jer je zamišljena ideja možda dobra, ali sam način njene realizacije nije dobar ili se ispustio neki bitan detalj, te je došlo do promašaja.

Kreativna imitacija podrazumeva kritičko analiziranje originalne ideje i njeno modifikovanje u zavisnosti od uslova u kojima će se primeniti. Primer kreativne

imitacije pokušaćemo da objasnimo preko sledećeg slučaja. Prvi televizori u boji bili su pravljeni kao deo nameštaja – skupi, veliki, teški i nepokretni. Šta bi u ovom primeru bila kreativna imitacija? Proizvodnja manjih i lako prenosivih televizora je kreativna imitacija.

KREATIVNI SASTANCI

Ponekad se organizuju sastanci na kojima je cilj da se podstakne kreativnost. Nastojeći se doći do novih ideja. Prednost razvijanja ideja u grupi jeste to što se inicirana ideja lako može nadograditi i popraviti, jer i dva čoveka više znaju nego jedan.

Tehnike za unapređenje kreativnosti:

- MOŽDANA OLUJA (BRAIN STORMING),
- SINEKTIKA

Poznata tehnika razvijanja ideja je brainstorming (oluja u mozgu) – grupno razmišljanje, koju je razvio Alex Osborn, kako bi pomogao rađanju novih ideja u pravljenju reklama, npr. ako je potrebno smisliti novi marketing pristup ili novo ime za postojeći ili modifikovani proizvod. Ljudi daju ideje, biraju se najbolje za dalju evaluaciju. Važno je prikupiti što veći broj ideja.

Jedna od tehnika kreativnog razmišljanja jeste i sinektika. Članovi se biraju na osnovu kvalifikacija, znanja i kompetencije za rešavanje problema. Vođa tima je dominantan i upoznat sa problemom. U grupi treba da budu ljudi koji poseduju različita znanja, muškarci i žene, treba pratiti sastanak i beležiti ideje koje se iznose.

DONOŠENJE KREATIVNIH ODLUKA

Biti kreativan ne znači imati uvek revolucionarne ideje. To jednostavno znači imati svež i nesputan pristup donošenju odluka. Kreativnim menadžerima nazivaju se i oni koji podstiču inovativnost i kreativnost podređenih. Da bi odluke koje menadžeri i ostali zaposleni donose bile kreativne potrebno je:

1. da su svi zaposleni u organizaciji kreativni,
2. konstantno poboljšavati i razvijati kreativnost,
3. podsticati kreativnost unutar preduzeća,
4. savladavati prepreke organizacijskoj kreativnosti.

Prepreke kreativnosti jesu (Tomaš, 1993):

1. *strah od promašaja*,
2. *kritike unapred* – kritike pri samom razvoju novih ideja brzo zatamnjuju potrebu ljudi da smišljaju nove stvari,

3. *organizaciona klima koja ne podstiče kreativnost*,
4. *rastresenost i neprestane upadice*,
5. *zaštita statusa quo*,
6. *hijerarhijski filter za ideje* – što više hijerarhijskih nivoa neka ideja treba da prođe da bi bila implementirana, veće su šanse da se ona uništi i izgubi,
7. *„pozajmljivanje” ideja* – neki menadžeri vole da preuzimaju tuđe zasluge; to obeshrabruje zaposlene pri generisanju novih ideja,
8. *izolovanje kreativnosti*.

ZAKLJUČAK

Kreativnost i inovacije u savremenim uslovima globalnog poslovanja jesu ključ uspeha preduzetništva. Važno je da se stalno radi na unapređenju poslovanja respektujući kreativnost i menadžera i zaposlenih. Inovativna organizacija ima veće šanse za uspeh u poslovanju, posebno kada se radi o malim i srednjim preduzećima. U velikim privrednim subjektima, prisutan je nedostatak kreativnosti i inovacija. Oni svojom moćnom ekonomskom snagom, ogromnim kapitalom i brojem zaposlenih, nadomešćuju nedostatak invencije i inovacije.

U malim i srednjim preduzećima stvaraju se nove ideje i traže brza i efikasna ekonomska rešenja. Traženje šansi i rešavanje rizika pripada malim i srednjim preduzećima, koja su i po definiciji fleksibilnija i prilagodljivija od moćnih privrednih sistema. Preduzetništvo kao organizaciona veština ovde je oblik prilagođavanja.

Razvoj malih i srednjih preduzeća i privatizacija društvene svojine u našoj privredi dva su neophodna uslova za reafirmaciju preduzetništva. A nema preduzetništva bez kreativnosti i inovacija.

Preduzetništvo je kreativna ljudska aktivnost, a može se posmatrati i kao faktor procesa proizvodnje, bez koga, kao i bez drugih konstitutivnih faktora privredni subjekti nemaju nikakvu ekonomsku šansu.

CREATIVITY AND INNOVATION IN ENTREPRENEURSHIP

Marković Jovica

Prodanović Radivoj

Mutibarić Jovana

Abstract: Entrepreneurship is the organizational skill of shareholder, who starts or continues his own business. In the periods of transition, entrepreneurship is one of the development opportunities. The origin of entrepreneurship is a private property, while its manifestations are innovations of various kinds. The inventiveness or creativity, is the ability and opportunity to develop new ideas, while the innovation is the transfer of new ideas in new organization, new product, new service, new process or new method of production. It is necessary to encourage creativity in the organization, to develop a positive attitude towards the change, to accept the idea that comes from lower levels of the organization, to motivate employees to greater interaction between each other, to tolerate failure, to allow people to have freedom of achieving the goals, and to reward creativity. Creativity/inventiveness is creation of new ideas regardless of their potential applicability, and innovation is transformation of new ideas into useful products or services. Manifestation of entrepreneurship is innovation.

Key words: entrepreneurship / creativity / inventiveness / innovation

LITERATURA

1. Adžes, I. (2002). *Adžesov bukvar za preduzetnike*, Privredni pregled, Beograd; Novi Sad, Adžes Southeast Europe
2. Babić, V. (1995). *Strategijsko odlučivanje*, Beograd, Institut za ekonomiku i finansije
3. Babović, J., Radojević, V. (2008). *Menadžment*, Novi Sad, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment
4. Drucker, P. F. (1991). *Inovacije i preduzetništvo*, Beograd, Privredni pregled
5. Milić, S. (1986). *Organizacija inovacijske aktivnosti*, Beograd, Poslovna politika
6. Ožegović, L., Sajfert, Z. (2009). *Preduzetništvo*, Novi Sad, Fakultet za ekonomiju i inženjerski menadžment
7. Rkalović, S. (2001). *Kreativnost i inovacija*, Beograd, Kvalitet
8. Stanković, F., Vukmirović, N. (1995). *Preduzetništvo savremene metode i tehnike*, Novi Sad, Matica Srpska
9. Tomaš, R. (1993). *Strah od preduzetništva*, Beograd, Ekonomika

10. Vukmirović, N. (2005). Inovacije i preduzetnički intelektualni kapital u funkciji razvoja korporativnog preduzetništva. *Industrija*, Vol. 33, broj 2-3
11. <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/0353-5738/2009/0353-57380902153D.pdf> (07.06.2012)
12. <http://www.merr.gov.rs/sr/c/saradnja-eu-mspp/saradnja-eu-mspp/182> (07.06.2012)
13. <http://www.mojbiz.com/inovacije/> (07.06.2012)
14. <http://www.scribd.com/doc/78780714/57139786-Preduzetnistvo> (07.06.2012)