



redovni profesor i prodekan za međunarodnu suradnju na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Kroz niz pitanja i ne uvijek jednoznačnih odgovora prikazao je temelje inovativnosti i kreativnosti. Uz brojne uspješne primjere iz prakse naglasio je da je važno ukloniti barijere inovativnosti i stvarati poticajno kompanijsko okruženje. Istaknuo je da intelektualni kapital predstavlja najveću vrijednost, a svi zaposlenici imaju odgovornost za ostvarenje kompanijskih poslovnih rezultata. Upravo stoga treba imati inovativne i kreativne zaposlenike koji vole svoj posao i pokazuju inicijativu poboljšanjima i novim idejama. U ovome je vrlo važno strateško vodstvo i podrška rukovodstva kompanije.

	2007.	2008.	2009.
Inovacijski prijedlozi	168	245	329
Implementirana ili prihvaćena inovacijska rješenja	18	55	96
Broj patenata	3	5	4

ŠIRENJE KREATIVNOSTI KROZ CIJELU KOMPANIJU

Nakon inspirativnog početka uslijedile su kratke prezentacije 15 ključnih inovacija naših zaposlenika u prošloj godini. Radilo se o uspješnim rješenjima kojima se proširuje Ericssonova

lista proizvoda i usluga, idejama za poboljšanje postojećih proizvoda i usluga na način unaprijeđene tehnologije, ušteda i povećane učinkovitosti, a na temelju inovacija predstavljeni su i novi poslovni modeli. Sve navedeno izazvalo je val zanimanje, diskusija i interakcije s publikom. Korišten je i novi SMS alat

koji je omogućio postavljanje pitanja tijekom prezentacije što je dovelo do veće dinamičnosti događanja. Alat je dobro prihvaćen od posjetitelja koji su na ovom događanju upoznali niz inovativnih kompanijskih ideja. Inovatori su na kraju svojih izlaganja ušli i u izravnu interakciju s publikom na način da su postavili pitanja vezana uz tematiku svoje inovacije, a točni odgovori publike bili su nagrađivani prigodnim darom. Postavljeni su i paneli na kojima su na plakatima predstavljene inovacije, a gdje je došlo do daljnjeg zanimanja publike za specifične inovacije. U popodnevnom programu održana je diskusija na temu kako daljnje poboljšati inovacijski proces u svim segmentima poslovanja, od prodaje do istraživanja i razvoja i natrag.

