

POGUM, VZTRAJNOST IN POVEZOVANJE

Slovenska podjetja so inovativna, tudi obrtniki so odlični inženirji, ki poskrbijo za številne inovacije, a nemalokrat prototipi ostanejo prototipi. Aleš Ugovšek, ki vodi področje tehnološkega razvoja in inovativnosti na GZS, poudarja, da je treba spremeniti miselnost o samozadostnosti.

Slovenija je letos zdrsnila za mesto na seznamu najbolj inovativnih držav na svetu (Global Innovation Index), na katerem znova vodi Švica. Po inovativnosti smo tako med 129 državami na 31. mestu. Avtorji lestvice sporočajo, da področje inovacij tudi v času upočasnitve gospodarske rasti še vedno cveti, a da se vlaganja v inovacije, predvsem v nekaterih najbolj razvitih gospodarstvih, povečujejo počasi ali pa sploh ne.

Z Obrtno-podjetniške zbornice (OZS) sporočajo, da smo Slovenci znani po svoji inovativnosti kljub majhnosti. »Ocenjujemo, da so inovacije dobro sprejete tako doma kot v tujini, ne nazadnje pa imamo v Sloveniji zadnjih nekaj let veliko odmevnih projektov, ki spodbujajo prav inovativnost med posamezniki.«

Gospodarska zbornica Slovenije (GZS) bo letos že 17. podelila nacionalna priznanja najbolj inovativnim podjetjem ter inovatorjem v podjetjih in javnoraziskovalnih zavodih. Aleš Ugovšek z GZS pravi, da je zanimanje za dogodek vsako leto večje, letos (priznanja za najboljše slovenske inovacije bodo podelili 25. septembra) pričakujejo med 400 in 500 udeleženci. »Gre za dobre, v nekaterih primerih prebojne inovacije na svetovnem trgu. Sam bi si želel več prijav, predvsem novih obrazov in startupov.«

Poudarja, da je inovativnost kot izraz v zadnjih letih postala izjemno »trendi«. »S tem se ustvarja občutek, da je okoli nas veliko inovacij in da smo kot potrošnik svoj denar ustrezno naložili, ko smo kupili inovativen izdelek. Ni vse zlato, kar se sveti, in ni vse inovativno, kar piše, da je,« poudarja. Za splošno razpoloženje je sicer inovacijsko vzdušje dobro, a zahteva veliko kritične presoje med podjetji in posamezniki. Opaža, da veliko inovacij nastaja v obstoječih

podjetjih, ki že leta vlagajo v raziskave in razvoj ter negujejo inovacijsko kulturo. »Postati in biti inovativen ni instantno delo, ampak zahteva predanost, vztrajnost in čas.«

»Postati in biti inovativen ni instantno delo, ampak zahteva predanost, vztrajnost in čas.«

OBRTNIKI MORAJO BITI INOVATIVNI

Na vprašanje, kako inovativni so manjši obrtniki, na OZS odgovarjajo, da je inovativnost nujna, če hočejo obstati konkurenčni na trgu. »Številna mala družinska podjetja so na trgu že 50 let in več in brez inovativnosti ne bi preživela,« sporočajo z OZS.

Spodbud za razvoj inovativnih podjetij – Slovenski podjetniški sklad, različna ministrstva objavljajo javne razpise, ki sofinancirajo inovativne projekte na različnih ravneh in področjih – je v Sloveniji kar nekaj, a v OZS opozarjajo, da so ta sredstva povezana s postopki prijav na razpise, za kar pa se manjša podjetja ne odločajo, saj se osredotočajo na svoje delo. »Mali obrtniki in podjetniki si želimo še več inovativnosti in še več spodbud. Več sredstev pa je na voljo zagonskim podjetjem, pogosto pa se pozablja na mala podjetja s tradicijo, ki imajo prav tako inovativne produkte, a težje pridejo do teh sredstev,« pojasnjuje Branko Meh, predsednik OZS.

Aleš Ugovšek z GZS ob srečanjih z manjšimi obrtniki in samostojnimi inovatorji opazuje, da so veliki zanesenjaki, ki večinoma iz-

umljajo pri produktih. »So odlični inženirji in praktiki.« Kot pravi, je pri njih razvoj do faze prototipa hiter, finančni vložek je zaradi njihove praktičnosti relativno majhen. »Če se kje ustavi, je to prav tu, saj za tem sledijo faze validacije, testiranj, pridobivanja certifikatov, marketinga in prodaje. V tej 'dolini smrti' umre marsikatera inovacija in žal ostane na stopnji invencije,« pojasnjuje.

Težave večjih podjetij so sicer popolnoma drugačne od težav manjših. »Velika podjetja imajo dobro podprto prodajno in marketinško področje. V njihovem primeru gre mnogokrat za strateške odločitve glede razvoja in izbire inovacije, saj so v igri veliki vložki. Nemalokrat je za dokončen razvoj in proizvodnjo inovacije potreben nov stroj, morda celo nova linija. Po drugi strani so zagonska podjetja podhranjena v prodajnem in marketinškem delu,« pojasnjuje Ugovšek. Razlika je tudi med tistimi, ki izumljajo izdelke, in tistimi, ki storitve. »Finančni vložek v opremo je pri zadnjih morda manjši, a je toliko več človeškega dela.« Ob tem pa, kot pravi, je lahko prava umetnost najti optimalno ceno za svojo storitev.

Vsak išče svojo pot na trg, sploh manjši inovatorji, ki s svojim izdelkom orjejo ledino. Preprostega recepta, kako uspeti, ni. A Aleš Ugovšek vendarle poudarja, da so za prodor inovacije na trg potrebni pogum, vztrajnost in, ključno, povezovanje: »Miselnost, da lahko vse naredimo sami in da smo samozadostni, je preživeta. Inovacije so postale kompleksne. So kombinacija različnih delčkov, za katere pa so potrebni ljudje z različnih področij, z različnimi znanji in predvsem z različnim razmišljanjem.«

O. U.