

OSREDNJSLOVENSKA REGIJA

# Univerza in podjetja so razvojni partnerji

Pomanjkanje kadrov je izziv tudi za univerzo. Prepričani so, da s sodelovanjem na prenosu znanja in tehnologij lahko naredijo več, digitalna delovna mesta so več kot samo računalnik ali tablica.

*Darja Kocbek*

Razvojno naravnana podjetja so za Univerzo v Ljubljani nepogrešljivi razvojni partnerji. Z njimi si prizadevajo vzpostavljati in ohranjati strateška razvojna partnerstva, ki ostajajo aktivna tako v obdobju konjunktura kot tudi v manj gotovih razmerah. »S podjetji sodelujemo predvsem na področjih, na katerih jim manjkajo kompetence oziroma raziskovalna infrastruktura. Z njimi sodelujemo pri iskanju rešitev za različne izzive, ki jih prepoznavajo na trgu, izhajajo pa bodisi iz zakonodajne regulative, razvojnih spodbud EU bodisi neposredno s trga,« nam je pojasnila **Simona Rataj, predstojnica organizacijske enote za strateško trženje intelektualne lastnine Univerze v Ljubljani**. Tematike, na katerih univerza aktivno sodeluje s podjetji, so digitalizacija, trajnost/krožno gospodarstvo, zdravje, mobilnost, materiali.

Podjetja, tudi iz osrednjeslovenske regije, se povezujejo z Univerzo v Ljubljani na eni, dveh ali več ravneh, to so: usposabljanja (s študenti), raziskave (z raziskovalci) in prenos znanja (z avtorji izumov, ki nastajajo na univerzi). Nekatera podjetja so vpeta v strateške svete posameznih fakultet. Podjetja in raziskovalci se povezujejo tudi v okviru različnih razvojno-inovativnih skupin, pojasnjuje Ratajeva.

Posebnih razlik med podjetji v različnih regijah, ko gre za sodelovanje, na univerzi sicer ne opažajo, ocenjujejo pa, da so podjetja s sedežem blizu posameznih fakultet lahko tesneje vpeta v njihovo delovanje na več ravneh. »Poznamo dobre prakse sodelovanja med univerzo in nekaterimi velikimi razvojno naravnanimi podjetji, ki intenzivno sodelujejo z več raziskovalnimi organizacijami v regiji, tako univerzami kot tudi instituti,« pravi Simona Rataj.

## Podjetja iščejo odgovore na kompleksne izzive

Leta 2018 so na Univerzi v Ljubljani vzpostavili pisarno za prenos znanja, v okviru katere pokrivajo zaščito intelektualne lastnine, sodelovanje z gospodarstvom ter raziskovalno podjetništvo. V zadnjih štirih letih opažajo več sodelovanja podjetij na ravni univerze, ne le s posameznimi fakultetami. Podjetja iščejo odgovore na večje, kompleksne izzive,



ki zahtevajo sodelovanje več fakultet sočasno. Za lažje identificiranje laboratorijev so v pisarni pripravili pregled ekspertiz po laboratorijih na univerzi, prav tako na željo podjetij poiščejo ustrezne sogovornike za posamezne izzive, ozke (specifične) ali pa široke – interdisciplinarne (ki pokrivajo več fakultet) ter organizirajo sestanke z zainteresiranimi raziskovalci.

Že nekaj let izvajajo različne predmete, v okviru katerih v sodelovanju s študenti podjetjem rešujejo interdisciplinarne izzive. V letu 2021 so vzpostavili tudi izbirni predmet Interdisciplinarni izzivi okolja. »Kar nekaj podjetij je že podalo svoje izzive, na Univerzi v Ljubljani pa smo jim pomagali poiskati potencialne rešitve,« navaja Simona Rataj. Dodaten kanal za povezovanje raziskovalcev in gospodarstva je Inovacijski sklad Univerze v Ljubljani, katerega namen je podpreti projekte univerze z inovacijskim potencialom in jih pripraviti do višje stopnje tehnološke pripravljenosti, da postanejo bolj zanimivi za industrijske partnerje. Za Univerzo v Ljubljani predstavlja izziv tudi pomanjkanje kadrov. Prepričani so, da prav s sodelovanjem na prenosu znanja in tehnologij lahko naredijo precej več.

**Ne le formalna izobrazba, pri izbiri kandidata štejejo tudi pošten značaj, iskrena želja po učenju in prava miselna naravnost.**

### Milenijci in generacija Z razmišljajo drugače

Pri pomanjkanju kadrov je treba upoštevati več elementov, nam je pojasnil **Tomaž Vidonja, direktor trženja in razvoja kupcev v podjetju Eurocon**. Med njimi izstopata digitalna pismenost in vrednote, ki te kadre oziroma zaposlene vodijo. »Pri splošnem dejstvu, da primanjkuje kadrov v proizvodnji, so avtomatizacija, robotizacija in digitalizacija tisti, ki zagotovo pomagajo, da se mnogo del in procesov izpelje z manjšim številom zaposlenih oziroma v določenih primerih praktično brez,« razlaga Vidonja.

Vodje in menedžerji tako lahko zaposlene ne samo umaknejo z nevarnih, nezdravih delovnih mest, ampak jih uporabijo tam, kjer dela ni mogoče avtomatizirati ali digitalizirati. To je sicer lažje reči kot narediti, če podjetje nima strategije usposabljanja kadrov, kariernih načrtov in načrtov razvoja (digitalnih) delovnih mest. Problem na strani delodajalcev pa je tudi, da ne razmišljajo, da milenijci in še bolj generacija Z, ki jih želijo zaposliti, razmišlja drugače kot druge generacije in da imajo druge vrednote, ki pa jim v podjetjih ne znajo prisluhniti.

»Rešitev problema vidim v tem, da delodajalci razmislijo in ponudijo tako delovno mesto, na katero se bo z veseljem oglašil vsak milenijec oziroma nekdo iz generacije Z. Oglas, da se išče varilec, ali pa da se išče voznik viličarja, ni nekaj, kar bi pri iskalcih zaposlitve, ki prihajajo vsako leto iz šol, zvenelo privlačno,« pravi Tomaž Vidonja. Digitalizacija ponuja in omogoča, da delodajalci oblikujejo t. i. digitalna delovna mesta v svojih podjetjih, ki pomenijo mnogo več kot samo računalnik ali tablico na delovnem mestu.

### Ključno je zdravo jedro obstoječih sodelavk in sodelavcev

V podjetju **Avant car** so kljub novim zakonitostim trga dela s kadrovsko situacijo lahko zadovoljni, pravi **Matej Grošelj, vodja raziskovalno-razvojnega oddelka**. »Ključno je zdravo jedro obstoječih sodelavk in sodelavcev, s katerimi gradiš tudi kulturo in klimo v podjetju. To je dostikrat lahko semafor za nove zaposlene oziroma interesente za delo. Ugotavljamo, da priložnosti za nove kadre velikokrat dobimo tudi preko priporočil obstoječih zaposlenih, kar se je doslej izkazalo kot zelo pozitiven pristop,« je pojasnil.

V primerjavi z nekaterimi drugimi podjetji imajo v Avant carju nekoliko drugačno filozofijo glede novih moči: bolj kot formalna izobrazba kandidata štejejo pošten značaj, iskrena želja po učenju in prava miselna naravnost. »Pri tem nemalokrat zaposlenega spremljamo in spodbujamo od njegovih prvih, študentskih začetkov pri nas vse do delovnega mesta v organizaciji, kjer lahko



Foto: arhiv Eurocon

Delodajalci naj ponudijo delovno mesto tako, da se bo z veseljem oglašil vsak milenijec oziroma nekdo iz generacije Z, svetuje Tomaž Vidonja iz podjetja Eurocon.

dolgoročno najbolje izrazi svoja znanja in talente,« pojasnjuje Matej Grošelj.

### Pri iskanju kadrov jih tepe dejavnost

V **Datalabu** iščejo kadre na vseh področjih in v celotni regiji, kjer delujejo. »Pri tem nam pomagajo naša prepoznavnost, stabilnost in zelo dobri delovni pogoji. Nas pa hkrati na področju razvoja nekoliko tepe naša dejavnost – programirati navidezno resničnost se zdi bolj zabavno kot programirati rešitve za izračun plač,« nam je pojasnila **Maja Fujan, korporativna vodja marketinga**. ■

## HORIZONTI PRIHODNOSTI

### Ukrep: Prenos kompetenc

Krepitev sodelovanja med gospodarstvom in visokošolskim sistemom, ki bi temeljilo na konkretnih potrebah gospodarstva. Medsebojna izmenjava znanj, izkušenj in dobrih praks, ki bo vodila k posodabljanju študijskih programov, uvajanju inovativnega pristopa k poučevanju ter k prenosu najnovejših znanstvenih spoznanj, teoretskih pristopov in metodologij z namenom neposredne aplikativne uporabe v gospodarstvu in širši družbi.