

Analiza stavova studenata o inovacijama kao pokretaču razvoja gospodarstva u Republici Hrvatskoj

Rončević, Domagoj

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:147400>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-10**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Specijalistički diplomski stručni studij Ekonomika poduzetništva

**ANALIZA STAVOVA STUDENATA O INOVACIJAMA
KAO POKRETAČU RAZVOJA GOSPODARSTVA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

Diplomski rad

Domagoj Rončević

Zagreb, kolovoz 2021.

Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Specijalistički diplomski stručni studij Ekonomika poduzetništva

**ANALIZA STAVOVA STUDENATA O INOVACIJAMA
KAO POKRETAČU RAZVOJA GOSPODARSTVA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

**ANALYSIS OF STUDENTS ATTITUDES TO INNOVATION AS
A DRIVER OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE
REPUBLIC OF CROATIA**

Diplomski rad

Student: Domagoj Rončević, JMBAG: 0067476142

Mentorica: doc. Dr. Sc. Ivana Kovač

Zagreb, kolovoz 2021.

SAŽETAK

Razvoj inovacije koja se odnosi na interno poslovanje poduzeća može doprinijeti boljoj internoj organizaciji poduzeća, ostvarivanju ušteda u poslovanju te brojnih drugih prednosti. Dok, s razvojem inovacija koje imaju efekta na proizvode i usluge, poduzeće može potencijalno dobiti nove kupce te ostvariti veći udio te profite na određenom tržištu. Danas većina poduzeća prepoznaje pozitivne utjecaje koje inovacije mogu imati na poslovanje, ali se pritom mogu pojaviti određeni problemi kao što je primjerice nemogućnost financiranja implementacije određene inovacije u poslovanje poduzeća ili financiranje razvoja novog inovativnog proizvoda. Taj problem je posebice izražen kada je riječ o malom gospodarstvu na području Republike Hrvatske, što se djelomice rješava financiranjem iz alternativnih izvora financiranja kao što je financiranje crowdfundingom ili uz pomoć poslovnih anđela, ali u konačnici kod određenog broja inovacija izostaje i ovakav način financiranja, što potencijalno može imati negativan utjecaj na razvoj poduzetništva i inovativnosti u RH.

U teorijskom dijelu ovog rada razrađuju se temeljni pojmovi ovog rada, dok je naglasak stavljen na empirijski dio u kojem se prikazuju rezultati provedenog anketnog istraživanja. Istraživanje je provedeno na uzorku od 145 mladih, odnosno studenata Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, većinom starosti od 21 do 30 godina te s većim udjelom žena u odnosu na udio muškaraca. Gotovo svi ispitanici su upoznati s pojmom inovacija, ali ipak samo $\frac{3}{4}$ ispitanika razlikuje pojmove inovacija i izum. Gotovo svi ispitanici smatraju da inovacije mogu imati značajan utjecaj na razvoj gospodarstva RH te da je iz tog razloga nužno poticati razvoj novih inovacija. Većina ispitanika smatra da su inovacije temelj razvoja konkurentskih prednosti te da su ujedno i temelj za diferenciranje poduzeća u odnosu na njegove konkurente, a što može pozitivno djelovati na poslovanje poduzeća. $\frac{3}{4}$ ispitanika smatra da inovacije mogu doprinijeti smanjivanju troškova poslovanja, dok veći broj ispitanika smatra da inovacije mogu potaknuti društveno odgovorno poslovanje poduzeća. Bitno je naglasiti da veliki broj ispitanika smatra kako poduzeća koja ulažu u inovacije imaju veću mogućnost uspjeha, ali i preživljavanja tijekom kriznih razdoblja.

Ključne riječi: inovacije, gospodarstvo, studenti

SUMMARY

The development of innovation related to the internal business of the company can contribute to better internal organization of the company, the realization of savings in business and many other benefits. Whereas, with the development of innovations that have an effect on products and services, a company can potentially gain new customers and achieve a higher share and profits in a particular market. Today, most companies recognize the positive effects that innovation can have on business, but certain problems can arise, such as the inability to finance the implementation of a particular innovation in the company's business or funding the development of a new innovative product. This problem is particularly pronounced when it comes to small businesses in the Republic of Croatia, which is partly solved by funding from alternative sources of funding such as crowdfunding or with the help of business angels, but ultimately a number of innovations lack this method of financing, which potentially may have a negative impact on the development of entrepreneurship and innovation in the Republic of Croatia.

In the theoretical part of this paper, the basic concepts of this paper are elaborated, while the emphasis is placed on the empirical part in which the results of the conducted survey research are presented. The research was conducted on a sample of 145 young people, ie students of the Faculty of Economics in Zagreb, mostly aged 21 to 30 years and with a higher share of women compared to the share of men. Almost all respondents are familiar with the concept of innovation, but still only $\frac{3}{4}$ respondents distinguish between the concepts of innovation and invention. Almost all respondents believe that innovations can have a significant impact on the development of the Croatian economy and that for this reason it is necessary to encourage the development of new innovations. Most respondents believe that innovation is the basis for the development of competitive advantages and that it is also the basis for differentiating the company from its competitors, which can have a positive effect on the company's business. $\frac{3}{4}$ respondents believe that innovation can contribute to reducing operating costs, while a larger number of respondents believe that innovation can encourage corporate social responsibility. It is important to emphasize that a large number of respondents believe that companies that invest in innovation have a greater chance of success, but also survival during times of crisis.

Keywords: innovation, economy, students

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(vlastoručni potpis studenta)

(mjesto i datum)

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	3
2. INOVACIJE KAO TEMELJ RAZVOJA PODUZETNIŠTVA	5
2.1. Pojmovno određenje inovacija i inovativnosti	5
2.2. Značaj pojedinaca za razvoj inovacija.....	9
2.3. Modeli inovacija.....	11
2.4. Faze u procesu prihvaćanja inovacije.....	13
2.5. Inovacije i start-upovi.....	14
3. PODUZETNIŠTO U REPUBLICI HRVATSKOJ	16
3.1. Pojmovno određenje poduzetništva.....	16
3.2. Utjecaj inovacija na razvoj poduzetništva.....	17
3.3. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj u brojkama.....	19
3.4. Sinergija poduzetništva i inovacija u Republici Hrvatskoj	22
3.5. Značaj inovacija za razvoj malog poduzetništva u Republici Hrvatskoj	24
3.6. Financiranje poduzetničkih inovacija u Republici Hrvatskoj	25
4. ANALIZA STAVOVA STUDENATA O INOVACIJAMA KAO POKRETAČU RAZVOJA GOSPODARSTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	28
4.1. Metode i ciljevi istraživanja	28
4.2. Uzorak i instrumenti istraživanja	28
4.3. Analiza rezultata istraživanja	29
5. ZAKLJUČAK	51
POPIS SLIKA	54
POPIS TABLICA.....	54
POPIS GRAFIKONA	54

LITERATURA.....	56
PRILOG: ANKETNI UPITNIK.....	58

1. UVOD

U ovom dijelu rada u kratkim crtama prikazuju se predmet i cilj rada, izvori podataka i metode prikupljanja koje su korištene s ciljem pisanja rada. Na kraju ovog poglavlja prikazuju se sadržaj i struktura rada, odnosno daje se kratak prikaz onog što je napisano u radu.

1.1. Predmet i cilj rada

Tijekom 21. stoljeća inovacije kao jedan od temelja razvoja poduzetništva sve više dolaze do izražaja, a što se izravno može povezati s vrlo visokim stupnjem konkurentnosti na većini tržišta (izuzev monopolističkih i oligopolističkih). Pritom se značaj inovacija posebice ističe kada je riječ o malim poduzećima koja uz pomoć određenih inovacija najčešće pronalaze određene tržišne niše na kojima u kasnijim fazama razvoja poslovanja i djeluju. Moguće je uočiti da inovacije omogućavaju malim poslovnim subjektima određene konkurentske prednosti koje se ogledaju u bržem prilagođavanju promjenama na tržištu, često su sposobniji kvalitetnije zadovoljiti želje i potrebe svojih klijenata, a posebice se to ističe kada je riječ o pružanju individualiziranih usluga ili pak proizvodnji proizvoda u malim serijama ili proizvoda sa individualiziranim karakteristikama.

Inovativnost se prvenstveno ističe kada je riječ o visoko sofisticiranom poslovanju kao što je riječ o poslovanju u poduzećima koja se oslanjaju na razvoj informatičkih i sličnih tehnologija. Ali, značaj razvoja inovacija se nipošto ne smije zanemariti u nijednom poduzeću budući da svaka inovacija, pa koliko god na prvi pogled djelovala beznačajno, može doprinijeti poboljšanju poslovanja poduzeća. Iako je naglasak na inovacijama primarno u visoko razvijenim industrijama kao što je IT industrija, ne smije se zanemariti niti značaj inovacija za razvoj primarne proizvodnje, odnosno značaj inovacija u poljoprivredi budući da inovacije u poljoprivredi mogu dovesti do poboljšanja proizvodnje, a što će rezultirati više proizvedenim količinama, smanjenjem uporabe pesticida, umjetnih gnojiva i sl. U konačnici, sve inovacije imaju neki oblik utjecaja bilo na poslovanje poslovnih subjekata, na okoliš ili na pojedince.

Tako primjerice razvoj inovacije koja se odnosi na interno poslovanje poduzeća može doprinijeti boljoj internoj organizaciji poduzeća, ostvarivanju ušteda u poslovanju te brojnih drugih prednosti. Dok, s razvojem inovacija koje imaju efekta na proizvode i usluge, poduzeće

može potencijalno dobiti nove kupce te ostvariti veći udio te profite na određenom tržištu. I u ovom slučaju naglasak je stavljen na individualizaciju proizvoda i usluga, ali se ne smije zanemariti niti utjecaj inovacija na smanjenje troškova proizvodnje, a što u konačnici može imati vrlo izražen utjecaj na profitabilnost poslovnog subjekta.

Danas većina poduzeća prepoznaje pozitivne utjecaje koje inovacije mogu imati na poslovanje, ali se pritom mogu pojaviti određeni problemi kao što je primjerice nemogućnost financiranja implementacije određene inovacije u poslovanje poduzeća ili financiranje razvoja novog inovativnog proizvoda. Taj problem je posebice izražen kada je riječ o malom gospodarstvu na području RH, što se djelomice rješava financiranjem iz alternativnih izvora financiranja kao što je financiranje crowdfundingom ili uz pomoć poslovnih anđela, ali u konačnici kod određenog broja inovacija izostaje i ovakav način financiranja, što potencijalno može imati negativan utjecaj na razvoj poduzetništva i inovativnosti u RH.

Predmet ovog rada je analiza stavova studenata o inovacijama kao pokretaču gospodarstva u RH. Na samom početku rada daje se prikaz značaja inovacija za razvoj poduzetništva, nakon čega slijedi prikaz stanja poduzetništva u RH, s posebnim naglaskom na malo poduzetništvo kao pokretač hrvatskog gospodarstva. Cilj ovog rada je prikazati značaj inovacija za razvoj hrvatskog gospodarstva te prikazati stavove studenata na temu inovacija te utjecaja inovacija na razvoj poduzetništva u RH. Cilj teorijskog dijela rada je prikaz inovacija te poduzetništva u RH, odnosno cilj teorijskog rada je kreiranje poveznice između inovativnosti te poduzetništva u RH.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Izvori podataka koji će biti prikazani u ovom radu su relevantna stručna literatura u obliku članaka te knjiga. Za pisanje ovog rada korišten je veći broj metoda prikupljanja od kojih se ističe metoda anketiranja, a koja je korištena za pisanje empirijskog dijela ovog rada. Druge korištene metode su:

- Induktivna i deduktivna metoda, pritom se induktivna metoda temelji na kreiranju pojedinačnih zaključaka temeljem nekog generalnog zaključka, dok je deduktivna metoda suprotna te se temelji na kreiranju pojedinačnih zaključaka na temelju određenog generalnog zaključka. Ove metode korištene su primarno u empirijskom dijelu rada te u zaključku s ciljem definiranja temeljnih zaključaka ovog rada;

- Metode analize i sinteze, pritom se metoda analize temelji na raščlambi složenijih pojmova na jednostavnije, dok se metoda sinteze temelji na sintezi jednostavnijih pojmova u složenije. Ove metode primarno su korištene u teorijskom dijelu ovog rada s ciljem definiranja temeljnih pojmova kao što su inovacije, poduzetništvo i sl.;
- Metode dokazivanja i opovrgavanja, pritom se metoda dokazivanja temelji na dokazivanju određene tvrdnje, dok se metoda opovrgavanja temelji na opovrgavanju određene tvrdnje. Ove dvije metode korištene su primarno u empirijskom dijelu rada kako bi se opovrgnula tvrdnja da studenti smatraju da su inovacije jedan od pokretača razvoja gospodarstva;
- Metoda klasifikacije, odnosno metoda koja se temelji na podjeli općeg pojma na zasebne pojmove u okviru općeg pojma. Ova metoda korištena je ponajprije u teorijskom dijelu ovog rada s ciljem klasifikacije određenih pojmova;
- Metoda deskripcije uz metodu anketiranja temeljna je metoda koja je korištena za pisanje ovog rada te se bazira na jednostavnom opisivanju određenih činjenica bez posebnog znanstvenog pojašnjavanja;
- Metoda kompilacije, a koja se temelji na preuzimanju tuđih rezultata znanstvenih istraživanja. Ova metoda korištena je s ciljem pisanja teorijskog dijela ovog rada;
- Statistička metoda, odnosno u empirijskom radu primarno je korištena deskriptivna statistika te
- Metoda uzorka, tj. s ciljem provođenja anketnog istraživanja odabran je uzorak od 145 studenata Ekonomskog fakulteta u Zagrebu.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Ovaj rad podijeljen je na pet poglavlja. Prvo ili uvodno poglavlje temelji se na definiranju premeta i cilja rada, nakon čega slijedi prikaz izvora podataka te pojmovno određenje metoda prikupljanja koje su korištene za pisanje ovog rada. Na samom kraju uvodnog poglavlja definiraju se sadržaj i struktura rada. U drugom poglavlju definiraju se inovacije kao temelj razvoja poduzetništva, bilo da je riječ o poduzetništvu na globalnoj razini ili o poduzetništvu u RH. Na samom početku ovog poglavlja pojmovno se određuju inovacije te inovativnost, nakon čega slijedi definiranje značaja pojedinca za razvoj inovacija, odnosno naglasak je na ljudima i ljudskom kapitalu tj. znanjima i vještinama kojima raspolažu pojedinci, a koji im omogućavaju razvoj novih inovacija, a time i pozitivan utjecaj na poduzetništvo te na društvo u cijelosti. U

ovom poglavlju definiraju se modeli inovacija te faze u procesu prihvaćanja inovacije, dok se na samom kraju poglavlja definira odnos inovacija te start-upova.

U trećem poglavlju prikazuje se poduzetništvo u RH. Na samom početku ovog poglavlja pojmovno se određuje poduzetništvo, odnosno diferencira se malo poduzetništvo u odnosu na velike gospodarske subjekte, nakon čega slijedi analiza utjecaja inovacija na razvoj poduzetništva, odnosno prikazivanje načina kako inovacije djeluju na razvoj poduzetništva te je poseban naglasak stavljen na utjecaj inovacija u odnosu na industriju jer svakako ne može biti jednak utjecaj inovacija na poduzetništvo u IT industriji i poljoprivredi. Nakon analiziranja utjecaja inovacija na poduzetništvo, slijedi prikaz poduzetništva u RH u brojkama, prikaz sinergije poduzetništva i inovacija u RH, ono što je vrlo bitno, značaj inovacija za razvoj malog poduzetništva u RH te prikaz mogućnosti financiranja poduzetničkih inovacija u RH. Pritom je poseban naglasak stavljen na izvore financiranja poduzetničkih inovacija budući da je tu najčešće riječ o start-upovima koji ne raspolažu s novčanim sredstvima te nisu niti kreditno sposobni, zbog čega je često otežano financiranje razvoja određenih inovacija.

Četvrto poglavlje je ujedno empirijski dio rada u kojem se prikazuju rezultati provedene ankete, odnosno u ovom poglavlju analiziraju se stavovi studenata o inovacijama kao pokretaču razvoja gospodarstva u RH. Na samom početku poglavlja definiraju se metode i ciljevi istraživanja te uzorak i instrumenti istraživanja, nakon čega slijedi analiza rezultata istraživanja kao temeljni dio ovog rada. Peti dio rada je zaključak u kojem se iznose temeljni zaključci, odnosno zaključci koji su definirani na temelju empirijskog dijela rada. Nakon zaključka slijede popis slika, popis tablica, popis grafikona, popis literature te je u prilogu ovog rada anketa koja je korištena s ciljem provođenja istraživanja čiji rezultati su prikazani u empirijskom dijelu rada.

2. INOVACIJE KAO TEMELJ RAZVOJA PODUZETNIŠTVA

Na samom početku ovog poglavlja pojmovno se određuju inovacije te inovativnost kako bi se uvodno prikazalo što su to inovacije i zašto su one uopće bitne za poduzetništvo. Kada je riječ o inovacijama, primarni naglasak je na pojedincima koji posjeduju određena znanja i vještine te koristeći ih mogu razvijati nove inovacije. U ovom poglavlju definiraju se i modeli inovacija te faze u procesu prihvaćanja inovacije. Na samom kraju ovog poglavlja definiraju se poveznice između inovacija i start-upova budući da su inovacije jedan od češćih temelja za pokretanje određenog start-upa, a čime se stvaraju temelji razvoja poslovne uspješnosti start-upa na tržištu te konkurentskih prednosti prema kojima se start-upovi ističu u odnosu na druge poslovne subjekte.

2.1. Pojmovno određenje inovacija i inovativnosti

Moguće je na različite načine pojmovno odrediti same inovacije, ali se najčešće koriste definicije prema kojima se inovacije definiraju kao implementacija novog ili značajno unaprijeđenog proizvoda, usluge ili poslovnog procesa. Dodatno, moguće je poboljšanje marketinških metoda, odnosno primjene novih marketinških alata koji bi u konačnici trebali omogućiti pristup većem broju kupaca, a time i poboljšanje prodaje poduzeća. Moguće je i primijeniti nove modele upravljanja poduzećem, a koji će doprinijeti kreiranju promjena u poduzeću kroz učinkovitije upravljanje te smanjivanje troškova poslovanja (Galović, 2016).

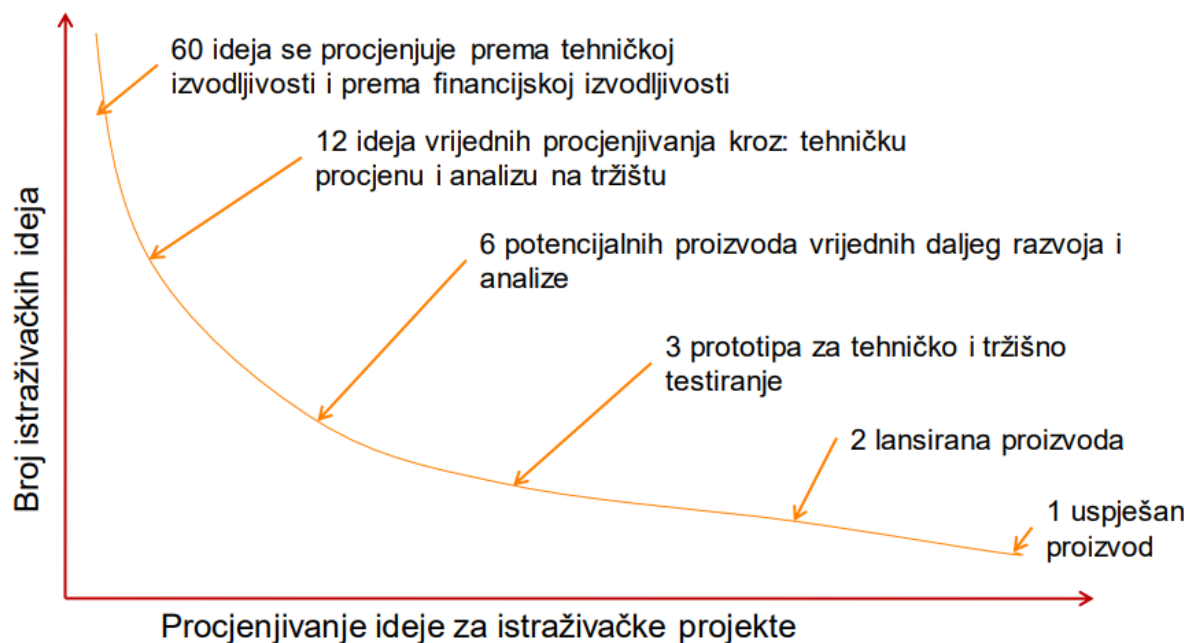
Inovacija se može definirati kao proces transformacije ideje u praktičnu primjenu, odnosno proces komercijalizacije i implementacije ideje. Da bi uopće bilo riječ o inovaciji, nužno je zadovoljavanje dva temeljna preduvjeta, odnosno, nužno je da je poduzeće prvo ili jedno od prvih poduzeća koje implementira određenu ideju te je nužno naglasiti da inovacija predstavlja određeni rizik, većeg ili manjeg intenziteta budući da se ne zna kako će tržište te dionici poduzeća reagirati na određenu inovaciju u poduzeću. S obzirom da postoji rizik implementacije određene ideje, a ponekad i vrlo izražen trošak, postavlja se pitanje zašto poduzetnici uopće implementiraju u poslovanje neke nove ideje. Inovacije najčešće vode poboljšanju konkurentnosti poduzeća, povećanju prodaje i privlačenju novih kupaca, a time i profitabilnosti poduzeća. Nikako se ne smije zanemariti niti utjecaj na smanjivanje troškova

poslovanja, ukoliko je riječ o određenim inovacijama u poslovnom procesu (Umihanović i Smajlović, 2016).

Inovacija se ne mora nužno temeljiti na korištenju nekih novih tehnologija, već se najčešće koriste postojeće tehnologije s ciljem poboljšanja određenog proizvoda ili usluge. S ciljem upravljanja inovacijama, u teoriji su razvijene brojne tehnike, od kojih se kao češće korištene mogu istaknuti: brainstorming, upravljanje idejama, SWOT matrica te upravljanje znanjem. Brainstorming je svakako jedna od najjednostavnijih metoda, a koja u vrlo kratkom vremenskom razdoblju može rezultirati velikim brojem ideja u ovisnosti o problemu kojeg je potrebno riješiti te broju sudionika. Upravljanje idejama se temelji na sistematičnom odabiru ideja koje je moguće implementirati u praksi. SWOT matrica svakako je poželjan alat s ciljem prezentiranja snaga, slabosti, prilika i prijetnji koje pojedina ideja nosi te je ujedno jedan od temeljnih alata koji se mogu primijeniti kao pomoć pri donošenju odluke o realizaciji određene ideje. Upravljanje znanjem temelji se na timskom radu te općenito na kapitalizaciji intelektualnih vrijednosti zaposlenika poduzeća (Mandić, 2014).

Inovacije se mogu definirati kroz naredne karakteristike (Funda, Rašić i Funda, b.d.:58-59):

- Ishod pojedine inovacijske aktivnosti najčešće je vrlo neizvjestan, ali s ciljem poboljšanja uspješnosti, nužno je provesti brojne faze testiranja;
- Proces razvijanja inovacije uključuje investiranje, često i većih novčanih iznosa;
- Inovacije se temelje na prelijevanju i širenju, bilo kroz korištenje vlastitih resursa ili kroz kupovinu tuđih rezultata znanstveno istraživačkog rada;
- Inovacija se temelji na korištenju novih znanja ili pak na kombinaciji korištenja novih i starih znanja;
- Jedan od primarnih ciljeva inovacija je poboljšanje poslovanja poduzeća, ponajprije kroz povećanje njegove konkurentnosti te
- Da bi bila riječ o uspješnoj inovaciji ona mora biti implementirana (proizvod ili usluga plasirani na tržište ili poboljšani određeni poslovni proces).



Slika 1: Proces razvoja inovacije

Izvor: Umihanić, B. i Smajlović, S. (2016.), Inovacije i poduzetničke vještine, nastavni materijali, preuzeto 25. siječnja 2021. s http://ef.untz.ba/wp-content/uploads/2016/12/IiPV_-1.-Cjelovita-slika-modela-inovativnosti-od-A-do-F.pdf

Na slici 1 prikazan je proces filtracije ideja do finalne faze, odnosno, kreiranja jednog uspješnog proizvoda ili inovacije. Na samom startu moguće je identificirati veliki broj ideja, u ovom slučaju 60, a moguće je i da bude riječ o većem broju ideja, posebice ukoliko se primjenjuje brainstorming ili neka slična tehnika u procesu generiranja ideja. Kroz daljnje faze, broj ideja se smanjuje te je u konačnici jedan proizvod prepoznat kao potencijalno uspješan te se predviđa njegova proizvodnja. Slika 1 prikazuje koliko je sami proces kreiranja inovacije složen te dugotrajan. Ujedno ukazuje na to da brojne ideje mogu pojedincima biti vrlo privlačne, ali u konačnici neće postati inovacije te profitabilne u proizvodnji, iako, uvijek mogu postojati određene iznimke.

U procesu razvoja inovacije (proizvoda) nužno je razviti prototip istog kako bi se u konačnici moglo analizirati kako će se određeni prototip ponašati u stvarnosti. Vrlo česti primjeri korištenja prototipa su vidljivi u auto industriji te sličnim industrijama koje se temelje na proizvodnji strojeva. S druge strane, kada je riječ o proizvodima široke potrošnje, moguće je analiziranje potencijalne uspješnosti proizvoda temeljem različitih oblika testiranja kroz testiranje fizičkih, kemijskih, organoleptičkih ili drugih svojstava te uz korištenje fokus grupa

i sl. kako bi bilo moguće utvrditi koliko je određeni proizvod privlačan kupcima (Pijl, Lokitz i Solomon, 2016).

U praksi se učestalo poistovjećuju pojmovi inovacija i izum, iako su to dva vrlo različita pojma. Pritom inovacija podrazumijeva implementaciju nove ideje kroz njeno praktično rješenje, odnosno kao što je prethodno navedeno, inovacija može podrazumijevati poboljšanje već postojećeg proizvoda i usluge, poboljšanje poslovnog procesa i sl. S druge strane, izum je rješenje nekog problema (najčešće tehničkog) koje do sada nije postojalo. Osoba koja je kreirala određenu inovaciju naziva se inovatorom, dok se osobe koje kreiraju izume naziva izumiteljima. Bitno je naglasiti da je izum pritom moguće zaštititi patentom, a što omogućava određena prava za vlasnika patenta. Izumitelj je ujedno i inovator, ali inovatori nisu ujedno i izumitelji (Nikolić, 2018). Patent omogućava veći skup prava, a s ciljem osiguranja istih, nužno je da patent bude registriran od strane nadležnih institucija (Središnji državni portal, 2021).

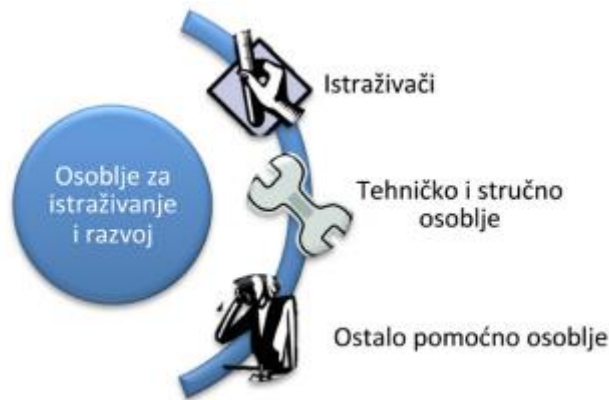
Kada je riječ o diferenciranju inovacija i izuma, jedna od temeljnih razlika je u komercijalizaciji samog proizvoda. Pritom izumi ne moraju biti izravno povezani s komercijalizacijom, dok se komercijalizacija podrazumijeva kada je riječ o inovacijama. Patenti se najčešće povezuju s razvojem tehnoloških inovacija, ali se ne smije zanemariti niti postojanje netehnoloških inovacija koje mogu imati značajan utjecaj na poslovanje poduzeća (DZIV, b.d.:8).

Inovativnost se najsažetije može definirati kao sposobnost obavljanja procesa ili proizvodnje proizvoda na neki novi način. Kada je riječ o proizvodnom procesu, inovativnost se izravno povezuje s promjenama koje vode pozitivnim promjenama u poduzeću te poboljšanju učinkovitosti poslovanja. Pritom postoje linearni (koji se dijeli na dva modela, odnosno pritisak znanosti te privlačenje tržišta) te interaktivni model upravljanja inovativnošću. Kada je riječ o pritisku znanosti, poduzeće ima ustrojen vlastiti odjel za istraživanje i razvoj te se potiče razvoj inovacijske organizacije s ciljem kreiranja novih inovacija, dok s druge strane, kada je riječ o privlačenju tržišta, s ciljem održavanja na tržištu, poduzeća kupuju licence ili sl. intelektualno vlasništvo drugih osoba s ciljem poboljšanja vlastitog asortimana. Poseban model je interaktivni model koji se temelji na konstantnom komuniciranju s korisnicima te prilagođavanju proizvoda i usluga prema željama i potrebama korisnika (Radman, 2011).

Za sami kraj ovog dijela rada, bitno je naglasiti da sama uspješnost određene inovacije ne ovisi o ničem drugom osim o prihvaćanju iste od strane kupaca, iz čega proizlazi da je s ciljem uspješnosti komercijalizacije bilo koje pojedine inovacije nužno primarno istražiti želje i potrebe kupaca (Božić, 2005). Kod analiziranja koje inovacije implementirati, odnosno komercijalizirati, nužno je inovacije podijeliti na više skupina kako bi se isključile inovacije za koje ne postoje kupci, inovacije koje nikom nisu potrebne (odnosno, može biti riječ o proizvodima koji su apsolutno beskorisni) te inovacije koje nitko ne želi platiti, a što je najčešće rezultat činjenice da pojedinci smatraju da proizvod ili usluga ne pruža vrijednost za novac (Golob, 2009). Također, za razvoj određene inovacije nužno je odabrati prikladni vremenski period, odnosno, moguće je uočiti da inovacije koje su vrlo uspješne danas vjerojatno ne bi bile uspješne da su implemetirane prije više desetljeća, a što može biti posljedica većeg broja povezanih čimbenika koji utječu na uspješnost određene inovacije (Johnson, 2010).

2.2. Značaj pojedinaca za razvoj inovacija

Pojedinci koji raspolažu sa specifičnim znanjima i vještinama, odnosno intelektualnim kapitalom temelj su za razvoj inovacija. Iz tog razloga nužno je ulagati u obrazovanje pojedinaca, bilo da je riječ o formalnom ili neformalnom obrazovanju. Istraživanja su pokazala kako sveučilišta, a kroz prijenos znanja svojih znanstvenika te obuku studenata mogu imati vrlo izražen utjecaj na razvoj inovacija u Silicijskoj dolini, ali se u konačnici ovo može primijeniti i na globalnoj razini (Armit, 2004). Pojedina poduzeća imaju ustrojene odjele za istraživanje i razvoj, odnosno zaposleno osoblje za istraživanje i razvoj, a što uvelike pojednostavljuje proces istraživanja te kreiranje novih inovacija. S druge strane, kada je riječ o poduzetnicima početnicima, oni najčešće djeluju samostalno, a time je veća mogućnost nastanka pogreške. Proces testiranja te same implementacije inovacije je učestalo značajno kompliciraniji te duži u odnosu na proces implementacije inovacije u velikim poduzećima (Galović, 2016).



Slika 2: Osoblje za istraživanje i razvoj

Izvor: Galović, T. (2016.), *Uvod u inovativnost poduzeća*, Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, str. 8

Na slici 2 grafički je prikazano osoblje za istraživanje i razvoj. Osoblje zaduženo za istraživanje i razvoj može se podijeliti na tri kategorije, odnosno na istraživače koji su temelj cijelog procesa te iniciraju nastanak nekih novih ideja i procesa, usto upravljaju cijelim procesom. Tehničko i stručno osoblje posjeduje specifična stručna znanja te najčešće pod nadzorom istraživača razvijaju određenu inovaciju. Ne smije se zanemariti niti utjecaj pomoćnog osoblja, odnosno najčešće administrativnog osoblja, a koje osigurava da poslovni procesi, a time i proces istraživanja i razvoja funkcioniraju neometano (Galović, 2016).

Kada je riječ o inovacijama, sve više se ističe i značaj lidera, a koji će svoj tim poticati na razvoj inovacija. Pritom je zadatak lidera kreiranje inovativne organizacijske klime u kojoj se potiče kreativno razmišljanje te rješavanje kako postojećih ili nekih budućih problema koji se mogu pojaviti u poslovanju poduzeća. Ujedno, lider bi trebao poticati kreiranje poboljšanja postojećih ili novih proizvoda i usluga, uz razvoj cjelokupne inovacijske kulture unutar poduzeća. Posljedično, moguće je uočiti da ovakva klima u poduzeću može vrlo stimulatивно djelovati na pojedince te je za očekivati da će oni uložiti dodatne napore s ciljem poboljšanja svojih performansi i razvoja novih inovacija (Benlamri i Sparer, 2017).

Poduzetnici su temelj inovacija budući da oni određene uvjete, odnosno poteškoće koje se mogu pojaviti u poslovanju promatraju kao priliku za kreiranjem nečeg novog (dok većina pojedinaca poteškoće smatra isključivo neželjenim situacijama). Karakteristike pojedinca, odnosno poduzetnika koji razvijaju inovacije temelje se na inspiraciji, odlučnosti, kreativnim karakteristikama, hrabrosti i sl. Poduzetnike na razvoj inovacija može motivirati veći broj čimbenika, ponekad se primarni motivi temelje na ostvarivanju ušteda u poslovanju, ponekad

je motiv želja za kreiranjem proizvoda ili usluga koje će poboljšati kvalitetu života stanovnika uže ili šire društvene zajednice, motiv može biti povećanje profitabilnosti poslovanja, širenje poslovanja i sl. (Martin i Osberg, 2009). Bitno je naznačiti da kada je riječ o poduzetnicima, odnosno inovatorima, vrlo bitno je da inovacija zadovoljava potrebe kupaca, ali i da nudi rješenje određenog problema. Odnosno figurativno, nije moguće ubacivanje kocke u rupu u koju staje krug te u tom slučaju neće doći do učinkovitog zadovoljavanja potreba kupaca, a što u konačnici vodi neuspješnosti inovacije (Ries, 2011).

2.3. Modeli inovacija

U ovisnosti o autoru koji definira modele ili tipove inovacija, moguće je definiranje više različitih modela inovacija. U nastavku je prikazano više različitih podjela inovacija.

Moguće je razlikovati četiri temeljna tipa inovacija, odnosno (Mandić, 2014):

- „Inovacije proizvoda;
- Inovacije procesa;
- Inovacije u marketingu te
- Inovacije u organizaciji“.

Diferenciranje inovacija na ova četiri tipa vrlo je bitno budući da se u praksi pod pojmom inovacija najčešće smatraju inovacije proizvoda, ali su zapravo učestalo drugi tipovi inovacija presudni za poslovanje poduzeća. Moguće je istaknuti značaj inovacija u marketingu budući da se primjenom poboljšanih marketinških alata i sl. može uvelike poboljšati vidljivost poduzeća, a time i sama prodaja. Inovacije u organizaciji temelj su poboljšanja učinkovitosti poslovanja, a time i smanjivanja troškova poslovanja.

Na temelju promjena koje se uvode u postojeći razvoj, moguće je razlikovati tri tipa inovacija, odnosno (Mandić, 2014):

- Marginalne ili inkrementalne inovacije;
- Radikalne inovacije te
- Tehnološku revoluciju.

Marginalna inovacija temelji se na poboljšanju već postojećeg proizvoda ili usluge ili pak poslovnog procesa, na način da se uvode neke nove značajke, a koje predstavljaju dodanu vrijednost proizvoda, usluge ili poslovnog procesa. Radikalna inovacija predstavlja iskorak u odnosu na marginalnu inovaciju budući da je u ovom slučaju riječ o kreiranju novog proizvoda, usluge ili poslovnog procesa. Tehnološka revolucija temelji se na povezivanju određenog broja inovacija, a koje zajednički imaju potencijal poboljšanja kvalitete života, odnosno imaju potencijal kreiranja značajnog utjecaja na pojedince.

Tip inovacije	Primjer
Inovacije proizvoda	Razvoj novih ili poboljšanih proizvoda, primjerice novi dizajn automobila
Inovacije procesa	Promjena u načinu kako se automobil proizvodi
Organizacijske inovacije	Nova organizacijska struktura, novi sustav interne komunikacije, nove procedure u računovodstvu
Menadžerske inovacije	TQM – total quality management, BPR – business process re-engineering
Proizvodne inovacije	JIT – just in time proizvodni sustav, novi softver za planiranje proizvodnje
Marketinške inovacije	Novi pristupi u prodaji
Inovacije usluga	Online bankarstvo

Slika 3: Tipovi inovacija

Izvor: Stanić, M. (2017.), *Inovacije i inovacijski proces*, preuzeto 15. lipnja 2021. s http://www.efos.unios.hr/menadzment-novog-proizvoda/wp-content/uploads/sites/232/2013/04/MNO_02_inovacije-i-inovacijski-proces.pdf

Na slici 3 prikazani su tipovi inovacija s primjerima svakog pojedinog tipa inovacija kako bi se što jednostavnije pojasnio svaki pojedini tip. Kao što je prethodno naglašeno, svaki pojedini autor definira različite tipove inovacija, a u ovisnosti o vlastitim iskustvima i sl. Inovacije proizvoda vrlo su česte te kao rezultat ovakvih inovacija nastaje novi ili poboljšani postojeći proizvod. U ovom slučaju potrebno je istaknuti da ukoliko je riječ o novom proizvodu, vrlo je izražen rizik neuspjeha komercijalizacije istog, ukoliko kupci ne prepoznaju određenu inovaciju kao korisnu ili ako ne raspolažu s dovoljno novca da kupe proizvod. Inovacije procesa doprinose smanjivanju troškova poslovanja, poboljšanju učinkovitosti poslovnog procesa ili doprinose poboljšanju karakteristika proizvoda koji se proizvode u određenom proizvodnom procesu (Stanić, 2017).

Organizacijske inovacije rjeđe se ističu kao tip inovacija, a zapravo je riječ o vrlo bitnom tipu inovacija budući da se primjerice kroz poboljšanje interne komunikacije (a posebice kada je riječ o velikim, internacionalnim poduzećima) informacije učinkovitije prenose s nižeg na viši menadžment, a što u konačnici uvelike doprinosi poboljšanju poslovne učinkovitosti poduzeća. Menadžerske inovacije su također vrlo bitne, iako učestalo nisu prepoznate kao takve, u ovom slučaju se ističe upravljanje kvalitetom u poduzeću te implementacija određenih inovacija koje će poboljšati upravljanje kvalitetom kao što je implementacija TQM-a. Proizvodne inovacije također su jedna od inovacija, kao primjer se ističe JIT budući da su u ovom slučaju zalihe gotovo u potpunosti eliminirane, a što u konačnici utječe na smanjivanje troškova poslovanja (nema potrebe za velikim skladišnim prostorima te se smanjuje kalo, kvar, rasip i lom kao jedan od troškova poslovanja) te u konačnici na rast profitabilnosti poslovanja poduzeća. Marketinške inovacije temelje se na iznalaženju novih pristupa u prodaji kao što je npr. korištenje novih marketinških alata i sl. Inovacije usluga vrlo su slične inovacijama proizvoda te se temelje na razvoju nove usluge ili poboljšanju već postojeće usluge na temelju uočenih potreba ili želja korisnika usluge (što je jedan od temeljnih preduvjeta za ostvarivanje uspješnosti komercijalizacije usluge).

2.4. Faze u procesu prihvatanja inovacije

Faze inovacijskog procesa, odnosno procesa prihvatanja inovacije se definiraju kroz pet koraka. Prvi korak se temelji na prikupljanju informacija kako bi se na temelju njih mogle kreirati nove, potencijalne inovacije (u ovom koraku je vrlo poželjno korištenje nekih metoda kao što je npr. brainstorming, metoda anketiranja i sl.). Drugi korak temelji se na selekciji ideja koje bi mogle biti potencijalno uspješne. Treći korak temelji se na prikupljanju resursa koji su potrebni za razvoj određene inovacije, četvrti korak temelji se na implementaciji, odnosno na samoj komercijalizaciji inovacije te se u ovom trenutku pokazuje uspješnost inovacije. Vrlo bitan je peti korak, a koji se temelji na analiziranju uspješnosti određene inovacije kako bi se u konačnici moglo utvrditi je li potrebno inovaciju poboljšati i sl. (Buntak, Droždek i Čovran, 2015).

Moguće je definirati životni ciklus inovacije, a koji se temelji na osam koraka, odnosno (Blečić, 2020):

1. Vizija, u ovoj fazi inovator ili poduzetnik ima određenu viziju o novim proizvodima, uslugama ili sl.;

2. Ohrabrivanje, u ovoj fazi poduzetnik potiče svoje zaposlenike, ali i druge dionike poduzeća na sudjelovanje u inovacijskom procesu kako bi se u konačnici razvila što uspješnija inovacija;
3. Omogućavanje, odnosno omogućavanje provođenja inovacijskog procesa te osiguravanje sredstava koja su potrebna za provedbu inovacijskog procesa;
4. Istraživanje, odnosno provođenje više tipova istraživanja koja se odnose na samu ideju te mogućnosti komercijalizacije, odnosno implementacije iste;
5. Vrednovanje, odnosno evaluacija ideje kroz evaluaciju prihvatljivosti na tržištu;
6. Eksperimentiranje, odnosno izrada prototipa, testiranje određene usluge ili pak testiranje određenog modela upravljanja i sl.;
7. Izvođenje, odnosno faza koja se temelji na proizvodnji i prodaji, odnosno na samoj komercijalizaciji proizvoda ili usluge. Ova faza može uključivati i drugačije procese, u ovisnosti o tipu inovacije te
8. Razvoj, odnosno daljnji razvoj inovacije s ciljem zadržavanja određene razine prodaje proizvoda ili usluge, a time i ostvarivanja određene razine poslovne uspješnosti.

2.5. Inovacije i start-upovi

Veliki broj start-upova današnjice osniva se s ciljem komercijalizacije određene ideje, odnosno inovacije. Pritom se postavlja pitanje što to točno start-upovi imaju, a da ih diferencira u odnosu na velika poduzeća koja trenutačno posluju. U konačnici je moguće uočiti da razlike ne postoje, ali da je implementacija inovacija u start-upovima najčešće uspješna iz tri temeljna razloga, odnosno, najčešće prvo implementiraju promjene u poslovnom procesu, fleksibilniji su oko definiranja cijena te procesi unutar poduzeća najčešće su značajno jednostavniji. Implementacija promjena u poslovnom procesu u vrlo kratkim rokovima bitna je s ciljem što brže i što efikasnije prilagodbe promjenama koje nastaju u poslovnom okruženju, a što u konačnici doprinosi poboljšanju poslovne učinkovitosti. Velika poduzeća, a posebice ukoliko menadžment ima zadane ciljeve u vidu visine profita kojeg je potrebno ostvariti manje su fleksibilna oko definiranja cijene, a što stvara dodatan prostor za start-upove koji nerijetko s ciljem privlačenja kupaca spuštaju cijene (Hessman, 2014).

Kada je riječ o start-upovima, vrlo često se ističu ograničenja razvoja inovacija (ista ograničenja se pojavljuju i u svim drugim poduzećima, ali su zbog karakteristika start-upova izraženija). Riječ je o (Galović, 2016):

- Previsokim troškovima inoviranja, a budući da start-upovi najčešće ne raspolažu s dovoljno raspoloživih novčanih sredstava, ovo je jedna od temeljnih prepreka za razvoj inovacija u start-upovima;
- Nedostatak kvalificiranog osoblja, budući da većina pojedinaca koji raspolažu s vrlo specifičnim znanjima i vještinama nije voljna napustiti neko trenutno zaposlenje gdje ima stabilnost ili visoka primanja, za očekivati je da će poduzetnici početnici vrlo teško privući kvalificirano osoblje, ukoliko im ne ponude neke dodatne beneficije;
- Nedostatak informacija na tržištima, odnosno start-upovi najčešće ne raspolažu detaljnim informacijama o tržištima, a i obrnuto, potencijalni kupci u nedostatku informacija o određenom start-upu, manje su voljni kupiti određeni proizvod ili uslugu koja se smatra inovacijom, u odnosu na već poznati proizvod ili uslugu;
- Nedostatak informacijskih tehnologija, odnosno start-upovi najčešće ne raspolažu naprednom IT opremom, a koja je često potrebna u poslovanju;
- Upitna potražnja za inovacijama proizvoda i usluga, kao što je prethodno spomenuto, ukoliko kupci nisu upoznati s radom poduzeća, kao niti s proizvodima i uslugama koje nudi na tržištu, izražen je rizik propasti poduzetničkog pothvata, odnosno neuspjeha inovacije te
- Poteškoće pri ulazu na tržište, a koje mogu biti posljedica prirodnih barijera ulasku na tržište, različitih zakonskih propisa ili pak zbog konkurencije na tržištu.

3. PODUZETNIŠTO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Poduzetništvo je pokretač gospodarskog razvoja svake pojedine države, a posebice kada je riječ o malom poduzetništvu. Pritom je kod malog poduzetništva naglasak na inovativnosti kako bi se što efikasnije zadovoljile potrebe klijenata, a zbog čega mali poduzetnici zauzimaju posebno mjesto na tržištu. Na samom početku ovog poglavlja pojmovno se određuje poduzetništvo, kako bi se što učinkovitije prikazao utjecaj inovacija na razvoj poduzetništva, a time i gospodarstva RH. U ovom poglavlju prikazuju se i statistički podaci o poduzetništvu u RH, nakon čega slijedi definiranje sinergije poduzetništva i inovacija u RH s ciljem prikazivanja efekata sinergijskog djelovanja poduzetništva i inovacija. Na samom kraju ovog poglavlja prikazuje se značaj inovacija za razvoj malog poduzetništva u RH te što je vrlo bitno, analizira se financiranje poduzetničkih inovacija u RH, a što je vrlo bitno budući da je u ovom slučaju najčešće riječ o pojedincima, odnosno inovatorima ili start-upovima koji u ovoj fazi najčešće ne raspolažu s dovoljno novčanih sredstava kako bi financirali razvoj inovacije.

3.1. Pojmovno određenje poduzetništva

Većina pojedinaca zaposlena je kod drugih poslodavaca, dok s druge strane postoje pojedinci koji su samozaposleni ili posjeduju određeno poduzeće. Iako je poduzetništvo rizično, zbog stalno prisutne mogućnosti propasti poduzetničkog pothvata, ipak se svakodnevno veliki broj pojedinaca odlučuje na pokretanje novih poduzeća. Pritom su razlozi za pokretanje poduzeća mnogobrojni, ali se najčešće temelje na uočenoj prilici i želji za samostalnim radom i ostvarivanjem više razine dohotka u odnosu na rad za drugog poslodavca (Mariotti i Towle, 2010). Poduzetnici su one osobe koje uoče određenu potrebu na tržištu, a koja trenutačno nije zadovoljena. Pritom su inovacije odličan temelj za pokretanje poduzetničkog pothvata, a posebice ako je riječ o inovaciji koja zadovoljava određenu potrebu, a koju trenutačno ne zadovoljava nijedan konkurent. Poduzetnici djeluju kao pokretači promjena, a koje bi istodobno trebale doprinijeti zadovoljavanju potrebe potrošača, uz ostvarivanje profita za poduzetnika (Nowshide Kabir, 2019).

Poduzetništvo podrazumijeva „sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata s dostatnim kapitalom, a što je povezano s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom. To je i splet poslovnih aktivnosti u sklopu kojih poduzetnik ima ideju koju drži dobrom poslovnom

prilikom, ulaže vlastiti ili tuđi kapital, nabavlja sredstva, zapošljava ljude, s ciljem ostvarenja profita“ (Tkalec, 2011).

Poduzetništvo se u ovom dijelu rada ističe ponajprije budući da se poduzetništvo temelji na inovativnosti, a što je temeljni preduvjet za razvoj inovacija, a u konačnici i uspješnost implementacije određene inovacije te što je vrlo bitno, poduzetnici su spremni prihvatiti rizik. Pritom je prihvaćanje rizika vrlo bitno budući da svaka inovacija nosi određeni rizik, bio on veći ili manji, ali se u konačnici ne može u potpunosti eliminirati. Za samo poduzetništvo, ali i razvoj inovacija vrlo bitna je sama kreativnost poduzetnika, a što se sve više ističe kada je riječ o inovacijama koje se danas plasiraju, odnosno ponajprije inovacije usluga i inovacije vrlo specifičnih proizvoda (Tkalec, 2011).

3.2. Utjecaj inovacija na razvoj poduzetništva

Za ekonomski razvoj RH, a i razvoj poduzetništva vrlo bitan je razvoj inovacija. U konačnici je moguće zaključiti da inovacije kroz ove utjecaje imaju i vrlo izražen utjecaj na dohodak svih građana, a time i na kvalitetu života građana. Prema jednom od provedenih istraživanja koje je provedeno na 129 ispitanika, odnosno poduzetnika, moguće je zaključiti da gotovo svi ispitanici, odnosno 124 njih smatra su inovacije uz poduzetništvo ključne za ekonomski razvoj, a što pokazuje da ispitanici prepoznaju značaj inovacija s ciljem razvoja i zadržavanja konkurentskih prednosti poduzeća (Gregorić, Hageduš i Kolenko, 2018).

Nadalje, više od trećine ispitanika, odnosno njih 46 izjavilo je da inoviraju poslovanje na kvartalnoj razini, dok čak 38 ispitanika inoviraju poslovanje na mjesečnoj ili tjednoj bazi, a što ukazuje na to da je riječ o vrlo dinamičnom procesu. Na pitanje gdje nalaze inspiraciju za inovacije, 39 ispitanika je odgovorilo da provode ispitivanja tržišta te prema rezultatima istih oblikuju inovacije, 31 ispitanik prati želje i potrebe potražnje, a što se ujedno ogleda i kroz odnose na tržištu, dok 49 ispitanika inspiraciju za inovacije temelji na nekim drugim činjenicama (Gregorić, Hageduš i Kolenko, 2018).

Inovacije, kada je riječ o poduzetništvu izravno vode (Info entrepreneurs, 2021):

- Poboľšanju ili zamjeni poslovnih procesa s ciljem poboljšanja efikasnosti te produktivnosti poslovanja poduzeća ili omogućavanja širenja asortimana ili kvalitete proizvoda i usluga koje poduzeće trenutačno prodaje na tržištu;

- Razvoj novih i poboljšanje postojećih proizvoda i usluga, a najčešće s ciljem zadovoljavanja želja i potreba kupaca. Pritom je vrlo bitno konstantno pratiti trendove, budući da se isti danas učestalo mijenjaju i vrlo su podložni djelovanju velikog broja čimbenika;
- Dodavanje vrijednosti postojećim proizvodima i uslugama s ciljem diferencijacije poslovanja u odnosu na konkurenciju te povećanje vrijednosti za kupca, a što je vrlo bitno budući da veliki dio kupaca odluku o kupnji donosi na temelju odnosa vrijednosti za novac.

Implementacija inovacija u poduzetništvu vrlo je bitna iz razloga što inovacije imaju potencijal (Info entrepreneurs, 2021):

- Poboljšanja produktivnosti;
- Smanjenja troškova poslovanja;
- Poboljšanja konkurentnosti proizvoda, usluga, a time i poduzeća;
- Izgradnje vrijednosti brenda;
- Uspostavljanja novih partnerskih odnosa te
- Povećanje prodaje i profitabilnosti (do određene razine, budući da prema mikroekonomskim načelima profitabilnost proizvodnje raste do određene točke, u ovisnosti o troškovima proizvodnje).

S druge strane, poduzeća koja ne implementiraju inovacije imaju potencijal ostvarivanja negativnog učinka, odnosno (Info entrepreneurs, 2021):

- Gubitak tržišnog uvjeta (u uvjetima tržišta savršene konkurencije, budući da isto nije primjenjivo na oligopole i monopole);
- Pad produktivnosti i efikasnosti;
- Odlazak ključnih zaposlenika (a što može biti izravna posljedica negativnog utjecaja na poslovanje poduzeća);
- Smanjivanje profitnih marži i dobiti
- Te prestanak poslovanja.

Bitno je naglasiti da se negativni efekti mogu pojaviti i utjecati na poduzeća koja djeluju ponajprije na tržištima savršene konkurencije budući da monopoli i oligopoli zbog svojih

karakteristika drže određeni tržišni udio te su u tom slučaju potrebne radikalne promjene kako bi došlo do promjena na tržištu.

3.3. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj u brojkama

Poduzetništvo u RH najpouzdanije je prikazati kroz različite statističke podatke koji se odnose na broj poslovnih subjekata (bilo fizičkih osoba, odnosno obrta ili pravnih osoba, odnosno svih profitnih pravnih subjekata kao što su j.d.o.o., d.o.o., d.d. itd.), broj zaposlenih i sl. Bitno je naglasiti da trenutačno ne postoje podaci za 2020. godinu, već su najsvježiji podaci koji se odnose na 2019. godinu. Pritom je u 2019. godini došlo do rasta ukupnog broja poslovnih subjekata za 3,9% u odnosu na 2018. godinu, a što ujedno predstavlja rast, ali po značajno manjoj stopi u odnosu na rast broja poslovnih subjekata u 2018. u odnosu na 2017. godinu, koji je bio 9,2%. U razdoblju od 2015. do 2019. godine broj poslovnih subjekata u RH narastao je za 27,9%, a što se izravno može povezati s brojnim čimbenicima koji utječu na pojedince koji se sve češće odlučuju na pokretanje poduzetničkog pothvata, kretanje broja nezaposlenih i sl. (Alpeza i sur., 2020).

	2015.		2016.		2017.		2018.		2019.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	106.221		114.156		119.752		130.757		135.890	
Mikro i mala poduzeća	105.029	99,7	112.809	99,7	118.352	99,7	129.259	99,7	134.365	99,7
Srednja poduzeća	1.192		1.347		1.400		1.498		1.525	
Velika poduzeća	348	0,3	327	0,3	329	0,3	360	0,3	370	0,3
Ukupno	106.569	100	114.483	100	120.081	100	131.117	100	136.260	100

Slika 4: Broj poslovnih subjekata u RH od 2015. do 2019. godine

Izvor: Alpeza, M. i sur (2020.), *Izveštće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019*, Zagreb: CEPOR, str.

Na slici 4 prikazan je broj poslovnih subjekata u RH u razdoblju od 2015. do 2019. godine. Pritom su poslovni subjekti diferencirani u odnosu na to je li riječ o mikro i malim, srednjim ili pak velikim poduzećima (pritom autorica pod pojmom poduzeće smatra sve poslovne subjekte). Moguće je uočiti da je rast broja poslovnih subjekata u promatranom razdoblju ponajprije posljedica rasta broja mikro i malih poduzeća, odnosno broj mikro i malih poduzeća se u promatranom razdoblju povećao za gotovo 30 tisuća. Pritom mikro i mala poduzeća čine 98,61% svih poduzeća u RH. Rast broja mikro i malih poduzeća izravno se može povezati s sve češćim trendom samozapošljavanja ili otvaranja poslovnog subjekta kao druge djelatnosti, ukoliko je pojedinac zaposlen (pritom je vrlo učestalo otvaranje obrta kao druge djelatnosti te su pritom davanja državi minimalna). Svi ti pojedinci najčešće su i inovatori te su uočili da mogu svoju inovaciju na određeni način komercijalizirati, a pri čemu se njihovo poslovanje prema određenim karakteristikama razlikuje u odnosu na poslovanje konkurenata. Kao vrlo čest primjer mogu se istaknuti mikro subjekti koji proizvode ručno rađene, personalizirane predmete.

Prema brojnosti, na drugom mjestu su srednja poduzeća, a koja uz mikro i mala poduzeća čine SME sektor. I kod srednjih poduzeća je došlo do rasta broja poslovnih subjekata, a to je ponajprije izravna posljedica činjenice da je tijekom poslovanja mikro i malih poduzeća došlo do njihovog rasta te se pritom klasificiraju kao srednja poduzeća. Samo 0,3% od ukupnog broja poduzeća čine velika poduzeća. Pritom je došlo i do rasta broja velikih poduzeća, ali taj rast nije toliko izražen, budući da je riječ o manjem broju poslovnih subjekata, odnosno, došlo je do rasta sa 348 velikih poduzeća u 2015. godini na 370 velikih poduzeća u 2019. godini. Ali, iako se čini da je vrlo malo velikih poduzeća, bitno je analizirati i druge pokazatelje, od kojih se ponajviše ističe broj zaposlenih kako bi se detaljnije prikazalo stanje u hrvatskim poduzećima (Alpeza i sur., 2020).

Ekonomski kriterij valorizacije sektora	Veličina poduzeća							
	Mikro		Mala		Srednja		Velika	
	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.	2018.	2019.
Broj zaposlenih	255.819	286.603	238.392	249.826	184.278	183.189	261.465	250.158
Zaposlenost (udio) ⁴	27,2%	29,6%	25,4%	25,8%	19,6%	18,9%	27,8%	25,8%
Ukupan prihod (mil. kn)	102.094	126.003	172.766	189.187	161.166	165.172	315.134	315.765
Ukupan prihod (udio)	13,6%	15,8%	23,0%	23,8%	21,4%	20,7%	42,0%	39,7%
Izvoz (mil. kn)	10.432	12.379	29.671	31.064	37.874	36.739	69.205	71.273
Izvoz (udio)	7,1%	8,2%	20,2%	20,5%	25,7%	24,3%	47,0%	47,1%

Slika 5: Zaposlenost, prihodi te izvoz prema veličini poduzeća u 2018. i 2019. godini

Izvor: Alpeza, M. i sur (2020.), *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019*, Zagreb: CEPOR, str. 7

Na slici 5 prikazani su zaposlenost, prihodi koje poduzeća ostvaruju te izvoz u 2018. te 2019. godini u ovisnosti o veličini poduzeća. Pritom je moguće uočiti da iako mikro i mala poduzeća čine preko 98% poduzeća, kada je riječ o broju zaposlenih, mikro i mala poduzeća sumarno imaju samo dvostruko više zaposlenih u odnosu na velika poduzeća. Pritom je moguće uočiti da kada je riječ o mikro i malim poduzećima, u 2019. godini je došlo do značajnog rasta broja zaposlenih, dok je u srednjim i velikim poduzećima došlo do pada broja zaposlenih, a što se svakako izravno može povezati s različitim inovacijama u poslovnom procesu, a koje doprinose poboljšanju efikasnosti poslovanja, a time smanjivanju troškova poslovanja te smanjivanju broja zaposlenih (budući da su troškovi plaća jedan od najznačajnijih troškova u gotovo svim poduzećima). Kada je riječ o ukupnim prihodima, moguće je uočiti da velika poduzeća ostvaruju značajno veće prihode u odnosu na poduzeća u SME sektoru, a što se izravno može povezati s većom produktivnošću rada, automatizacijom proizvodnje te drugim pojavama koje su izražene kada je riječ o većim poduzećima (dok je u manjim poduzećima ponajprije izražen ručni rad zaposlenika, proizvodnja u malim serijama, pružanje vrlo specifičnih usluga i sl.). Kada je riječ o izvozu, moguće je uočiti jednako stanje, odnosno, velika poduzeća ostvaruju 47% ukupnog izvoza, a što je izravna posljedica činjenice da je SME sektoru vrlo teško konkurirati na inozemnim tržištima, a što dodatno potvrđuje činjenica da su mikro poduzeća u 2019. godini ostvarila samo 8,2% izvoza. Dobar je pokazatelj da dolazi do rasta udjela mikro i malih poduzeća u ukupnom izvozu, a što ukazuje na rast konkurentnosti ovakvih poduzeća.

Osim profitnih poslovnih subjekata, sve više do izražaja dolazi i neprofitni sektor, odnosno djelovanje udruga koje imaju evidentiranu gospodarsku djelatnost te socijalnih zadruga. Ovi poslovni subjekti primjenjuju različite inovacije u poslovanju prema kojima se ističu u odnosu na druge subjekte. Inovacije u udrugama i socijalnim zadrugama uvelike utječu na njihovo poslovanje budući da mogu ostvariti različite subvencije koje potiču njihovo poslovanje, ali i primijeniti različite inovacije kada je riječ o prodajnom procesu (odnosno, veliki broj pojedinaca će prije kupiti određene proizvode od ovih subjekata u odnosu na kupnju od profitnih poslovnih subjekata), a što se može prezentirati i kao jedna od inovacija u poslovnom procesu.

3.4. Sinergija poduzetništva i inovacija u Republici Hrvatskoj

U RH su inovacije temelj za pokretanje brojnih poduzetničkih pothvata te su hrvatski inovatori kroz povijest prepoznati kako u RH, tako i diljem svijeta. U nastavku ovog dijela rada prikazati će se primjeri par inovacija, a koje imaju potencijal razvoja poduzetničkog pothvata kako za inovatora, ali i za druge poduzetnike koji koriste određenu inovaciju.



Slika 6: Nautikbicikl

Izvor: HGK (2021.), *Inovacije*, preuzeto 27. lipnja 2021. s <https://www.hgk.hr/inovacije>

Na slici 6 prikazan je nautikbicikl, riječ je o vrlo specifičnom prijevoznom sredstvu na vodenim površinama, a koje je razvio Nikola Bartulac te zaštitio patentom. Riječ je o plovilu koje je kombinacija bicikla te plovila, a koje je prikladno za korištenje gotovo svim dobnim skupinama.

Na prvi pogled moguće je uočiti da je riječ o inovaciji koja ima veliki potencijal komercijalizacije s obzirom da je RH vrlo razvijena turistička zemlja, a turisti uvijek žele probati nešto novo.



Slika 7: Guma sa grijačem za cestovna vozila

Izvor: HGK (2021.), *Inovacije*, preuzeto 27. lipnja 2021. s <https://www.hgk.hr/inovacije>

Na slici 7 prikazana je guma sa grijačem za cestovna vozila, koju je razvio Stipan Orčić. Ovaj tip guma zamjenjuje stavljanje lanaca na gume te je zapravo odlično rješenje kada je riječ o područjima na kojima su u primjeni zimski uvjeti, a snijeg i led nisu prisutni na svim dijelovima prometnica. Dodatno, primjena ovakve inovacije, kada je riječ o transportnim vozilima uvelike može olakšati transport, povećati sigurnost i dr., a što u konačnici može utjecati na smanjivanje troškova poslovanja transportnih poduzeća. Primjer ovakve inovacije pokazuje koliko inovacije mogu doprinijeti smanjivanju troškova poslovanja poduzeća te na taj način poticati razvoj poduzetništva.



Slika 8: Stalak za salvete – grb Grada Rijeke

Izvor: HGK (2021.), *Inovacije*, preuzeto 27. lipnja 2021. s <https://www.hgk.hr/inovacije>

Na slici 8 dan je jedan od najjednostavnijih primjera inovacija, a koji ujedno prikazuje koliko inovacije mogu biti raznolike. Na slici je prikazan primjer staka ili držača za salvete, a u odnosu na uobičajene držače razlikuje se prema tome što je izrađen u obliku grba Grada Rijeke. Ovu inovaciju prijavio je Mirko Brletić, a iako na prvi pogled ova inovacija djeluje pomalo neobično, ona može biti temelj za diferenciranje određene suvenirnice ili sl. u odnosu na konkurente s ciljem privlačenja bilo domaćih ili inozemnih kupaca.

3.5. Značaj inovacija za razvoj malog poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Na samom početku ovog poglavlja, nužno je definiranje malog poduzetništva, odnosno SME sektora. SME sektor čine mikro, mali i srednji subjekti te se prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva definiraju prema jednim kriterijima, dok se prema Zakonu o računovodstvu definiraju prema drugim kriterijima. Za potrebe pisanja ovog rada korišten je Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva.

Mikro subjektima smatraju se oni koji prosječno godišnje zapošljavaju manje od 10 zaposlenika, imaju ukupne prihode manje od 2 mil € te imaju ukupnu aktivu ili dugotrajnu imovinu (obveznici poreza na dohodak, odnosno obrtnici) manju od 2 mil €. Mali subjekti godišnje zapošljavaju prosječno manje od 50 djelatnika, imaju ukupne prihode manje od 10 mil

€ te imaju ukupnu aktivu ili dugotrajnu imovinu manju od 10 mil €. Srednjim subjektima se smatraju oni koji premašuju kriterije za male subjekte, a istodobno se ne mogu smatrati velikim poslovnim subjektima (Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, 2002: čl. 2).

Inovacije su prepoznate na institucionalnoj razini kao jedan od pokretača razvoja poduzetništva u RH te su iz tog razloga definirane broje institucije čije se djelovanje temelji na poticanju razvoja poduzetništva. „U Republici Hrvatskoj institucionalno okruženje, koje je također zaduženo za formuliranje, donošenje te implementaciju odluka u sektoru malih i srednjih poduzeća, čine Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Hrvatska banka za obnovu i razvitak, Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije, Hrvatska udruga poslodavaca, Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora, Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva te Europska banka za obnovu i razvoj“ (Ploh, 2017).

Kroz prethodni dio ovog rada prikazano je zašto su inovacije značajne. Razlozi su zapravo višestruki, inovacije doprinose poboljšanju kvalitete života svih korisnika inovacije, doprinose povećanju ostvarenog dohotka inovatora, ali i drugih poduzetnika koji inovaciju koriste s ciljem ostvarivanja prihoda. Odnosno, u ovom slučaju je riječ o kupnji određenog inovativnog proizvoda ili usluge te korištenju istog u poslovne svrhe. U slučaju kada bi izostao razvoj inovacija, brojne potrebe bi ostale nezadovoljene, a u slučaju kada bi se veći broj inovacija kupovao od stranih državljana, došlo bi do značajnijeg odljeva novčanih sredstava iz zemlje, što ukazuje na to da bi bilo poželjno poticati razvoj inovacija u RH kroz različite financijske podrške kako inovatorima (pojedincima), tako poduzećima koja razvijaju inovacije.

3.6. Financiranje poduzetničkih inovacija u Republici Hrvatskoj

Primarni izvori financiranja razvoja inovacija, kao i financiranja poslovanja poduzeća svakako su tradicionalni izvori financiranja, odnosno vlastita sredstva poduzetnika, uz sredstva poznanika i obitelji, sredstva poduzeća te kreditna sredstva. Financiranje poduzetničkih inovacija u RH uvelike ovisi o stupnju razvoja poduzeća, odnosno, kada je riječ o start-upovima koji ne raspolažu s dostupnim financijskim izvješćima ili su u samom početku poslovanja evidentirali gubitak ili poduzećima s poteškoćama u poslovanju, a koje mogu biti posljedica različitih poslovnih događaja, financiranje inovacija će biti vrlo otežano. S druge strane, kada je riječ o uspješnim poduzećima, za očekivati je da će u istima financiranje biti značajno

jednostavnije budući da u ovom slučaju kreditori, ali i drugi investitori na temelju financijskih izvještaja poduzeća stvaraju povjerenje u isto te su voljniji financirati razvoj određene investicije. Sve više se razvijaju i alternativni izvori financiranja kao što je financiranje sredstvima iz fondova EU. EU prepoznaje potrebu za poticanjem razvoja poduzeća te su poduzećima kroz fondove EU dostupna sredstva, a koja je moguće koristiti za različite namjene. Kroz definirane ciljeve Kohezijske politike, EU ulaganjem u manje razvijena područja (među kojima je i RH) nastoji potaknuti razvoj gospodarstva u tim područjima, a osim Kohezijskih fondova, koji se primarno koriste za razvoj poslovanja poduzeća, moguće je koristiti sredstva dostupna kroz poseban program namijenjen financiranju istraživanja i inovacija, odnosno Obzor (Horizon) Europa (Europska komisija, 2021).

Kao jedna od vrlo često korištenih opcija za financiranje razvoja inovacija na globalnoj razini i u RH pojavljuje se crowdfunding. Riječ je o obliku financiranja kroz prikupljanje manjih iznosa donacija putem crowdfunding platformi. Pritom u ovom slučaju donatori ne procjenjuju poslovnu uspješnost samog poduzeća, već donacije uplaćuju u odnosu prema osobnim afinitetima, odnosno u odnosu na to smatraju li da im se određeni proizvod sviđa ili ne. Moguće je da inovatori donatorima ponude proizvod za čiji razvoj se prikupljaju donacije ili neki drugi oblik nagrade, a što dodatno potiče pojedince na davanje donacija inovatorima. Iako se veliki broj crowdfunding kampanja pokreće s ciljem financiranja određenih humanitarnih akcija, daleko su uspješnije kampanje s ciljem financiranja razvoja određenih proizvoda (danas su vrlo popularne video igrice) te je moguće kroz crowdfunding kampanju prikupiti i višemilijunske iznose te na taj način crowdfunding kampanja može biti čak i jedan oblik prodaje proizvoda prije njegovog puštanja u prodaju. Uspješnost provedbe crowdfunding kampanje ponajprije ovisi o uspješnosti medijske kampanje te je uspješnost kampanje jedan od najznačajnijih indikatora koji investitoru ukazuje na uspješnost prodaje određenog proizvoda u budućnosti (Ofir d.o.o., 2021).

Sve učestalije je i financiranje razvoja inovacija od strane poslovnih anđela, a što se posebice ističe kada je riječ o tehnološki naprednijim industrijskim granama. Pritom se poslovnim anđelima smatraju najčešće uspješni poduzetnici i slične osobe koje raspolažu viškom novčanih sredstava te slobodnog vremena, a voljni su uložiti svoj novac i vrijeme u razvoj nekog novog poduzetničkog pothvata. Poduzetnici poslovnim anđelima najčešće u zamjenu za ulaganje daju udio u poduzeću, a što ujedno znači veliki rizik za poslovnog anđela i posljedično mogućnost

ostvarivanja značajnijeg profita, ukoliko se investicija pokaže uspješnom (Zagrebački inovacijski centar, 2021).

4. ANALIZA STAVOVA STUDENATA O INOVACIJAMA KAO POKRETAČU RAZVOJA GOSPODARSTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ

U ovom dijelu rada prikazuju se rezultati istraživanja koje je provedeno na uzorku od 145 studenata Ekonomskog fakulteta u Zagrebu s ciljem analiziranja stavova studenata o inovacijama kao pokretaču razvoja gospodarstva u RH. Na samom početku poglavlja definiraju se metode i ciljevi istraživanja, nakon čega slijedi definiranje uzorka te instrumenata istraživanja. Temeljni dio ovog poglavlja je sama analiza rezultata istraživanja, odnosno prikaz rezultata provedenog anketnog istraživanja.

4.1. Metode i ciljevi istraživanja

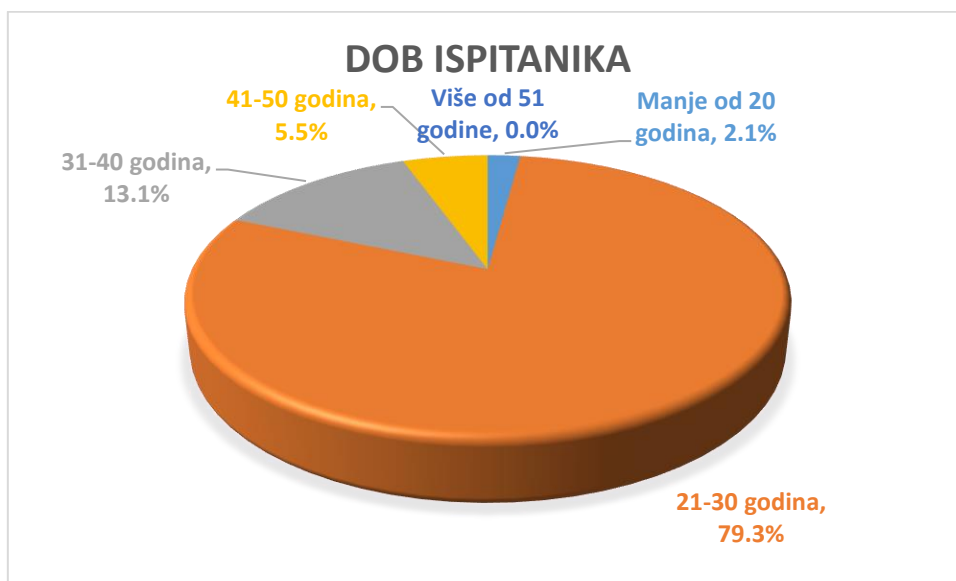
Provedeno je anketno istraživanje u razdoblju od 01. svibnja do 01. srpnja 2021. godine pomoću alata google obrasci, odnosno google ankete. Anketni upitnik sastavljen je od 18 vrlo kratkih pitanja te je prilikom provođenja istraživanja osigurana anonimnost svih ispitanika. Cilj istraživanja koje se provodi je analiziranje stavova studenata o inovacijama kao pokretaču gospodarstva u RH. Pritom je ujedno jedan od ciljeva utvrđivanje kako studenti Ekonomskog fakulteta u Zagrebu percipiraju inovacije, odnosno koji je značaj inovacija prema njihovom mišljenju za razvoj poduzetništva, a time i cjelokupnog gospodarstva u RH. U konačnici, nužno je naglasiti da su inovacije jedan od temelja za razvoj poduzetništva, a ako ih studenti ne percipiraju kao relevantne, postoji rizik od smanjenog razvoja inovacija, a time i sporijeg razvoja gospodarstva RH.

4.2. Uzorak i instrumenti istraživanja

Anketno istraživanje provedeno je na uzorku od 145 studenata Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. Pritom je na anketu odgovorila 91 studentica te 54 studenta (u nastavku ispitanik označava osobe oba spola). 79,3% ispitanika je dobi 21-30 godina, ali postoji i značajan broj ispitanika dobne skupine 31-40 godina (13,1%). Istraživanje je provedeno uz pomoć anketnog upitnika te su rezultati istraživanja prezentirani u nastavku uz korištenje ponajprije deskriptivne statistike.

4.3. Analiza rezultata istraživanja

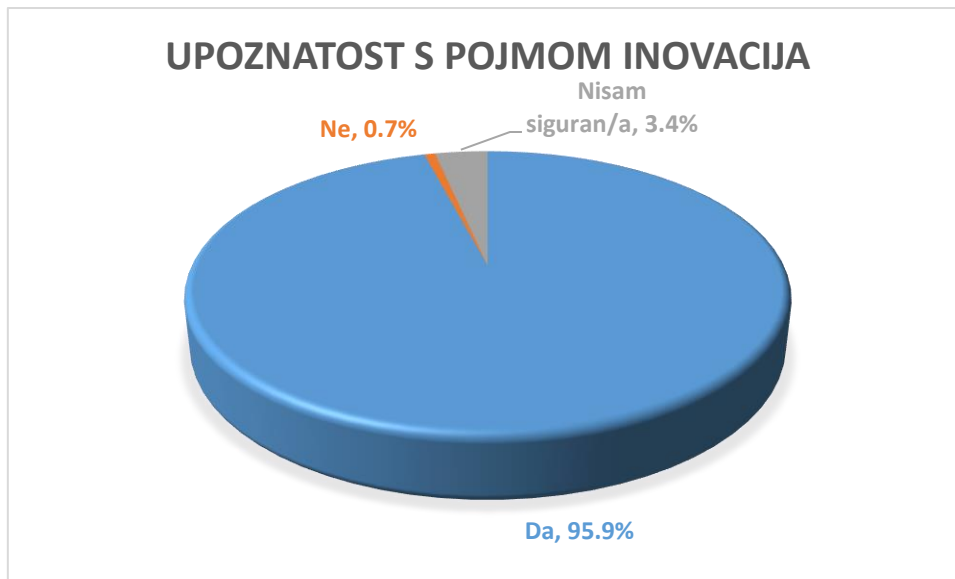
U prvom pitanju ispitanici su zamoljeni da se izjasne kojeg su spola te je na ovo pitanje odgovorilo svih 145 ispitanika. 91 je ispitanica, što čini 62,8% ukupnog broja ispitanika te je 54 ispitanika, a što ujedno čini 37,2% ispitanika. Vidljivo je da je na anketni upitnik odgovorilo više ispitanica u odnosu na ispitanike, a što dijelom ograničava istraživanje, ali ipak se može pretpostaviti da ograničenje ipak nije značajnije.



Grafikon 1: Ispitanici prema dobi

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Sa grafikona 1 vidljivo je da je najveći udio ispitanika dobne skupine 21 do 30 godina, odnosno 79,3%. Na ovo pitanje odgovorilo je svih 145 ispitanika te su osim dobne skupine 21-30 godina zastupljene i dobna skupina 31-40 godina sa udjelom od 13,1%, dobna skupina 41-50 godina sa 5,5% te skupina mlađih od 20 godina sa 2,1%. Moguće je uočiti da su ovi podaci sukladni najčešćim dobnim skupinama osoba koje su u tijeku obrazovnog procesa, odnosno najčešćim dobnim skupinama studenata. Iako na prvi pogled djeluje kako je visok udio ispitanika starijih od 30 godina, nužno je uzeti u obzir da se s ciljem dodatnog profesionalnog usavršavanja sve veći broj pojedinaca i nakon tridesetih obrazuje te profesionalno usavršava.



Grafikon 2: Upoznatost ispitanika sa pojmom inovacija

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Na treće pitanje odgovorilo je 145 ispitanika te su rezultati odgovora prikazani na grafikonu 2. 95,9% ispitanika izjavilo je da je upoznato s pojmom inovacija, samo 1 ispitanik, odnosno 0,7% izjavio je da nije upoznat s pojmom inovacija, dok 3,4% ispitanika nije sigurno. Ovo pitanje ujedno je polazišna točka za sva preostala pitanja budući da je jedan od preduvjeta da ispitanici poznaju pojam inovacija i što zapravo taj pojam predstavlja.

Vrlo bitno je da ispitanici poznaju pojmove inovacija i inovativnost kako bi prepoznali značaj intelektualnog kapitala koji je danas jedan od najznačajnijih tipova nematerijalne imovine svakog poduzeća, a što se posebice ističe kada je riječ o visoko sofisticiranim poduzećima kojima je ljudski kapital preduvjet nekog budućeg razvoja. Iz tog razloga ljudski kapital može se prepoznati kao jedna od temelja razvoja svakog pojedinog gospodarstva, bilo da je riječ o lokanoj razini, nacionalnoj ili pak gospodarstvu na globalnoj razini.



Grafikon 3: Diverzifikacija ispitanika prema tome razlikuju li pojmove inovacija i izum

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

U četvrtom pitanju ispitanici su zamoljeni da se izjasne razlikuju li pojmove inovacija i izum. I na ovo pitanje odgovorilo je svih 145 ispitanika te je pritom 75,2% ispitanika odgovorilo da razlikuje pojmove inovacija i izum, 7,6% ispitanika je odgovorilo da ne razlikuje ova dva pojma, dok je 17,2% ispitanika odgovorilo da nije sigurno.

Budući da i teoretičari učestalo vrlo različito definiraju ova dva pojma, za očekivati je ovakve odgovore na pitanje razlikuju li ispitanici inovaciju i izum. Dobar indikator je da $\frac{3}{4}$ ispitanika smatra da razlikuje ova dva pojma. Iako je temeljna pretpostavka da se izum odnosi na kreiranje nečeg novog, što je dosada bilo nepoznato, a da se inovacija odnosi na poboljšanje već postojećeg proizvoda ili poslovnog procesa, razlike se mogu prikazati i kroz samu komercijalizaciju budući da se izumi ne komercijaliziraju uvijek, dok se inovacije komercijaliziraju, odnosno, temelj za kreiranje inovacija je sama njihova komercijalizacija.



Grafikon 4: Mišljenje studenata o potencijalnom utjecaju na razvoj gospodarstva RH

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Na grafikonu 4 prikazani su rezultati odgovora na peto pitanje. I na ovo pitanje odgovorilo je svih 145 ispitanika. Pritom gotovo svi ispitanici smatraju da inovacije mogu imati značajan utjecaj na razvoj gospodarstva RH. Odnosno, 97,7% ispitanika izjasnilo se da smatraju da inovacije mogu imati značajan utjecaj na razvoj gospodarstva RH, 0,7% ispitanika se ne slaže s tvrdnjom, dok 1,4% ispitanika nije sigurno.

Kada je riječ o odgovorima na ovo pitanje, nužno je uzeti u obzir da inovacije mogu nastati u svim gospodarskim sektorima, bilo da je riječ o proizvodnim ili pak uslužnim sektorima te inovativnost u konačnici može pozitivno djelovati na konkurentnost kako pojedinog poslovnog subjekta, gospodarske grane, ali i cjelokupnog gospodarstva RH. Kada je riječ o proizvodnim poslovnim subjektima, inovativnost se može odnositi na poboljšanje proizvoda ili poslovnog procesa te pritom poboljšanje proizvoda može izravno doprinijeti poboljšanju prodaje istog, dok poboljšanje poslovnog procesa izravno vodi ostvarivanju ušteda u poslovanju, što za posljedicu ima poboljšanje profitabilnosti poslovnog subjekta. Kada je riječ o turizmu kao primarnoj uslužnoj djelatnosti u RH o kojoj ovisi BDP, inovativnost je nužna te se odnosi na poboljšanje usluge koja se pruža krajnjim korisnicima iste, odnosno turistima. Na ovaj način moguće je privući veći broj turista te održati dugoročno komparativne prednosti u odnosu na neke druge turističke destinacije.



Grafikon 5: Mišljenje ispitanika o SME sektoru kao jednom od temelja za razvoj gospodarstva RH

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

U šestom pitanju ispitanici su zamoljeni da iznesu svoje mišljenje o sektoru malih i srednjih poduzeća (SME sektoru) kao jednom od temeljnih pokretača razvoja gospodarstva RH. Na ovo pitanje odgovorilo je svih 145 ispitanika te su rezultati prikazani na grafikonu 5. Pritom 66,9% ispitanika smatra da je SME sektor jedan temeljnih pokretača razvoja gospodarstva RH, 2,1% ispitanika ne slaže se s navedenom tvrdnjom, dok 31% ispitanika nije sigurno.

Iako SME sektor ima najveći broj gospodarskih subjekata, riječ je ponajviše o mikro i malim gospodarskim subjektima koji zapošljavaju manji broj zaposlenih, posluju ponajprije na lokalnoj razini te ne raspolažu sa značajnijim financijskim sredstvima. S druge strane, pojedince se potiče na otvaranje novih poslovnih subjekata, a što pozitivno djeluje na razvoj gospodarstva. U slučaju propasti nekih subjekta koji se smatra dijelom SME sektora, za očekivati je da neće doći do izraženog negativnog utjecaja na gospodarstvo, a koji se obično pojavljuje kada je riječ o velikim poduzećima. Ujedno, kada je riječ o SME sektoru, ova poduzeća najčešće su vrlo inovativna te vrlo brzo implementiraju određene inovacije u svoje poslovanje, a što im posljedično omogućava značajno bržu prilagodbu promjenama na tržištu u odnosu na veće poslovne subjekte.

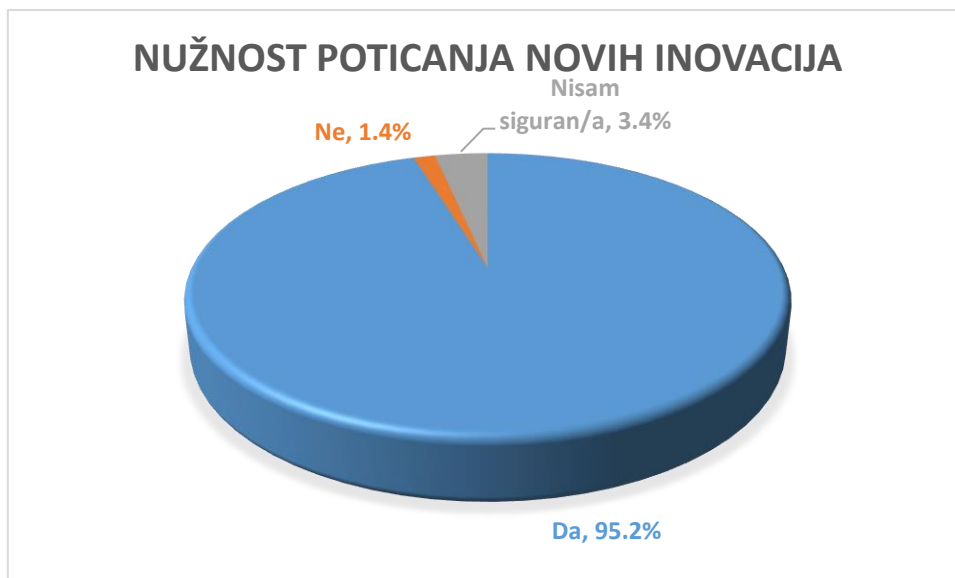
U sedmom pitanju ispitanici su zamoljeni da obrazlože svoj odgovor na prethodno pitanje. Na ovo pitanje odgovorilo je 67 ispitanika te se kao neki od odgovora mogu istaknuti:

- Mali sektor može biti od značaja za gospodarstvo jer smanjuje nezaposlenost, raste dohodak, raste platežna moć itd.;
- Budući da su u cijeloj Europi mala i srednja poduzeća ključna za gospodarstvo, smatram da bi i u RH SME trebao biti temelj razvoja gospodarstva, ali uz veće poticaje za poduzeća;
- Imaju ideje i potencijal za inovacije;
- Bilo kakva nova vrsta poslovanja je dobrodošla za razvitak RH;
- Smatram da male firme s velikim idejama mogu donijeti velike promjene u razvoju Hrvatskog gospodarstva;
- Inovacije omogućuju otvaranje novih firmi i samozapošljavanje nezaposlenih osoba;
- Veliki udio u RH čini SME sektor, mali je postotak velikih poduzeća. U redu je i dobro je što nam je SME sektor širok i zasigurno potiče i pridonosi razvoju gospodarstva, ali treba poraditi i na povećanju broja velikih i sigurnih poduzeća (vidljivo je da se ova osoba ne slaže s tvrdnjom da je SME sektor temelj razvoja gospodarstva RH budući da smatra da je potreban značajniji razvoj velikih poduzeća);
- Smatram da u RH ima veliki broj uspješnih malih i srednjih poduzeća te isti predstavljaju temelj za razvoj gospodarstva;
- Za razliku od velikih poduzetnika, koji imaju velik utjecaj na nacionalno gospodarstvo te zapošljavaju velik broj ljudi, mikro, mali i srednji poduzetnici su manje riskantni. Ako jedan mikro poduzetnik propadne, to ne utječe previše na gospodarstvo, Također, više manjih poduzetnika znači jačanje konkurencije i smanjivanje monopola na tržištu (nužno je naglasiti da iako je tendencija smanjivanja monopola, ipak u većini slučajeva to nije tako budući da postoje pojedina poduzeća na tržištima na kojima djeluje veliki broj sudionika, ali se ipak ta poduzeća ponašaju kao monopolistička budući da imaju većinski tržišni udio);
- U SME sektoru je lakše implementirati inovacije;
- IZ SME mogu nastati velike međunarodne kompanije, no u svakom slučaju izvor su novih radnih mjesta;
- Jesu temelj, ali imaju veliki problem s financiranjem (ova osoba istaknula je jedan od temeljnih problema kada je riječ o SME sektoru, a posebice start-upima koji najčešće

svoje poslovanje temelje na određenoj inovaciji te imaju potrebu za pribavljanjem novčanih sredstava kako bi financirali sami početak poslovanja);

- Preko 90% tvrtki u Hrvatskoj su upravo male i srednje tvrtke te zapošljavaju ogroman broj zaposlenika. Isto tako SME sektor je puno agilniji od Corporate sektora što im omogućava da budu puno brži u donošenju inovacija na tržište;
- Mali i srednji poslovni subjekti imaju veći razvojni potencijal, fleksibilniji su i efikasniji u promjenama;
- Smatram da bilo koje poduzeće, koje posluje sa prihodima može imati utjecaj na razvoj gospodarstva;
- Većina turizma se bazira na small i medium bazi. Osim toga, IT sektor, većina firmi je small i medium osim par izuzetaka (Infobip, King ICT, Croz i sl.);
- Smatram da je SME važan izvor poslovnih veza među ostalim poduzećima u drugim državama;
- Mala poduzeća imaju veću mogućnost prilagodbe potražnji na tržištu i sposobnost stvaranja inovativnih proizvoda i procesa. Smatram da bi država trebala još više ulagati u mala i srednja poduzeća kroz razne programe potpora i bespovratnih sredstava;
- Inovacije i nova tehnologija donose profit kako poduzećima, tako i državi;
- Smatram da SME sektor ima kvalitetne ideje za razvoj;
- SME su važan segment svakog gospodarstva radi socijalne uključenosti, stvaranja novih radnih mjesta i sl.;
- SME je iznimno bitan za razvoj gospodarstva, od tuda potječu sva mala poduzeća koja mogu postati velika nastavljajući međusobnu suradnju i stvarajući pozitivne efekte na mikroekonomiju.

Iz prethodnih odgovora moguće je uočiti da većina ispitanika smatra da je SME sektor temelj razvoja gospodarstva RH budući da ovaj sektor čini najveći broj poslovnih subjekata. Isti najčešće implementiraju brojne nove inovacije, a što potiče nova zapošljavanja, popunjavanje određenih rupa koje se pojavljuju na tržištu, ali što je najznačajnije, potiče se razvoj konkurentnosti mikro, malih i srednjih poduzeća.



Grafikon 6: Mišljenje ispitanika o nužnosti poticanja razvoja novih inovacija

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

U osmom pitanju ispitanici su zamoljeni da iznesu svoje mišljenje o tome smatraju li da je nužno poticati razvoj novih inovacija. Na ovo pitanje je odgovorilo svih 145 ispitanika, od toga 95,2% ispitanika smatra da je nužno poticati razvoj novih inovacija, 1,4% ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok 3,4% ispitanika nije sigurno. Vidljivo je da većina ispitanika prepoznaje značaj razvoja inovacija, odnosno nužnost razvoja inovacija s ciljem poticanja razvoja gospodarstva, a time i zapošljavanja novih osoba, čime se utječe na razvoj nacionalnog blagostanja u dugom roku.

Država, ali i brojne potporne institucije prepoznaju značaj financiranja razvoja inovacija za gospodarstvo, zbog čega postoje brojni programi kako bi se sadašnji, ali i budući poduzetnici potaknuli na razvoj inovacija. Dodatno, razvoju inovacija doprinose i sredstva koja je moguće povući iz EU fondova, točnije iz Europskog fonda za regionalni razvoj (ali nije isključena mogućnost korištenja sredstava iz drugih fondova kada je riječ o specifičnim sektorima). Ono što je vrlo bitno kada je riječ o SME sektoru je i razvoj alternativnih izvora financiranja od kojih se ističe financiranje od strane poslovnih anđela te crowdfunding.

U devetom pitanju ispitanici su zamoljeni da obrazlože svoj odgovor na prethodno pitanje. Na ovo pitanje odgovorio je ukupno 61 ispitanik te je moguće istaknuti naredne odgovore:

- Inovacije olakšavaju poslovanje, život pojedinaca itd.;

- Potrebno je poticati razvoj inovacija zbog daljnjeg razvoja cjelokupne ekonomije, ali i samog položaja države u društvu;
- One omogućavaju rast;
- Nužno je podržati sva poduzeća u usponu;
- Poticati razvoj novih inovacija je nužno iz razloga što je to temelj za sam razvoj našeg gospodarstva;
- Upotreba novih ideja je važna za poboljšanje poslovanja, unaprjeđenje proizvoda i usluga te najvažnije, povećanje prihoda;
- Inovacije pokreću gospodarski sektor i čine ga konkurentnim na širem tržištu;
- Smatram da inovacije i investitori jedino mogu spasiti Hrvatsku u smislu povećanja konkurentnosti, njezinog rasta i razvoja;
- Hrvatska ima puno mladih i ambicioznih ljudi koji svojim inovacijama mogu privući investitore iz cijelog svijeta da investiraju u projekte koji se nalaze u Hrvatskoj;
- Inovacije su potrebne kako bi zemlja/svijet išao naprijed;
- Definitivno može pomoći, ali ne mora nužno. Postoje mnogi poslovi koji su već dobro uigrani i optimalni te kao takvi ne trebaju nove inovacije (vidljivo je da ova osoba nije sigurna koliko je potrebno poticati razvoj inovacija, ali ističe da se to odnosi samo na pojedine djelatnosti);
- Diverzifikacija i konkurentske prednosti ispred ostalih;
- Nove inovacije bitno utječu na razvoj tržišta;
- Gospodarstvo se mijenja iz dana u dan upravo zahvaljujući inovacijama. Prije 10 godina svakodnevica nam je bila neizmjereno drugačija nego što je danas. Uzmimo za primjer samo što je postao mobitel – novčanik, GPS, aplikacija za vježbanje, aplikacija za komunikaciju s prijateljima i obitelji. Da nije bilo inovacija, ne bi bilo ničega od toga. Ako želimo razvijati društvo i ići naprijed, potrebne su inovacije;
- Nije nužno samo novo poticati, treba iskoristiti maksimalno potencijal postojećeg;
- Razvojem novih inovacija možemo napredovati na svjetskim tržištima;
- Jako je dobro za društvo da se potiče kreativnost koja je izvor inovacija. Stvaranje novoga iz onoga što je dostupno ključ je za razvoj civilizacije;
- Nove inovacije mogu privući razne investitore;
- Samo zato što je novo, ne znači da je loše, možda bi moglo pojednostaviti ljudima život i pritom donijeti prihode;
- Poticanje razvoja inovacija ima potencijal sprječavanja iseljavanja stanovništva;

- Inovacije se cijene, traže, potiču i stvaraju i u gospodarstvu i na sveučilištu. Kroz snažne i dobro financirane procese istraživanja i razvoja stvaraju se novi inovativni proizvodi koji se onda komercijaliziraju na tržištu. Također su pogonsko gorivo za razvoj;
- Poslovna okolina zahtijeva od poduzeća određeni stupanj inovativnosti. Inovacije su glavni faktor koji poduzeće tjera prema naprijed, omogućuje im neprestano stvaranje vrijednosti, zadovoljenje potrebe potrošača te zadovoljenje osnovnih potreba poduzeća;
- Svaka inovacija je prilika da se neki procesi određuju brže, bolje i efikasnije;
- Nova roba, novi kupci/klijenti.

Iz prethodnih odgovora vidljivo je da većina ispitanika smatra da je potrebno poticati razvoj novih inovacija budući da inovacije doprinose kako razvoju konkurentnosti poduzeća, ali ujedno doprinose i poboljšanju kvalitete života svakog pojedinca, a što se svakako može istaknuti kao jedan od temeljnih razloga za poticanje razvoja inovacija kako u RH, tako i na globalnoj razini.

Tablica 1: Mišljenje ispitanika o inovacijama

Tvrdnja	1	2	3	4	5	Srednja ocjena
Inovacije su temelj za razvoj novih proizvoda i usluga	3	5	21	36	80	4,28
Inovacije su ključne za razvoj novih tehnologija	1	5	24	28	87	4,34
Inovacije su bitne za razvoj novih proizvoda u svakom gospodarskom sektoru	4	5	24	36	76	4,21
Inovacije su posebice bitne kada je riječ o ICT-u	2	11	28	36	68	4,08
Inovacije omogućavaju razvoj malih poduzeća	5	6	27	31	76	4,15
Inovacije su temelj za otvaranje novih gospodarskih subjekata te samozapošljavanje nezaposlenih pojedinaca	2	15	31	33	64	3,98
Inovacije su ključne za razvoj malog poduzetništva u Republici Hrvatskoj	7	10	27	35	66	3,99
Inovacije potiču osobni razvoj pojedinca te ga potiču na razvoj dodatnih inovacija	2	10	21	21	91	4,30

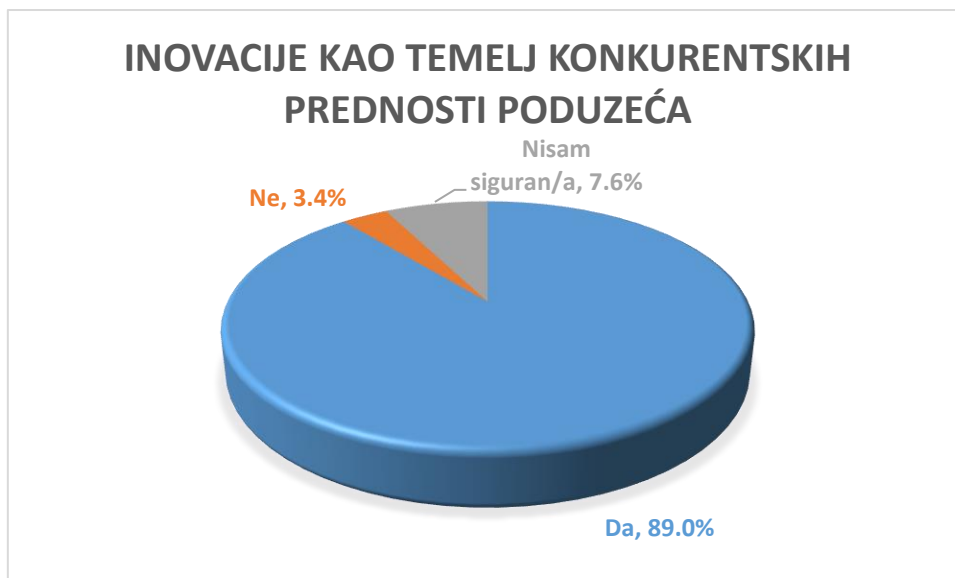
Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

U desetom pitanju ispitanici su zamoljeni da iznesu svoje mišljenje o navedenim tvrdnjama. Pritom su na ovo pitanje odgovorili svi ispitanici, odgovor jedan označavao je potpuno neslaganje, dok je odgovor 5 označavao potpuno slaganje s navedenom tvrdnjom. Moguće je uočiti da su za sve navedene tvrdnje zabilježene vrlo visoke srednje ocjene, a što se posebice ispiše kada je riječ o tvrdnji da su inovacije ključne za razvoj novih tehnologija. Kod ove tvrdnje zabilježena je srednja ocjena 4,34 što pokazuje da se većina ispitanika gotovo pa u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom.

Srednja ocjena 4,28 pokazuje da ispitanici teže slaganju s tvrdnjom da su inovacije temelj za razvoj novih proizvoda i usluga. Srednja ocjena 4,21 pokazuje da ispitanici teže slaganju s tvrdnjom da su inovacije bitne za razvoj novih proizvoda u svakom gospodarskom sektoru. Pritom se nipošto ne smije zanemariti razvoj inovacija kada je riječ o primarnom sektoru, odnosno poljoprivredi. Iako se ista vrlo često zanemaruje te se inovacije ponajprije razvijaju u visoko sofisticiranim sektorima, inovacije u poljoprivredi mogu imati značajan utjecaj na ekologiju, ali i na proizvodnju u ovom sektoru, zapošljavanje te kvalitetu života svih pojedinaca na globalnoj razini.

Srednja ocjena 4,08 pokazuje da ispitanici teže slaganju s tvrdnjom da su inovacije posebice bitne kada je riječ o ICT-u. Usporedi li se ova srednja ocjena s prethodnom srednjom ocjenom, moguće je uočiti da se veći broj ispitanika u potpunosti slaže s prethodno navedenom tvrdnjom, u odnosu na ovu tvrdnju, a što se izravno može povezati s činjenicom da ispitanici smatraju da je nužno poticanje razvoja inovacija u svim djelatnostima. Srednja ocjena 4,15 ukazuje na to da ispitanici teže slaganju s tvrdnjom da inovacije omogućavaju razvoj malih poduzeća. U ovom slučaju posebice je bitno osvrnuti se na utjecaj inovacija na poslovanje start-upa, budući da veliki dio start-upa temelji svoje poslovanje na razvoju određene inovacije, a što je njihova konkurentna prednost.

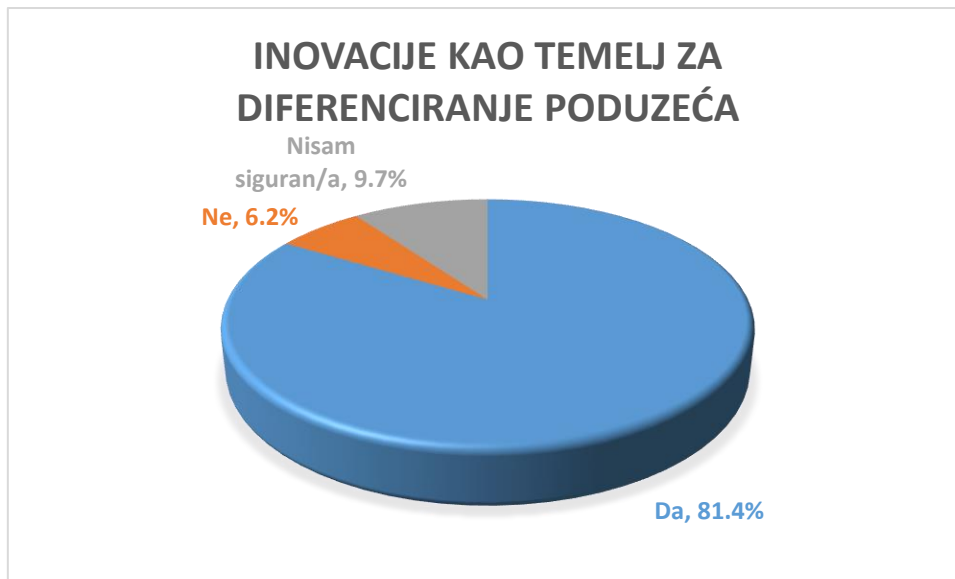
Srednja ocjena 3,98 ukazuje na to da ispitanici teže slaganju s tvrdnjom da su inovacije temelj za otvaranje novih gospodarskih subjekata te samozapošljavanje novih nezaposlenih pojedinaca. Ovo je ujedno najniža prosječna ocjena. Ocjena 3,98 može se povezati s činjenicom da određeni broj ispitanika smatra da je otežano financiranje malih poslovnih subjekata te posebice financiranje pokretanja novog poduzetničkog pothvata. Srednja ocjena 3,99 ukazuje na to da ispitanici teže slaganju s tvrdnjom da su inovacije ključne za razvoj malog poduzetništva u RH. U odnosu na neke prethodne srednje ocjene, bilo je moguće očekivati višu srednju ocjenu kada je riječ o ovoj tvrdnji, ali se može pretpostaviti da su ispitanici uzeli u obzir druge čimbenike koji utječu na razvoj malog poduzetništva kao što je nedostatak financiranja, neke karakteristike malog poduzetništva i sl. Srednja ocjena 4,30 ukazuje na to da ispitanici teže slaganju s tvrdnjom da inovacije potiču osobni razvoj pojedinca te ga potiču na razvoj dodatnih inovacija. Za očekivati je da će uspješni inovatori biti motivirani na razvoj dodatnih inovacija (makar s ciljem ostvarivanja što većeg profita, ako ne već i društvene koristi).



Grafikon 7: Mišljenje ispitanika o inovacijama kao temelju za razvoj konkurentskih prednosti poduzeća

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Na jedanaesto pitanje odgovorili su svi ispitanici te su njihovi odgovori prikazani na grafikonu 7. 89% ispitanika smatra da su inovacije temelj za razvoj konkurentskih prednosti određenog poduzeća. 3,4% ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok 7,6% ispitanika nije sigurno. Moguće je zaključiti da većina ispitanika smatra da su inovacije temelj za razvoj konkurentskih prednosti poduzeća. Odgovori na ovo pitanje mogu se izravno povezati s odgovorima na deveto pitanje, odnosno obrazloženjima pojedinih ispitanika zašto smatraju da je poželjno poticati razvoj inovacija. Pritom se određeni broj ispitanika izjasnio da je poticanje inovacija potrebno s ciljem razvoja konkurentskih prednosti poduzeća, neovisno o veličini poduzeća te djelatnosti u kojoj poduzeće djeluje. Kao što je već istaknuto, inovacije kada je riječ o manjim poduzećima mogu pozitivno djelovati na poslovanje na način da poduzeću osiguraju određeni tržišni udio u vidu novih kupaca, kroz povećanje prodaje i sl. S druge strane, bitno je naglasiti da inovacije u bilo kojoj djelatnosti mogu biti temelj za razvoj konkurentskih prednosti, neovisno o tipu djelatnosti budući da u svim djelatnostima postoji dodatan prostor za napredak i razvoj iste.

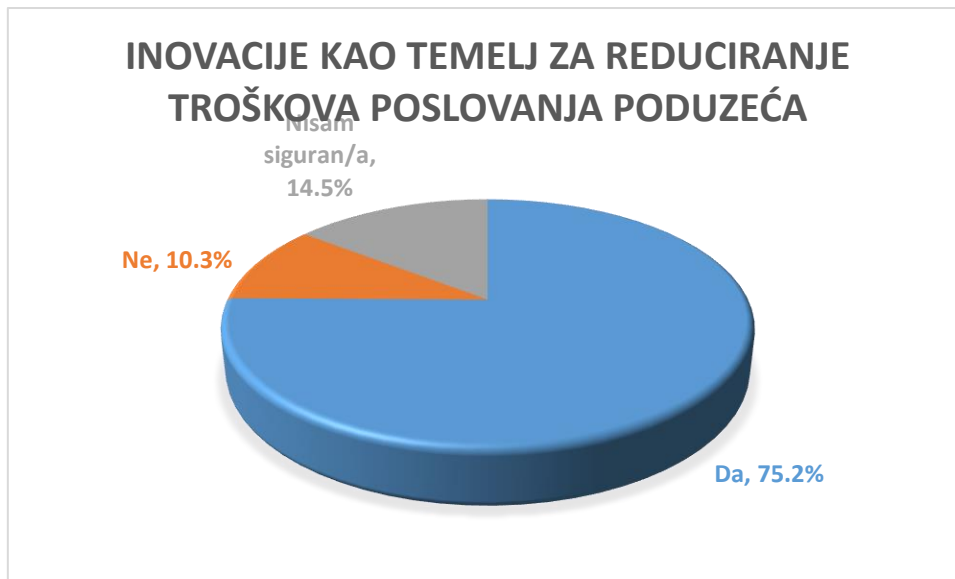


Grafikon 8: Mišljenje ispitanika o inovacijama kao temelju za diferenciranje poduzeća u odnosu na konkurente

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Na dvanaesto pitanje odgovorili su svi ispitanici te su njihovi odgovori prikazani na grafikonu 8. Pritom 81,4% ispitanika smatra da su inovacije temelj za diferenciranje poduzeća (a što je vidljivo kroz privlačenje novih kupaca) u odnosu na druga poduzeća koja proizvode isti proizvod ili pružaju istovjetne usluge. 6,2% ispitanika smatra da inovacije nisu temelj za diferenciranje poduzeća, dok 9,7% ispitanika nije sigurno. Vidljivo je da većina ispitanika smatra da su inovacije temelj za diferenciranje poduzeća.

Ukoliko određeno poduzeće primjenjuje inovaciju koja se odnosi na poboljšanje poslovnog procesa, a što mu ujedno omogućava smanjivanje troškova poslovanja, za očekivati je da će to poduzeće moći identičan proizvod ponuditi po nižim cijenama na tržištu u odnosu na njegove izravne konkurente. Budući da veliki dio kupaca danas pretežito prilikom donošenja odluke o kupnji razmatra cijenu proizvoda, na ovaj način poduzeće može privući nove kupce te povećati svoj tržišni udio, a što u konačnici može dovesti do povećanja prihoda te profita. Inovacije mogu biti vrlo različite te ponekad inovacije zaintrigiraju kupce da kupe neki novi proizvod, a u konačnici, ukoliko je proizvod prihvatljiv, kupci ga nastave kupovati i koristiti.



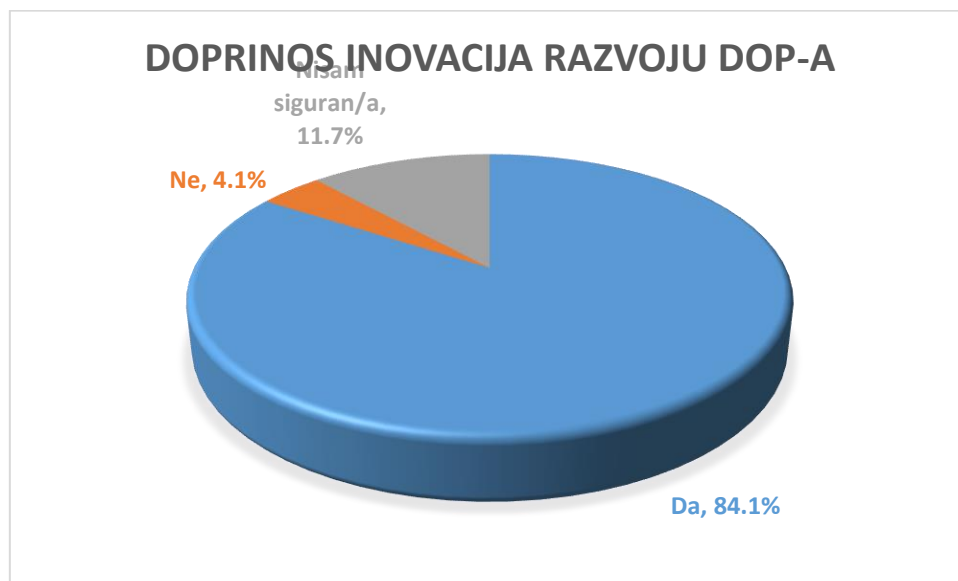
Grafikon 9: Mišljenje ispitanika o inovacijama kao temelju za reduciranje troškova poslovanja poduzeća

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Na trinaesto pitanje odgovorili su svi ispitanici te su njihovi odgovori prikazani na grafikonu 9. Pritom 75,2% ispitanika smatra da su inovacije temelj za reduciranje troškova poslovanja poduzeća, a što u konačnici vodi poboljšanju profitabilnosti poduzeća. 10,3% ispitanika smatra da inovacije ne mogu biti temelj za reduciranje troškova poslovanja poduzeća dok 14,5% ispitanika nije sigurno. Iako $\frac{3}{4}$ ispitanika smatra da su inovacije temelj za reduciranje troškova, u odnosu na prethodno pitanje, moguće je uočiti da veći broj ispitanika smatra da su inovacije temelj za razvoj konkurentskih prednosti u odnosu na broj ispitanika koji smatra da su inovacije temelj za reduciranje troškova poslovanja.

Kao što je već prethodno istaknuto, poboljšanje poslovnih procesa može doprinijeti smanjivanju troškova poslovanja u vidu manje potrebnih sirovina za proizvodnju određenog proizvoda, inovacije kada je riječ o praćenju zaliha omogućavaju smanjivanje troškova zaliha sirovina i materijala, ali i troškove zaliha gotovih proizvoda, smanjuje se mogućnost nastanka kalamiteta, kvara, rastepa i loma koji mogu uzrokovati nastanak značajnih troškova u poslovanju poduzeća. Pritom, kada je riječ o uslužnim djelatnostima, inovacije koje se odnose na poslovne procese mogu utjecati na smanjivanje izdataka za plaće koji su jedni od najznačajnijih izdataka. Inovacije koje su doprinijele razvoju online trgovine (zanemari li se značajan utjecaj COVID-19 tijekom 2020. godine) poboljšale su mogućnosti poslovanja poduzeća te na taj način

određeno poduzeće može svoje proizvode nuditi na globalnoj razini, a uz minimalne troškove budući da više nema potrebu otvarati fizičke poslovnice te zapošljavati prodavače u istima.



Grafikon 10: Doprinos inovacija poboljšanju društvene odgovornosti poduzeća

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Na četrnaesto pitanje odgovorili su svi ispitanici te su njihovi odgovori prezentirani na grafikonu 10. 84,1% ispitanika smatra inovacije mogu doprinijeti poboljšanju društvene odgovornosti poduzeća (DOP-a) kroz stvaranja pozitivnog ili smanjivanje negativnog utjecaja na okoliš i sl. 4,1% ispitanika smatra da inovacije ne doprinose poboljšanju DOP-a, dok 11,7% ispitanika nije sigurno.

Društveno odgovorno poslovanje sve više se ističe kao potreba kada je riječ o svim poslovnim subjektima, budući da svi mogu manje ili više utjecati na očuvanje okoliša. Uzme li se na primjer smanjenje potrošnje energenata, vode, papira i sl. potrošnih materijala pa sve do smanjenja potrošnje sirovina u procesu proizvodnje, a čemu uvelike može doprinijeti primjena aditivnih tehnologija u procesu proizvodnje, poduzeća uvelike mogu doprinijeti očuvanju okoliša. Pritom je nužno naglasak staviti i na načela kružne ekonomije te na poslovanje koje će maksimizirati profitabilnost, ali uz istodobno očuvanje prirodnih resursa kako bi i buduće generacije mogle koristiti prirodne resurse koji su raspoloživi danas. Osim okolišne dimenzije, DOP je vrlo bitan kada je riječ o odnosu poduzeća prema njegovim dionicima te je iz tog razloga nužno posebnu pozornost posvetiti dionicima, a posebice zaposlenicima te stanovništvu koje stanuje u okolici poduzeća kako poslovanje poduzeća ne bi narušilo njihovu kvalitetu života, a

čemu svakako mogu doprinijeti inovacije u obliku različitih filtera za otpadne vode, plinove, inovacije kojima je cilj poboljšanje zaštite na radu i sl.



Grafikon 11: Mišljenje ispitanika o tome može li ulaganje u inovacije poboljšati poslovnu uspješnost poduzeća

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Na petnaesto pitanje odgovorili su svi ispitanici te su odgovori na ovo pitanje prikazani na grafikonu 11. Pritom 84,1% ispitanika smatra da poduzeća koja investiraju u razvoj novih inovacija imaju veću mogućnost uspjeha. 4,1% ispitanika smatra da ulaganje u inovacije ne može imati utjecaj na poslovnu uspješnost, dok 11,7% ispitanika nije sigurno. Nužno je uzeti u obzir da investiranje u inovacije nipošto nije jeftino, ali u konačnici, ukoliko određena inovacija poduzeću omogući pridobivanje novih kupaca i poboljšanje prodaje, smanjivanje troškova poslovanja ili neku drugu dobrobit, ulaganje u inovacije je poželjno. Povećanje prihoda ili pak smanjivanje troškova koje nastaje kao posljedica implementacije određene inovacije u poslovanju uvelike može utjecati na poboljšanje poslovne uspješnosti poduzeća, zbog čega bi bilo poželjno da sva poduzeća ulažu u razvoj inovacija, neovisno o veličini poduzeća, djelatnosti u kojoj posluju ili o nekim drugim karakteristikama. Pa čak, kada je riječ o monopolistima ili oligopolistima na tržištu, poželjno bi bilo ulaganje u inovacije s ciljem postizanja dobrobiti koje se ogledaju kroz DOP i sl.

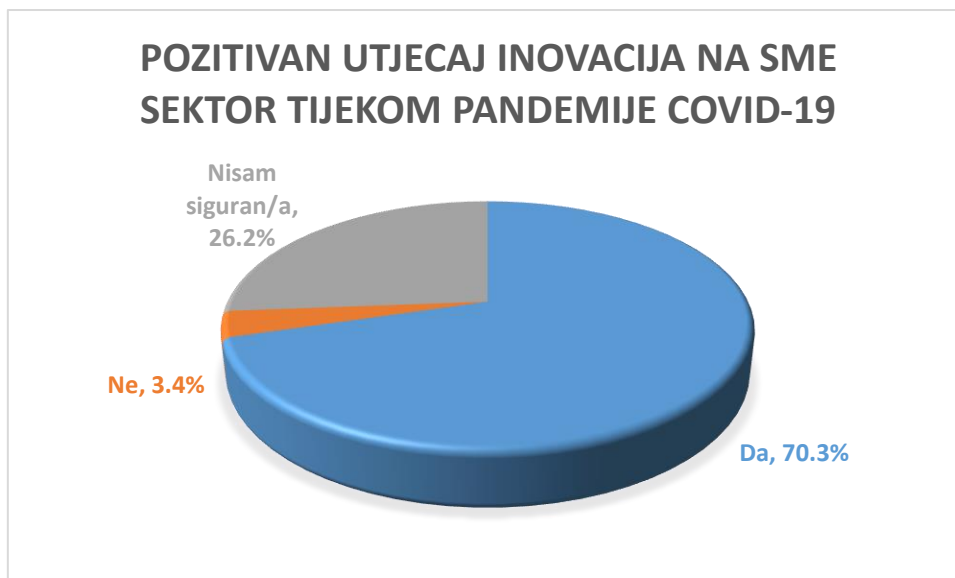


Grafikon 12: Mišljenje ispitanika o inovacijama kao temelju opstanka poduzeća tijekom kriznih razdoblja

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Na šesnaesto pitanje odgovorili su svi ispitanici te su njihovi odgovori prikazani na grafikonu 12. 77,9% ispitanika smatra da poduzeća koja investiraju sredstva u razvoj novih inovacija imaju veće mogućnosti opstanka tijekom kriznih razdoblja kao što je npr. razdoblje trenutno aktualne pandemije koja je negativno utjecala na brojne gospodarske sektore. 3,4% ispitanika smatra da inovacije ne mogu pomoći poduzećima da opstanu na tržištu za vrijeme kriznih razdoblja, dok 18,6% ispitanika nije sigurno.

Za pretpostaviti je da inovacije, bilo da je riječ o inovacijama koje se implementiraju u poslovni proces imaju potencijal spašavanja poduzeća od propasti tijekom kriznih razdoblja budući da istodobno dolazi do smanjivanja prihoda i rashoda poduzeća, odnosno racionalnije se koriste resursi kojima poduzeće raspolaže. Poseban potencijal imaju inovacije koje se temelje na razvoju novih proizvoda i usluga, a koje mogu diferencirati poslovanje poduzeća te ga pritom prilagoditi trenutnim potrebama na tržištu. Ali, s druge strane, bitno je naglasiti da utjecaj investicija uvelike ovisi o karakteristikama poduzeća te o specifičnostima gospodarske grane u kojoj poduzeće posluje budući da nije ni približno jednak utjecaj na poduzeća koja posluju u prehrambenoj industriji ili pak u industriji prerade naftnih derivata i sl.



Grafikon 13: Mišljenje ispitanika o kreiranju pozitivnog utjecaja ulaganja u inovacija na SME sektor tijekom pandemije COVID-19

Izvor: Izrada autora prema rezultatima provedenog istraživanja

Na sedamnaesto pitanje odgovorili su svi ispitanici te su njihovi odgovori prikazani na grafikonu 13. Pritom 70,3% ispitanika smatra da ulaganje u razvoj inovacija može imati pozitivan utjecaj na SME sektor u RH tijekom trajanja pandemije COVID-19. 3,4% ispitanika smatra da inovacije ne mogu imati pozitivan utjecaj na SME sektor tijekom trajanja pandemije te 26,2% ispitanika nije sigurno.

Kao i kada je riječ o prethodnom pitanju, nužno je naglasiti da inovacije mogu različito djelovati na SME sektor te na velika poduzeća, ali da utjecaj različito djeluje ovisno o karakteristikama poduzeća te gospodarske grane u kojoj poduzeće djeluje. Kada je riječ o SME sektoru, inovacije mogu djelovati na način da djeluju vrlo stimulatивно na poslovanje poduzeća, čak i za vrijeme pandemije COVID-19, s druge strane, utjecaj inovacija može i izostati ako je riječ o djelatnosti u kojoj je poduzeću djelomično ili u potpunosti onemogućeno djelovanje tijekom pandemije, zbog čega pandemija nosi brojne specifičnosti za poslovanje poduzeća prema kojima se uvelike razlikuje u odnosu na druga krizna razdoblja. Moguće je naglasiti da je pandemija sama po sebi donijela pozitivan utjecaj na poslovanje određenih poduzeća (npr. poduzeća koja prodaju medicinsku opremu), bez ikakvog utjecaja inovacija, dok je za neka druga poduzeća pandemija potencijalno donijela rizik za poslovanje, a koji može dovesti do propasti poduzeća (npr. turističke agencije).

U osamnaestom pitanju ispitanici su zamoljeni da obrazlože svoj odgovor na sedamnaesto pitanje, odnosno smatraju li da inovacije mogu imati pozitivan utjecaj na SME sektor tijekom trajanja pandemije COVID-19. Na ovo pitanje odgovorilo je 53 ispitanika te se kao neki od odgovora koje su dali mogu istaknuti:

- Potrebno je ulagati u razvoj inovacija kako bi se pronašla nova rješenja i spriječile daljnje krizne situacije tijekom, ali i nakon pandemije;
- Jedino inovativne tvrtke opstaju tijekom krize;
- Inovacije su posebno bitne u kriznim razdobljima jer imaju sposobnost doskočiti novonastalim problemima;
- Ulaganje u inovacije može biti novi korak u osnaživanju konkurentske pozicije na tržištu te zauzimanje većeg dijela tržišta;
- Zato što je u pandemiji potrošačima ili korisnicima te državi potrebno nešto novo;
- Inovacije otvaraju mogućnost novih poslova koji se lakše mogu izvršavati i pod epidemiološkim mjerama;
- Ulaganjem u inovacije otvara se mogućnost pružanja novih usluga i samim time povećanje konkurentnosti;
- Svako ulaganje ima pozitivan utjecaj na razvoj, a to posebno dolazi do izražaja za vrijeme pandemije;
- COVID-19 nas je naučio da gospodarstvo u izvanrednim situacijama može opstati isključivo brзом prilagodbom koja polazi od inovacija;
- Na primjeru aktualne pandemije kada sva gospodarstva svijeta trpe gubitke, inovacije za poboljšanje poslovanja, a pogotovo one inovacije koje mogu garantirati profitabilnost i normalan rad u takvim okolnostima definitivno mogu imati pozitivan utjecaj jer su rađene za takva „abnormalna“ stanja. Tako da smatram da inovacije mogu imati pozitivan utjecaj na sve, a ne samo SME;
- Nisam sigurna zbog trenutne globalne pandemije (vidljivo je da ovaj ispitanik s oprezom pristupa procjeni utjecaja inovacija na SME, odnosno uzima u obzir nepredvidivost utjecaja trenutačno aktualne pandemije koja je po brojnim karakteristikama vrlo specifična);
- Smatram iz razloga što upravo u periodu ovakvih situacija kao što je trenutna pandemija, inovacije mogu napraviti razliku i poboljšati SME sektor;
- Uvijek je dobro ulagati u inovacije i time održavati poslovni razvoj na visokoj razini;
- Uvijek je dobro ulagati u inovacije i time održavati poslovni razvoj na visokoj razini;

- Trenutnu krizu najbolje će prebroditi poduzeća koja će svoje napore ulagati u razvoj. Trenutno stanje zahtijeva dostupnija i bolja rješenja, a ne stagnaciju.
- Budući da je pandemija COVID-19 izazov koji treba prevladati u poslovanju, potrebno je smisliti načine na borbe protiv iste. Kreativna rješenja i inovacije svakako su jedan od načina iznalaženja rješenja;
- Nisam sigurna kako bi se tržište ponašalo u ovom nepredvidljivom razdoblju (očigledno je da je ova osoba odgovorila sa NE ili NISAM SIGURAN/A, a iz razloga što prepoznaje da je kriza koju je uzrokovala pandemija vrlo nepredvidiva te da ovisi o velikom broju čimbenika, od kojih je svakako najizraženiji čimbenik sama pandemija koja može dovesti do velikog broja zaraženih, smrtnih slučajeva, do zatvaranja država i sl.);
- I da i ne, ovisno o koje obliku inovacije je riječ (moguće je zaključiti da i ova osoba ne smatra da će inovacije doprinijeti opstanku poduzeća tijekom aktualne pandemije budući da prepoznaje da određene inovacije nikako ne mogu dovesti do uspjeha u trenutačnoj situaciji, a što se izravno može povezati s brojnim ograničenjima koja su u primjeni zbog posljedica djelovanja pandemije);
- Prije ili kasnije pandemija će završiti. Potrebne su nam inovacije kada se države krenu otvarati, a ljudi trošiti više s ciljem zaštite tržišta od neželjenih pojava koje mogu nastati kao posljedica povećane potrošnje;
- Smatram da inovacije mogu imati pozitivan utjecaj na SME sektor, posebno za vrijeme trajanja pandemije iz razloga što inovacijama mogu unaprijediti svoje poslovanje i povezati se sa svojim korisnicima na nekoj novoj razini ili sa novim proizvodima i uslugama;
- Bez obzira na cjelokupnu situaciju s pandemijom, smatram da je od ključne važnosti da se nastavi ulaganje u inovacije kako bi se ekonomija što brže pokrenula i vratila na stanje prije pandemije, bez obzira na njen završetak;
- Inovacije mogu donijeti nove mogućnosti za poduzeća, pogotovo u razdobljima krize;
- Kroz inovacije postiže se bolja prilagodba nastaloj situaciji;
- Bez odluke nacionalnog Stožera civilne zaštite da se nešto mijenja, nitko se ne usudio nešto raditi da ne bi dobio kaznu (ovo je primjenjivo samo za određene djelatnosti na koje se primjenjuju ograničenja, a koja su izravno poveziva s potrebom stvaranja socijalne distance, zbog čega je ovaj odgovor nužno uzeti s rezervom);

- Pojava pandemije uzrokovala je promjene trendova te je potrebno što prije početi s ulaganjima u razvoj inovacija;
- Poduzeća se mogu izdvojiti u odnosu na konkurente i time si osigurati rast;
- Kod nas je malo specifična situacija na svaki mogući način, ali inovacije otvaraju nove mogućnosti;
- Inovacijama dolazimo do novih načina i razvoja poslovanja. Koliko je bitno biti inovativan upravo se može vidjeti na primjeru globalne pandemije uzrokovane virusom COVID-19. Mali subjekti koji su prilagodili svoje poslovanje novim okolnostima uspjele su stvoriti dodanu vrijednosti, ali i istaknuti se u odnosu na konkurenciju što je u konačnici rezultiralo pozitivnim utjecajem na tijek poslovanja i „spašavanje“ subjekata, tj. businessa;
- Nisam sigurna, jer ovo je bila nova situacija dosada, ali vrijeme će pokazati da j ulaganje u inovacije ima pozitivan utjecaj (moguće je uočiti da ova osoba nije sigurna u utjecaj inovacija te da ujedno prepoznaje specifičnosti trenutačne situacije, ali da ostavlja otvorenu mogućnost kreiranja pozitivnog utjecaja inovacija na poduzeća za vrijeme COVID-19, a što će svakako ovisiti o brojnim čimbenicima, od kojih na većinu poduzeća nemaju nikakav utjecaj);
- Zbog poboljšanja života i životnih standarda (moguće je uočiti da ovaj ispitanik prepoznaje jedan od temeljnih poticaja za razvoj inovacija, odnosno poboljšanje životnog standarda pojedinaca, a pritom poboljšanje životnog standarda može biti izravno npr. kroz povećanje dohotka ili neizravno kroz očuvanje okoliša i sl.);
- Utjecaj virusa mogao bi imati potencijalna prelijevanja na financijska tržišta, uz daljnje smanjeno povjerenje i smanjenje kredita (moguće je uočiti da ova osoba predviđa pomanjkanje financijskih sredstava potrebnih za financiranje inovacija u budućnosti);
- Inovacija, ako je dobro iskorištena, može biti izvrsno sredstvo poduzeća kojim se u trenutku promijenjenih okolnosti lakše prilagoditi nastalim situacijama.

Na temelju rezultata provedenog anketnog istraživanja moguće je zaključiti da većina ispitanika smatra da su inovacije vrlo poželjne s ciljem poticanja razvoja poslovnih subjekata, bilo da je riječ o razdobljima krize kao što je ova koju je uzrokovala trenutačno aktualna pandemija COVID-19 te neovisno o veličini poslovnog subjekta. S druge strane, određene specifičnosti poslovanja poslovnog subjekta kao što je način upravljanja istim ili pak karakteristike djelatnosti u kojoj poduzeće posluje mogu imati značajniji utjecaj na samo poduzeće te ponekad

može doći do situacije da se značajna sredstva ulože u razvoj inovacije, a da u konačnici ta inovacija ne dovede do željenih rezultata, odnosno do ostvarivanja ušteda u poslovanju ili širenja poslovanja.

Ono što je vrlo bitno je sama činjenica da se gotovo svi ispitanici slažu da inovacije mogu imati značajan utjecaj na razvoj gospodarstva RH. Ovo ukazuje na činjenicu da je nužno iskoristiti intelektualni kapital na području RH, a kako bi se u konačnici poboljšalo poslovanje poduzeća, konkurentnost nacionalnog gospodarstva, ali je svakako potrebno poseban naglasak staviti na inovacije koje potiču poboljšanje životnog standarda građana te na inovacije koje je potrebno implementirati u poslovanje s ciljem zaštite okoliša. Razvoju inovacija može doprinijeti SME sektor kao vrlo bitan sektor u kojem je zaposlen veliki broj pojedinaca, a riječ je o značajno većem broju poslovnih subjekata u odnosu na velika poduzeća. Istodobno, riječ je najčešće o mikro i malim poslovnim subjektima u kojima je donošenje poslovnih odluka te implementacija istih vrlo jednostavna, a što omogućava brže djelovanje na tržištu i prilagođavanje nastalim promjenama na tržištu ili sl.

5. ZAKLJUČAK

Inovacije su temelj razvoja svakog gospodarstva pa tako i onog u RH. Pritom može biti riječ o različitim oblicima inovacija, od kojih se najčešće ističu inovacije proizvoda, usluga i poslovnog procesa. Neovisno o kojem tipu inovacija je riječ, one se implementiraju u poslovanje poduzeća te komercijaliziraju ponajprije s ciljem ostvarivanja konkurentskih prednosti poduzeća kroz pridobivanje novih kupaca, povećanje tržišnog udjela i sl., te zbog smanjivanja troškova poslovanja i povećanja prihoda, a što konačnici vodi povećanju profitabilnosti.

U empirijskom dijelu ovog rada prikazani su rezultati istraživanja koje je provedeno na uzorku studenata Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. Na anketni upitnik odgovorilo je 145 ispitanika, odnosno u većem dijelu ispitanica u odnosu na ispitanike. Primarno je riječ o osobama starosti od 21 do 30 godina, dok su u manjem dijelu zastupljene i ostale dobne skupine. 95,9% ispitanika upoznato je s pojmom inovacija, zbog čega je moguće zaključiti da su gotovo svi ispitanici upoznati s ovim pojmom, a što je temeljni preduvjet da bi daljnji odgovori bili prihvatljivi. S druge strane, kada je riječ o razlikama pojmova inovacija i izum, samo 75,2% ispitanika razlikuje ova dva pojma, a što ujedno ukazuje na činjenicu da je potrebno bolje educiranje kako ispitanika, ali i opće populacije s ciljem razlikovanja ova dva pojma, a što je potrebno svim postojećim, ali i budućim poduzetnicima.

97,9% ispitanika smatra da inovacije mogu imati značajan utjecaj na razvoj gospodarstva RH, a što ukazuje na činjenicu da se bar dio ispitanika u praksi uvjerio u značaj investicija u gospodarstvu. Inovacije osim samog utjecaja na gospodarstvo, odnosno na same poslovne subjekte mogu imati multiplikativan utjecaj na sve dionike poduzeća, počevši od zaposlenika, a time u konačnici i društva u cijelosti, a u ovisnosti o specifičnostima određenih inovacija, veliki dio njih ima pozitivan utjecaj na okoliš, a što će se u konačnici uvelike odraziti na kvalitetu života svakog pojedinca. S druge strane, samo 66,9% pojedinaca smatra da je SME sektor jedan od temelja razvoja gospodarstva RH, a što se izravno može povezati s činjenicom da iako ovaj sektor čini veliki broj poslovnih subjekata, veliki poslovni subjekti zapošljavaju veći broj zaposlenika te ostvaruju veće prihode.

95,2% pojedinaca smatra da je nužno poticati razvoj novih inovacija, pritom su razlozi mnogobrojni, ali se primarno spominju razlozi koji se temelje na poboljšanju kvalitete života pojedinaca, očuvanje okoliša, razvoj konkurentskih prednosti poduzeća, njegovo diferenciranje u odnosu na konkurente, prilagođavanje promjenama na tržištu, privlačenje novih kupaca, a što vodi povećanju tržišnog udjela poduzeća i sl. Srednja ocjena 4,34 pokazuje da ispitanici većinom teže slaganju s tvrdnjom da su inovacije ključne za razvoj novih tehnologija, a što je ujedno najviša srednja ocjena kada je riječ o tvrdnjama kod kojih se tražilo da ispitanici iznesu svoje mišljenje. Najniža srednja ocjena je 3,98 koja se odnosi na tvrdnju da su inovacije temelj samozapošljavanja i otvaranja novih poslovnih subjekata, što ukazuje na to da ispitanici teže slaganju s ovom tvrdnjom, ali ipak u manjem intenzitetu u odnosu na prethodnu tvrdnju.

89% ispitanika smatra da su inovacije temelj za razvoj konkurentskih prednosti. Ovo se posebice ističe kada je riječ o SME sektoru i proizvodnji u malim serijama te pružanju vrlo specifičnih usluga. Pritom, ukoliko poduzeće u poslovanju primjenjuje određenu inovaciju, bilo da je riječ o inovaciji koja se odnosi na poslovni proces ili inovaciji koja se odnosi na proizvod ili uslugu, moguće je ostvariti pozitivan utjecaj na poslovanje poduzeća. Pritom 84,1% ispitanika smatra da su inovacije temelj za diferenciranje poslovanja poduzeća u odnosu na njegove konkurente. 75,2% ispitanika smatra da su inovacije temelj za reduciranje troškova, pritom reduciranje troškova može nastati ponajprije kao posljedica implementacije inovacija u poslovnom procesu, a što u konačnici vodi smanjivanju troškova poslovanja. Kada je riječ o ovom tipu inovacija, nužno je uzeti u obzir i etičku dimenziju, budući da se kod većine poduzeća najveći dio troškova odnosi na troškove zaposlenih, a u slučaju njihovog otpuštanja, moguće je da dođe do kontraefekta, odnosno, ukoliko pojedinci ne ostvaruju dohodak, nema osobe potrošnje, a što negativno utječe na poduzeća, a time i na BDP.

84,1% ispitanika smatra da inovacije mogu doprinijeti poboljšanju DOP-a zbog čega je svakako nužno staviti naglasak na inovacije kojima je cilj kreiranje pozitivnog utjecaja na društvo i okoliš (uz smanjivanje naglasaka na ekonomskoj dimenziji). 84,1% ispitanika smatra da poduzeća koja investiraju u inovacije imaju veću mogućnost uspjeha, a time se brže prilagođavaju promjenama na tržištu, a što je vrlo bitno budući da sva poduzeća posluju na vrlo promjenjivom tržištu. 77,9% ispitanika smatra da poduzeća koja ulažu u razvoj inovacija imaju veće mogućnosti kreiranja izlaza iz kriznih razdoblja u odnosu na ona poduzeća koja ne ulažu u razvoj investicija. Pritom 70,3% ispitanika smatra da investiranje u inovacije može imati pozitivan utjecaj na SME sektor tijekom pandemije COVID-19. U ovom slučaju veliki broj

ispitanika uzeo je u obzir činjenicu da je pandemija nepredvidiva te da vrlo različito djeluje na poduzeća u ovisnosti o njihovim karakteristikama ili karakteristikama djelatnosti u kojoj poduzeće posluje.

POPIS SLIKA

Slika 1: Proces razvoja inovacije	7
Slika 2: Osoblje za istraživanje i razvoj	10
Slika 3: Tipovi inovacija	12
Slika 4: Broj poslovnih subjekata u RH od 2015. do 2019. godine	19
Slika 5: Zaposlenost, prihodi te izvoz prema veličini poduzeća u 2018. i 2019. godini.....	21
Slika 6: Nautikbicikl.....	22
Slika 7: Guma sa grijačem za cestovna vozila	23
Slika 8: Stalak za salvete – grb Grada Rijeke	24

POPIS TABLICA

Tablica 1: Mišljenje ispitanika o inovacijama.....	38
--	----

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Ispitanici prema dobi	29
Grafikon 2: Upoznatost ispitanika sa pojmom inovacija	30
Grafikon 3: Diverzifikacija ispitanika prema tome razlikuju li pojmove inovacija i izum.....	31
Grafikon 4: Mišljenje studenata o potencijalnom utjecaju na razvoj gospodarstva RH	32
Grafikon 5: Mišljenje ispitanika o SME sektoru kao jednom od temelja za razvoj gospodarstva RH	33
Grafikon 6: Mišljenje ispitanika o nužnosti poticanja razvoja novih inovacija.....	36
Grafikon 7: Mišljenje ispitanika o inovacijama kao temelju za razvoj konkurentskih prednosti poduzeća.....	40
Grafikon 8: Mišljenje ispitanika o inovacijama kao temelju za diferenciranje poduzeća u odnosu na konkurente	41
Grafikon 9: Mišljenje ispitanika o inovacijama kao temelju za reduciranje troškova poslovanja poduzeća.....	42
Grafikon 10: Doprinos inovacija poboljšanju društvene odgovornosti poduzeća	43
Grafikon 11: Mišljenje ispitanika o tome može li ulaganje u inovacije poboljšati poslovnu uspješnost poduzeća	44

Grafikon 12: Mišljenje ispitanika o inovacijama kao temelju opstanka poduzeća tijekom kriznih razdoblja	45
Grafikon 13: Mišljenje ispitanika o kreiranju pozitivnog utjecaja ulaganja u inovacija na SME sektor tijekom pandemije COVID-19	46

LITERATURA

1. Alpeza, M. et al. (2020.), *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019*, Zagreb: CEPOR
2. Armit, R. E. (2004.), *The Role of Universities in Developing Canadian Silicon Valley*, Amsterdam: Elsevier, str. 203-222
3. Benlamri, R. i Sparer, M. (2017.), *Leadership, Innovation and Entrepreneurship as Driving Forces of the Global Economy*, Cham: Springer International Publishing Switzerland
4. Blečić, B. (2020.), *Životni ciklus inovacije*, preuzeto s <https://plaviured.hr/zivotni-ciklus-inovacije/>
5. Božić, Lj. (2005.), Multinacionalni modeli širenja inovacija, *Ekonomski pregled*, 56 (9) str. 671-683
6. Buntak, K., Droždek, I. i Čovran, L. (2015.), *Upravljanje razvojem proizvoda*, Technical journal, 9, 1, str. 104-111
7. DZIV (b.d.): *Intelektualnim vlasništvom do uspješnog poslovanja*, preuzeto s https://www.dziv.hr/files/File/publikacije/Minivodic_IV_ustpjesno_poslovanje.pdf
8. Europska komisija (2021.), *Mogućnosti financiranja za mala poduzeća*, preuzeto s https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-eu-funding-works/who-eligible-funding/funding-opportunities-small-businesses_hr
9. Funda, D., Rašić, K. i Funda, G. (b.d.), Inovacije – ključni čimbenik rasta i razvoja poduzećai pokretačka snaga nacionalne ekonomije, *Društvena i tehnička istraživanja*, str. 55-70, preuzeto s <https://www.ceps.edu.ba/Files/DIT/Godina%205%20Broj%201/5.pdf?ver=1>
10. Galob, B. (2009.), *Inovacija od ideje do tržišta*, Priručnik za stvaranje proizvoda, usluga i novih prihoda, Rijeka: Dragon d.o.o.
11. Galović, T. (2016.), *Uvod u inovativnost poduzeća*, Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci
12. Gregorić, M., Hegeduš, I. i Kolenko, K. (2018.), Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Hrvatske, *Obrazovanje za poduzetništvo*, Vol. 8, No. Special issue, str. 23-43
13. Hessman, T. M. (2014.), *Innovation: Why Startups work*, preuzeto s <https://www.industryweek.com/innovation/article/21964887/innovation-why-startups-work>

14. HGK (2021.), *Inovacije*, preuzeto s <https://www.hgk.hr/inovacije>
15. Info entrepreneurs (2021.), *Use innovation to grow your business*, preuzeto s <https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/use-innovation-to-grow-your-business/>
16. Johnson, S. (2010.), *Where good ideas come from*, New York, NY: Riverhead Books
17. Mandić, V. (2014.), *Metodologija za upravljanje inovacijama*, Kragujevac: WBCInno
18. Martin, L.R. i Osberg, S. (2009), *Socijalno poduzetništvo*, Čakovec: Autonomni centar – ACT
19. Mariotti, S. i Towle, T. (2010.), *Entrepreneurship, Owning Your Future*, New Jersey, NY: Prentice Hall
20. Narodne novine (2002.), *Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva*, Zagreb: Narodne novine d.d., br. 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16
21. Nikolić, G. (2018.), *Inovacije i izumi, danas i kroz povijest*, Zagreb: Tekstil: Časopis za tekstilnu i odjevnu tehnologiju, Vol. 67, No. 5-6, str. 139-145
22. Nowshide Kabir, M. (2019.), *Knowledge – Based Social Entrepreneurship*, New York, NY: Palgrave Macmillan
23. Ofir d.o.o. (2021.), *Crowdfunding*, preuzeto s <https://marketingiraj.me/crowdfunding/>
24. Ploh, M. (2017.), *Ograničenja i mogućnosti financiranja malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj*, Fip, volume 5, Number 1, str. 79-106
25. Radman, G. (2011.), *Inovativnost, ključ održive konkurentnosti*, Zagreb: VERN
26. Ries, E. (2011.), *The Lean Startup*, New York, NY: Crown Business
27. Središnji državni portal (2021.), *Zaštita intelektualnog vlasništva*, preuzeto s <https://gov.hr/hr/zastita-intelektualnog-vlasnistva/414>
28. Stanić, M. (2017.), *Inovacije i inovacijski proces*, preuzeto s http://www.efos.unios.hr/menadzment-novog-proizvoda/wp-content/uploads/sites/232/2013/04/MNO_02_inovacije-i-inovacijski-proces.pdf
29. Tkalec, Z. (2011.), *Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, Učenje za poduzetništvo*, str.35-43
30. Umihanić, B. i Smajlović, S. (2016.), *Inovacije i poduzetničke vještine*, nastavni materijali, preuzeto s http://ef.untz.ba/wp-content/uploads/2016/12/IiPV_-1.-Cjelovita-slika-modela-inovativnosti-od-A-do-F.pdf
31. Van der Pijl, P., Lokitz, J. i Solomon, L. K. (2016.), *Design a better business, new tools, skills, and mindset for strategy and innovation*, New Jersey, NJ: John Wiley and Sons, Inc.
32. Zagrebački inovacijski centar (2021.), *Poslovni anđeli*, preuzeto s <https://www.zicer.hr/Poduzetnicki-pojmovnik/Poslovni-andeli>

PRILOG: ANKETNI UPITNIK

Spol:

- Muški
- Ženski

Dob:

- Manje od 20 godina
- 21-30 godina
- 31-40 godina
- 41-50 godina
- Više od 51 godine

Jeste li upoznati s pojmom inovacija?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Razlikujete li pojmove inovacija i izum?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Smatrate li da inovacije mogu imati značajan utjecaj na razvoj gospodarstva Republike Hrvatske?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Smatrate li da je SME sektor jedan od temelja za razvoj gospodarstva u Republici Hrvatskoj?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Molimo obrazložite Vaš odgovor na prethodno pitanje.

Smatrate li da je nužno poticati razvoj novih inovacija?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Molimo obrazložite Vaš odgovor na prethodno pitanje.

Molimo da iznesete svoje mišljenje. Pritom odgovor 1 podrazumijeva da se u potpunosti ne slažete s navedenim, dok odgovor 5 podrazumijeva da se u potpunosti slažete s navedenim.

- Inovacije su temelj za razvoj novih proizvoda i usluga
- Inovacije su ključne za razvoj novih tehnologija
- Inovacije su bitne za razvoj novih proizvoda u svakom gospodarskom sektoru
- Inovacije su posebice bitne kada je riječ o ICT-u
- Inovacije omogućavaju razvoj malih poduzeća
- Inovacije su temelj za otvaranje novih gospodarskih subjekata te samozapošljavanje nezaposlenih pojedinaca
- Inovacije su ključne za razvoj malog poduzetništva u Republici Hrvatskoj
- Inovacije potiču osobni razvoj pojedinca te ga potiču na razvoj dodatnih inovacija

Smatrate li da su inovacije temelj razvijanja konkurentskih prednosti poduzeća?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Smatrate li da su inovacije temelj za diferenciranje poduzeća (a što je vidljivo kroz privlačenje novih kupaca) u odnosu na druga poduzeća koja proizvode isti proizvod ili pružaju istovjetne usluge?

- Da

- Ne
- Nisam siguran/a

Smatrate li da su inovacije temelj za reduciranje troškova poslovanja poduzeća, a što u konačnici vodi poboljšanju profitabilnosti poduzeća?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Smatrate li da inovacije uz smanjivanje troškova poslovanja mogu doprinijeti poboljšanju društvene odgovornosti poduzeća (kroz stvaranje pozitivnog ili smanjivanje negativnog utjecaja na okoliš i sl.)?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Smatrate li da poduzeća koja investiraju sredstva u razvoj novih inovacija imaju veće mogućnosti uspjeha?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Smatrate li da poduzeća koja investiraju sredstva u razvoj novih inovacija imaju veće mogućnosti opstanka tijekom kriznih razdoblja kao što je npr. razdoblje trenutačno aktualne pandemije koja je negativno utjecala na brojne gospodarske sektore?

- Da
- Ne
- Nisam siguran/a

Smatrate li da ulaganje u razvoj inovacija može imati pozitivan utjecaj na SME sektor u Republici Hrvatskoj tijekom trajanja pandemije COVID-19?

- Da
- Ne

- Nisam siguran/a

Molimo obrazložite Vaš odgovor na prethodno pitanje.
