



PHILIP MORRIS
OPERATIONS A.D. NIŠ



NALED

STAVOVI GRAĐANA

O INOVACIONOM EKOSISTEMU

startech.org.rs

STAVOVI GRAĐANA O INOVACIONOM EKOSISTEMU

Drugo godišnje istraživanje u okviru projekta StarTech koji realizuje NALED u saradnji sa Vladom Republike Srbije i uz podršku kompanije Philip Morris sprovedeno je na reprezentativnom uzorku od 800 građana tokom avgusta i septembra 2022. Nalazi su dobijeni primenom kombinovane metodologije – online metodom prikupljanja podataka i face-to-face anketom.

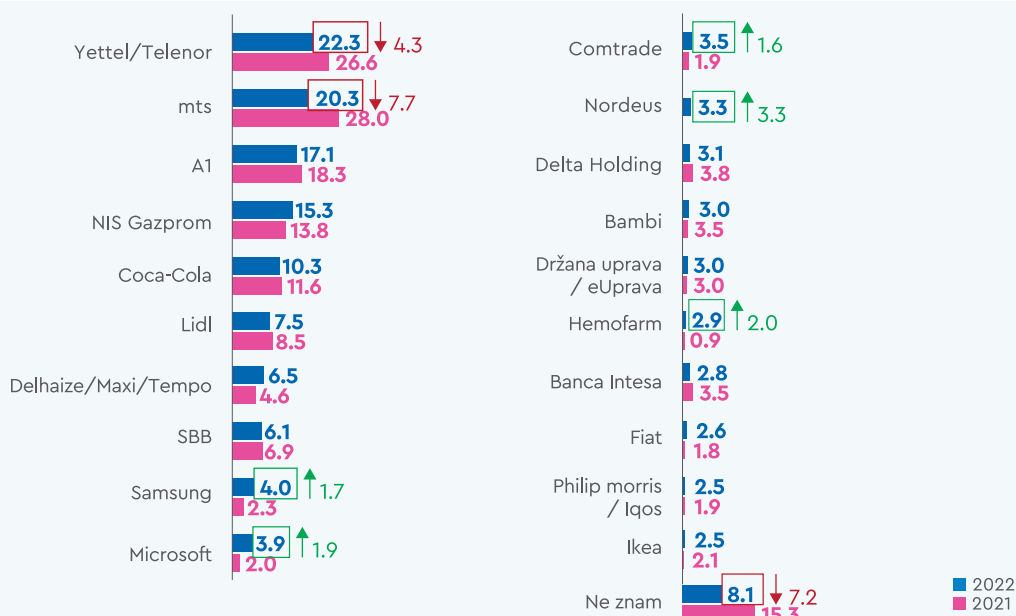
Za koje delatnosti vezujete inovativnost?



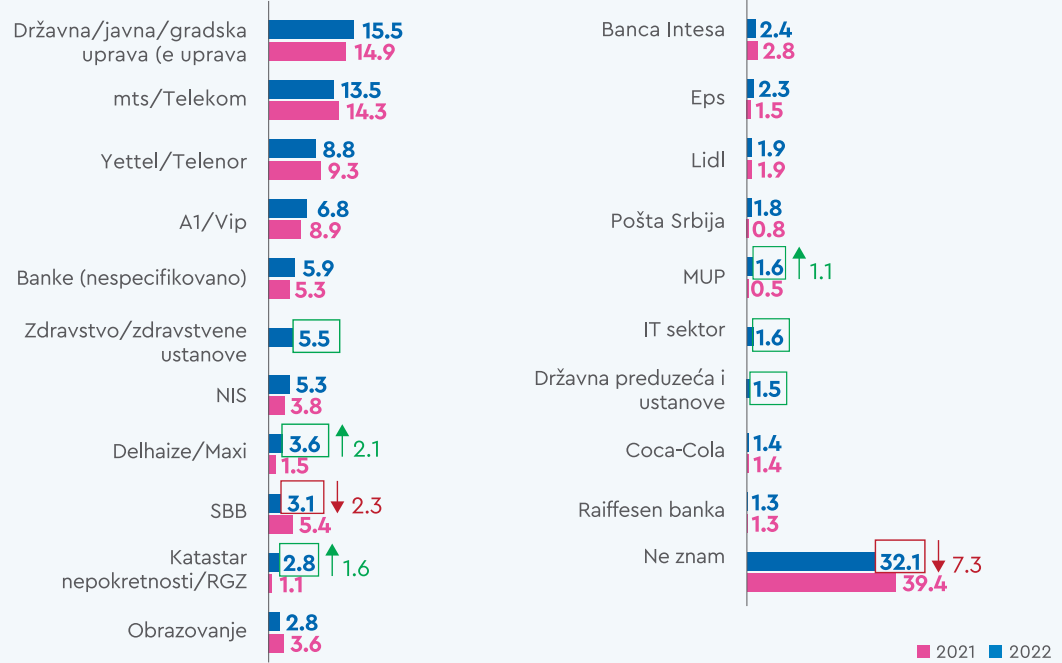
Građani inovativnost ne vezuju isključivo za jedno područje, već se percipira kao prisutna i moguća u različitim domenima. Dve grupe delatnosti se u upadljivo većoj meri asociraju sa inovativnošću – **stručne, naučne i tehničke delatnosti (54,8%)** i **informisanje i komunikacije (52,4%)**. U top tri odgovora je i obrazovanje, i to više kod žena (33%) nego muškaraca (24%). Kao i prošle godine, **inovativnost se najmanje povezuje sa trgovinom na veliko i malo**, uz popravku automobila.

Kada je reč o inovativnim kompanijama, uočljiv je isti obrazac kao i prethodne godine – **inovativnost se na tržištu u najvećoj meri vezuje za telekomunikacione kompanije**. IT kompanije pokazuju blago povećanje, a na listi top 20 inovativnih kompanija ove godine su se pojavile i neke nove – **Comtrade, Nordeus, Hemofarm, Fiat i Philip Morris/Iqos**. Osobe sa višim stepenom obrazovanja su pre kao inovativne izdvajale telekomunikacione i IT kompanije, dok su žene češće navodile trgovinske lance.

Inovativne srpske kompanije

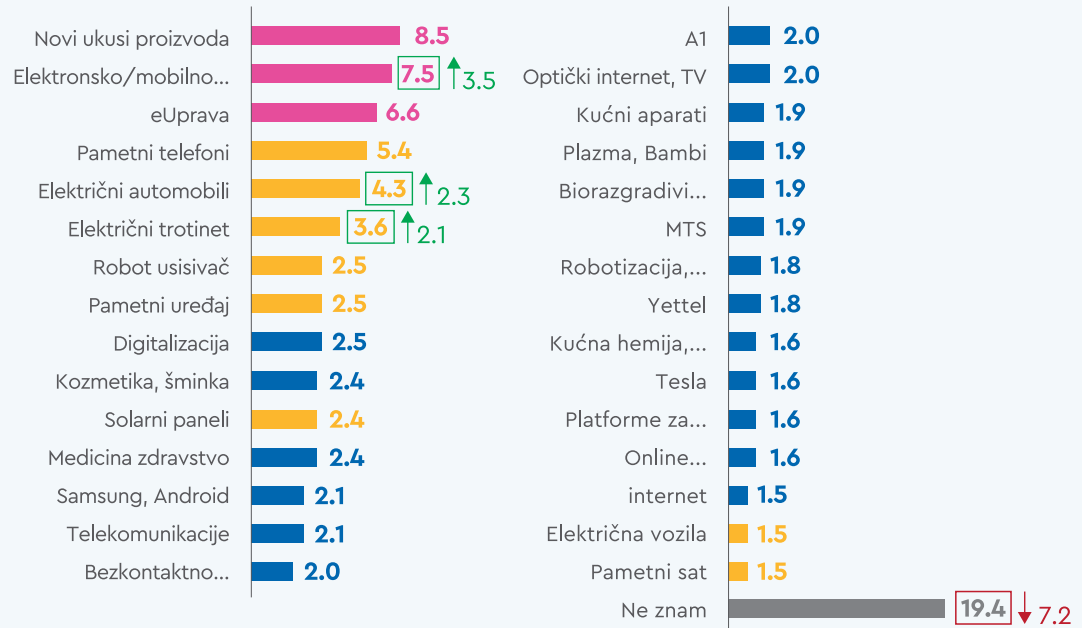


Da li znate neke kompanije koje su digitalno transformisane ili su u tom procesu?



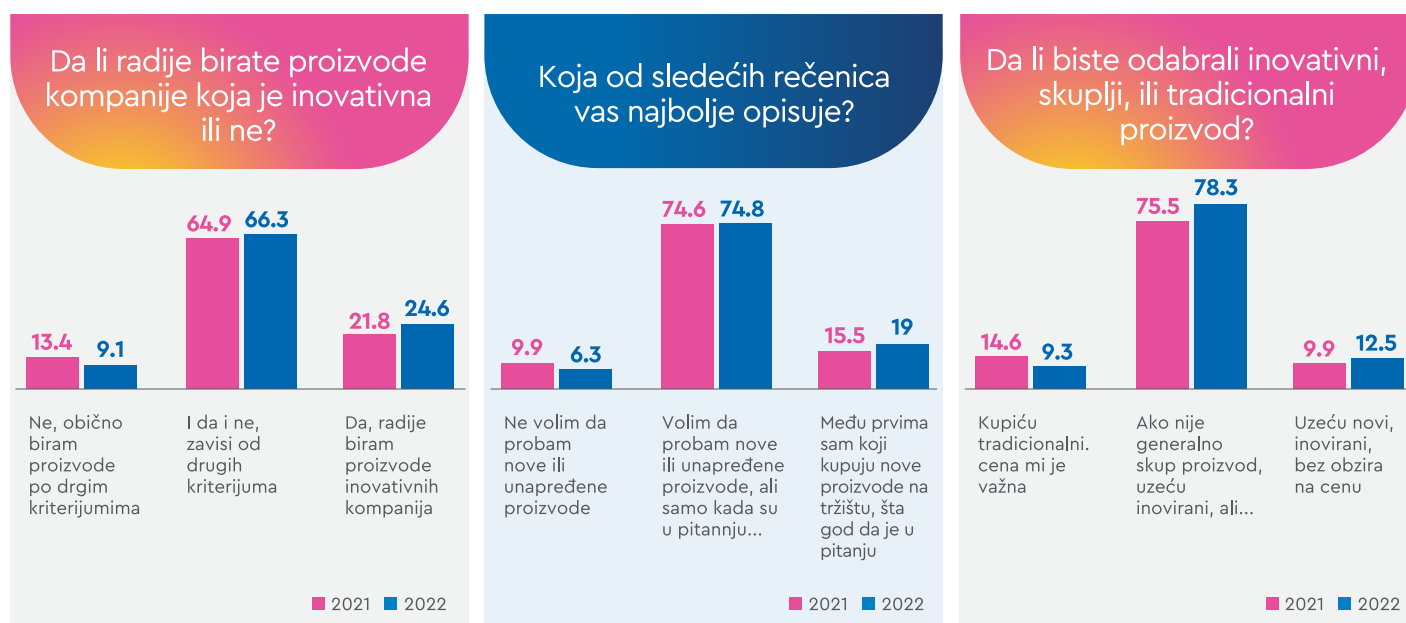
Blizu **trećine stanovništva nije u stanju da navede kompaniju koja je prošla ili je u procesu digitalne transformacije** što je manji procenat nego prethodne godine. Na vrhu liste se ponovo **našla e-uprava, praćena telekomunikacionim kompanijama**. Zanimljivo je da se među digitalno transformisanim kompanijama našao i zdravstveni sistem (6%), koji su nešto češće isticali stariji ispitanici.

Najznačajniji inovativni proizvodi



Različite kategorije proizvoda su se našle na listi najznačajnijih inovacija. Najviše odgovora se ticalo prehrambene industrije, gde su ističane **nove vrste/ukusi proizvoda (8,5%)**. Značajnim se smatraju i usluge elektronskog/mobilnog bankarstva (7,5) i eUprava (6,6%). Od specifičnih uređaja, ističu se **pametni telefoni (5,4%), električni automobili (4,3%) i trotineti (3,6%) i robot usisivač (2,5%)**.

Stavovi o efektima inovacija su prevashodno pozitivni, ali broj onih koji smatraju da inovacije doprinose podelama među ljudima (46%) i otuđenosti (44%) nije zanemarljiv. Pokazuje se blago **povećanje uverenosti u pozitivne strane inovacija** kada je reč o percepciji **unapređenja kvaliteta usluge/proizvoda, zadovoljstva kupaca i povećanja prihoda preduzeća i zaposlenih**, ali i **manja uverenost u negativan efekat** koji se tiče **povećanja otuđenosti među ljudima**.



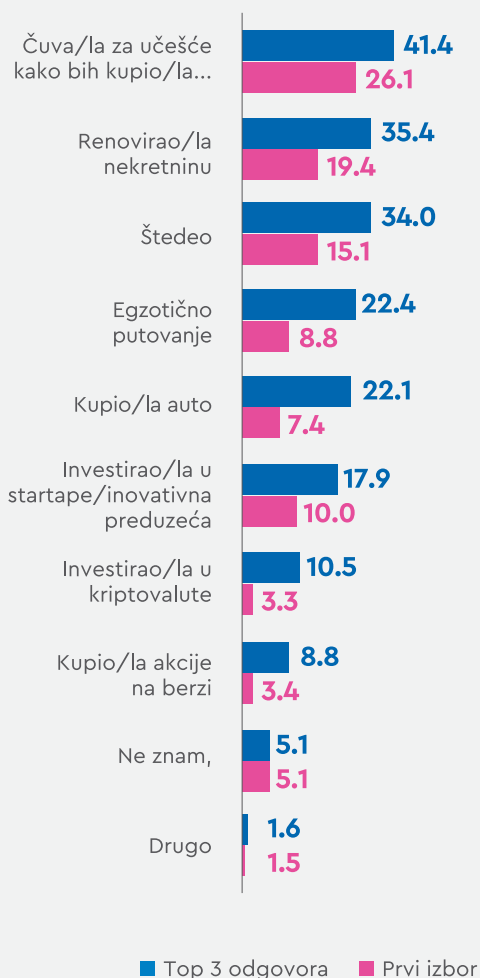
Došlo je do **blagog smanjenja broja osoba koje ne uzimaju inovativnost kompanije prilikom izbora proizvoda (9%)** – većinski, reč je o starijoj populaciji, penzionerima i osobama nižeg obrazovnog statusa. Procenat građana koji **ne vole da probaju nove ili unapređene proizvode je ove godine za 4% manji**, a ovakav stav je najzastupljeniji kod penzionera, starijih osoba i osoba sa nižim obrazovanjem. I dalje je najviše onih koji su spremni da probaju nove/unapređene proizvode samo ako se radi o markama/proizvođačima koje inače koriste (3/4). Mlađe osobe (18-24) su najotvorenije ka isprobavanju novih proizvoda na tržištu.

U slučaju dileme tradicionalni nasuprot inovativnog proizvoda došlo je do **smanjenja broja onih koji preferiraju jeftiniji tradicionalni proizvod**. Srednja varijanta u kojoj se u obzir uzima da li se radi o skupom ili jeftinom proizvodu ostaje dominantna (78%). Cena je opredeljujući faktor za starije ispitanike, nižeg nivoa obrazovanja.



Građani smatraju da **inovacije treba najpre razvijati u oblasti zdravstva (76,4%) i obrazovanja (63,8%)**. **Zaštita životne sredine** se takođe dobro pozicionira, posebno kod obrazovanih osoba i Beograđana. Vojska je upadljivo manje viđena kao prioritarna za razvoj inovacija. Ipak, muškarcima je važnije inoviranje u domenu vojske i državne uprave, a manje važno u domenu zaštite životne sredine.

Ulaganje sa ušteđevinom od 10.000 evra



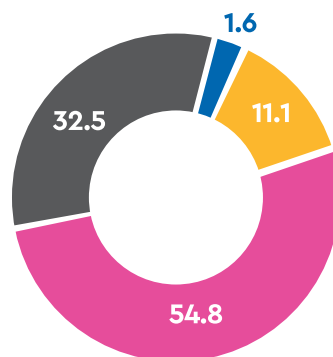
Najprimamljiviji način da se iskoristi ušteđevina je **kupovina (učešće za kredit) ili renoviranje nekretnine**, što su prvi izbori za 46% stanovništva. Investiranje u startape/inovativna preduzeća je privlačna opcija za 18% građana, a **za čak 10% prvi izbor za ulaganje novca**. Stiče se utisak da se građani trude **da novac ne štede na pasivan način (15%), već nastoje da ga investiraju, pre svega u nekretninu**. Investiranje u nekretnine i kupovina automobila posebno su privlačni, mlađem, odnosno i obrazovanijem stanovništvu, dok je investiranje u startape je prvi izbor visokoobrazovanih Beograđana, sa visokim prihodima.

Nešto više od **2/3 građana je čulo za termin startap**. Ipak, veliki broj njih ne ume da navede primer ovakve kompanije ili ne pravi razliku između termina startap i IT kompanija. Nordeus se ističe kao najpoznatiji srpski startap.

Tek nešto više od **trećine stanovništva je imalo priliku da tokom školovanja nešto nauči o inovacijama i digitalizaciji**. Očekivano, ova propocija se bitno razlikuje ako se poredi osobe koje su završile srednju školu sa osobama koje su nastavile dalje obrazovanje – može se zaključiti da se većina tek na fakultetu susreće sa temama inoviranja i digitalizacije. Takođe, stiče se utisak da se trendovi menjaju jer je najmlađa uzrasna grupa češće bila u prilici da tokom školovanja nešto čuje o ovim temama (50%).

U očima stanovništva, **inovacija se najčešće shvata kao lični produkt pojedinca (45%)** ili kao rezultat aktivnosti na fakultetima i institutima (30%) – tek 10% nastanak inovacija vezuje sa privredom.

Da li ste čuli za neke olakšice koje država daje inovativnim i razvojnim kompanijama?



- Znam za konkretne olakšice, dobro sam upoznat/a sa temom
- Čuo/la sam i snam nešto o toj temi
- Čuo/la sam nešto ali ne znam o čemu se radi
- Nisam čuo/la

Trećina stanovništva nije čula za olakšice koje država daje inovativnim i razvojnim kompanijama. Oni koji su čuli za ovakve olakšice uglavnom o njima imaju površna saznanja, na nivou nejasne impresije da tako nešto postoji. Obrazovanije stanovništvo (iz Beograda) je nešto bolje upućeno - 17% visokoobrazovanih je upoznato sa temom olakšica.

© 2022 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



STARTECH

startech.org.rs