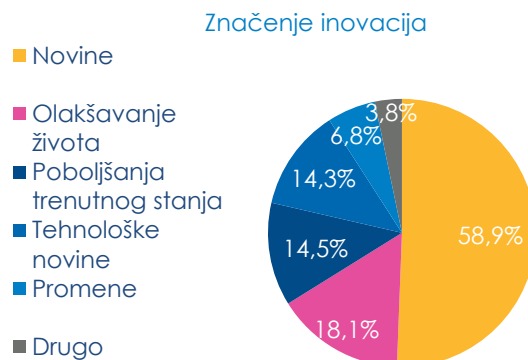


Stavovi građana o inovacionom ekosistemu i uslovima za uvođenje visokotehnoloških rešenja u poslovanje

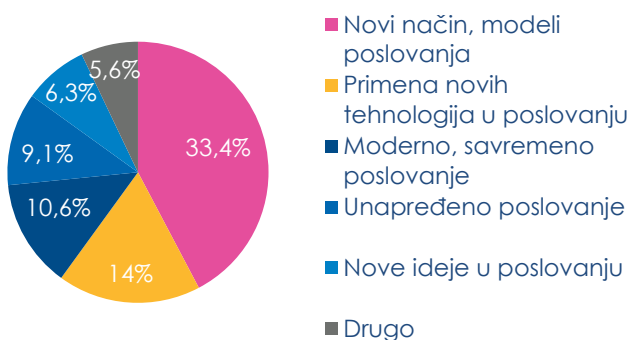
Istraživanje je sprovedeno u okviru projekta StarTech koji realizuje NALED u saradnji sa Vladom Republike Srbije i uz podršku kompanije Philip Morris International. Nalazi su dobijeni primenom kombinovane metodologije prikupljanja podataka online i putem telefonske ankete.

Iako su inovacija i inovativno poslovanje reči koje se često mogu čuti, **stiče se utisak da građani ne razumeju ove pojmove**: značenje koje im pridaju drugačije je od onoga što ti pojmovi zaista i znače. Više od polovine građana izjednačava pojam inovacija sa novinama (58,9%), a određeni procenat građana (14,5%) pojam inovacija specifičnije, poistovećuje sa **tehnološkim novinama**.



Inovacije građani **ne vezuju nužno za određene delatnosti**, ali se za neke vezuju više, kao što su informisanje i komunikacija (80,6%), stručne i naučne delatnosti (78,6%), dok ih **najmanje vezuju za uslužne delatnosti (20,4%)**

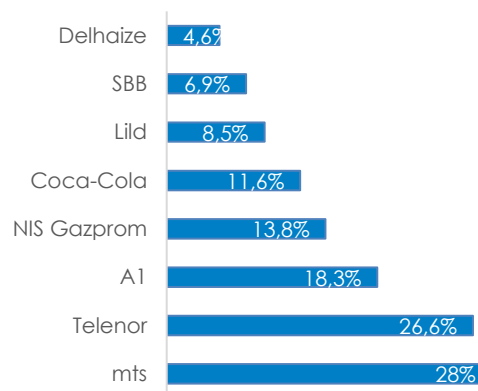
Značenje inovativnog poslovanja



Među inovativnim kompanijama, građani u najvećoj meri prepoznaju **telekomunikacione kompanije, dok su na drugom mestu kompanije iz prehrambene industrije, a za njima i preduzeća iz naftne industrije**. Kao najznačajnije inovativne proizvode navode **eUpravu (4,8%)**, čije usluge su trenutno aktuelne (zakazivanje vakcinacije, upis u vrtić), kao i **elektronsko bankarstvo (4%)**, zatim inovacije u vidu **mobitnih telefona (3,6%)**.

Inovativno poslovanje je za većinu građana (33,4%) poslovanje koje se **oslanja na nove načine i modele poslovanja**, što posebno prepoznaje mlađa populacija. S obzirom na značaj tehnologija, ne čudi i da je za 14% građana inovativno poslovanje ono koje obuhvata primenu novih tehnologija.

Inovativne kompanije



Građani su više uvereni u pozitivne strane inovacija, što se najviše odnosi na **unapređenje kvaliteta usluga/proizvoda (48,8%)**, a manje na povećanje otuđenosti među ljudima (19%).

Pri izboru proizvoda, **inovativnost nije nužno razlog da se građani zainteresuju za neki proizvod, ali smatraju da je dobar znak da proizvođač želi da unapredi kvalitet proizvoda**, bude efikasniji i poveća zadovoljstvo kupca. Građani su prilično podeljeni po pitanju inovativnosti kompanija – dok **45,6% smatra da je većina inovativna**, 54,4% građana misli da kompanije koje posluju na našem tržištu nisu inovativne.

Značenje digitalne transformacije



Većina građana pod pojmom digitalne transformacije podrazumeva **prelazak sa analognog na digitalno poslovanje (17,1%)**, dok više od polovine (56,3%) misli da većina kompanija koje posluju na našem tržištu **koriste ili uvode digitalno-tehnološka rešenja**.

Digitalno-tehnološka rešenja u firmama

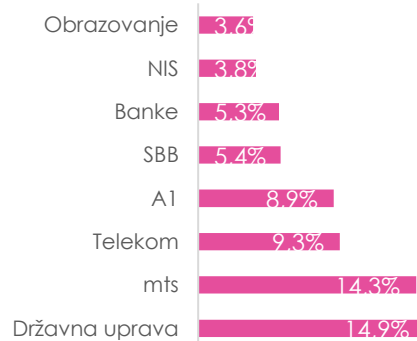


Skoro **40% građana ne zna da navede primer kompanije koja je prošla ili je u procesu digitalne transformacije**. Među najčešćim odgovorima je **državna uprava (14,9%)**, koja je više prepoznata od strane starijih građana (preko 45 godina), a manje od mlađe populacije (do 24 godine), dok su na drugom i trećem mestu telekomunikacione kompanije.

Više od 70% ispitanika smatra da su razlozi za uvođenje digitalno-tehnoloških rešenja kompanija **težnja za povećanjem produktivnosti i profita**, a nešto manje od 40% smatra da se to čini zbog unapređenja iskustva korisnika. **Mladi (62,9%) i stanovnici urbanih sredina (61,9%)** veruju da se digitalno-tehnološka rešenja koriste u većini preduzeća, dok su stanovnici ruralnih sredina (48,2%) i građani sa nižim nivoom obrazovanja (38%) skeptičniji prema ovom pitanju.

Kada je reč o upotrebi digitalno-tehnoloških rešenja **u kompanijama**, građani ih najčešće vezuju za **website (61,4%), društvene mreže (55%) i platforme za video komunikaciju (42,6%)**, a u manjoj meri za savremena tehnološka rešenja poput veštačke inteligencije – svega 18,1% i blockchain-a 10,9%. Razlog se može naći u podatku da su im prva rešenja bliža buduću da ih i sami koriste (77,4%).

Digitalno transformisane kompanije



© 2021 NALED Sva prava zadržana.

Ovaj dokument je pripremila Laboratorija inovativnih javnih politika NALED-a, u okviru StarTech projekta, uz podršku kompanije Philip Morris. Analize, tumačenja i zaključci izneti u ovom izveštaju ne moraju nužno odražavati stavove članova ili organa NALED-a. Svi naporu su učinjeni kako bi se osigurala pouzdanost, tačnost i ažurnost informacija iznetih u izveštaju. NALED ne prihvata bilo kakav oblik odgovornosti za eventualne greške sadržane u izveštaju ili nastalu štetu, finansijsku ili bilo koju drugu, proisteklu u vezi sa njenim korišćenjem. Korišćenje, kopiranje i distribucija sadržaja ovog izveštaja dozvoljena je isključivo u neprofitne svrhe i uz odgovarajuće naznačenje imena, odnosno priznavanje autorskih prava NALED-a. www.startech.org.rs.