



Samo tretjina podjetij je inovativna

“Zanimivo je, da zunaj naši ljudje uspevajo, doma pa težko,” pravi

dr. Slavko Dolinšek, direktor Inovacijsko-razvojnega inštituta UL

Jana Petkovšek Štakul

Ljubljana – Slovenija je na lestvici svetovne konkurenčnosti nazadovala za kar 20 mest. Med 58 državami se je uvrstila na 52. mesto. Za Slovenijo, ki je med vsemi sodelujočimi državami zabeležila največji padec, sta se od vseh članic Unije uvrstili le Romunija in Bolgarija.

To je le eden od podatkov, ki jih je objavil švicarski inštitut za razvoj menedžmenta IMD, ob katerem so mnogi (in še vedno) pošteno godrnjali in iskali razloge zanj. V času, ko se ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo pripravlja na posvet o inovativnosti, ki bo 5. junija, in v času številnih dejavnosti, ki naj bi spodbudile gospodarski preboj Slovenije, ko potekajo tudi mnoge razprave o povezovanju raziskovalnega akademskega sveta in gospodarstva, smo se pogovarjali z dr. **Slavkom Dolinškom**, direktorjem Inovacijsko-razvojnega inštituta Univerze v Ljubljani.

Kam po podatkih, ki jih imate, sodi Slovenija po inovativnosti v evropskem in svetovnem merilu?

Težko je govoriti o podatkih, šokantno je dejstvo, ki smo ga dobili pred dnevi – padec na lestvici konkurenčnosti. V splošnem je beseda inovativnost eden najbolj zlorabljenih in napačno razumljenih pojmov. Zakaj?

Treba je izhajati iz osnovnega razumevanja pojma inovacija: dejstvo je, da lahko dodano vrednost povečamo za nekaj deset odstotkov z različnimi menedžerskimi ukrepi, a radikalno povečanje lahko dosežemo samo z inovativnimi preskoki. Vendar z inovacijo ne označujemo samo procesa, kjer nastaja nekaj novega (invencija, izum, odkritje); inovacije vključujejo kreativnost in uspešno vpeljavo v proizvodnjo ali v storitve, imajo vedno tržno vrednost. Zato je inoviranje vsakdanja potreba družbe in organizacij, ki zahteva sistematičen in organiziran pristop.

Podatki kažejo, da je v Sloveniji le 35 odstotkov podjetij inovativnih (25 odstotkov malih in srednje velikih), od tega se v največji meri usmerjamo v inoviranje procesov (na primer ni-

žanje stroškov v večserijski proizvodnji izdelkov z nizko dodano vrednostjo ali obstoječih storitev).

Kako vidite Slovenijo v prihodnjih letih, saj se v zadnjih mesecih zelo veliko govori prav o spodbujanju inovativnosti in razvoju podjetništva

V inovacijski verigi je podjetništvo pomemben člen pri vzpostavljanju povezav med idejo in trgom. V vihravosti ob odkritju je podjetništvo tisto, ki bo dalo vztrajnost in željo, da pride izdelek na trg. Samo kombinacija podjetništva ter odprtosti in različnosti vodi k radikalnim inovacijam!

Torej, kreativnost, ideje, raziskave, invencije, vse to so prvi pogoji, vendar o inovaciji govorimo šele takrat, ko trg oziroma uporabnik potrdi njihovo vrednost prek merljivih kazalnikov koristnosti ali uporabnosti, gonilo v verigi pa je podjetništvo. V glavnem iščemo probleme pri naši inovativnosti v pomanjkanju idej, kreativnosti in podobno. Vendar je večja težava tisto, kar je gospodarstvo identificiralo kot enega največjih problemov pri oblikovanju uspešne inovacije, 25 odstotkov k uspehu pripomore dobra ideja, 25 odstotkov oblikovanje in ustvarjanje konkretnega proizvoda, 50 odstotkov predstavljata trženje in uspešna prodaja proizvoda. Ta del je tisto, kar povečuje tveganje in kjer imamo v Sloveniji največje probleme, tu nam je dejansko najtežje, tu nam pridnost kaj dosti ne pomaga, tu pomagajo odprtost, hrabrost, spodbujanje tistih, ki si upajo tvegati, povezovanje in zaupanje, kritiziranje in zaplankanost je tisto, kar nas najbolj omejuje. Zanimivo, da zunaj naši ljudje uspevajo, doma pa težko.

Trenutno naša država vlaga v raziskave in razvoj (RR) 0,77 odstotka BDP, do leta 2013 naj bi dosegla cilj 1 odstotek BDP. »Država neposredno zagotovi 220 milijonov evrov na leto za RR, kar je za primerjavo toliko, kot bo letos madridski nogometni velikan Real Madrid namenil za nakup novih nogometašev,« je nedavno slikovito ponazoril dr. Jadran Lenarčič, direktor Inštituta Jožefa Stefana, medtem ko dokument Evropa 2020, ki določa strategijo oživitve evropskega

gospodarstva, govori o dvigu na tri odstotke. Se vam zdi dosedanje odzivanje naše države tako s financami kot z ukrepi primerno?

Takšni podatki nam v povezavi s spodbujanjem inovativnosti ne pomagajo dosti. Vložek države v RR je v glavnem namenjen financiranju znanosti. Raziskave generirajo ideje /invencije; inovacije generirajo denar, raziskave same po sebi še niso ustvarile novih delovnih mest, inovacije pa so. Niti patenti ne generirajo denarja (Savšek, IVT, NM). Šele ko trg ali

uporabnik raziskav potrdi njihovo vrednost prek meril koristnosti ali uporabnosti, lahko govorimo o inovacijah, zato je velikokrat pomembnejše od samega znanja in tehnologij to, ali imamo razvite ustrezne mehanizme za njihov prenos v gospodarstvo in tržno izkoriščanje.

Podatki o vlaganju gospodarstva v RR se v glavnem nanašajo na vlaganja znotraj podjetij, računovodski prikazi vlaganj vključujejo investicije v opremo, nakup licenc in patentov, bojim se, da v manjši meri v razvoj novih izdelkov in storitev, v še manjši meri pa so to vlaganja v raziskave in razvoj, ki poteka na institucijah RR (inštituti in univerze). Seveda obstajajo nekateri zelo pozitivni primeri partnerskega sodelovanja med gospodarstvom in institucijami RR, ki bi jih morali promovirati kot odlične, a glede na število raziskovalcev je to zelo malo. Po drugi strani pa je na institucijah RR na voljo poleg člankov tudi dovolj idej, potencialnih invencij ali tehnologij, a je absorpcijska sposobnost gospodarstva premajhna za komercializacijo teh dosežkov. Na primer, v Gorenju pravijo, da za obdobje od treh do štirih let vse izdelke ali procese razvijajo interno, šele ko se razmišlja o obdobju nad pet let, prideta v poštev sodelovanje z institucijami RR in iskanje potencialnih idej, ki jih sami ne uspejo razvijati.

IRI je bil ustanovljen, da bi komunikacija med akademskim področjem in podjetji stekla bolje ter na trgu obrodila več sadov. Na spletni strani imate napisano: »V okviru celovite rešitve za podjetnike – podjetje išče znanje, pripravljamo

metodologijo za informiranje in upravljanje z industrijskimi potrebami in povpraševanju po raziskovalnih storitvah na različnih področjih (naravoslovje, tehnika, biotehnologija, medicina, družboslovje, humanistika, multidisciplinarno in interdisciplinarno razlikovanje...). «Koliko podjetjem ste pomagali in kako, saj že deluje Infrastrukturni center? Koliko inovacij je po zaslugi IRI že na trgu oziroma v kateri fazi so?

Podobno kot razvojni programi, strategije, poslanstva in vizije, podobno kot vzpostavitev podpornega okolja za inovacije, veliko lažje je stvari napisati kot spraviti v realno življenje. Največkrat se v podpornem okolju za inovacije (kar je IRI UL) izgovarjajo na financiranje; res je, brez financiranja ne gre, a vlaganje se mora odražati prek rezultatov ali jasnih kazalnikov. Če ni dovolj financiranja, potem se mora podporno okolje znati pridobivanjem različnih, nacionalnih ali evropskih projektov. Projektno financiranje pa odmika poslanstvo institucije v smeri zahtev

projekta – pademo v začaran krog, pišemo projekte zaradi preživetja in izvajamo projekte glede na cilje projektov, in IRI UL ni imun za tovrstne težave. Rezultat: podobno kot pri institucijah RR produciramo rezultate, ki jih je težko komercializirati.

V dobrem letu smo uspeli narediti to, da smo vzpostavili dobro sodelovanje z določenimi raziskovalci, podjetji, da smo prepoznavni in da imamo nekaj, ne veliko, a zato dobrih projektov. Inovacija (procesna) se nanaša na rešitev za optimizacijo parkirnih linij v podjetju Krka (interdisciplinarni projekt v sodelovanju s podjetjem Metronik), razvoj procesov za pridobivanje alge biomase (v sodelovanju z UL, NIB in nekaterimi podjetji), rezultat je tudi ustanovitev novega podjetja AlgEn.

Za rezultat štejemo tudi projekte, ki so v fazi evalvacije, in partnersko sodelovanje med raziskovalci UL, kjer rezultate pričakujemo v prihodnjih letih (vzpostavitev sodelovanja s skupnimi cilji).

Zakaj je po vašem mnenju dosedanje sodelovanje med RR in gospodarstvom obrodilo premalo sadov?

Znani so različni mehanizmi in ukrepi, ki naj bi podpirali neprekinjen, sklenjen proces oblikovanja znanja med institucijami RR in gospodarstvom. Bistveni namen je oblikovati povezovalna področja, kjer bosta obe strani delovali soodvisno, kjer bo vzpostavljen pretok znanja in informacij, da bodo partnerji sooblikovali dodano vrednost v verigi dodajanja znanja. Ne glede na tako jasno definirane koncepte pa je znano, da sta gospodarstvo in raziskovalno področje dva različna svetova, da so ovire za povezovanje na obeh straneh, pa tudi, da je položaj v Sloveniji podoben kot drugje v EU. Na osnovi izkušenj lahko trdimo, da se v zadnjih dvajsetih letih ni veliko naredilo za najbolj potrebno aktivnost v verigi oblikovanja inovacij – učinkovite mehanizme za prenos znanja in invencij z akademskega in inštitutskega področja v gospodarstvo.

Akademski svet in gospodarstvo – na dveh bregovih

To, kar smo že pred časom ugotovili na osnovi analize mnenj gospodarstva in akademskega področja, še vedno drži:

Mnenje gospodarstva

Univerze in inštituti naj konsolidirajo svoje skupine R&R za enotno, tržno nastopanje do industrije. Obstojećih skupin je preveč, zaradi neuskkljenosti, razdrobljenosti in neučinkovitosti je treba preoblikovati celotno slovensko področje R&R. Razvojno-raziskovalni predlogi morajo imeti tržno odgovornega nosilca in kompetentnega sogovornika. Potrebujemo skupno informacijsko infrastrukturo aktivnosti R&R z bazo podatkov o ponudbi in zmožnosti obvladovanja znanja, opreme, kadrov.

Mnenje akademskega področja

Gospodarstvo nima jasnih razvojnih strategij ali resnih razvojno-raziskovalnih projektov, nimamo sogovornikov, ki bi znali dolgoročno definirati raziskave za razvoj svetovno uspešnih, inovativnih izdelkov, vse preveč je sledilcev razvoja ali imitatorjev izdelkov z nizko tehnološko stopnjo. Gospodarsko ne razume, da so institucije R&R dobavitelji znanja, in nas enači z dobavitelji materialov ali opreme (ponudba-pogajanja-kratkorocni rezultati), raziskave podpirajo le deklarativno, R&R upoštevajo kot strošek, zato ni razvojnih vizij, kjer bi se dalo temeljno ali aplikativno znanje ustrezno razvijati in aplicirati.

Dodano vrednost lahko povečamo za nekaj deset odstotkov z različnimi menedžerskimi ukrepi, a radikalno povečanje lahko dosežemo samo z inovativnimi preskoki. Inoviranje je vsakdanja potreba družbe in organizacij, ki zahteva sistematičen in organiziran pristop.

Stran / Page: 22

Doseg / Reach: 147000

Država / Country: SLOVENIA

Površina prispevka / Size: 841 cm²

3 / 3



Dr. Slavko Dolinšek:
Petindvajset odstotkov k uspehu pripomore dobra ideja, 25 odstotkov oblikovanje in ustvarjanje konkretnega proizvoda, 50 odstotkov predstavljata trženje in uspešna prodaja proizvoda. Ta del je tisto, kar povečuje tveganje in kjer imamo v Sloveniji največje težave, tu nam je dejansko najtežje, tu nam pridnost kaj dosti ne pomaga, tu pomagajo odprtost, hrabrost, spodbujanje tistih, ki si upajo tvegati, povezovanje in zaupanje, kritiziranje in zaplankanost pa sta tisto, kar nas najbolj omejuje.