

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

MAGISTRSKO DELO

**UMESTITEV UNIVERZITETNIH INKUBATORJEV V PODPORNO
OKOLJE ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČEGA PODJETNIŠTVA**

Ljubljana, december 2008

IZTOK ŠKERLIČ

IZJAVA

Študent Iztok Škerlič izjavljam, da sem avtor tega magistrskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom profesorja dr. Boštjana Antončiča in skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne: _____

Podpis: _____

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	1
1.1	OPREDELITEV PROBLEMA IN PREDMETA RAZISKAVE	1
1.2	NAMEN IN CILJI MAGISTRSKEGA DELA	2
1.3	METODE DELA	4
1.4	HIPOTEZE IN PREDVIDEVANJA	5
2	POMEN PODJETNIŠTVA ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČE DRUŽBE	7
2.1	PREGLED UMESTITVE PODJETNIKA IN PODJETNIŠTVA V EKONOMSKI TEORII	7
2.1.1	<i>Začetki podjetništva</i>	7
2.1.2	<i>Podjetnik v ekonomskih teorijah 20 .stoletja</i>	8
2.1.3	<i>Schupetrova opredelitev podjetnika (Sodobno razumevanje podjetnika)</i>	9
2.1.4	<i>Podjetnik pri drugih pomembnejših avtorjih 20. stoletja</i>	10
2.2	OPREDELITEV DINAMIČNEGA IN NA ZNANJU TEMELJEČEGA PODJETNIŠTVA	13
2.3	POMEN PODJETNIŠTVA ZA GOSPODARSTVO IN ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČE DRUŽBE	14
2.4	DEJAVNIKI, KI VPLIVAJO NA USTANOVITEV NOVEGA PODJETJA	17
2.4.1	<i>Dejavniki, ki vplivajo na ustanovitev na znanju temelječega podjetja</i>	19
2.5	VLOGA DRŽAVE PRI RAZVOJU PODJETNIŠTVA	20
2.6	MODELI SPODBUJANJA PODJETNIŠTVA IN INOVACIJ NA REGIONALNI OZ LOKALNI RAVNI	23
2.6.1	<i>Pomen regije v sodobnem razvoju</i>	23
2.6.2	<i>Regionalne politike OECD</i>	24
2.6.3	<i>Inovacijske regije</i>	25
2.6.4	<i>Razvojno usmerjena regija</i>	26
3	PRENOS ZNANJA IZ ZNANOSTI V GOSPODARSTVO ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČE PODJETNIŠTVO	28
3.1	UNIVERZE IN POVEZAVA ZA DINAMIČNA, NA ZNANJU TEMELJEČA PODJETJA	28
3.1.1	<i>Lizbonska strategija</i>	29
3.1.2	<i>Posodobitev univerz za zagotavljanje na znanju temelječega dinamičnega podjetništva</i>	30
3.1.3	<i>Podjetništvo v visokošolskem izobraževanju</i>	30
3.1.4	<i>Zagotavljanje spodbud za strukturirana partnerstva s poslovno skupnostjo</i>	31
3.2	SUBJEKTI POVEZOVANJA AKADEMSKE SFERE IN GOSPODARSTVA	36
3.2.1	<i>Povezovanje akademske sfere in gospodarstva v Sloveniji</i>	38
3.2.2	<i>Subjekti za povezovanje akademske sfere in gospodarstva</i>	41
3.2.3	<i>Evolucija poslovnih inkubatorjev</i>	44
3.2.3.1	<i>Rojstvo inkubatorjev (1959-1979)</i>	45
3.2.3.2	<i>Zgodnja faza razvoja (1980-1989)</i>	46
3.2.3.3	<i>Vzpon in razširitev inkubatorjev (1990-1999)</i>	47
3.2.3.4	<i>Faza zrelosti in nove razvojne možnosti (hibridizacija)</i>	49
3.2.4	<i>Modeli inkubatorjev</i>	52
3.3	POSLEDICE DELOVANJA INKUBATORJEV NA REGIONALNO GOSPODARSTVO	55
3.3.1	<i>Predstavitev zaključkov benchmarking univerzitetnih inkubatorjev v EU</i>	56
4	ANALIZA IN PREDLOGI SPREMEMB PODPORNEGA SISTEMA ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČEGA PODJETNIŠTVA	58
4.1	ANALIZA PODPRONEGA SISTEMA ZA POSPEŠEVANJE RAZVOJA MALIH IN SREDNJE VELIKIH PODJETIJ V SLOVENIJI	58
4.1.1	<i>Analiza vloge in prispevek različnih akterjev pri razvoju in vplivov na modele</i>	59
4.1.1.1	<i>Strategija razvoja Slovenije 2006-2013</i>	59
4.1.1.2	<i>Vloga posameznih ministrstev pri spodbujanju podjetništva</i>	60
4.1.1.3	<i>Podporna mreža za pospeševanje podjetništva v Sloveniji</i>	63
4.1.1.4	<i>IRC Slovenija</i>	65
4.1.2	<i>Zakon o podpornem okolju za podjetništvo</i>	65
4.2	ZAKLJUČKI ANALIZE PODPORNEGA SISTEMA V SLOVENIJI IN IZHODIŠČA ZA SLOVENSKE INOVACIJSKE SISTEM	70
4.2.1	<i>Podporni sistem in inovacijski sistem OECD</i>	70
4.2.2	<i>Ocena uspešnosti programov podpore podjetništva in izgradnje nacionalnega inovacijskega sistema v Sloveniji</i>	73
5	REZULTATI EMPIRIČNE RAZISKAVE DEJAVNIKOV SODELOVANJA GOSPODARSKE SFERE Z AKADEMSKO SFERO	76

5.1	RAZISKOVALNI NAČRT ZA EMPIRIČNO PREVERBO MOTIVACIJSKIH DEJAVNIKOV SODELOVANJA MED AKADEMSKO SFERO IN GOSPODARSTVOM V SLOVENIJI -----	76
5.1.1	<i>Struktura raziskave</i> -----	77
5.1.1.1	Konceptualni model analize -----	77
5.1.1.2	Postopek zbiranja podatkov-----	78
5.1.1.3	Merjenje spremenljivk v modelu-----	79
5.1.1.4	Zanesljivost in veljavnost merjenja-----	82
5.2	REZULTATI EMPIRIČNE ANALIZE -----	83
5.2.1	<i>Značilnosti vzorca</i> -----	83
5.2.2	<i>Analiza posameznih sestavin modela</i> -----	84
5.3	ANALIZA MOTIVACIJSKIH FAKTORJEV PODJETIJ V PRIMERJAVI S TIPOLOGIJO PODJETIJ -----	90
5.3.1	<i>Motivacijski faktorji v povezavi s številom projektov</i> -----	91
5.3.2	<i>Motivacijski faktorji v povezavi z osnovno dejavnostjo podjetja</i> -----	93
5.3.3	<i>Motivacijski faktorji v povezavi s številom izdelkov, na katerih temelji dejavnost podjetja</i> -----	94
5.3.4	<i>Motivacijski faktorji povezani s številom zaposlenih v podjetju</i> -----	95
5.3.5	<i>Motivacijski faktorji, povezani s čistimi prihodki od prodaje v letu 2006</i> -----	97
5.3.6	<i>Motivacijski faktorji, povezani z odstotkom, namenjenemu raziskavam in razvoju v podjetju.</i> ---	99
5.3.7	<i>Motivacijski faktorji povezani s povprečno letno rastjo zaposlenih v preteklem letu</i> -----	100
5.3.8	<i>Motivacijski faktorji, povezani s prisotnostjo posebne službe v podjetju, ki je zadolžene za sodelovanje z institucijami znanja</i> -----	102
5.3.9	<i>Motivacijski faktorji povezani z gibanjem tržnega deleža podjetja</i> -----	103
5.3.10	<i>Motivacijski faktorji povezani z letom ustanovitve podjetja</i> -----	105
5.4	POVZETEK KLJUČNIH UGOTOVITEV RAZISKAVE -----	106
5.4.1	<i>Ugotovitve tipologije podjetja, ki so bolj ali manj naklonjena sodelovanju</i> -----	107
5.4.2	<i>Ugotovitve tipologije podjetja z bolj in manj naklonjenimi deležniki za inovacije in nove tehnologije</i> -----	107
5.4.3	<i>Ugotovitve tipologije podjetja, v katerih je največja in najmanjša naklonjenost do tehnološke in inovacijske usmerjenosti v podjetju</i> -----	108
5.4.4	<i>Ugotovitve tipologije podjetja glede na manjšo ali večjo naklonjenost lastnemu dolgoročnemu razvoju z domačimi institucijami znanja</i> -----	108
5.4.5	<i>Ugotovitve tipologije podjetja glede na strinjanje s faktorjem glede konkretnih koristi v rešitvah na podlagi sodelovanja</i> -----	108
5.4.6	<i>Ugotovitve tipologije podjetja glede na odnos do faktorja zagotavljanja človeških virov in skupnih ciljev sodelovanja</i> -----	109
5.4.7	<i>Ugotovitve tipologije podjetij glede na odnos do sodelovanja kot zagotovilo kakovosti</i> -----	109
5.4.8	<i>Ugotovitve tipologije podjetij v odnosu do vzdržnega dolgoročnega načrta R&R v podjetju</i> ---	110
5.4.9	<i>Korelacijska matrika faktorjev</i> -----	110
5.5	UGOTOVITVE RAZISKAVE GLEDE NA HIPOTEZE OZIROMA PREDVIDEVANJA -----	112
6	SKLEPNE UGOTOVITVE -----	118
6.1	PRISPEVKI RAZISKAVE-----	118
6.2	PRISPEVKI ZA VODSTVA INSTITUCIJ ZNANJA IN VLADNE POLITIKE NA PODROČJU PODJETNIŠTVA ---	120
6.3	OMEJITVE IN ODPRTE TEME ZA PRIHODNJE RAZISKAVE-----	122
	LITERATURA IN VIRI -----	123
	PRILOGE -----	1

KAZALO TABEL

TABELA 1: LOKACIJA USTVARJENIH DELOVNIH MEST S STRANI INKUBATORJEV	57
TABELA 2: POMEMBOST INKUBATORJA ZA USPEŠNOST PODJETIJ	57
TABELA 3: POVZETEK POMEMBNEJŠIH CILJEV UKREPOV SPODBUJANJA PODJETNIŠTVA IN KONKURENČNOSTI	62
TABELA 4: TRDITVE IN POVPREČNE VREDNOSTI ODGOVOROV PRI POSAMEZNI TRDITVI	84
TABELA 5: FAKTORSKA ANALIZA MOTIVACIJSKIH FAKTORJEV SODELOVANJA GOSPODARSKIH DRUŽB Z INSTITUCIJAMI ZNANJA V SLOVENIJI	87
TABELA 6: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN ŠTEVILOM PROJEKTOV	92
TABELA 7: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN OSNOVNO DEJAVNOSTJO PODJETJA	93

TABELA 8: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN ŠTEVILOM IZDELKOV NA KATERIH TEMELJI DEJAVNOST PODJETJA	94
TABELA 9: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN ŠTEVILO ZAPOSLENIH	96
TABELA 10: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN ČISTIMI PRIHODKI OD PRODAJE V LETU 2006	98
TABELA 11: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN ODSOTKOM NAMENJENEMU RAZISKAVAM IN RAZVOJU	100
TABELA 12: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN S POVPREČNO LETNO RASTJO ZAPOSLENIH	101
TABELA 13: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN PRISOTNOST POSEBNE SLUŽBE ZA SODELOVANJE	102
TABELA 14: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN Z GIBANJEM TRŽNEGA DELEŽA	104
TABELA 15: REZULTATI ANALIZE VARIANCE S T TESTOM ZA ISKANJE POVEZANOSTI MED MOTIVACIJSKIMI FAKTORJI IN	106
TABELA 16: PRIKAZ PRIMERJAVE HIPOTEZ OZIROMA PREDVIDEVANJ IN REZULTATOV ANALIZE ..	112

KAZALO SLIK

SLIKA 1 MREŽENJE ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČE REGIJE	27
SLIKA 2: PREGLED IPT V POSAMEZNIH SKUPINAH DRŽAV SLIKA 2	34
SLIKA 3: KONKRETNI REZULTATI SODELOVANJA GOSPODARSKE SFERE Z AKADEMSKO	38
SLIKA 4: PRIKAZ RAZŠIRJENOSTI INKUBATORJEV PO SVETU DO LETA 2001	51
SLIKA 5: TIPOLOGIJA INKUBATORJEV GLEDE NA USMERJENOST DELOVANJA	54
SLIKA 6: KONCEPT PODPORNEGA OKOLJA ZA PODJETNIŠTVO V SLOVENIJI, KOT GA OPREDELJUJE ZAKON ..	67
SLIKA 7: KONCEPTUALNI MODEL EMPIRIČNE RAZISKAVE	78

1 UVOD

1.1 OPREDELITEV PROBLEMA IN PREDMETA RAZISKAVE

V današnji družbi je splošno zavedanje, da sta ustvarjanje in **uporaba znanja zelo pomembna vzvoda ekonomskega razvoja in konkurenčnosti**, ki sta družbo in gospodarstvo pripeljala v tako imenovano obdobje na znanju temelječe družbe oziroma v družbo znanja.

Družba znanja je kompleksen pojem mehanizmov prenosa, politik in pogojev med ustvarjalci znanja, financerji ter uporabniki znanja, ki s pomočjo različnih vnosov ustvarja rezultate, kot so novi proizvodi, patenti, procesi in storitve (Polak, 2005, str. 8).

Peter Drucker je že leta 1993 ugotovil, da kapital, naravni viri in delovna sila niso več osnovni ekonomski vir, ampak prevzema vlogo osnovnega ekonomskega vira znanje in upravljanje z znanjem (Drucker, 1993). To dejstvo potrjujeta tudi Abramowitz in David, ki sta v letu 1999 ugotovila, da se je vloga znanja povečala že v preteklih desetletjih, kar so potrdile tudi študije. Gospodarske dejavnosti, v katerih obstaja velika potreba po znanju, visoko izobraženi delovni sili ter po raziskavah in razvoju so imele v drugi polovici 20. stoletja najvišje stopnje rasti (Stanovnik et al., 2004).

Uspešnost ustvarjanja na znanju temelječe družbe se odraža v ekonomski rasti, v načinu zaposlenosti in stopnji socialne varnosti. Razvoj na znanju temelječe družbe se odraža v spremenjenih ekonomskih in družbenih procesih, saj na eni strani želi ustvariti višjo produktivnost in življenjski standard, na drugi strani pa od posameznikov in institucij zahteva prilagajanje na nove okoliščine. Poslovno okolje od podjetja in posledično, podjetje od posameznika zahteva spremenjen način dela in spremenjen način usposabljanja za pridobitev potrebnih znanj za uspešno poslovanje. Rezultat teh procesov je velik pritisk na izobraževalni sistem, da se usposobi za uspešen odgovor na nove zahteve gospodarstva in želje po vzpostavitvi družbe znanja (OECD, 2001).

Izkušnje v okoliščinah globalne konkurence uspešnih držav kažejo, da je visoka gospodarska rast odvisna od pripravljenosti posameznikov in podjetij za tvegana vlaganja v inovativne projekte. Pripravljenost podjetij povečati učinkovitost z zmanjšanimi stroški in povečano proizvodnjo in zaposlitveno fleksibilnostjo in z nastajanjem ustanov, ki prenašajo znanje z univerz in raziskovalnih inštitutov v proizvodnjo ter razvojem finančnih institucij, za financiranje tveganih investicij (Petrin, 2001, str. 11).

Obstaja namreč tesna povezava med razvitostjo podjetništva in gospodarskim razvojem. Na znanju temelječe podjetništvo vključuje znanje v razvoj inovacij, ki kot ključen dejavnik razvoja novih izdelkov in storitev veliko pomenijo za gospodarski razvoj nekega območja. Inovacije se razvijajo in komercializirajo s pomočjo podjetniških aktivnosti, kar spodbuja gospodarsko rast (Antončič et al., 2002).

Podjetništvo in inovativnost sta ključni gonilni sili nove ekonomije, ki spreminjata ekonomsko strukturo vodilnih držav in postajata ključna dejavnika njihove konkurenčne prednosti. Znatno povečujeta hitrost, s katero proizvodi višje kakovosti, proizvedeni po nižjih stroških, nadomeščajo obstoječe (Petrin, 2002, str. 4).

Podjetništvo je tudi najuspešnejši način za premostitev vrzeli med znanostjo in trgom, za ustvarjanje novih podjetij in uvajanje novih izdelkov ali storitev na trg. Pri tem podjetnike pogosto ovira pomanjkanje menedžerskih znanj, trženjskih sposobnosti, finančnih sredstev in vedenja, kako navezati stike z bankami, dobavitelji, kupci, tveganimi kapitalisti, distributerji (Antončič et al., 2002, str.38), zato mora postati za odločevalce dober podporni sistem za podjetništvo pomembna tema spodbujanja podjetništva, saj samo s finančnimi spodbudami ne moremo vsiljevati podjetništva in zagotoviti dolgoročnega razvoja.

Na podlagi predstavljenih iztočnic v literaturi bo v magistrskem delu poleg analize stanja podpornega okolja, predlog preoblikovanja podpornega sistema v Sloveniji, ki bi bolj spodbujal na znanju temelječe podjetništvo. Cilj predlogov za preoblikovanje podpornega sistema v segmentu univerzitetnih inkubatorjev je povečanje na znanju temelječega podjetništva in večja komercializacija inovacij ter raziskovalnega znanja v okviru visokošolskih, univerzitetnih in raziskovalnih inštitucijah v Sloveniji.

Država mora pospeševati razvoj intelektualne infrastrukture, modernizacijo industrije, razvoj človeškega kapitala, podjetništvu prijazno okolje, ponudbo tveganega kapitala, ustvarjanje privlačne kakovosti življenja, razvoj trga za nove produkte in storitve, razvoj nove industrijske kulture in zagotavljanje boljše socialne organizacije (Glas, 2000, str. 5-6).

Prilagajanje procesom na znanju temelječe družbe se zato odraža tudi v različnih ukrepih in politiki odločevalcev na nadnacionalni, regionalni in lokalni ravni. Odločevalci morajo na vseh ravneh razvijati nove aktivnosti v povezavi z zasebnim sektorjem, da odgovorijo na nove zahteve in pospešijo nove ekonomske aktivnosti, ki temeljijo na znanju.

Predmet raziskovanja magistrskega dela je podjetništvo kot ukrep spodbujanja komercializacije raziskav in ukrepi države na področju spodbujanja podjetništva z namenom povečanja komercializacije raziskav in s tem povečanje ustanavljanja dinamičnih na znanju temelječih podjetij. V okviru raziskovalnega dela magistrskega dela bo slednje prikazano tudi z modelom dejavnikov vpliva in motivacijskih faktorjev za razvoj prej omenjenih podjetij. Model predvideva ustvarjanje okolja oziroma pospeševanje uresničevanja sodelovanja s trajnostnim spodbujanjem motivacijskih faktorjev s pomočjo univerzitetnih inkubatorjev. To sodelovanje s pravilnim usmerjanjem delovanja univerzitetnih inkubatorjev kot posrednikov oziroma orodje univerz pri sodelovanju z gospodarstvom pa privede do večjega števila dinamičnih na znanju temelječih podjetij.

1.2 NAMEN IN CILJI MAGISTRskega DELA

V Sloveniji že od 90-ih let naprej postavljamo podjetništvo za pomemben vzvod regionalnega razvoja in inovativnosti, prav tako Evropska unija postavlja politiko spodbujanja podjetništva in s tem razvoja malih in srednje velikih podjetij kot enega izmed glavnih generatorjev lokalnega oziroma regionalnega razvoja ter zaposlovanja. Kljub temu, da smo v Sloveniji v zadnjih 15. letih postavljali razvoj podjetniškega okolja v središče ekonomskega razvoja, se srečujemo z negativnim trendom ustanavljanja novih podjetij. Prav tako se ukrepi spodbujanja »trdega« podpornega okolja (podjetniški inkubatorji in tehnološki parki, centri in drugo) niso obrestovali, kljub temu da imamo dobro zastavljen sistem svetovalnih storitev oziroma tako

imenovanega »mehkega« podpornega okolja. V vseh magistrskih delih, ki se ukvarjajo z analizo podpornega sistema za podjetništvo in analizo vzrokov majhne komercializacije raziskovalnega znanja v Sloveniji (Kotnik 2004, Pezelj 2005, Renko 2004, Polak 2005), ugotavljajo, da se v praksi kažejo velike razlike med strategijami in cilji, zapisanimi na papirju ter dejanskim izvajanjem aktivnosti v praksi. Te analize kažejo tudi neuspešnost dosedanje politike povezovanja velikih podjetij in raziskovalnih institucij, ki jih je država z različnimi ukrepi izvajala v preteklih letih; ukrepi povezovanj v grozde in centre odličnosti. Namen magistrskega dela je analiza dveh dejavnikov, ki po obravnavani literaturi zagotavljajo dinamično, na znanju temelječe podjetništvo. Prvi dejavnik je motivacija gospodarske sfere za sodelovanje z akademsko sfero. Drugi dejavnik je primeren podporni sistem za podjetništvo, ki bo zagotavljal komercializacijo rezultatov tega sodelovanja in pospeševal ustanovitev novih dinamičnih, na znanju temelječih podjetij.

Specifični cilj je identifikacija motivacijskih faktorjev, ki vplivajo na sodelovanje podjetij z institucijami znanja. Na podlagi identificiranih faktorjev se bo tudi s pomočjo pregleda in analize trenutnega podpornega sistema poskušalo na novo definirati primerno vlogo univerzitetnih inkubatorjev v slovenskem podpornem sistemu s ciljem trajnostnega razvoja dinamičnih, na znanju temelječih podjetij. Rezultati magistrskega dela bodo služili predvsem vladnim politikam za izboljšanje podpornega sistema v skladu z lizbonsko strategijo in univerzitetnim inkubatorjem ter univerzam, da bodo lahko primerno načrtovale svoj razvoj v smeri boljšega odgovarjanja na raziskovalne in razvojne potrebe gospodarstva. Univerze so tudi osrednji temelj inovacijskega procesa in morajo poleg sodelovanja z gospodarstvom pri raziskavah in razvoju, prevzeti vlogo spodbujevalca na znanju temelječega dinamičnega podjetništva (Hall et al., 2000). Univerze to nalogo večinoma opravljajo s specifičnimi institucijami, ki so v njihovi lasti. V Sloveniji so to univerzitetni inkubatorji, zato so to najprimernejša orodja univerz za sodelovanje z gospodarstvom.

Za dosego ciljev magistrskega dela je bila vsebina le tega strnjena v naslednja poglavja:

1. v prvem poglavju bo na kratko predstavljena problematika proučevanja, opredeljen namen in ciljev magistrskega dela;
2. v drugem poglavju bodo na podlagi svetovne znanstvene literature obrazložen pomen podjetništva in umestitev podjetništva v ekonomski teoriji, opredeljeni bodo pojmi, kot so dinamično na znanju temelječe podjetništvo, dejavniki vpliva ustanovitve podjetja, vloga države pri razvoju podjetništva in bodo prikazani obstoječi modeli spodbujanja podjetništva in inovacij;
3. v tretjem poglavju bo obravnavana tematika prenosa znanja iz znanosti v gospodarstvo in predvsem opredelitev vloge univerze pri zagotavljanju dinamičnih, na znanju temelječih podjetij, prikazani bodo modeli povezovanja akademske sfere in gospodarstva ter evolucija in modeli inkubatorjev ter njihov vpliv na regionalno gospodarstvo;
4. v četrtem poglavju bo opravljena analiza in predlogi sprememb podpornega sistema za razvoj na znanju temelječega podjetništva. Posebej bo obravnavana strategija razvoja

Slovenije do leta 2013 in Zakon o podpornem okolju za podjetništvo. Na podlagi analize bo ob koncu poglavja tudi podana ocena uspešnosti podpore;

5. v petem poglavju bodo predstavljeni rezultati empirične preverbe teoretičnih dejavnikov sodelovanja gospodarske sfere z akademsko. Opisane so bile osnovne značilnosti vzorca, ocenjena zanesljivost merjenja, analiza posamezne sestavine modela ter prikazane povezave dejavnikov po tipologiji podjetja;
6. v šestem poglavju bodo povzete sklepne ugotovitve o najboljši umestitvi univerzitetnih inkubatorjev v podporni sistem. Predstavil bom priporočila za vladne službe in vodstva univerz oziroma univerzitetnih inkubatorjev ter bodo opredeljene odprte teme za prihodnja raziskovanja.

1.3 METODE DELA

Magistrsko delo je zastavljeno tako, da bo vključevalo strokovno poglobitev in znanstveno raziskovalni nivo. Strokovna poglobitev bo temeljila na teoretičnih spoznanjih domačih in tujih avtorjev s področja podjetništva, kot so: Petrin, Glas, Vahčič, Antončič, Rebernik, Birch, Wright, Kornhauser, Burns, Hisrich. Pri pregledu domače, tuje literature in novejših člankov ter raziskav s področja podjetništva bo uporabljena deduktivna metoda, s katero bodo spoznana dejstva iz literature.

Temeljna izhodišča analize podornega okolja in podpore za prenos znanja iz akademske sfere v gospodarstvo bodo slonela na podlagi že opravljenih raziskav v magistrskih in doktorskih delih: Kotnik (2004), Pezelj (2005), Renko (2004), Polak (2005), Kampuš-Trop (2000).

Pri preučevanju in pregledu podpornih sistemov in uspešnih inkubatorjev bo uporabljena metoda primerjave. Metoda sinteze bo uporabljena pri združevanju teoretičnih dejstev, praktičnih spoznanj in lastnih sklepanj za razvoj novega modela podpornega okolja in ustreznosti tega modela za spodbujanje dinamičnega, na znanju temelječega podjetništva v Sloveniji. Za potrebe podkrepitve trendov in nekaterih zaključkov bo uporabljena analiza statističnih podatkov. V raziskovalnem delu bodo na podlagi domače in tuje literature oblikovana teoretična izhodišča raziskave, ki bodo preverjena z metodo vprašalnika med razvojno naravnanimi podjetji v Sloveniji. To so podjetja, ki imajo registrirano raziskovalno skupino pri ministrstvu pristojnemu za visokošolstvo v Republiki Sloveniji. Rezultati bodo analizirani s faktorsko analizo, s katero se bo skušalo izluščiti bistvene dejavnike vpliva na sodelovanje gospodarske sfere z akademsko. Kot orodje pri analizi rezultatov bo uporabljen računalniški program za statistično obdelavo podatkov SPSS.

Pri preučevanju teme magistrskega dela, bodo pomembne tudi lastne ugotovitve in spoznanja pri delu v univerzitetnem okolju in v podpornem sistemu za spodbujanje podjetništva in podjetniške kulture, ki jih je avtor pridobil kot raziskovalno-razvojni asistent na Univerzi na Primorskem, kot svetovalec v Euro Info Centru in kot direktor Univerzitetnega inkubatorja Primorske.

1.4 HIPOTEZE IN PREDVIDEVANJA

Kot je bilo prikazano v uvodnem delu temelji prehod v družbo znanja oziroma na znanju temelječo družbo in s tem na znanju temelječe podjetništvo na plodnem sodelovanju med akademsko sfero in gospodarstvom.

V Sloveniji so se velika in srednja podjetja v tranziciji ukvarjala predvsem z notranjimi problemi in z lastniško strukturo ter se niso znala dovolj hitro prilagoditi novim izzivom, razvoju in upravljanju novih znanj, zato tudi politike države pri povezovanju podjetij z namenom upravljanja z znanjem in vzpostavljanja sinergij med velikimi in srednjimi podjetji ter institucijami znanja niso prinesle želenih rezultatov - povezovanje v grozde in centre odličnosti (Polak, 2005).

Kljub temu pa je potrebno vzpostaviti proces sodelovanja akademske sfere in gospodarstva s ciljem razvoja novih dinamičnih, na znanju temelječih podjetij. V literaturi lahko zasledimo množico identificiranih in naštetih ter opisanih skupnih stičnih točk med gospodarsko in akademsko sfero. Na podlagi dosedanjih analiz in ugotovitev pa v Sloveniji nismo uspeli vzpostaviti procesa povezovanja obeh sfer, saj tudi pretekla politika in programi ter ukrepi povezovanja niso bili uspešni. Slovenija lahko preide v družbo znanja le z novimi podjetji, ki nastanejo kot spin-off podjetja večjih ali na novoustanovljena podjetja, ki temeljijo na znanju (razvoj na znanju temelječega podjetništva). V teh podjetjih morajo biti usposobljeni novi kadri, ki bodo sposobni razumeti in izrabljati sisteme, ki jih daje na voljo država. Za doseganje večjega sodelovanja med akademsko sfero in gospodarstvom ter za ustanavljanje na znanju temelječih podjetij nujno potrebujemo redefiniranje podpornega sistema in vlog posameznih akterjev v podpornem sistemu.

Če želimo spodbuditi omenjeno sodelovanje, moramo najprej spoznati dejavnike, ki vplivajo na to sodelovanje. Poleg tega pa samo enkratna spodbuda ni dovolj, ampak je potrebno za nadaljnjo rast to sodelovanje trajnostno spodbujati, kar pomeni, da je potrebno oblikovati takšno okolje, ki bo omogočalo stalno spodbudo za nastanek dinamičnih, na znanju temelječih podjetij.

Glavna teza magistrskega dela je, da v Sloveniji obstajajo statistično značilne stične točke med gospodarsko in akademsko sfero, ki jih je možno analizirati in opredeliti kot motivacijske faktorje sodelovanja.

Po raziskavah (Cohen, 2002, Laursen and Salter, 2004) na sodelovanje podjetij in institucij znanja pomembno vpliva velikost podjetja. Po omenjenih raziskavah je pri velikih podjetjih in začetnih mikro start up podjetjih večja želja po sodelovanju z institucijami znanja. Na podlagi omenjene analize lahko pričakujemo, da bo tudi v Sloveniji analiza pokazala enake rezultate.

Druge analize in študije (Schartinger et al. 2001) so pokazale, da imajo podjetja, ki vlagajo veliko sredstev v raziskovalno-razvojno dejavnost večjo absorpcijsko moč in s tem večjo verjetnost za sodelovanje z institucijami znanja. To sodelovanje pa se kaže v večjem številu skupnih projektov. Upravičeno torej lahko pričakujemo, da bodo tudi v Sloveniji podjetja, ki vlagajo več sredstev v raziskave in razvoj, bolj zadovoljna s sodelovanjem in imela več skupnih raziskav kot druga podjetja.

Izhajajoč tudi iz druge literature in predhodnih raziskav pa lahko pri analizi in empirični raziskavi predvidimo še druga predvidevanja, in sicer:

- univerzitetni inkubatorji so za Slovenijo zelo pomemben inštrument in trajnostni pospeševalnik sodelovanja med gospodarsko in akademsko sfero,
- bolj uspešna podjetja znajo po tržnem deležu in letnem porastu števila zaposlenih bolje izkoristiti sodelovanje z institucijami znanja,
- podjetja, ki imajo večji tržni delež, so bolj naklonjena sodelovanju z institucijami znanja in znajo iztržiti konkretne koristi pri tem sodelovanju,
- v podjetjih, kjer imajo ustanovljeno posebno službo za sodelovanje z institucijami znanja, so bolj uspešni pri sodelovanju z institucijami znanja in imajo konkretne koristi od sodelovanja,
- poglavitni motivacijski faktor podjetij, ki sodelujejo z institucijami znanja, je zagotovitev kadrov s strani institucij znanja,
- med podjetji in institucijami znanja niso prisotni enaki cilji pri sodelovanju,
- dobičkonosna podjetja so bolj nagnjena k sodelovanju z institucijami znanja in tudi bolje ocenjujejo sodelovanje z njimi,
- podjetja s pozitivnim odnosom deležnikov do inovacij bolje ocenjujejo koristi sodelovanja z institucijami znanja in so tudi bolj inovacijsko usmerjena,
- podjetja, ki sodelujejo z institucijami znanja, menijo, da so to odraža pri kupcih kot zagotovilo kakovosti,
- podjetja, ki imajo lasten dolgoročni razvoj, imajo manj intenziven odnos sodelovanja z institucijami znanja, saj imajo lastne vire znanja v podjetju,
- podjetja, v katerih so bolj naklonjeni do novih tehnologij in inovacij, bolj intenzivno sodelujejo z institucijami znanja in namenjajo več sredstev v raziskave in razvoj,
- podjetja v Sloveniji namenijo razmeroma majhen del izdatkov za R&R za plačilo zunanjih storitev, kar pomeni, da je prisotnost odprtega modela inovacij v slovenskih razvojnih podjetjih razmeroma skromen.

2 POMEN PODJETNIŠTVA ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČE DRUŽBE

2.1 PREGLED UMESTITVE PODJETNIKA IN PODJETNIŠTVA V EKONOMSKI TEORIJI

Podjetništvo je v zadnjih desetletjih eno najbolj raziskovanih in preučevanih področij v ekonomski teoriji. Pojem podjetnika je v literaturi uporabljen zelo široko in je le redko natančno definiran (O'Farrell, 1986). Pojem podjetnika se je skozi stoletja spreminjal in se je šele sredi 19. stoletja uveljavil francoski izraz "entrepreneur", ki pomeni nekaj podvzeti oziroma v dobesednem prevodu besede pomeni »posrednik« ali »vmesnik« (Antončič et al., 2002). Razlaga podjetnika je interdisciplinarna in se razprostira na področja od ekonomije do sociologije, psihologije ter politologije (Casson, 1990). Danes še nimamo enotne teorije o podjetništvu, zato bo v tem poglavju prikazana kronološka opredelitev in razumevanje podjetnika ter umestitev podjetnika v ekonomski teoriji.

2.1.1 Začetki podjetništva

Prve začetke podjetništva lahko prepoznamo že v srednjem veku. Primer podjetnika kot posrednika so bili trgovci kot na primer Marco Polo in osebe, ki so vodile velike gradbene projekte- gradove, trdnjave, javne površine, katedrale. Marko Polo se je kot avanturist podal na pot z željo vzpostaviti nove trgovske poti. Svojega posla se je lotil tako, da je z imetnikom kapitala podpisal pogodbo o prodaji dobrin, isti imetnik kapitala pa je trgovskemu potniku odobril posojilo, da se je lahko podal na pot. Delitev dobička od prodaje je pripadalo v 75-odstotnem deležu imetniku kapitala, ostalo pa je dobil trgovec oziroma Marko Polo. Ta situacija skoraj popolnoma ustreza definiciji podjetništva, saj trgovec Marco Polo ustvarja nekaj novega in prevzema fizično in psihološko tveganje za izpeljavo posla. Razlika do popolne definicije podjetnika je v tem, da je kapitalist tudi prevzel pasivno tveganje za posel (Antončič et al., 2002). O pravem podjetništvu v teh primerih ne moremo govoriti, saj je za podjetnika značilno, da celotno tveganje prevzame nase. To je tudi poglobljena razlika med podjetnikom in managerjem podjetja, kot ju poznamo danes.

Stanje, ko posameznik prevzame celotno tveganje za izpeljavo posla, se vzpostavi v 17. stoletju. Posamezniki so z državo sklenili pogodbo o izvajanju storitev ali dobav s fiksnimi zneski, kar pomeni, da je bila tako potencialna izguba kot dobiček v korist izvajalca – podjetnika. Med prvimi ekonomisti, ki je v teoriji definiral podjetnika, je bil Richard Cantillon. V 18. stoletju je definiral trgovce, veleposestnike, kmetovalce, obrtnike in druge samostojne lastnike kot posameznike, ki kupujejo po znani ceni in prodajajo po neznani in s tem prevzemajo tveganje v poslu. Tako se v 18. stoletju prvič razlikuje kapitalista – imetnika kapitala in podjetnika. V tem času in tudi kasneje v 19. in 20. stoletju, pa ekonomska teorija še ne ločuje podjetnika od managerja (Antončič et al., 2002).

2.1.2 Podjetnik v ekonomskih teorijah 20 .stoletja

Adam Smith (1776) v svoji knjigi Bogastvo narodov, ki je osnova klasični kapitalistični ekonomski teoriji, še ne razlikuje med podjetnikom in managerjem. Kapitalista definira kot lastnika–managerja, ki kombinira osnovne resurse zemljo, delo in kapital v uspešno podjetje.

Sredi 20. stoletja se je začela uveljavljati za lastnika–managerja beseda “entrepreneur” in s tem se do konca 20. stoletja dokončno uveljavi ločevanje kapitalista in podjetnika.

Neoklasična ekonomska teorija ni posvečala posebne pozornosti vlogi podjetnika. Posvečala se je predvsem preučevanju ekonomskega ravnotežja in rasti pri polni zaposlenosti produkcijskih faktorjev in pri tem želela oblikovati natančno izračunljive ekonomske modele, ki ustrezajo analizam z ustreznimi tehnikami (Herber in Link, 2000). To pa po omenjeni teoriji pomeni, da trg sestavlja veliko kupcev in veliko prodajalcev, ki delujejo tako, da pride do ravnotežja med ponudbo in povpraševanjem. Vzpostavi se stanje popolne konkurence. Teorija ne dovoljuje ponudniku, da bi ustvaril nov proizvod, ki se razlikuje od obstoječih na trgu, niti da bi nadzoroval ali postavljajal tržne cene. Torej se ponudnik lahko le pasivno odziva na tržne razmere. To pomeni, da ko cene naraščajo, ponudniki proizvajajo več, ko cene padajo, proizvajajo manj. Tak trg omogoča osnovo za ekonomsko predvidevanje, pri čemer pa eliminira kreativno obnašanje posameznikov – lastnikov-managerjev, ki si prizadevajo vplivati na tržno delovanje z uvajanjem inovativnih proizvodov in storitev (Bygrave, 1994).

Neoklasična teorija v veliki meri zavrača vlogo in pomen podjetnika, saj je za obstoj ravnotežja potrebna popolna konkurenca. Ravnotežje se vzpostavlja na znanih resursih, tehnologiji, preferencah, sprotni optimizaciji vsakega posameznega subjekta znotraj ekonomskega sistema s ciljem vzpostavitve popolnega ravnotežja. V takem ravnotežju ni prostora za podjetnika, saj podjetnik destruktivno vpliva na idealno ravnotežje, ker z uvajanjem novih proizvodov ogroža popolno konkurenco. Neoklasična ekonomija ne more opredeliti podjetnika kot del sistema, ampak ga prepozna kot zunanji dejavnik vpliva tako kot vreme, vladno politiko, vojne in tehnološki napredek (Drucker, 1999).

Najvidnejši predstavnik neoklasične ekonomije v avstrijski ekonomski šoli je bil Israel Meir Kirzner. Kirzner trdi, da v ekonomskem sistemu ni prostora za podjetnika, saj se gospodarstvo pomika proti ravnotežju na podlagi individualnega videnja dejstev oziroma na podlagi delovanja posameznika v skladu z razjasnjenimi poslovnimi priložnostmi, ki jih izrabljajo v svojo korist za profitni motiv (Herbert in Link, 1982). Kirzner definira podjetnika kot osebo, ki je sposobna le izkoristiti neizrabljene priložnosti. Podjetnik reagira na spremembe na trgu, jih ne ustvarja. Spremembe prihajajo izven sistema, podjetniki se nanje le odzivajo in s tem gre sistem ponovno proti ravnotežju. Nove spremembe začasno porušijo ravnotežje, temu sledi proces prilagajanja, ko intervenira »nevidna roka trga«, ki postavi vse dejavnike v ravnovesje (Herbert in Link, 1982). Čeprav je bilo Kirznerjevo videnje podjetnika skladno z neoklasično ekonomijo, Kirzner v prav zaprav kritizira neoklasično ekonomijo. Menil je, da slednja reducira proces odločanja na matematične analize (Kirzner, 1980, str. 7).

Avstrijska ekonomska šola je poskusila bolj jasno definirati podjetnika in podjetništvo. Izhajala je iz kritike in zavrnitve neoklasične ekonomije. V nasprotju z le-to se je zavzemala za razumevanje problema ekonomije, kako zagotoviti najboljšo uporabo virov, ko posamezniki poznajo in želijo doseči cilje in namene. V ekonomiji gre za izbiro v razmerah

negotovosti, saj ne moremo nikoli razpolagati s popolnimi informacijami. Pojav nenehno novih informacij onemogoča stanje ravnotežja, zato ne more priti do stanja ravnotežja, ampak lahko podjetnik k temu samo teži, nikoli pa tega stanja ne doseže. Osnovni motiv za podjetnika je pridobivanje dobička, zato je njegova vloga, da prej kot ostali predvidi nove donosne priložnosti. Avstrijska šola se je zelo približala ekonomski teoriji podjetništva, vendar je bila zavezana ekstremnemu subjektivizmu, ki je onemogočal preverljivost podjetniške teorije avstrijske šole ekonomije. Zagovarjali so namreč stališče, da naj vsak, ki ima dovolj informacij, na podlagi katerih lahko predvidi obnašanje podjetnika, postane podjetnik tudi sam. Z vstopom v sistem ima vsak »teoretik« izkustveni odgovor na svoje obnašanje. Posameznega subjektivnega obnašanja posameznika ni mogoče predvideti v naprej, zato je možna le retrospektivna analiza, ki ne omogoča razvoja ekonomske teorije (Casson, 1990).

2.1.3 Schupetrova opredelitev podjetnika (Sodobno razumevanje podjetnika)

Joseph Schumpeter (1910) pomembno prispeva k sodobnemu razumevanju podjetništva, saj je prvi, ki zavrne neoklasično razumevanje ekonomskih procesov in opredeli podjetnika oziroma podjetništvo kot ključ ekonomskega razvoja. Schumpeter meni, da je ravnotežno stanje, ki je po Kirznerju končni rezultat procesa prilagajanja podjetnika, šele začetno stanje rasti podjetnika.

»Tako je vloga podjetnika, da izboljša in temeljito spremeni načine proizvodnje z izkoriščanjem invencij oziroma še nepreizkušenih tehnoloških možnosti za proizvodnjo novih izdelkov ali starih izdelkov na nov način, odkrije nov vir za dobavo materiala ali pa z reorganizacijo panoge odpre nov obrat za izdelke« (Schumpeter v Antončič et al., 2002, str. 28).

S tem pa podjetnik tudi ogrozi oziroma uniči vire pridobivanja dobička drugih podjetij in ustvari monopol, ki je za podjetnika ugoden, saj podjetniku omogoči profitno priložnost.

Schumpeter ta proces imenuje Kreativna destrukcija, ker ko podjetnik poruši stare vire pridobivanja, ustvari novo vrednost in rast novega podjetja. Proces se odvija v neskončnost, saj porušenemu ravnotežju sledi ravnotežje na višji ravni, ki se z inovacijami znova poruši in odpre nove možnosti za rast. Uspešno podjetništvo uniči pogoje, ki so omogočili lastno uspešno podjetniško priložnost. Poleg tega je Schumpeter pomemben za premik k sodobnemu razumevanju podjetništva in podjetnika v ekonomski teoriji. Po Schumpetru podjetnik namreč ni ustvarjalec priložnosti, ampak ekonomski vodja, ki poleg ustvarjanja inovacij te izkoristi predvsem za ustvarjanje dobička. S tem v družbeno dogajanje, ki je ustaljeno ali v ravnotežnem stanju, vnese novo znanje, ki bi ne bilo izkoriščeno. Večina ljudi si namreč ne želi sprememb in delovanja v negotovosti, raje počakajo na posameznika–podjetnika, ki to stanje preseka in jih povede naprej. S tem podjetnik popelje tudi produkcijske faktorje na nova področja in tudi zmanjša negotovost za ostale posameznike, ki začno posnemati njegove inovacije. S pojavom konkurence se začno dobički za podjetnika zmanjševati, vendar to lahko podjetnika vodi v nove inovacije in ponovno ustvarjanje produkcijskih faktorjev. Valovi inoviranja so značilni za kapitalistični ekonomski razvoj in Schumpeter z njimi razlaga tudi gospodarske cikle. Cikel inoviranja se za določenega posameznika lahko tudi ustavi, saj se

nekateri podjetniki -posamezniki, sčasoma zadovoljijo s funkcijo preprostega vodenja podjetja. To je prisotno predvsem v postinvesticijskem obdobju podjetja (Petrin, Antončič, 2003).

2.1.4 Podjetnik pri drugih pomembnejših avtorjih 20. stoletja

Frank Knight (1921) je v definiciji podjetništva poudaril kot bistveni element podjetniškega procesa prevzemanje tveganja. Podjetnika definira kot upravljavca tveganja. V svetu, kjer ni negotovosti, ni potrebe po podjetništvu, saj bi v takšnem svetu lahko opravljali samo rutinska dela, vendar takega sveta ni, zato je podjetništvo nujno potrebno. Knight je pomemben za teorijo podjetništva tudi zaradi tega, ker je prvi, ki razlikuje med tveganjem, za katerega se lahko zavaruješ in zato ne vpliva na dobiček ali izgubo, in negotovostjo, ki pa bistveno vpliva na dobiček ali izgubo (Knight, 1921).

Dejansko je Knightov podjetnik posrednik med ponudniki produkcijskih faktorjev, ki zahtevajo takojšnji dohodek, in med bodočim negotovim povpraševanjem po proizvodih in storitvah. V takšnih razmerah je bistvo podjetništva presoja bodočega povpraševanja. Slednje pa je le majhna skupina ljudi podjetnikov, ki bi bila sposobna kombinirati dobro presojo s samozaupanjem v lastno sposobnost presoje ter prevzemati tveganje (Knight, 1921).

Knight definira podjetnika kot upravljavca tveganja, zato je ena glavnih kritik Knightovega obravnavanja in definiranja podjetnika v tem, da je po tej definiciji lahko podjetnik vsak, ki prevzame tveganje. Dejansko tveganje prevzame tudi investitor ali kdorkoli, ki ima v lasti rizične delnice ali kapital, ali pa posameznik, ki opusti zavarovanje tveganja (Petrin, 2003).

Hervey Leibenstein definira podjetnika v kontekstu definiranja paradigme »x-učinkovitosti«. Podjetniki so po njegovem mnenju zelo pomembni v gospodarstvu, saj so podjetnikove aktivnosti usmerjene v zmanjševanju neučinkovitosti, ki so posledica različnih dejavnikov delavske neučinkovitosti (organizacijske entropije, pomanjkanje sporazumevanja med delodajalci in delavci, konflikti interesov). Slednje definiramo kot x- učinkovitost, ki ostane neizkoriščena. V razmerah neoptimalnega delovanja najde podjetnik možnost pridobivanja dobičkov, ki so skriti v x-učinkovitosti. S tem so podjetniki pomembni zapolnjevalci vrzeli in vnosov neizrabljenih virov in nosilci negotovosti (Leibenstein, 1968, str. 72-73).

Leibenstein definira dva tipa podjetnika (Leibenstein, 1968, 73): rutinski podjetnik, ki se ukvarja v bistvu z managerskimi aktivnostmi – upravljanja podjetja v že ustaljenih procesih z znanimi kombinacijami produkcijskih faktorjev ter na jasno znanih trgih. Drugi tip podjetnika, je N-podjetništvo, ki podobno kot pri Schumpetru, temelji na neznanih produkcijskih faktorjih in brez jasno definiranih trgih, zato N-podjetništvo zahteva ustvarjalnost in inovativnost (Leibenstein, 1968).

Theodor W. Schultz je velik kritik neoklasične ekonomske teorije. Po njegovem mnenju se podjetniku ne pripisujejo ustrezne zasluge glede na prispevek, ki ga ima podjetnik pri zagotavljanju dinamičnega gospodarstva in ekonomski rasti. Podjetništvo je proces in sposobnost prerazporejanja virov, s katerimi ljudje razpolagajo in se odzivajo na spremembe v ekonomskih pogojih. Po njegovem mnenju bi brez prerazporejanja teh virov sodobno gospodarstvo propadlo. Vzrok za prerazporejanje virov vidi v tehnoloških spremembah, novem znanju, selitvi prebivalcev, vojnah in drugih dejavnikih (Schultz, 1980, str. 442). Poleg

tega Schultz ugotavlja, da je podjetniška sposobnost ena od splošno pridobljivih lastnosti, ki je lahko prirojena ali pa jo je mogoče pridobiti z izobraževanjem. Posledica tega je, da podjetnike, ki prerazporejajo svoje vire v skladu s spremembami ekonomskih razmer, lahko najdemo tako v velikih kot v majhnih podjetjih (Schultz, 1980).

M.C. Casson je skušal podjetnika opredeliti v novejših okoliščinah, ki se nenehno spreminjajo in ustvarjajo nove okoliščine, v katerih ne moremo govoriti o popolnosti informacij. S tem razlogom njegov prispevek v 80-ih letih 20. stoletja pomeni pomemben napredek definicije podjetnika. Njegova teorija je zasnovana na definiciji, da je podjetnik tisti, ki se specializira za sprejemanje preudarnih odločitev o uporabi omejenih resursov (Casson, 1982, str. 23). Uspeh ali neuspeh ni posledica razlik v razpoložljivosti resursov, ampak v učinkovitosti njihove uporabe. Podjetnik je agent, ki izboljša obstoječo alokacijo resursov v luči novih dejstev. Posamezniki na podlagi istih informacij in novih dejstev sprejmejo različne odločitve, ki so posledica njihove različne zaznave dogodkov in interpretacij enakih informacij. V luči novega tehnološkega napredka postane alokacija resursov neoptimalna in to povzroča spodbudo podjetnikom, da realocirajo. S tem tudi zavrne tezo neoklasične ekonomije o popolnosti informacij. Casson meni, da je uspešen podjetnik tisti, ki ima več raznolikih informacij, ki jih pravilno interpretira, kot tisti, ki ima specializirana znanja. Specifična znanja, ki so potrebna za uspeh podjetnika, pa podjetnik lahko pridobi. Casson tudi prvi definira bistvene razloge, zaradi katerih pride do ustanovitve novega podjetja; brezposelnost, želja po nadzoru nad delovno silo, želja po delni zaposlitvi in premalo priložnosti pri dosedanji (Casson, 1982).

Casson je tudi zavrnil definiranje podjetnika, ki dela v splošno korist, podjetnik mora delati predvsem za lasten dobiček. Prav tako zagovarja monopol kot pogoj za učinkovito alokacijo, saj ravno zaradi tega, da bi ta monopol zaščitili in izkoristili, se podjetni posamezniki odločijo za ustanovitev podjetja (Casson, 1982).

D. Birch je s Cassonom pomembno vplival na dojetje podjetništva v ekonomski teoriji, predvsem v ZDA. Njegova definicija podjetnika definira le-tega kot posameznika, ki ustvarja delovna mesta na podlagi inovacij. Podjetniki so bistveni za ustvarjanje delovnih mest in ekonomske rasti, posebej so pomembna maloštevilna hitro rastoča podjetja, ki jih imenuje gazele. Razvoj podjetništva in podjetnika oziroma gazele je dolgoročen proces, ki lahko daje prve rezultate šele čez osem ali deset let, zato se gazel ne more ustvariti na hitro z davčnimi ali drugimi ukrepi. Gazele se razvijajo v okoljih, kjer so razviti izobraževalni, komunikacijski sistemi ter visoko kvalitetni pogoji bivanja (Kampuš Trop, 2003).

B. A. Kirchoff na podlagi raziskav dokončno prikaže, da neoklasična ekonomska teorija podjetništvu ne daje ustrezne vloge in poda svoja videnja, ki jih lahko opredelimo za temelje teorije podjetništva. Podjetnikov cilj je ustvarjanje novih podjetij, zagotavljanje njihove rasti, preživetja in konca. Konec lahko sledi, če se podjetniki, predvsem starejši, ne prilagodijo in prestrukturirajo pravočasno in tako odgovorijo na novonastale proizvode ali managerske metode. Tudi Kirchoff poudarja pomembnost inovacij za razvoj podjetništva, vendar za razliko od Bircha ne vidi geografske lokacije kot ključnega elementa razvoja inovativnih podjetij (Kirchoff, 1994). Kirchoffova teorija podjetništva ponovno poudari pomen Schumpetrove Kreativne destrukcije, ki po njegovem mnenju ni pomembna samo za ustvarjanje novih malih podjetij, ampak so glede na prispevek k ustvarjanju novih delovnih

mest, majhna in srednja podjetja pomembna oziroma ključna za visoko gospodarsko rast zrelih gospodarstev.

A. Vahčič definira podjetništvo kot proces, v katerem podjetniki – posamezniki ali skupine ljudi – podjetniški timi, odkrivajo poslovne priložnosti in jih uresničujejo najpogosteje v obliki podjetja. Za ustanovitev podjetja pa morajo zbrati potrebna sredstva, ki so lahko njihova last ali pa tudi ne. Podjetništvo je tesno povezano z ustanavljanjem novih podjetij. Vahčič tudi razlikuje med malimi in srednjimi podjetji, katerih pomen v ekonomskem smislu je samo v samozaposlovanju in preprečevanju brezposelnosti in med tako imenovanimi dinamičnimi podjetji. Dinamična podjetja oziroma dinamično podjetništvo je tisto, ki v kratkem času iz majhnih zraste v velika, ki se usmerijo na svetovne trge (Vahčič, 1994).

Po Vahčičevem mnenju je v spremenjenih okoliščinah poslovanja in s pojavom globalizacije pomembno iskanje novih poslovnih priložnosti in njihovo uresničevanje v vseh gospodarskih dejavnostih, zato so tiste države, ki uspejo zagotoviti ugodno podjetniško okolje, gospodarsko bolj uspešne (Vahčič, 1994a, str. 304). Danes se je podjetniška teorija odmaknila od pojasnjevanja in definiranja spontanega podjetništva, ki je bilo značilno pred pojavom globalizacije, k pojasnjevanju vplivov na podjetništvo. Cilj pojasnjevanja vplivov za nastanek podjetništva pa je zagotavljanje in razvoj podporne infrastrukture za podjetništvo, ki bo uspešno zagotavljala ustvarjanje novih dinamičnih podjetij. Temeljni razlog za to je v ugotovitvi, da bodo imele države, kjer večina sposobnih ljudi usmerja svojo energijo v iskanje in uresničevanje podjetniških priložnosti visoko razvito podjetništvo in s tem višjo stopnjo gospodarske rasti kot pa države, kjer večina sposobnih ljudi usmerjena v druge aktivnosti (Vahčič, 1994a).

B. Antončič smiselno povzema dosedanje definicije podjetništva, in sicer podjetništvo opredeljuje kot proces, ki mu podjetniki namenijo svoj čas in prizadevanja, prevzemajo pripadajoča finančna, psihična in družbena tveganja za ustvarjanje nečesa novega, vrednega in prejmejo pripadajočo nagrado v obliki denarja, osebnega zadovoljstva in neodvisnosti (Antončič, et al., 2002, str. 30).

Opredelitev poudarja štiri osnovne vidike podjetnika, neglede na področje poslovanja in inovativnosti. Podjetništvo vsebuje ustvarjalni proces, ki predstavlja vrednost podjetniku in javnosti, za katero je bil razvit. Javnost je lahko trg kupcev v primeru poslovnih inovacij, uprava bolnice v primeru novih postopkov spremljanja bolnikov in programske opreme, študentje v primeru novega podjetja ali odjemalci storitev, ki jih opravlja nepridobitna agencija. Drugi pomemben vidik je čas in prizadevanja, ki jih podjetnik nameni svojemu poslu. Pri tem je pomemben tretji vidik, in sicer vidik tveganja, ki ga posameznik prevzame v procesu podjetništva, ki je, kot je omenjeno v definiciji, na več področjih. Nagrada je zadnji vidik podjetništva. Slednja je lahko v obliki neodvisnosti, ki ji sledi osebno zadovoljstvo. Za podjetnike, ki stremijo za dobičkom, pa so najpomembnejše denarne nagrade (Antončič et al., 2002).

Pomemben vidik Antončičeve opredelitve podjetništva je možnost podjetniškega procesa tudi v neprofitnem sektorju, kar ga ločuje od drugih pomembnih avtorjev sodobnih opredelitev podjetništva kot profitnega motiva ustvarjanja bogastva za podjetnika.

Tudi **Evropska komisija** je prepoznala v podjetništvu pomemben vidik razvoja evropskega gospodarstva, zato je v Zeleni knjigi podjetništva definirala podjetništvo kot »način

razmišljanja in sposobnosti posameznika, da neodvisno ali znotraj organizacije prepozna priložnost in jo izkoristi z namenom, da bi ustvaril novo vrednost ali ekonomski uspeh« (Green paper, 2003, str. 6).

2.2 OPREDELITEV DINAMIČNEGA IN NA ZNANJU TEMELJEČEGA PODJETNIŠTVA

Podjetništvo oziroma podjetnika lahko v najbolj splošnem razdelimo na dve kategoriji (Tajnikar, 1997, str. 15) **malo podjetništvo** in **dinamično podjetništvo**. Malo podjetništvo ima zelo tipično življenjsko krivuljo, začetne rasti in se kasneje pojavi stagnacija ali upadanje rasti. Ljudje taka podjetja ustanovljajo z namenom, da bi si zagotovili eksistenčni obstoj. Včasih je za tako podjetje dovolj mesec ali dva, da doseže velikost, ki jo želi doseči in ohraniti do konca svojega obstoja. Poznamo pa tudi take primere malega podjetništva, ki potrebuje tudi več let, da podjetje doseže stabilno ohranitev načrtovanega proizvodnega programa. Tako podjetje je usmerjeno v lokalni trg, ker večjega ne išče, zadovoljuje točno določene potrebe kupca in si ne želi spreminjati proizvoda. Običajno imajo samo enega ali nekaj proizvodov, enostavno organizacijsko strukturo. Mali podjetniki se izogibajo tveganju, zato svoj posel večinoma financirajo s kreditnimi oblikami kapitala. Osnovni motiv takega podjetja je dohodkovni motiv, ki si ga izplačujejo preko plače in ne profitni motiv ustvarjanja večjega dobička. (Tajnikar, 1997).

Dinamično podjetništvo se od malega podjetništva popolnoma razlikuje. Povezano je z rastočim poslom in stalno rastjo. Življenjska krivulja dinamičnega podjetja je lahko v začetku podobna tisti malega podjetja, vendar je faza nastajanja podjetja usmerjena v pripravo na kasnejšo izredno hitro rast podjetja. Dinamični podjetnik stalno išče nove priložnosti, ki bi mu zagotovile še hitrejšo rast podjetja. Tako podjetje je povezano z novimi tehnologijami in osvajanjem svetovnega, globalnega trga in sledenjem aktivnosti konkurence. Dinamično podjetništvo je povezano z večjim tveganjem in večjo potrebo po finančnih virih kot malo podjetništvo. Običajno v dinamičnih podjetjih pride do razpršene lastniške strukture, vstop tveganega kapitala in strateških partnerjev ali poslovnih angelov. S temi spremembami pa se spremeni tudi struktura upravljanja podjetja in organiziranost podjetja lahko že v zgodnji fazi postane kompleksna. Dinamično podjetništvo je tudi zaradi razpršenega lastništva usmerjeno k profitu (Tajnikar, 1997).

Za potrebe definiranja dinamičnega na znanju temelječega podjetništva, je pomembna razvrstitev tudi po kategorijah ustanovitve podjetja glede na usmerjenost v raziskave in razvoj. Novonastala podjetja lahko na podlagi usmerjenosti v uporabo znanja razvrstimo v tri kategorije (Antončič et al., 2002, str. 34):

- **Podjetja življenjskega sloga** so podjetja, ki zaradi narave posla, ciljev podjetnika ter omejene količine denarja in značilnosti podjetnika ne namenjajo posebne pozornosti raziskavam in razvoju. Tako podjetje dosega skromno rast in je usmerjeno zgolj v preživetje podjetnika in morda ožjih članov družine. Običajno tako podjetje sploh nima rasti.

- **Ustanoviteljsko podjetje (foundation company)** so podjetja, ki nastane na podlagi raziskav in razvoju ter postavi temelje novega poslovnega področja. Tako podjetje ima začetni potencial rasti, ki pa zaradi omejenih virov lastnikov podjetja ne rastejo tako hitro kot bi lahko, če bi taka podjetja kotirala na borzi in se odprla za tvegani kapital ali strateškega investitorja. Taka podjetja so zanimiva za zasebnega investitorja.
- **Podjetje z visokim potencialom rasti**, ki jo lahko poimenujemo tudi gazela, je podjetje z zelo hitro rastjo. Tako podjetje lahko nastane kot ustanoviteljsko podjetje, vendar je njegova rast mnogo hitrejša.

Dinamično na znanju temelječe podjetništvo je podjetništvo, ki združuje dinamičnega podjetnika in ustanoviteljsko podjetje ali gazelo, ki je svoj proizvod razvilo v sodelovanju z univerzo, raziskovalnim inštitutom ali večjim podjetjem. Lahko pa ta razvoj temelji na lastnem znanju podjetnika inovaciji. Tako podjetje oziroma podjetnik ne ustvarja dobička iz ekonomije obsega in masovne proizvodnje, ampak iz znanja, ki je vgrajeno v proizvod ali storitev in zagotavlja višjo dodano vrednost.

Glede na značilnost dinamičnega in na znanju temelječega podjetništva ugotovimo, da moramo za tovrstno podjetništvo družbo oziroma podjetniško okolje prilagoditi oziroma tovrstno podjetništvo se lahko razvija samo v okolju, ki izpolnjuje določene pogoje, in sicer (prilagojeno po Tajnikar, 1997, str. 23):

- odprto gospodarstvo z usmerjenostjo na svetovne trge,
- razvit in raznolik finančni sistem zagotavljanja kapitala za rast tovrstnih podjetij,
- povezanost med raziskovalno oziroma akademsko sfero in gospodarstvom oziroma med ljudmi, ki iz denarja ustvarjajo znanje in ljudmi, ki iz znanja ustvarjajo denar; povezanost mora potekati konstantno in koordinirano,
- razvitost dinamičnega trga kapitala podjetij in možnosti transparentnega kupovanja, prodaje in povezovanje tako podjetij, ki kotirajo na borzi, kot manjših kapitalskih družb,
- zagotovljen celostni podporni sistem tako svetovalni- mehki podporni sistem kot trdi- infrastrukturni podporni sistem, ki podjetjem pomaga pri pridobivanju informacij in pomoči za hitro rast. Pri tem ima ključno vlogo država oziroma vlada.

2.3 POMEN PODJETNIŠTVA ZA GOSPODARSTVO IN ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČE DRUŽBE

Ključni premik k uveljavitvi podjetništva kot pomembnega dejavnika gospodarske rasti je bila raziskava Davida Bircha objavljena leta 1979, s katero je dokazal pomen podjetništva za zaposlovanje, gospodarski razvoj in inovacije. Raziskava je pokazala, da so med leti 1969-1976, manjša dinamična podjetja oziroma gazele v ZDA ustvarile 81% novih neto delovnih mest. Prav ustvarjanje novih delovnih mest pa je eden ključnih kazalnikov gospodarske rasti, kar pomeni, da je peščica dinamičnih podjetij dejansko eden glavnih generatorjev gospodarske rasti v ZDA (Birch, 1987). Podatki in raziskave so bile večkrat preverjene in potrjene, zato so pomembno vplivale na preobrat v ekonomski teoriji in odnosu do podjetništva tako ekonomistov kot tudi vlad posameznih držav.

Podjetniška dejavnost in ustvarjanje novih podjetij sta nedvomno ključnega pomena za gospodarsko rast in inovativnost (Giannetti in Simonov, 2004).

Po študijah OECD so mala in srednje velika podjetja pomemben dejavnik gospodarske rasti tudi v državah v razvoju in v tranzicijskih državah. Ta podjetja predstavljajo specifičen in značilen segment gospodarstva, ki ima svoje prednosti in slabosti in potrebuje posebno obliko politike in podpore (OECD, 2001b).

Države, kjer večina sposobnih ljudi usmerja svojo energijo v iskanje in uresničevanje podjetniških priložnosti, bodo imele visoko razvito podjetništvo in s tem višjo stopnjo gospodarske rasti kot pa države, kjer večina sposobnih ljudi usmerjena v druge aktivnosti (Vahčić, 1994a). To trditev potrjujejo tudi podatki OECD, saj se prispevek malih in srednje velikih podjetij h gospodarski rasti povečuje. V državah OECD predstavljajo mala in srednje velika podjetja več kot 95% podjetij in zaposlujejo v nekaterih državah tudi več kot 70% zaposlenih prebivalcev ter stalno ustvarjajo nova delovna mesta. Pomembnost malih in srednjih podjetij v gospodarstvu razvitih držav in držav v razvoju je posledica dveh večjih dejstev, in sicer večjega posluževanja zunanjih storitev večjih podjetij ter pritiski po povečanju produktivnosti in konkurence, posebej v novih gospodarskih panogah (OECD, 2001b)

Na podlagi prej navedenih dejstev lahko povzamemo, da podjetništvo prispeva h konkretnemu razvoju gospodarstva in širšemu družbenem razvoju, saj ustvarja (Glas, 2003):

- nova delovna mesta,
- gospodarsko rast in zviševanje produktivnosti,
- stalne inovacije in spremembe v gospodarstvu ter družbi,
- povečanju dohodkov in investicij v regiji,
- širšo regionalno strukturo in splošni razvoj območja,
- začetek novih srednje velikih in velikih podjetij,
- učinkovito uporabo malih prihrankov in razne druge manjše vire sredstev prebivalstva,
- srednji sloj prebivalstva, ki ceni spodbude za razvoj, urejeno pravno državo in gospodarsko stabilnost.

Dinamično podjetništvo pa lahko pomembno vpliva tudi na razvoj na znanju temelječe družbe in krepitev na znanju temelječe družbe prispeva k razvoju dinamičnega na znanju temelječega podjetništva.

Majhna in srednje velika podjetja so vse bolj prisotna v tehnološko intenzivnih panogah, predvsem v informacijski tehnologiji, komunikacijah in biotehnologiji. Največ malih in srednje velikih podjetij je v storitvenem sektorju, vendar v državah OECD prav MSP predstavljajo skoraj 50% zaposlenih v proizvodnih panogah. Vodilno vlogo pa prevzemajo v zelo pomembnem podizvajalskem segmentu pomembnih poslovnih storitvah večjih podjetij, kot so programska oprema, informatika in upravljanje s človeškimi viri (OECD, 2001b).

Danes obstaja splošno spoznanje, da znanje in razvoj novih spoznanj pomembno vpliva na ekonomsko rast in konkurenčnost. Znanje pomembno vpliva na gospodarsko rast, zaposlovanje in stopnjo socialne države (angl. »welfare«). Razvoj na znanju temelječega gospodarstva predstavlja velike implikacije in izzive za vse organizacije od izobraževalnih, raziskovalnih do vladnih ustanov in podjetij. Prav tako pa se posamezniki srečujejo z velikimi spremembami, saj so tudi slednji del organizacij (OECD, 2001).

Globalizacija ni povzročila velikih premikov v poslovnem, ampak tudi v znanstvenem svetu. Povečala je težnje po obvladovanju znanja na globalni ravni, saj brez sposobnosti za obvladovanje in prenos globalnega znanja in tehnološkega napredka kot glavnega vira povečanja produktivnosti dela, si ne moremo predstavljati gradnje nacionalne konkurenčnosti, sposobnosti in dvigovanje individualne in družbene kakovosti življenja (Argote et al. v Polak, 2005). Gospodarske dejavnosti, v katerih obstaja velika potreba po znanju, visoko izobraženi delovni sili ter po raziskavah in razvoju, so imele v drugi polovici 20. stoletja najvišje stopnje rasti. Jasno je, da bo tudi v prihodnje znanje tisto, ki bo krojilo obstoj in napredek gospodarstev, saj je povpraševanje po visoko izobraženi in usposobljeni delovni sili iz dneva v dan večja (Stanovnik et al., 2004).

Znanje postaja motor razvoja v družbi znanja, tako kot je podjetništvo glavni dejavnik gospodarske rasti, zato je za razvoj na znanju temelječega gospodarstva ključen razvoj na znanju temelječe družbe, ki postavlja znanje kot osnovni element družbe in gospodarske uspešnosti. Iz tega zornega kota je znanje ključni vir za zagotavljanje konkurenčnega gospodarstva in ustvarjanje ekonomske rasti (OECD, 2001).

Kljub temu samo imeti znanje oziroma obvladovati znanje ali novo tehnologijo, ne pomeni avtomatsko tudi visoke gospodarske rasti. Ključnega pomena je novo znanje ali inovacijo vpeljati v proizvodnjo dobrin in storitev. Slednje velja tudi za posameznike, saj ni dovolj, da izobraževalne ustanove posameznike izobrazijo, ampak da imajo izobraženi posamezniki priložnost izrabiti pridobljeno znanje v praksi. V kolikor se znanje ne uporabi v praksi, lahko dvomimo v upravičenost investicij, ki jih država ali zasebne organizacije investirajo v izobraževanje in raziskave. Poleg tega pa ne država, družba in tudi posameznik ne občuti pozitivnih učinkov na produktivnost in gospodarsko rast (Crouch v OECD, 2001, str. 11). Prav tako mora biti znanje oziroma tehnološki napredek ali inovacija absorbirano v podjetje in implementirano v proizvodnjo ali novo podjetje. Na tem mestu ni pomembno ali znanje prihaja od zunaj – z univerz ali raziskovalnih institucij - ali pa je znanje posledica notranjih raziskovalnih in razvojnih aktivnosti podjetja. Absorpcijska moč podjetij, ki se od podjetja do podjetja izjemno razlikuje, prispeva k razvoju in implementacij inovacij podjetja (Cohen and Levinthal, 1990 v OECD, 2001, str. 12). Gledano s te perspektive, znanje v obliki inovacij predstavlja rezultat na znanju temelječega gospodarstva.

Inovativna sposobnost podjetij določa konkurenčnost in rast v na znanju temelječem gospodarstvu. To posebej velja za tista področja v svetu, kjer je strošek dela relativno visok. Za zagotavljanje trajnostne konkurenčnosti podjetij v takem okolju je ključnega pomena izboljšanje sposobnosti podjetij za konstantno inoviranje z uporabo vseh možnih orodij in znanja, ki so na voljo.

Inovacije tako predstavljajo ključni dejavnik razvoja novih izdelkov in storitev za trg in tudi spodbujajo investicijski interes za ustanavljanje novih podjetij. Z inovacijami kapital širi zmožnosti rasti in posledično nova poraba kapitala uporablja nove možnosti za proizvodnjo. S tem se nove naložbe pojavljajo tako na strani povpraševanja kot na strani ponudbe enačbe rasti. Neglede na raven izjemnosti inovacije ali pa tehnologije se inovacija komercializira preko treh mehanizmov: vladnih politik, notranjega podjetništva in podjetništva oziroma ustanavljanje novih podjetij (Antončič et al., 2002). V povprečju MSP lahko vlagajo veliko manj sredstev v raziskave in razvoj v primerjavi z velikimi podjetji, vendar so MSP

inovativna na drugačne načine, predvsem z uvajanjem ali redefiniranjem uporabe produktov ali storitev in z uvajanjem novih organizacijskih pristopov. Čeprav je v državah OECD samo med 30 % – 60% inovativnih MSP, hitro rastoča inovativna MSP izkazuje izjemen inovativni potencial in inovativno dejavnost. Taka podjetja ustvarijo največ novih delovnih mest in pri tem kazalniku prekašajo večja podjetja v večini držav (OECD, 2001b).

Izkušnje v ZDA so pokazale, da vlada s spodbujanjem tehnološkega transferja ni privedlo do izjemnih dosežkov v praksi. Prav tako je notranje podjetništvo lahko pomemben vzvod za spodbujanje in identifikacijo inovacije ter bi lahko predstavljalo premostitev med znanostjo in trgom. Toda kljub finančnim sredstvom, poslovnim znanjem, trženjskim in distribucijskim sistemom, ki jih imajo velika podjetja tudi z notranjim podjetništvom, velika podjetja niso dosegla učinkovitih rezultatov. Razvoj novih izdelkov in notranjega podjetništva preprečujejo birokratske strukture, usmeritev k kratkoročnim dobičkom in zelo strukturirane organizacije. Velike družbe, ki se teh omejitev zavedajo, so poskušale razviti notranje podjetništvo v obliki strateških poslovnih enot, ki so bolj samostojne (Antončič et al., 2002).

Po izkušnjah in raziskavah je podjetništvo najuspešnejši način za premostitev vrzeli med znanostjo in trgom, za ustvarjanje novih podjetij in uvajanje novih izdelkov ali storitev na trg. Pri tem podjetnike pogosto ovira pomanjkanje menedžerskih znanj, trženjskih sposobnosti, finančnih sredstev in vedenja, kako navezati stike z bankami, dobavitelji, kupci, tveganimi kapitalisti, distributerji (Antončič et al., 2001, str. 38), zato mora postati za odločevalce dober podporni sistem za podjetništvo pomembna tema spodbujanja podjetništva, saj samo s finančnimi spodbudami ne moremo vsiljevati podjetništva in zagotoviti dolgoročnega razvoja. Država mora pospeševati razvoj intelektualne infrastrukture, modernizacijo industrije, razvoj človeškega kapitala, podjetništvu prijazno okolje, ponudbo tveganega kapitala, ustvarjanje privlačne kvalitete življenja, razvoj trga za nove produkte in storitve, razvoj nove industrijske kulture in zagotavljanje boljše socialne organizacije (Glas, 2000, str. 5-6). Podjetništvo spada med najredkejše proizvodne vire. Če družba nima podjetništvu naklonjenega vrednostnega sistema in izoblikovanih pravil igre, ki posameznike s podjetniškim talentom stimulirajo, da svoj talent uporabijo za podjetniške aktivnosti in v korist gospodarskega razvoja, potem tega ne bodo počeli. Podjetništva se ne da prisiliti, ampak samo spodbuditi (Rebernik, 2004).

Prilagajanje procesom na znanju temelječe družbe se zato odraža tudi v različnih ukrepih in politiki odločevalcev na nadnacionalni, regionalni in lokalni ravni. Določevalci morajo na vseh ravneh razvijati nove aktivnosti v povezavi z zasebnim sektorjem, da odgovorijo na nove zahteve in stimulirajo nove ekonomske aktivnosti, ki temeljijo na znanju. Ravno univerzitetni inkubatorji v Sloveniji lahko predstavljajo ključni povezovalni element, ki privede do spodbujanja dinamičnega, na znanju temelječega podjetništva.

2.4 DEJAVNIKI, KI VPLIVAJO NA USTANOVITEV NOVEGA PODJETJA

Ustanovitev novega podjetja je odvisna od različnih dejavnikov, ki niso vsi odvisni od podjetnika.

Dejavniki, ki vplivajo na možnost ustanovitve novega podjetja so vlada z zagotavljanjem infrastrukture, ki pomaga novim podjetjem in jih podpira, izobrazba in izkušnje posameznika,

trženje, vzorniki in finančne zmožnosti. Odločitev o ustanovitvi podjetja se pojavi, ko posameznik dojame, da je ustanovitev podjetja zaželeno in možna. Dojemanje, da je ustanovitev novega podjetja zaželeno, izvira iz kulture, subkulture, družine, učiteljev in prijateljev. Za ustanovitev podjetja so pomembne tudi značajske oz. osebnostne značilnosti posameznika, zato se s teorijami podjetništva ukvarjajo poleg ekonomske tudi vede kot: psihologija, sociologija in druge (Antončič et al., 2002).

Dejavniki, ki vplivajo na ustanovitev in rast malih in srednjih podjetij, so lahko zunanji in notranji (Žakelj, 2004, str. 16-19):

1. **Zunanji dejavniki** so dejavniki, na katere ima pretežni vpliv vlada in posameznik ne more neposredno vplivati:
 - a. **stabilno makroekonomsko okolje** z nizko inflacijo, trdno valuto, visoko stopnjo zaposlenosti, proračunsko ravnotežje in uravnotežena plačilna bilanca države;
 - b. **deregulirana trgovinska politika**, ki omogoča prosto vstopanje na trge novih podjetij in jih silijo k večji učinkovitosti ter hitrejši rasti do velikosti, ko lahko izkoristijo ekonomije obsega;
 - c. **zakonodaja in administrativno okolje** z jasnimi predpisi, nižjimi transakcijskimi stroški in večjo varnostjo. Za majhna podjetja je pomembna tudi zanesljivost poslovnih transakcij in spoštovanje pravil poslovanja – predvsem plačilna disciplina.
2. **Notranji dejavniki** so dejavniki, ki so prisotni pri posamezniku, ki se odloča za ustanovitev podjetja ali znotraj podjetja samega. Podjetnik lahko neposredno vpliva na te dejavnike:
 - a. **dostop do informacij**, ki so pomembne in lahko predstavljajo relativno večji strošek kot pri velikih podjetjih. Pri tem si podjetniki lahko pomagajo s povezovanjem v mreže in grozde, informacijsko-komunikacijsko tehnologijo, pa tudi od države zagotovljenimi točkami in institucijami;
 - b. **dostop do sodobnih tehnologij in znanja**, saj majhna podjetja težje dostopajo do sodobne tehnologije in znanja, pri čemer si majhna podjetja lahko pomagajo s povezavami z velikimi podjetji, povezavami z drugimi majhnimi podjetji v mreže, grozde in povezavami z univerzami;
 - c. **kakovostna delovna sila**, saj majhna podjetja in komaj ustanovljena podjetja težje dobijo primerne kadre, ker se zaposleni v velikih, uveljavljenih podjetjih počutijo bolj varne, na voljo pa imajo tudi manj finančnih sredstev za usposabljanje in izobraževanje;
 - d. **dostop do finančnih virov**, saj majhna podjetja težko dobijo finančne vire, ker nimajo ustreznih zavarovanj za posojila in predstavljajo večje tveganje za banke in finančne organizacije, zato je potrebno zagotoviti sklade tveganega kapitala, financiranje s pomočjo poslovnih angelov in dostop novih in majhnih podjetij do finančnih posojil.

2.4.1 Dejavniki, ki vplivajo na ustanovitev na znanju temelječega podjetja

Podjetja in z njimi različne strokovne javnosti se zavedajo dejstva, da lahko preživijo in se razvijajo le, če so sposobna slediti svetovnemu razvoju. Razvoj in konkurenčnost ne temeljita samo na nastajajočem znanju, ampak predvsem na sposobnosti podjetij, da znanje izkoristijo, uporabijo in ga čim bolje tržijo. Dobra podjetja, ki se naučila sprejemati in uresničevati pomembne strateške odločitve, se tega zavedajo, so zato na nevarnosti in izzive, ki jih prinašajo hitre spremembe, pripravljena in temu ustrezno ravnajo (Wright et al., 1994).

Za razvoj na znanju temelječega podjetništva moramo vzpostaviti zavedanje pomena znanja in izkoriščanje znanja v praksi. Za razvoj na znanju temelječega podjetništva, ki bo ustvarjal nova hitro rastoča in dinamična podjetja, moramo prilagoditi tudi mehanizme prenosa znanj v prakso, da bodo zagotovili pravilno gospodarjenje in prenos znanja v prakso.

Gospodarjenje z znanjem mora postati temelj poslovne politike, ki se zaveda, intenzivno upošteva in obvladuje procese vnosa in iznosa znanja. Dogajanje v procesu gospodarjenja z znanjem v Sloveniji kaže, da smo šibki prav v tem segmentu, saj hibe na tem področju kažejo že v osnovnih šolah in se potem nadaljujejo na kasnejših nivojih, pri čemer mislimo na nenačrtno in nesistematično kopičenje znanja in zato nemoč njegovega izkoriščanja oziroma hitre uporabe (Polak, 2005, str. 8).

Pri opredelitvi dejavnikov, ki vplivajo na ustanovitev na znanju temelječega podjetja, moramo izhajati iz dejavnikov, ki vplivajo na ustanovitev podjetja, katere smo opisali v prejšnjem poglavju. Ti dejavniki morajo biti prisotni za ustanovitev novih podjetij, vendar pa niso zadosten pogoj za nastanek dinamičnih, na znanju temelječih podjetij. Za slednja je potrebno vzpostaviti dodatne mehanizme, ki bodo pripomogli k nastajanju tovrstnih podjetij. Ključnega pomena za razvoj dinamičnih, na znanju temelječih podjetij, so naslednji dejavniki:

- večja vključenost nosilcev znanja v aplikativne raziskave in težnje po sodelovanju s podjetji,
- dolgoročna usmerjenost politike države k vlaganju v znanje in raziskave in razvoj ter slednjemu prijazen davčni sistem,
- pospešitev razvoja vmesnega člena med univerzo in gospodarstvom, ki bo identificiralo, pospeševalo in zagotavljalo stalno interakcijo gospodarstva ter raziskovalne sfere.

International Institute for management development (IMD) spremlja mednarodno konkurenčnost posameznih držav in nekateri izmed teh dejavnikov so prav prej identificirani dejavniki, ki spodbujajo na znanju temelječe podjetništvo. IMD ugotavlja, da Slovenija zaostaja po inovativnosti in mednarodni konkurenčnosti, v letih od 2002 do 2005 se je stanje še poslabšalo. Slovenija je na lestvici mednarodne konkurenčnosti IMD padla s 35. mesta v letu 2002 na 52. mesto v letu 2005 in 45. mesto v letu 2006 (IMD, 2007). Kljub izboljšanju v letu 2006 Slovenija zamuja z reformami na področju davčnega sistema ter uvajanju spodbud za naložbe in spodbudnega podjetniškega okolja. Vrednost agregatnega indeksa svetovne konkurenčnosti Slovenije se je po izračunu z novo metodologijo izboljšala. Najnižje se Slovenija uvršča pri učinkovitosti podjetij, ki tudi po ugotovitvi drugih slovenskih raziskav in avtorjev, zaostajajo v raziskovalno-razvojni dejavnosti.

Za raziskovalno-razvojno in inovativno dejavnost slovenskih industrijskih podjetij je značilno, da jih velik del inovativni dejavnosti ne namenja potrebne pozornosti in da je v številnih primerih inovativna dejavnost usmerjena predvsem k izboljšavam obstoječih proizvodov (nov dizajn), zaradi česar se struktura produktov in storitev le počasi spreminja. Obstoječa podjetja namenijo razmeroma majhen del izdatkov za raziskave in razvoj za plačilo zunanjih storitev, kar pomeni, da je vključenost zunanjih nosilcev znanja v inovacijske procese slovenskih podjetij (odprti model inovacij) razmeroma majhen (Prašnikar et al., 2004, str. 31).

V študiji je razvidna stalna nizka stopnja ustanavljanja novih podjetij in neustrezen univerzitetni sistem, ki ne izpolnjuje potreb gospodarstva. Med nalogami za izboljšanje konkurenčne sposobnosti Slovenije pa uvrščajo spodbude za razvoj novih tehnologij, podpora gospodarstva za izboljšanje izobraževalnega sistema in zagotovitev ustrezne zakonodaje, ki bo spodbujala pretok tehnoloških raziskav v gospodarstvo.

Za izboljšanje konkurenčnosti Slovenije in zagotovitev ustanavljanja novih podjetij je ključen prenos znanja iz akademske sfere v gospodarstvo, zato v nadaljevanju predstavljamo zaključke Strokovne analize Improving institutions for the transfer of technology from science to enterprises¹, ki jo je za Evropsko komisijo izdelala skupina strokovnjakov julija 2004.

Institucije za prenos tehnologij so organizacije, ki pomagajo oziroma svetujejo javnim raziskovalnim organizacijam identificirati in upravljati z intelektualnim kapitalom. Cilj teh aktivnosti je zagotovitev zaščite intelektualne lastnine in prenos le-te v gospodarstvo s pomočjo licenciranja ali drugih instrumentov. Poleg tega lahko te institucije pomagajo javnim raziskovalnim ustanovam pri podpori novim podjetjem v tehnoloških parkih in inkubatorjih ter koordinirajo skupne raziskave s podjetji. (Evropska komisija, 2004, str. 10).

Instrumenti za prenos raziskav v gospodarstvo² so pomembni, saj raziskave dokazujejo, da obstaja pozitivna povezanost med vlaganji v raziskave in razvoj in inovacijami, ki pa so pomembnem dejavnik povečanja produktivnosti in konkurenčnosti. Poleg tega sodelovanje med industrijo in znanostjo povečuje kvaliteto inovacij. V Lizbonski strategiji je prav prenos znanja iz akademske sfere v podjetja s komercializacijo raziskovalnega znanja preko institucij za prenos tehnologij definiran kot osrednji instrument spodbujanja inovacij (Evropska komisija, 2004, str. 10).

2.5 VLOGA DRŽAVE PRI RAZVOJU PODJETNIŠTVA

Izkušnje v okoliščinah globalne konkurence uspešnih držav kažejo, da je visoka gospodarska rast odvisna od pripravljenosti posameznikov in podjetij za tvegana vlaganja v inovativne projekte. Pripravljenost podjetij povečati učinkovitost z zmanjšanimi stroški in povečano proizvodnjo in zaposlitveno fleksibilnostjo in z nastajanjem ustanov, ki prenašajo znanje z

¹ Izboljšanje institucij za prenos znanja iz akademske sfere v gospodarstvo

² Kot instrumente za prenos raziskav v gospodarstvo, definiramo vse aktivnosti in orodja, ki jih institucije podpornega sistema za spodbujanje podjetništva, uporabljajo s ciljem komercializacije raziskav. Ti instrumenti so prisotni v Univerzitetnih inkubatorjih, tehnoloških parkih, agencijah ministrstev za gospodarstvo in visokošolstvo in tehnologije.

univerz in raziskovalnih inštitutov v proizvodnjo ter razvojem finančnih institucij za financiranje tveganih investicij (Petrin, 2001, str. 11).

Znanje postaja vir bogastva in najpomembnejši dejavnik ustvarjanja in razvoja. Zemljišče, naravne danosti, delovna sila in kapital so še vedno pomembni za ekonomijo, vendar v primerjavi z znanjem so drugotnega pomena. To je razvidno v visoko tehnoloških centrih, kot je Silicijska dolina (angl. Silicon Valley). V kolikor ima nekdo znanje, ki bo zagotavljalo nov zagon, bosta tako kapital kakor delovna sila sledila (Scheartz et al., 2000, 77).

Keynes je s svojimi koncepti uveljavil prepričanje, da je država odgovorna za uspešno upravljanje narodnega gospodarstva. Osborne je povezal vlogo države z zagotavljanjem rasti. Upoštevati moramo, da so se z razvojem spremenili dejavniki gospodarske rasti, saj to niso več prihranki, investicije in novi kapital, temveč predvsem kvalitativni dejavniki – znanje, tehnologija, nova organizacija. Naloge države morajo biti temu prilagojene. V tej luči Glas definira naslednje naloge države (Glas, 2003):

- spodbujanje sinteze znanja in podjetništva,
- spodbujanje tehnološkega razvoja, ki je ključni dejavnik gospodarske rasti in konkurenčnosti gospodarstva,
- spodbujanje spremembe gospodarske strukture, saj se trg po logiki marginalnih, postopnih sprememb in postopnega prilagajanja ne odziva hitro, zato mora država z neposrednim delovanjem pospešiti spremembo.

Prilagajanje procesom na znanju temelječe družbe se zato odraža tudi v različnih ukrepih in politiki odločevalcev na nadnacionalni, regionalni in lokalni ravni. Določevalci morajo na vseh ravneh razvijati nove aktivnosti, v povezavi z zasebnim sektorjem, da odgovorijo na nove zahteve in stimulirajo nove ekonomske aktivnosti, ki temeljijo na znanju.

Država oziroma vlada vpliva na razvoj tako, da sproži proces poslovne dejavnosti, ki potem teče dalje in se reproducira ter širi z lastno dinamiko (F.Luthans v Glas, 2003). Začetni impulz države pri spodbujanju določenih politik mora biti dovolj močan, da zagotovi kritično maso sprememb, ki povzroči daljši cikel avtonomnega obnavljanja proizvodnje v večjem obsegu, kar zagotavlja tudi zmanjšanje oziroma odpravo potrebe po stalnem dovajanju državne pomoči (Glas, 2003).

Pri tem procesu je v današnji konkurenci ključna inovacija, zanjo pa nastajanje novih podjetij, ki vnašajo dinamiko in kasneje prerastejo v večje korporacije. Po spoznanjih D. Osborna mora država, če želi spodbujati na znanju temelječe podjetništvo delovati v naslednjih smereh (Glas, 2003):

- **razvoj intelektualne infrastrukture**, ki bo zagotavljal kakovostne univerze, ustvarjanje programov za spodbujanje R&R in komercializacijo novih tehnologij na univerzah in podjetjih;
- **modernizacija industrije**, uvajanje novih tehnologij in pomoč MSP, ki nimajo dovolj zmoglosti za dokončen razvoj in obvladovanje novih tehnologij;
- **vlaganje v človeške vire**, spodbujati vlaganja podjetij v izobraževanje in usposabljanje ter financirati izobraževanje revnejših, marginaliziranih in brezposelnih skupin za ponovno vključevanje v aktivno delavno silo;

- spodbujati **razvoj podjetniškega okolja**, podpornih storitev, rizični kapital, inkubatorji, tehnološki parki in druge oblike podjetniške infrastrukture, kot so poslovno razvojne cone;
- **podpiranje rizičnega kapitala**, ki je potreben za financiranje inovativnih poslov, kar zahteva specifične oblike financiranja: semenski kapital, rizični kapital za rast, posojila in garancije za majhna podjetja, posojila za podjetja, dolgoročne oblike zadolžitve za rastoča podjetja in kombinacije zadolženosti in trajnih sredstev za zrela podjetja;
- **zagotavljanje kvalitete življenja**, v širšem smislu je potrebno vzdrževati kvaliteto življenja, okolje, kulturno in zgodovinsko razvitost ter posebnosti naravnega okolja, ki omogočajo boljše življenje, saj v nasprotnem primeru podjetniki ne bodo zainteresirani za področje;
- **zagotavljanje trga za nove produkte in storitve**, ki inovativnim podjetjem zagotavljajo preživetje v prvem obdobju življenja, država lahko pri tem pomaga z nakupom storitev in proizvodov v javnih institucijah in vojski, pomoči pri povezovanju z večjimi podjetji, pomoči pri izvozu in prodaji v tujino ter zagotavljanje ugodnega in stabilnega makro okolja;
- **zagotavljanje nove industrijske kulture**, ki bo pravično in enakomerno razporedila odgovornosti in nagrade med delavce v proizvodnji in managementu (primer Toyota v avtomobilski industriji);
- **boljše socialne organizacije**, ki omogoča delavcem prešolanje in vse potrebne ukrepe za zagotovitev nove usposobljenosti, ki je posledica uvajanja novih tehnologij in potrebnih znanj.

Podjetništvo in inovativnost sta ključni gonilni sili nove ekonomije, ki spreminjata ekonomsko strukturo vodilnih držav, pa tudi ključna dejavnika njihove konkurenčne prednosti, zato mora država nenehno spodbujati podjetniški proces ter prilagoditi podporni sistem za podjetništvo na način, ki bo učinkovito podpiral nastajanje novih podjetij. V kolikor pa država želi narediti preskok v na znanju temelječem podjetništvu, mora podporni sistem nadgraditi z mehanizmi, ki bodo zagotavljali ustanavljanje in razvoj dinamičnih, na znanju temelječih podjetij. Pri tem je ključno povezovanje z znanstveno oziroma akademsko sfero.

Podjetništvo je najuspešnejši način za premostitev vrzeli med znanostjo in trgom, za ustanavljanje novih podjetij in uvajanje novih izdelkov ali storitev na trg (Antončič et al., 2002, str. 38). Pri tem je pomembno, da vlada odigra aktivno vlogo in oblikuje primeren podporni sistem, ki bo zagotavljal primerno podporo za konstanto sodelovanje gospodarstva in akademske sfere ter posledično spodbujal nove projekte ali nastanek novih podjetij.

2.6 MODELI SPODBUJANJA PODJETNIŠTVA IN INOVACIJ NA REGIONALNI OZ LOKALNI RAVNI

Globalizacija je povzročila velike spremembe predvsem na področju tehnološkega razvoja in s tem povezanim hitrim pretokom ter izmenjavanjem idej, življenjskih stilov, učenja, trgovanja in drugih področij. Globalizacija je pozitiven proces za nekatere, vendar za veliko več ljudi ni dovolj dober proces. Tehnološki razvoj in znanje je lahko priložnost za ostale, da se razvijajo hitreje in odgovorijo na izzive globalizacije z znanjem. V kolikor pa države ali regije želijo postati na znanju temelječa družba in razvijati na znanju temelječ gospodarstvo, ki se bo razvijalo na inovacijah temelječe gospodarstvo, morajo države ali regije zagotoviti primerne vire, infrastrukturo in druge sposobnosti (Lalkaka, 2002).

Vloga vlade je zagotovitev tehnične in druge infrastrukture, primerne politike in zagonska finančna sredstva za pospeševanje ustanavljanja novih podjetij. Zasebni sektor mora ta proces podpirati z mentoriranjem, prenosom znanja in sodelovanjem z novimi podjetji. Univerza in izobraževalni sistem pa predstavlja bazo znanj, iz katerih se razvijajo potrebna tehnološka znanja in potencialni inovatorji. (Lalkaka, 2002, str. 168).

Vlade morajo zagotoviti proces in model, ki bo zagotavljal spodbujanje procesa interakcije med odločevalci – vlado, zasebnim sektorjem in izobraževalnim sektorjem. Pri tem procesu je evropska unija že v 90-ih letih ugotovila, da regije oziroma subsidiarnost predstavlja primeren odgovor na vzpostavljanje potrebne infrastrukture za odgovarjanje na izzive globalizacije. Za razvoj primerne infrastrukture je pomembno odločanje in prilagajanje regionalnim potencialom, ne pa enostavno povzemanje dobrih praks.

Največji avtorji s področja regionalnega razvoja, ki so obravnavali primer Silicijske doline, Brensnahan, Gambardella in Saxenina (2001) opozarjajo na nevarnost enostavnega povzemanja dobrih praks ter enostavnega posnemanja modelov omenjene doline. Sami predlagajo, da je pri snovanju modelov razvoja območij, bolj smiselno narediti komparativno analizo regije, jo primerjati z dobrimi praksami ter identificirati faze v razvoju regije. Ko prepoznamo fazo, v kateri je določena regija, primerjamo nadaljnje faze razvoja in poskušamo slediti nadaljnjim fazam uspešnih regij z upoštevanjem določenih posebnih dejavnikov obeh območij (Adams v Škerlič, 2002).

2.6.1 Pomen regije v sodobnem razvoju

V 90-ih letih in do danes regionalni razvoj predstavlja odgovor na proces globalizacije in nepopolno porazdelitev gospodarskih dejavnikov s tržnimi mehanizmi. V svetu in v Evropi³ sta dve organizaciji, ki pripisujeta velik pomen trajnostnemu regionalnemu razvoju in regionalnim politikam, to sta Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj in Evropska unija.

³ Evropa v najširšem geografskem pomenu.

2.6.2 Regionalne politike OECD

Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj⁴ je pomembna organizacija za gospodarski in splošni razvoj v Evropi in svetu. V okviru svojih članic zajema različno razvite države, nekatere države kandidatke za vstop v EU, vse države članice EU, ZDA, Mehiko, Korejo in druge. Nedvomno ima OECD najboljši vpogled v svetovno gospodarstvo in razvoj. Na konferenci, ki je potekala v Nemčiji leta 1998 z naslovom Ekonomsko gibanje 21. stoletja: anatomija dolgoročnega buma⁵, so sprejeli predpostavke uravnoveženega razvoja. Po mnenju Michalskega, Millerja in Stevensa lahko osnovne predpostavke dolgoročnega ekonomskega gibanja razvrstimo v pet kategorij (Michalski et al., 2000, str. 12):

- prevladujoče tehnologije, ki jih človeštvo uporablja za krepitev svojih zmožnosti ustvarjanja vrednosti,
- institucionalni okviri kot ekonomski (podjetja), družbeni (gospodinjstva), in kolektivni (vlada) za upravljanje tveganja in zmanjševanje negotovosti, povečevanje fleksibilnosti ter izboljšanje transparentnosti,
- količinskimi vnosi naravnih virov in človeškega kapitala, ki zagotavljajo sestavine proizvodnje,
- utrjevalci produktivnosti konkurenčnih sil,
- motivacijski dejavniki, ki vodijo v inovacije in prerazporeditev celega spektra virov.

Temeljne poteze, ki lahko povzročijo začetek dolgoročnega buma, so razvoj ekonomije in družbe, ki temelji na globalnem znanju, vzpostavitev globalne ekonomije, ki bo temeljila na mednarodnem trgovanju, investiranju in dotoku tehnologij ter vzpostavitev globalnega naravovarstvenega razvoja (Michalski et al., 2000, str. 15).

Izredno hiter razvoj informacijskih tehnologij še bolj pogloblja razlike med t.i. »haves« in »have nots«.

Znanje postaja vir bogastva in najpomembnejši dejavnik ustvarjanja in razvoja. Zemljišče, naravne danosti, delovna sila in kapital so še vedno pomembni za ekonomijo, vendar so napram znanju drugotnega pomena. To je razvidno v visoko tehnoloških centrih, kot je Silicijska dolina (angl. Silicon Valley). V kolikor ima nekdo znanje, ki bo zagotavljalo nov zagon, bosta tako kapital, kakor delovna sila sledila (Schwartz et al., 2000, str. 77).

V svetu se spreminjajo politike na vseh področjih, da bi zagotovili trajnejši in uravnovežen razvoj.

Proces globalizacije, prosto trgovanje in vlaganja med državami povzročata prenos odločanja na nadnacionalne institucije, kot so Svetovna trgovinska organizacija in Evropska unija. Po drugi strani pa poteka vzporeden, a nasproten proces večjega poistovetenja z regijo in vse manjše nacionalno poistovetenje. To povzročata velike pritiske za decentralizacijo oblasti na lokalne oziroma regionalne vlade (Lipsey, 2000). Po Lipseyevem mnenju sta pravilna razdelitev funkcij med lokalnimi, nacionalnimi in nadnacionalnimi vladami ter prenos oblasti

⁴ V nadaljevanju OECD.

⁵ Dolgoročni bum je izjemen dogodek, katerih je bilo malo v zgodovini. V preteklosti se je pokazalo, da je dolgoročni nadpovprečni razvoj v daljšem obdobju in je medsebojna odvisnost različnih dejavnikov, ki skupaj povzročijo nenavadno hitro rast socio-ekonomskih sprememb in produktivnosti (Michalski et al., 2000:9).

na nadnacionalno in lokalno raven, poglavitni nalogi modernih nacionalnih vlad (Lipsey, 2000).

V uravnoteženem in trajnostnem razvoju lahko igra zelo pomembno vlogo tudi regija. V treh scenarijih svetovnega razvoja⁶ se v scenariju rastočih grozdov »predvideva kot temelj razvoja mesto ali manjša geografska regija« (Julius, 2000, str. 181).

V regiji se lahko v manjše enote-mreže preoblikujejo že obstoječa podjetja ali pa nova podjetja nastanejo, da bi se kasneje združila v branžne grozde in s skupnim znanjem in drugimi skupnimi lastnimi zmožnostmi bolje obvladovala lokalne, nacionalne in mednarodne trge. Tako se zagotovi rast podjetij, ki so del grozdov in grozda v celoti. Posebej uspešna lahko postane regija, v kolikor se v grozdu zasebni sektor združi z javnim sektorjem (Julius, 2000).

»Pomembno razvojno vlogo morajo odigrati lokalne oziroma regionalne vlade, ki morajo zagotoviti investicije v infrastrukturo kot na primer razvoj modernega letališkega prevoza, hiter postopek pridobitve gradbenega dovoljenja in razvojno usmerjena davčna politika« (Julius, 2000: 182). Pomembno postane tudi povezovanje podjetij, predvsem malih in srednjih podjetij z ustreznimi institucijami izobraževanja, usposabljanja, tehnološkega razvoja in upravnimi institucijami, v grozde (angl. clusters). Z združevanjem v grozde se skuša povezati lastne razpršene zmožnosti v kritično maso tehnološkega, vodstvenega in drugega znanja za konkuriranje v globalnem gospodarstvu. Grozdi tako omogočajo obujanje ali nastajanje novih razvojnih jeder v regiji ali drugem območju. V sodobnem svetu take regije predstavljajo enega najpomembnejših vzvodov nadpovprečne gospodarske rasti in družbenega razvoja predvsem, če je univerza jedro takega združevanja zmožnosti (Sočan, 2001).

V primeru združevanja zasebnega in javnega sektorja »vsi akterji; podjetja, vlade in institucije, odigrajo svojo vlogo v novi ekonomiji. Grozdi tako pokažejo odvisnost in kolektivno odgovornost vseh akterjev, da naredijo predpostavke za produktivno tekmovanje« (Julius, 2000, str. 184).

2.6.3 Inovacijske regije

Koncept inovacijske regije se je razvil v Evropski uniji v devetdesetih letih, ko je Evropska komisija začela stimulirati kvalitativno in tehnološko bolj zahtevne programe. »Proces prehoda regije v inovacijsko regijo temelji na objektivni analizi stanja, kateri mora slediti izgrajevanje konsenza o izoblikovanju konkretne strategije razvoja s prioriteto razvojnih ciljev in nalog, do njihovega uresničevanja« (Sočan, 2000, str. 45). Najbolj celovite izkušnje na tem področju ima Nizozemska.

Osnovna značilnost inovacijskih regij ali inteligentnih regij je učinkovito upravljanje regionalnega gospodarstva. Predpogoj razvoju inovativne regije je razvojni konsenz, ki temelji na določanju skupnih prednostnih razvojnih ciljev med socialnimi partnerji v razvojnem procesu. Večji razvojni napor se doseže z višjim varčevanjem in tujimi in domačimi naložbami, večjim vlaganjem v človeške vire, hitrejšo tehnološko-inovacijsko prenavo podjetniških programov, pospešeno izgradnjo celotne infrastrukture (materialne, institucionalne, intelektualne, informacijske). »V bistvu gre za to, da se na eni strani manj

⁶ Ostala dva scenarija sta growth leader in growth shift, ki pa dajeta večji pomen državam.

razvite, depresirane oziroma regije z razvojnimi problemi, soočijo z dejanskimi tekmovalnimi normami sodobnega globalnega gospodarstva, medtem ko jim notranji razvojni dogovor nakazuje, kako doseči nadpovprečni razvoj ob zunanji pomoči države in EU« (Sočan, 2000, str. 34).

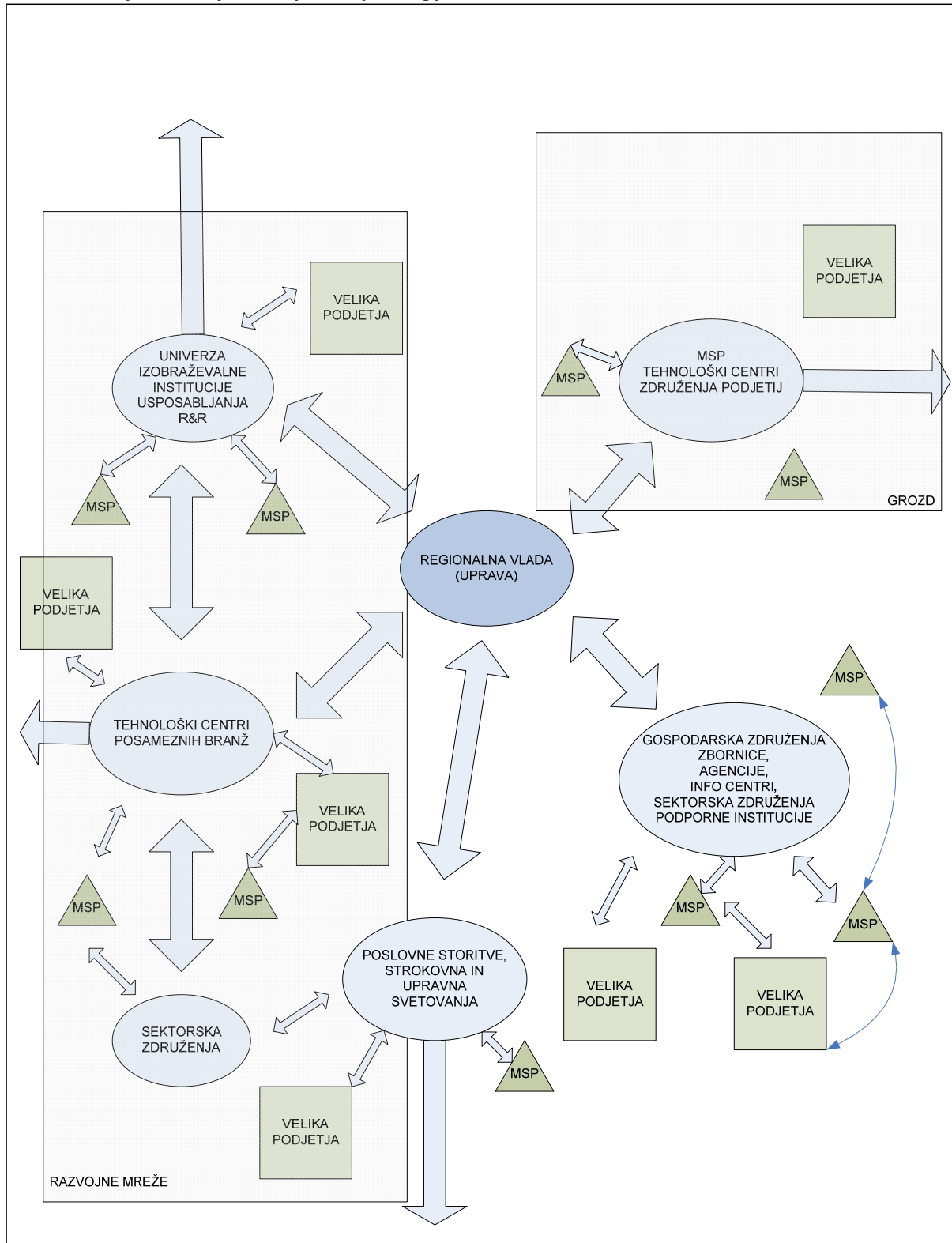
V teh pogojih prihaja do razvoja žarišč znanja »hot spot« in mrež poslovnega in razvojnega sodelovanja znotraj regije ter v okviru države in mednarodnem okolju. Končni cilj teh ukrepov in prizadevanj je pospešeno uvajanje tehnološko in inovacijsko zahtevnejših gospodarskih programov z manjšim pritiskom na okolje ter hiter razvoj strokovnih, svetovalnih in drugih storitvenih dejavnosti. S tem se povečuje dodana vrednost na zaposlenega, rastejo naložbe, povečuje se blagostanje regije in njen prispevek k razvoju celotnega gospodarstva države (Sočan, 2000).

2.6.4 Razvojno usmerjena regija

Opredelitev razvojno usmerjene regije se deloma pokriva z opredelitvijo inovacijske regije, kajti tudi razvojno usmerjene regije lahko usmerjajo potenciale v kvalitativno in tehnološko bolj zahtevne programe. Prav tako upravljanje regije sloni na razvojnem konsenzu vseh partnerjev.

Glavna značilnost razvojno usmerjene regije, ki je hkrati tudi bistvena razlika od inovativne regije, je sinergija vseh razvojnih akterjev regije pri izkoriščanju, upravljanju in krepitevi ter razvoju regionalnih potencialov. To je predvsem zelo pomembno z okoljevarstvenega vidika in vidika zagotavljanja trajnostnega razvoja. Temelj razvojno usmerjene regije mora biti razvojni konsenz vseh akterjev in kristalno jasna vizija razvoja regije, ki omogoča stalno krepitev notranjih zmožnosti regije (Sočan, 2000).

Slika 1 Mreženje za razvoj na znanju temelječe regije



Vir: Prirjeno po Sočan, 2000.

3 PRENOS ZNANJA IZ ZNANOSTI V GOSPODARSTVO ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČE PODJETNIŠTVO

3.1 UNIVERZE IN POVEZAVA ZA DINAMIČNA, NA ZNANJU TEMELJEČA PODJETJA

V prejšnjih poglavjih smo ugotovili, da podjetništvo lahko odigra ključno vlogo pri prenosu znanja iz akademske sfere v gospodarstvo. S tega vidika lahko podjetništvo v grobem opredelimo kot odgovor na vprašanja zakaj, kdaj in kako priložnosti proizvodnje dobrin in storitev udejanjimo v praksi (Markman et al., 2005). Po Schumpetru so pa ravno znanstveni dosežki in pojav nove tehnologije ključni generator podjetništva, zato univerz in znanstvenih inštitutov ne moremo izključevati iz procesa nastajanja novih podjetij. Prav univerze in raziskovalni inštituti ustvarjajo nova znanja, ki lahko privedejo do inovacij.

Evropska unija ima izreden inovacijski potencial z dolgoletno tradicijo inovativnih izumov in povezuje enega največjih enotnih trgov na svetu, na katerem se inovativni izdelki in storitve tržijo v velikem obsegu. Prav tako obstaja močna tradicija zanesljivega in tradicionalno močnega javnega sektorja, ki ga mora Evropa bolje izkoristiti.

V EU je bilo sprejetih že veliko pomembnih ukrepov za spodbuditev gospodarstva, ena pomembnejših v celotni zgodovini EU, ki poskuša korenito spodbuditi povezovanje gospodarstva in akademske sfere, je Lizbonska strategija za rast in delovna mesta. Poleg omenjene strategije je za inovacije pomembna tudi kohezijska politika EU za obdobje 2007-2013 in sedmi okvirni program za raziskave in razvoj. Sporočilo Komisije »Več raziskav in inovacij« iz oktobra 2005 določa 19 ukrepov za povečanje inovacij, ki jih države članice sprejemajo v okviru nacionalnih programov reform, ki temeljijo na integriranih smernicah prenovljene lizbonske strategije. Kljub temu, da se politike in ukrepi osredotočajo na inovacije, pomanjkljivosti EU niso bile učinkovito odpravljene in gospodarstvo EU še vedno ni vsestransko inovativno (Aho, 2006). Tako imenovano Ahojevo poročilo je opredelilo glavne razloge za zaostajanje in neizkoriščanja potenciala EU na področju inovacij ter pozvalo k nujnemu ukrepanju, dokler ni prepozno. Poročilo je izpostavilo potrebo po poslovnem okolju, ki mora biti inovacijam bolj prijazno.

EU lahko postane vsestransko inovativna, če so vključeni v proces vsi udeleženci, ki spodbujajo in pozdravljajo inovacije ter s tem povečujejo tudi povpraševanje po inovativnih izdelkih. Spodbujanje inovacij mora vključevati podjetja, javni sektor in potrošnike. Predvsem slednji morajo zaupati v neznane nove izdelke in storitve. Študije dokazujejo, da novi udeleženci na trgu tudi lažje dajejo na trg inovativne izdelke kjer je zaupanje potrošnikov v nove izdelke veliko (Evropska komisija, 2006c).

Za uresničitev vseh smernic in ukrepov, ki so predvideni v zgoraj omenjenih dokumentih je potrebno izboljšati upravno strukturo za inovacije, česar se zaveda tudi Evropska komisija. Prednostna naloga vseh akterjev mora biti vzpostavitev trdnih inovacijskih sistemov v vseh državah članicah, ki temeljijo na vseh inovacijskih smernicah, opisanih v dokumentih, vključno z izobraževalnim, raziskovalnim podjetniških, finančnim in sektorjem prenosa znanja v prakso. V ta namen Evropska komisija predlaga, da države članice uporabijo

nacionalne mehanizme usklajevanja, vzpostavljene v lizbonskem procesu, za spremljanje učinkovitega izvajanja inovacijskih strategij (Evropska komisija, 2006c, str. 15).

3.1.1 Lizbonska strategija

Posodobitev evropskih univerz, ki zajema njihove medsebojne povezane vloge izobraževanja, raziskav in inovacij, velja za temeljni pogoj uspeha lizbonske strategije, obenem pa tudi pogoj za približevanje Evrope k svetovnemu in na znanju temelječemu gospodarstvu (Evropska komisija, 2006, str. 2)

Petnajst voditeljev držav Evropske unije se je marca 2000 na srečanju v Lizboni strinjalo, da mora Evropska unija sprejeti ukrepe glede zagotavljanja socialnega modela Evrope in kakovostnega življenja ter kakovostna delovna mesta. EU pa se mora istočasno odzvati tudi na krepitev ameriškega gospodarstva in nevarnosti nadaljnje krepitve ter potencialnim zaostajanjem tudi za azijskim gospodarstvom. V izogib omenjenim nevarnostim in za zagotavljanje nadaljnje krepitve evropskega gospodarstva so voditelji sprejeli tako imenovano Lizbonsko strategijo, ki postavlja naslednje cilje (Kok, 2004, str. 8):

- dvigniti stopnjo rasti naložb v zasebne in javne raziskovalne dejavnosti s ciljem ustvarjanja večjega znanstvenega, tehnološkega in intelektualnega kapitala,
- spodbujati konkurenco na skupnem trgu in odpirati do zdaj zaščitena področja,
- izboljšati okolje za podjetnike ter omogočiti večjo prožnost in prilagodljivost trga dela z večjimi vlaganji v ustvarjanje novih različnih znanj.

Marca 2005 so voditelji evropskih držav obravnavali vmesno poročilo izvajanja Lizbonske strategije, ki ni bilo spodbujajoče pri izvajanju reform ter doseganju ciljev. Rezultat teh prizadevanj je bil dogovor voditeljev držav in vlad razširjene EU na spomladanskem zasedanju Evropskega sveta v letu 2006 o 4 prednostnih ukrepih, ki jih je potrebno izvesti do konca leta 2007. Ta štiri prednostna področja se morajo odražati v nacionalnih programih reform (Evropska komisija, 2006a):

- več naložb v znanje in inovacije,
- sprostitev poslovnega potenciala, zlasti malih in srednjih podjetij,
- večja prilagodljivost trga dela na osnovi prožne varnosti,
- energetika in podnebne spremembe.

Za vsebino tega magistrskega dela sta pomembna predvsem prva dva ukrepa. Večje naložbe v raziskave in razvoj tudi na področju podnebnih in demografskih sprememb lahko privedejo do rešitev na prej omenjenih in tudi drugih področjih. Oblikovanje inovacijam prijazne Evrope je bistvenega pomena za prihodnjo rast (Evropska komisija, 2006a, str. 10).

Kot ugotavlja Evropska komisija samo določanje ciljev za večje naložbe v R&R same po sebi niso dovolj. Ključno je spreminjanje naložb v R&R v nove proizvode in storitve. Slednje pa je v veliki meri odvisno od ustreznih pogojev za podporo inovacijam, vključno s posodobitvijo visokega šolstva ter močnejšo povezavo s trikotnikom znanja (podjetja, univerze, raziskovalna središča) in tudi s premagovanjem ovir za nastop na trgih ter zagotavljanjem tržne konkurenčnosti. Na področju sprostitev poslovnega potenciala, zlasti malih in srednje velikih podjetij, pa je potrebno izboljšati zakonodajo, ki bo omogočala veliko lažjo ustanovitev, vodenje in prenos podjetij na notranjem trgu EU (Evropska komisija, 2006a).

3.1.2 Posodobitev univerz za zagotavljanje na znanju temelječega dinamičnega podjetništva

Univerze so ključni akterji za prihodnost Evrope in za uspešen prehod na znanju temelječo družbo in gospodarstvo Evrope. Poleg prestrukturiranja univerz je potrebno gospodarstvo in družbo temeljito prestrukturirati in posodobiti, da Evropa ne bi zaostajala v svetovni konkurenci na področju izobraževanja, raziskav in inovacij (Evropska komisija, 2006, str. 11). S 4000 ustanovami, več kot 17 milijoni študentov in okrog 1,5 milijona oseb, od katerih je 435.000 raziskovalcev, imajo evropske univerze ogromen potencial, ki pa ni v celoti izkoriščen in učinkovito uporabljen, da bi podprl Evropo na poti k večji rasti ter več delovnim mestom. Univerze morajo sprejeti dejstvo, da raziskovanje ni več osamljena dejavnost in da se poudarek s posameznih raziskovalcev premika na skupine raziskovalcev in globalne raziskovalne mreže. Znanstveni problemi pogosto presegajo tradicionalne disciplinarne strukture: najsodobnejše raziskave se vedno pogosteje opravljajo na presečišču akademskih disciplin ali v multidisciplinarnih okoljih. Raziskovalno okolje univerz je bolj konkurenčno in globalizirano ter zahteva večje vzajemno delovanje. Prav slednje se vidi tudi v zaprtosti evropskih univerz, ki podcenjujejo možne ugodnosti izmenjave znanja z gospodarstvom in družbo. Prav tako pa gospodarstvo ni razvilo zadostnih absorpcijskih zmogljivosti za izkoriščanje potenciala, ki ga nudijo univerzitetne raziskave (Evropska komisija, 2006). Evropska komisija je v okviru sporočila svetu in parlamentu z naslovom Uresničevanje agende za posodobitev univerz identificirala bistvene spremembe, ki jih morajo univerze narediti, in sicer (Evropska komisija, 2006):

- odstranitev ovir za mobilnost na evropskih univerzah,
- zagotavljanje dejanske avtonomnosti in odgovornosti univerz,
- zagotavljanje spodbud za strukturirana partnerstva s poslovno skupnostjo,
- zagotovitev pravega razmerja med spretnostmi in usposobljenostjo za trg dela,
- zmanjševanje pomanjkanja finančnih sredstev in povečanje učinkovitosti na področju izobraževanja in raziskav,
- okrepitev interdisciplinarnosti in transdisciplinarnosti,
- aktiviranje znanja prek vzajemnega delovanja z družbo,
- nagrajevanje odličnosti na najvišji ravni,
- večja vidnost in privlačnost evropskega visokošolskega prostora in evropskega raziskovalnega prostora v svetu.

3.1.3 Podjetništvo v visokošolskem izobraževanju

V Evropi, za razliko od ZDA, se podjetništva učijo večinoma študenti, ki študirajo ekonomijo in poslovne vede. Za ostale študente, ki pa študirajo druge predmete, je učenje podjetništva omejeno. Podjetništvo ostaja še vedno izbirni predmet. Nasprotno bi morale univerze vključevati podjetništvo v razne predmete svojih študijskih programov, saj lahko zagotavlja dodano vrednost vsem programom.

Podjetništvo ne pomeni samo zagotavljanje novih delovnih mest in regionalnega razvoja, ampak predstavlja tudi element osebne rasti, zaposlitve in osebne izpolnitve. Podjetnost

pomeni sposobnost posameznika za uresničevanje svojih zamisli. Vključuje ustvarjalnost, inovativnost in sprejemanje tveganj ter sposobnosti načrtovanja in vodenja projektov za doseganje zastavljenih ciljev. Spodbuja posameznike v vsakdanjem življenju doma in v družbi, zaposlene ozavešča o vsebini njihovega dela in jim omogoča, da bolje izkoristijo priložnost ter zagotavlja temelje za podjetnike, ki se odločajo za družbene in proizvodne ter storitvene dejavnosti (Evropska komisija, 2006b, str. 4).

Koristi, ki prihajajo od izobraževanja o podjetništvu, niso samo novoustanovljena podjetja, inovativni projekti in novoustanovljena delovna mesta. Podjetnost je ključni element za osebnostno rast mladih. Pomaga jim k ustvarjalnejši in samozavestnejši samopodobi ter družbeno odgovornem delovanju. Za spodbujanje podjetniškega vedenja je potrebno vzpostaviti spodbudno okolje. Visokošolske ustanove, kjer poučujejo podjetništvo, zagotavljajo ali olajšujejo dostop do tveganega kapitala, razvoja vodstvenih sposobnosti in povezovanja v mrežo. Tekmovanja v načrtovanju podjetij so učinkovit način za predstavitev študentov investitorjem. Univerzitetni in znanstveni parki prav tako jasno dokazujejo zavezanost univerz s praktičnim opravljanjem podpornih storitev za podjetništvo. V sklopu poslovnih študij na dodiplomski in podiplomski stopnji bi se programi morali bolj osredotočati na vidike, kot so ustanovitev podjetja, upravljanje rasti in zagotavljanja stalnih inovacij. Posebno pozornost je treba nameniti sistematičnemu vključevanju podjetniškega usposabljanja v znanstvene in tehnične študije ter v tehnične inštitute, da bi ustvarili ugodnejše pogoje za podjetja, ki nastanejo iz univerzitetnih raziskav, za novoustanovljena inovativna podjetja ter bi morali pomagati raziskovalcem, da si pridobijo podjetniške spretnosti. Poslovne šole bi morale bolj sodelovati z ostalimi šolami in oblikovati interdisciplinarne skupine študentov in doktorskih kandidatov. Bolj bi morale biti poudarjeno razvijanje spretnosti in znanja potrebnega za poslovno izkoriščanje dejavnosti v zvezi z inovacijami in prenosom znanja v kombinaciji s trženjem novih tehnologij (Evropska komisija, 2006b).

Evropske univerze morajo jasneje opredeliti strateški del, ki ga imajo inovacije in prenos znanja v okviru splošnega poslanstva institucije. Podjetja, ki nastanejo iz univerzitetnih raziskav, se vse bolj obravnavajo kot pomemben način za pospeševanje lokalnega gospodarskega razvoja. Da bi podjetja svoje nove vloge dobro odigrala, pa morajo tako znanstveniki kot univerze graditi na poslovni in upravni usposobljenosti. Nenazadnje je tudi potrebno ustvariti kritično maso učiteljev podjetništva in pospešiti čezmejno sodelovanje ter povečati širjenje inovativnih učnih pristopov za poučevanje podjetništva na univerzah (Evropska komisija, 2006b, str. 10).

3.1.4 Zagotavljanje spodbud za strukturirana partnerstva s poslovno skupnostjo

Univerze morajo ohraniti svoje javno in izobraževalno poslanstvo, vendar se morajo po drugi strani soočiti z novo vlogo, ki jo morajo odigrati v spremenjenih okoliščinah globalnega razvoja. Univerze morajo postati vedno pomembnejši akter v gospodarstvu in se morajo biti sposobne bolj in predvsem hitreje odzivati na povpraševanje trga ter razvijati partnerstva za izkoriščanje znanstvenega in tehnološkega znanja. To vključuje priznavanje, da je odnos med

njimi in poslovno skupnostjo strateško pomemben in da predstavlja sestavni del njihove zaveze za služenje javnemu interesu (Evropska komisija, 2006).

Strukturirana partnerstva s poslovno skupnostjo, vključno z MSP, prinaša univerzam koristi in priložnost za:

- izmenjavo rezultatov raziskav, pravic intelektualne lastnine, patentov in licenc, preko novoustanovljenih podjetij za raziskovalne dejavnosti,
- izmenjavo izkušenj za izboljšanje izobraževalnih programov in napredovanja raziskovalcev, ki se ukvarjajo s konkretnimi problemi gospodarstva,
- dodatne vire financiranja za povečanje raziskovalnih zmogljivosti ter s tem povečanje potenciala sodelovanja.

Za zagotovitev izrabljanja teh priložnosti mora univerza oblikovati podporo, s katero bo lahko izvedla potrebne organizacijske spremembe in okrepila podjetniško ravnanje in sposobnosti upravljanja procesov povezovanja. To se lahko doseže z ustanovitvijo posebnih teles ali skupin, ki upravljajo te procese in proces prenosa znanja, ki deluje kot vezni člen z regionalnim gospodarstvom. Kar pomeni, da bi razvoj podjetniških, inovacijskih in upravljaljskih spretnosti postal sestavni del strategij diplomskega izobraževanja, raziskovalnega usposabljanja in vseživljenjskega učenja za univerzitetno osebje (Evropska komisija, 2006).

Raziskave s področja razširjanja znanja in upravljanje z učenjem so pokazale potrebo po stalnem prepletanju med proizvajalci, prisvojevalci in odjemalci novih tehnoloških odkritij, ta proces prepletanja pospeši implementacijo izuma v praksi (Agrawal and Henderson, 2002; Cockburn and Henderson, 1998; Zucker and Brewer, 1998; Zucker et al., 1998, v Markman et al., 2005) Potreba po organiziranju procesa pospeševanja tehnoloških odkritij in inovacij na univerzah je osrednji gonilnik ustanavljanja pisarn za transfer tehnologij, poslovno univerzitetnih inkubatorjev in tehnoloških parkov (Siegel et al. v Markman, 2005).

V preteklosti so univerze v ZDA zelo pasivno licencirale svoje tehnologije, danes univerze aktivno iščejo vlagatelje in odjemnike tehnologij z namenom maksimiziranja licenčnih in ustanavljanja novih podjetij. V ZDA univerze s pomočjo lastnih organizacij za transfer tehnologije postajajo vezni člen med akademsko sfero in gospodarstvom ter povezava s poslovnimi inkubatorji, tehnološkimi parki (Markman, 2005 str. 244).

Proces prenosa znanja iz akademske sfere v gospodarstvo je bistveni element za ustanavljanje novih dinamičnih, na znanju temelječih podjetij in spodbujanje novih pomembnih inovacij, ki nas lahko privedejo do na znanju temelječega gospodarstva. Bolj intenzivno sodelovanje akademske sfere in gospodarstva predstavlja ključni element za izboljšanje komercializacije raziskav in tudi izboljšanje zmožnosti javnih raziskovalnih ustanov za zagotavljanje uporabnih oziroma aplikativnih raziskav (Evropska komisija, 2004a, str. 11). S tem namenom je Evropska komisija opravila analizo in identificirala 1596 institucij v Evropi, ki se ukvarja s prenosom znanja iz akademske sfere v gospodarstvo. Od teh je 1393 takih, ki so specializirane organizacije za prenos tehnologij. Ostalih 203 identificiranih institucij so institucije, ki le deloma ustrezajo definiciji organizacije za prenos znanja in le-ta ni osrednje poslanstvo institucije, ampak te naloge počnejo v kombinaciji z drugimi nalogami institucije. Na primer, take institucije so tehnološki parki, univerzitetni in podjetniški inkubatorji, svetovalna podjetja in drugi. Velika večina vseh identificiranih institucij je iz držav EU- 15

(1225 institucij), medtem ko je v novih državah članicah 63 institucij, v državah kandidatkah pa le 32 institucij. To kaže, da nove države članice, med katerimi je tudi Slovenija, in države kandidatke močno zaostajajo pri vzpostavljanju takih institucij.

Analiza je pokazala, da tako v ZDA kot Evropi obstajata dva modela ustanovitve institucij za prenos tehnologij, in sicer:

- **Model »spodaj navzgor«**⁷, ki ga v raziskavi imenujejo »US model«, ker je bolj pogost v ZDA. Ta model je osredotočen na spodbujanje javnih raziskovalnih organizacij k ustanavljanju institucij za prenos tehnologij ter k pogostejši komercializaciji raziskav. V tem modelu se javne raziskovalne institucije samostojno odločajo o strategijah za prenos institucij in tudi o modelu institucije za prenos tehnologij, ki je najbolj primerna za njihovo okolje.
- **Model »zgoraj navzgor«**⁸, ki je bolj pogost v Evropi, je model, kjer so vlade direktno vključene v ustanavljanje prav tako v naprej določenega in za celotno državo najboljšega modela ter strategije institucij za prenos tehnologij. Vlada prav tako določi finančni in pravi okvir delovanja institucij za prenos tehnologij (IPT).

Raziskava je pokazala veliko raznolikost IPT v članicah EU, kar je posledica različnih modelov vlad držav članic, ki želijo različno regionalno pokritost in podporo samo določenim sektorjem oziroma tehnologijam in malim in srednje velikim podjetjem (MSP). Na drugi strani pa je raznolikost posledica tudi zmožnosti nekaterih IPT, ki sodelujejo z različnimi deležniki, in sicer ne samo z javnimi raziskovalnimi ustanovami, ampak tudi z industrijo, svetovalnimi podjetji, drugimi javnimi ustanovami v različnih fazah procesa prenosa znanja (Evropska komisija, 2004).

Zaključki analize so pokazali, da raznolikost organiziranja lahko privede do zmanjšanja transparentnosti in povečanja kompleksnosti razumevanja podpore in dostopa do storitev podjetij in institucij znanja. Prav tako negativno vplivajo na transparentnost podpore stalne spremembe in okvirji delovanja, ki jih vlade povzročajo iz različnih razlogov. Na drugi strani izkušnja Francije, kjer je sistem institucij za transfer tehnologij zelo strukturiran in enoličen po celi državi, pokaže, da tudi tak sistem v praksi ne zagotavlja transparentnosti in boljšega delovanja. Na podlagi analize celotnega sistema in ugotovitev strokovna **skupina priporoča uporabo načela subsidiarnosti in oblikovanja institucij za prenos znanja na podlagi lokalnih značilnosti**, potreb ter prisotnosti podpornih institucij v podpornem okolju (Evropska komisija, 2004).

Na podlagi analize Evropske komisije in tudi na podlagi drugih mednarodnih analiz (Markman et al, 2005) lahko govorimo o treh oblikah organiziranosti institucij za prenos tehnologij, ki delujejo kot:

- oddelek v okviru javnih raziskovalnih institucij,
- neodvisna povezana pravna oseba v lasti javne raziskovalne institucije,
- neodvisna privatna institucija.

V ZDA kot v Evropi so najbolj pogoste IPT v obliki oddelkov v okviru javne ustanove za raziskovanje ali univerze. Kot je razvidno iz slike 2, je bilo tudi v raziskavi 53% takih organizacij. Za tako organizirano IPT je značilna relativno hitra vzpostavitev, ki ne

⁷ Angl. »bottom-up approach«.

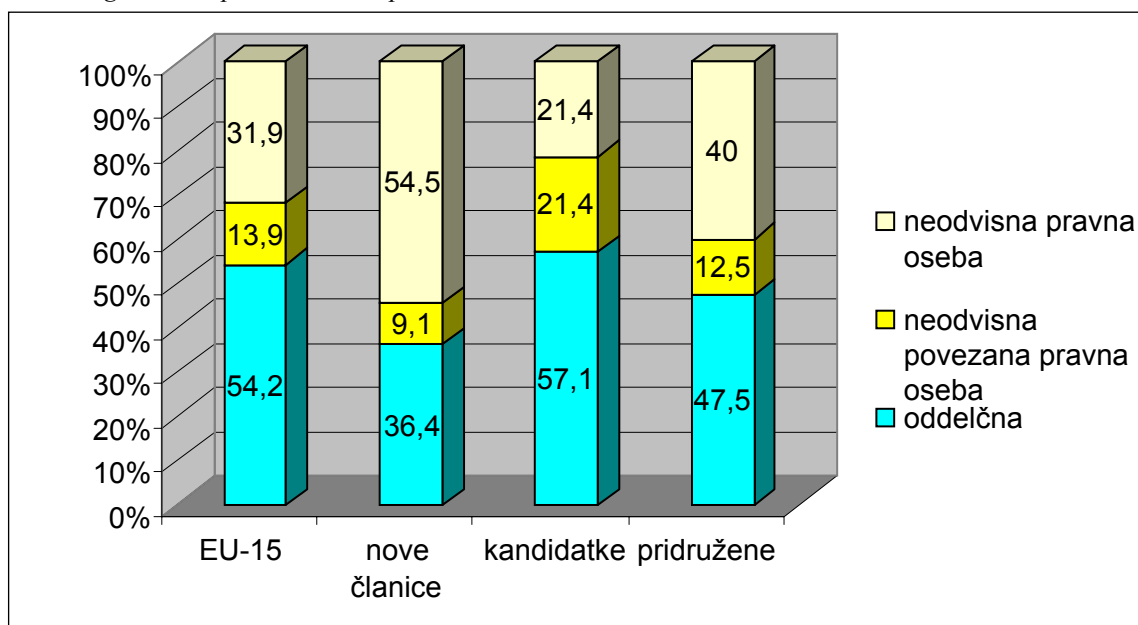
⁸ Angl. »top-down approach«.

predstavlja posebnega stroška za institucijo znanja, zagotavlja dobro povezanost z akademsko sfer in dober pregled nad raziskovalnimi kapacitetami in zmožnostmi institucije znanja. Poglavitna slabost tovrstne organiziranosti je v tem, da običajno ta oddelek ni specializiran samo za prenos tehnologij, ampak opravlja tudi druge naloge za univerzo, kar na koncu privede do tega, da je opravljenih manj aktivnosti in rezultatov na področju prenosa tehnologij.

Najmanj pogosta organiziranost je neodvisna pravna oseba v lasti javne raziskovalne ustanove. V raziskavi je bilo takih 14% IPT. Za tovrstno organiziranost je značilno, da imajo več institucionalne svobode delovanja.

V 33% primerih je IPT organiziran kot neodvisna privatna institucija. Običajno je tovrstna organiziranost v državah, kjer so bile IPT ustanovljene na podlagi zakona oziroma na pobudo vlade. V takih primerih IPT s svojimi nalogami in poslanstvom pokrivajo več institucij znanja.

Slika 2: Pregled IPT v posameznih skupinah držav



Vir: Evropska komisija, 2004

V okviru analize so bile za vse vrste organiziranosti IPT identificirane in poimenovane štirje glavni skupi storitev, ki jih zagotavljajo IPT, in sicer:

- **podpora pri pogodbah:** taki IPT zagotavljajo samo svetovanje pri sklepanju raziskovalnih pogodb in patentnih ter licenčnih pogodb, redko pa zagotavljajo podporo tudi za ustanavljanje ter iskanje finančnih sredstev za spin-off in start-up podjetja;
- **specialistična svetovanja:** tovrstni IPT zagotavljajo eno ali dve storitvi, ki sta običajno povezani s patentnim postopkom, licenciranjem ali podporo pri ustanavljanju spin-off podjetja, redko pa zagotavljajo podporo pri sklepanju raziskovalnih pogodb;

- **tako imenovana »tretja skupina IPT«:** zagotavlja izmenično oziroma kombinirano podporo pri sklepanju raziskovalnih pogodb in ustanavljanju spin-off podjetij, tovrstni IPT ne podpirajo drugih storitev;
- **popolna podpora:** so skupina IPT, ki zagotavlja celotno podporo, in sicer svetovanje pri patentiranju, licenciranju, ustanavljanju spin-off in strat-up podjetij ter sklepanju raziskovalnih pogodb.

Strokovna skupina je pri podrobnejši analizi storitev posameznih skupin ugotovila, da se neodvisni in neodvisni povezani IPT bolj pogosto specializirajo za posamezne storitve in s tem bolje opravljajo svoje poslanstvo kot oddelčno organizirani IPT. Prav tako je bilo ugotovljeno, da se kot dobre prakse izkažejo primeri, ko IPT zagotavlja poleg storitev za prenos tehnologij tudi storitve spodbujanja in izobraževanja za podjetništvo.

Specializacija IPT za določeno znanstveno disciplino ali skupino znanstvenih disciplin je odvisna od znanstvenih disciplin, ki jih pokrivajo javne raziskovalne organizacije ali univerze, za katere IPT zagotavlja podporne storitve. Vseeno pa je nekaj značilnosti, ki jih je pokazala analiza, in sicer je 80% IPT specializiranih za določeno ali določene znanstvene discipline. Najbolj široko pokrivanje znanstvenih disciplin je značilno za neodvisne pravne osebe, saj se samo ena tretjina le-teh specializira za posamezno znanstveno disciplino. To je povezano z dejstvom, da si morajo neodvisni IPT zagotoviti večjo kritično maso za uspešno delovanje bodisi s pokrivanjem večjega števila javnih raziskovalnih institucij in večjim številom znanstvenih disciplin. Glede na zbrane podatke strokovna skupina predlaga naslednji pomemben nasvet, in sicer, da je kvaliteta delovanja IPT v manjši meri odvisna od oblike IPT in v večji meri odvisna od prepoznavnosti, dostopnosti in kvaliteti storitev, ki jih zagotavlja IPT. Poleg tega pa strokovna skupina ugotavlja, da je zelo pomembno, da se države članice EU in tudi javne raziskovalne ustanove zavedajo pomena IPT in še bolj pomembno je, da se IPT organizira na način, ki najbolj ustreza posameznemu raziskovalnemu in gospodarskemu okolju (Evropska komisija, 2005, str. 25).

V okviru analize je bila identificirana tudi dobra praksa delovanja IPT, ki združuje več specializiranih funkcij in s tem zagotavlja sinergijsko delovanje ter »vse storitve na enem mestu«. Omenjena dobra praksa je Otaniemi internacional innovation Centre v okviru Tehnološke univerze v Helsinkih, ki zaposluje 20 ljudi in zagotavlja vse naslednje storitve: nacionalno in mednarodno sodelovanje pri prenosu tehnologij, svetovanje pri sklepanju raziskovalnih pogodb za univerzo, licenciranje in prodaja intelektualne lastnine univerze, osebno karierno svetovanje, svetovanje o EU programih in načinih financiranja ter svetovanje pri izvajanju EU projektov, svetovanje pri pripravi raziskovalnih projektov med podjetji in univerzo, pravno svetovanje pri izvajanju R&R aktivnosti, identifikacija in komercializacija raziskav in inovacij na univerzi, svetovanje pri ustanavljanju podjetja, tržnih načrtih in poslovnih načrtih, koordinacija aktivnosti kariernega centra za diplomante, informiranje študentov o prostih delovnih mestih, koordinacija sodelovanje študentov in univerze z gospodarstvom.

V kolikor želimo vzpostaviti okolje, ki bo zagotavljalo razvoj na inovacijah in znanju temelječe podjetništvo, izkušnje v ZDA in Aziji kažejo, da se mora univerza močno vpeti v regionalni razvoj in gospodarstvo.

Edini element, ki je skupen vsem visokotehnološkim središčem oziroma regijam v svetu, je ena ali več akademskih institucij, ki zagotavljajo vrhunsko znanje. Na primer v Route 128 je MIT – Massachusetts institut of Technology in Harvard University, v tako imenovanem Raziskovalnem trikotniku v ZDA je Univerza Severne Caroline, Duke University in North Carolina State University, v Bangalore je Indian Institute of Technology. V Silicijevi dolini je Stanford University. Te institucije predstavljajo ključnega akterja, ki je zagotovil kritično maso znanja v lokalnem gospodarstvu, ki je s pomočjo manjših podjetij v okolici prispevalo k obravnavi teh območij kot primerov dobrih praks regionalnega razvoja (Adams, 2004).

Na podlagi teh dobrih praks so na Irskem in v Aziji nastala področja ki danes zagotavljajo dolgoročni razvoj najbolj razvitim državam v svetovnem merilu.

Pri obravnavi Silicijeve doline kot primeru dobre prakse regionalnega razvoja, ne moremo spregledati največjega univerzitetnega inkubatorja na svetu. Pomembni avtorji (Lee, Miller, Hancock, Rowen, Leslie in Kargon, Saxenian), ki obravnavajo Silicijevo dolino, poudarjajo pomen, ki ga je imela Univerza Stanford pri vzpostavljanju visokotehnoloških oziroma na znanju temelječih podjetij. Pri tem Saxenian v svoji študiji ugotavlja, da ena tretjina največjih visokotehnoloških podjetij, ki so bile ustanovljene v ZDA od 1965 do 1990, prihaja prav iz Silicijeve doline. Prav tako Gibbons (Gibbons v Adams, 2004) ugotavlja, da polovica prihodkov, ki jih ustvarjajo vsa podjetja v Silicijevi dolini, izvirajo iz podjetij, ki so jih ustanovili študentje ali profesorji Univerze v Stanfordu ali pa uporabljajo tehnologijo, ki je bila razvita na omenjeni univerzi (Adams, 2002).

3.2 SUBJEKTI POVEZOVANJA AKADEMSKE SFERE IN GOSPODARSTVA

Prejšnje poglavje je bilo v celoti namenjeno utemeljevanju potrebe po povezovanju akademske sfere in gospodarstva s ciljem spodbujanja podjetništva in inovacij. Poleg tega smo s pregledom literature in pomembnejših avtorjev utemeljevali pozitivno povezavo med podjetništvom in inovacijami ter ugotovili, da na znanju temelječe podjetništvo lahko pomembno vpliva na razvoj na znanju temelječe družbe v EU in tudi v Sloveniji.

Ob ugotovitvi, da je sodelovanje med akademsko sfero in gospodarstvom ključnega pomena za razvoj EU ter za razvoj na znanju temelječega dinamičnega podjetništva, je še bolj pomembno ugotoviti in razumeti razloge, ki privedejo do tega sodelovanja. S tem bomo lahko sprejeli boljše odločitve za pospeševanje tega sodelovanja in bomo lahko izboljšali mehanizme za podporo temu sodelovanju.

Raziskave kažejo, da imajo države, ki imajo vzpostavljeno gospodarstvo, ki temelji na inovacijah, tudi vzpostavljene mehanizme in močno povezanost delovanja institucij, ki se ukvarjajo z inovacijami, tako na formalni kot neformalni ravni. Bolj kot nacionalni inovacijski sistem spodbuja skupne raziskave med raziskovalno sfero in gospodarstvom, večje število akterjev se v sistemu ukvarja z zahtevnejšimi raziskavami, ki imajo lahko večje potencialne pozitivne učinke na gospodarstvo in bi bile za privatni sektor preveč tvegane, da bi jih raziskoval samostojno (OECD, 1999b).

Zavedanje vseh akterjev v razvoju: politike, gospodarstva in raziskovalno-izobraževalnega sektorja o nujnosti sodelovanja, je privedlo do naslednjih ugotovitev (OECD, 2000a):

- podjetja in trgi, kjer se tehnološki napredek in inovacije hitro in neposredno uvajajo v izdelke in storitve, rastejo hitreje kot drugi (na primer. biotehnologija, IT in novi materiali);
- nove komunikacijske tehnologije omogočajo hitrejšo in učinkovitejšo komunikacijo med raziskovalci in drugimi akterji;
- povečana želja gospodarstva za sodelovanje z akademsko sfero, saj sodobne inovacije zahtevajo multidisciplinarnе pristope znanja, hiter razvoj produktov in testiranje pri kupcih ter hiter dostop do novih znanj in tehnologij;
- finančne, zakonske in organizacijske spremembe, z željo po povečanju komercializacije raziskovanja, so privedle do razvoja trga znanja;
- zmanjšanje javnih finančnih sredstev in uvedba sofinanciranja raziskav na univerzah in raziskovalnih inštitutih zasebnega sektorja so pospešile vstop univerz in javnih raziskovalnih ustanov na trg znanja in ustvarjanje trdnih povezav oziroma partnerstev z gospodarstvom.

Caloghirou (Caloghirou et al., 2004) je v analizi skupnih projektov v okviru Okvirnih programov EU za raziskave in razvoj ugotovil, da so glavni razlogi za sodelovanje podjetij z akademsko sfero: želja po vzpostavitvi sinergij v raziskavah je najlažji način, s katerim sledijo in so obveščeni o tehnološkem napredku in želja po delitvi raziskovalnih stroškov.

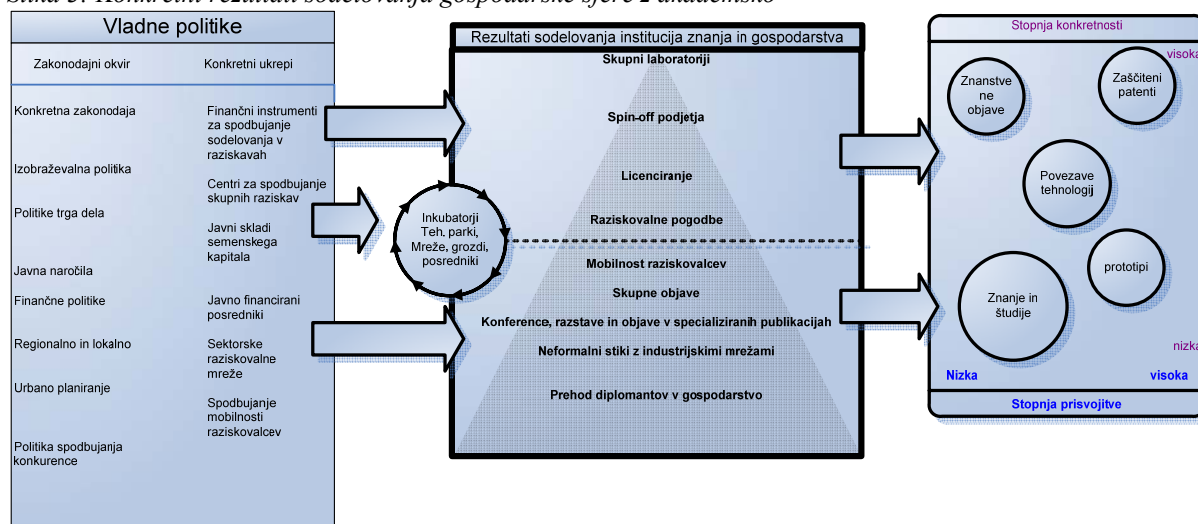
Gospodarstvo s sodelovanjem z univerzami pridobi (OECD, 2000a):

- bolj izobraženo delovno silo za razvoj zahtevnejših projektov, produktov in storitev,
- profesorje kot zunanje svetovalce,
- možnost sodelovanja pri skupnih raziskovalnih projektih in infrastrukturnih enotah,
- možnost dodatnega izpopolnjevanja za lastne zaposlene,
- možnost uporabe univerzitetnih prostorov, laboratorijev in specializirane opreme.

Pri sodelovanju med akademsko sfero in gospodarstvom je pomembno tako formalno kot neformalno sodelovanje. Neformalno sodelovanje je lahko vzpostavljeno z vsakim diplomirancem, ko zapusti univerzo in prične svojo kariero v gospodarstvu. Pri obravnavi statistik sodelovanja neformalno sodelovanje ni zajeto v obravnavo, vendar se v praksi izkaže za zelo pomembno. To dejstvo ne sme zmanjšati pomena in potrebe po formalnem sodelovanju, ki na dolgi rok prinese največ rezultatov in dejansko omogoči spremembo znanja v kapital podjetja in univerze (OECD, 2000a).

Slika 3 prikazuje konkretne rezultate sodelovanja med akademsko sfero in gospodarstvom v obliki ledene gore, kjer vrh predstavlja največji nivo sodelovanja, in sicer skupni laboratoriji. Na dnu ledene gore pa je osnovna funkcija izobraževanja, in sicer prehajanje izobraževalne sile v gospodarstvo.

Slika 3: Konkretni rezultati sodelovanja gospodarske sfere z akademsko



Vir: OECD, 2000a

Črta v grafu ločuje stopnjo v produktih, po kateri se kvalitativna in kvantitativna intenzivnost sodelovanja poveča. Pokaže se potreba po formalnem sodelovanju. Aktivnosti pod črto pa lahko potekajo v okviru neformalnih stikov med akterji obeh sfer. Tako je razvidno, da so ravno neformalni stiki najbolj pogosti načini sodelovanja, ki pa v kolikor želimo vzpostaviti bolj kvalitetno sodelovanje in zahtevnejše rezultate, morajo biti nadgrajeni s formalnimi mehanizmi in infrastrukturami. Ravno slednje so ključni mehanizem, ki ustvarja prehod iz kvantitativnega v kvalitativno sodelovanje. Na desni strani slike 3 vidimo okolje in konkretne ukrepe, ki jih mora vlada zagotoviti na različnih stopnjah sodelovanja, da je to sodelovanje uspešno. Na desni strani grafa vidimo konkretne rezultate na različnih stopnjah ledene gore. Rezultati z višjo stopnjo konkretnosti oziroma aplikativnosti nastopijo ob najvišjih stopnjah sodelovanja – pri licenciranju, ustanovitvi spin-off podjetij in skupnih laboratorijev. Rezultati z nižjo stopnjo konkretizacije rezultatov nastopijo ob kvantitativnem sodelovanju, in sicer pri konferencah, skupnih objavah ter mobilnosti raziskovalcev. Lahko vidimo, da izmenjava znanja in izkušenj med akademsko sfero in gospodarstvom nastopi na nizki stopnji prisvojitve gospodarstva.

3.2.1 Povezovanje akademske sfere in gospodarstva v Sloveniji

Slovenija ima tako kot druge bivše socialistične države tako v gospodarskem kot izobraževalnem in raziskovalnem sistemu ostanke ureditve tipičnega socialističnega sistema. Gospodarstvo in tudi drugi sistemi so od 90-ih let naprej v konstantnem reformnem stanju, ki so ga najprej zahtevale prilagoditve na tržno ekonomijo, kasneje proces vstopanja v EU in v zadnjih letih izzivi, s katerimi se srečujejo razvite države: Lizbonska strategija, uvajanja v Evro območje.

Slovenija je glede na ostale socialistične države imela relativno dobro gospodarstvo in tudi raziskovalno-razvojni sistem, ki je bil povezan z gospodarstvom ter je gospodarstvo tudi upravljalo z raziskovalnimi inštituti. Na prehodu v tržno gospodarstvo smo tako podedovali R&R sistem, ki je imel (Bučar in Stanovnik, 1999):

- decentraliziran sistem raziskovalnih institucij, ki ni bil direktno povezan z državnim aparatom,
- odprtost raziskovalnih institutov do pogodbenega sodelovanja z gospodarstvom,
- relativno avtonomijo strokovnega odločanja,
- tradicionalno dobre odnose z zahodnimi sorodnimi institucijami.

Hkrati pa je sistem imel tudi tipične slabosti, in sicer tog sistem raziskovalnih institucij, preobširni sistem zaposlovanja raziskovalcev in servisnih služb, poudarek na temeljnem raziskovanju in zanemarjanje aplikativnega raziskovanja, počasen in neučinkovit sistem inovacij, pomanjkanje povezovalnih mehanizmov med univerzo in raziskovalnimi inštituti ter potrebami družbe in gospodarstva (Bučar in Stanovnik, 1999).

Slovenija po povezovanju akademske sfere in gospodarstva izredno zaostaja glede na razvitost in članstvo v EU tako na svetovnem kot evropskem merilu. Naša država se je v letu 2006 uvrstila na 45. mesto IMD lestvice konkurenčnosti držav.

Kljub izboljšanju v letu 2006 Slovenija zamuja z reformami na področju davčnega sistema ter uvajanju spodbud za naložbe in spodbudnega podjetniškega okolja. Vrednost agregatnega indeksa svetovne konkurenčnosti Slovenije se je po izračunu z novo metodologijo v letu 2006 izboljšala. Najnižje se Slovenija uvršča pri učinkovitosti podjetij, ki tudi po ugotovitvi drugih slovenskih raziskav in avtorjev zaostajajo v raziskovalno-razvojni dejavnosti. Prav tako je nizka stopnja ustanavljanja novih podjetij, kar je posledica pomanjkanje podjetniškega duha in strokovnosti delovne sile. Glavna priporočila IMD so:

- povečanje vlaganj za razvoj tehnologij,
- povečanje podpore gospodarstvu za vlaganja v raziskave in razvoj,
- izvedba reforme izobraževalnega sistema, ki bo v večjo podporo gospodarstvu in
- izboljšanje zakonodaje, ki bo spodbujala prenos znanstvenih rezultatov v gospodarstvo.

Podobne ugotovitve beleži Slovenija tudi pri uresničevanju oziroma neuresničevanju Lizbonske strategije. Evropska komisija letno pripravi poročilo o stanju reform, katerim so se države članice EU zavezale v Lizbonski strategiji. V letnem poročilu za leto 2006 Evropska komisija ugotavlja glavne zaostanke prav na področju reform za povečanje konkurenčnosti. Glavne ugotovitve poročila:

- ne dovolj konkretne aktivnosti na področju spodbujanja sodelovanja akademske sfere in gospodarstva,
- premajhen napredek pri preusmeritvi javnega financiranja R&R na prioriteta področja Lizbonske strategije,
- premajhen napredek pri zmanjšanju stroškov in časa ustanovitve novega podjetja,
- premajhen napredek pri vzpostavljanju ugodne davčne zakonodaje za R&R aktivnosti podjetij,
- izboljšanje sistema za inovacije in postavitev uresničljivih ciljev za R&R.

Za raziskovalno-razvojni sistem v Sloveniji so značilne naslednje pomanjkljivosti (Polak, 2005, str. 33):

- premajhna vlaganja v raziskave in razvoj,

- premalo raziskovalcev v poslovnem sektorju, kar pogojuje slabo razumevanje potreb gospodarstva,
- šibka inovativnost (majhno število patentov),
- slaba kakovost znanstvenih objav, kljub velikemu obsegu le-teh,
- veliki stroški dela na strani delodajalcev in premalo vlaganja v raziskovalno infrastrukturo,
- velika vlaganja v splošen napredek znanja in posledično prevelik pomen temeljnih raziskav v primerjavi z aplikativnimi raziskavami in eksperimentalnim razvojem.

Za uspešen prenos znanja iz akademske sfere mora biti tudi v gospodarstvu vzpostavljena primerna klima, podpora in znanje oziroma potreba po dodatnem znanju, usmerjenemu v razvoj. V slovenskem gospodarstvu so podjetja še vedno v tranzicijskem načinu vodenja, ki se ukvarja predvsem z notranjimi problemi podjetja (lastniška struktura, reorganizacija, zmanjševanje zaposlenih) in so bile v zadnjih desetletjih potrebe po najemanju zunanjega znanja za razvoj veliko manjše od drugih potreb (Prašnikar et al., 2004). Vsi akterji v razvoju deklarativno kažejo potrebe po razvoju in reformiranju podpornih politik in struktur za razvoj, vendar se v praksi uveljavi vedno gradualizem, ki nam omogoča zgolj obstanek na povprečnem nivoju razvoja glede na potencialne in možnosti, ki niso izkoriščene.

Ugotovitve, ki so bile podane v temu poglavju, lahko potrdijo nekatere že opravljene poglobljene analize vzrokov slabega sodelovanja akademske sfere in gospodarstva v Sloveniji. Polak (2005) je v svoji analizi vzrokov za slab pretok znanja iz akademske sfere v gospodarstvo podal usmeritve, ki bodo podlaga za predlog boljšega podpornega sistema za zagotavljanje večjega števila dinamičnih, na znanju temelječih podjetij v zaključnem poglavju magistrskega dela. V nadaljevanju povzemamo priporočila za univerze, vlade in podjetja (Polak, 2005):

- **Priporočila znanstvenim institucijam in univerzam:**
 - spodbujati vrhunske, ne pa povprečne znanstvene rezultate – strožji kriteriji napredovanja,
 - bolje tržiti lastno znanje in zmožnosti,
 - iskati nove organizacijske oblike, ki so neodvisne od proračunskega denarja,
 - uvajati podjetniške predmete na naravoslovnih in tehniških fakultetah,
 - odpreti univerze za sveže pedagoške kadre z novimi ideji.
- **Priporočila raziskovalcem:**
 - pridobivati izkušnje tudi v poslovnem svetu,
 - izkazovati večjo pripravljenost za sodelovanje s podjetji,
 - bolj neformalno navezovati stike s kolegi iz gospodarstva,
 - razmisliti o možnosti občasnega prehoda v podjetja ali o samostojni podjetniški karieri (prosto akademsko leto),
 - pridobiti poslovna in komunikacijska znanja.
- **Priporočila podjetjem:**
 - povečati vlaganja R&R, ki vodijo do boljših proizvodov,
 - razvijati absorpcijske sposobnosti za nova znanja z izobraževanjem zaposlenih,
 - bolj izkoriščati potencial javnega financiranja aplikativnih projektov,

- izkazati večji interes za mlade raziskovalce in strokovnjake,
- aktivnejša javna promocija uspešnih raziskovalcev in inovatorjev,
- zaposlovati več izobraženega kadra.
- **Priporočila vladi:**
 - povečati in načrtno usmerjati vlaganja v R&R,
 - postaviti jasno z gospodarstvom usklajeno financiranje raziskav,
 - povečati obseg financiranja aplikativnih raziskav,
 - spodbujati inovacije in patentiranje ter komercializacijo le-teh,
 - vpeljati agente (podjetja), ki bodo tržili znanje javnih institucij,
 - zagotovitev večjega financiranja mladih raziskovalcev v gospodarstvu,
 - usmeriti financiranje v posamezna prioriteta področja in odločno zmanjšati financiranje projektov za »zagotavljanje preživetja« raziskovalcev,
 - predlagati spremembo zakonodaje, ki bo javnim inštitutom omogočila hitro ustanavljanje spin-off podjetja,
 - voditi davčno politiko, ki bo ugodna za poslovno okolje, tvegan kapital in zaposlovanje višje izobraženih kadrov.

3.2.2 Subjekti za povezovanje akademske sfere in gospodarstva

Za pospeševanje in vzpostavitev sodelovanja med obema sferama je potrebno vzpostaviti skupno infrastrukturo, ki bo subjekte povezovala. Ta infrastruktura je lahko skupna nabava in vzdrževanje raziskovalne opreme, vzpostavitev skupnih infrastrukturnih centrov, kot so tehnološki parki, inkubatorji, skupne knjižnice in informacijski sistemi ter skupni informacijski sistemi za raziskovanje. Infrastruktura mora zagotavljati podporne storitve za razvoj in raziskave in vrhunsko izobraževanje ter bazično in aplikativno raziskovanje (Bučar in Stare, 1998).

Poleg skupne infrastrukture, ki bi povezovala opremo, pa je pomemben tudi drugi vidik povezovanja, in sicer koordinacije aktivnosti in koordinacija delovanja ter sporazumevanja obeh sfer. Povezovanje akademske sfere in gospodarstva ne more potekati samo po sebi. Neuspešnost politike in spodbud, ki so skušale povezati gospodarske subjekte in akademsko sfero, so pokazale, da ne ena ne druga stran ne more igrati povezovalne vloge, zato se je pokazala potreba po razvoju institucij, ki bodo opravljale to vlogo. Tudi mednarodne izkušnje kažejo potrebo po specializaciji podjetij, raziskovalnih ustanov in tudi ustanov za podporo povezovanju akademske sfere in gospodarstva.

Od 50-ih let prejšnjega stoletja so se v svetu razvile različne institucije za podporo procesu povezovanju akademske sfere in gospodarstva ter prenosu in komercializacijo znanja iz akademskega sveta v gospodarstvo, spodbujanja inovacij v malih in srednje velikih podjetjih ter zagotavljajo podporo za investiranje v tehnološko usmerjena mala in srednje velika podjetja. V ta namen se je razvila tudi specifična terminologija za opredelitev različnih institucij. Čeprav te institucije nosijo različna imena, temeljijo na istih konceptih in krovnih ciljev, vendar v nekaterih primerih, kljub podobnim imenom, se lahko omenjene institucije razlikujejo tako po aktivnostih kot tudi po ciljnih in organizacijski strukturi (OECD, 1997).

V literaturi in praksi lahko zasledimo naslednje institucije, ki uresničujejo poslanstvo povezanj akademske sfere in gospodarstva (OECD, 1997):

- **Tehnopolis** so geografsko zaokrožena večja središča, kjer so locirani znanstveni in gospodarski subjekti, kar omogoča največjo stopnjo izmenjave izkušenj in raziskovalne in druge infrastrukture, kot so raziskovalni laboratoriji za večja podjetja, univerze, raziskovalni inštituti, visoko tehnološka mala in večja podjetja, inkubatorji in tehnološki parki ter druge prej opisane institucije. Tehnopolis običajno vplivajo tudi na urbani razvoj določenega območja, saj se raztezajo preko več mest na večjem geografskem območju regije. Na Japonskem in v Franciji se tehnopolisi razprostirajo prek celotnega okoliškega urbanega območja.
- **Tehnološki parki** so podobni Tehnopolisom, vendar se raztezajo na manjšem območju in so usmerjeni bolj v tehnološki transfer in komercializacijo raziskovalnega znanja. Za vstop v Tehnološki park obstajajo definirani kriteriji vstopa in tipologija subjektov, ki lahko vstopi v park. V tehnološkem parku so prisotni tehnološko usmerjeni podjetniki začetniki, finančne institucije ter razvojne ali tehnološke agencije. Ustanovitelji tehnoloških parkov so običajno Univerze, gospodarski subjekti in regionalne ali lokalne oblasti. Tehnološki parki, ki so večji od znanstvenih parkov, znani tudi kot Tehnopolisi, so območja ekonomske aktivnosti, ki jih tvorijo univerze, raziskovalni centri, industrijske in storitvene enote, ki svoje aktivnosti uresničujejo na podlagi raziskav in tehnološkega razvoja. Tehnološki parki so sicer omejeni na neko geografsko območje, vendar pa vzdržujejo stike z velikimi podjetji in javno raziskovalno infrastrukturo tako na nacionalni kot na mednarodni ravni. V Združenih državah se tehnološki parki razlikujejo v tem, da je njihov glavni cilj vzpodbujanje sinergije med okoliškimi raziskovalnimi in industrijskimi sektorji in ustvarjanje specifičnih "kompetenčnih centrov".
- **Znanstveni ali raziskovalni parki oziroma raziskovalna mesta** so institucije, kjer so osrednje aktivnosti raziskave in razvoj v povezavi z raziskovalnimi laboratoriji na univerzah, ki je lahko locirana blizu znanstvenega parka ali pa izven njega. Če se znanstveni park razteza na večjem predelu mesta ali pa vključuje del mesta, se lahko imenuje tudi Znanstveno mesto. Za znanstvene ali raziskovalne parke so značilni kompleksni nabori aktivnosti na omejenem geografskem področju v bližini univerze, kjer se raziskave z visoko dodano vrednostjo, industrija in kapital združujejo s podjetniki, med katerimi so tudi akademski in raziskovalni delavci. Mednarodno združenje znanstvenih parkov (International Association of Science Parks - IASP) dalje kot del definicije znanstvenih parkov omenja vodenje v okviru formalne pogodbe o sodelovanju z univerzitetnimi raziskovalnimi centri z namenom vzpodbujanja ustanavljanja in rasti podjetij, ki temeljijo na znanosti. Glavni mehanizem za to je prenos tehničnega in menedžerskega znanja v inkubatorska podjetja. V nekaterih državah parki poskušajo pritegniti tudi obstoječa podjetja.
- **Inovacijski centri** so namenjeni predvsem mladim potencialnim podjetnikom. Osnovni namen je pomoč pri ustanovitvi, preživetju in začetni rasti novih visokotehnoloških podjetij. Inkubiranim podjetjem omogočajo dostop do raziskovalnih kapacitet univerz in pomagajo tudi drugim podjetjem v regiji pri

licenciranju in prodaji lastnega znanja. Koncept inovacijskega centra je podoben konceptu inkubatorja za visoko strokovna podjetja. Združenje nemških tehnoloških in poslovnih inkubacijskih centrov (ADT) definira inovacijske centre kot infrastrukturna podjetja za ustanavljanje in rast podjetij. Povezani cilji vključujejo razvoj inovacij v regiji, sodelovanje med raziskovalci in industrijo, zagotavljanje informacij in tehničnega ter menedžerskega usposabljanja in okrepitev regionalnega ekonomskega razvoja prek regionalnih in mednarodnih mrež za izmenjavo informacij in sodelovanje med podjetji.

- **Centri odličnosti** se po rezultatih nekoliko razlikujejo od ostalih subjektov povezovanja akademske sfere in gospodarstva. Centri odličnosti se ukvarjajo z raziskovanjem novih tehnologij na določenem področju, ki bo privedlo do vrhunskih prelomnih raziskav in tehnologij, ki bodo omogočile nove možnosti razvoja na določenem področju znanosti. Centri formalno združujejo več univerz ali znanstvenih inštitutov, ki lahko delujejo tudi na različnih koncih Evrope ali sveta, vendar skupaj zagotavljajo kritično maso vrhunskih znanj. Običajno centri nimajo fizične lokacije.
- **Tehnološki (univerzitetni) in podjetniški inkubatorji** so institucije, ki se osredotočajo na nova podjetja, ki nastanejo na novih tehnologijah in imajo potencial za komercializacijo oziroma razvoj novega izdelka ali storitve. Inkubatorji nudijo skupne podporne storitve s področja financ, računovodstva, prava ali drugih področij. Podjetja v inkubatorjih so lahko nastanjena omejeno obdobje. Tehnološki inkubatorji so osredotočeni bolj na tehnološka podjetja, univerzitetni inkubatorji bolj na ustanovitev podjetij iz raziskovalnih področij študentov univerze ter na komercializacijo raziskav univerze. Najbolj se od ostalih dveh ločijo podjetniški inkubatorji, ki so bolj osredotočeni na preprečevanje brezposelnosti v določenem območju in nimajo tako striktnih kriterijev vstopa poslovnih idej v inkubator kot ostala dva.
- **Visokotehnološki grozdi** združujejo skupino subjektov iz različnih gospodarskih in raziskovalnih panog, ki uporabljajo storitve ali izdelke drug drugega, ki jih povezuje inovativno usmerjen razvoj ali prizadevanja za skupno ponudbo storitev. Združuje jih želja po skupnih nastopih pri razširjanju novih inovativnih storitev ali izdelkov ter zagotavljanje dodane vrednosti v proizvodnem procesu.
- **Inovacijske mreže – platforme** združujejo različne deležnike iz različnih gospodarskih panog: banke, tvegane kapitaliste, znanstvenike, vladne uslužbence in druge subjekte, ki delujejo na skupnem inovativnem razvoju ali tehnologiji, ki se lahko aplicira v različne gospodarske panoge. Običajno so inovacijske mreže najmanj formalizirane in so najbolj primerne za delovanje na virtualni osnovi.
- **Virtualni centri** temeljijo na najboljši informacijski komunikacijski tehnologiji, ki povezuje različne raziskovalne centre in laboratorije na različnih delih sveta s pomočjo svetovnega spleta in drugih sodobnih tehnologij.

Čeprav v teoretičnem definiranju posameznih subjektov lahko zasledimo določene razlike ali značilnosti, v praksi zelo težko najdemo subjekte za prenos znanja iz akademske sfere v gospodarstvo, ki bi ustrezali vsem zgoraj navedenim definicijam ali se ne prekrivali z definicijo drugega subjekta. To je posledica predvsem časa in države, v kateri določen subjekt

nastaja, ter pravilni odločitvi, da se določen subjekt prilagodi konkretnim potrebam, ki se kažejo v določenem okolju, pri tem ni bila izjema niti Slovenija. V Sloveniji so namreč že zelo zgodaj nastali tehnološki parki, ki so jih praviloma ustanovile občine ali več občin brez sodelovanja univerz, ki so bile bolj usmerjene v bazične raziskave, zato so se tehnološki parki, kljub drugačnemu prizadevanju vodilnih v parku, osredotočali bolj na lokalne probleme – preprečevanja brezposelnosti kot pa v uvajanju novih tehnologij oziroma tehnološko orientiranih podjetij. V kasnejši fazi razvoja so se vzpostavile oboje stranske želje po tesnejšem sodelovanju z raziskovalnimi inštituti in univerzami, vendar bi bil glede na predhodna vlaganja drugih lastnikov za univerze vstop v tehnološke parke otežen in predvsem finančno prezahteven. Poleg tega so tehnološki parki ob pomanjkanju drugih subjektov povezovanja akademskega sfere in gospodarstva pokrivali preširok spekter aktivnosti in niso imeli možnosti specializacije na svoje osrednje poslanstvo. V začetku novega stoletja se je zato Ministrstvo za gospodarstvo z veliko zamudo odločilo univerzam omogočiti ustanovitev tehnoloških oziroma univerzitetnih inkubatorjev, ki dejansko prevzamejo določene naloge, ki so jih prej pokrivali tudi tehnološki parki. S tem se stanje na področju podpornih subjektov nekoliko izboljša, vendar še vedno v določeni meri prihaja do prekrivanja delovanja in manjše specializacije ter s tem slabšem delovanju določenih tehnoloških parkov na področju njihovega osrednjega poslanstva. Podporni sistem za inovacije na taki osnovi ne deluje optimalno, zato bomo v nadaljevanju dela predstavili podlage za izoblikovanje modela inovacijskega okolja, ki bi zagotavljal boljšo podporo za razvoj na znanju temelječih, dinamičnih podjetij. S specializacijo delovanja subjektov za prenos znanja z akademske sfere v gospodarstvo bomo zagotovili bolj učinkovit sistem. Ključno vlogo pri prenosu znanja odigrajo v prvi fazi univerzitetni inkubatorji, ki so za Slovenijo relativno nova oblika, ki ni bila še pravilno pozicionirana v podporni sistem, da bi lahko zagotavljala mednarodno primerljive rezultate, zato se bomo v naslednjem poglavju in v nadaljevanju dela posvetili predvsem univerzitetnim inkubatorjem in vzpostavitvi podpornega okolja ter podlage za razvoj podpornega sistema oziroma inovacijskega sistema, kjer se bodo le-ti dopolnjevali z drugimi subjekti podpornega okolja pri zagotavljanju razvoja na znanju temelječega gospodarstva in družbe.

3.2.3 Evolucija poslovnih inkubatorjev

Poglavje analizira in prikazuje evolucijo in prilagajanje inkubacijskega procesa okolju in potrebam, ki so se kazale v družbi ter gospodarstvu. Literatura in raziskave s področja inkubatorjev (Pennings, 1982; Mina, 1994; Peterson, 1985) dokazuje, da je ustanovitev inkubatorjev pogojena z različnimi dejavniki: ekonomskimi, družbenimi, politično-pravnimi, tehničnimi in kulturnimi.

Model poslovnih inkubatorjev se je iz ZDA razširil še v druge države OECD in najbolj vidne uspehe izven ZDA dosegel še v Skandinaviji, Združenem Kraljestvu in Aziji. V nadaljevanju bomo prikazali pomembnejše prelomnice v razvoju inkubacijskega procesa kot posledico odgovora na nove razvojne možnosti in potrebe. V tem poglavju se želi dokazati na primeru evolucije inkubatorjev, kako je potrebno prilagajati modele podpornih institucij konkretnim potrebam v okolju ter identificirati ključne razlike med modeli univerzitetnih inkubatorjev.

Cilj tega poglavja je tudi sistematično urediti in prikazati zgodovino inkubatorjev in inkubacijskega procesa.

3.2.3.1 Rojstvo inkubatorjev (1959-1979)

Prvi začetki poslovnih inkubatorjev segajo v 50. leta 19. stoletja, ko so v ZDA poskušali uvajati nove modele spodbujanja in diverzifikacijo regionalnega gospodarstva in pospeševanje ustvarjanja novih delovnih mest na lokalni ravni. Eden izmed prvih inkubatorjev je bil Batavia Industrial Center (BIC) v New Yorku leta 1959. Ustanovitev BIC-a je bila posledica velike brezposelnosti (več kot 20%), ki je vladala v mestu. Mesto je zasebniku omogočilo odkup odslužene tovarne in preureditev prostorov v poslovni inkubator s ciljem pritegniti nekaj večjih podjetij za najem prostorov ter s tem zagotoviti delovna mesta za odpuščene delavce. Med večjimi podjetji ni bilo večjega interesa kljub nizkim cenam, zato je mesto spremenilo strategijo in omogočilo izredno ugoden najem manjšim podjetnikom (prepisovalcu dokumentov, vinska klet in vinograd ter tovarno za vzrejo piščancev). Pomembna dodana vrednost je bila v relativno majhnih prostorih, ki so bili dosegljivi za podjetnike začetnike, poleg tega pa souporaba skupnih prostorov in opreme. Posebnega pomena je bilo lociranje farme piščancev v BIC, saj je lastnik svoje prostore imenoval inkubator, poleg tega pa so bile neposredno vidne povezave med obema inkubatorjema – BIC za podjetnike, farma pa za piščance, da se je ime podjetniški inkubator kasneje uveljavilo za opredelitev institucije, ki nudi podporo in pomoč pri rekrutiranju ter pospeševanju rasti malih podjetij (Eshun, 2004).

Strategija inkubiranja različnih podjetnikov začetnikov je bila »družbena inovacija«, ki je bila posledica raziskovanja možnih rešitev za organizacijske in družbene probleme (Drucker, 1985, str. 31). V začetni fazi so inkubatorji bili nepremičninski inkubatorji, ki so bili usmerjeni v revitalizacijo propadlih ali propadajočih industrijskih območij in zagotavljali regijam ali lokalnim oblastem diverzifikacijo lokalnega gospodarstva in povečevanje lokalnih zaposlitvenih možnosti. Nepremičninski inkubatorji so nastali kot odgovor na pomanjkanje primerne prostora za izvajanje gospodarske dejavnosti. Predvsem v ZDA so tudi zasebniki izkoristili to poslovno priložnost in nudili trgu malih podjetij primerne prostore za izvajanje poslovne dejavnosti v zameno za najemnino. Ta model inkubatorjev sloni na predpostavki, da je obstoj, dostop in primerna opremljenost proizvodnih in poslovnih prostorov ključnega pomena za razvoj malega podjetništva. Nepremičninski inkubatorji gradijo svojo uspešnost tudi na vzpostavitvi dobrih odnosov z majhnimi podjetniki in na prilagajanju prostorskih potreb inkubiranih podjetij v fazi rasti. Nepremičninski inkubator mora biti zasnovan na način, da omogoča prilagajanje prostorov glede na povečane ali zmanjšane potrebe inkubirancev. Nepremičninski inkubatorji so bili v času do 80. let prejšnjega stoletja pomembno orodje v razvoju, saj je bila dostopnost pisarniške opreme v tem času zelo težavna za majhne podjetnike. Za primer lahko pogledamo samo cene fotokopirnih strojev in telekomunikacijske opreme, ki so bile do 80. let praktično nedosegljive za današnje razmere. V prvih 30. letih razvoja inkubatorjev (od 1950 do 1980) še ni prišlo do množičnega razširjanja inkubatorjev kot pomembnega orodja za spodbujanje gospodarskega razvoja. Vzpostavitev inkubatorjev je potekalo naključno in nesistematično, odvisno predvsem od

lokalnih deležnikov in lokalnih oblasti. To je bilo povezano tudi s paradigmami neoklasične ekonomske teorije, ki v podjetništvu ni prepoznala pomembnega faktorja gospodarske rasti in mu ni namenjala primerne vloge glede na dejanski pomen za gospodarski razvoj.

3.2.3.2 Zgodnja faza razvoja (1980-1989)

V zgodnji fazi razvoja inkubatorjev postanejo inkubatorji bolj prepoznaven instrument spodbujanja regionalnega razvoja zaradi prvih uspehov, ki so jih imeli prvi nepremičninski inkubatorji v ZDA ter pomena politike odpiranja novih delovnih mest pri posameznih vladah. Do 80. letih 20. stoletja inkubacijska dejavnost v splošnem ni privedla do posebnih modelov inkubatorjev, vendar se že razvijajo zametki ali prototipi nekaterih novih modelov inkubatorjev. Ta proces razvoja je posledica težnje po iskanju novih orodij za ekonomski razvoj, nova povpraševanja in izzive. Razvijati so se začeli nekateri inovativni tipi inkubatorjev, ki so skušali vključiti tudi akademsko sfero in se povezovati z raziskovalnimi inštituti, vendar v tistem času tako gospodarsko okolje kot akademska sfera nista bila pripravljena na tovrstne povezave. Eden prvih inkubatorjev, ki je že v 60. letih poskušal orati ledino na tem področju, je bil University City Science Center v New Yorku.

V ZDA kot v Evropi politiki postavljajo v ospredje spodbujanje ukrepov odpiranja novih delovnih mest. Sprejmejo se novi zakoni za spodbujanje podjetništva, povečujejo se sredstva za omenjene politike ter ustanovijo se vladne agencije za spodbujanje regionalnega razvoja in spodbujanje razvoja malega gospodarstva. Poleg tega so bile pomembne tudi nove okoliščine v gospodarstvu. V 80. letih je težka industrija začela izgubljati pomen v smislu gospodarske rasti in njenega vpliva na zaposlovanje. V povprečju se je izobrazbena struktura ljudi dvignila in posledično ljudje niso več pripravljeni delati v težki industriji, ampak si želijo boljših delovnih mest. Nepremičninski inkubatorji niso bili več dovolj za pospeševanje gospodarskega razvoja oziroma se je pokazala potreba po razvoju posebnih specializiranih institucij, ki bi odgovarjale na nove potrebe razvoja.

Pomemben dejavnik je bil tudi pospešen napredek informacijskih tehnologij, ki so omogočale nove povezave in načine komuniciranja ter s tem ustvarjale nove poslovne priložnosti. Pomembno se je spremenilo tudi gospodarsko okolje, na eni strani zaradi že omenjenega pojava novih informacijsko-komunikacijskih tehnologij, na drugi strani pa spoznanje, da znanje zagotavlja največjo dodano vrednost proizvodom. Gospodarstvo se želi povezati z ustvarjalci znanja, z univerzami in raziskovalnimi inštituti s ciljem razvoja novih proizvodov, ki ustvarjajo višjo dodano vrednost.

Raziskave s področja razvoja in rasti malih inovativnih podjetij so pokazale, da se uspešna nova inovativna podjetja razvijajo in koncentrirajo v okoljih, kjer imajo dostop do kritične mase za takrat pomembnih virov, kot so finančni viri, dostop do tehnologije in tehnološke opreme in izobražene delovne sile (Eshun, 2004). Ugotovitve teh raziskav so še bolj spodbudile odločevalce oziroma vlade posameznih držav, da zagotovijo primerno okolje za razvoj novih podjetij. Posebej zato, ker so podjetja, ki niso imela dostopa do prej omenjenih virov (izobražene delovne sile, financ in znanja), kljub začetnemu uspehu hitro propadle.

Na podlagi vseh omenjenih sprememb v okolju je nadaljnja evolucija inkubatorjev prešla iz nepremičninskega inkubatorja do razvoja razvojno usmerjenih inkubatorjev (Eshun, 2004) oziroma do poslovnih inkubatorjev ali inovacijskih centrov. Cilj poslovnih inkubatorjev je zagotoviti podporne storitve za nova podjetja, ki imajo višjo dodano vrednost in vključujejo programe za poslovno svetovanje, dostop do mreže investorjev in finančnih deležnikov, svetovalcev za računovodske, pravne in druge storitve, ki podjetjem omogočijo boljše poslovanje in regionalni ekonomski razvoj. S tem je podjetnik začetnik brez poslovnih znanj, na enem mestu dobil primerno okolje in znanje za uspešno upravljanje svojega posla. Glavni namen je vzpodbujanje specifičnih ekonomskih ciljev, kot sta ustvarjanje prostih delovnih mest in prestrukturiranje industrije. Pogosto nastanejo kot posledica pobud lokalnih ravni vlade, njihov glavni cilj pa je pomoč pri ustvarjanju novih podjetij in pomoč obstoječim podjetjem, ki ustvarjajo delovna mesta. V nekaterih državah je ta cilj lahko osredotočen na posamezne skupine, kot so mladi, dolgotrajno brezposelni, ženske in manjšine (OECD, 1997). Model inkubatorjev se prenese tudi v Evropo, predvsem v skandinavske države, Združeno kraljestvo velike Britanije in Italijo. Univerza v Cambridge je prvi inkubator, ki je poleg razvojne opravljal tudi funkcijo koordinacije sodelovanja z gospodarstvom, ustanovila leta 1978. Na Švedskem so prve inkubatorje ustanovili leta 1980.

Leta 1984 je na pobudo Evropske unije nastal projekt Business Innovation Centres, ki je omogočil in povezal nastanek več kot 150 centrov v EU. S pomočjo tega projekta so tudi v Italiji nastali prvi BIC, ki so predstavljali tudi eno izmed najboljših praks ustanavljanja BIC v državah članicah. V začetku so v Italiji dosegali velike pozitivne učinke. Cilj BIC je povezati in pospešiti razvoj lokalnih ali regionalnih virov in institucij, ki se ukvarjajo z razvojem na enem mestu. Ustanovitelji BIC so regionalne ali lokalne oblasti, gospodarske zbornice, banke, zasebne pravne osebe ali združenja ter drugi akterji razvoja.

V 80. letih so se poleg poslovnih ali razvojnih inkubatorjev pojavili tudi prvi univerzitetni inkubatorji, tako v ZDA kot v EU in drugih članicah OECD (OECD, 2000). Univerzitetni inkubatorji so nastali na podlagi potrebe po uvajanju novih tehnologij v proizvode in storitve v podjetjih ter na podlagi težnje univerz po večji komercializaciji svojega znanja. Univerzitetni inkubatorji so ustanovljeni ali pa drugače strateško formalno ali neformalno povezani z univerzo ali več univerz. Podjetja v univerzitetnih inkubatorjih običajno nastanejo na področjih raziskovanj, ki jih ustvarja univerza ali pa na podlagi idej študentov in profesorjev (Benchmarking Incubators, 2004).

3.2.3.3 Vzpon in razširitev inkubatorjev (1990-1999)

Inkubatorji so v 70-ih letih 20. stoletja v državah članicah OECD bili postavljeni kot orodje za pospeševanje inovacij in tehnoloških podjetij. Dodaten zagon inkubatorji doživijo z vzpostavitvijo povezave z akademsko sfero, ki se začne v 80. letih 20. stoletja in svoj največji razcvet doživi v 90 letih 20. stoletja in v začetku 21. stoletja.

Raziskava Bircha (1987) o pomenu podjetništva so pokazale izjemen pomen, ki ga imajo mala in srednje velika podjetja za gospodarski razvoj. Birchova raziskava, ki je bila objavljena leta 1979, je dokazala pomen podjetništva za zaposlovanje, gospodarski razvoj in

inovacije. Raziskava je pokazala, da so med letoma 1969 in 1976 manjša dinamična podjetja oziroma gazele v ZDA ustvarile 81% novih neto delovnih mest.

Po podatkih OECD je bilo v letu 1992 v svetu približno 2.000 inkubatorjev. Razlogi za takšen vzpon in razširitev inkubatorjev smo delno že poudarili v prejšnjem odstavku. Razlogi so predvsem v tem, da so se ustanovile nove države, ki so prevzele kapitalistični sistem. Drugi razlog je v pojavu in kasneje hitrem zatonu virtualnih inkubatorjev.

Poleg pomena za tehnološki razvoj in nova delovna mesta so inkubatorji prispevali k boljšemu povezovanju akademske sfere in gospodarstva. To je posledica vse večjega prizadevanja vseh deležnikov gospodarskega razvoja, da izkoristijo priložnosti, ki jih akademska in znanstvena sfera lahko ponudita gospodarstvu. Povečujejo se sodelovanje akademske sfere in gospodarstva, razvojnih agencij finančnih institucij in sektorskih, industrijskih in drugih združenj. V devetdesetih letih to privede do množičnega ustanavljanja inkubatorjev različnih deležnikov gospodarskega razvoja in s tem tudi do t.i. hibridnih modelov inkubatorjev glede na cilje, delovanje, razloge za ustanovitev in interesov, ki so vodile k ustanovitvi novih, hibridnih inkubatorjev.

Na drugi strani pa se prav tako v 90. letih 20. stoletja inkubatorji povežejo s hitro rastočimi panogami – biotehnologija, informacijske in okoljske tehnologije, novi materiali ter medicina in s tem pomembno prispevajo k razvoju novih produktov na omenjenih področjih (OECD, 2004). Tudi inkubatorji se pričenjajo profilirati v posamezne sektorje ali podsektorje s ciljem razvoja specifičnih produktov in storitev za specifični sektor ali podsektor. Profiliranje inkubatorjev pa ima za posledico tudi večje število novih podjetij v omenjenih sektorjih in razvoj novih proizvodov, profiliranje in specializacija podpore samo določenemu sektorju, razvoj skupnih platform in laboratorijev za raziskovanje, vplivanje in določanje sektorske politike ter tudi skupnih primerljivih standardov poslovanja (Eshun, 2004).

V fazi vzpona in rasti se tako razvije model inkubatorja, ki je tesneje povezan z univerzo ali drugo raziskovalno institucijo. V primerih, ko tovrstni inkubator ustanovijo univerze se imenuje univerzitetni inkubator, v drugih primerih, ko imamo poleg univerze še druge deležnike v lastništvu, se inkubator imenuje bodisi Center za podjetništvo, znanstveni park ali z drugim imenom. Lastništvo univerz v inkubatorjih omogoča inkubatorjem povezovanje akademske sfere in gospodarstva s ciljem ustanavljanja tehnoloških, na znanju temelječih podjetij.

Prvi modeli univerzitetnih inkubatorjev se razvijejo v ZDA. Po prvih zametkih že v 60-ih letih 20. stoletja se šele v letu 1980 ustanovita ATDC – Advanced Technology Development Centre, ki ga z drugimi zasebnimi pravnimi in fizičnimi osebami ustanovi Georgia Institute of Technology. Prva podjetja začne sprejemati šele 3 leta kasneje, in sicer 1983, pravi razcvet pa doživi prav s pojavom internetnih tehnologij, biotehnologije in nanotehnologije v 90-ih letih. Drugi pomemben univerzitetni inkubator v ZDA je prav tako 1980 leta ustanovljen San Jose Software Business Cluster (Benchmarking Incubators, 2004).

Čeprav je glavna naloga univerz izobraževalna dejavnost, so prav univerzitetni inkubatorji in tehnološki parki dokaz, da univerze lahko pomembno prispevajo k razvoju lokalnega gospodarstva s pomočjo patentov, novih odkritij, spin-off podjetij in tehnološkim razvojem (Mansfield, 1990; Varga, 1999; Chiesa in Piccalunga, 2000; Schutte, 1999; Rogers, 1986). Univerzitetni inkubatorji so institucije, ki zagotavljajo podporo in storitve za razvoj na znanju

temelječih podjetij, vendar za razliko od podjetniških inkubatorjev, bolj poudarjajo prenos znanja iz znanstvene in raziskovalne sfere univerz v podjetja ali gospodarstvo. Univerzitetni inkubatorji tako predstavljajo pomemben konceptualni potencial, kjer se lahko združita tehnološki napredek, kapital in znanje s ciljem spodbujanja in pospeševanja komercializacije raziskav in tehnologij z gojenjem novih, na znanju temelječih podjetij (Gimaldi in Grandi, 2004).

Primarni cilj teh inkubatorjev je vzpodbujanje razvoja tehnoloških podjetij. Praviloma se nahajajo v ali blizu univerz ter znanstvenih in tehnoloških parkov. Zanje so značilne institucionalizirane povezave z viri znanja, ki vključujejo univerze, agencije za prenos tehnologije, razvojne centre, nacionalne laboratorije in izkušeno osebje za raziskave in razvoj. Osredotočeni so lahko tudi na posamezne industrijske grozde in tehnologije, kot so biotehnologija, programska oprema ter informacijske in komunikacijske tehnologije. Glavni namen je pospeševanje prenosa in razširjanja tehnologije, pri čemer se vzpodbuja tudi podjetništvo pri raziskovalcih in akademskih delavcih. V nekaterih državah se tehnološki inkubatorji ne osredotočajo le na nova podjetja, ampak pomagajo tudi obstoječim malim tehnološkim podjetjem, vključno s podružnicami večjih uveljavljenih podjetij (OECD, 1997). V Evropi se model univerzitetnih inkubatorjev prenese nekoliko kasneje in sicer v 90-ih letih 20. stoletja najprej v Skandinavijo, nato v Združeno kraljestvo velike Britanije in nato v kontinentalno Evropo. Med prvimi nastaneta CAT research Park v Roskildeju na Danskem in Jyvaskyla Science Park (JSP) na Finskem ter Campus Ventures Univerze v Manchesterju v Veliki Britaniji.

Na Danskem je bila že v začetku prisotna velika hibridizacija inkubatorjev (povezovanje različnih tipologij inkubatorjev), saj težko najdemo bistvene razlike med Raziskovalnimi parki in univerzitetnimi inkubatorji na Danskem. Nekateri znanstveni parki izvajajo tudi inkubacijsko dejavnost in omogočajo najem prostora že obstoječim podjetjem. Danski inkubatorji pa so pogosto locirani prav v znanstvenih parkih, kjer poleg že obstoječih podjetij svojo podjetniško rast začenjajo na novo ustanovljena podjetja (Benchmarking Incubators, 2004). Eno najboljših izkušenj in zgodb o uspehu univerzitetnih inkubatorjev ima Finska, ki ima glede na število prebivalcev največ inkubatorjev na svetu.

Nadaljnji razvoj inkubatorjev v povezavi akademske sfere z gospodarstvom privede tudi do razvoja pisarn za transfer tehnologij, ki dopolnjujejo svetovalno dejavnost inkubatorjev za potrebe raziskovalcev in univerze pri licenciranju in komercializaciji svojih dosežkov.

3.2.3.4 Faza zrelosti in nove razvojne možnosti (hibridizacija)

Vzpon rasti inkubatorjev se je nadaljeval tudi v 21. stoletju, saj so v ZDA beležili v letih 2000 in 2001 skoraj 20% povečanje števila inkubatorjev. Poleg tega je bilo v istem obdobju v ZDA predvideno še 10% povečanje števila načrtovanih inkubatorjev v naslednjih letih (Eshun, 2004). Tolikšno povečanje inkubatorjev gre pripisati predvsem pojavu novega modela inkubatorjev, in sicer virtualnega inkubatorja oziroma »New Economy« inkubatorja.

Virtualne inkubatorje ustanavljajo predvsem skladi tveganega kapitala ali pa multidisciplinarnih svetovalci, ki lahko zagotovijo širok spekter pravnih, poslovnih in

tehnoloških svetovanj za novonastajajoča podjetja. Virtualni inkubatorji inkubirajo predvsem podjetja tako imenovane »Nove ekonomije« informacijsko-komunikacijskih tehnologij v B2B⁹ in B2C¹⁰ informacijskih rešitvah, e-prodaji, mobilnem poslovanju (m-poslovanje) in glasovnem poslovanju¹¹ (v-poslovanje). Omenjeni sektorji so tudi najbolj zanimivi za potencialne investitorje, ki pričakujejo nadpovprečne donose (Evropska komisija, 2004a).

Virtualni inkubatorji se po poslanstvu in delovanju razlikujejo od »klasičnih inkubatorjev¹², predvsem v naslednjih dejavnikih (Evropska komisija, 2004a):

- Ustanovi jih zasebni sektor in so profitno naravnani s ciljem povračila vložka za ustanovitev z deležem v podjetju kot z uporabnino prostorov ter svetovanjem,
- osredotočajo se predvsem na visokotehnološka z internetom ali novimi tehnologijami povezana podjetja in med prvimi prioritetami nimajo cilja ustvarjanje novih delovnih mest, kot je to pri klasičnih inkubatorjih,
- delujejo virtualno, kar pomeni, da nimajo fizičnih prostorov in pisarn, kot jih imajo klasični inkubatorji.

V obdobju od leta 1999 do 2000 je tako v svetu nastalo 400 profitnih virtualnih inkubatorjev, ki pa so že v letih 2001 in 2002 začeli v večini propadati. Vzrok hitrega vzpona in padca virtualnih inkubatorjev je predvsem v tem, da so temeljili na nerealnih pričakovanjih, da se lahko vložek povrne z deležem v podjetjih. Tako kot v drugih primerih, ko so inkubatorji želeli financirati dejavnost z deležem v podjetjih, se je tudi v primeru virtualnih inkubatorjev ponovno pokazalo, da tak sistem financiranja inkubatorjev ne deluje. Tudi s propadom tako imenovanih »Dot.com« inkubatorjev je bila za inkubacijski gospodarski sektor pozitivna izkušnja, saj so inkubatorji pritegnili pozornost medijev in investitorjev kot jih klasični inkubatorji niso mogli v vseh letih svojega obstoja. To je privedlo do povečanja ustanavljanja uspešnih profitnih in neprofitnih inkubatorjev ter s tem veliko novih podjetij (Lalkaka v Evropski komisiji, 2004).

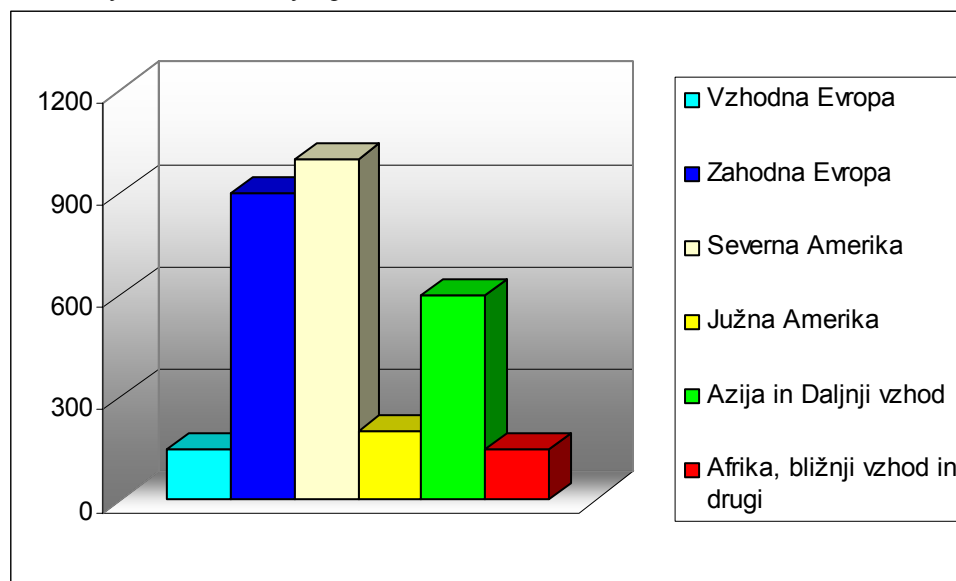
⁹ B2B angl. Business-to-business je splošno uporabljena kratica za opis prodaje izdelka ali storitve oziroma drugega odnosa med dvema podjetjema, brez drugih posrednikov. Posel se izvrši direktno med dvema podjetjema.

¹⁰ B2C angl. Business-to-costumer je splošno uporabljena kratica za opis prodaje izdelka ali storitve oziroma drugega odnosa med podjetjem in potrošnikom. Posel se izvrši direktno med podjetjem in potrošnikom.

¹¹ Angl. Voice activated commerce (v-commerce)

¹² Nepremičninski, poslovni, univerzitetni inkubatorji

Slika 4: Prikaz razširjenosti inkubatorjev po svetu do leta 2001



Vir: Evropska komisija, 2004

Kot je razvidno iz slike 4 je v svetovnem merilu največ inkubatorjev v Severni Ameriki in Zahodni Evropi. ZDA kot pionirska država industrijske panoge inkubatorjev beleži največje število inkubatorjev skozi celotno zgodovino. Poleg tega pa od 1980 do leta 2000 beleži skokovit porast saj je bilo leta 1980 v ZDA 100 inkubatorjev, v letu 2000 pa že skoraj 1000. 20% inkubatorjev v ZDA je povezanih ali tesno sodelujejo z univerzami (Evropska komisija, 2004a).

V Zahodno Evropo se uspešno prenesejo iz ZDA v 80-ih letih 20. stoletja. Največ inkubatorjev je v Nemčiji (300), medtem ko ima Avstrija največ inkubatorjev glede na podjetja, in sicer je razmerje 1 inkubator na 3000 podjetij. V Grčiji je razmerje 1 inkubator na 106.000 podjetij. Povprečno razmerje v EU 15 je bilo 1 inkubator na 19.000 podjetij. V Vzhodni Evropi je bil prvi inkubator ustanovljen leta 1990 na Poljskem. V letu 2004 je bilo na Poljskem 65 inkubatorjev. V drugih državah srednje in vzhodne Evrope se model inkubatorjev razširi konec 90-ih let in svoj vzpon beleži po letu 2000. Slednje velja tudi za Slovenijo.

V Južni Ameriki so se inkubatorji začeli razvijati v 90-ih letih, najprej v Braziliji, kjer je tudi največ inkubatorjev, in sicer 160. V drugih državah Južne Amerike se je proces ustanavljanja inkubatorjev šele začel (Evropska komisija, 2004a).

Na Daljnem vzhodu se model spodbujanja podjetništva z inkubatorji prenese konec 80-ih let. Na Kitajskem prve inkubatorje ustanovijo od 1987 naprej v vsaki provinci. V 90-ih letih na Kitajskem ustanovijo več kot 100 inkubatorjev, ki pokrivajo vse hitro rastoče gospodarske panoge in imajo prav tako zelo raznolike oblike delovanja. V letu 2000 število inkubatorjev naraste na 2000. Na Japonskem je v letu 2004 delovalo 203 inkubatorjev različnih modelov. Do leta 2010 načrtujejo ustanovitev 300 novih inkubatorjev in izobraževanje 500 usposobljenih managerjev inkubatorjev s ciljem odpreti 150.000 novih delovnih mest. V Koreji so prvi inkubatorji bili ustanovljeni v letu 1993 in največjo razširitev beležijo od 2000 do 2004, ko ustanovijo 144 novih inkubatorjev, tako da jih je v letu 2004 delujočih približno 200. V Maleziji je vlada v namen spodbujanja sodelovanja z univerzami in za potrebe prenosa

znanja iz akademske sfere v gospodarstvo ustanovila specializirane Tehnološke razvojne centre (TRC) na univerzah. Na univerzi Putra Malaysia TRC za multimedije, na univerzi Malaysia TRC za elektroniko in proizvodnjo ter na univerzi Kebangsaan Malaysia TRC za biotehnologijo in farmacijo (Evropska komisija, 2004a).

V drugih predelih sveta se leta 1992 v Egiptu ustanovi prvi inkubator v Afriki. V letu 2004 v Egiptu deluje približno 12 inkubatorjev. Proces je v razvoju tudi v Južnoafriški republiki. Leta 1990 se v Turčiji ustanovi prvi tehnološki inkubator. V letu 2004 v Turčiji deluje 8 univerzitetnih inkubatorjev na tehničnih univerzah. Tudi v drugih delih sveta so inkubatorji v porastu v Panami, Dubaju, Sri Lanki in Jamajki (Evropska komisija, 2004a).

Po letu 2000 je model inkubatorstva v svetu v porastu. Prav tako so v porastu različne organiziranosti in modeli inkubatorjev. Mnogokrat je nemogoče postavljati jasne definicije med posameznimi pojmi in modeli, ki so od države do države različni.

3.2.4 Modeli inkubatorjev

V prejšnjem poglavju je prikazan kronološki in organski razvoj inkubatorjev od nastanka do uveljavitve raznolikih oblik inkubatorjev. Ob pregledu razvoja inkubatorjev lahko ugotovimo v čem se inkubatorji razlikujejo od drugih podpornih instrumentov za spodbujanje podjetništva. Težje pa lahko ugotovimo različne tipologije inkubatorjev in značilnosti posameznih inkubatorjev, saj je razvoj inkubatorjev v stalnem prilagajanju novim potrebam okolja in podjetij.

Prve raziskave (Latona, 1988; Cooper 1985; Allen, 1985) o tipologiji inkubatorjev so se osredotočale na klasifikacijo inkubatorjev glede na organizacijsko obliko in predvsem glede na lokacijo (podeželski, ruralni), poslovni model (vstop v lastništvo podjetij, zagotavljanje tveganega kapitala), vendar je razvoj inkubatorjev pokazal, da so se pojavili novi tipi inkubatorjev, ki niso ustrezali kategorijam, zato so nekateri avtorji (Lewis 2000, McKinnon in Hayhow, 1998; Mian 1997; Marrifield, 1987; Grob, 1998; Markley in MacNamara, 1995) predlagali še nove kriterije kategorizacije glede na deležnike (univerze, zasebni, javni), stopnjo specializacije (proizvodni razvoj izdelkov, raziskave in tehnološki razvoj, IT in mešani) (Albert, 2001).

Stalen razvoj in prilagajanje inkubatorjev potrebam okolja in podjetij v inkubatorju privede, predvsem po letu 2000 do novih razvojnih možnosti inkubatorjev, ki povzroči tako imenovani proces hibridizacije različnih tipov inkubatorjev, ki smo jih opredeljevali do sedaj. Z inkubatorji se želi doseči vedno več ciljev in razvojnih rezultatov, kar je posledica prej omenjenih različnih pričakovanj deležnikov inkubatorjev. Ta hibridizacija je omogočila na eni strani pozitiven razvoj inkubatorjev, ki so se uveljavili kot pozitivni instrument spodbujanja podjetništva, na drugi strani ravno zaradi hibridizacije zelo težko opredelimo tipični inkubator posamezne kategorije. Proces hibridizacije tako predstavlja okvir izmenjave in interakcije med deležniki v procesu inkubatorjev z vidika spremenjenih potreb po poslovnih nepremičninah, ekonomskem razvoju, prenosu tehnologij in komercializaciji raziskav, družbenega odgovornega podjetništva, raziskav in razvoja v določeni industrijski panogi ter potreb po investiranju v nove ideje in podjetja. Od naštetih faktorjev je pa največji vpliv na razširitev in vzpon novih modelov inkubatorjev privedlo odkritje novih tehnologij v 80-ih in

90-ih letih 20. stoletja, ko inkubatorji doživijo največji vzpon in tudi največjo hibridizacijo, ne samo med inkubatorji, ampak v določeni meri tudi v povezavi s tehnološkimi parki, znanstvenimi parki ter drugimi organizacijami podpornega okolja za razvoj podjetništva in spodbujanjem regionalnega razvoja.

Z uveljavljanjem novih tehnologij in tako imenovanih podjetij novih tehnologij se je uveljavila tudi delitev inkubatorjev na tako imenovane »tradicionalne in inkubatorje« nove ekonomije« oziroma novih gospodarskih panog. Tudi ta delitev je bila prisotna samo na začetku vzpona virtualnih inkubatorjev v začetku 21. stoletja, ko so bili omenjeni inkubatorji na vrhuncu razvoja. Z zatonom virtualnih inkubatorjev te delitve ne moremo obravnavati kot kredibilno. Prav tako pa je nekredibilna delitev po imenih posameznih ustanov (tehnološki parki ali centri, znanstveni inkubatorji, poslovni inkubatorji, inovacijski centri in drugo), saj so neglede na različna imena funkcije omenjenih institucij po posameznih državah različne in velikokrat zelo podobne ter prilagojene potrebam posameznega okolja (Evropska komisija, 2004).

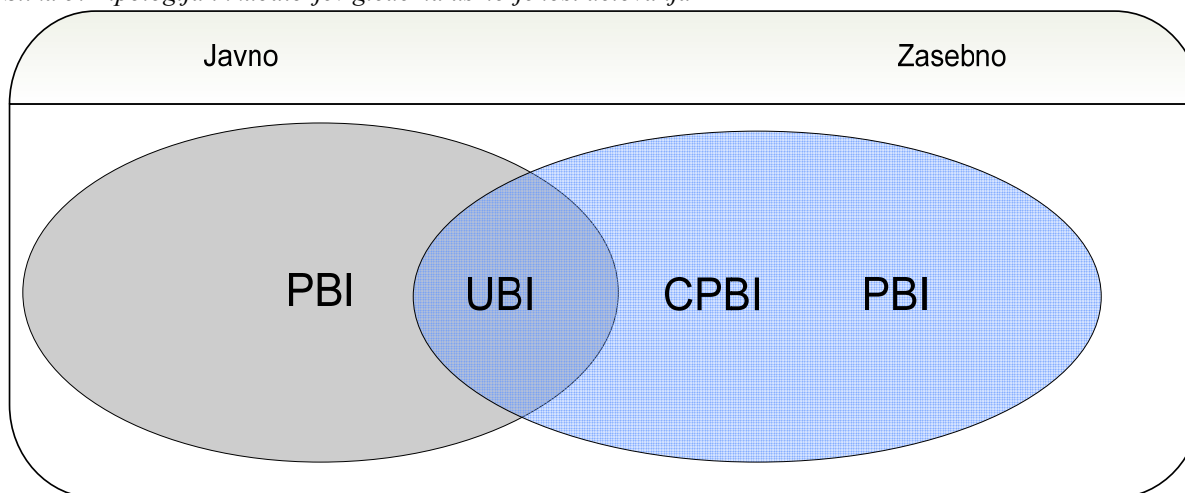
Tako kot Evropska komisija tudi OECD (OECD, 1997) ugotavlja, se vrsta in usmerjenost poslovnih inkubatorjev močno razlikuje v in tudi med državami OECD. Ustanovitelji in deležniki inkubatorjev v veliki meri določajo njihove cilje: lokalne razvojne agencije, na primer, v splošnem poskušajo vzpodbujati rast in število prostih delovnih mest, univerze pa postavljajo na prvo mesto prenos in razširjanje tehnologije. V **Združenih državah Amerike** je NBIA identificirala pet vrst inkubatorjev, glede na sponzorje/vlagatelje (OECD, 1997):

1. *profitna vlaganja v razvoj nepremičnin;*
2. *neprofitna razvojna podjetja,*
3. *akademske ustanove,*
4. *podjetja za rizične vlaganja in*
5. *hibridi zgoraj naštetega.*

V Evropi se je glede na kompleksnost tipologije inkubatorjev uveljavila klasifikacija na podlagi profitne ali neprofitne usmerjenosti delovanja in statusne oblike inkubatorja (Evropska komisija, 2004). To klasifikacijo uporablja Evropska komisija tudi pri Benchmarking analizi inkubatorjev v EU. Ta model sta nekoliko prilagodila Grimaldi in Grandi, ki v osnovi razlikujeta 4 različne tipe inkubatorjev, ki jih razvrstita v dva modela glede na profitno/neprofitno usmerjenost delovanja (Grimaldi in Grandi, 2004):

1. PBI (Public business incubator) – Javni podjetniški inkubator je v javni državni ali regionalni – lokalni lasti, deluje neprofitno, v javno korist;
2. UBI (University business incubator) – Univerzitetni poslovni inkubator, ki je v lasti ali deluje v sodelovanju z univerzo ali raziskovalno institucijo, deluje neprofitno v korist ustanoviteljev in javno korist;
3. CPI (Corporate private incubator) – korporativen zasebni inkubator, ki je v lasti večjega podjetja in deluje profitno za korist ustanoviteljev;
4. IPI (Independent private incubator) – neodvisni zasebni inkubator, ki deluje v korist zasebnih interesov ustanoviteljev.

Slika 5: Tipologija inkubatorjev glede na usmerjenost delovanja



Vir: prirejeno po Grimaldi, 2004

Kot je razvidno iz slike 5, se pri tem modelu Univerzitetni inkubatorji uvrščajo med javne in zasebne tipe inkubatorjev. Slednji imajo namreč nekatere značilnosti obeh inkubatorjev in bi jih težko umestili v eno od kategorij. Sicer je UBI model inkubiranja podoben javnemu in deluje na podlagi neprofitnega motiva, vendar je cilj delovanja univerzitetnih inkubatorjev spodbujanje tehnološko usmerjenih podjetij, ki izrabljajo tudi raziskovalno infrastrukturo in znanje ter mrežo ustanoviteljev, to je univerze ali raziskovalne ustanove. To je glavna razlika v primerjavi s prvim tipom inkubatorjev in ravno ta vidik jih bolj približa zasebnemu tipu inkubatorja, vseeno pa ohranja tudi nekatere značilnosti javnih inkubatorjev, in sicer univerzitetni inkubatorji ne zagotavljajo direktnega vstopa lastnega kapitala v nova podjetja (Grimaldi et al, 2004).

Pri Grimaldijevi in Grandejivi tipologiji, ki bo uporabljena tudi v nadaljevanju za potrebe raziskave dela, so opredeljene tudi osnovne značilnosti posameznih razlik med inkubatorji, ki nam pomagajo pri razvrstitvi inkubatorjev. Faktorji diferenciacije inkubatorjev so (Grimaldi et al, 2004):

- **Institucionalna strategija in vizija delovanja:** na tej osnovi lahko razvrstimo profitne in neprofitne inkubatorje. Neprofitne običajno ustanavljajo regionalne ali nacionalne vlade ali druge javne ustanove s ciljem pospeševanja regionalnega razvoja. Medtem ko zasebne inkubatorje ustanavljajo s profitnim motivom, zasebne pravne ali fizične osebe, s ciljem ustvarjanja dobička,
- **Specializacija na gospodarski sektor:** javni inkubatorji se ne opredelijo za določeno gospodarsko panogo, ampak jim je cilj promocije podjetništva in ustvarjanja tudi nizkotehnoloških podjetij – cilj je generiranje novih delovnih mest. Medtem ko se zasebni inkubatorji običajno profilirajo za določeno panogo ali tehnologijo in poskušajo ustvarjati nove rešitve in podjetja v specializirani panogi. Univerzitetni inkubatorji so pri tem faktorju bližje zasebnim inkubatorjem, saj se običajno univerzitetni inkubatorji osredotočijo na tehnologije in raziskave, ki jih pokriva univerza ali raziskovalni inštitut, s katerim sodelujejo ali jih je ustanovil.
- **Lokacija:** javni inkubatorji so običajno locirani na javnih površinah v lasti ustanovitelja, v degradiranem industrijskem območju ali v novih podjetniških conah,

ki jih zgradijo ustanovitelji. Zasebni inkubatorji so običajno locirani v prostorih ustanovitelja ali v bližini podjetja, ki ga je ustanovilo. Zasebni inkubatorji delujejo lahko tudi na virtualni ravni. Univerzitetni inkubatorji so običajno v bližini univerz.

- **Izvor idej:** univerzitetni inkubatorji in zasebni, posebej pa korporativni zasebni inkubatorji, dajejo prednost idejam in valorizaciji idej, ki prihajajo z institucij lastnikov. Medtem ko javni inkubatorji sprejemajo ideje iz zunanjega okvira delovanja na podlagi pogojev za pristop.
- **Ustvarjanje prihodkov:** javni inkubatorji so neprofitne ustanove in določen delež stroškov zagotavlja država ali regionalna oblasti ali mednarodni projekti, določen manjši delež pa zaračunavajo storitve tudi inkubiranim podjetjem. Zasebni inkubatorji ne morejo pridobiti javnih sredstev za delovanje, zato inkubatorji zaračunavajo svoje storitve na tržni osnovi in poleg tega lastniško vstopajo v podjetja.
- **Storitve inkubatorja:** Javni inkubatorji zagotavljajo opredmetena sredstva- poslovne prostore, medtem ko zasebni inkubatorji zagotavljajo predvsem neopredmetena sredstva- znanje, poslovne kompetence, mreženje. Univerzitetni inkubatorji lahko ponudijo oboje.
- **Mentoriranje in vodenje inkubatorja:** poglobljena razlika med javnim in zasebnim inkubatorjem je v lastniški strukturi in institucionalni strukturi. V primeru zasebnih inkubatorjev vodstvo inkubatorja investira lastni denar oziroma v primeru korporativnih zasebnih inkubatorjev denar podjetja in želijo biti vključeni v vodenje podjetja in osebno vključeni v vodenje poslov. V primeru javnih inkubatorjev vodstvo inkubatorja predstavlja samo posrednika med novim podjetjem in različnimi zunanjimi subjekti, ki zagotavljajo potrebno svetovanje, ki ga javni inkubatorji nimajo v lastni režiji.

3.3 POSLEDICE DELOVANJA INKUBATORJEV NA REGIONALNO GOSPODARSTVO

Na podlagi študij OECD in Evropske unije ter na podlagi dobrih praks delovanja inkubatorjev lahko pričakujemo pozitivne rezultate delovanja v regionalnem gospodarstvu. Rezultati, ki jih predstavljamo v nadaljevanju, so podprti s konkretnimi podatki iz drugih držav z daljšo tradicijo inkubatorjev:

- povečanje prenosa akademskega znanja v prakso,
- komercializacija raziskovalnega in pedagoškega procesa na univerzi,
- zmanjšanje brezposelnosti in povečanje zaposlenih v inkubiranih podjetjih¹³,
- povečanje števila uspešnih podjetniških poskusov in ustanovitve novih podjetij¹⁴,
- spodbujanje inventivnosti,
- vzgoja za podjetništvo in promocija podjetniške kulture posebej med mladimi¹⁵,

¹³ V ZDA se je v letih 1990-1996 povprečno število zaposlenih v podjetjih v inkubatorju zvišalo iz povprečno 4.5 na 13 na podjetje (OECD,1999:10)

¹⁴ V Avstriji je povprečno 32% podjetij propadlo v prvem letu, po ustanovitvi inkubatorjev v določenem okolju se je odstotek propadlih podjetij v 1 letu zmanjšal na 8% (OECD,1999:10); V Italiji je povprečen odstotek propadlih podjetij v inkubatorju med 5% in 9% (OECD,1999:81).

¹⁵ V ZDA je bilo ugotovljeno, da univerzitetni inkubator daje boljše rezultate pri omogočanju zaposlitve med mladimi, kot najboljši javni programi zaposlovanja (OECD,1999:10)

- povečanje ponudbe poslovnih prostorov,
- povečanje izrabe novih znanj v gospodarstvu¹⁶,
- povečanje razvoja MSP in značilne lokalnega gospodarstva,
- povezovanje lokalnih MSP in lokalnih velikih podjetij z MSP,
- vsestransko povečanje zanimivosti področje za tuje vlagatelje,
- omogoči razvoj dinamičnega trga kapitala,
- vzpostavitev mreže inovativnih mentorjev,
- oplemeniti obstoj skladov tveganega kapitala.

V nadaljevanju poglavja predstavljamo najbolj zanimive rezultate in podatke Benchmarking analize inkubatorjev, ki jo je naredila Evropska komisija. Študija je razdeljena v več poglavij, vendar bomo za potrebe ocene delovanja in konkretnih učinkov inkubatorjev na določeno območje za naše delo v tem poglavju predstavili predvsem poglavje Benchmarking študije: Analiza storitev in posledic delovanja¹⁷.

3.3.1 Predstavitev zaključkov benchmarking univerzitetnih inkubatorjev v EU

Evropska komisija je februarja 2002 izvedla benchmarking analizo evropskih inkubatorjev. Analizo je za Evropsko komisijo opravil Center za strategije in analize¹⁸. Cilj omenjene študije je definiranje glavnih kriterijev za benchmarking analizo delovanja inkubatorjev na področju upravljanja storitev inkubacije, promocije in opredelitev dobrih praks za primerjavo delovanja inkubatorjev (Evropska komisija, 2002).

Študija je bila opravljena v državah EU 15, v katerih je sodelovalo 77 inkubatorjev in 71 inkubiranih podjetij. Primerjalna analiza je bila opravljena tudi s sekundarnimi podatki združenj inkubatorjev v ZDA. Glavni cilj delovanja inkubatorjev je ustavljanje novih podjetij in novih delovnih mest ter s tem zagotavljati regionalni razvoj. V okviru benchmarking analize je bila izdelana metodologija za izračun neposrednih zaposlitvenih učinkov delovanja inkubatorjev, ki upoštevajo podatke pridobljene v okviru različnih analiz posameznih držav članic, projekcijo rezultatov na EU raven in upoštevanje korekcijskega faktorja propada podjetij v inkubatorjih. Po tej metodologiji lahko ugotovimo, da v povprečju na ravni EU letno zapusti inkubator 6,6 podjetij. Vsako od teh podjetij v enem letu ustvari 6,2 novih delovnih mest. Slednje lahko projiciramo na oceno števila inkubatorjev v EU, ki je 840 inkubatorjev, kar pomeni, da inkubatorji letno ustvarijo 34,356 neposrednih novih delovnih mest. Pri tem moramo upoštevati, da je v EU v inkubatorjih v povprečju stopnja propada 15,8%, kar pomeni, da inkubatorji dejansko ustvarijo 28,928 neposrednih novih delovnih mest. Pomemben podatek, ki govori o inkubatorju kot pomembnem dejavniku razvoja območja, je v tem, da je 76,1% novih delovnih mest ustvarjenih na istem območju, kot je območje delovanja inkubatorjev. Natančnejši prikaz podatkov je razviden v tabeli 1 (Evropska komisija, 2002).

¹⁶ Raziskava OECD iz leta 1995 je pokazala, da so podjetja, ki so prišla iz univerzitetnih inkubatorjev imela hitrejšo rast, ko so zapustila univerzitetni inkubator kot tista, ki niso bila v univerzitetnem inkubatorju (OECD,1999:16).

¹⁷ Evaluation of incubator services and impacts

¹⁸ Center for Strategy&Evaluation Services

Tabela 1: Lokacija ustvarjenih delovnih mest s strani inkubatorjev

LOKACIJA	ŠTEVILO	ODSTOTEK
v regiji inkubatorja	54	76
V drugih regijah v državi	2	2
V drugih državah	0	0
Različne	10	14
Brez odgovora	5	7
Skupaj odgovorov	71	100

Vir: Evropska komisija, 2002

Ustvarjena nova delovna mesta v večini ostanejo tudi v regiji, saj najbolj pogosto podjetja, ki prihajajo iz inkubatorjev, prostore najdejo v nadaljnjem podpornem okolju, na primer v tehnološkem parku ali poslovni coni. V takih primerih mora tudi lokalna oblast in država zagotoviti konkurenčne pogoje zato, da podjetje ostane v regiji. Manj pogosto pa se podjetja po končanem obdobju v inkubatorju preselijo na druga območja v državi ali druge države (Evropska komisija, 2002). To je v tesni povezanosti z rastjo podpornega okolja in pogoji, ki jih država in lokalne skupnosti zagotavljajo za nadaljnjo rast podjetij v določenem območju.

Od vseh novih direktnih ustvarjenih delovnih mest je 52% delovnih mest primernih za višješolsko izobrazbo, kar pomeni, da podjetja v inkubatorjih ustvarjajo nove programe in zaposlitve z višjo dodano vrednostjo. V raziskavi je bila izpostavljena pomembna okoliščina, in sicer kakšen bi bil rezultat podjetij, ki so se razvila v inkubatorjih, če inkubatorjev ne bi bilo. Tabela 2 kaže odgovore podjetij na vprašanje »Kaj bi se po vašem mnenju z vašim podjetjem zgodilo, če ne bi bilo locirano v inkubatorju?« (Evropska komisija, 2002).

Tabela 2: Pomembnost inkubatorja za uspešnost podjetij

STOPNJA DODANE VREDNOSTI	ODSTOTEK
Kritična – podjetje ne bi bilo tako uspešno	22
Pomembna – vendar ne bi ogrozila obstoja, bi ga upočasnila	60
Nepomembna – podjetje bi bilo vseeno tako uspešno	16
Skupaj	100

Vir: Evropska komisija, 2002

Kot je razvidno iz tabele 2, je več kot 83% vprašanih podjetij v inkubatorju odgovorilo, da je na uspešnost podjetja pomembno vplivalo dejstvo, da je bilo podjetje inkubirano v inkubatorju. Od tega jih 22,5% meni, da je bila vloga inkubatorja kritično pomembna za uspeh podjetja, saj bi v nasprotnem primeru podjetju grozil propad. Podjetja, ki so menila, da vstop v inkubator ni bil prelomnega pomena in bi po njihovem mnenju vseeno bila enako uspešna, so podjetja, ki so bila ustanovljena že pred vstopom v inkubator in so izkoriščala predvsem ugodno lokacijo in nizko ceno najema prostorov. Poglobljena analiza med podjetji in vodstvi inkubatorjev je pokazala trend povečevanja vloge inkubatorja pri podjetjih, ki so na začetku inkubacijskega procesa, medtem ko podjetja, ki se bližajo izstopu iz inkubatorja, pomanjšujejo vlogo inkubatorja. To so potrdili tudi vodilni delavci v inkubatorjih (Evropska

komisija, 2002). Neglede na omenjene vplive pri odgovorih, pa inkubator za veliko večino podjetij predstavlja pozitivni in pomemben element pri hitrem razvoju podjetja.

Študija kaže pozitivne učinke »cost benefit« analize investicije javnega denarja v nova delovna mesta. V kolikor obravnavamo investicijo v delovanje in vzpostavitev inkubatorja ter primerjamo ta strošek z drugimi ukrepi politik za vzpostavitev novih delovnih mest, ugotavljamo, da je strošek vzpostavitve novega delovnega mesta v inkubatorjih za državo 4,383 EUR na delovno mesto. V primerjavi z drugimi ukrepi je to najcenejši način odpiranja novih delovnih mest z javnim denarjem. Pri analizi niso upoštevani še drugi prihodki iz naslova davkov, ki jih od inkubiranega podjetja pobere država. V kolikor bi upoštevali še davčne in druge učinke bi bil strošek na vzpostavljeno novo delovno mesto še manjši (Evropska komisija, 2002).

4 ANALIZA IN PREDLOGI SPREMEMB PODPORNEGA SISTEMA ZA RAZVOJ NA ZNANJU TEMELJEČEGA PODJETNIŠTVA

Podporni sistem za inovacije je zelo pomemben, saj je raziskava OECD pokazala, da so države, ki imajo največjo gospodarsko rast tiste, ki na najhitrejši možen način razvijejo nov produkt. V praksi se je tudi pokazalo, da država, ki prva uveljavi določen produkt, ni nujno ista kot država, ki odkrije tudi novo tehnologijo, na kateri je nov produkt nastal (OECD, 2001). Na podlagi te ugotovitve lahko trdimo, da je za gospodarsko rast države (na dolgi rok) bolj pomembna inovativna sposobnost kot odkritje nove tehnologije oziroma doseganje izjemnih tehnoloških napredkov na posameznih področjih (Golob et al, 2004). Raziskave OECD kažejo, da vse države, ki povečujejo sredstva za raziskave in razvoj nimajo nujno tudi hitre gospodarske rasti. Bistvenega pomena v tem procesu je podporni sistem, ki zagotavlja absorpcijo sredstev in omogoča komercializacijo ter uporabo znanja v konkretne izdelke in storitve. Slednje je ključnega pomena za gospodarski razvoj posameznega gospodarstva in države (OECD, 2001b).

Za potrebe našega dela in raziskave bomo podporni sistem obravnavali z dveh vidikov, in sicer kot podporo za nastajanje novih podjetij in kot podporni sistem za inovacije. Pri analizi podpornega sistema za pospeševanje razvoja MSP se bomo oprli na že obstoječe raziskave. Podporni sistem za inovacije pa bomo opredelili in analizirali s pomočjo obstoječe strokovne literature in sekundarnih virov.

4.1 ANALIZA PODPRNEGA SISTEMA ZA POSPEŠEVANJE RAZVOJA MALIH IN SREDNJE VELIKIH PODJETIJ V SLOVENIJI

Prehod na tržno gospodarstvo v 90. letih 20. stoletja je v Sloveniji pospešil razvoj malih in srednje velikih podjetij. S tem je podjetništvo postalo pomemben dejavnik gospodarskega razvoja in zaposlovanja (Antončič et al., 2004). Sicer je bilo malo gospodarstvo v Sloveniji razvito tudi pred letom 1990, predvsem kot obrtniška dejavnost, zato je bil v začetnem obdobju petih let razvoj podjetništva zelo hiter in država ni potrebovala posebnih

instrumentov pospeševanja podjetništva. Z letom 1994 se je rast števila novoustanovljenih podjetij skoraj ustavila, raziskave pa so opozarjale na številne probleme malih podjetij. Državna podpora malemu gospodarstvu je bila predvsem deklarativna, saj namenskih proračunskih sredstev za pospeševanje podjetništva ni bilo. Splošna strategija slovenskega razvoja se je izognila strukturni analizi in praktično zanemarila podjetništvo in razvoj malega gospodarstva. Takratno ministrstvo za gospodarske dejavnosti se je leta 1995 odločilo, da pripravi Strategijo razvoja malega gospodarstva, ki je predvidevala pripravo zakonodaje za malo gospodarstvo, razvoj svetovalne dejavnosti, finančnih mehanizmov za MSP, spodbude za internacionalizacijo poslovanja, izboljšanje davčnega sistema, promocija podjetništva, zagotavljanje specifične infrastrukture, spodbujanje inovacij in tehnologij, izobraževanje za podjetništvo in preprečevanje oziroma preoblikovanje sive ekonomije v legalno dejavnost (Glas, 2003). V naslednjih letih ni prišlo do uresničitve vseh točk strategije, predvsem se je pokazala pomanjkljiva infrastruktura, ki se šele danes več kot 10 let pozneje popravlja. Druge točke strategije pa so se postopoma izboljšale, najbolj učinkovito se je izoblikoval tako imenovani mehki podporni sistem oziroma svetovalni sistem.

Tako analize iz Slovenskega podjetniškega observatorija 2004 kažejo primanjkljaj večjega števila uveljavljenih MSP (ob sicer velikem razvoju mikro podjetij), zaostajanje slovenskih MSP pri dodani vrednosti na zaposlenega, ki znaša 21.500 EUR nasproti 55.000 EUR v povprečju držav EU (čeprav je to razmerje v Sloveniji za MSP ugodnejše kot pri velikih podjetjih). V zadnjih dveh letih se sicer spet povečuje dinamika nastajanja novih podjetij, deloma zaradi ugodne konjunktore v svetu, deloma tudi kot rezultat spodbudnejšega zakonskega, davčnega in finančnega okolja.

4.1.1 Analiza vloge in prispevek različnih akterjev pri razvoju in vplivov na modele

4.1.1.1 Strategija razvoja Slovenije 2006-2013

Vlada Republike Slovenije je leta 2005 sprejela Strategijo razvoja Slovenije 2006-2013, ki med temeljne cilje razvoja Slovenije uvršča tudi uresničevanje Lizbonske strategije, omenjeni štirje cilji so (Šušteršič et al., 2005):

1. Gospodarski razvojni cilj je v desetih letih preseči povprečno raven ekonomske razvitosti EU (merjeno z BDP na prebivalca v pariteti kupne moči) in povečati zaposlenost v skladu s cilji Lizbonske strategije.
2. Družbeno razvojni cilj je izboljšanje kakovosti življenja in blaginje vseh posameznic in posameznikov, merjene s kazalniki človeškega razvoja, socialnih tveganj in družbene povezanosti.
3. Medgeneracijski in sonaravni razvojni cilj je uveljavljanje načela trajnosti kot temeljnega kakovostnega merila na vseh področjih razvoja, vključno s ciljem trajnostnega obnavljanja prebivalstva.
4. Razvojni cilje Slovenije v mednarodnem okolju je, da bo s svojim razvojnim vzorcem, kulturno identiteto in angažiranim delovanjem v mednarodni skupnosti postala v svetu prepoznavna in ugledna država.

Med petimi ključnimi razvojnimi prioritetami za doseganje zastavljenih ciljev sta dva neposredno povezana z obravnavanimi tematikami v pričujočem magistrskem delu (Šušteršič et al., 2005):

1. Konkurenčno gospodarstvo in hitrejša gospodarska rast:
 - a. spodbujanje podjetniškega razvoja in povečanje konkurenčnosti,
 - b. povečanje prilivov razvojno spodbudnih domačih in tujih naložb,
 - c. podpora internacionalizaciji gospodarstva,
 - d. povečanje konkurenčne sposobnosti storitev,
 - e. uspešna vključitev v ERM2 in prevzem evra.
2. Učinkovito ustvarjanje, dvosmerni pretok in uporaba znanja za gospodarski razvoj in kakovostna delovna mesta:
 - a. povečanje gospodarske učinkovitosti in obsega vlaganj v raziskave in tehnološki razvoj,
 - b. izboljšanje kakovosti izobraževanja in spodbujanje vseživljenjskega učenja.

Na podlagi predstavljenih prioritet vlade RS vidimo, da je podjetništvo in komercializacija ter pretok znanja iz akademske sfere v gospodarstvo ena izmed ključnih nalog razvoja Slovenije v letih do 2013. Te usmeritve povzema tudi Ministrstvo za gospodarstvo v svojih strateških ciljeh in strategiji razvoja gospodarstva.

4.1.1.2 Vloga posameznih ministrstev pri spodbujanju podjetništva

Ministrstvo za gospodarstvo cilje spodbujanja podjetništva uresničuje v okviru štirih ključnih področij delovanja Direktorata za podjetništvo in konkurenčnost Ministrstva za gospodarstvo:

- spodbujanje podjetništva in podjetništvu prijaznega okolja,
- znanje za gospodarstvo,
- razvoj in inovacije v gospodarstvu,
- spodbujanje malih in srednje velikih podjetij z lastniškimi in dolžniškimi viri.

Štiri temeljni cilji so osnovno težišče tudi Programa ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti 2007-2013. V omenjenem programu ukrepov se predvideva nadaljnji razvoj tako »mehkega«-svetovalega kot »trdega«-infrastrukturnega, podpornega okolja za podjetništvo.

Strategija sledi potrebnim razvojnim ciljem spodbujanja podjetništva na EU ravni in sicer predvideva svetovalne storitve za podjetnike v obliki vavčerskega sistema svetovanja in izobraževanje za podjetništvo. Posebni ukrepi so predvideni za vključevanje in prenos akademskega znanja v gospodarstvo, mladi raziskovalci v podjetjih, povečanje mobilnosti kvalificiranih kadrov v gospodarstvo, raziskovalne dejavnosti interdisciplinarnih razvojnih skupin v podjetjih. Pomemben poudarek strategije je tudi na izgradnji infrastrukture oziroma tako imenovanega »trdega dela« podpornih storitev, saj se je pri vseh analizah podpornega okolja (Likar, 1999; Kert, 1999; Lipičnik, 2003; Sever, 2004) izkazalo, da so dosedanje slovenske vlade zanemarjale področje infrastrukture. V strategiji so predvidene investicije v

gospodarsko, razvojne logistične cone ali platforme, delovanje inkubatorjev in tehnoloških parkov ter spodbujanje tehnoloških investicij v podjetjih.

Vsi navedeni ukrepi bodo prispevali v tabeli 3 pomembnejšim razvojnim ciljem do konca leta 2013.

Tabela 3: Povzetek pomembnejših ciljev Ukrepov spodbujanja podjetništva in konkurenčnosti

KAZALNIK	IZHODIŠČNO STANJE 2005	REZULTAT KONEC 2013
Med ciljno skupino mladih ustanovitev novih podjetij	0	210
Število dni za registracijo podjetja	60	7
Število novih delovnih mest s svetovanjem	-	350
Število podjetij, ki se bodo internacionalizirala	-	210
Omogočiti izobraževanje kadrom iz podjetij	56	756
Letno odpreti vsaj 50 prehodov raziskovalcev v podjetja	-	350
Letno podpreti vsaj 10 razvojnih timov za podjetja	0	70
Povečati št. raziskovalcev v poslovnem sektorju	38%	60%
Št. delujočih tehnoloških parkov	0	5
Št. delujočih univerzitetnih inkubatorjev s pisarno za transfer tehnologij	0	5
Število novih zaposlitev	0	8.000
Povečati delež inovacijsko aktivnih podjetij	Velika 55% Srednja 28% Mala 13%	75% 60% 40%
Povečanje deleža izvoza proizvodov visoke tehnologije	5.8%	15%
Povečanje evropskih patentov na 1 MIO prebivalcev	35	100
Št. novonastalih inovativnih podjetij z vsaj 3% višjo dodano vrednostjo od povprečja v panogi	0	440
Št. inovacij, ki so se komercializirale s pomočjo podpornega sistema	0	200
Št. skladov tveganega kapitala	0	3
Število visokotehnoloških gazel	0	20
Dodana vrednost na zaposlenega	22.229 EUR	10% večja

Vir: Program ukrepov za spodbujanje podjetništva in konkurenčnosti.

Kot je razvidno iz tabele 3, so cilji ukrepov usklajeni tako s Strategijo razvoja Slovenije, kot z Lizbonsko strategijo.

Za uresničitev vseh ciljev Lizbonske strategije in ciljev na zanj temelječega gospodarstva, pa morajo biti usklajeni na medresorski ravni.

Medresorsko usklajevanje je tudi eden izmed glavnih problemov izvajanja politike podpore, saj so različna ministrstva pristojna za skupne cilje in prizadevanja, kar vodi v neusklajeno delovanje in večjo birokracijo. To je razvidno z analize ukrepov, za katera so pristojna različna ministrstva, ki so predstavljena v nadaljevanju (Lipičnik, 2003):

- izvajanje vavčerskega sistema svetovanja in usposabljanja (MG, MID),
- podpora promociji in trženju inovacij (MG, MZVT),
- usposabljanje in izobraževanje za podjetništvo (MG, MZVT, MŠŠ),
- promocija podjetniške kulture (MG, MŠZT, MKGP, MNZ),
- promocija ženskega podjetništva (MG, MKGP, MZVT),
- razvoj podjetnosti in ustvarjalnosti mladij (MZVT, MDDS, MŠŠ),
- davčne olajšave spodbude (MG, MF, MZVT).

Za boljšo koordinacijo delovanja bi lahko JAPTI (prejšnje ime PCMG) prevzela vlogo osrednje institucije za koordinacijo ukrepov izvajanja po vzoru ameriške SBA (Lipičnik, 2003).

4.1.1.3 Podporna mreža za pospeševanje podjetništva v Sloveniji

S ciljem povezave že delujočih programov usposabljanja za samozaposlovanje, ki jih je izvajalo Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve in povezave samostojne podjetniške inovativne mreže (SPIM) je vlada leta 1993 ustanovila javni zavod Pospeševalni center za malo gospodarstvo (PCMG). Cilj PCMG je zagotavljanje učinkovitejše koordinacije programov in podpornih mrež ter povezovanje že obstoječih decentraliziranih aktivnosti za pospeševanje podjetništva v Sloveniji. Pospeševalna mreža za malo gospodarstvo (PMMG), ki je nastala na podlagi sporazuma vseh ministrstev za združevanje aktivnosti za pospeševanje podjetništva, je mreža nacionalnih, regionalnih in lokalnih akterjev, ki podjetnikom in potencialnim podjetnikom omogoča svetovalne in druge podporne aktivnosti. PMMG sestavljajo: Mreža lokalnih in regionalnih podjetniških centrov, Sekcija podjetniških svetovalcev Slovenije in Mreža Euro Info Centrov Slovenije (Lipičnik, 2003).

V letu 2006 vlada RS preoblikuje PMMG in PCMG v Javno Agencijo za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI). JAPTI deluje kot ključna razvojno implementacijska nacionalna agencija za izvajanje razvojne politike na področju razvoja podjetništva in konkurenčnosti v Sloveniji.

Cilj JAPTI je programiranje, koordinacija in izvajanje nalog, ki tvorijo celovite podporne storitve:

- promocija in animacija za razvoj okolja za nastajanje, delovanje in razvoj podjetij in dvigovanja podjetniške ravni v Sloveniji,
- izvajanje »mehkih oblik« podpornih storitev (svetovanje in informiranje glede na obdobje delovanja uporabnikov),

- neposredne finančne spodbude za razvoj podjetij za doseganje višje ravni konkurenčnosti slovenskega gospodarstva ter spodbude za privabljanje tujih neposrednih investitorjev.

Aktivnosti potekajo v 3 sklopih, in sicer:

1. PODROČJE ZA RAZVOJ PODJETNIŠTVA IN KONKURENČNOSTI

Ključne naloge področja za razvoj podjetništva, ki jih zasledimo na spletni strani JAPTI so:

- ustvarjanje zavesti o pomenu podjetništva za razvoj in uresničenje ustvarjalnih potencialov državljanov,
- povečanje možnosti za ustanavljanje novih podjetij, spodbujanje njihove rasti in ustvarjanje novih delovnih mest,
- pospeševanje izkoriščanja podjetniških in inovacijskih potencialov,
- vzpostavljanje učinkovitega podpornega okolja za podjetnike, podjetja in potencialne podjetnike v vseh fazah njihovega razvoja za dostop do celovitih podpornih storitev,
- ustvarjanje ugodnega podjetniškega okolja za nastajanje in delovanje novih inovativnih podjetij,
- spodbujanje povezovanja podjetij, spodbujanju povezovanja med raziskovalnimi in izobraževalnimi organizacijami ter gospodarstvom,
- spodbujanju inovativnosti podjetij, izboljšanja pogojev za razvoj in prenos znanja v gospodarstvo,
- spodbujanju podjetniških vlaganj v raziskave, razvoj in inovacije.

Programske usmeritve so razvoj podjetniške kulture in učinkovitega podpornega okolja za podjetništvo, zagotavljanja znanja za gospodarstvo, ki bo omogočal krepitev razvoja ter inovacije v podjetjih.

2. PODROČJE ZA INTERNACIONALIZACIJO IN DELOVANJE PREDSTAVNIŠTEV SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA V TUJINI

Drugo delovni sklop JAPTI je podpora in odpiranje novih možnosti za internacionalizacijo podjetij. Kot ključna naloga tega sklopa aktivnosti je na spletni strani JAPTI navedeno spodbujanje internacionalizacije slovenskih, predvsem mikro, malih in srednjih podjetij in s tem povečevanje slovenskega izvoza.

Internationalizacija slovenskih podjetij je eden izmed ključnih instrumentov ekonomske politike Vlade RS za povečanje mednarodne konkurenčnosti slovenskega gospodarstva ter pomemben generator pospeševanja gospodarske rasti. Z učinkovitim izvajanjem politike je mogoče vplivati na hitrejšo rast malih in srednjih podjetij, spodbujati vstop podjetij na nove trge in zmanjševati tveganja podjetij v mednarodnem poslovanju.

3. PODROČJE ZA PROMOCIJO TUJIH NEPOSREDNIH INVESTICIJ

Področje za tuje neposredne investicije (TNI) znotraj JAPTI trži Slovenijo kot investicijsko lokacijo na podlagi strategije, ki temelji na polnem servisiranju tujih podjetij in direktnem

trženju konkretnih investicijskih projektov. Usmeritve za delo JAPTI na področju tujih neposrednih investicij predstavljata Zakon o spodbujanju tujih neposrednih investicij in internacionalizacije podjetij (ZSTNIIP) in Program Vlade RS za spodbujanje tujih neposrednih investicij za obdobje 2005-2009.

Z aktivnim trženjem Slovenije kot lokacije za TNI in z zagotavljanjem kvalitetnih storitev za tuje investitorje želi zagotoviti povečanje tujih neposrednih investicij v Sloveniji in prispevati k odpiranju novih delovnih mest, prenosu tehnologij ter vključevanju slovenskih podjetji v dobaviteljske mreže transnacionalnih korporacij.

Storitve za podjetja, ki želijo investirati v Slovenijo, v okviru tega sektorja JAPTI so:

- ključne informacije o pravnem in zakonodajnem okviru investiranja ter poslovanja v Sloveniji,
- informacije o stroških, delovni sili, dobaviteljih, institucijah idr.,
- iskanje lokacij (zemljišča, stavbe), ki ustrezajo investicijskemu projektu,
- organizacija in izpeljava obiska možnih lokacij idr. v Sloveniji.

V okvir trženja Slovenije in njenih regij kot lokacije za investicije so definirane vse trženjske aktivnosti, ki niso usmerjene na splošno promocijo Slovenije kot lokacije za TNI, temveč na pridobivanje TNI in konkretna podjetja – potencialne investitorje. Med aktivnosti spadajo: direktno trženje, predstavitve na specializiranih sejmih, trženjske dejavnosti PSG v tujini, animacija obstoječih tujih investitorjev. V posamezne aktivnosti se vključujejo tudi ekonomski svetovalci na diplomatsko-konzularnih predstavništvih Republike Slovenije v tujini.

4.1.1.4 IRC Slovenija

Leta 2000 je nastal Inovacijsko relejni center (IRC) Slovenija kot član evropske mreže IRC. Poslanstvo IRC je svetovanje pri prenosu tehnologije in načini, kako okrepiti sodelovanje med raziskovalno in gospodarsko sfero v Evropi. Projekt IRC Slovenija koordinira Pisarna za prenos tehnologij na Inštitutu Jožef Štefan v sodelovanju z univerzami, inštituti in zbornicami (Lipovšček, 2003)

V mreži je 71 centrov lociranih v državah članicah EU, Švici, Norveški, državah kandidatkah ter Izraelu, Islandiji, Turčiji in Čilu (poskusno). Mednje spada tudi "IRC Slovenija". Inovacijski relejni centri imajo nalogo, da si med seboj izmenjujejo potrebe po znanju in novih tehnologijah, ki se pojavljajo v njihovih regijah ter te nato plasirajo v lokalno poslovno in raziskovalno okolje teh regij.

4.1.2 Zakon o podpornem okolju za podjetništvo

V uvodni predstavitvi zakona so izjemno spodbudne besede, ki jih citiram v nadaljevanju in sicer: »Bistvo zakona je, da omogoča sodobno delitev nalog med Ministrstvom za gospodarstvo ter izvajalskimi institucijami na nacionalni ravni in vključevanjem subjektov

podjetniškega in inovativnega okolja, ki podpirajo podjetnike na lokalni in regionalni ravni. Tako bo dosegel zakon pozitivne učinke na nadaljnji razvoj podjetništva v Sloveniji» (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007).

Avtorji zakona v svoji utemeljitvi zakona ugotavljajo, da so potrebe podjetniškega okolja z razvojem spreminjajo, vendar so še vedno aktualne »trde« oblike podpore, pri katerih gre za zagotavljanje finančnih sredstev, seveda vse bolj v novih oblikah tveganih virov financiranja. Reševanje prostorskih problemov, zlasti v obliki inkubatorjev za nova podjetja, inovacijskih centrov, tehnoloških ali znanstvenih parkov za razvojno raziskovalno dejavnost in tesnejše sodelovanje akademske in podjetniške sfere ter ponudbe lokacij v podjetniških conah za domače in tuje investitorje. Koncepti razvoja vseh teh oblik podpornega okolja zahtevajo uspešnejšo kombinacijo finančne in drugih oblik podpore, povezovanja javnih in privatnih virov financiranja ter uvajanje sodobnih oblik upravljanja podpornih organizacij. Te oblike naj bi povezovali z »mehkimi« oblikami podpore, pri katerih gre za usmerjanje potencialnih podjetnikov, ponudbo informacij, oblik podjetniškega usposabljanja in svetovanja, zlasti prek »vavčerskega« sistema svetovanja in usposabljanja. S tem ustvarjamo razvojni potencial novih in obstoječih podjetij, kjer se odpravljanje administrativnih omejitev povezuje z dostopom do finančnih sredstev in zagotavljanjem drugih dejavnikov rasti, kot so dostop do novih trgov, vključno s procesom internacionalizacije poslovanja MSP, znanje in tehnologija ter intenzivno povezovanje in sodelovanje podjetij v mrežah, grozdih, tehnoloških platformah in drugih oblikah doseganja sinergijskih učinkov (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007).

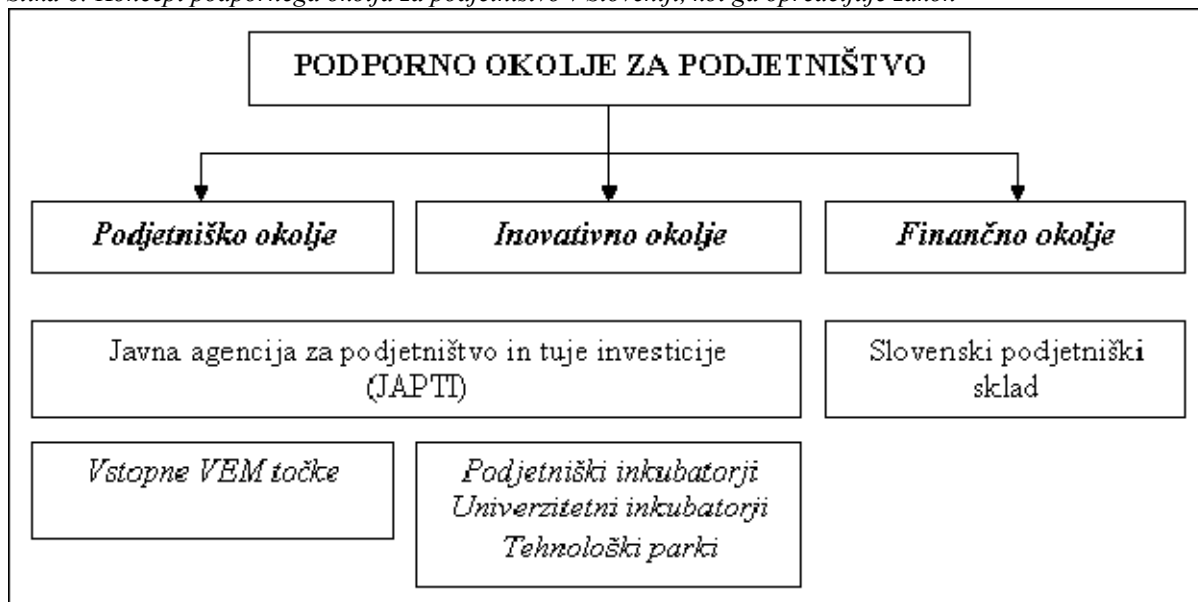
Glavni cilj zakona je zagotavljanje celovite podpore potencialnim in obstoječim podjetnikom na celotnem slovenskem območju. Konkretno se v obrazložitvi navaja naslednje razčlenjene cilje zakona (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007):

- ustvarjanje zavesti o pomenu podjetništva za gospodarski razvoj in uresničenje ustvarjalnih potencialov državljanov,
- povečanje možnosti za ustanavljanje novih podjetij, spodbujanje njihove rasti in ustvarjanje novih delovnih mest,
- pospešitev izkoriščanja podjetniških in inovacijskih potencialov,
- vzpostavitev učinkovitega podpornega sistema podjetnikom in podjetjem v vseh fazah njihovega razvoja za dostop do informacij, izobraževanja, svetovalnih in drugih podpornih storitev in virov financiranja,
- spodbuditev javnih in zasebnih virov financiranja naložb v podjetniškem sektorju, zlasti za zagotavljanje začetnega in rizičnega kapitala,
- spodbuditev oblik povezovanja med raziskovalnimi in izobraževalnimi organizacijami ter gospodarstvom,
- vzpostavitev učinkovitega podpornega sistema na lokalni in regionalni ravni za izenačene možnosti za ustanavljanje in rasti podjetij.

Poglavitne rešitve zakona

Zakon vnaša pomembne spremembe v ureditvi podjetniškega in inovativnega okolja, medtem ko rešitve v finančnem okolju povzema po Zakonu o spremembah in dopolnitvah ZPOP (2006). S tem je sistematično urejeno delovanje celotnega podpornega okolja, ki sledi naslednji shemi (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007).

Slika 6: Koncept podpornega okolja za podjetništvo v Sloveniji, kot ga opredeljuje zakon



Vir: Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007.

JAPTI je v ZPOP definirana kot osrednja nacionalna institucija, ki skrbi za delovanje in razvoj podjetniškega in inovativnega okolja, ki skrbi za razvoj mreže subjektov obeh okolij, ki lahko učinkovito zagotavlja dostop do temeljnih storitev v podjetniškem procesu, od razvijanja podjetniške ideje prek ustanavljanja podjetja in njegove rasti (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007).

V programu ukrepov se je Slovenija odločila, da bo spodbujala med subjekti inovativnega okolja predvsem tri oblike kot stalne oblike podpore podjetništvu in sicer podjetniške inkubatorje, univerzitetne inkubatorje in tehnološke ali znanstvene parke. Ostale oblike lahko država podpre, če se izkažejo za primerne in uspešne, saj lahko pristojni minister vključi nove oblike podjetniškega in inovativnega okolja. Temeljni koncept nastanka in razvoja subjektov inovativnega okolja je v tem, da se posamezne organizacije uvrstijo na podlagi strokovne presoje v regionalne razvojne programe, kjer se predvidijo tudi ustrezna sredstva za njihovo ustanovitev, za zagotavljanje potrebne materialne podlage ter začetno fazo delovanja. Zakon sledi namenom Programa ukrepov, da se oblikuje ta infrastruktura na geografskih področjih v Sloveniji, kjer obstaja dovolj velika kritična masa znanja oziroma institucij znanja ter koncentracija gospodarskih celic in prebivalstva, ki potrebujejo storitve te infrastrukture. V Sloveniji so se v preteklosti sorazmerno stihijsko pojavljale lokalne/regionalne pobude za tovrstne oblike, ki pogosto niso izpolnjevale te predpostavke kritične mase, zato so lahko zamrle ali delovale manj uspešno od pričakovanj (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007). Nov pristop, ki predvideva najprej obstoj kritične mase in lastnega

lokalnega ali regionalnega začetnega financiranja novih institucij, lahko ocenimo kot pozitiven premik k kvalitativnemu in odmik od prejšnjega kvantitativnega ustvarjanja podpornih subjektov za podjetništvo.

Natančneje zakon predvideva model financiranja teh subjektov po naslednji logiki (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007):

- ustanovitelji zagotovijo sredstva za ustanovitev, zagon in začetno delovanje subjekta podpornega okolja, kar pomeni zagotovitev prostorov in potrebne opreme ter ustreznih zaposlenih;
- sredstva za ustanovitev, zagon in začetno delovanje subjekta podpornega okolja so praviloma zagotovljena za časovno omejeno obdobje;
- po časovno omejenem obdobju sredstva za delovanje subjektov podpornega okolja zagotovijo lastniki;
- finančna sredstva za zagotavljanje infrastrukture pridobi subjekt, ki je vpisan v evidenco, iz proračuna preko vključenih podjetij v posameznem subjektu podpornega okolja, ki za vključitev v subjekt podpornega okolja pridobijo državno pomoč po načelu »de minimis«;
- finančna sredstva za opravljanje določenih nalog za razvijanje podjetniškega in inovativnega okolja ter razvoj podjetništva pri čim večjem številu potencialnih podjetnikov na svojem območju in podobne naloge subjekta, ki je vpisan v evidenco, pridobi iz proračuna glede na določene standarde in normative opravljanja teh nalog;
- ostala sredstva, ki omogočajo subjektu širše delovanje in ustrezno osebje, pridobi subjekt z opravljanjem storitev za novo nastala podjetja, ki se vključijo v ta subjekt; deloma gre za nalogo spremljanja in tekoče podpore managementu teh podjetij, ki pridobivajo državno pomoč po načelu »de minimis«;
- subjekti lahko s svojim osebjem sodelujejo tudi v različnih drugih projektih v lokalnem, regionalnem, nacionalnem ali mednarodnem okviru, pri katerih uveljavljajo in širijo svoje strokovno znanje.
- dodeljevanje sredstev, ki bodo izplačana iz proračuna, bo izvedeno preko javnega razpisa.

V Zakonu se uveljavlja za subjekte inovativnega okolja standardne mednarodne definicije ob upoštevanju specifik podjetniškega in inovativnega okolja v Sloveniji, ki bodo v Pravilniku o vodenju in vsebini evidence subjektov podjetniškega in inovativnega okolja operacionalizirane z določenimi kvantitativnimi in kvalitativnimi elementi. To smo v delu predstavili v poglavju 3.2 in 3.3., vendar v nadaljevanju povzemamo razlago delovanja institucij podpornega sistema, ki bo podlaga za nadaljnjo obravnavo in izboljšanje podpornega sistema, ki ga predvidevamo v zadnjem poglavju dela.

Podjetniški inkubatorji so v zakonu definirani kot podporne institucije, ki v zgradbi na določeni lokaciji omogočajo učinkovito nastajanje in razvoj novih podjetij pod ugodnimi pogoji najema prostorov in s širšim naborom upravnih in intelektualnih storitev za najemna podjetja v določenem časovnem obdobju. Praviloma naj bi bili ti inkubatorji instrument regionalnega razvoja, kar pomeni, da naj bi imeli takšen inkubator v statistični regiji. V večjih regijah, kjer obstaja podjetniški potencial za več inkubatorskih enot, bi se te enote povezale v

mrežni inkubator in s sodelovanjem pri managementu in podpori podjetjem uresničevale sinergije v zagotavljanju kakovosti storitev in učinkovitosti izvajanja. V obdobju 2007-2013 naj bi se v večini regij razvili takšni inkubatorji, ki bi podprli razvoj novih srednje-tehnoloških ali netehnoloških podjetij, ki bi jim bila kombinacija prostorov po ugodnejši najemnini ter poslovnih storitev bistvena za uspešen razvoj (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007).

Nova podjetja, ki bi izkoristila državno pomoč po načelu »de minimis«, naj bi se fizično namestila v tak inkubator, praviloma za obdobje do 36 mesecev, lahko pa bi bila locirana v drugih primernih prostorih, osebje inkubatorja pa bi spremljalo njihov razvoj ter jim nudilo poslovne storitve, potrebne za uspešen razvoj. Najemnine za prostore naj bi praviloma zagotavljale kakovostno upravljanje in vzdrževanje prostorov inkubatorja. Ustanovitelji inkubatorjev, ki ne bi izpolnjevali pogojev za vpis v evidenco, ne bi mogli vključevati podjetij, ki prejemajo državno pomoč, seveda pa lahko opravljajo inkubatorsko funkcijo kot svojo poslovno dejavnost (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007).

Poleg podjetniških inkubatorjev, ki bi izpolnjevali pogoje za vpis v evidenco in s tem tudi za opravljanje nalog za promocijo podjetništva in podporo najemnim podjetjem, lahko delujejo v Sloveniji tudi drugi inkubatorji, zlasti za podporo posameznikom ali skupinam s poslovnimi idejami v šolah kot oblike pospeševanja podjetništva v okviru poslovnih con in podobno, seveda pa bodo morali za svoje delovanje pridobiti druge vire financiranja (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007).

Univerzitetni inkubatorji so posebna oblika inkubatorjev na univerzah, ki omogočajo realizacijo podjetniških pobud znotraj univerz ali drugih visokošolskih organizacij, prevzemajo jih iz pred-inkubacijske dejavnosti na teh organizacijah in jim nudijo spodbudno okolje, značilno za podjetniške inkubatorje. Univerzitetni inkubatorji naj bi bili izrazito naravnani na podporo bolj tehnološko naravnanim podjetjem, skupaj s pisarnami za prenos tehnologij pa naj bi pospeševali prenos znanja, inovacij in tehnologij na trg prek nastajanja novih podjetij. Praviloma bi bili univerzitetni inkubatorji povezani s tehnološkimi ali znanstvenimi parki, saj bi vanje prehajala podjetja, ki bi dozorela v inkubatorju, njihova dejavnost naj bi bila podobna tehnološkim inkubatorjem (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007).

Tehnološki parki so podporne institucije, ki na prostorsko koncentrirani večji lokaciji združijo razvojno raziskovalne in poslovne dejavnosti novih tehnološko naravnanih podjetij in razvojno raziskovalnih oddelkov večjih (slovenskih ali tujih) podjetij. Znanstveni parki imajo enako dejavnost, so pa njihovi ustanovitelji univerze ali raziskovalni inštituti in poudarek je na razvoju podjetij na podlagi znanja in raziskovalnih projektov v teh ustanovah. Management tehnološkega parka naj bi opravljal (Obrazložitev zakona o podpornem okolju za podjetništvo, 2007):

- naloge pri zagotavljanju podjetniškega okolja, izrazito tehnološko naravnane, s čimer bi pritegnil nova podjetja in obstoječa podjetja v njihovem razvojno raziskovalnem delu,
- storitve za delovanje in razvoj tehnološkega/znanstvenega parka in
- organizacijo poslovnih in drugih intelektualnih storitev za podjetja v parku.

V zakonu se skuša, v skladu s teorijo, prikazano v prvem delu našega dela, povezati dejavnosti subjektov podjetniškega in inovativnega okolja tako, da bi ponudili storitve podjetjem v različnih fazah njihovega življenjskega ciklusa s poudarkom na tipih podjetij, ki so z razvojnega vidika najpomembnejša za produktivnost in konkurenčnost slovenskega gospodarstva. Tako naj bi subjekti zagotovili ustrezno podporo podjetnikom od faze razmišljanja o podjetniški zamisli, prek ustanovitve podjetja, reševanja njegovih začetnih problemov s prostori in managerskimi ter drugimi izkušnjami, podpore pri temeljnih razvojnih projektih, pri lociranju razvojno raziskovalne dejavnosti v najbolj spodbudno tehnološko okolje tehnoloških parkov, proizvodne (industrijske) dejavnosti pa v poslovne cone.

V vseh oblikah podpornega okolja teži Ministrstvo za gospodarstvo k temu, da se v proces spodbujanja podjetništva in konkurenčnosti vključujejo tudi druga relevantna ministrstva, saj je razvoj podjetništva najširši vladni projekt. Hkrati naj bi pri vseh oblikah podporne mreže zagotavljali sredstva:

- s kombinacijo virov na nacionalni, regionalni in lokalni ravni,
- z vključevanjem v projekte, ki lahko pridobijo sredstva evropskih strukturnih skladov in
- z oblikovanjem javno-zasebnih partnerstev.

Kot nacionalna institucija za razvoj in izvajanje finančni mehanizmov za MSP je v ZPOP definiran Javni sklad Republike Slovenije za podjetništvo. Na področju finančnega okolja se ZPOP-1 opira na že uveljavljene rešitve iz zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o podpornem okolju za podjetništvo iz leta 2006. Zakon tudi dovolj fleksibilno omogoča uvajanje primernih oblik glede na razvoj finančnega okolja in potrebe MSP v svojem vsakoletnem poslovnem načrtu.

Inovativno okolje omogoča nastajanje in razvoj oblik, kot so inovacijski centri, podjetniški in univerzitetni inkubatorji ter tehnološki parki, ki spodbujajo nastajanje novih podjetij, zlasti tistih, ki so pomembna za večjo konkurenčnost, višjo dodano vrednost, pa tudi enakomernejši regionalni razvoj podjetništva. Poleg teh standardnih oblik bo lahko država podprla z razpisi projektov tudi nove oblike, ki se razvijajo v Evropski uniji (podjetniške mreže, tehnološke platforme in podobno), kar bo omogočalo boljše povezovanje raziskovalnega in izobraževalnega področja z MSP.

4.2 ZAKLJUČKI ANALIZE PODPORNEGA SISTEMA V SLOVENIJI IN IZHODIŠČA ZA SLOVENSKE INOVACIJSKE SISTEM

4.2.1 Podporni sistem in inovacijski sistem OECD

V prejšnjem poglavju smo analizirali zakon o podpornem okolju za podjetništvo, ki uvaja pozitivne premike pri zagotavljanju podjetništvu in inovacijam bolj prijazno okolje. Kljub temu pa v slovenskem prostoru še vedno ne uvaja koncepta inovacijskega sistema, kot ga definira OECD, saj se politike spodbujanja raziskav, podjetništva, davčne politike in druge politike ne povezujejo s ciljem spodbujanja raziskav. V Sloveniji namreč ostajamo pri

konceptu tradicionalne obravnave tehnološkega napredka in politik z analizo inputov, kot so sredstva za raziskave in razvoj in število raziskovalcev, in outputov (rezultatov), kot so patenti, licence. Omenjeni indikatorji so pomemben dejavnik pri določanju trendov v določenem okolju oziroma državi, vendar ne ponujajo konkretnih razlag trendov, inovacijskega potenciala, rasti in produktivnosti. Predstavljajo nekakšno statično sliko tehnološkega dogajanja v določeni državi, vendar ne kažejo dejanske dinamične slike tehnološkega dogajanja, interakcije med različnimi subjekti in proizvodnja novih tehnologij. Prav tako ne smemo omejevati inovacije zgolj na tehnične novosti, saj je že Schumpeter v svoji opredelitvi inovacije in inovativne dejavnosti jasno poudaril, da inovativnost v ekonomskem smislu zajema več kakor zgolj tehnično novost. Brez družbene inovacije ni tehnične inovacije. Inovacija mora biti organizirana za sistematično opuščanje ustaljenega, utečenega, znanega in udobnega, pa naj gre za proizvode, storitve ali proizvodne postopke, organizacije, medčloveške in družbene odnose (Drucker, 1999). Zadnje teorije in analize namreč poudarjajo pomen povezovanja in dinamičnosti akterjev za tehnološki napredek ter povezovanje vseh akterjev s ciljem pretvarjanja inputov v outpute oziroma rezultate. Ta proces povezovanja pa definiramo kot Nacionalni inovacijski sistem - NIS (OECD, 1997: 9). NIS je mreža institucij v javnem in zasebnem sektorju, ki same zase in v medsebojnem povezovanju prispevajo k razvoju in širjenju novih tehnologij. Med začetnike koncepta NIS sodita Freeman in Nelson, ki poudarjata nujnost spreminjanja in prilagajanja institucionalnih struktur, ker se znanost in tehnologija prav tako spreminjata. Posebej Nelson poudarja negotovost znanstvenega in tehnološkega razvoja, kar poudarja možnost različnih pristopov. V naprej je skoraj nemogoče določiti in izbrati najboljšo strategijo, ker se bo prava strategija pokazala šele, ko bo trg opravil svojo selekcijo. Najbolje je zagotoviti soodvisnost mehanizmov in sistema institucij, po katerih institucije in organizacije sodelujejo. Namreč vsaka država ima svojo strukturo institucij zunaj podjetij, ki se razlikujejo glede na vlogo, organiziranost in probleme, ki jih rešujejo in količino podpore, ki jo zagotavljajo podjetjem ter glede na javno oziroma zasebno financiranje. Te nacionalne značilnosti raziskovalno-razvojnih sistemov vplivajo na stopnjo vključenosti znanosti in tehnologije v industrijske dejavnosti in na stopnjo inoviranja v državi (Kert, 1999).

Povezave in okolje za ustvarjanje povezav ustvarja vlada, ki mora tudi druge politike usmerjati k sprejemanju zakonov, predpisov, ki prispevajo k spodbujanju inovacijskega sistema ter s tem inovacij. NIS kot tak lahko torej definiramo kot sistem povezanih institucij, ki kreirajo, shranjujejo in prenašajo znanje, spretnosti ter dejstva, ki prispevajo k razvoju novih tehnologij (Metcalf v OECD, 1997:10). Tako v teoriji Nacionalnega inovacijskega sistema kot pri teoriji trojne vijačnice (Etkowitz, 2002), predpostavljajo, da inovacije nastanejo na presečišču podjetništva, znanosti in ekonomske politike, ter da ima pri spodbujanju povezovanja in zagotavljanja okolja za inovacije država ključno vlogo.

NIS je sestavljen iz 5 elementov, in sicer: podjetja, vlada, izobraževalne institucije in institucije za prenos znanja ter difuzijo inovacij (raziskovalno-razvojni inštituti, inkubatorji, tehnološki parki). Obstaja več kanalov, skozi katere lahko prehaja znanje med omenjenimi institucijami, vendar obsojajo štirje pglavitni kanali znanja, katere tudi OECD spremlja in analizira, in sicer (OECD, 1997:12):

1. sodelovanje med podjetniki in podjetji,

2. sodelovanje med podjetniki, univerzami in javnimi raziskovalnimi laboratoriji,
3. prenos znanja in tehnologij k podjetjem,
4. mobilnost zaposlenih oseb v podjetjih in institucijah.

Države, ki se zavedajo, da je pravilno organiziran in vodeni NIS močno razvojno gibalno, spodbujajo elemente sistema in krepijo njihov razvoj. Za NIS je ključno, koliko lastnega znanja je sposoben izoblikovati in koliko znanja je sposoben absorbirati, ga uporabiti ter nadgraditi (Kert, 1999).

Optimalne strukture NIS ni lahko doseči zaradi tesne povezanosti elementov, značilnosti in težav pri prepletanju in sporazumevanju elementov, nacionalne sposobnosti in kulturne značilnosti so lahko zaviralni element, ki se ga na hitro ne more spremeniti. Poleg tega koreniti posegi na enem področju lahko povzročijo nepričakovane posledice na drugih področjih in elementih NIS-a. Avtorji opozarjajo na nevarnosti posnemanja vzorcev, boljša rešitev je, da vlada dobro spozna in analizira lasten obstoječi sistemski koncept pred dejanskim spodbujanjem inovacij, saj z nepremišljenimi posegi lahko še bolj poveča šibkost obstoječega NIS. Velikokrat slabo povzemanje tujih slabo razumljenih mehanizmov, ki so v nasprotju s temeljno logiko domačega sistema, povzroči večje težave kot neukrepanje. (Lunvall, 1995). Prav tako Porter opozarja na nevarnosti posnemanja, saj kljub temu, da je poznanih nekaj splošnih načel in politik, ki koristijo skoraj vsakemu gospodarstvu, je za vsako državo napačno, če preveč natančno posnema model gospodarskega razvoja druge države. Prevzem modela druge države v smislu posnemanja enake industrije, strategije in vladnih programov bo pomagal doseči določeno razvojno stopnjo. Pomembno je, da vsaka vlada razume temeljna načela nacionalne prednosti in jih prevede v politične spodbude, ki odsevajo značilnosti domačega okolja. Ukrepi, ki so dobri za eno državo, so lahko slabi za drugo (Porter, 1990).

V Sloveniji pred letom 1990 ne moremo govoriti o obstoju institucionalnega sistema za inovacije, saj so obstajale pomanjkljive povezave med raziskovalno sfero in industrijo. Te pomanjkljivosti so bile posledica nerazpoložljivih mehanizmov in instrumentov. K tesnejšemu sodelovanju med raziskovalno sfero in industrijo so posredno prispevale zlasti oblike državnega sofinanciranja uporabnih in razvojnih raziskav. Raziskovalna dejavnost se je razvijala le tam, kjer je bilo uveljavljeno sodelovanje s tujimi inštituti in univerzami ter v podjetjih, ki so imeli lastne inštitute. Slednje je bilo prisotno predvsem v velikih podjetjih z lastnimi raziskovalci, ki so predstavljali stično točko med industrijo in raziskovalnimi institucijami. Skupne projekte so sofinancirala tako podjetja kakor država, raziskovalne institucije pa zaradi pomanjkanja neposrednih povezav z industrijo niso bile motivirane za široko komercializacijo svojih raziskovalnih dosežkov (Kert, 1999). Poleg tega se bile raziskovalne ustanove, ki niso bile v podjetjih in univerze pred letom 1990 usmerjene predvsem v temeljno raziskovanje za potrebe izobraževalnega procesa.

Sistem za inovacije pred letom 1990 je dobro deloval za velika podjetja, medtem ko za majhna podjetja ni bil primeren, morda tudi zato je med majhnimi podjetji prevladovala obrtniška dejavnost. Redki posamezniki, predvsem v 90-ih, ko je osebna podjetniška iniciativa bila »prikrito dovoljena«, so se seznanjali z inovacijami po osebnih stikih z raziskovalci in po naključju ter na podlagi tujih izdelkov.

Po letu 1990 in prehodu na tržno gospodarstvo se je nacionalni sistem za inovacije moral postavljati na novo, saj se je obstoječ sistem, ki je slonel na velikih podjetjih, s propadom letih znašel v težavah. Vse vlade so skušale oblikovati ostrejšje kriterije za pridobitev javnih sredstev za javne raziskovalne inštitute in so poskušale vzpostaviti sistem sofinanciranja raziskav podjetij oziroma zasebnega sektorja. Javne raziskovalne institucije bi bile s tem prisiljene sodelovati z zasebnim sektorjem, na drugi strani pa bi se morala spremeniti struktura javnih sredstev za raziskave. Dejstvo je, da je v 90-ih letih večji delež javnih sredstev za raziskave namenjen temeljnim raziskavam in s tem je onemogočal delovanje sistema za inovacije (Kert, 1999). Na drugi strani pa gospodarstvo ni imelo absorpcijske sposobnosti, predvsem zaradi prestrukturiranja in soočanja z novimi težavami tržnih pravil poslovanja ter nizke nagnjenosti k lastnemu inoviranju. Velik del industrije se je v 90-ih letih in deloma tudi danes ukvarja s problemom preživetja. Kljub temu, da se podjetja zavedajo dolgoročne koristi vlaganj v raziskave in razvoj, se še vedno pogosteje odločijo za zmanjšanje stroškov kakor večja vlaganja v raziskave. Malo gospodarstvo je bilo še na začetku, zato ni moglo prevzeti vodilne vloge pri inoviranju po vzoru razvitejših gospodarstev. Mala podjetja so bila brez razvojnih oddelkov oziroma se je z razvojem ukvarjal lastnik podjetja poleg vseh drugih poslovnih nalog. Prav tako je za resnejši razvoj izdelkov primanjkovalo svežega kapitala. Redki posamezniki, ki so uspeli vzpostaviti sodelovanje z raziskovalno sfero in so razvijali inovativne produkte, so se razvili v uspešna podjetja.

Danes se sistem za inovacije sooča s problemi tako na strani ponudbe kot na strani povpraševanja. Državno financiranje javnih univerz in raziskovalnih inštitutov upada, pogosto spreminjanje kriterijev za pridobitev uporabnih in temeljnih raziskav je povzročilo poslabšanje raziskovalnega in razvojnega dela. Pogosto so se radikalno spreminjali kriteriji in s tem slabili obstoječi inovacijski sistem, ki se je izgrajeval skozi leta. Komercializacija raziskovalnega znanja v zasebnih raziskovalnih inštitutih ni zaživela, ker še vedno niso jasno izdelani ustrezni mehanizmi za prenos tehnologij in stimuliranje raziskovalcev za razvoj tržno zanimivih raziskav in produktov. V raziskovalni sferi primanjkuje poslovnega in marketinškega znanja, vodilni delavci le-teh pa so predvsem strokovno visoko usposobljeni raziskovalci, ki nimajo informacij ter ustreznih poslovnih znanj za iskanje novih priložnosti (Kert, 1999).

4.2.2 Ocena uspešnosti programov podpore podjetništva in izgradnje nacionalnega inovacijskega sistema v Sloveniji

Slovenija in Evropska unija sta si z Lizbonsko strategijo zastavile visoke cilje: do leta 2010 vzpostaviti najbolj dinamično in na znanju temelječo družbo in gospodarstvo. Slovenija se je v 90-ih letih ukvarjala predvsem s pospeševanjem kulture podjetništva in izgradnjo podjetništvu prijaznega okolja. Na podlagi analiz in osebnega udejstvovanja pri izgradnji podpornega sistema za podjetništvo lahko podamo oceno, da se v Sloveniji klima za razvoj podjetništva in malega gospodarstva zelo počasi izboljšuje, še vedno pa obstajajo velike rezerve.

Analize s področja pospeševanja podjetništva v malih in srednje velikih podjetjih (Sever, 2004) in analiza GEM¹⁹ kaže, da mora Slovenija še veliko narediti za izboljšanje podjetniške klime, saj raziskava GEM v letu 2006 kaže malenkostno izboljšanje stanja, vendar še vedno na repu držav. V okviru raziskave GEM s tako imenovanim TEA indeksu²⁰ Slovenija uvršča po zgodnji podjetniški aktivnosti v drugo polovico držav, vendar se je s 25. mesta v letu 2002, 24. mesta v letu 2003 in 33. leta v letu 2004, v letu 2006 uvrstila na 31. mesto. V Sloveniji se samo 4,6% aktivnega prebivalstva ukvarja s podjetništvom (Rebernik et al., 2006). Nizka stopnja deleža mladih, ki se ukvarjajo s podjetništvom, je tudi posledica slabe infrastrukture in promocije podjetništva med mladimi, ki se ne odločajo za samostojno podjetniško pot. Obstoj inkubatorjev, univerzitetnih inkubatorjev, tehnoloških parkov in drugih podpornih struktur pa lahko pomembno prispeva k izboljšanju stanja. Pozitivni premiki se kažejo pri motivaciji za podjetništvo. Po raziskavi GEM se že od leta 2002 delež posameznikov, ki se podjetništva lotevajo zaradi nujnosti zmanjšuje in se povečuje delež posameznikov, ki se podjetništva lotevajo zaradi priložnosti. Po tem kriteriju se Slovenija uvršča na 9. mesto. Izboljšal se je tudi indeks smrtnosti podjetij, saj smo iz prvega mesta v letu 2004 po številu smrtnosti podjetij v letu 2006 izboljšali za pet mest (Rebernik et al., 2006). Za razvoj na znanju temelječih dinamičnih podjetij je pomembno, da se število podjetij iz poslovne priložnosti povečuje, saj imajo tovrstni podjetniki večjo nagnjenost k inovativnosti, raziskavam in razvoju ter zaposlovanju. Analiza GEM pokaže zanimive rezultate pri konkretnih vprašanjih o oceni podjetniškega okolja v Sloveniji. Tako kot že od leta 2002 so si tudi v letu 2006 najnižjo oceno pridobile slovenske vladne politike na področju zakonodaje za podjetništvo, izobraževanje in usposabljanje v osnovnih in srednjih šolah, kulturne in družbene norme, prenos raziskav in razvoja v gospodarstvo ter vladni programi za podporo podjetništvu. V raziskavi so bili izvedenci menja, da nacionalna politika v Sloveniji ne postavlja podpiranje novih in rastočih podjetij kot svojo bistveno prioriteto. Prav tako so bili izvedenci kritični do davkov in regulative ter zapletenosti birokratičnega sistema. Na splošno pa se Slovenija po kvaliteti podporne infrastrukture uvršča v drugo polovico držav po raziskavi GEM. Pri raziskavi naklonjenosti vladne politike za zagotavljanje ugodnih pogojev za podjetja in hitro rastoča podjetja se Slovenija uvršča na sam rep lestvice. Za Slovenijo so samo še Argentina in Brazilija. V Evropskih državah so najvišje ocenjene države Finska, Belgija in Madžarska. Pri oceni izobraževalnega sistema je raziskava pokazala, da so slovenski izvedenci raziskave kritični do spodbujanja ustvarjalnosti, neodvisnosti in osebne iniciative v osnovnih in srednjih šolah (Rebernik et al., 2006).

Podjetniške zmogljivosti so tesno povezane s kulturnimi in družbenimi normami v državi, ki pa so v Sloveniji po raziskavi GEM drugi najslabše ocenjeni podjetniški okvir. Po izsledkih raziskave so najbolj kritične točke v nespodbujanju posameznika k prevzemanju tveganja, poudarjanju neodvisnosti, avtonomnosti in osebne iniciative, ki so pglavitne značilnosti uspešnega podjetnika. Kulturne in družbene norme, sodeč po mnenju izvedencev, prav tako v

¹⁹ GEM angl. Global Entrepreneurship Monitor, raziskava, ki jo v sodelovanju s partnerji iz 50 držav koordinirata London Business School Iz Velike Britanije in Babson College iz ZDA. Po enotni metodologiji se primerja različne kazalce podjetnosti. Več na <http://www.gemslovenia.org/>.

²⁰ TEA indeks meri delež odraslega prebivalstva med 18 in 64 leti, ki so bodisi v procesu ustanavljanja podjetja – nastajajoči podjetniki, ki ne izplačujejo plač dalj kot 3 mesece, bodisi so lastniki/managerji mladega podjetja, ki ne izplačuje plač dlje kot 42 mesecev – novi podjetniki.

zadostni meri ne podpirajo uspehov, ki jih posamezniki dosežejo z lastnimi napori. Prav tako ne spodbujajo posameznikov v zadostni meri h kreativnosti, inovativnosti in prevzemanju odgovornosti za obvladovanje lastnega življenja. Bolj kritični od izvedencev do kulturnih in družbenih norm v Sloveniji so le izvedenci raziskave v Urugvaju (Rebernik et al., 2006:100). Tretji najslabše ocenjeni podjetniški okvir v Sloveniji po raziskavi GEM je prenos raziskav in razvoja. V Sloveniji se nova tehnološka, znanstvena in druga znanja z univerz in javnih raziskovalnih centrov ne prenašajo v nova in rastoča podjetja. Slednja tudi nimajo enakih možnosti za dostop do raziskav in znanj kot uveljavljena podjetja. Raziskava ugotavlja, da si nova in rastoča podjetja v Sloveniji dokaj težko privoščijo najnovejšo tehnologijo in inženirji ter znanstveniki nimajo na voljo dovolj dobrih podpornih mehanizmov za komercializacijo ideje s pomočjo novih rastočih podjetij. Slovenija se pri oceni prenosa znanja iz akademske sfere v gospodarstvo uvršča na 23. mesto. Najbolje vrednotijo prenos raziskav in razvoj v gospodarstvo v ZDA, Singapurju, Belgiji, najnižje pa v Peruju, Urugvaju in Rusiji (Rebernik et al., 2006).

Podobno sliko kot raziskava GEM kažejo tudi zaključki raziskave, ki je bila opravljena v okviru magistrskega dela Politika pospeševanja podjetništva v malih in srednjih podjetjih s poudarkom na podpornih storitvah (Sever, 2004), na vzorcu 118 MSP v Sloveniji. Raziskava je pokazala, da v Sloveniji obstaja pomanjkanje finančnih sredstev za zagotovitev rasti slovenskih MSP, saj kar 66% slovenskih MSP pri rasti ovira pomanjkanje finančnih sredstev in 44% predstavlja oviro za rast tudi težak dostop do državnih pomoči. Pomembne ovire predstavljajo tudi težave s plačilno nedisciplino in pomanjkanje ustreznih delavcev (Sever, 2004).

Raziskava je pokrila tudi sklop vprašanj, ki se neposredno nanašajo na izkušnje z uporabo podpornih storitev. 25% MSP, ki je v raziskavi odgovorilo na vprašanja, ni uporabilo podpornih storitev, ker z njimi niso bili seznanjeni. Pomembna informacija za subjekte podpornega okolja je podatek, da si večina podjetij želi neposreden stik s ponudniki podpornih storitev, in sicer preko elektronske pošte ali telefona. Ključna informacija in potrditev potrebe po spremembi podpornega okolja se odraža v mnenju 37% malih podjetij, da podpirne storitve ponujajo neustrezno vsebino in to predstavlja glavni razlog neuporabe podpornih storitev. 35% malih podjetij in kar 41% samostojnih podjetnikov pa meni, da so podpirne storitve ponujene pod neustreznimi pogoji, zato jih ne uporabljajo. Na splošno je anketa pokazala, da je relativno malo slovenskih malih podjetnikov zadovoljnih s storitvami - samo 66% tistih, ki so v zadnjih petih letih uporabili podpirne storitve. Ta podatek kaže podpovprečno zadovoljstvo v primerjavi z EU. S podpornimi storitvami so manj zadovoljni samo še avstrijski podjetniki (Sever, 2004: 84).

Raziskava GEM in analiza podpornega sistema v okviru zgoraj omenjenega magistrskega dela kažejo, da je potrebno podpirni sistem prilagoditi in deloma tudi spremeniti glede na nove potrebe podjetij. Potrebno bo zagotoviti ugodno davčno zakonodajo tako za podjetnike kot za tvegani kapital, da bi zagotovili svež kapital za zagon novih podjetij. Prav tako se je ravno z Zakonom o podpornem okolju za podjetništvo, ki smo ga predstavili, naredilo prvi korak k izboljšanju sistema. Z zakonom si lahko obetamo bolj usklajeno delovanje podpornih institucij. Za zagotovitev cilja vzpostavitve na znanju temelječega dinamičnega podjetništva, pa je potrebno zagotoviti nadgradnjo in prilagoditev nacionalnega sistema za inovacije, ki bo

omogočal usklajeno delovanje vseh akterjev. V praksi potrebujemo še nekaj usmeritev, kako naj podporni sistem deluje. S tem namenom je zadnje poglavje namenjeno ravno vzpostavitvi oziroma definiranju vloge posameznih akterjev oziroma vloge univerzitetnih inkubatorjev v podpornem sistemu za nastajanje novih na znanju temelječih dinamičnih podjetij.

5 REZULTATI EMPIRIČNE RAZISKAVE DEJAVNIKOV SODELOVANJA GOSPODARSKE SFERE Z AKADEMSKO SFERO

5.1 RAZISKOVALNI NAČRT ZA EMPIRIČNO PREVERBO MOTIVACIJSKIH DEJAVNIKOV SODELOVANJA MED AKADEMSKO SFERO IN GOSPODARSTVOM V SLOVENIJI

Velika večina raziskav na temo sodelovanja akademske sfere in gospodarstva je bilo opravljenih v EU in ZDA. Te raziskave kažejo, da v državah Jugovzhodne Evrope in v tranzicijskih državah sodelovanje akademske sfere in gospodarstva ni razvito v taki meri kot v ZDA in razvitejših državah OECD. To je značilno tudi za Slovenijo, saj raziskava, ki jo je opravil Koshatzki (2002), ugotavlja, da je v Sloveniji sodelovanje med velikimi inštituti in gospodarstvom zadovoljiva, medtem ko je sodelovanjem med univerzami in gospodarstvom šibko (Koshatzki, 2002).

Prav sodelovanje med akademsko sfero in gospodarstvom pa ustvarja nova uporabna znanja, ki privedejo do drugačnih inovativnih tehnologij, procesov, produktov in storitev v podjetjih. Uspešen prenos znanja v gospodarstvo in uspešno inoviranje pa danes predstavlja osnovo za zagotavljanje ekonomske rasti (OECD, 2000). To je bilo obširno povzeto in predstavljeno v prvem delu magistrskega dela.

Uspešnega inoviranja in zagotavljanja novih tehnologij si ni mogoče predstavljati brez dobre komunikacije med raziskovalno sfero in gospodarstvom. Bistvenega pomena je torej vzpostaviti dobro komunikacijo in promocijo tovrstnega sodelovanja. Da bi lahko vzpostavili tovrstno komunikacijo, moramo najprej raziskati in razumeti razloge in dejavnike motivacije sodelovanja gospodarstva z znanstveno sfero oziroma institucijami znanja. Na podlagi tovrstnih analiz bomo lahko lažje stimulirali in zagotavljali sodelovanje.

Glavni namen magistrskega dela je preučiti dejavnike povezovanja in motivacijske dejavnike sodelovanja gospodarske sfere in gospodarstva v Sloveniji. Analiza bo pokazala, kaj vpliva na to, da se gospodarske družbe odločijo za sodelovanje z institucijami znanja in kako naj vlada ter institucije znanja s svojimi ukrepi vplivajo na te dejavnike ter povečajo sodelovanje. V tem poglavju bo predstavljena metoda raziskovanja in poglobljena literatura, na kateri sloni raziskava in struktura raziskave. Sledila bo predstavitev modela analize s predstavitvijo spremenljivk, ki so vključene v raziskavo in opredelitev njihove medsebojne povezanosti. Predstavitev modela analize bo vključevala operacionalizacijo spremenljivk, postopek zbiranja podatkov ter opredelitev zanesljivosti in veljavnosti merjenja.

5.1.1 Struktura raziskave

Podlaga za raziskavo predstavlja strokovna in znanstvena literatura, ki je bila predstavljena v prvem delu magistrskega dela. Z raziskavo se bo poskušalo ugotoviti dejavnike vpliva na sodelovanje slovenskih podjetij, ki imajo raziskovalne skupine, registrirane pri ministrstvu, pristojnemu za raziskovanje, z akademsko sfero. Na podlagi rezultatov se bo podalo predloge za izboljšanje podpornega sistema za razvoj na znanju temelječih podjetij v Sloveniji. Posebna pozornost bo posvečena vlogi univerzitetnih inkubatorjev v podpornem sistemu za razvoj na znanju temelječega podjetništva.

Analitična obdelava empiričnega dela je bila narejena s pomočjo statističnega programskega paketa SPSS 16.0 za Windows. Obdelava obsega univariatno, bivariatno in multivariatno analizo. Univariatna analiza je prva stopnja pri statistični in grafični analizi podatkov. Analiza obsega pregled opisnih statistik, kot je frekvenčna porazdelitev določenih spremenljivk. Bivariatna analiza vključuje različne korelacijske koeficiente, multivariatna analiza pa omogoča izračun faktorskih analiz. Univariatna in bivariatna analiza bosta pokazali zanesljivost in veljavnost merjenja ter značilnosti in medsebojne povezave spremenljivk. Multivariatna analiza obsega faktorsko analizo, ki je metoda zmanjševanja velikega števila podatkov in je namenjena preučevanju povezav v množici opazovanih spremenljivk. Faktorska analiza nam omogoča analizirati povezave med spremenljivkami tako, da najdemo novo manjšo množico spremenljivk, ki predstavljajo to, kar je skupnega opazovanim spremenljivkam. Nove spremenljivke ne pojasnjujejo celotnih značilnosti vseh spremenljivk, ampak večino značilnosti oziroma tiste značilnosti, ki so spremenljivkam skupne. S tem imamo vpogled v osnovno strukturo podatkov.

5.1.1.1 Konceptualni model analize

Na osnovi preučene strokovne in znanstvene literature je bil oblikovan konceptualni model dejavnikov, ki vplivajo na razvoj dinamičnega, na znanju temelječega podjetništva. V modelu bosta preučevana dva ključna elementa modela, in sicer dejavniki, ki vplivajo na sodelovanje podjetij z institucijami znanja ter subjekti povezovanja, ki pripomorejo k pospešenemu trajnemu sodelovanju.

Kot je razvidno v nadaljevanju je v modelu preučevanih več skupin spremenljivk.

KONCEPTUALNI MODEL: $Y_i = \alpha_i + \beta_i * X_i + Z_i * D_i$

Y_i = odvisna spremenljivka, dinamično, na znanju temelječe podjetništvo

X_i = motivacijski dejavniki sodelovanja gospodarske družbe z institucijo znanja v primerjavi z nesodelovanjem

Z_i = subjekti povezovanja, pospeševanja in ohranjanja sodelovanja

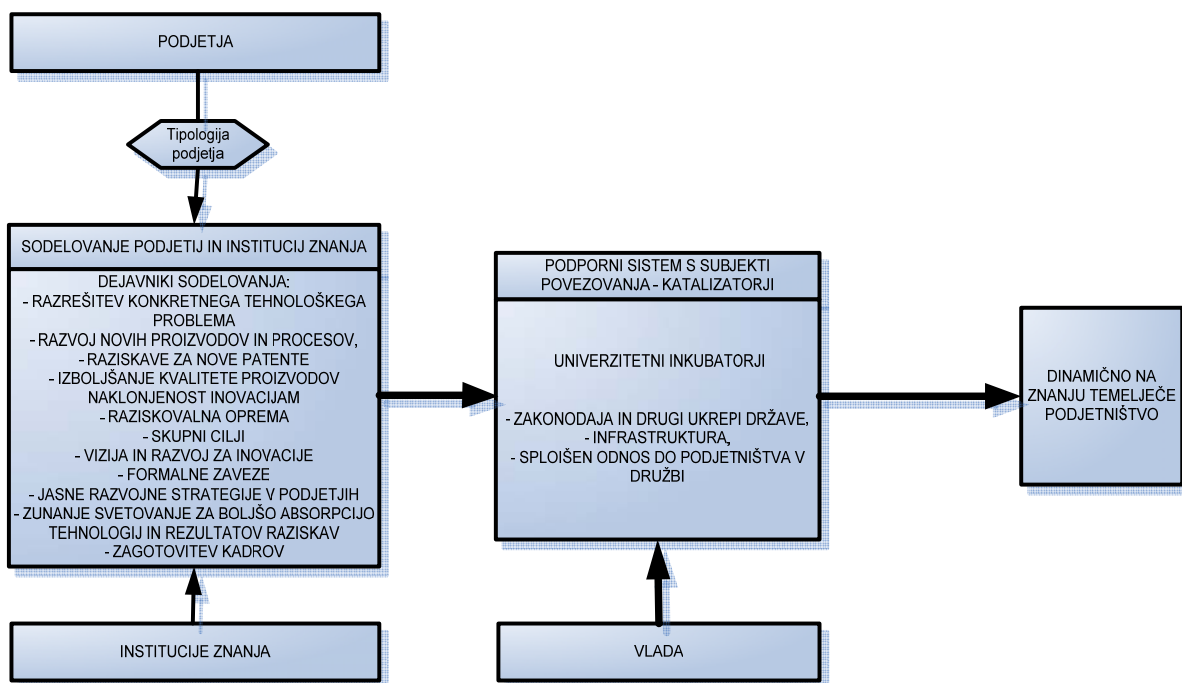
D_i = neodvisne značilnosti porabnikov kot na primer velikost podjetja, število zaposlenih, leto ustanovitve in drugi.

Na podlagi literature, ki je bila predstavljena v prvem delu magistrske naloge, lahko prepoznamo dva elementa, ki bistveno vplivata na nastanek dinamičnih na znanju temelječih podjetij, ki vodijo v gospodarstvo temelječe na znanju. Ta dva elementa sta:

1. sodelovanje podjetij z gospodarstvom,
2. primerno spodbujevalno okolje za sodelovanje in komercializacijo raziskovalnega znanja- absorpcija znanja v gospodarstvo.

Kot je bilo že večkrat v delu izpostavljeno, ni pomembno samo dejstvo, da podjetja sodelujejo z institucijami znanja, ampak morajo vzpostaviti mehanizme za absorpcijo znanja v proizvode ali nova podjetja. Pri tem pa mora država zagotoviti spodbujevalno okolje oziroma katalizatorje, ki bodo ta proces spodbujali. Ti katalizatorji so lahko institucije, kot so univerzitetni inkubatorji ali tehnološki parki, zakonodaja, ugodni finančni motivi in drugi.

Slika 7: Konceptualni model empirične raziskave



Vir: Lastna raziskava

5.1.1.2 Postopek zbiranja podatkov

V okviru dela je bila opravljena raziskava z metodo anketiranja med 607 podjetji, ki so pri Ministrstvu za šolstvo vpisani v evidenco podjetij, ki imajo raziskovalno skupino, sicer je bilo v letu 2007 v bazo vpisanih 718 različnih organizacij. Omenjena evidenca je bila izbrana, ker imajo podjetja, vpisana v to evidenco, v povprečju večje in kvalitetnejše izkušnje pri sodelovanju z akademsko sfero oziroma institucijami znanja. Raziskava je potekala med oktobrom 2007 in majem 2008 z metodo anketnega vprašalnika. Vprašalnik je bil podjetjem poslan po elektronski pošti. Anketo je spremljalo uvodno pojasnilo z razlogi za anketiranje. Anketiranci so uvodoma odgovorili na pomembno vprašanje, in sicer povprečno število projektov z institucijami znanja na letni ravni ali v zadnjem letu. To vprašanje nam bo omogočilo razvrstiti podjetja po intenzivnosti sodelovanja. Anketiranci so v prvem delu

vprašalnika odgovarjali na podlagi 5-stopenjske likertove lestvice, pri čemer je odgovor 1 pomenil »popolnoma se ne strinjam«, odgovor 5 pa »popolnoma se strinjam«. Ob koncu prvega dela vprašalnika je bilo tudi odprto vprašanje, ki je omogočalo anketirancu, da doda še kakšna lastna mnenja ali trditve, ki jih anketa ni zajela. V drugem delu ankete so bila vprašanja, ki pomagajo določiti značilnosti vzorca podjetij.

5.1.1.3 Merjenje spremenljivk v modelu

V skladu z modelom, ki je bil predstavljen v poglavju 5.2.1.1., so bile spremenljivke v modelu operacionalizirane z merljivimi spremenljivkami. Vsaka sestavina konceptualnega modela je oblikovana iz več trditev v anketnem vprašalniku (Priloga 1). V vprašalnik so vključene trditve in vprašanja, povezana z merjenjem nagnjenosti in motivacijskih dejavnikov gospodarskih združb za sodelovanje z institucijami znanja pri zagotavljanju dostopa do novih tehnologij, zagotavljanja konkretnih rešitev tehnološkega oziroma razvojnega problema, razvoj novih proizvodov in procesov formalne zavezanosti k sodelovanju, zavedanju podjetja o lastni viziji razvoja, zavedanju o pomenu in oblikah sodelovanja, odnos deležnikov podjetja do inovativnosti in zagotavljanja sodelovanja ter povezanosti ciljev akademske in gospodarske sfere.

Neglede na raven izjemnosti inovacije ali pa tehnologije se inovacija komercializira preko treh mehanizmov: vladnih politik, notranjega podjetništva in podjetništva oziroma ustanavljanja podjetij (Antončič et al., 2002). V modelu so zajete vse tri komponente, potrebne za komercializacijo znanja, vendar je za dinamična podjetja pomembna tudi absorpcijska moč gospodarstva in interakcija med spodbujevalnimi motivi za sodelovanje in podpornim sistemom, ki vzpodbuja ter vzdržuje interakcijo.

Razlogi za sodelovanje podjetij z akademsko sfero, ki so zajeti v trditvah, so povzeti po literaturi, in sicer Lee definira naslednje poglavitne razloge za sodelovanje podjetij z institucijami znanja (Lee, 2000):

- razrešitev konkretnega tehničnega ali proizvodnega problema,
- razvoj novih proizvodov in procesov,
- izvajanje raziskav s ciljem odkritja novih patentov,
- izboljšanje kvalitete proizvodov,
- za izboljšanje R&R portfolija,
- pridobivanje novih raziskav,
- ohranjanje stikov in partnerstva,
- zagotavljanje »blue sky« raziskav in raziskovanje novih tehnologij,
- izvajanje temeljnih raziskav,
- pridobivanje človeških virov oziroma diplomantov.

Spremenljivke nagnjenost k sodelovanju z institucijami znanja operacionaliziram z naslednjimi trditvami:

- naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker dobi dostop do novih tehnologij in procesov,

- naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker nam to sodelovanje zagotavlja konkurenčne prednosti,
- naše podjetje razpolaga s primernimi sredstvi za vlaganja v raziskave in razvoj,
- naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker je bolj učinkovito uporabiti obstoječe raziskovalne potenciale v institucijah znanja kot razvijati lastne potenciale,
- naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker lahko uporabimo ime institucije znanja kot zagotovilo kvalitete in verodostojnosti ,
- naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ko potrebuje rešitve konkretnega problema,
- naše podjetje ima dostop do najbolj naprednih tehnologij,
- z lažjim dostop do naprednih tehnologij bi naše podjetje postalo bolj inovativno,
- naše podjetje s težavo privabi nove, visoko izobražene sodelavce, ki jih potrebujemo za razvoj inovacij.

Raziskave s področja razširjanja znanja in upravljanje z učenjem so pokazale potrebo po stalnem prepletanju med proizvajalci, prisvojevalci in odjemalci novih tehnoloških odkritij. Ta proces prepletanja pospeši implementacijo izuma v praksi (Agrawal and Hendreson, 2002 v Markman et al, 2005). Proces prenosa znanja iz akademske sfere v gospodarstvo je bistveni element za ustanavljanje novih, dinamičnih, na znanju temelječih podjetij in spodbujanje novih pomembnih inovacij, ki nas lahko privedejo do na znanju temelječega gospodarstva. Bolj intenzivno sodelovanje akademske sfere in gospodarstva predstavlja ključni element za izboljšanje komercializacije raziskav in tudi izboljšanje zmožnosti javnih raziskovalnih ustanov za zagotavljanje uporabnih oziroma aplikativnih raziskav (Evropska komisija, 2004, str. 11).

Za pospeševanje in vzpostavitev sodelovanja med obema sferama je potrebno vzpostaviti skupno infrastrukturo, ki bo subjekte povezovala. Ta infrastruktura je lahko skupna nabava in vzdrževanje raziskovalne opreme, vzpostavitev skupnih infrastrukturnih centrov, kot so tehnološki parki, inkubatorji, skupne knjižnice in informacijski sistemi ter skupni informacijski sistemi za raziskovanje. Infrastruktura mora zagotavljati podporne storitve za razvoj in raziskave, in vrhunsko izobraževanje ter bazično in aplikativno raziskovanje (Bučar in Stare, 1998). Poleg skupne infrastrukture, ki bi povezovala opremo, pa je pomemben tudi drugi vidik povezovanja in sicer koordinacije aktivnosti in koordinacija delovanja ter sporazumevanja obeh sfer. Povezovanje akademske sfere in gospodarstva ne more potekati samo po sebi. Neuspešnost politik in spodbud, ki so skušale povezati gospodarske subjekte in akademsko sfero so pokazale, da ne ena ne druga stran ne moreta igrati povezovalne vloge, zato se je pokazala potrebo po razvoju institucij, ki bodo opravljale to vlogo. Tudi mednarodne izkušnje, prikazane v literaturi, kažejo potrebo po specializaciji podjetij, raziskovalnih ustanov in tudi ustanov za podporo povezovanju akademske sfere in gospodarstva. Med trditvami v prvem delu vprašalnika se prav zaradi navedenega želi identificirati potrebo v podjetjih po sodelovanju s svetovalci in drugimi institucijami pri absorpciji raziskav in znanja. V literaturi omenjene značilnosti sodelovanja smo preverili z naslednjimi trditvami v vprašalniku:

- inovacije so pogosto rezultat uporabe novih metodologij na podlagi mreženja inovativnih podjetij in institucij znanja (skupni razvoj, izmenjave znanj),

- nove metode povezovanj podjetij in institucij znanja so zelo pomembne za naše podjetje,
- našem podjetju opažamo pomanjkanje skupnih ciljev med podjetji in znanstvenimi ustanovami,
- v našem podjetju poleg že zaposlenih strokovnjakov potrebujemo zunanje svetovalce pri sodelovanju z institucijami znanja,
- v našem podjetju imamo ljudi, ki dobro vedo, kaj lahko znanstveniki naredijo in ti ljudje v našem podjetju predstavljajo povezavo med našim podjetjem in institucijo znanja,
- institucije znanja niso dovolj dobro opremljene za zagotavljanje primernih storitev za naše podjetje,
- v našem podjetju občutimo pomanjkanje profesionalnosti znanstvenikov,
- institucije znanja niso dovolj dobro opremljene za zagotavljanje primernih storitev za naše podjetje,
- naše podjetje bolj zaupa tujim svetovalcem in znanstvenikom kot lokalnim znanstvenikom (najbližji instituciji znanja),
- naše podjetje ima dostop do najbolj naprednih tehnologij.

Poleg dejavnikov sodelovanja in pomena subjektov povezovanja so bile v vprašalnik, na podlagi literature v prvem delu naloge, vnesene trditve v povezavi z nagnjenostjo podjetij za inoviranje. Pomembno je namreč tudi dejstvo, da si podjetje želi investirati v lasten tehnološki napredek. Naslednje trditve v vprašalniku se nanašajo na prej omenjeni pomene strategij podjetja:

- naše podjetje se osredotoča samo na reševanje kratkoročnih problemov,
- naše podjetje ima dolgoročno vizijo razvoja,
- v našem podjetju posvečamo veliko pozornosti inovacijam,
- v našem podjetju posvečamo veliko pozornosti novim tehnologijam,
- naše podjetje bolj pogosto investira v razvoj kot pa v nakup licence,
- naše podjetje razpolaga s primernimi sredstvi za vlaganja v raziskave in razvoj.

Povezave in okolje za ustvarjanje povezav ustvarja vlada, ki mora tudi druge politike usmerjati k sprejemanju zakonov, predpisov, ki prispevajo k spodbujanju inovacijskega sistema ter s tem inovacij. NIS kot tak lahko torej definiramo kot sistem povezanih institucij, ki kreirajo, shranjujejo in prenašajo znanje, spretnosti ter dejstva, ki prispevajo k razvoju novih tehnologij (Metcalf v OECD, 1997:10). Tako v teoriji Nacionalnega inovacijskega sistema kot pri teoriji trojne vijačnice (Etkowitz, 2002), predpostavljajo, da inovacije nastanejo na presečišču podjetništva, znanosti in ekonomske politike, ter da ima pri spodbujanju povezovanja in zagotavljanja okolja za inovacije, država ključno vlogo. Pri sodelovanju med akademsko sfero in gospodarstvom je pomembno tako formalno kot neformalno sodelovanje. Neformalno sodelovanje je lahko vzpostavljeno z vsakim diplomirancem, ko zapusti univerzo in prične svojo kariero v gospodarstvu. Pri obravnavi statistik sodelovanja neformalno sodelovanje ni zajeto v obravnavo, vendar se v praksi izkaže za zelo pomembno. To dejstvo pa ne sme zmanjšati pomena in potrebe po formalnem sodelovanju, ki na dolgi rok prinese največ rezultatov in dejansko omogoči spremembo znanja v kapital podjetja in univerze (OECD, 2000a).

Z namenom testiranja v literaturi omenjene pomembne vloge vlade pri spodbujanju povezovanja in dinamičnega podjetništva smo med trditve uvrstili tudi take, ki se nanašajo na zakonodajo:

- naše podjetje sodeluje, ker je formalno zavezano k sodelovanju (z zakonom, regulativo, ali sporazumom),
- slovenska zakonodaja je primerno spodbuja inovacije v našem podjetju.

Poleg zakonodaje je tudi drugo okolje, ki ga avtorji v literaturi iz prvega dela naloge omenjajo kot pomembno pri vzpostavljanju novih in tudi dinamičnih, na znanju temelječih podjetij. Glas omenja dostopno kapitala in pozitivno mnenje deležnikov pri vzpostavljanju strategij, ki so usmerjene v raziskave in razvoj. V vprašalniku smo zajeli tudi slednji sklop, in sicer nagnjenost bank in drugih deležnikov pri podpori inovacijam ter raziskavam in razvoju:

- na podlagi naših izkušenj so banke in drugi investitorji pripravljeni premierno podpreti naše prizadevanja z inovacijami,
- naši deležniki izkazujejo veliko zanimanje za inovativne produkte,
- naši deležniki imajo pozitiven odnos do naših prizadevanj po inovativnosti in inovacijskih aktivnostih.

V drugem delu vprašalnika so še vprašanja za razvrščanje podjetij. Prvo vprašanje vprašalnika, ki je postavljeno še pred trditve, se nanaša na povprečno število projektov z institucijami znanja na letni ravni. Iz tega vprašanja bomo sklepali o intenzivnosti sodelovanja podjetij z institucijami znanja in jih primerjali z ostalimi faktorji ter vprašanja za razvrščanje podjetij.

Teoretične spremenljivke, opredeljene v konceptualnem modelu, so bile operacionalizirane z merljivimi spremenljivkami. Spremenljivke skupaj oblikujejo prav tako merljivo spremenljivko – faktor, ki združuje nekatere statistično značilne skupne lastnosti. V vprašalnik (priloga 1) so vključene trditve in vprašanja povezana z merjenjem razlogov za sodelovanje podjetij z institucijami znanja. V ta namen je bilo na podlagi literature in izkušenj povezanih z avtorjevo poznavanje problematike, oblikovanih 27 trditev.

5.1.1.4 Zanesljivost in veljavnost merjenja

Zanesljivost merjenja nam zagotavlja znanstveno preverljivost rezultatov, kar pomeni, da bi ob ponovnem merjenju pri istih enotah prišli do enakih rezultatov. Zagotavlja torej ponovljivost raziskave. Z zanesljivostjo merjenja želimo odkriti prisotnost slučajnih spremenljivk in njihov morebitni vpliv na rezultate raziskave.

Za ocenjevanje zanesljivosti je bila v raziskavi uporabljena metoda notranje konsistentnosti, ki meri dejanske spremenljivke z več enakovrednimi spremenljivkami v istem obdobju. V raziskavi je bila uporabljena Cronbach alfa mera zanesljivosti. Ta metoda temelji na izračunu koeficientov korelacije med vsemi spremenljivkami, ki merijo isto dejansko spremenljivko. Izračuna se na podlagi števila enot v raziskavi ter razmerja povprečne korelacije koeficientov med enotami in povprečne variance enote.

Z veljavnostjo merjenja želim prikazati odstopanje oblikovanih merjenih spremenljivk od teoretičnih. Za merjenje veljavnosti se uporablja razumsko veljavnost (Face validity), s katero

ugotavljamo, ali analiza odkriva pričakovane rezultate. Pomembna je tudi tako imenovana vsebinska veljavnost, ko primerjamo rezultate raziskave s predhodnim teoretičnim poznavanjem področja raziskovanja (Ferligoj et al., 1995).

5.2 REZULTATI EMPIRIČNE ANALIZE

V tem poglavju bodo najprej opredeljene značilnosti vzorca, nato pa se bo osredotočilo na analizo posameznih sestavin modela. Analizirani bodo dejavniki povezovanja gospodarske sfere z akademsko sfero v Sloveniji, motivacijski faktorji ter značilnosti različnih tipologij gospodarskih družb pri povezovanju z institucijami znanja. Ob koncu poglavja je podana preverba hipotez oziroma predvidevanj in analiza rezultatov.

5.2.1 Značilnosti vzorca

Na vprašalnik je odgovorilo 95 podjetij iz celotne Slovenije in različnih gospodarskih panog, kar predstavlja 16-odstotno stopnjo odziva na vprašalnik. Med anketiranimi podjetji jih ima večina (53,8%) letno od 3 do 8 projektov z institucijami znanja. 13,7 % anketiranih podjetij ima od 9 do 15 projektov letno, samo 1,1% jih ima več kot 15. Nekoliko presenetljiv je relativno visok odstotek podjetij, ki nima projektov z institucijami znanja, in sicer je bilo takih 29,5 % anketiranih podjetij. To je nekoliko zaskrbljujoč podatek za bazo podjetij, ki ima registrirano raziskovalno skupino v podjetju in je lahko predmet nadaljnjih analiz vzrokov.

Med anketiranimi podjetji je 66,3% proizvodnih podjetij, 8,4% podjetij povezanih z informacijsko tehnologijo, 24,2% storitvenih podjetij in 1,1% podjetij s trgovinsko dejavnostjo. Večina anketiranih podjetij je bila ustanovljena po letu 1991, in sicer jih je bilo med leti 1991 in 2000 ustanovljenih 30,5% in 23,2% med 2001 in 2005. 20% podjetij je bilo ustanovljenih pred letom 1945, samo 26,2% anketiranih podjetij je bilo ustanovljeno med 1946 in 1990. Najmanjši odstotek ustanovitve novih podjetij med anketiranimi podjetji je bil med 1986 in 1990, ko je bilo ustanovljenih samo 3,2% anketiranih podjetij. Skoraj 70% dejavnosti anketiranih podjetij temelji na paleti inovativnih izdelkov ali storitev, 9,% jih sloni na paleti inovativnih nepovezanih izdelkov ali storitev in samo 5,3% anketiranih podjetij dejavnost sloni na enem inovativnem izdelku ali storitvi. To kaže na relativno veliko inovativnost in raznolikost dejavnosti podjetij v vzorcu. Med anketiranimi podjetji je bilo največ (36,8 %) podjetij z od 10 do 50 zaposlenimi, 25% je bilo z več kot 250 zaposlenimi, 18,9 % je bilo podjetij z do 9 zaposlenimi in enak odstotek je bilo podjetij od 50 do 250 zaposlenimi.

Večina anketiranih podjetij (51,6 %) je imela čisti prihodek od prodaje v letu 2006 v rangu do 2.000.000 EUR. 5,3 % jih je imela od 2.000.000 EUR do 7.300.000 EUR, 27,4 % je imelo od 7.300.001 EUR do 29.200.000 EUR in 15,8% anketiranih podjetij je imelo več kot 29.200.001 EUR čistih prihodkov od prodaje v letu 2006. Večina anketiranih podjetij (56,8%) nameni več kot 5% prihodkov v raziskovalno in razvojno dejavnost, 31,6% jih nameni od 1 do 3%, 11,6 nameni vmesno stopnjo od 3,1% do 5% prihodkov za raziskovalno in razvojno

dejavnost v podjetju. Nobeno od anketiranih podjetij ni navedlo, da ne namenja sredstev v raziskave in razvoj, kar je bil pričakovan podatek.

V večini podjetij (55,8%) se je povprečna letna rast zaposlenih v preteklem letu povečala. V 22,1% anketiranih podjetij se je povečala med 11% in 20%, v 20% anketiranih podjetij se je povečala od 1% do 10% in v 3,2% anketiranih podjetij se je povprečna letna rast zaposlenih v letu 2007 povečala od 21% do 50%. Več kot 50% povprečno letno rast zaposlenih v letu 2007 beleži 10,5% anketiranih podjetij. Na drugi strani pa je v 23,2% anketiranih podjetij število zaposlenih ostalo nespremenjeno, v 21,1% pa se je število zaposlenih zmanjšalo.

V veliki večini anketiranih podjetij nimajo samostojne službe ali druge službe, ki bi bila zadolžena za sodelovanje z institucijami znanja. 37,9% anketiranih podjetij ima omenjeno službo. V primeru pritrdilnega odgovora so bili anketirani zaproseni za navedbo službe. Najpogosteje se ta služba imenuje raziskovalni ali razvojni oddelek, v samo 2 primerih je bila taka služba povezana s področjem marketinga. Zadnji podatek kaže, da anketirana podjetja, ki imajo službe za razvoj, v veliki večini ustanovijo posebno službo za raziskave ali razvoj in tega ne priključijo drugim službam ali sektorjem v organizaciji. Slednje pa počne kar 62,1% anketiranih podjetij.

Spodbuden je podatek o trendu tržnega deleža anketiranih podjetij, in sicer se je kar 43,2% anketiranim podjetjem tržni delež v zadnjem letu povečal za več kot 10%, 24,2% se je povečal med 4% in 10%, 3% podjetij se je povečal v rangu do 3%. To skupaj pomeni, da se je kar 75,8% anketiranim podjetjem povečal tržni delež glede na prejšnje leto. Če omenjenim podatkom dodamo še 21,1% anketiranih podjetij, ki so ohranila enak tržni delež, pomeni, da se je tržni delež zmanjšal samo 3,2% anketiranim podjetjem.

5.2.2 Analiza posameznih sestavin modela

Analiza vprašalnika je zajemala predvsem 27 vprašanj v prvem delu, ki je namenjen analizi motivacijskih dejavnikov in percepcije sodelovanja gospodarstva z institucijami znanja. Vprašanja so bila oblikovana v obliki trditve, na katera so morali anketiranci podati svoje strinjanje ali nestrinjanje v obliki petstopenjske lestvice. Na lestvici je 1 pomenilo »popolnoma se ne strinjam«, medtem ko je 5 pomenilo, da se anketiranec »popolnoma strinja« s trditvijo. Povprečne vrednosti na posamezno trditev so prikazane v tabeli 4.

Tabela 4: Trditve in povprečne vrednosti odgovorov pri posamezni trditvi

TRDITVE	POVPREČNA VREDNOST
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker dobi dostop do novih tehnologij in procesov.	3,1
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker nam to sodelovanje zagotavlja konkurenčne prednosti.	3,3
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker je bolj učinkovito uporabiti obstoječe raziskovalne potencialne v institucijah znanja kot razvijati lastne potencialne.	2,8
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker lahko uporabimo ime institucije znanja kot zagotovilo kvalitete in verodostojnosti.	2,4
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ko potrebuje rešitve konkretnega problema.	3,2
Naše podjetje sodeluje, ker je formalno zavezano k sodelovanju	1,7

Se nadaljuje

Tabela 4: nadaljevanje

Naše podjetje se osredotoča samo na reševanje kratkoročnih problemov.	1,3
Naše podjetje ima dolgoročno vizijo razvoja.	4,7
V našem podjetju posvečamo veliko pozornosti inovacijam.	4,3
V našem podjetju posvečamo veliko pozornosti novim tehnologijam.	4,4
Naše podjetje bolj pogosto investira v razvoj kot pa v nakup licence.	4,4
V našem podjetju imamo ljudi, ki dobro vedo, kaj lahko znanstveniki naredijo in ti ljudje v našem podjetju predstavljajo povezavo med našim podjetjem in institucijo znanja.	4,1
Naše podjetje razpolaga s primernimi sredstvi za vlaganja v raziskave in razvoj.	3,4
Institucije znanja niso dovolj dobro opremljene za zagotavljanje primernih storitev za naše podjetje.	2,3
V našem podjetju občutimo pomanjkanje profesionalnosti na strani znanstvenikov.	3,1
Naše podjetje bolj zaupa tujim svetovalcem in znanstvenikom kot lokalnim znanstvenikom (najbližji instituciji znanja).	2,1
Naše podjetje ima dostop do najbolj naprednih tehnologij.	3,5
Z lažjim dostop do naprednih tehnologij bi naše podjetje postalo bolj inovativno.	3,7
Naše podjetje s težavo privabi nove, visoko izobražene sodelavce, ki jih potrebujemo za razvoj inovacij.	3,1
Inovacije so pogosto rezultat uporabe novih metodologij na podlagi mreženja inovativnih podjetij in institucij znanja (skupni razvoj, izmenjave znanj).	3,4
Nove metode povezovanj podjetij in institucij znanja so zelo pomembne za naše podjetje.	3,4
V našem podjetju opažamo pomanjkanje skupnih ciljev med podjetji in znanstvenimi ustanovami.	4,1
Na podlagi naših izkušenj so banke in drugi investitorji pripravljeni premierno podpreti naše prizadevanja z inovacijami.	2,8
Slovenska zakonodaja je primerno spodbuja inovacije v našem podjetju.	2,2
Naši deležniki izkazujejo veliko zanimanje za inovativne produkte.	3,7
Naši deležniki imajo pozitiven odnos do naših prizadevanj po inovativnosti in inovacijskih aktivnostih.	3,9
V našem podjetju poleg že zaposlenih strokovnjakov potrebujemo zunanje svetovalce pri sodelovanju s institucijami znanja.	2,5

Vir: lastna raziskava.

V tabeli 4 lahko že pri najosnovnejši interpretaciji rezultatov s povprečnimi ocenami pri posamezni trditvi, pridemo do zanimivih rezultatov, ki jih je na tem mestu vredno izpostaviti. Podjetja zajeta v analizi ne sodelujejo, ker bi bila formalno prisiljena z zakonom ali drugimi akti, ampak to počnejo iz drugih razlogov. Po izredno visoki oceni pri obstoju dolgoročne vizije v podjetju lahko sklepamo, da podjetja sodelujejo z institucijami znanja, ker imajo to zapisano v dolgoročnih vizijah razvoja podjetja. To lahko potrdimo tudi s tem, da se večinoma popolnoma ne strinjajo s tem, da se podjetje osredotoča samo na kratkoročne probleme. Prav tako je zanimiv podatek, da se večinoma ne strinjajo, da ne bi bile institucije znanja dovolj dobro opremljene za zagotavljanje primernih storitev za podjetje. Torej opreme ne primanjkuje. Prav tako podjetja bolj zaupajo domačim kot tujim strokovnjakom. Glede na prej omenjene spodbudne rezultate, pa se kot krovna trditev lahko izpostavi, ta da se v povprečju anketiranci najbolj strinjajo, da opažajo pomanjkanje skupnih ciljev med podjetji in znanstvenimi ustanovami.

Z namenom zmanjšanja števila spremenljivk in z namenom iskanja novih množic večjega števila spremenljivk, ki bodo pokazale in predstavljale to, kar je skupnega opazovanim spremenljivkam, bomo uporabili metodo faktorjske analize. Faktorska analiza poskuša poenostaviti kompleksnost povezav med množico opazovanih spremenljivk z razkritjem skupnih razteznosti ali faktorjev, ki omogočajo vpogled v osnovno strukturo podatkov. Z omenjeno metodo se bo prišlo do jasnejše slike motivacijskih dejavnikov sodelovanja akademske sfere z gospodarstvom.

Pri faktorjski analizi je potrebno določiti minimalno raven za uteži spremenljivk, za katere menimo, da so vplivne. Hair predlaga minimalno raven uteži pri $\pm 0,30$, za uteži večje od $\pm 0,40$ meni, da so vplivne in večje od $\pm 0,50$ pa kot pomembne (Hair, 1998). V raziskavi se bo sledilo zgoraj omenjenim kriterijem in druge spremenljivke se bo izločilo. V nekaterih primerih se lahko nekatere spremenljivke v raziskavi ohrani kljub temu, da uteži ne izpolnjujejo zgoraj omenjenega pogoja. To se lahko naredi na podlagi drugih razlogov v raziskavi. V naši raziskavi ni uteži manjših od $\pm 0,30$.

V analizo je bilo vključenih 27 merjenih spremenljivk, ki so se s pomočjo faktorjske analize združile v osem komponent ali novih faktorjev. Pregledano je bilo, ali posamezne spremenljivke ustrezajo kriteriju komunalitete večje od $\pm 0,30$ in faktorjskimi utežmi večjimi od 0,30. Sprva število faktorjev nisem omejil z namenom pregleda največjega možnega števila faktorjev. V raziskavi smo želeli doseči največjo možno število faktorjev, da bi najnatančneje raziskali vse motivacijske možnosti. Graf »Scree Plot« (Priloga 2) nam pokaže možne omejitve faktorjev na štiri ali osem faktorjev. Po opravljenih faktorjskih analizah za štiri in osem faktorjev je bila sprejeta odločitev za nadaljevanje analize z osmimi faktorji (tabela 5), ki pojasnjujejo 75,6 odstotkov skupne variance. Vrednost »KMO« testa je 0,60 in je statistično značilna glede na »Bartlettov« test. Faktorji so bili poimenovani glede na značilnosti, ki jih pojasnjujejo. Posamezna imena in združitev faktorjev so predstavljena v tabeli 5. Prikazane so tudi posamezne trditve, ki so vključene v posamezni faktor in vrednosti faktorjskih uteži, vrednosti Cronbach alfe za vsak posamezni faktor ter delež pojasnjene variance posameznih faktorjev

Tabela 5: Faktorska analiza motivacijskih faktorjev sodelovanja gospodarskih družb z institucijami znanja v Sloveniji

	Faktor 1: Naklonjenost sodelovanju	Faktor 2: Naklonjenost deležnikov	Faktor 3: Naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti	Faktor 4: Lasten dolgoročni razvoj z domaćimi institucijami znanja	Faktor 5: Konkretno koristi v rešitvah	Faktor 6: Zagotavljanja človeških virov in skupnih ciljev	Faktor 7: Zagotovitev kakovosti	Faktor 8: Vzdržen dolgoročni R&R
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker dobi dostop do novih tehnologij in procesov	,578	,122	-,139	-,230	,341	-,221	,041	-,031
V našem podjetju občutimo pomanjkanje profesionalnosti na strani znanstvenikov	-,407	-,406	,382	-,099	-,325	,276	-,002	-,044
Inovacije so pogosto rezultat uporabe novih metodologij, na podlagi mreženja inovativnih podjetij in institucij znanja	,870	,194	,082	,062	-,042	-,082	-,081	,023
Nove metode povezovanj podjetij in institucij znanja so zelo pomembne za naše podjetje	,760	-,188	,296	,014	,063	,062	,249	,195
V našem podjetju poleg že zaposlenih strokovnjakov potrebujemo zunanje svetovalce pri sodelovanju s inst. znanja	,479	,225	,248	-,232	,188	-,084	,107	-,397
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker nam to sodelovanje zagotavlja konkurenčne prednosti	,618	-,034	,024	-,021	,558	-,254	,283	-,139
Naše podjetje sodeluje, ker je formalno zavezano k sodelovanju	-,026	-,550	,191	,055	-,493	,011	-,119	,199
Naši deležniki izkazujejo veliko zanimanje za inovativne produkte	,060	,947	,020	,029	-,003	-,144	-,054	-,041
Naši deležniki imajo pozitiven odnos do naših prizadevanj po inovativnosti in inov. aktivnostih	,166	,904	,084	,142	-,141	-,072	-,164	-,103

Se nadaljuje

Tabela 5: Nadaljevanje

V našem podjetju posvečamo veliko pozornosti inovacijam	-,053	,159	,659	,335	-,111	,135	-,123	-,001
V našem podjetju posvečamo veliko pozornosti novim tehnologijam	-,139	,272	,688	,460	,000	,276	,001	,310
Naše podjetje ima dostop do najbolj naprednih tehnologij	,093	-,230	,703	,108	-,221	,053	,005	,012
Z lažjim dostop do naprednih tehnologij bi naše podjetje postalo bolj inovativno	,205	-,447	,497	,162	-,011	,249	,060	,046
Na podlagi naših izkušenj so banke in drugi investitorji pripravljeni premierno podpreti naše prizadevanja z inovacijami	,419	-,050	,569	-,104	,064	-,039	,059	,030
Naše podjetje se osredotoča samo na reševanje kratkoročnih problemov	,006	-,072	-,359	-,561	,139	-,087	,117	-,017
Naše podjetje bolj pogosto investira v razvoj kot pa v nakup licence	,035	,113	,131	,594	-,124	,139	,058	,065
V našem podjetju imamo ljudi, ki dobro vedo kaj lahko znanstveniki naredijo in ti ljudje v našem podjetju predstavljajo povezavo med našim podjetjem in institucijo znanja	-,165	-,032	,133	,753	-,131	-,093	-,021	,021
Institucije znanja niso dovolj dobro opremljene za zagotavljanje primernih storitev za naše podjetje	-,117	,241	,041	-,366	,119	-,143	,271	,004
Naše podjetje bolj zaupa tujim svetovalcem in znanstvenikom kot lokalnim znanstvenikom (najbližji instituciji znanja)	,164	,002	,244	-,357	-,329	,140	-,079	-,018
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker je bolj učinkovito uporabiti obstoječe raziskovalne potenciale v institucijah znanja, kot razvijati lastne potenciale	,396	,074	-,199	-,216	,638	-,089	,436	,171

Se nadaljuje

Tabela 5: Nadaljevanje

Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ko potrebuje rešitve konkretnega problema	,332	-,162	,046	-,182	,713	-,105	,064	-,151
Slovenska zakonodaja je primerno spodbuja inovacije v našem podjetju	-,021	,037	-,076	-,231	,412	-,037	-,106	-,120
Naše podjetje s težavo privabi nove, visoko izobražene sodelavce, ki jih potrebujemo za razvoj inovacij	-,087	-,387	,171	-,026	-,136	,883	-,037	,016
V našem podjetju opažamo pomanjkanje skupnih ciljev med podjetji in znanstvenimi ustanovami	-,296	-,004	,141	,233	-,133	,552	-,169	,034
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker lahko uporabimo ime institucije znanja kot zagotovilo kvalitete in verodostojnosti	,180	-,177	-,056	,001	,050	-,101	,956	-,079
Naše podjetje ima dolgoročno vizijo razvoja	,064	,162	,459	,271	,046	,010	-,179	,474
Naše podjetje razpolaga s primernimi sredstvi za vlaganja v raziskave in razvoj	,069	-,265	,086	-,018	-,239	,012	,017	,569
Delež pojasnjene variance	22,58	14,67	13,04	6,76	5,96	4,46	4,17	3,96

Vir: lastna raziskava.

V skladu s prikazanim v tabeli 5 ugotavljamo, da se sodelovanje podjetij, ki imajo registrirano raziskovalno skupino pri ministrstvu pristojnemu za raziskovanje, vpliva 8 faktorjev, in sicer:

1. **Naklonjenost sodelovanju**, kjer imajo največje uteži naslednji dejavniki, da so inovacije pogosto rezultat uporabe novih metodologij na podlagi mraženja inovativnih podjetij in institucij znanja (0,870), da so nove metode povezovanja pomembne za podjetje (0,76) in podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker to sodelovanje zagotavlja konkurenčne prednosti.
2. **Naklonjenost deležnikov**, kjer imata pomembno utež dejavnika, da deležniki podjetja izkazujejo veliko zanimanje za inovativne produkte (0,947) in da deležniki izkazujejo pozitiven odnos do prizadevanj po inovativnosti in inovacijskih aktivnosti (0,904).
3. **Naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti**, kjer imajo največjo utež dejavniki, da podjetje dostopa do najbolj naprednih tehnologij (0,703), da v podjetju posvečajo veliko pozornost novim tehnologijam (0,688) in da v podjetju posvečajo veliko pozornost inovacijam (0,659).
4. **Lasten dolgoročni razvoj z domačimi institucijami znanja**, kjer imajo največjo težo dejavniki, da v podjetju razpolagajo z ljudmi, ki znajo oceniti potencial znanstvenikov in predstavljajo vez z institucijami znanja (0,753), da v podjetju bolj pogosto investirajo v razvoj kot v nakup opreme (0,594). V podjetju menijo, da se ne osredotočajo samo na reševanje kratkoročnih problemov (-0,561) in ne zaupajo bolj tujim svetovalcem in znanstvenikom kot domačim oziroma njim najbližjim (-0,357).
5. **Konkretne koristi v rešitvah**, kjer ima največjo težo dejavnik, da podjetje sodeluje z institucijami znanja, ko potrebuje konkretne rešitve konkretnega problema (0,713). Povezanost se kaže tudi z dejavnikom, da podjetja sodelujejo z institucijami znanja, ker je bolj učinkovito kot razvijati lastne potenciale (0,638).
6. **Zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev**, kjer je dejavnik z največjo težo, da podjetje s težavo pridobi nove visoko izobražene sodelavce (0,883). Pomemben je tudi dejavnik, da v podjetjih opažajo pomanjkanje skupnih ciljev med gospodarsko ter akademsko sfero (0,552).
7. **Zagotovitev kakovosti**, kjer imamo samo en dejavnik, in sicer, da podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker lahko uporabi ime institucije znanja kot zagotovilo kvalitete in verodostojnosti (0,956).
8. **Vzdržen dolgoročni R&R**, kjer imamo dva dejavnika, da podjetja razpolagajo s primernimi sredstvi za vlaganja v raziskave in razvoj (0,569) in naše podjetje ima dolgoročno vizijo razvoja (0,474).

5.3 ANALIZA MOTIVACIJSKIH FAKTORJEV PODJETIJ V PRIMERJAVI S TIPOLOGIJO PODJETIJ

V prejšnjem poglavju so bili identificirani motivacijski faktorji podjetij na podlagi faktorске analize. V pričujočem poglavju bomo osem identificiranih faktorjev s pomočjo bivariatne analize primerjali z neodvisnimi spremenljivkami podjetij oziroma tipologijo podjetij. Z Bivariatnimi metodami preučujemo povezanosti med dvema spremenljivkama, in sicer:

- ali obstaja povezanost na vzorcu,
- ali na vzorcu razkrito povezanost lahko posplošimo na populacijo,
- kakšna je povezanost (kako spremenljivki vplivata druga na drugo in kako močan je vpliv).

Kateri od bivarinatih metod bomo uporabili v podprogramih SPSS za preučevanje povezanosti med dvema spremenljivkama, je odvisno od lastnosti spremenljivk, predvsem od njunega tipa (Kropivnik, 2000).

V primeru te raziskave je bila uporabljena metoda oneway za vse neodvisne spremenljivke, razen pri vprašanju o organiziranosti službe za sodelovanje z institucijami znanja. Oneway metoda je uporabljena, ko merimo intervalno spremenljivko s spremenljivko z več kot dvema vrednostima. Pri prej omenjenem vprašanju je bila uporabljena metoda T-test, saj smo merili intervalne spremenljivke z spremenljivkami z dvema vrednostima.

Faktorji so bili primerjani s sledečimi neodvisnimi spremenljivkami oziroma značilnostmi vzorca podjetij: število projektov na letni ravni, osnovna dejavnost podjetja, število izdelkov, na kateri temelji dejavnost podjetja, število zaposlenih, čisti prihodki od prodaje v letu 2006, odstotek vlaganj v R&R, povprečna letna rast zaposlenih v preteklem letu, posedovanje podjetja s specializirane službe za sodelovanje z institucijami znanja, gibanje tržnega deleža in leto ustanovitve podjetja.

5.3.1 Motivacijski faktorji v povezavi s številom projektov

Vprašanje o številu projektov na letni ravni je zelo pomembno, kajti iz njega lahko razberemo intenzivnost sodelovanja med posameznimi podjetji in institucijami znanja. Iz tabele 6 je razvidno, da se kaže povezanost števila projektov s faktorji: prednosti sodelovanja, naklonjenost deležnikov, naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti, konkretne koristi v rešitvah, zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev, zagotavljanje kakovosti in vzdržen dolgoročni R&R. Pomembno je tudi izpostaviti, da je na to vprašanje odgovorilo 71 odstotkov anketirancev v primerjavi z ostalimi vprašanji v anketi. Torej od vzorca 95 podjetij, jih 28 ni odgovorilo. Vzorec je še vedno dovolj reprezentativen za zagotovitev kvalitetnih rezultatov.

Tabela 6: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in številom projektov

ANOVA						
	Variabilnost	Vsota kvadratov	stopinje prostosti	srednji kvadrat	Vrednost F testa	Stopnja značilnosti
Faktor 1	med skupinama	13,447	2,000	6,724	24,404	0,000
	znotraj skupine	25,347	92,000	0,276		
	skupaj	38,794	94,000			
Faktor 2	med skupinama	2,284	2,000	1,142	3,987	0,022
	znotraj skupine	26,354	92,000	0,286		
	skupaj	28,639	94,000			
Faktor 3	med skupinama	4,242	2,000	2,121	4,160	0,019
	znotraj skupine	46,906	92,000	0,510		
	skupaj	51,147	94,000			
Faktor 4	med skupinama	0,037	2,000	0,019	0,223	0,800
	znotraj skupine	7,649	92,000	0,083		
	skupaj	7,686	94,000			
Faktor 5	med skupinama	31,603	2,000	15,801	24,542	0,000
	znotraj skupine	59,235	92,000	0,644		
	skupaj	90,837	94,000			
Faktor 6	med skupinama	17,686	2,000	8,843	10,338	0,000
	znotraj skupine	78,698	92,000	0,855		
	skupaj	96,384	94,000			
Faktor 7	med skupinama	11,933	2,000	5,966	6,370	0,003
	znotraj skupine	86,173	92,000	0,937		
	skupaj	98,105	94,000			
Faktor 8	med skupinama	7,675	2,000	3,838	10,773	0,000
	znotraj skupine	32,772	92,000	0,356		
	skupaj	40,447	94,000			

Vir: lastna raziskava.

Podjetja so imela na voljo odgovore v obliki rangiranega števila projektov, in sicer od 3 do 8 projektov, kar pomeni zmerno sodelovanje med podjetjem in institucijo znanja. Druga skupina je od 9 do 15 projektov, kar je intenzivno sodelovanje in več kot 16 projektov, kar pomeni zelo intenzivno sodelovanje. V analizi je bilo zajeto samo eno podjetje z več kot 16 projekti, zato sta bili zadnja in predzadnja skupina odgovorov združeni v skupino podjetij, ki ima več kot 8 projektov na letni ravni. Tako dobimo dejansko dve skupini, in sicer skupino, ki sodeluje in intenzivno sodeluje z institucijami znanja.

Vsa podjetja v tipologiji podjetij po številu projektov so v povprečju naklonjena faktorjem, da v podjetju obstaja naklonjenost do tehnološke in inovacijske usmerjenosti, sodelovanje zagotavlja človeške vire in skupne cilje in ima podjetje dolgoročno vzdržno strategijo za raziskave in razvoj. Vsa podjetja pa negativno ocenjujejo faktor, da je sodelovanje zagotovilo kakovosti.

Podjetja do 8 projektov se v povprečju bolj strinjajo s faktorjema prednost sodelovanja in konkretne koristi v rešitvah. Medtem ko se v povprečju manj strinjajo s faktorjem, da imajo v podjetju deležnike naklonjene inovacijam in razvoju novih produktov.

Podjetja z več kot 8 projekti so v povprečju bolj naklonjena tudi faktorjema, da so deležniki podjetja bolj naklonjeni inovacijam in novim produktom ter faktorju konkretne koristi v rešitvah.

5.3.2 Motivacijski faktorji v povezavi z osnovno dejavnostjo podjetja

Pri analizi povezanosti motivacijskih faktorjev in osnovne dejavnosti je iz tabele 7 razvidno, da se kaže povezanost samo pri faktorju konkretne koristi v rešitvah. Samo pri omenjenem faktorju je signifikanca manjša od 0,05. Med podjetji, ki so bila zajeta v analizo, je bilo samo eno podjetje z dejavnostjo trgovine, zato smo podjetje iz trgovine združili s spremenljivko druge poslovne storitve, kar pomeni, da nova spremenljivka združuje vsa storitvena podjetja zajeta v analizo, razen informacijskih tehnologij.

Tabela 7: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in osnovno dejavnostjo podjetja

ANOVA						
	Variabilnost	Vsota kvadratov	stopnje prostosti	srednji kvadrat	Vrednost F testa	Stopnja značilnosti
Faktor 1	med skupinama	0,612	2,000	0,306	0,737	0,481
	znotraj skupine	38,182	92,000	0,415		
	skupaj	38,794	94,000			
Faktor 2	med skupinama	0,164	2,000	0,082	0,264	0,768
	znotraj skupine	28,475	92,000	0,310		
	skupaj	28,639	94,000			
Faktor 3	med skupinama	0,455	2,000	0,227	0,413	0,663
	znotraj skupine	50,692	92,000	0,551		
	skupaj	51,147	94,000			
Faktor 4	med skupinama	0,380	2,000	0,190	2,393	0,097
	znotraj skupine	7,306	92,000	0,079		
	skupaj	7,686	94,000			
Faktor 5	med skupinama	17,927	2,000	8,964	11,311	0,000
	znotraj skupine	72,910	92,000	0,793		
	skupaj	90,837	94,000			
Faktor 6	med skupinama	2,331	2,000	1,165	1,140	0,324
	znotraj skupine	94,054	92,000	1,022		
	skupaj	96,384	94,000			
Faktor 7	med skupinama	2,540	2,000	1,270	1,223	0,299
	znotraj skupine	95,565	92,000	1,039		
	skupaj	98,105	94,000			
Faktor 8	med skupinama	0,292	2,000	0,146	0,335	0,716
	znotraj skupine	40,155	92,000	0,436		
	skupaj	40,447	94,000			

Vir: lastna raziskava.

Iz analize se kažejo nekatere razlike med posameznimi tipi podjetij pri faktorju konkretne koristi v rešitvah. **Podjetja s proizvodno dejavnostjo** ocenjujejo nekoliko nadpovprečno in pozitivno, da jim sodelovanje z institucijami znanja prinese koristi v rešitvah.

Podjetja z dejavnostjo s področja informacijskih tehnologij in drugih poslovnih storitev pa ocenjujejo, da jim sodelovanje z institucijami znanja ne prinese konkretnih koristi v rešitvah.

5.3.3 Motivacijski faktorji v povezavi s številom izdelkov, na katerih temelji dejavnost podjetja

Pri analizi povezanosti faktorjev in številom izdelkov, na kateri temelji dejavnost podjetja, je iz tabele 8 razvidno, da se kaže povezanost pri naslednjih faktorjih, in sicer naklonjenosti deležnikov, naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti in pri odnosu do lastnega dolgoročnega razvoja z domačimi institucijami znanja.

Pri razvrščanju s številom izdelkov so imela podjetja na voljo štiri možne odgovore, in sicer dejavnost podjetja temelji na enem inovativnem izdelku/storitvi in več izdelkov/storitev v razvoju ali neinovativnih izdelkih, druga možnost je bila na paleti inovativnih izdelkov ali storitev in možnost drugo. Pri možnosti drugo je bilo mogoče tudi dopisati, vendar je bil najpogosteje dopis prazen. V nekaterih primerih pa odgovori nejasni, zato ni mogoče podati bolj natančnega odgovora.

Tabela 8: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in številom izdelkov na katerih temelji dejavnost podjetja

ANOVA						
	Variabilnost	Vsota kvadratov	stopinje prostosti	srednji kvadrat	Vrednost F testa	Stopnja značilnosti
Faktor 1	med skupinama	4,884	3,000	1,628	4,368	0,006
	znotraj skupine	33,911	91,000	0,373		
	skupaj	38,794	94,000			
Faktor 2	med skupinama	1,784	3,000	0,595	2,015	0,117
	znotraj skupine	26,854	91,000	0,295		
	skupaj	28,639	94,000			
Faktor 3	med skupinama	12,441	3,000	4,147	9,750	0,000
	znotraj skupine	38,706	91,000	0,425		
	skupaj	51,147	94,000			
Faktor 4	med skupinama	0,456	3,000	0,152	1,914	0,133
	znotraj skupine	7,230	91,000	0,079		
	skupaj	7,686	94,000			
Faktor 5	med skupinama	12,699	3,000	4,233	4,930	0,003
	znotraj skupine	78,138	91,000	0,859		
	skupaj	90,837	94,000			
Faktor 6	med skupinama	22,485	3,000	7,495	9,230	0,000
	znotraj skupine	73,899	91,000	0,812		
	skupaj	96,384	94,000			
Faktor 7	med skupinama	7,762	3,000	2,587	2,606	0,057
	znotraj skupine	90,343	91,000	0,993		
	skupaj	98,105	94,000			
Faktor 8	med skupinama	4,374	3,000	1,458	3,678	0,015
	znotraj skupine	36,074	91,000	0,396		
	skupaj	40,447	94,000			

Vir: lastna raziskava.

Iz analize je razvidno, da se vsa podjetja v tipologiji v povprečju naklonjena faktorju, da v podjetju imajo vzdržno strategijo za raziskave in razvoj.

Pri posamezni skupini podjetij obstajajo razlike, in sicer so podjetja, katerim dejavnost sloni na enem inovativnem izdelku naklonjena faktorjem naklonjenost sodelovanju, naklonjenost

podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti, konkretne koristi v rešitvah, zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev ter vzdržen dolgoročni R&R.

Pri podjetjih, katerih **dejavnost sloni na paleti inovativnih izdelkov ali storitev**, izkazujejo nadpovprečno največjo naklonjenost v tipologiji faktorjem naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti, zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev ter vzdržen dolgoročni R&R. V povprečju so najbolj negativno v tej tipologiji podjetij ocenjena faktorja naklonjenost sodelovanja in konkretne koristi v rešitvah.

Podjetja, ki imajo **paleta inovativnih nepovezanih izdelkov in storitev**, in torej širok spekter inoviranja, so se najbolj podpovprečno strinjala s faktorjem vzdržen dolgoročni R&R. Ta podjetja so se v povprečju strinjala z vsemi drugimi faktorji, pri katerih lahko statistično značilno ugotavljamo povezanost spremenljivke in faktorjev.

Druga podjetja, ki se po izdelkih niso uvrstila v nobeno omenjeno kategorijo, so v povprečju najbolj naklonjena faktorjema naklonjenost sodelovanju in konkretne koristi v rešitvah. Najbolj nadpovprečno pa izkazujejo nestrinjanje s faktorjem zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev.

5.3.4 Motivacijski faktorji povezani s številom zaposlenih v podjetju

Pri analizi povezanosti faktorjev in številom zaposlenih je iz tabele 9 razvidno, da se kaže povezanost pri vseh faktorjih razen pri faktorju naklonjenost podjetja do tehnološke in inovacijske usmerjenosti. Anketirana podjetja so lahko število zaposlenih razvrstila v 4 razrede, in sicer v prvi razred do 9 zaposlenih, od 10 do 50 zaposlenih, od 50 do 250 in več kot 250 zaposlenih.

Tabela 9: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in število zaposlenih

ANOVA						
	Variabilnost	Vsota kvadratov	stopinje prostosti	srednji kvadrat	Vrednost F testa	Stopnja značilnosti
Faktor 1	med skupinama	9,079	3,000	3,026	9,267	0,000
	znotraj skupine	29,715	91,000	0,327		
	skupaj	38,794	94,000			
Faktor 2	med skupinama	3,372	3,000	1,124	4,048	0,009
	znotraj skupine	25,267	91,000	0,278		
	skupaj	28,639	94,000			
Faktor 3	med skupinama	7,756	3,000	2,585	5,422	0,002
	znotraj skupine	43,392	91,000	0,477		
	skupaj	51,147	94,000			
Faktor 4	med skupinama	0,746	3,000	0,249	3,261	0,025
	znotraj skupine	6,940	91,000	0,076		
	skupaj	7,686	94,000			
Faktor 5	med skupinama	40,177	3,000	13,392	24,057	0,000
	znotraj skupine	50,660	91,000	0,557		
	skupaj	90,837	94,000			
Faktor 6	med skupinama	17,481	3,000	5,827	6,720	0,000
	znotraj skupine	78,903	91,000	0,867		
	skupaj	96,384	94,000			
Faktor 7	med skupinama	26,660	3,000	8,887	11,319	0,000
	znotraj skupine	71,446	91,000	0,785		
	skupaj	98,105	94,000			
Faktor 8	med skupinama	3,467	3,000	1,156	2,844	0,042
	znotraj skupine	36,980	91,000	0,406		
	skupaj	40,447	94,000			

Vir: lastna raziskava.

Podjetja, ki so bila zajeta v analizo in imajo **do 9 zaposlenih**, imajo nadpovprečno naklonjene deležnike do inovativnosti in inovativnih izdelkov ali storitev, so bolj naklonjeni lastnemu dolgoročnemu razvoju z domačimi institucijami znanja, v povprečju se najbolj strinjajo s faktorjem, da sodelovanje z institucijami znanja prinese konkretne koristi pri rešitvah med anketiranimi podjetji. Mikro podjetja se izmed vseh podjetij po številu zaposlenih ne strinjajo s faktorjem, da sodelovanje z institucijami znanja zagotavlja človeške vire in skupne cilje z institucijami znanja. Prav tako so najbolj izmed omenjenih podjetij ne strinjajo, da imajo vzdržen dolgoročni strateški načrt inovacij ter potrebna sredstva za uresničevanje načrta.

Podjetja z od 10 do 50 zaposlenimi se v povprečju izrazito ne strinjajo s faktorjem, da sodelovanje z institucijami znanja zagotavlja prednosti podjetju. Dejansko vsa podjetja izkazujejo nestrinjanje s trditvijo in povprečje odgovora pri faktorju dosega le 2,4 na lestvici od 1 do 5, pri kateri je 1 popolnoma se ne strinjam in 5 popolnoma se strinjam. Omenjena skupina podjetij so v povprečju najbolj negativno ocenila, da so njihovi deležniki pozitivno naklonjeni inovacijam in inovativnim produktom ter storitvam. Kot edini tudi izkazujejo nestrinjanje s faktorjem, da lasten dolgoročni razvoj zagotavljajo z domačimi institucijami znanja ter za ta podjetja sodelovanje z institucijami znanja ni zagotovilo kakovosti proizvoda ali storitve.

Podjetja od 50 do 250 zaposlenimi se v povprečju kot edina iz skupine podjetij po številu zaposlenih, ne strinja s faktorjem, da so njihovi deležniki naklonjeni inovativnosti in inovativnim produktom. Če ta faktor povežemo še z dejstvom, da se najbolj v skupini podjetij

strinjajo s faktorjem, da lasten dolgoročni razvoj lahko zagotovijo z domačimi institucijami znanja ter se v povprečju najbolj strinjajo, da imajo možnosti za vzdržen dolgoročni raziskovalno-razvojno dejavnostjo, pa kaže, da so to podjetja, ki bi si morda želela še večje naklonjenosti deležnikov k inovativnosti. Pri teh podjetjih obstajajo še velike rezerve pri razvoju.

Podjetja z več kot 250 zaposlenimi se nadpovprečno strinjajo, da lasten dolgoročni razvoj lahko zagotovijo z lastnimi domačimi institucijami znanja in menijo, da razpolagajo z viri za lasten vzdržen dolgoročni razvojno-raziskovalni potencial. Pri drugih faktorjih ne izstopajo izrazito iz povprečja odgovorov, kar sem pri drugih tipologijah podjetij po številu zaposlenih že omenil.

Po tej tipologiji podjetij so **vsa podjetja** v povprečju odklonilna do faktorja, da sodelovanje z institucijami znanja predstavlja prednosti in pri faktorju zagotavljanja človeških virov in skupnih ciljev institucij znanja ter v povprečju ne vidijo sodelovanje z institucijami znanja kot zagotovilo kakovosti proizvoda ali storitve.

5.3.5 Motivacijski faktorji, povezani s čistimi prihodki od prodaje v letu 2006

Odgovori pri neodvisni spremenljivki o čistih prihodkih od prodaje so bili grupirani v štiri intervale, in sicer podjetja s prihodki do 2.000.000 EUR, v drugo skupino od 2.000.001 do 7.300.000 EUR, v tretji skupini od 7.300.001 do 29.200.000 in v četrti skupini več kot zadnji naveden znesek v prejšnji skupini. Iz tabele 10 je razvidno, da se kaže povezanost pri šestih od samih faktorjev. Povezanosti ni pri faktorju zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev ter odnos do vzdržnega dolgoročnega raziskovalno-razvojnega položaja podjetja.

Tabela 10: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in čistimi prihodki od prodaje v letu 2006

ANOVA						
	Variabilnost	Vsota kvadrato v	stopinje prostosti	srednji kvadrat	Vrednost F testa	Stopnja značilnosti
Faktor 1	med skupinama	6,282	3,000	2,094	5,862	0,001
	znotraj skupine	32,512	91,000	0,357		
	skupaj	38,794	94,000			
Faktor 2	med skupinama	2,703	3,000	0,901	3,162	0,028
	znotraj skupine	25,935	91,000	0,285		
	skupaj	28,639	94,000			
Faktor 3	med skupinama	8,054	3,000	2,685	5,669	0,001
	znotraj skupine	43,093	91,000	0,474		
	skupaj	51,147	94,000			
Faktor 4	med skupinama	0,352	3,000	0,117	1,456	0,232
	znotraj skupine	7,334	91,000	0,081		
	skupaj	7,686	94,000			
Faktor 5	med skupinama	23,627	3,000	7,876	10,663	0,000
	znotraj skupine	67,211	91,000	0,739		
	skupaj	90,837	94,000			
Faktor 6	med skupinama	17,906	3,000	5,969	6,921	0,000
	znotraj skupine	78,478	91,000	0,862		
	skupaj	96,384	94,000			
Faktor 7	med skupinama	11,671	3,000	3,890	4,096	0,009
	znotraj skupine	86,434	91,000	0,950		
	skupaj	98,105	94,000			
Faktor 8	med skupinama	0,168	3,000	0,056	0,126	0,944
	znotraj skupine	40,279	91,000	0,443		
	skupaj	40,447	94,000			

Vir: lastna raziskava.

Podjetja iz analize s prihodki do 2.000.000 EUR se najbolj med vsemi podjetji po razvrstitvi v tem poglavju, strinjajo s faktorjem, da so njihovi deležniki naklonjeni k inovativni dejavnosti in inovativnim storitvam in proizvodom. Prav tako so se najbolj strinjajo, da je njihovo podjetje tehnološko in inovacijsko usmerjeno in so najbolj opredeljeni, da jim sodelovanje z institucijami znanja prinese konkretne koristi in rešitve. Nekoliko podpovprečno in svoje nestrinjanje izražajo v povprečju pri faktorju, da lahko zagotovijo lasten dolgoročni razvoj z domačimi institucijami znanja. Opozoriti pa moramo, da je to mejna vrednost, in sicer 2,9 na lestvici od 1 do 5. Najbolj se negativno v povprečju omenjena podjetja opredeljujejo, da sodelovanje z institucijami znanja prinaša prednosti za podjetje.

Podjetja s čistimi prihodki od prodaje v drugem vrednostnem razredu **od 2.000.0001 EUR do 7.300.000 EUR** se nadpovprečno strinjajo s faktorjem, da je njihovo podjetje tehnološko in inovacijsko usmerjeno, ter da imajo v povprečju podjetja vire za dolgoročno raziskovalno-razvojno dejavnost.

Podjetja v tretjem vrednostnem razredu po čistih prihodkih od prodaje v povprečju menijo, da njihovi deležniki niso dovolj naklonjeni inovativni dejavnosti in nimajo pozitivnega odnosa do inovativne dejavnosti v podjetju. Prav tako kot vsa ostala podjetja v tej razvrstitvi, tudi podjetja od 7.300.001 do 29.200.000 EUR lahko lasten dolgoročni razvoj zagotavljajo z domačimi institucijami znanja. Tako kot podjetja iz prve skupine se tudi v tej

skupini podjetja ne strinjajo s faktorjem, da imajo potrebne vire za vzdržne dolgoročne raziskovalno-razvojne aktivnosti.

Podjetja iz analize z več kot 29.200.000 EUR čistimi prihodki od prodaje prav nikjer posebej ne izstopajo. Nekoliko bolj se pri teh podjetjih približamo srednji vrednosti faktorja, da sodelovanje z institucijami znanja prinaša prednosti, vendar še vedno je vrednost, ki izraža nestrinjanje z omenjenim faktorjem, in sicer je vrednost 2,9. na lestvici od 1 do 5. V tej skupini podjetij preseneča najbolj podpovprečen odnos do faktorja, da je podjetje tehnološko in inovacijsko usmerjeno. Sicer je vrednost, ki izkazuje pritrditev, vendar z vrednostjo v povprečju 3,6 na lestvici od 1 do 5.

Tu pri tej tipologiji podjetij so **vsa podjetja** v povprečju odklonilna do faktorja, da sodelovanje z institucijami znanja predstavlja prednosti. Vsa podjetja pa so v povprečju izkazala naklonjenost do faktorjev, da je njihovo podjetje tehnološko in inovacijsko usmerjeno in da v povprečju podjetja dobijo konkretne koristi in rešitve.

5.3.6 Motivacijski faktorji, povezani z odstotkom, namenjenemu raziskavam in razvoju v podjetju.

Pri povezanosti faktorjev in odstotkom, ki ga namenja podjetje za raziskave in razvoj, se kaže povezanost pri petih faktorjih: naklonjenost sodelovanja, naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti konkretne koristi v rešitvah, zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev in zagotovilo kakovosti. Slednje je razvidno iz tabele 11.

Odgovori pri neodvisni spremenljivki o odstotku za R&R so bili razvrščeni v štiri vrednostne razrede, in sicer 0-niž odstotkov, od 1 do 3 odstotke, od 3,1 do 5 odstotkov in več kot 5 odstotkov.

Iz analize odgovorov podjetij, ki so bila zajeta v raziskavo, je razvidno, da v skupini ni podjetij, ki bi namenjale nič odstotkov za R&R. **Vsa podjetja** po tej tipologiji imajo v povprečju pozitiven odnos do faktorjev zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev in naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti. Pri obeh teh faktorjih je opazen trend povečevanja strinjanja z obema faktorjema v povezavi z večjim vložkom v R&R. V povprečju pa so vsa podjetja po tej tipologiji negativno ocenila faktor, da je sodelovanje zagotovilo kakovosti.

Pri podjetjih, ki vlagajo v **R&R od 1 do 3 odstotke**, so v povprečju najbolj naklonjeni faktorju konkretne koristi v rešitvah. Ta podjetja so edina, ki imajo pozitiven odnos do tega faktorja. Sicer pa je pri tem faktorju opazen trend upadanja z večanjem vložka v R&R. Najbolj podpovprečno pa ta podjetja v skupini, ocenjujejo faktor naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti, do katerega imajo sicer pozitiven odnos.

V podjetjih iz analize, ki **vlagajo od 3,1 do 5 odstotkov v R&R**, so v povprečju najbolj nadpovprečno v tipologiji ocenili pozitiven odnos do faktorja naklonjenost sodelovanju. Podpovprečno in negativno pa ta skupina podjetij ocenjuje faktorja konkretne koristi v rešitvah in zagotovilo kakovosti.

Podjetja iz raziskave, ki vlagajo **več kot 5 odstotkov v R&R**, so najbolj nadpovprečna v tipologiji pri faktorju naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti in zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev. Podpovprečno in tudi najbolj negativno v

tipologiji ta podjetja ocenjujejo faktor naklonjenost sodelovanju, konkretne koristi v rešitvah in zagotovo kakovosti.

Tabela 11: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in odstotkom namenjenemu raziskavam in razvoju

ANOVA						
	Variabilnost	Vsota kvadratov	stopinje prostosti	srednji kvadrat	Vrednost F testa	Stopnja značilnosti
Faktor 1	med skupinama	5,025	2,000	2,513	6,845	0,002
	znotraj skupine	33,769	92,000	0,367		
	skupaj	38,794	94,000			
Faktor 2	med skupinama	0,647	2,000	0,323	1,063	0,350
	znotraj skupine	27,992	92,000	0,304		
	skupaj	28,639	94,000			
Faktor 3	med skupinama	13,324	2,000	6,662	16,205	0,000
	znotraj skupine	37,823	92,000	0,411		
	skupaj	51,147	94,000			
Faktor 4	med skupinama	0,335	2,000	0,168	2,098	0,128
	znotraj skupine	7,351	92,000	0,080		
	skupaj	7,686	94,000			
Faktor 5	med skupinama	17,484	2,000	8,742	10,964	0,000
	znotraj skupine	73,353	92,000	0,797		
	skupaj	90,837	94,000			
Faktor 6	med skupinama	16,264	2,000	8,132	9,338	0,000
	znotraj skupine	80,120	92,000	0,871		
	skupaj	96,384	94,000			
Faktor 7	med skupinama	9,656	2,000	4,828	5,022	0,009
	znotraj skupine	88,449	92,000	0,961		
	skupaj	98,105	94,000			
Faktor 8	med skupinama	1,799	2,000	0,899	2,141	0,123
	znotraj skupine	38,648	92,000	0,420		
	skupaj	40,447	94,000			

Vir: lastna raziskava.

5.3.7 Motivacijski faktorji povezani s povprečno letno rastjo zaposlenih v preteklem letu

Odgovori pri neodvisni spremenljivki o povprečni letni rasti zaposlenih v preteklem letu so bili razvrščeni v šest skupin. Prva skupina opredeljuje podjetja, v katerih se je število zaposlenih zmanjšalo, v drugi so podjetja, v katerih se stanje ni spremenilo, v tretji so podjetja, ki so povečali zaposlenost od 1 do 10 odstotkov. V četrti skupini so podjetja, v katerih se je število zaposlenih povečalo od 11 do 20 odstotkov, v peti skupini so podjetja, v katerih se je povečalo število zaposlenih od 21 do 50 odstotkov in v zadnji skupini so podjetja, v katerih se je število zaposlenih povečalo za več kot 50%. Zaradi majhnega števila podjetij v predzadnji skupini odgovorov smo grupirali zadnji dve skupini, tako da je nova skupina odgovorov več kot 21 odstotkov. Iz tabele 12 je razvidno, da se kaže povezanost pri sedmih od osmih faktorjev. Faktorji, pri katerih se kaže povezanost, so faktor prednosti sodelovanja, naklonjenost deležnikov, naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske

usmerjenosti, konkretne koristi v rešitvah, zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev, zagotovitev kakovosti in vzdržen dolgoročni R&R.

Tabela 12: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in s povprečno letno rastjo zaposlenih

ANOVA						
	Variabilnost	Vsota kvadratov	stopinje prostosti	srednji kvadrat	Vrednost F testa	Stopnja značilnosti
Faktor 1	med skupinama	8,069	4,000	2,017	5,909	0,000
	znotraj skupine	30,725	90,000	0,341		
	skupaj	38,794	94,000			
Faktor 2	med skupinama	8,597	4,000	2,149	9,652	0,000
	znotraj skupine	20,041	90,000	0,223		
	skupaj	28,639	94,000			
Faktor 3	med skupinama	14,068	4,000	3,517	8,537	0,000
	znotraj skupine	37,079	90,000	0,412		
	skupaj	51,147	94,000			
Faktor 4	med skupinama	0,103	4,000	0,026	0,306	0,873
	znotraj skupine	7,583	90,000	0,084		
	skupaj	7,686	94,000			
Faktor 5	med skupinama	55,255	4,000	13,814	34,940	0,000
	znotraj skupine	35,582	90,000	0,395		
	skupaj	90,837	94,000			
Faktor 6	med skupinama	29,013	4,000	7,253	9,689	0,000
	znotraj skupine	67,372	90,000	0,749		
	skupaj	96,384	94,000			
Faktor 7	med skupinama	20,480	4,000	5,120	5,936	0,000
	znotraj skupine	77,625	90,000	0,863		
	skupaj	98,105	94,000			
Faktor 8	med skupinama	6,245	4,000	1,561	4,108	0,004
	znotraj skupine	34,203	90,000	0,380		
	skupaj	40,447	94,000			

Vir: lastna raziskava.

Iz analize odgovorov podjetij je razvidno, da se je pri 20 podjetjih zmanjšalo število zaposlenih, kar predstavlja 21 odstotkov vseh podjetij, zajetih v analizo. Iz raziskave lahko ugotovimo, da so v tej tipologiji **vsa podjetja** pozitivno naravnana do štirih faktorjev, in sicer do faktorja naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti, faktorja zagotavljanja človeških virov in skupnih ciljev in vzdržen dolgoročni R&R. V povprečju vsa podjetja ocenjujejo negativno faktor, da sodelovanje zagotavlja kakovost izdelkov in storitev. Podjetje, ki se jim je **število zaposlenih zmanjšalo**, se v povprečju najbolj negativno izražajo pri faktorju naklonjenost deležnikov. Negativno se opredeljujejo tudi do faktorja zagotovilo kakovosti, vendar so v tem primeru najbolj nadpovprečni, in sicer je vrednost 2,9. Pozitivno se ta skupina podjetij opredeljuje do faktorja prednosti sodelovanja, konkretne koristi v rešitvah, vzdržen dolgoročni R&R in zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev. Pri slednjem izstopajo po najbolj podpovprečni podpori, in sicer 3,15 pri povprečju 3,7.

Podjetja, ki jim je **število zaposlenih ostalo nespremenjeno**, so v skupini najbolj prisotna, saj je bilo takih podjetij 23 odstotkov. Ta podjetja se v povprečju najbolj pozitivno izkazujejo v odnosu do faktorja, da sodelovanje prinaša konkretne koristi v rešitvah. Pozitiven odnos

izkazujejo tudi do faktorja prednost v sodelovanju. Negativno ocenjujejo faktor naklonjenost deležnikov.

Podjetja, ki se jim je število zaposlenih povečalo **med 1 in 10 odstotki**, so v povprečju najbolj pozitivno naklonjena faktorju prednosti v sodelovanju. Pozitivno so naklonjeni tudi faktorju naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti. Neopredeljeno mnenje izkazujejo pri faktorju konkretne koristi v rešitvah.

Podjetja s povečano zaposljivostjo **med 11 in 20 odstotki** so v povprečju najbolj naklonjeni faktorju, da so v podjetju deležniki naklonjeni inovacijam in faktorju naklonjenosti podjetja do tehnološke in inovacijske usmerjenosti. Ta skupina podjetij je v povprečju najmanj naklonjena faktorjem prednosti sodelovanja, konkretne koristi v rešitvah in zagotovilo kakovosti.

Podjetij, ki se jim je zaposljivost **povečala za več kot 20 odstotkov**, so najbolj nadpovprečno naklonjena faktorjema zagotavljanja človeških virov in skupnih ciljev in vzdržen dolgoročni R&R. Najbolj podpovprečno pa so ta podjetja naklonjena faktorju konkretne koristi v rešitvah. Nenaklonjena so tudi faktorju prednosti sodelovanja, medtem ko so v povprečju neodločeni pri faktorju naklonjenost deležnikov. Pri tej tipologiji slednji faktor dosega povprečje 3,1.

5.3.8 Motivacijski faktorji, povezani s prisotnostjo posebne službe v podjetju, ki je zadolžene za sodelovanje z institucijami znanja

Z vprašanjem o samostojni organiziranost službe v podjetju za sodelovanje z institucijami znanja, smo želeli analizirati, ali podjetja, ki so bila zajeta v analizo, posvečajo toliko pozornosti kvalitetnemu sodelovanju z institucijami znanja, da oblikujejo samostojne službe v podjetju. Poleg tega je bila možnost navedbe imena samostojne službe v podjetju. V tabeli 13 vidimo, da je povezanost med samostojnimi službami in faktorjema: lasten dolgoročni razvoj z domačimi institucijami znanja in faktorjem konkretne koristi v rešitvah.

Tabela 13: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in prisotnost posebne službe za sodelovanje

		test za neodvisne vzorce								
		Levenov preizkus enakosti varianc		t-test						
		F	st. značilnosti	t	stopinje prostosti	St. značilnosti. (2-stranska)	sredina razlike	Std. napaka razlike	95% interval zaupanja razlike	
								spodnji	zgornji	
Faktor 1	predpostavka enakih varianc	0,336	0,563	3,339	93,000	0,001	0,431	0,129	0,175	0,687
	predpostavka neenakih varianc			3,400	78,382	0,001	0,431	0,127	0,179	0,683
Faktor 2	predpostavka enakih varianc	0,013	0,910	-0,332	93,000	0,741	-0,039	0,117	-0,272	0,194
	predpostavka neenakih varianc			-0,322	67,106	0,748	-0,039	0,121	-0,280	0,202
Faktor 3	predpostavka enakih varianc	0,504	0,479	-2,376	93,000	0,020	-0,362	0,152	-0,664	-0,059
	predpostavka neenakih varianc			-2,316	68,131	0,024	-0,362	0,156	-0,674	-0,050
Faktor 4	predpostavka enakih varianc	6,803	0,011	1,399	93,000	0,165	0,084	0,060	-0,035	0,204
	predpostavka neenakih varianc			1,307	59,147	0,196	0,084	0,064	-0,045	0,213
Faktor 5	predpostavka enakih varianc	32,574	0,000	4,846	93,000	0,000	0,905	0,187	0,534	1,276
	predpostavka neenakih varianc			5,430	93,000	0,000	0,905	0,167	0,574	1,236
Faktor 6	predpostavka enakih varianc	0,334	0,565	-3,479	93,000	0,001	-0,705	0,203	-1,107	-0,302
	predpostavka neenakih varianc			-3,634	84,186	0,000	-0,705	0,194	-1,090	-0,319
Faktor 7	predpostavka enakih varianc	0,205	0,651	1,190	93,000	0,237	0,257	0,216	-0,172	0,685
	predpostavka neenakih varianc			1,199	75,893	0,234	0,257	0,214	-0,170	0,683
Faktor 8	predpostavka enakih varianc	0,061	0,806	0,068	93,000	0,946	0,009	0,139	-0,268	0,286
	predpostavka neenakih varianc			0,069	77,708	0,946	0,009	0,137	-0,264	0,283

Vir: lastna raziskava.

Iz raziskave lahko ugotovimo, da imajo tista podjetja z oblikovalno **samostojno službo** za sodelovanje z institucijami znanja, v povprečju bolj pozitivni odnos do faktorja, da sodelovanje privede do konkretnih koristi za rešitve v podjetjih in imajo nevtralen odnos do faktorja, da podjetje gradi lasten dolgoročni razvoj z domačimi institucijami znanja. Tista podjetja, pa ki **nimajo oblikovanih posebnih samostojnih služb**, imajo v povprečju bolj negativen odnos do obeh faktorjev.

Podjetja so navedla, da so večinoma te samostojne službe razvojni centri ali inštituti, sledijo jim sektor ali služba razvoja, v enem odstotku podjetij pa je to tudi združena služba za marketing in razvoj.

5.3.9 Motivacijski faktorji povezani z gibanjem tržnega deleža podjetja

Pri tem vprašanju je bilo možnih pet odgovorov, in sicer da se je tržni delež zmanjšal, ostal enak, povečal do 3%, povečal od 4 do 10 odstotkov in povečal za več kot 10 odstotkov. Podjetja v analizi, ki so odgovorila, da se jim je tržni delež zmanjšal, so bila samo tri, zato smo ta odgovor grupirali z ostal enak. Tako, da se je število možnih dogovorov zmanjšalo na štiri in prva možnost je odgovor zmanjšal ali ostal enak. Pri analizi povezav med tipologijo podjetij gibanje tržnega deleža in povezanosti s faktorji, lahko skladno s podatki iz tabele 14, ugotovimo povezanost s sedmimi faktorji. Ti faktorji so prednosti sodelovanja, naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti, lasten dolgoročni razvoj z domačimi institucijami znanja, konkretne koristi v rešitvah, zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev, zagotovilo kakovosti in vzdržen dolgoročni R&R.

Tabela 14: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in z gibanjem tržnega deleža

ANOVA						
	Variabilnost	Vsota kvadratov	stopnje prostosti	srednji kvadrat	Vrednost F testa	Stopnja značilnosti
Faktor 1	med skupinama	10,191	3,000	3,397	10,808	0,000
	znotraj skupine	28,603	91,000	0,314		
	skupaj	38,794	94,000			
Faktor 2	med skupinama	0,948	3,000	0,316	1,038	0,380
	znotraj skupine	27,691	91,000	0,304		
	skupaj	28,639	94,000			
Faktor 3	med skupinama	19,414	3,000	6,471	18,557	0,000
	znotraj skupine	31,734	91,000	0,349		
	skupaj	51,147	94,000			
Faktor 4	med skupinama	1,265	3,000	0,422	5,977	0,001
	znotraj skupine	6,421	91,000	0,071		
	skupaj	7,686	94,000			
Faktor 5	med skupinama	29,604	3,000	9,868	14,665	0,000
	znotraj skupine	61,234	91,000	0,673		
	skupaj	90,837	94,000			
Faktor 6	med skupinama	19,804	3,000	6,601	7,845	0,000
	znotraj skupine	76,580	91,000	0,842		
	skupaj	96,384	94,000			
Faktor 7	med skupinama	12,472	3,000	4,157	4,418	0,006
	znotraj skupine	85,633	91,000	0,941		
	skupaj	98,105	94,000			
Faktor 8	med skupinama	5,135	3,000	1,712	4,411	0,006
	znotraj skupine	35,312	91,000	0,388		
	skupaj	40,447	94,000			

Vir: lastna raziskava.

Iz raziskave lahko ugotovimo, da v tej tipologiji **vs a podjetja** izkazujejo pozitivne odnos do treh faktorjev, in sicer naklonjenost do tehnološke in inovacijske usmerjenosti, da sodelovanje zagotavlja človeške vire in skupne cilje v podjetjih in podjetja razpolagajo z dolgoročno vzdržno strategijo za R&R. Na drugi strani pa vsa podjetja v tipologiji izkazujejo v povprečju negativen odnos do faktorja, da je sodelovanje zagotovilo kakovosti proizvodov ali storitev.

Iz raziskave pa so razvidne še nekatere posebnosti, in sicer podjetij, ki se jim je **tržni delež zmanjšal ali ostal enak**, je 24%. Ta podjetja imajo v povprečju najbolj pozitivni odnos do faktorja prednosti sodelovanja v tipologiji podjetij po gibanju tržnega deleža. Prav tako so ta podjetja naklonjena faktorjem naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti in vzdržen dolgoročni R&R. Pri slednjem pa so omenjena podjetja najbolj podpovprečno pozitivno naklonjena faktorju. Tako kot vsa ostala podjetja po tipologiji gibanje tržnega deleža, izkazujejo negativno mnenje do faktorja, da je sodelovanje z institucijami znanja zagotovilo kakovosti za storitve ali proizvode podjetja. Čeprav imajo podjetja z zmanjšanim ali enakim tržnim imajo v povprečju nadpovprečno oceno, in sicer 2,8. Povprečje pa je 2,4.

Podjetja, katerim se je **tržni delež povečal za 3 odstotke**, izkazujejo v povprečju najbolj negativen odnos do faktorja, da imajo lasten dolgoročni razvoj z domačimi institucijami znanja. Omenjena podjetja izkazujejo pozitivne odnos do faktorja prednost sodelovanja in sodelovanje prinaša konkretne koristi v rešitvah za podjetje.

Podjetja iz raziskave, ki se jim je tržni **delež povečal med 4 in 10 odstotki**, izkazujejo v povprečju najbolj pozitiven odnos do faktorja, da sodelovanje z institucijami znanja privede do konkretnih koristi v obliki rešitev za podjetje. Pozitiven odnos ta podjetja izkazujejo tudi do faktorja, da lasten dolgoročni razvoj temelji z domačimi institucijami znanja in sodelovanje prinaša prednosti za podjetje.

Podjetja v tej skupini najbolj podpovprečno izkazujejo naklonjenost faktorju zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev.

Podjetja, ki se jim je **tržni delež povečal za več kot 10 odstotkov**, izkazujejo v povprečju najbolj pozitiven odnos do faktorja naklonjenost do tehnološke in inovacijske usmerjenosti, zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev in faktorja, da imajo strategijo za vzdržen dolgoročni R&R. V povprečju pa je ta skupina podjetij najbolj nenaklonjena faktorjem, da je sodelovanje zagotovilo kakovosti, da sodelovanje z institucijami znanja zagotavlja konkretne koristi v rešitvah in faktorju prednosti sodelovanja. Negativen odnos v povprečju ta podjetja izkazujejo tudi pri faktorju, da lasten dolgoročni razvoj temelji na sodelovanju z domačimi institucijami znanja. Sicer pa je pri tem faktorju v tipologiji sprememba tržnega deleža povprečje 2,98.

5.3.10 Motivacijski faktorji povezani z letom ustanovitve podjetja

Pri analizi povezav med tipologijo podjetij glede na leto ustanovitve in povezanosti s faktorji v tabeli 15 lahko ugotovimo povezanost s šestimi faktorji, in sicer prednosti sodelovanja, naklonjenost deležnikov, konkretne koristi v rešitvah, zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev in zagotovilo kakovosti ter vzdržen dolgoročni R&R.

Pri vprašanju ustanovitve podjetja so bili možni odgovori razdeljeni v osem skupin, vendar so bila pri skupini podjetij, ki so bile ustanovljene med 1986 in letom 1990, samo 3. Ta odgovor smo združili s skupino podjetij ustanovljenimi med 1991 in 2000. Skupina podjetij ustanovljena med 1966 in 1985, pa so bila združena s skupino podjetij, ustanovljenimi med 1946 in 1965. S tem smo dobili štiri razrede podjetij v analizi in sicer podjetja ustanovljena pred 1945, podjetja ustanovljena med 1946 in 1985, podjetja ustanovljena med 1986 in 2000 ter podjetja po letu 2001 do leta 2007.

Za podjetja, ki so bila **ustanovljena pred 1945 letom** izhaja iz raziskave, da so nadpovprečno ocenila faktorje, da sodelovanje prinaša prednosti, konkretne koristi v rešitvah in faktor, da podjetja razpolagajo s sredstvi za vzdržen dolgoročni razvoj in raziskave. Omenjena podjetja so kot edina v skupini v povprečju negativna do faktorja, da sodelovanje zagotavlja človeške vire in skupne cilje z institucijami znanja. Negativno mnenje izkazujejo tudi pri faktorju, da je sodelovanje zagotovilo kakovosti za storitve oziroma proizvode podjetij.

Podjetja v analizi, ki so bila ustanovljena **med letoma 1946 in 1985**, so v povprečju najbolj pozitivno opredeljena do sledečih faktorjev; sodelovanje zagotavlja prednosti za podjetje in faktor konkretne koristi v rešitvah. Omenjena skupina podjetij je v tipologiji najbolj negativno opredeljena do faktorja, da deležniki podjetja naklonjeni inovativnosti in novim tehnologijam ter produktom.

Za podjetja v raziskavi, ki so ustanovljena **med letoma 1986 in 2000**, izhaja, da so v tipologiji najbolj naklonjena faktorju, da deležniki podjetja izkazujejo naklonjenost do novih

tehnologij, proizvodov in storitvah. Izkazujejo pa negativni odnos do faktorjev konkretne koristi v rešitvah in zagotavljanje kakovosti.

Podjetja v analizi, ki so bila ustanovljena **po letu 2001**, izkazujejo najbolj pozitivni odnos do dveh faktorjev v tipologiji, in sicer do faktorja, da sodelovanje zagotavlja človeške vire in skupne cilje in faktorju, da podjetje razpolaga z vzdržno dolgoročno strategijo raziskav in razvoja. Omenjena podjetja pa so v povprečju najbolj negativno opredeljena do faktorja, da sodelovanje privede do konkretnih koristi v rešitvah in pri faktorju, da sodelovanje zagotavlja kakovost proizvodov in storitev pri kupcih.

Tabela 15: Rezultati analize variance s T testom za iskanje povezanosti med motivacijskimi faktorji in letom ustanovitve

ANOVA						
	Variabilnost	Vsota kvadratov	stopinje prostosti	srednji kvadrat	Vrednost F testa	Stopnja značilnosti
Faktor 1	med skupinama	3,450	3,000	1,150	2,961	0,036
	znotraj skupine	35,344	91,000	0,388		
	skupaj	38,794	94,000			
Faktor 2	med skupinama	5,263	3,000	1,754	6,829	0,000
	znotraj skupine	23,376	91,000	0,257		
	skupaj	28,639	94,000			
Faktor 3	med skupinama	2,056	3,000	0,685	1,270	0,289
	znotraj skupine	49,092	91,000	0,539		
	skupaj	51,147	94,000			
Faktor 4	med skupinama	0,336	3,000	0,112	1,386	0,252
	znotraj skupine	7,350	91,000	0,081		
	skupaj	7,686	94,000			
Faktor 5	med skupinama	35,343	3,000	11,781	19,319	0,000
	znotraj skupine	55,494	91,000	0,610		
	skupaj	90,837	94,000			
Faktor 6	med skupinama	18,506	3,000	6,169	7,208	0,000
	znotraj skupine	77,878	91,000	0,856		
	skupaj	96,384	94,000			
Faktor 7	med skupinama	12,166	3,000	4,055	4,294	0,007
	znotraj skupine	85,939	91,000	0,944		
	skupaj	98,105	94,000			
Faktor 8	med skupinama	3,741	3,000	1,247	3,092	0,031
	znotraj skupine	36,706	91,000	0,403		
	skupaj	40,447	94,000			

Vir: lastna raziskava.

Vsa podjetja po tipologiji ustanovitve so v povprečju negativno ocenila faktor, da je to sodelovanje zagotovilo kakovosti za izdelke ali storitve. Vsa podjetja po tej tipologija so v povprečju pozitivno ocenila faktor, da razpolagajo z vzdržno dolgoročno strategijo raziskav in razvoja.

5.4 POVZETEK KLJUČNIH UGOTOVITEV RAZISKAVE

Namen poglavja je odkriti pomembne motivacijske faktorje v povezavi s tipologijo podjetja. Pri posameznem faktorju je bila najprej ugotovljena prisotnost povezanosti posameznega faktorja znotraj posamezne kategorije neodvisne spremenljivke. Z namenom ugotavljanja značilnosti podjetij, ki so povezane s posameznim faktorjem, pa je bila opravljena tudi

razvrstitev teh značilnosti po posameznem faktorju. Na koncu pa še povezanost posameznih faktorjev med seboj.

5.4.1 Ugotovitve tipologije podjetja, ki so bolj ali manj naklonjena sodelovanju

Podjetja, ki so bila zajeta v raziskavo, in so v povprečju najbolj naklonjena sodelovanju z akademsko sfero, so podjetja:

- z več kot 250 zaposlenimi,
- prihodkom med 2.000.001 EUR do 7.300.000 EUR,
- z vložkom v R&R med 3,1 in 5 odstotki od prihodkov,
- s povečanim deležem zaposlenih med 1 in 10 odstotki glede na prejšnje leto,
- z enakim ali manjšim tržnim deležem glede na prejšnje leto,
- ustanovljena med leti 1946 in 1985,
- z od 3 do 8 projekti sodelovanja na letni ravni.

Podjetja iz raziskave, ki so najmanj naklonjena sodelovanju z akademsko sfero, so podjetja:

- z dejavnostjo, slonečo na paleti inovativnih izdelkov ali storitev,
- z od 10 do 50 zaposlenimi,
- s čistimi prihodki od prodaje pod 2.000.000 EUR,
- vlaganji v R&R več kot 5 odstotki od prihodkov,
- povečanim deležem zaposlenih med 11 in 20 odstotki,
- s povečanim tržnim deležem za več kot 10 odstotkov in
- ustanovljena med leti 1986 in 2000,
- z več kot 8 projekti sodelovanja na letni ravni.

5.4.2 Ugotovitve tipologije podjetja z bolj in manj naklonjenimi deležniki za inovacije in nove tehnologije

Podjetja iz raziskave, ki imajo v povprečju najbolj naklonjene deležnike do inovativnih produktov in tehnologij, so:

- podjetja z od 10 do 50 zaposlenih,
- podjetja z manj kot 2.000.000 EUR čistih prihodkov od prodaje,
- podjetja s povečanim številom zaposlenih za od 11 do 20 odstotkov glede na prejšnje leto,
- podjetja ustanovljena med leti 1986 in 2000,
- z več kot 8 projekti sodelovanja na letni ravni.

Podjetja z negativnim odnosom do faktorja 2 oziroma podjetja z nenaklonjenimi deležniki za inovativne proizvode in tehnologije so podjetja:

- z do 9 zaposlenimi,
- z več kot 29.200.001 EUR čistimi prihodki od prodaje,
- z zmanjšanim številom zaposlenih,
- ustanovljena med 1946 in 1985,
- z od 3 do 8 projekti sodelovanja na letni ravni.

5.4.3 Ugotovitve tipologije podjetja, v katerih je največja in najmanjša naklonjenost do tehnološke in inovacijske usmerjenosti v podjetju

Podjetja z največjo povprečno naklonjenostjo do tehnološke in inovacijske usmerjenosti v podjetju so podjetja:

- katerih dejavnost sloni na paleti inovativnih izdelkov ali storitev,
- od 10 do 50 zaposlenih,
- do 2.000.000 EUR čistih prihodkov od prodaje,
- z več kot 5 odstotki vložka v R&R,
- s povečanim odstotkom zaposlenih med 11 in 20 odstotkov glede na prejšnje leto,
- s povečanjem tržnega deleža za več kot 10 odstotkov.

Podjetij zajetih v analizo, ki bi imela nevtralni ali negativni odnos do tega faktorja ni.

V raziskavi so opaženi trendi, da se naklonjenost temu faktorju povečuje z manjšanjem čistih prihodkov od prodaje, večanjem deleža v R&R, večanjem odstotka povečanja zaposlenih glede na prejšnje leto in večanjem tržnega deleža.

5.4.4 Ugotovitve tipologije podjetja glede na manjšo ali večjo naklonjenost lastnemu dolgoročnemu razvoju z domačimi institucijami znanja

Podjetja z največjo povprečno naklonjenostjo do faktorja, da lasten dolgoročni razvoj v podjetju vidijo z domačimi institucijami znanja, so podjetja:

- z od 50 do 250 zaposlenimi.

Podjetja, zajeta v analizo, ki so nadpovprečno mnenja, da lasten dolgoročni razvoj v povprečju slabše uresničujejo z domačimi institucijami znanja, so podjetja z do 9 zaposlenimi, s povečanim tržnim deležem do 3 odstotke.

5.4.5 Ugotovitve tipologije podjetja glede na strinjanje s faktorjem glede konkretnih koristi v rešitvah na podlagi sodelovanja

Podjetja, zajeta v analizo, ki nadpovprečno vidijo v sodelovanju z institucijami znanja možnosti za konkretne koristi v rešitvah, so podjetja, ki:

- so proizvodna,
- imajo od 50 do 250 zaposlenih,
- imajo čiste prihodke od prodaje med 7.300.001 EUR in 29.200.000 EUR,
- vlagajo od 1 do 3 odstotke v R&R,
- jim je število zaposlenih ostalo nespremenjeno glede na leto prej,
- se jim je tržni delež povečal med 4 in 10 odstotki,
- ustanovljena pred letom 1945,
- z od 3 do 8 projekti sodelovanja na letni ravni.

Podjetja, ki imajo v povprečju izrazito negativne odnos do tega faktorja so podjetja:

- drugih ne informacijskih storitvenih dejavnosti,
- s paleto izdelkov in storitev,
- od 10 do 50 zaposlenih,
- do 2.000.000 EUR,
- z vložkom več kot 5 odstotkov v R&R,
- z več kot 20-odstotnim povečanjem števila zaposlenih,
- s tržnim deležem večjim kot 10 odstotkov glede na prejšnje leto,
- ustanovljenimi med leti 2001 in 2007,
- z več kot 8 projekti sodelovanja na letni ravni.

Pri tem faktorju je iz analize opazen trend padanja naklonjenosti faktorju konkretne koristi v rešitvah z večanjem odstotka zaposlenih glede na prejšnje leto.

5.4.6 Ugotovitve tipologije podjetja glede na odnos do faktorja zagotavljanja človeških virov in skupnih ciljev sodelovanja

Podjetja, zajeta v analizo , ki nadpovprečno zagovarjajo faktor, da sodelovanje z institucijami znanja zagotavlja podjetjem človeške vire in skupne cilje z institucijami znanja so podjetja:

- z dejavnostjo, temelječo na paleti inovativnih izdelkov,
- z od 10 do 50 zaposlenih,
- z do 2.000.000 EUR čistih prihodkov od prodaje,
- ki vlagajo več kot 5 odstotkov v R&R,
- ki se jim je število zaposlenih povečalo za več kot 20 odstotkov glede na prejšnje leto,
- ki se jim je tržni delež povečal za več kot 10 odstotkov glede na prejšnje leto,
- ki so bila ustanovljena med letoma 2001 in 2007,
- ki imajo več kot 8 projektov sodelovanja na letni ravni.

Podjetja, ki imajo negativni odnos do tega faktorja so podjetja.

- z od 50 do 250 zaposlenimi.

Pri tem faktorju je opazen trend večanja naklonjenost faktorju z večanjem vlaganj v R&R.

5.4.7 Ugotovitve tipologije podjetij glede na odnos do sodelovanja kot zagotovilo kakovosti

Podjetij, ki bi v povprečju imela pozitivni odnos do faktorja ni.

Podjetja, ki se v povprečju najmanj strinjajo s faktorjem, pa so podjetja:

- z od 10 do 50 zaposlenimi,
- so 2.000.000 EUR čistih prihodkov od prodaje,
- več kot 5 odstotki vlaganj v R&R,
- s povečanjem zaposlenih od 11 do 20 odstotkov,
- s povečanim tržnim deležem za več kot 10 odstotkov

- ustanovljena po letu 2001.

5.4.8 Ugotovitve tipologije podjetij v odnosu do vzdržnega dolgoročnega načrta R&R v podjetju

Podjetja, ki v povprečju podpirajo faktor, da imajo vzdržen dolgoročni načrt za raziskave in razvoj, so podjetja z:

- paleto inovativnih proizvodov ali storitev,
- 50 do 250 zaposlenimi,
- več kot 20-odstotnim povečanjem zaposlenih,
- več kot 10-odstotnim povečanjem tržnega deleža,
- leto ustanovitve med 2001 in 2007,
- število projektov sodelovanja več kot 8 na letni ravni.

Podjetij z negativnim odnosom do tega faktorja v raziskavi ni.

5.4.9 Korelacijska matrika faktorjev

Iz korelacijske matrike (Priloga 3) je razvidna šibka povezanost med faktorji, za katere lahko trdimo, da je povezanost statistično značilna. Najvišja vrednost povezave je 0,519 in to samo v enem primeru.

Iz matrike so razvidne naslednje povezanosti kot sledi:

Podjetja, ki so naklonjena sodelovanju bolj:

- vidijo koristi v rešitvah izzivov v podjetju
- sodelovanje vidijo kot zagotovilo kakovosti njihovih izdelkov ter storitev pri kupcih,
- imajo negativno korelacijo pri faktorju, da to sodelovanje zagotavlja človeške vire in skupne cilje pri raziskavah.

Podjetja, ki imajo deležnike naklonjene vlaganjem v inovacije in nove tehnologije so bolj:

- naklonjena tehnološki in inovacijski usmerjenosti v podjetju,
- vidijo lasten dolgoročni razvoj z domačimi institucijami znanja,
- so nenaklonjena, da sodelovanje zagotavlja konkretne koristi v rešitvah za podjetje in
- so nenaklonjena faktorju, da je sodelovanje zagotovilo kakovosti za proizvode in storitve v očeh kupcev.

Podjetja, ki so bolj naklonjena tehnološki in inovacijski usmerjenosti bolj:

- niso mišljenja, da sodelovanje privede do konkretnih koristi v obliki rešitev za podjetje,
- niso naklonjena faktorju, da je sodelovanje zagotovilo kakovosti za storitve in proizvode podjetja,
- so mnenja, da sodelovanje zagotavlja človeške vire in skupne cilje pri raziskavah,
- so menja, da v podjetju razpolagajo z vzdržnim dolgoročnim načrtom raziskav in razvoja v podjetju.

Podjetja, ki so bolj naklonjena mnenju, da sodelovanje privede do konkretnih koristi v obliki rešitev za podjetja:

- imajo negativno korelacijo pri faktorju, da je sodelovanje zagotovilo kakovosti za izdelke in storitve podjetja,
- imajo negativno korelacijo pri faktorju, da sodelovanje zagotavlja človeške vire in skupne cilje.

Podjetja, ki so naklonjena faktorju, da je sodelovanje zagotovilo človeških virov in skupnih ciljev, imajo negativen odnos do faktorja, da je sodelovanje zagotovilo kakovosti proizvodov in storitev v očeh kupcev.

5.5 UGOTOVITVE RAZISKAVE GLEDE NA HIPOTEZE OZIROMA PREDVIDEVANJA

V uvodnem poglavju smo na podlagi pregledane svetovne in domače literature ter po pregledu že opravljenih analiz podali hipoteze oziroma predvidevanja, ki jih v pričujočem poglavju povzemamo. Pri tem pa tudi prikazujemo ali lahko hipoteze oziroma predvidevanja zavrremo in rezultate tudi komentiramo.

Tabela 16: Prikaz primerjave hipotez oziroma predvidevanj in rezultatov analize

Hipoteza oziroma predvidevanj	Rezultat iz analize
V Sloveniji obstajajo statistično značilne stične točke med gospodarsko in akademsko sfero, ki jih je možno analizirati in opredeliti kot motivacijske faktorje sodelovanja.	Potrjena. V raziskavi smo opredelili 8 motivacijskih faktorjev.
Pri velikih podjetjih in začetnih mikro novih podjetjih, večja želja po sodelovanju z institucijami znanja.	Potrjena. Mikro in velika podjetja imajo naklonjene deležnike do inovacij, strinjajo se, da sodelovanje prinese konkretne koristi.
Podjetja, so bolj kot vlagajo sredstva v raziskave in razvoj, bolj so zadovoljna s sodelovanjem in imajo več skupnih raziskav kot druga podjetja.	Zavrjena. Nasprotno bolj kot sodelujejo, manj so zadovoljna.
Univerzitetni inkubatorji so za Slovenijo najprimernejši inštrument in trajnostni pospeševalnik sodelovanja med gospodarsko in akademsko sfero.	Potrjena.
Bolj uspešna podjetja po tržnem deležu in letnem porastu števila zaposlenih znajo bolje izkoristiti sodelovanje z institucijami znanja.	Delno potrjena.
Podjetja, ki imajo večji tržni delež, so bolj naklonjena sodelovanju z institucijami znanja in znajo iztržiti konkretne koristi pri tem sodelovanju.	Potrjena. Vsa podjetja s povečanim tržnim deležem so naklonjena sodelovanju in vidijo skupne cilje med obema sferama. Posebej podjetja s povečanim tržnim deležem med 4 in 10 odstotki. Podjetja s povečanim tržnim deležem nad 10 odstotkov pa imajo že nekoliko negativno stališče do nekaterih faktorjev, ki vplivajo na potrditev predvidevanja. Sklepamo lahko, da ta podjetja gojijo večja pričakovanja do institucij znanja, zato so tudi bolj kritična.
V podjetjih, kjer imajo ustanovljeno posebno službo za sodelovanje z institucijami znanja, so bolj uspešni pri sodelovanju z institucijami znanja in imajo konkretne koristi od sodelovanja.	Potrjena. Pozitiven odnos do faktorja, da sodelovanje privede do konkretnih koristi v obliki rešitev za podjetje.
Poglavitni motivacijski faktor podjetij, ki sodelujejo z institucijami znanja, je zagotovitev kadrov institucij znanja.	Delno potrjena. Podjetja med 50 in 250 zaposlenimi izkazujejo nenaklonjenost faktorju. Opazen je trend večanja naklonjenosti z večjim vložkom v raziskave in razvoj.

Se nadaljuje

Tabela 16: Nadaljevanje

Med podjetji in institucijami znanja niso prisotni enaki cilji pri sodelovanju.	Potrjeno. Prav vsa podjetja se strinjajo s tem faktorjem.
Podjetja z višjimi prihodki so bolj nagnjena sodelovanju z institucijami znanja in tudi bolje ocenjujejo sodelovanje z institucijami znanja.	Delno potrjeno. Lahko potrdimo samo za srednje visoke dohodke, medtem ko podjetja v najvišjem razredu po čistih prihodkih od prodaje izkazujejo nestrinjanje s faktorjem oz. predvidevanjem.
Podjetja s pozitivnim odnosom deležnikov do inovacij bolje ocenjujejo koristi sodelovanja z institucijami znanja in so tudi bolj inovacijsko usmerjena.	Delno potrjeno. Obstaja povezanost med pozitivnim odnosom deležnikov do inovacij in bolj inovacijsko usmerjenostjo. Tista podjetja, ki pa imajo bolj naklonjene deležnike do inovacij, bolj negativno ocenjujejo konkretnost rešitev strani akademske sfere.
Podjetja, ki sodelujejo z institucijami znanja, menijo, da so to odraža v očeh kupcev kot zagotovilo kakovosti.	Zavrnjeno. Vsa anketirana podjetja v povprečju zavračajo to predvidevanje.
Podjetja, ki imajo lasten dolgoročni razvoj imajo manj intenziven odnos sodelovanja z institucijami znanja, saj imajo lastne vire znanja v podjetju.	Ne moremo sklepati, ker se statistično značilne povezanosti ni pokazalo.
Podjetja, v katerih so bolj naklonjeni do novih tehnologij in inovacij, bolj intenzivno sodelujejo z institucijami znanja in več sredstev namenjajo v raziskave in razvoj.	Potrjeno. Podjetja, ki vlagajo več kot 5 odstotkov v R&R, so najbolj nadpovprečno naklonjena do tehnološke in inovacijske dejavnosti v podjetju. Podjetja z več kot 8 projekti na letni ravni imajo deležnike bolj naklonjene inovacijam in novim produktom. V raziskavi se je pokazala pozitivna povezanost z večanjem naklonjenosti do novih tehnologij: <ul style="list-style-type: none"> - z večanjem deleža v R&R, - večanjem povečanja zaposlenih na letni ravni, - z večanjem tržnega deleža. Na drugi strani pa bolj, kot so podjetja naklonjena do novih tehnologij, manjši je njihov čisti prihodek od prodaje.
Podjetja v Sloveniji namenijo razmeroma majhen del izdatkov za R&R za plačilo zunanjih storitev, kar pomeni, da je prisotnost odprtega modela inovacij v slovenskih razvojnih podjetjih razmeroma skromna.	Potrjeno. V povprečju največ podjetij meni, da lahko z lastnimi viri zagotavlja dolgoročni razvoj. Prav tako se v povprečju niso strinjali s trditvijo, da pri sodelovanju potrebujejo zunanje svetovalce.

Vir: lastna raziskava.

Kot je razvidno iz tabele 16, je raziskava potrdila poglobljeno predvidevanje oziroma hipotezo, da obstajajo statistično značilne stične točke med gospodarsko in akademsko sfero, ki jih je možno analizirati in opredeliti kot motivacijske faktorje sodelovanja. V raziskavi smo s pomočjo faktorske analize identificirali 8 faktorjev oziroma prej omenjenih stičnih točk, ki jih

lahko opredelimo kot motivacijske faktorje sodelovanja gospodarske sfere z akademsko sfero. Ti faktorji so:

1. **Naklonjenost sodelovanju.** Podjetja so v povprečju naklonjena sodelovanju z akademsko sfero in menijo, da je to pozitivno za njihovo podjetje, saj sodelovanje pogosto privede do inovacij, zagotavlja konkurenčne prednosti. Podjetja so naklonjena tudi novim metodam povezovanja. Torej podjetja ni potrebno posebej motivirati za samo sodelovanje, ampak jim je potrebno ponuditi pravi način sodelovanja, ki bo privedel do inovacij.
2. **Naklonjenost deležnikov.** V podjetju in v okolju podjetij, ki sodelujejo z institucijami znanja, obstaja podpora za prizadevanja podjetja po inovativnih produktih in prizadevanj po doseganju inovativnosti. Na podlagi raziskave lahko trdimo, da podjetja trdijo, da od njih to deležniki pričakujejo, zato je to lahko pomemben motivacijski faktor sodelovanja. Posebej to velja pri družbeno odgovornih podjetjih in v podjetjih, ki želijo navzven krepiti pozitivno podobo podjetja.
3. **Naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti.** Podjetja, ki sodelujejo z institucijami znanja menijo, da s tem sodelovanjem dobijo dostop do najbolj naprednih tehnologij. Akterji akademske sfere, ki bi želeli dodatno motivirati podjetja k sodelovanju, morajo zagotavljati ta dostop in tudi sami težiti k raziskovalni oziroma tehnološki odličnosti.
4. **Lasten dolgoročni razvoj z domačimi institucijami znanja.** Podjetja, ki sodelujejo z institucijami znanja, menijo, da imajo znotraj podjetja ljudi, ki znajo oceniti potencial znanstvenikov in predstavljajo vez z institucijami znanja. To na prvi pogled predstavlja pozitivno informacijo, posebej v povezavi z dejstvom, da taka podjetja bolj pogosto investirajo v razvoj kot v nakup opreme ali licence ter se v podjetju ne osredotočajo na reševanje kratkoročnih težav. Po drugi plati to predstavlja potrditev ugotovitev prejšnjih raziskav, da je za raziskovalno-razvojno in inovativno dejavnost slovenskih industrijskih, po naši raziskavi tudi drugih storitvenih podjetij, značilno, da jih velik del inovativni dejavnosti ne namenja potrebne pozornosti. V številnih primerih inovativna dejavnost usmerjena predvsem k izboljšavam obstoječih proizvodov (nov dizajn), zaradi česar se struktura produktov in storitev le počasi spreminja. Obstoječa podjetja namenijo razmeroma majhen del izdatkov za raziskave in razvoj za plačilo zunanjih storitev, kar pomeni, da je vključenost zunanjih nosilcev znanja v inovacijske procese slovenskih podjetij (odprti model inovacij) razmeroma majhen (Prašnikar et al., 2004, str. 31). Motiviranje takih podjetij za sodelovanje je lahko problematično. V ta del bo morala poseči vlada z ukrepi za odpiranje podjetij navzven. V Sloveniji pa obstajajo tudi izjeme, kot je recimo podjetje Trimo Trebnje d.d., ki je v medijih izjavilo, »da je znanje edina dobrina, da bolj, kot jo deliš, več je imaš« (Faganelj, 2008).
5. **Konkretne koristi v rešitvah.** Podobno, kot je bilo že nakazano v prejšnjih faktorjih motivacije, se podjetja lahko motivira za sodelovanje samo v primeru, da imajo od sodelovanja zelo konkretne rešitve in inovacije ali nove informacije, tehnologije, zato je potreben tudi premik v institucijah znanja, saj trenutno očitno temu ne zadostujejo. Rešitev pa se kaže, ko se poskuša dokazati v tem delu, da se vzpostavi specializirana

orodja, kot so univerzitetni inkubatorji. Motivacijski dejavnik za podjetja je tudi ta, da podjetja sodelujejo, ker je cenej sodelovati z institucijami znanja, kot razvijati lastne raziskovalne potencialne.

6. **Zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev.** Na podlagi raziskave bi lahko trdili, da je to poglavitno pričakovanje, ki jih imajo podjetja od institucij znanja oziroma univerz ali fakultet. Motivacija za sodelovanje predstavlja torej pridobitev podjetij visoko izobraženega in uporabnega kadra ter na drugi strani pričakovanja po enotnih ciljih med obema sodelujočima. Vsa podjetja namreč v raziskavi, neglede na tipologijo podjetja, menijo, da med akademsko sfero in gospodarsko sfero obstaja velik razkorak v ciljih poslovanja.
7. **Zagotovitev kakovosti.** V nasprotju s pričakovanji se ta motivacijski faktor ni izkazal kot pomemben. Nasprotno, prav nobena tipologija podjetja temu faktorju ne namenja pozitivnega menja. Pri motiviranju podjetij za sodelovanje z institucijami znanja, ni motivacijski dejavnik zagotovilo kakovosti proizvoda ali storitve. Po mnenju podjetij tega kupci ne zaznavajo.
8. **Vzdržen dolgoročni načrt raziskav in razvoja.** Motiv za sodelovanje z institucijami znanja predstavlja za podjetja zagotavljanje cenejšega načrta raziskav in razvoja. Torej kljub temu, da podjetja v povprečju menijo, da razpolagajo s primernimi sredstvi za izpolnjevanje načrta, je lahko motivacijski faktor, da bo načrt uresničen prej in ceneje kot brez sodelovanja.

Predvidevanje, da so univerzitetni inkubatorji za Slovenijo najprimernejši inštrument in trajnostni pospeševalnik sodelovanja med akademsko sfero in gospodarstvom, je bilo v nalogi potrjeno z analizo evolucije inkubatorjev in tehnoloških parkov v poglavju 3.2.3. Bolj kot v raziskovalnem delu naloge je bilo v prvem delu prikazana evolucija in potreba po oblikovanju instrumentov na strani institucija znanja, ki bi omogočale bolj učinkovito sodelovanje z gospodarstvom. Predvsem v razvojni možnosti hibridizacije in razširjanja delovanja še na druga področja kot je opravljanje funkcije pisarne za prenos tehnologij ter drugih možnosti, ki jih v poglavju 3.3.1 predstavljamo kot dobre prakse delovanja na ravni EU. Dejstvo je, da so za razliko prakse v tujini, kjer so praviloma institucije znanja v lastniški strukturi tehnoloških parkov, v Sloveniji te institucije v lastniški strukturi univerzitetnih inkubatorjev. S tem univerzitetni inkubatorji predstavljajo edino orodje, ki jih imajo institucije znanja, da bi lahko pospešile to sodelovanje. Poleg tega je potrebno narediti neke vrste slovensko evolucijo in različico univerzitetnih inkubatorjev, ki bodo prilagojene našim slovenskim potrebam. To potrjujejo ugotovitve tudi Kerta, in sicer pravi, da je skoraj nemogoče v naprej določiti in izbrati najboljšo strategijo, ker se bo prava strategija pokazala šele, ko bo trg opravil svojo selekcijo. Najbolje je zagotoviti soodvisnost mehanizmov in sistema institucij, po katerih institucije in organizacije sodelujejo. Namreč vsaka država ima svojo strukturo institucij za sodelovanje s podjetji, ki se razlikujejo glede na vlogo, organiziranost in probleme, ki jih rešujejo in količino podpore, ki jo zagotavljajo podjetjem ter glede na javno oziroma zasebno financiranje. Te nacionalne značilnosti raziskovalno-razvojnih sistemov vplivajo na stopnjo vključenosti znanosti in tehnologije v industrijske dejavnosti in na stopnjo inoviranja v državi (Kert, 1999). Evolucija inkubatorjev skozi zgodovino, ki je bila prikazana v 2. poglavju, kaže tudi na potrebo po stalnem prilagajanju podpornega okolja in zagotovitvi novega preskoka v

smeri združevanja storitev na ravni prenosa znanj iz akademske sfere v gospodarstvo ter pospeševanju podjetništva. Dobre prakse delovanja univerzitetnih inkubatorjev, ki jih je predstavila v študiji evropska komisija, kaže na to, da je potrebno v inkubator integrirati oziroma združiti tudi druge storitve, in sicer pisarno za transfer tehnologij, svetovane za uspešno poslovanje nudenje poslovnih prostorov, finančne vzpodbude za podjetja v inkubatorju in drugo. S tem zagotovimo kritično maso znanj in usposobljenosti za kvalitativni preskok v poslanstvu univerzitetnih inkubatorjev.

Glavni cilj delovanja inkubatorjev je ustavljanje novih podjetij in novih delovnih mest ter s tem zagotavljanje regionalni razvoj. V okviru Benchmarking analize je bila izdelana metodologija za izračun neposrednih zaposlitvenih učinkov delovanja inkubatorjev, ki upoštevajo podatke, pridobljene v okviru različnih analiz posameznih držav članic, projekcijo rezultatov na EU raven in upoštevanje korekcijskega faktorja propada podjetij v inkubatorjih. Po tej metodologiji lahko ugotovimo, da v povprečju na ravni EU letno zapusti inkubator 6,6 podjetij. Vsako od teh podjetij v enem letu ustvari 6,2 novih delovnih mest. Slednje lahko projiciramo na oceno števila inkubatorjev v EU, ki je 840 inkubatorjev, kar pomeni, da inkubatorji letno ustvarijo 34,356 neposrednih novih delovnih mest. Pri tem moramo upoštevati, da je v EU v inkubatorjih v povprečju stopnja propada 15,8%, kar pomeni, da inkubatorji dejansko ustvarijo 28,928 neposrednih novih delovnih mest. Pomemben podatek, ki govori o inkubatorju kot pomembnem dejavniku razvoja območja, je v tem, da je 76,1% novih delovnih mest ustvarjenih na istem območju, kot je območje delovanja inkubatorjev. Natančnejši prikaz podatkov je razviden v tabeli 1 (Evropska komisija, 2002).

Študija kaže pozitivne učinke »cost benefit« analize investicije javnega denarja v nova delovna mesta. V kolikor obravnavamo investicijo v delovanje in vzpostavitev inkubatorja ter primerjamo ta stroške z drugimi ukrepi politik za vzpostavitev novih delovnih mest, ugotavljamo, da je strošek vzpostavitve novega delovnega mesta v inkubatorjih za državo 4,383 EUR na delovno mesto. V primerjavi z drugimi ukrepi je to najcenejši način odpiranja novih delovnih mest z javnim denarjem. Pri analizi niso upoštevani še drugi prihodki iz naslova davkov, ki jih od inkubiranega podjetja pobere država. V kolikor bi upoštevali še davčne in druge učinke bi bil strošek na vzpostavljeno novo delovno mesto še manjši (Evropska komisija, 2002).

Med ostalimi predvidevanji, ki smo jih predstavili, pa so nekatere potrditve oziroma zavrnitve predvidevanj presenetljive. Med presenetljive lahko uvrstimo ugotovitev, da podjetja, ki bolj vlagajo v raziskave in razvoj, niso bolj zadovoljna s sodelovanjem. Podjetja, ki bolj sodelujejo in bolj vlagajo v raziskave in razvoj, so manj zadovoljna s sodelovanjem. To lahko pojasnimo s tem, da imajo podjetja, ki veliko vlagajo v raziskave tudi na drugi strani velika pričakovanja, ki pa institucij znanja niso vedno upravičena in določen delež raziskav ni uporaben.

Najbolj presenetljiv rezultat pri predvidevanju je zavrnitev predvidevanja, da sodelovanje z institucijami znanja odraža v očeh kupcev kot zagotovilo kakovosti. V literaturi se namreč izpostavlja, da sodelovanje prispeva tudi h pozitivni in k kvaliteti usmerjeni podobi podjetja med deležniki oziroma kupci. V naši raziskavi pa temu ni tako, zato lahko sklepamo, da so za to posebni razlogi, ki bi jih bilo potrebno raziskati v posebni raziskavi.

Potrjeno je bilo tudi predvidevanje glede skromne prisotnosti odprtega modela inovacij v slovenskih podjetjih, ki sodelujejo z institucijami znanja. To pomeni, da je v slovenskih

podjetij še veliko rezerve pri sodelovanju z akademsko sfero in predvsem v dvigu kvalitete storitev oziroma dvigu dodane vrednosti v proizvodih in storitvah. Po izkušnjah avtorja je nepripravljenost do odprtja podjetij in posledično nepripravljenost po delitvi znanj z drugimi podjetij in predvsem institucijami znanja, poglavitni razlog za neuspešne poskuse grozdenja in uvajanja skupnih raziskav v Sloveniji. Na tem področju bo potrebno ukrepanje odločevalcev politik.

6 SKLEPNE UGOTOVITVE

V zaključnem poglavju dela bodo predstavljeni ključni prispevki magistrskega dela. Predvsem bo izpostavljen teoretični in metodološki prispevek ter doprinos za odločevalce in institucije znanja, ki želijo sodelovati z gospodarsko sfero. Poglavje bo zaključeno z omejitvami, povezanimi z nastankom pričujočega magistrskega dela in odprl vprašanja za morebitne teme za prihodnje raziskave.

6.1 PRISPEVKI RAZISKAVE

V prvem delu magistrskega dela sem se osredotočil na pomen podjetništva za razvoj na znanju temelječe družbe oziroma na znanju temelječega gospodarstva. Na podlagi umestitve podjetnika in podjetništva v ekonomski teoriji in na podlagi opredelitve Tajnikarjeve in Vahčičeve opredelitve dinamičnega podjetnika ter pomena podjetništva za prenos in Antončičevega pomena podjetništva za komercializacijo raziskav, sem skušal opredeliti pojem dinamičnega, na znanju temelječega podjetništva. Le to nas lahko privede do kvalitativnejše družbe, družbe, ki bo temeljila na znanju. Pri tem smo prikazali tudi pomembno vlogo države oziroma odločevalcev ekonomske, fiskalne in politike pospeševanja podjetništva. Prikazan je bil tudi pomen decentralizacije izvajanja politik, kar bo posebej pomembno pri regionalizaciji Slovenije. V tretjem poglavju je bil prikazan pomen prenosa znanja za razvoj na znanju temelječega dinamičnega podjetništva. Pri tem imajo poglobljeno vlogo univerze in druge institucije znanja.

Na vzpostavitev ali izboljšanje mehanizmov za prenos znanja vpliva temu naklonjeno okolje, predvsem temu prenosu naravnane politike, podporno okolje in aktivnosti za spodbujanje tega prenosa. Kvaliteta strategij za prenos znanja je odvisna od kvalitete in delovanja mehanizmov, ki so vzpostavljeni ter kakšna podpora in delovanje v praksi je vzpostavljeno.

Tako kot za uspeh prenovljene lizbonske strategije, ki v poročilu navaja, da »za rast in delovna mesta mora prenovljena strategija temeljiti na dveh trdnih temeljih. Prvi je partnerstvo zasnovano tako, da zagotovi pravi občutek zavezanosti strategiji na vseh ravneh v Evropi«, mora tudi na nacionalni ravni strategija temeljiti na zavezi o doslednem upoštevanju in vztrajanju pri zastavljenih ukrepih (Evropska komisija, 2006).

Začetni impulz države pri spodbujanju določenih politik mora biti dovolj močan, da zagotovi kritično maso sprememb, ki povzroči daljši cikel avtonomnega obnavljanja proizvodnje v večjem obsegu, kar zagotavlja tudi zmanjšanje oziroma odpravo potrebe po stalnem dovajanju državne pomoči (Glas, 2003). Stalno prilagajanje mora biti prisotno tudi pri podpornem sistemu, zato je pomembno izpostaviti potrebo po preoblikovanju oziroma premisliti umestitev univerzitetnih inkubatorjev v podporni sistem za podjetništvo. Le-ti so edino orodje v lasti univerz, ki bi jih bilo potrebno z bolj učinkovito podporo vladnih politik, spodbujanjem univerz za komercializacijo ter motiviranjem gospodarstva za sodelovanje z univerzami preko univerzitetnih inkubatorjev, bolje usposobiti za vlogo posrednika in trajnega pospeševalca sodelovanja. To so posredno potrdile tudi druge raziskave, ki so bile prikazane v okviru analize podpornega sistema za razvoj na znanju temelječega podjetništva.

V empiričnem delu dela so se glavne hipoteze oziroma predvidevanja potrdila. Na podlagi teoretičnega poglobljanja znanja s področja povezovanja gospodarske sfere z akademsko, je bil oblikovan konceptualni model in so bile operacionalizirane teoretične spremenljivke. Empirična preverba, ki je bila opravljena v 5. poglavju, je pokazala, da v Sloveniji obstajajo motivacijski faktorji sodelovanja gospodarske sfere in gospodarstva. Te lahko opredelimo z naslednjimi 8 faktorji:

1. **Naklonjenost sodelovanju.** Podjetja so v povprečju naklonjena sodelovanju z akademsko sfero in menijo, da je to pozitivno za njihovo podjetje, saj sodelovanje pogosto privede do inovacij, zagotavlja konkurenčne prednosti. Podjetja so naklonjena tudi novim metodam povezovanja. Torej podjetja ni potrebno posebej motivirati za samo sodelovanje, ampak jim je potrebno ponuditi pravi način sodelovanja, ki bo privedel do inovacij.
2. **Naklonjenost deležnikov.** V podjetju in v okolju podjetij, ki sodelujejo z institucijami znanja, obstaja podpora za prizadevanja podjetja po inovativnih produktih in prizadevanj po doseganju inovativnosti. Na podlagi raziskave lahko trdimo, da podjetja čutijo, da od njih to deležniki pričakujejo, zato je to lahko pomemben motivacijski faktor sodelovanja. Posebej velja to pri družbeno odgovornih podjetjih in v podjetjih, ki želijo navzven krepiti pozitivno podobo podjetja.
3. **Naklonjenost podjetij do tehnološke in inovacijske usmerjenosti.** Podjetja, ki sodelujejo z institucijami znanja, menijo, da s tem sodelovanjem dobijo dostop do najbolj naprednih tehnologij. Akterji akademske sfere, ki bi želeli dodatno motivirati podjetja k sodelovanju, morajo zagotavljati ta dostop in tudi sama težiti k raziskovalni oziroma tehnološki odličnosti.
4. **Lasten dolgoročni razvoj z domačimi institucijami znanja.** Podjetja, ki sodelujejo z institucijami znanja, menijo, da imajo znotraj podjetja ljudi, ki znajo oceniti potenciala znanstvenikov in predstavljajo vez z institucijami znanja. To na prvi pogled predstavlja pozitivno informacijo, posebej v povezavi z dejstvom, da taka podjetja bolj pogosto investirajo v razvoj kot v nakup opreme ali licence ter se v podjetju ne osredotočajo na reševanje kratkoročnih težav. Po drugi plati pa to predstavlja potrditev ugotovitev prejšnjih raziskav, da je za raziskovalno-razvojno in inovativno dejavnost slovenskih industrijskih, po naši raziskavi tudi drugih storitvenih podjetij značilno, da jih velik del inovativni dejavnosti ne namenja potrebne pozornosti. V številnih primerih inovativna dejavnost usmerjena predvsem k izboljšavam obstoječih proizvodov (nov dizajn), zaradi česar se struktura produktov in storitev le počasi spreminja. Obstoječa podjetja namenijo razmeroma majhen del izdatkov za raziskave in razvoj za plačilo zunanjih storitev, kar pomeni, da je vključenost zunanjih nosilcev znanja v inovacijske procese slovenskih podjetij (odprti model inovacij) razmeroma majhen (Prašnikar et al., 2004, str. 31).
5. **Konkretne koristi v rešitvah.** Podobno kot je bilo že nakazano v prejšnjih faktorjih motivacije, da se podjetja lahko motivira za sodelovanje samo v primeru, da imajo od sodelovanja zelo konkretne rešitve in inovacije ali nove informacije, tehnologije, zato je potreben tudi premik v institucijah znanja, saj trenutno očitno temu ne zadostujejo. Rešitev pa se kaže, ko se poskuša dokazati v tej nalogi, da se vzpostavi specializirana

orodja, kot so univerzitetni inkubatorji. Motivacijski dejavnik za podjetja je tudi ta, da podjetja sodelujejo, ker je ceneje sodelovati z institucijami znanja, kot razvijati lastne raziskovalne potencialne.

6. **Zagotavljanje človeških virov in skupnih ciljev.** Na podlagi raziskave bi lahko trdili, da je to poglavito pričakovanje, ki jih imajo podjetja od institucij znanja oziroma univerz ali fakultet. Motivacija za sodelovanje predstavlja torej pridobitev podjetij visoko izobraženega in uporabnega kadra ter na drugi strani pričakovanja po enotnih ciljih med obema sodelujočima. Vsa podjetja namreč v raziskavi, neglede na tipologijo podjetja, menijo, da med akademsko in gospodarsko sfero obstaja velik razkorak v ciljih poslovanja.
7. **Zagotovitev kakovosti.** V nasprotju s pričakovanji se ta motivacijski faktor ni izkazal kot pomemben. Nasprotno, prav nobena tipologija podjetja temu faktorju ne namenja pozitivnega menja. Pri motiviranju podjetij za sodelovanje z institucijami znanja, ni motivacijski dejavnik zagotovilo kakovosti proizvoda ali storitve. Po mnenju podjetij tega kupci ne zaznavajo.
8. **Vzdržen dolgoročni načrt raziskav in razvoja.** Motiv za sodelovanje z institucijami znanja predstavlja za podjetja zagotavljanje cenejšega načrta raziskav in razvoja. Torej kljub temu, da podjetja v povprečju menijo, da razpolagajo s primernimi sredstvi za izpolnjevanje načrta, je lahko motivacijski faktor, da bo načrt uresničen prej in ceneje kot brez sodelovanja.

Z identificiranimi motivacijskimi faktorji sodelovanja in z boljšo umestitvijo univerzitetnih inkubatorjev v podporni sistem zagotavljam, da lahko dosežemo večje število dinamičnih na znanju temelječih podjetij. V splošnem bi lahko povzel, da so se tudi na primeru slovenskih podjetij, ki sodelujejo z institucijami znanja, pokazali v literaturi obravnavani faktorji motivacije. Vseeno pa smo zasledili posebnost, in sicer da v Sloveniji za razliko od večine raziskav, ki smo jih analizirali, ne moremo trditi, da je motivacijski faktor za sodelovanje gospodarske sfere z akademsko, zagotavljanje kvalitete storitev in proizvodov v očeh kupcev. Z identificiranimi faktorji motivacije podjetij za sodelovanje lahko podamo nekatere konkretne usmeritve odločevalcem oziroma vladnim politikam na podlagi katerih bomo lahko zasnovali podporni sistem, ki bo zagotavljal razvoj na znanju temelječega dinamičnega podjetništva.

6.2 PRISPEVKI ZA VODSTVA INSTITUCIJ ZNANJA IN VLADNE POLITIKE NA PODROČJU PODJETNIŠTVA

Na podlagi lizbonske strategije želi Evropska unija in s tem Slovenija postati na znanju temelječa družba in imeti na znanju temelječe gospodarstvo. Pri tem pa vsi izpostavljajo univerze kot ključne akterje za prihodnost Evrope ter za uspešen prehod na gospodarstvo in družbo, ki bosta temeljila na znanju. Ta ključni sektor tako kot gospodarstvo in družbe pa potrebuje temeljito prestrukturiranje in posodobitev, da Evropa ne bi zaostajala v svetovni konkurenci na področju izobraževanja, raziskav in inovacij (Evropska komisija, 2006, str. 11).

Znanstveni problemi pogosto presegajo tradicionalne disciplinarne strukture: naj sodobnejše raziskave se vedno pogosteje opravljajo na presečišču akademskih disciplin ali v multidisciplinarnih okoljih. Raziskovalno okolje univerz je bolj konkurenčno in globalizirano ter zahteva večje vzajemno delovanje. Prav slednje se vidi tudi v zaprtosti evropskih univerz, ki podcenjujejo možne ugodnosti izmenjave znanja z gospodarstvom in družbo. Prav tako gospodarstvo ni razvilo zadostnih absorpcijskih zmogljivosti za izkoriščanje potenciala, ki ga nudijo univerzitetne raziskave (Evropska komisija, 2006).

Evropska komisija je v okviru sporočila svetu in parlamentu z naslovom Uresničevanje agende za posodobitev univerz identificirala bistvene spremembe, ki jih morajo univerze narediti, in sicer (Evropska komisija, 2006):

- odstranitev ovir za mobilnost na evropskih univerzah,
- zagotavljanje dejanske avtonomnosti in odgovornosti univerz,
- zagotavljanje spodbud za strukturirana partnerstva s poslovno skupnostjo,
- zagotovitev pravnega razmerja med spretnostmi in usposobljenostjo za trg dela,
- zmanjševanje pomanjkanja finančnih sredstev in povečanje učinkovitosti na področju izobraževanja in raziskav,
- okrepitev interdisciplinarnosti in transdisciplinarnosti,
- aktiviranje znanja prek vzajemnega delovanja z družbo,
- nagrajevanje odličnosti na najvišji ravni,
- večja vidnost in privlačnost evropskega visokošolskega prostora in evropskega raziskovalnega prostora v svetu.

Evropske univerze morajo jasneje opredeliti strateški del, ki ga imajo inovacije in prenos znanja v okviru splošnega poslanstva institucije. Podjetja, ki nastanejo iz univerzitetnih raziskav, se vse bolj obravnavajo kot pomemben način za pospeševanje lokalnega gospodarskega razvoja. Da bi podjetja svoje nove vloge dobro odigrala, pa morajo tako znanstveniki kot univerze graditi na poslovni in upravni usposobljenosti. Nenazadnje je tudi potrebno ustvariti kritično maso učiteljev podjetništva in pospešiti čezmejno sodelovanje ter povečati širjenje inovativnih učnih pristopov za poučevanje podjetništva na univerzah (Evropska komisija, 2006b, str. 10).

Za zagotovitev izrabljanja teh priložnosti mora univerza oblikovati podporo, s katero bo lahko izvedla potrebne organizacijske spremembe in okrepila podjetniško ravnanje in sposobnosti upravljanja procesov povezovanja. To se lahko doseže z ustanovitvijo posebnih teles ali skupin, ki upravljajo te procese in proces prenosa znanja, ki deluje kot vezni člen z regionalnim gospodarstvom. To pomeni, da bi razvoj podjetniških, inovacijskih in upravljaljskih spretnosti postal sestavni del strategij diplomskega izobraževanja, raziskovalnega usposabljanja in vseživljenjskega učenja za univerzitetno osebje (Evropska komisija, 2006).

Kot je razvidno iz zgoraj omenjenih pričakovanj Evropske komisije je za preskok v na znanju temelječe gospodarstvo velik pritisk na vse akterje, gospodarstvo, univerze in vladne politike. Da bi univerze uspešno lahko odgovorile na omenjene izzive, morajo s pomočjo vladne podpore v obliki zakonodajnega ter finančnega okolja zagotoviti:

- umestitev univerzitetnih inkubatorjev kot veznega člana med akademsko in gospodarsko sfero,

- zagotoviti vrhunsko usposobljen kader na univerzitetnih inkubatorjih, ki bodo opravljali delo posrednika in pospeševalca sodelovanja;
- razširiti poslanstvo univerzitetnih inkubatorjev na celostne storitve sodelovanja z gospodarstvom, kot to priporočajo analize dobrih praks Evropske komisije. Te storitve bi obsegale storitve Pisarn za transfer tehnologij, svetovanje za licenciranje in ustanovitev spin-off in start up podjetij, storitev kariernih centrov. Vse storitve pa prilagoditi oziroma pustiti prilagoditi posameznemu okolju oziroma univerzi avtonomno glede na specifične potrebe;
- spodbujati interdisciplinarnost in multidisciplinarnost pri timskem delu in reševanju izzivov iz gospodarstva;
- povečati ukrepe za promocijo in tudi dejansko ustanavljanje podjetij, ki komercializirajo raziskovalne dosežek ter se včlanijo v univerzitetne inkubatorje ter nadaljujejo pot po podpornem sistemu za podjetništvo;
- motiviranje kadrov na univerzi, da zagotavljajo pričakovanja gospodarstva pri sodelovanju z akademsko sfero, ki so bile identificirane in predstavljene v pričujočem magistrskem delu.

6.3 OMEJITVE IN ODPRTE TEME ZA PRIHODNJE RAZISKAVE

Raziskava, ki je bila opravljena za magistrsko delo je eksplorativne narave, zato je potrebno pazljivo interpretirati in posploševati pridobljene podatke. Pomembna je tudi omejitev raziskave, ki je bila opravljena samo med podjetji, ki že sodelujejo z institucijami znanja. Ta podjetja imajo vpisano raziskovalno skupino v evidenco pri ministrstvu RS, ki je pristojno za raziskave. Posploševanje rezultatov na vsa slovenska podjetja torej ni možno.

Z vidika dopolnitve izhodiščnih rezultatov raziskave in magistrske dela bi bilo v prihodnjih raziskavah potrebno razširiti na mednarodno primerjalno analizo umestitve orodij univerz za sodelovanje z gospodarstvom ter primerjati tudi motivacijske faktorje sodelovanja gospodarske sfere z akademsko. Pomembno bi bilo testirati različne pristope v različnih državah s konkretnimi rezultati pri ustanavljanju novih na znanju temelječih podjetij, licenciranju oziroma komercializaciji znanja ter uporabi različnih orodij za doseganje teh ciljev. Na drugi strani pa bi bilo pomembno na osnovi za Slovenijo identificiranega orodja za sodelovanje univerz z gospodarstvom in identificiranih motivacijskih faktorjih, testirati delovanje modela na regionalni ravni v Sloveniji. Implementacija takega modela celostne podpore z umestitvijo univerzitetnega inkubatorja v podporni sistem za zagotavljanje na znanju temelječih podjetij bi bil možen na primeru Primorske ali Obalno-kraške regije.

LITERATURA IN VIRI

1. Aho, E. (2006). *Creating an Innovative Europe*. Bruxells: European Commission. Najdeno 5. maja 2007 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/invest-in-research/action/2006_ahogroup_en.htm.
2. Albert, P. & Gaynor, L. (2001). *Incubators – growing up, moving out, A review of the literature*. Nica: CERAM Business School.
3. Antončič, B. et al. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
4. Antončič, B. & Hisrich, R. D. & Scarlat, C. (2007). Technological innovativeness and firm performance in Slovenia and Romania. *Post-communist economies* 19 (3). Str. 281-298.
5. Antončič B. (2002). *Notranje podjetništvo: prenova konstrukta in razvoj integrativnega modela*. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave.
6. Birch, D. (1987). *Job creation in America : how our smallest companies put the most people to work*. New York: Free Press.
7. Bučar, M. (1996). *Economic Restructuring with Equity and Competitiveness: Implications for Science and Technology Policy in Slovenia*. Vienna: EADI.
8. Bučar, M. (2002). Družbenoekonomska vpetost raziskovalne dejavnosti. V Sorčan, S. (ur), *Raziskovalna dejavnost na Slovenskem v 90.letih dvajsetega stoletja* (str. 80-101). Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti.
9. Bučar, M. & Stanovnik, P. (1999). Some Implications for the Science and Technology System in a Transition Economy: The Case of Slovenia. V Brondenius, C. & Goransson, B. (ur.): *Reconstruction or Destruction: Science and Technology at Stake in Transition Economies* (str.97-125). Hyderabad: Universities Press.
10. Bučar, M. & Stare, M. (2001). *Innovation Policy in Six Candidate Countries: The Challenges, Innovation Policy Profile: Slovenia*. Ljubljana.
11. Bučar, M. & Stare, M. (1998). Prenos inovacij in tehnologij: Slovenske izkušnje. *Raziskovalec*, 27 (5), 26-41.
12. Bunc, M & Kampuš, T. V. (1992). Uvod v politično ekonomijo tržnega gospodarstva : zapiski predavanj za Ekonomiko II. - 1.del . Kranj : samozaložba M. Bunc in V. Kampuš Trop.
13. Bygrave, W. (1994). *The portable MBA in entrepreneurship*. New York: John Wiley & Sons.
14. Caloghirou, Y. & Tsakanikas A. & Vonortas N. S. (2004). University-Industry Cooperation in the Context of the European Framework Programmes (str.153-161). *Journal of Technology Transfer*, Berlin: Springer Science+Business Media, 26.
15. Casson, M. (1990). *Entrepreneurship*. Stirling :University of Stirling.
16. Cohen, W.M. et al (2002). Links and Impacts: the influence of Public research on Industrial R&D. v *A Journal of the institute for cooperation Research and the Management sciences – Management Sciences* (str. 1-23), Maryland: INFORMS.
17. Drnovšek, M. (2002). Merjenje prispevka podjetniških inovacij k rasti v mladih tehnoloških podjetjih: doktorska disertacija. Ljubljana, Univerza v Ljubljani Ekonomska fakulteta.

18. Drucker, P (1999). *Innovation and entrepreneurship*. Oxford: Butterworth&Heinemann
- Etzkowicz, H. & Leydesdorff, L. (2001): *Universities and the Global Knowledge Economy: a triple helix of University-industry-government relations*. London, New York: Continuum.
19. Eshun, J. (2005). *Where Do business Incubators Come From?*. New York: Columbia university.
20. Faganelj, A. & Henigman, U. (2008, 13. september). Malo je podjetij, ki si upajo deliti svoje znanje. *Dnevnik- Priloga objektiv*, str.10.
21. Ferligoj, A. Leskošek, K. (1995). *Zanesljivost in veljavnost merjenja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani.
22. Glas, M. (2003). *Svetovanje – dodatna gradiva k predmetu*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska Fakulteta.
23. Glas, M. (2000). *Poslovno okolje podjetja : gradivo za študije primerov*. Univerza v Ljubljani, Ekonomska Fakulteta.
24. Golob N. (2004). *Znanstveni transfer med gospodarstvom, akademsko sfero in državo v Sloveniji*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
25. Grimaldi, R. & Grandi, A. (2006, 20. april). *Business incubators and new venture creation: an assessment of incubating models*. E-revij. Najdeno 20. aprila 2008 na spletnem naslovu www.sciencedirect.com.
26. Hall, B.& Link, N. & Scott, J.T. (2001). Barriers Inhibiting Industry from Partnering with Universities. Evidence from Advanced Technology Program. *Journal of Technology transfer*, 26, str. 87-98.
27. Hall, H. & Bronwyn, J. & Link, N. & Scott, T (2000). Universities as Research Partners. NBER Working Paper. Najdeno 18. avgusta 2007 na spletnem naslovu <http://elsa.berkeley.edu/~bhhall/papers/HallLinkScott01%20UARP.pdf>.
28. Herbert, R. F. & Link, A. N. (1982). *The Entrepreneur*. New York: Praeger.
29. Hisrich, R. (2005). *Entrepreneurship*. Boston: McGregor.
30. Julius, D. (1999). *Policy Drivers for a Long Boom*. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development.
31. Kert, B. (1999). *Analiza slovenskega institucionalnega sistema za difuzijo inovacij in prenos tehnologije v gospodarstvo*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
32. Kok,W. (2004). *Facing the challenge. The Lisbon strategy for growth and employment. Report from the High Level Group chaired by Wim Kok*. Luksemburg: Evropska Komisija.
33. Kos, B. et al. (2008). *Gradivo razvojne skupine za poslovno – finančno okolje. Poročilo skupine 8 Sveta za konkurenčnost Ministrstva za RS za razvoj*. Ljubljana:Vlada RS.
34. Koshatzki, K. (2002). Networking and Knowledge Transfer Between Research and Industry in Transition Countries: Empirical Evidence from the Slovenian Innovation System. *V Journal of Technology Transfer* (str. 27-37). Berlin: Springer Science+Business Media

35. Kropivnik, S. & Trampuž C (1999). *Analize podatkov z SPSS-om – Predavanje in vaje I.del*. Ljubljana: UL Fakulteta za družbene vede.
36. Lalkaka, R. (2002). Technology business incubators to help build an innovation-based economy. V *Journal of Change Management* (str. 167-176). London: Henry Steward Publications, 3
37. Lee, Y. S. (2000). The Sustainability of University-Research Collaboration: an Empirical Assessment . *Journal of Technology Transfer*, 25, str. 111-133.
38. Leíbenstein, H. (1968). Entrepreneurship and development. *American Economic Review*, 58, str. 72-83.
39. Leibstein, H. (1987). *Inside the firm*. Harvard: Harvard University Press.
40. Lipsey, G. R. (1999). Sources of Continued Long- run Economic Dynamism in the 21st Century. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development.
41. Likar, B. (1999). Inovacijska in podjetniška podpora. *Naše gospodarstvo* (str. 256-274), Ljubljana, 3 (4)
42. Lipičnik, M. (2003). *Primerjalna analiza modelov spodbujanja podjetništva z aplikacijo na slovenske razmere*. Ljubljana Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani.
43. Mali, F. (1998a): Application of Science and Knowledge Transfer to Industry. *Researcher*, 28 (3), 35-37.
44. Mali, F. (1998b). Social sciences in Slovenia. In *Social Sciences and the Challenge of Transition. Compendium of National Reports. DECS_HE 98/71*. Strassbourg: Council of Europe, pp. 341-362.
45. Mali, F. (2000). Obstacles in Developing University, government and industry Links: The Case of Slovenia. *Science Studies*, 13 (1), 31-49.
46. Mali, F. (2002). Sodelovanje med akademsko raziskovalno sfero in industrijo kot dejavnik družbenega in ekonomskega razvoja (Cooperation Between Research Sphere and Industry as factor of Sociological and Economical Development). *Teorija in praksa*, 39 (3), str. 305-320.
47. Markman, G. & Phan P. & Balkin D. & Gianiodis P. (2005). Entrepreneurship and University-based technology transfer. *Journal of business venturing*, Amsterdam: Elsevier, 20 str. 241-263.
48. Michalski, W. & Miller, R. & Stevens, B. (1999). *Anatomy of a Long Boom*. Organization for Economic Co-operation and Development, Paris- Francija.
49. O'Farrell, P. N. (1986). *Entrepreneurship and regional development: Some conceptual issues*. Regional Studies London: Routledge Taylor&francis Group.
50. Petrin, T. (2000). Pomen financiranja rizičnih investicij za pospeševanje rasti gospodarstva v Sloveniji. *Informator*, Ljubljana, 5, str. 7-14.
51. Petrin, T. (2001). Težka leta konkurenčnosti. *Gospodarski vestnik*, Ljubljana, 40,
52. Petrin, T. (2002). Politika podjetništva in konkurenčnosti: uvodni nagovor. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo,
53. Petrin, T. & Antončič, B. (2003). Študijsko gradivo Predmeta Podjetništvo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
54. Porter, M. (1990). *The competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

55. Prašnikar, J. & Banović, D. (2004). Razvojnoraziskovalna dejavnost ter inovacije, konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij. Ljubljana: Časnik Finance.
56. Rebernik, M. & Tominc, P. & Pušnik, K. (2008). Premalo razvono usmerjenih podjetij: GEM Slovenija 2007. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
57. Sočan, L. (2000). Strategija razvojne prenovе Notranjsko- kraške regije. Ljubljana: Inštitut za strateške študije.
58. Sočan, L. (2001). Okolje za razvojno prenovо Slovenije ob vstopanju v Evropsko unijo- gradivo za predmet Evropske integracije. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
59. Schultz, T. W. (1980). Investment in Entrepreneurial Ability. Scandinavian Journal of Economics, Blackwell Publishing, 82(4), str. 437-448.
60. Schwartz, P. & Eamonn, K. & Boyer, N. (1999): The Emerging Global Knowledge Economy. OECD, Paris.
61. Schumpeter, J. (1994): History of Economic Analysis. Oxford: Oxford University Press,.
62. Sever, A. (2004). Politika pospeševanja podjetništva v malih in srednjih podjetjih s poudarkom na podpornih storitvah. Ljubljana, Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani.
63. Stanovnik, P. & Kos, M. & Agrež, U. (2004). Tehnološko predvidevanje v Sloveniji: I.faza. Ljubljana: Inštitut za ekonomska raziskovanja.
64. Škerlič, I. (2002). Regionalni razvoj Primorske. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani.
65. Šušteršič, J. & Rojec, M. & Korenika, K. (2005). Strategija razvoja Slovenije. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj.
66. Vahčič, A. (1994a). Osnove vodenja in podjetništva II : gradivo za vaje. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska Fakulteta.
67. Vahčič, A. & Glas, M. & Drnovšek, M. (2000). Strategija razvoja malih in srednjih podjetij in podjetništva v Sloveniji: Delovno gradivo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
68. Vahčič, A. (2001). Kdor ne reskira , ne profitira. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 20, str. 17.
69. Vahčič, A. (2000). Stanje podjetništva v Sloveniji. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
70. Žakelj, L. (2002). Razvoj malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji in Evropski uniji. Ljubljana: Ekonomska Fakulteta Univerze v Ljubljani.
71. Žakelj, L. (2006). Podjetniška aktivnost in podjetniško okolje v Sloveniji. Ljubljana, UMAR, 4, str. 35
72. Wright, R., & Etemad, H. (2003). Globalisation and Entrepreneurship. Cheltenham.

VIRI

1. Benchmarking Incubators (National Agency for Enterprise and Construction), Najdeno 15. novembra 2004 na spletnem naslovu BIC- Business innovation centres.

- Najdeno 4. maja 2007 na spletnem naslovu
http://ec.europa.eu/regional_policy/innovation/innovating/pdf/intro_en.pdf.
2. Cooperation Between the Research System and Industry to Promote Innovative Firms. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2002a.
 3. European Trend Chart on Innovation: Theme-specific Country Report of Slovenia, Covering period to March 2002. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2002c.
 4. European Trend Chart on Innovation: Country Report of Slovenia, October 2002. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2002d.
 5. European Trend Chart on Innovation: Country Report of Slovenia, Covering period: September 2002 – August 2003. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2003a.
 6. European Trend Chart on Innovation: Theme-specific Country Report of Slovenia, Covering period up to March 2003. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2003b.
 7. European Trend Chart on Innovation: Country Report of Slovenia, Covering period: November 1999 – June 2000. Komisija Evropskih skupnosti, 2000.
 8. European Trend Chart on Innovation: Country Report of Slovenia, Covering period: January 2001 – June 2001. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2001a
 9. Evropska komisija (2004): Improving institutions for the transfer of technology from science to enterprises – Expert Group report. Bruxells: European commission, DG Enterprise.
 10. Evropska komisija, (2004a). Benchmarking of Business incubators –Final report. Bruselj: Evropska komisija.
 11. IMD Konkurenčnost. Najdeno 1. marca 2007 na spletnem naslovu
<http://www.imd.ch/research/publications/wcy/upload/Overall%202006.pdf?prog=>.
 12. Innovation policy in Europe 2002: European Trend Chart on Innovation. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2002b.
 13. Innovation Policy in Six Candidate Countries: Cyprus, Czech Republic, Estonia, Hungary, Poland and Slovenia: The Challenges, Final Report. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2001b.
 14. Key figures 2001: Indicators for Benchmarking of National Research Policies. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2001c.
 15. OECD, Organization for economic co-operation and development (1997): Technology incubators: Nurturing Smal Firms, Paris. Najdeno na 4. maja 2007 na spletnem naslovu <http://www.oecd.org/dataoecd/35/11/2101121.pdf>.

16. OECD, Organization for economic co-operation and development (2000c):
COMPENDIUM ON INTERNATIONAL AND REGIONAL BODIES: ACTIVITIES
AND INITIATIVES RELATED TO SMALL AND MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES (SMEs), Bologna. Najdeno 4. maja 2007 na spletnem naslovu
<http://www.oecd.org/dataoecd/10/56/2090691.pdf>.
17. Poročilo za leto 2007AUTM. Najdeno 25. marca 2008 na spletnem naslovu
www.autm.net.
18. Science & Technology Policies in Europe: New Challenges and New Responses: Final
Report from the STRATA Consolidating Workshop. Luxemburg: Office for Official
Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 2003c.
19. Sporočilo komisije svetu in Evropskemu parlamentu, Uresničevanje agende za
posodobitev univerz: izobraževanje, raziskave in inovacije. Komisija evropskih
skupnosti, 2006.
20. Sporočilo komisije za spomladansko zasedanje evropskega sveta, Izvajanje
prenovljene lizbonske strategije za rast in delovna mesta »Leto
uresničevanja«. Komisija Evropskih skupnosti, 2006a.
21. Sporočilo komisije svetu, evropskemu parlamentu, ekonomsko-socialnemu odboru in
odboru regij, Izvajanje lizbonskega programa Skupnosti: Spodbujanje podjetniškega
razmišljanja skozi izobraževanje in učenje. Komisija Evropskih skupnosti, 2006b.
22. Sporočilo komisije svetu, evropskemu parlamentu, evropskemu ekonomsko-
socialnemu odboru in odboru regija : Prenos znanja v prakso: široko
zastavljena inovacijska strategija za EU. Komisija Evropskih skupnosti, 2006c.
23. Universities, Technology Transfer and Spin-off Activities: Academic
Entrepreneurship in Different European Regions. Luxemburg: Office for Official
Publications of the European Communities. Komisija Evropskih skupnosti, 1998.

PRILOGE

Priloga 1: Vprašalnik

Priloga 2: Graf factorske analize stališč

Priloga 3: Korelacijska matrika faktorjev

Priloga 1: Vprašalnik

Spoštovani!

V okviru magistrskega dela na podiplomskem študiju podjetništva na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani, pod mentorstvom dr. Boštjana Antončiča z naslovom »umestitev univerzitetnih inkubatorjev v podporni sistem za razvoj novih podjetij«, izvajamo kratko anketo (reševanje ni daljše od 10 minut in 90% vprašanj je samo za označiti). Cilj ankete je identifikacija razlogov za sodelovanje med podjetji in institucijami znanja, ki bodo služili za identifikacijo faktorjev povezovanja. Slednji bodo služili izboljšanju podpornega sistema in redefiniranju vloge univerzitetnih inkubatorjev v podpornem sistemu za razvoj novih na znanju temelječih dinamičnih podjetij. V anketi lahko sodelujejo samo podjetja, ki imajo izkušnje s sodelovanjem z institucijami znanja.

V primeru, da v podjetju nimate izkušenj s sodelovanjem z institucijami znanja (raziskovalnimi inštituti, univerzami, fakultetami ali drugimi raziskovalnimi ustanovami), vprašalnika ne morete reševati in se opravičujemo za poslan vprašalnik. V primeru, da imate izkušnje, vas vljudno prosimo, da na vprašalnik odgovorite. V kolikor ste zainteresirani za analizo rezultatov, prosim to označite na koncu vprašalnika.

V naprej se vam najlepše zahvaljujem za vaš prispevek k dokončanju magistrskega dela.

Povprečno število projektov z institucijami znanja na letni ravni (ali v zadnjem letu):

1. od 3 do 8
2. od 9 do 15
3. več kot 16

Vprašanja za faktorsko analizo razlogov za sodelovanje z institucijami znanja ocenite od 1 do 5, pri čemer velja, da 1 pomeni »popolnoma se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam. Pri vsaki vrstici lahko označite samo en kvadrat.

	1	2	3	4	5
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker dobi dostop do novih tehnologij in procesov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker nam to sodelovanje zagotavlja konkurenčne prednosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker je bolj učinkovito uporabiti obstoječe raziskovalne potenciale v institucijah znanja, kot razvijati lastne potenciale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ker lahko uporabimo ime institucije znanja kot zagotovilo kvalitete in verodostojnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naše podjetje sodeluje z institucijami znanja, ko potrebuje rešitve konkretnega problema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naše podjetje sodeluje, ker je formalno zavezano k sodelovanju (z zakonom, regulativo, ali sporazumom)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naše podjetje se osredotoča samo na reševanje kratkoročnih problemov	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naše podjetje ima dolgoročno vizijo razvoja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V našem podjetju posvečamo veliko pozornosti inovacijam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V našem podjetju posvečamo veliko pozornosti novim tehnologijam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naše podjetje bolj pogosto investira v razvoj kot pa v nakup licence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V našem podjetju imamo ljudi, ki dobro vedo kaj lahko znanstveniki naredijo in ti ljudje v našem podjetju predstavljajo povezavo med našim podjetjem in institucijo znanja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Naše podjetje razpolaga s primernimi sredstvi za vlaganja v raziskave in razvoj	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Institucije znanja niso dovolj dobro opremljene za zagotavljanje primernih storitev za naše podjetje	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
V našem podjetju občutimo pomanjkanje profesionalnosti na strani znanstvenikov	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Naše podjetje bolj zaupa tujim svetovalcem in znanstvenikom kot lokalnim znanstvenikom (najbližji instituciji znanja)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Naše podjetje ima dostop do najbolj naprednih tehnologij	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Z lažjim dostop do naprednih tehnologij bi naše podjetje postalo bolj inovativno	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Naše podjetje s težavo privabi nove, visoko izobražene sodelavce, ki jih potrebujemo za razvoj inovacij	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Inovacije so pogosto rezultat uporabe novih metodologij, na podlagi mreženja inovativnih podjetij in institucij znanja (skupni razvoj, izmenjave znanj).	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Nove metode povezovanj podjetij in institucij znanja so zelo pomembne za naše podjetje	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
V našem podjetju opažamo pomanjkanje skupnih ciljev med podjetji in znanstvenimi ustanovami	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Na podlagi naših izkušenj so banke in drugi investitorji pripravljeni premierno podpreti naše prizadevanja z inovacijami	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Slovenska zakonodaja je primerno spodbuja inovacije v našem podjetju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Naši deležniki izkazujejo veliko zanimanje za inovativne produkte	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Naši deležniki imajo pozitiven odnos do naših prizadevanj po inovativnosti in inovacijskih aktivnostih	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
V našem podjetju poleg že zaposlenih strokovnjakov potrebujemo zunanje svetovalce pri sodelovanju s institucijami znanja	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Prosim navedite morebitne druge komentarje ali izkušnje, ki jih ima vaše podjetje v sodelovanju z institucijami znanja in jih vprašalnik ni zajel:

Prosimo vas, če lahko odgovorite še na naslednja vprašanja za razvrščanje podjetij.

Osnovna dejavnost podjetja:

- proizvodnja,
- finančne storitve,
- transportne in logistične storitve,
- informacijska tehnologija,
- trgovina,
- druge poslovne storitve.

Dejavnost podjetja temelji na:

- enem inovativnem izdelku/storitvi in več v izdelkov/storitvah v razvoju ali neinovativnih izdelkih,
- na paleti inovativnih izdelkov/storitev,
- na paleti inovativnih nepovezanih izdelkov/storitev
- drugo:

Število zaposlenih:

- do 9
- od 10 do 50
- od 50 do 250
- več kot 250

Čisti prihodki od prodaje v letu 2006 so znašali:

- do 2.000.000 EUR
- od 2.000.001 EUR do 7.300.000 EUR
- od 7.300.001 EUR do 29.200.000 EUR
- več kot 29.200.001 EUR

Prosimo navedite odstotek, ki ga v podjetju namenjate za R&D v %:

- 0
- od 1 do 3
- od 3,1 do 5
- več kot 5

Povprečna letna rast zaposlenih v preteklem letu:

- število zaposlenih se je zmanjšalo
- 0 – ostalo je nespremenjeno
- od 1% do 10%
- od 11% do 20%
- od 21% do 50%
- več kot 50%

Ali imate samostojno organizirano službo ali službe, ki sodelujejo z organizacijami znanja:

- DA, prosim navedite katera služba je to:
- NE

Tržni delež vašega podjetja se je v zadnjem letu:

- zmanjšal
- ostaja enak
- povečal do 3 %
- povečal od 4% do 10%
- povečal za več kot 10%

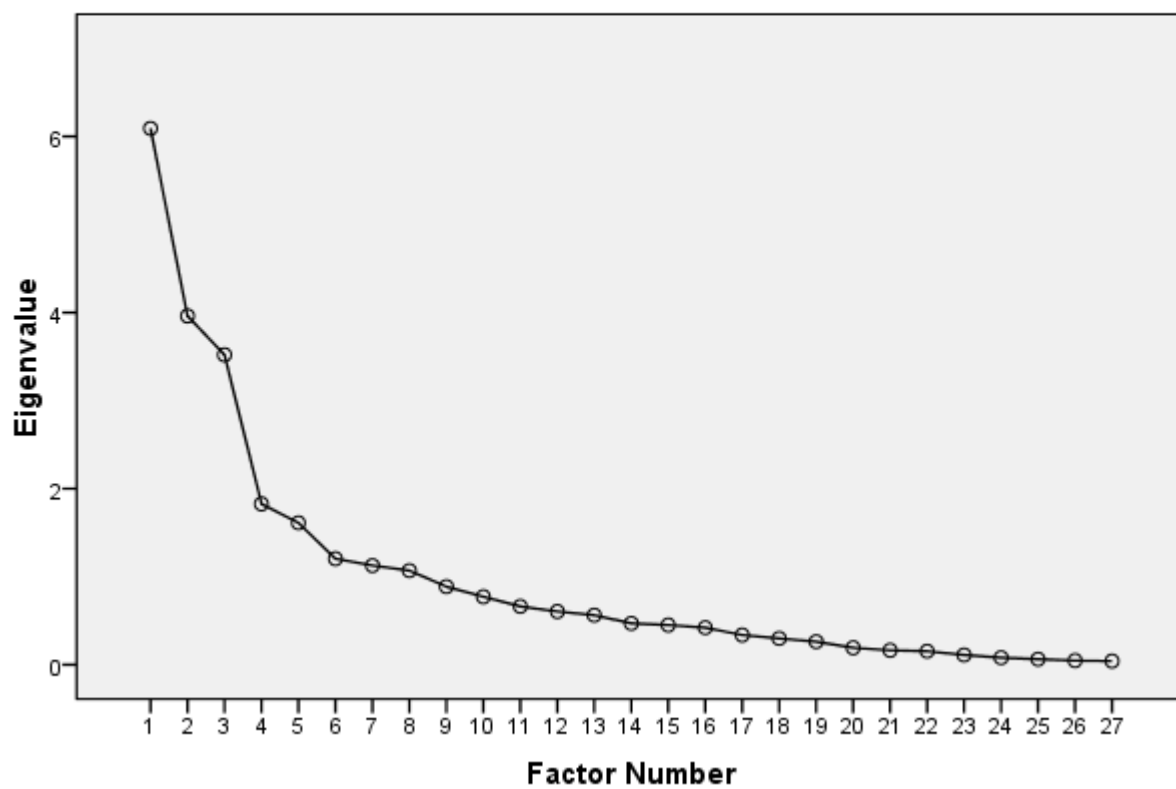
Leto ustanovitve podjetja:

- Pred 1945
- 1946 do 1965
- 1966 do 1985
- 1986 do 1990
- 1991 do 2000
- 2001 do 2005
- 2006
- 2007

Funkcija osebe, ki je na vprašalnik odgovarjala:

Priloga 2: Graf faktorске analize stališč

Scree Plot



Vir: Lastna raziskava

Priloga 3: Korelacijska matrika faktorjev

		Correlations							
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008
VAR00001	Pearson Correlation	1,000	-,069	,010	-,007	,519**	-,252*	,337**	-,003
	Sig. (2-tailed)		,503	,920	,945	,000	,014	,001	,980
	N	95,000	95	95	95	95	95	95	95
VAR00002	Pearson Correlation	-,069	1,000	,328**	,219*	-,383**	-,151	-,323**	,147
	Sig. (2-tailed)	,503		,001	,033	,000	,143	,001	,154
	N	95	95,000	95	95	95	95	95	95
VAR00003	Pearson Correlation	,010	,328**	1,000	,027	-,349**	,328**	-,207*	,367**
	Sig. (2-tailed)	,920	,001		,797	,001	,001	,044	,000
	N	95	95	95,000	95	95	95	95	95
VAR00004	Pearson Correlation	-,007	,219*	,027	1,000	-,050	-,033	,163	,101
	Sig. (2-tailed)	,945	,033	,797		,628	,754	,116	,328
	N	95	95	95	95,000	95	95	95	95
VAR00005	Pearson Correlation	,519**	-,383**	-,349**	-,050	1,000	-,308**	,318**	-,162
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,628		,002	,002	,116
	N	95	95	95	95	95,000	95	95	95
VAR00006	Pearson Correlation	-,252*	-,151	,328**	-,033	-,308**	1,000	-,206*	,120
	Sig. (2-tailed)	,014	,143	,001	,754	,002		,045	,245
	N	95	95	95	95	95	95,000	95	95
VAR00007	Pearson Correlation	,337**	-,323**	-,207*	,163	,318**	-,206*	1,000	-,122
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,044	,116	,002	,045		,239
	N	95	95	95	95	95	95	95,000	95
VAR00008	Pearson Correlation	-,003	,147	,367**	,101	-,162	,120	-,122	1,000
	Sig. (2-tailed)	,980	,154	,000	,328	,116	,245	,239	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95,000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).