

*MLADI IN INOVATIVNI: KAKO POMAGATI MLADIM
PODJETNIKOM, DA BODO INOVATIVNEJŠI*

PREDLOG PODPORNE STORITVE

Projekt je bil financiran iz razvojno-inovacijskega programa Evropske unije *Horizon 2020* po sporazumu o dodelitvi sredstev Np. 713810



Projekt je bil financiran iz razvojno-inovacijskega programa Evropske unije *Horizon 2020* po sporazumu o dodelitvi sredstev Np. 713810

Konzorcij projekta



Ewa Gross
Piotr Józefiak

Iwona Pietruszewska-Cetkowska, –
nadzor priprave NIP



Paweł Szarek
Marcin Przybylski



dr. Ákos Szépvölgyi
György Fekete



Mojca Cvirn
Simona Knežević Vernon

Kazalo

Poglavje 1: Uvod	3
1.1. Utemeljitev za pripravo dokumenta	3
1.2. Struktura dokumenta	4
1.3 Metodologija <i>Twinning+</i> in izvedbeni načrt projekta	5
1.4 Glosar izrazov	7
Poglavje 2: Stanje	10
2.1 Podporni sistem za inovacije	10
2.2 Poljska	13
2.3 Madžarska	15
2.4 Slovenija	18
2.5 Pregled stanja – pokazatelj sistemskih problemov	22
Poglavje 3: Opis ciljne skupine in analiza podatkov iz poročila o popisu stanja	25
3.1 Mladi podjetniki = "Milenijci", "Generacija Y", "Generacija MI"	25
3.2 Primerjalna analiza podatkov poročila o popisu stanja:	33
3.2.1 Analiza ciljnih skupin posameznih storitev	33
3.2.2 Analiza načinov komuniciranja s strankami in promocije storitev	34
3.2.3 Analiza obsega in načina zagotavljanja storitev	34
3.2.4 Analiza potreb osebja	36
3.2.5 Analiza potrebne infrastrukture za zagotavljanje storitev	38
3.2.6 Načela plačila za storitve	38
3.2.7 Rezultati analize	39
3.2.7.1. Število prejemnikov	39
3.2.7.2. Analiza storitev glede na dejanske potrebe trga in dejavnike, ki vplivajo na učinkovitost storitev	40
3.2.8. Povzetek, ki zajema navedena problematična področja glede inovacijskih agencij in njihovo povezavo s sklepi analiz posameznih vidikov zagotavljanja storitev (3.2.1 – 3.2.7)	41
Poglavje 4: Priporočila	45
4.1. Sistemska priporočila	45
4.1.1 PRIPOROČILO 1: "Ti naučiš mene, jaz naučim tebe"	45
4.1.2 PRIPOROČILO 2: "Pro-inovacijske raziskave in storitve – zakaj jih je vredno uporabljati?"	46
4.1.3 PRIPOROČILO 3: "Testiranje učinkovitosti sistema"	47
4.1.4 Povzetek sistemskih poročil	50
4.2 Priporočila za institucije, specializirane za poslovno podporo	52
4.2.1 PRIPOROČILO 1 "Majhni koraki proti velikim ciljem"	52
4.2.2 PRIPOROČILO 2: "Pogovorimo se!"	56
4.2.3 PRIPOROČILO 3: "Standardizirano ne pomeni vedno najboljše"	59
Povzetek	62
BIBLIOGRAFIJA:	63
PRIPOROČENO BRANJE:	63
KAZALO TABEL, SLIK IN GRAFIKONOV:	64
PRILOGE:	65

Poglavje 1: Uvod

1.1. Utemeljitev za pripravo dokumenta

Mladi in inovativni podjetniki

Dokument je rezultat projekta "Mladi in inovativni – kako pomagati mladim podjetnikom, da bodo inovativnejši." Cilj projekta je bil razviti priporočila, ki bi izboljšala podporne sisteme za inovacije za mlade podjetnike (do starosti 30 let), ki jih uporabljajo organizacije, specializirane za poslovna okolja (npr. inovacijske agencije), z uporabo metode *Twinning+*, in njihovo širjenje po državah članicah EU.

Konzorcij projekta

Štiri organizacije, specializirane za poslovna okolja, ki prihajajo iz Poljske, Slovenije in Madžarske, sodelujejo pri izvedbi projekta:

BARR – Regionalna razvojna agencija za Bydgoszcz (Partner) – POLJSKA – BARR je občinsko podjetje in organizacija za poslovno podporo. Njeni glavni cilji so:

- vodenje dejavnosti, ki podpirajo razvoj podjetništva v regiji,
- privabljanje novih naložb in lajšanje ustvarjanja novih delovnih mest.

BARR tesno sodeluje s podjetji, raziskovalnimi in akademskimi organizacijami ter administracijo na lokalni in centralni ravni, lajša stike med njimi in jim pomaga, da na najboljši možni način izkoristijo lokalni gospodarski potencial. S podjetji in poslovnimi organizacijami sodeluje tudi na področju izobraževanj, delavnic ter promovira in spodbuja podjetniški odnos v regiji. Tesno sodeluje tudi z lokalnim trgom na vseh področjih, od katerih so najpomembnejša: programiranje in storitve IKT, obdelava informacij, avtomobilska industrija; orodja, kalupi in plastični izdelki.

KDRIÜ – Regionalna inovacijska agencija Osrednje Podonavske (Partner) – MADŽARSKA – KDRIÜ je v zadnjih 10 letih veliko prispevala k temu, da je Osrednja Podonavska postala regija izjemne inovacijske dejavnosti. Njen glavni cilj je razvoj mrežnega sodelovanja med regionalnimi inovatorji in zainteresiranimi stranmi. Osnovno vodilo agencije je, da se njene dejavnosti oblikujejo skladno s smernicami ponudbe in povpraševanja po inovacijah. Skozi domače in mednarodne projekte so povečali svoje strokovno znanje in pridobili družbeni kapital, regionalnim inovatorjem ter malim in srednje velikim podjetjem pa nudijo dostop do mednarodnih mrež.

TPL – Tehnološki park Ljubljana (Partner) – SLOVENIJA – TPL je vodilni v državi na področju razvoja inovativnega in na znanju temelječega podjetništva, ki nadarjenim podjetnikom in podjetjem ponuja celovito poslovno podporo, ki med drugim vključuje raziskavo poslovnih pobud, poslovno in tehnološko svetovanje ter iskanje poslovnih in strateških partnerjev. TPL skupnost združuje 300 podjetij. Ker je inovacijsko središče, je ena njegovih najpomembnejših nalog podpora nadarjenih poslovnežev s specializiranimi podpornimi storitvami, poslovnim usposabljanjem in dostopom do

sredstev, prav tako pa predstavlja most med MSP in velikimi podjetji ter tako poveže start-up podjetja s strateškimi partnerji.

TARR – Regionalna razvojna agencija za Torunj (Vodja) – POLJSKA – TARR že od leta 1995 aktivno podpira lokalna podjetja (zlasti MSP) in s tem vpliva na gospodarski razvoj Kujavsko-Pomorjanske (K&P) regije. Agencijo so skupaj ustanovile regionalne in lokalne oblasti. Trenutno je največja organizacija za poslovno podporo v K&P regiji in ena najmočnejših agencij na Poljskem. Sodeluje s poljskim ministrstvom za razvoj in je prisotna na različnih dogodkih in svetovanjih, predvsem na področju podpore MSP. TARR je vmesni organ za izvajanje operativnega programa Inovativnega gospodarstva (ESRR), ki ga izvaja Poljska agencija za razvoj podjetništva (vladna agencija).

Vir financiranja projekta

Projekt je bil financiran iz sredstev programa *Horizon 2020* znotraj sheme INNOSUP 5: medsebojno učenje za inovacijske agencije.

Cilji NIP in ciljna skupina

Cilj priprave Navodil za izvajanje projekta (NIP) so priporočila, pripravljena za odločevalce, ki so odgovorni za oblikovanje politik, ki podpirajo inovacije in organizacije, specializirane za poslovna okolja.

Priporočila

Priporočila na področju izboljševanja podpornih sistemov za inovacije za mlade podjetnike so bila po eni strani razvita na podlagi rezultatov popisa trenutno razpoložljivih storitev in programov in po drugi strani lastnih izkušenj projektnih partnerjev, pridobljenih pri opravljanju pro-inovacijskih storitev in pri izvajanju drugih projektov.

1.2. Struktura dokumenta

Namen avtorjev je, da študija predstavlja priročnik oz. vodič, s pomočjo katerega bi analizirali in razvili ponujene storitve, predvsem pro-inovacijske narave, ki so primarno namenjene mladim podjetnikom, ter začeli izvajati nove.

Poglavje 2 vsebuje podatke o trenutnem stanju podpornih sistemov za inovacije po državah partnerjev.

Poglavje 3 vsebuje opis ciljne skupine za podporne sisteme za inovacije in pro-inovacijskih storitev za mlade podjetnike (do starosti 30 let), prav tako pa tudi rezultate in sklepe, ki izhajajo iz primerjalne analize instrumentov in storitev, upoštevanih v poročilu o popisu stanja, ki je bilo pripravljeno v sklopu projekta. V povzetku poglavja je podroben opis splošnih in specifičnih vprašanj, obravnavanih na podlagi sklepov že omenjene primerjalne analize in tistih, ki izhajajo iz projektnih sestankov med partnerji.

Poglavje 4 vsebuje priporočila, ki so plod projektних sestankov in odgovarjajo na vprašanja, obravnavana v Poglavju 3.

Dokument ima naslednje priloge:

- opis priporočene literature, ki obravnava tematiko projekta
- bibliografijo
- podroben opis metodologije *Twinning+*
- poročilo o popisu stanja.

1.3 Metodologija *Twinning+* in izvedbeni načrt projekta

Napredno tesno medinstitucionalno sodelovanje (*Twinning Advanced* oz. *Twinning+*)¹

Twinning+ je razširitev izvirne IPF metode tesnega medinstitucionalnega sodelovanja. Ni omejena le na prenos dobrih praks med agencijami, ampak nudi tudi možnost oblikovanja in izvajanja boljših praks. Osnovna ideja te metodologije je, da organizacije za podporo inovacij sodelujejo pri reševanju skupnega izziva na področju podpore inovacij. Cilj je, da bi z uporabo skupnih izkušenj in znanja razvili in preizkusili novejši in boljši pristop k reševanju izzivov podpore. Rezultat prizadevanj je dokumentiran v NIP, ki opredelijo in dokumentirajo možnosti izvajanja, smernice in alternative, ki so jih partnerji v izzivu že izkusili in bi priporočili agencijo, ki se zanima za izvajanje predlagane boljše prakse.

Izvedbeni načrt projekta

Projekt je bil razdeljen na 3 glavne faze:

1. Priprava poročila o popisu stanja

Prvi korak k uresničitvi cilja projekta je bil popis stanja na področju instrumentov podpore za inovacije, ki jih projektni partnerji in druge organizacije, specializirane za poslovna okolja, uporabljajo v svojih regijah. V ta namen je bil oblikovan poseben obrazec, ki je omogočal zbiranje podrobnih informacij o pro-inovacijskih storitvah, ki jih nudijo regionalne organizacije. Orodje je olajšalo zbiranje podatkov o:

- skupinah prejemnikov,
- načinih promocije in komunikacije s prejemniki,
- tematiki storitev,
- načinih zagotavljanja storitev,
- zahtevah po kvalificiranosti osebja,
- potrebnih tehnični infrastrukturi,
- stroških,
- učinkovitosti.

¹ *Twinning+*, str. 2-3, <https://ec.europa.eu/easme/sites/easme-site/files/Paper-Twinning-advanced-methodology.pdf>

Na podlagi pridobljenih informacij je bila izvedena primerjalna analiza storitev glede na vsako zgoraj omenjeno alinejo, ki je postala temelj za definicijo splošnih tem (splošnih vprašanj) in posledično izhodišče za diskusijo na sestankih med partnerji (*vzajemno učenje*).

2. Vzajemno učenje

Izvedbo projekta so spremljali 4 sestanki in vsak partner je bil zadolžen za pripravo enega izmed njih.

Sestanek ob zagonu projekta je potekal v Bydgoszczu med 14. in 15. junijem 2016. Tema razprave se je navezovala na prvotne sklepe, ki izhajajo iz tedanjega popisa instrumentov in pro-inovacijskih storitev. Partnerji so imeli priložnost, da se seznanijo z metodami dela regionalne razvojne agencije za Bydgoszcz, storitvami, ki jih ponuja, in storitvami njenih zunanjih partnerjev, ki prav tako podpirajo inovacije ciljne skupine projekta. Udeleženci sestanka so sodelovali v delavnicah, kjer so se pod vodstvom Mateusza Lebedzińskiego, koordinatorja dveh varšavskih univerzitetnih podjetniških inkubatorjev, bolje seznanili s težavami, ki prežijo na podjetnike pri izvajanju inovacij oziroma ponujanju zelo inovativnih storitev.

Naslednji sestanek je bil na Madžarskem 22. in 23. avgusta 2016. Udeleženci so lahko videli dejavnosti KDRIÚ na kraju opravljanja storitev. Med sestankom je potekala diskusija o splošnih težavah, ki jih navaja poročilo o popisu stanja, iz katerih so partnerji izluščili specifične težave (sistemske in neposredno povezane z organizacijami, specializiranimi za poslovna okolja). Pomemben del sestanka je predstavljala razprava o definiciji inovacije, ki bi bila uporabljena za ciljno skupino. Prav tako so partnerji lahko sodelovali v delavnicah, ki jih je vodil koordinator madžarskega informacijskega grozda, dobitnika srebrne značke odličnosti. Delavnice so predstavile načine podpore in sodelovanja z mladimi podjetniki, ki jih uporablja informacijski grozd.

Tretji sestanek je potekal v Tehnološkem parku Ljubljana od 26. do 27. septembra 2016. Partnerji so proučevali metode, ki jih Park uporablja za sodelovanje z mladimi podjetniki, storitve, ki jih Park zagotavlja, in dokončane projekte. Tema razprave na sestanku so bile, med drugim, na prejšnjem sestanku izrecno opisane specifične težave, iz katerih so neposredno izhajala priporočila, kako izboljšati podporni sistem za inovacije za mlade podjetnike, naslovljena na odgovorne za oblikovanje pro-inovacijskih politik. Razprava se je dotaknila tudi smernic za organizacije, specializirane za poslovna okolja, ki jih vodijo inovacijske agencije. Obravnavane so bile tudi značilnosti ciljne skupine (podjetniki do starosti 30 let), da bi končna priporočila bolj ustrezala njenim potrebam.

Regionalna razvojna agencija za Torun S.A., vodja konzorcija, je gostila zadnji sestanek. Potekal je od 8. do 9. novembra 2016 v Tehnološkem parku Torun, ki ga vodi omenjena agencija. Osrednja točka sestanka je bila konferenca, ki so se je poleg partnerjev udeležili odločevalci, ki so odgovorni za oblikovanje inovacijskih politik v K&P regiji, in predstavniki regionalnih organizacij, specializiranih za poslovna okolja. Na konferenci so javnosti prvič predstavili pripravljena priporočila, skupaj s tem

dokumentom. V sklopu konference je potekala tudi splošna diskusija o delujočih sistemih in podpornih instrumentih za inovacije, ki se uporabljajo za mlade podjetnike. Partnerji so bili med drugim seznanjeni tudi z delovnimi metodami, po katerih TARR sodeluje z mladimi podjetniki (vključno s pospeševalnikom *Smart Space*), in projekti, ki jih izvajajo TARR in subjekti, ki z njo sodelujejo in katerih stranke so podjetniki iz skupine MSP, vključno s tistimi iz ciljne skupine projekta Mladi in inovativni podjetniki. Pred zadnjim sestankom je bil pripravljen ta dokument.

3. Širjenje NIP in rezultati projekta

Po izvedbi glavnih dejavnosti so partnerji začeli pripravljati NIP, ki predstavljajo dosežene rezultate projekta.

1.4 Glosar izrazov

Spodnja tabela predstavlja definicije najpomembnejših pojmov za to študijo.

Tabela 1. Definicije pojmov

Pojem	Pojasnilo pojma / kontekst uporabe
Mladi podjetniki²	Osebe do starosti 30 let, ki vodijo podjetje.
Inovacija³	Lansiranje novega ali močno izboljšanega izdelka (blaga ali storitve), postopka, nove marketinške metode ali nove organizacijske metode v poslovni praksi, organizaciji delovnega mesta ali odnosu do okolja. Predpostavljamo, da je minimalni pogoj za inovacijo, da je izdelek, postopek ali marketinška oz. organizacijska metoda nov(a) ali močno izboljšan(a) za podjetje. Tukaj so vključeni izdelki, postopki in metode, ki jih je razvilo podjetje samo ali prilagodilo tiste, ki so jih razvila druga podjetja oz. subjekti.
Podporni sistem za inovacije	Vse javne in zasebne organizacije, kar vključuje: <ul style="list-style-type: none"> • odločevalce, odgovorne za oblikovanje pro-inovacijskih podpornih politik (pristojni organi) in z njimi povezane subjekte (npr. specializirane vladne agencije) • enote sektorja za raziskave in razvoj (javne univerze in zasebne raziskovalne ustanove, neodvisni laboratoriji itd.) • organizacije, specializirane za poslovna okolja (def. - glej spodaj) • podjetniki, ki nameravajo spodbujati in podpirati inovacije ter lansirati nove.
Organizacija, specializirana za poslovna okolja	Organizacije inovacijskega sistema so organizacije, katerih cilj je podpiranje podjetnikov, ki lansirajo inovacije, tako, da jim nudijo pro-inovacijske storitve. Te organizacije se ukvarjajo s promocijo

² Podjetništvo mladih v Evropi: vrednote, odnos, politike

³ Merjenje znanstvenih in tehničnih dejavnosti. Oslo Manual - Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data

Pojem	Pojasnilo pojma / kontekst uporabe
	<p>inovacij kot učinkovitih instrumentov za razvoj podjetij, vključujoč poslovno izobraževanje pri izvedbi inovacij in upravljanje inovacij.</p> <p>Skupina organizacij, specializiranih za poslovna okolja, med drugim vključuje: inovacijske agencije, tehnološke parke, razvojne agencije, podjetniške inkubatorje in pospeševalnike (predvsem tehnološke) itd.</p>
Odločevalci, odgovorni za oblikovanje politik, ki promovirajo inovacijo	So subjekti, ki imajo nalogo na podlagi inovacij razviti temelje in pogoje za ustvarjanje primerne okolja za razvoj podjetij ter nadzirati delovanje celotnega inovacijskega sistema na svoji ravni.
Partnerji odločevalcev, odgovornih za oblikovanje politik, ki promovirajo inovacijo	So specializirani subjekti, ki po pooblastilu odločevalcev izvršujejo smernice inovacijske politike.
Pro-inovacijska storitev⁴	Vsi ukrepi, ki služijo razvoju podjetij s tem, da izboljšujejo obstoječe tehnološke postopke ali uvajajo nove postopke, izdelke ali storitve.

⁴ Izgradnja paketa pro-inovacijskih storitev v centrih za prenos tehnologij

Slika 1. Izvedbeni načrt projekta



Vir: lastni dokument

Poglavje 2: Stanje

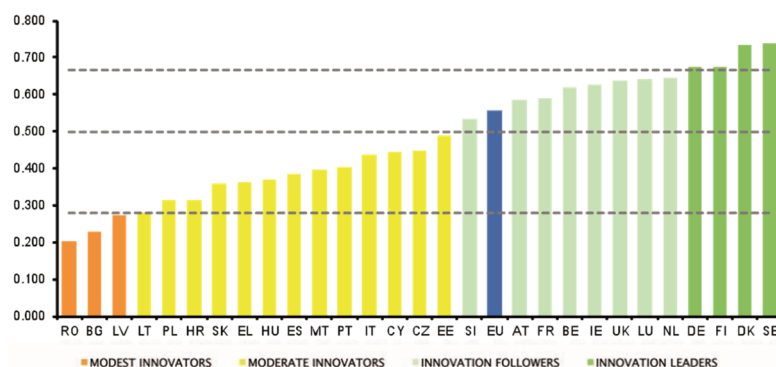
2.1 Podporni sistem za inovacije

Vse večji konkurenčni pritisk v imenu tako imenovanih držav v razvoju povzroči, da je konkurenčno prevlado podjetij in regij stare celine možno ohraniti le v primeru stalne izboljšave izdelkov, proizvodnih postopkov in načinov organizacije. Prav zaradi tega je inovativnost ključni dejavnik družbenega in gospodarskega razvoja v najpomembnejših strateških dokumentov Evropske unije, kot je „strategija Evropa 2020“^{5,6}.

Ob upoštevanju predpostavk strategije Evropa 2020 igrajo MSP ključno vlogo, saj po eni strani predstavljajo veliko večino vseh podjetij in povzročajo splošno gospodarsko rast, po drugi pa ustvarjajo stabilna delovna mesta. Hkrati pa podjetja iz te skupine še vedno ostajajo razmeroma malo inovativna, kar pomeni, da so manj konkurenčna na svojih notranjih trgih in v primerjavi s partnerji iz drugih držav.

Ta negativni trend je zlasti opazen pri državah, ki so se Evropski uniji pridružile leta 2004 in pozneje. „Kazalnik uspešnosti Unije inovacij 2015“ kaže, da nobena od teh držav ni vključena v skupino *vodilnih na področju inovacij (innovation leaders)*. Zgolj Slovenija je v skupini *inovacijskih sledilk (innovation followers)*, vendar je raven inovacij še vedno nižja od povprečja Evropske unije.

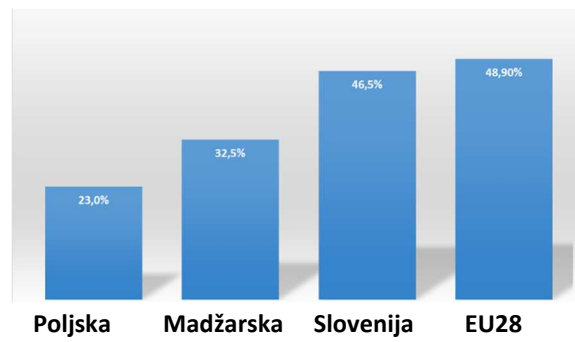
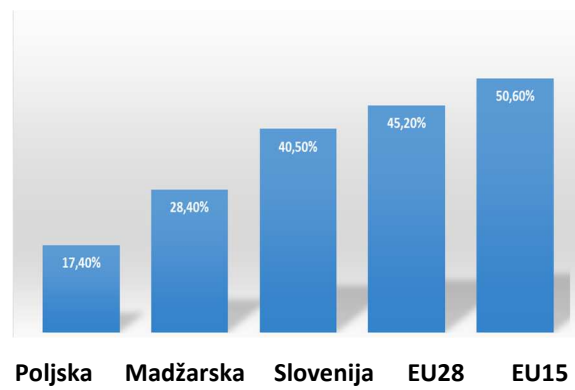
Grafikon 1. Raven inovacij v državah članicah EU



Rezultati raziskave, ki jo je izvedla Poljska agencija za razvoj podjetij, kažejo ne le širokega prepada, ki ločuje "nove" članice EU od "starih", temveč tudi razlike med državami projektnih partnerjev, čeprav imajo že vrsto let podobna, centralizirano vodena gospodarstva.

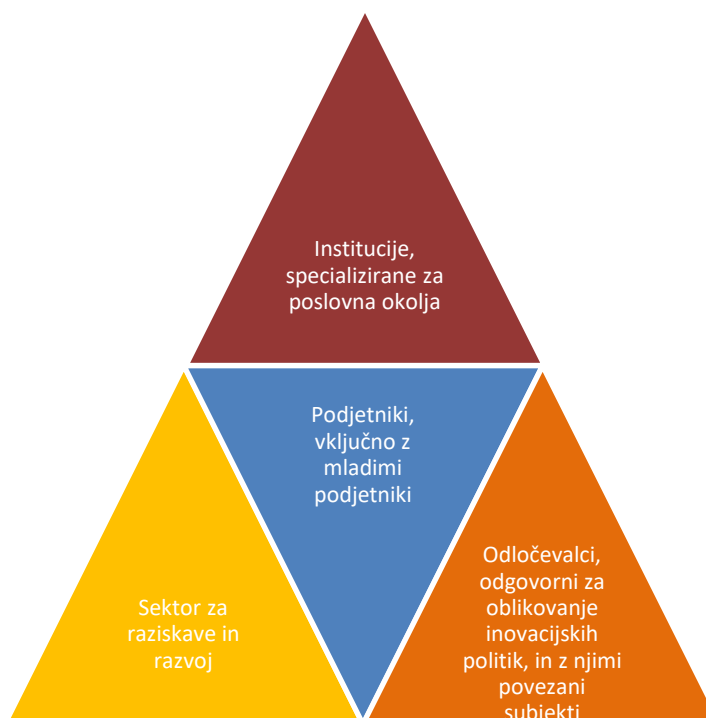
⁵ Regionalni inovacijski sistemi na Poljskem, Poljska agencija za razvoj podjetništva, 2013. str. 29

⁶ Evropa 2020 – Strategija za pameten in trajnosten razvoj s krepitvijo socialne vključenosti, Sporočilo Evropske komisije, COM(2010)2020, končna različica, Bruselj, 3. marec 2010

Grafikon 2. Splošni delež podjetij in inovativnosti (2012)**Grafikon 3. Inovacije-skupno – sektor MSP**

Te negativne trende se lahko spremeni z učinkovitim delujočim podpornim sistemom za inovacije.

Slika 2. Akterji v podpornem sistemu za inovacije



Vir: lastni dokument

Zgornja slika kaže, da podporni sistem za inovacije tako na državni kot tudi na regionalni ali celo lokalni ravni v glavnem tvorijo štiri glavne skupine:

- **podjetniki**, ki so v središču sistema, saj so odgovorni za predstavitev in pripravo inovacije ter njeno postavitve na tržišče. Posebno podskupino predstavljajo mladi podjetniki, ki so pogosto pripravljene več tvegati. Hkrati so pri vodenju podjetja v natančno opredeljenem gospodarskem okolju v postopku postavitve inovacije na tržišče pogosto odvisni od preostalih subjektov, skupaj s katerimi tvorijo sistem,
- **javni sektor**, kamor odvisno od ravni vključujemo regionalne ali lokalne oblasti in njihove sodelavce, kot so specializirane agencije, pisarne itd. Javni sektor je najpogosteje odgovoren za oblikovanje in uvajanje politik za podporo inovacijam na svoji ravni (v primeru oblasti tudi na nižjih ravneh) in instrumentov, ki predstavljajo delovna orodja za izvrševanje smernih politik. Med temi instrumenti je najprej treba omeniti strateške dokumente (med drugim regionalne inovacijske strategije) in finančne instrumente, kot npr. sredstva, ki postanejo na voljo s pomočjo posrednih oz. odvisnih enot (npr. zgoraj omenjene agencije).
- **sektor za raziskave in razvoj**, ki skupaj s podjetniki igra ključno vlogo na trajnostnem področju v povezavi z uvajanjem inovacij. Živahna dejavnost subjektov v tem sektorju inovacijskega sistema vodi do na znanju temelječega gospodarstva.

- **Organizacije, specializirane za poslovna okolja**, med katere štejemo tudi inovacijske agencije, znanstvene in tehnološke parke in druge subjekte, ki podjetnikom, ki niso aktivni v javnem sektorju, raziskavah ali razvoju, nudijo storitve v okviru inovacijske podpore. Te organizacije igrajo ključno vlogo v postopku uvajanja inovacij, saj so poleg subjektov, povezanih s sektorjem za raziskave in razvoj, glavni ponudnik pro-inovacijskih storitev in so precej pogosto odgovorne za izvajanje regionalne politike za podporo inovacij.

Podporni sistemi za inovacije se razlikujejo po državah, iz katerih prihajajo partnerji projekta "Mladi in inovativni ...". Spodaj so na kratko opisani.

2.2 Poljska

Osnovni strateški dokument za krepitev poljske gospodarske inovativnosti je "**Strategija inovativnosti in gospodarske učinkovitosti – Dinamična Poljska 2020**" (SIGU). Glavni cilj, oblikovan v tem dokumentu, je "visoko konkurenčno gospodarstvo (inovativno in učinkovito), ki temelji na znanju in sodelovanju". Dva izmed ciljev:

1. Prilagoditi regulativno in finančno okolje potrebam inovativnosti in učinkovitega gospodarstva,
2. Spodbujati inovacije s krepitvijo učinkovitosti znanja in dela,

se nanašata predvsem na vprašanja v zvezi s podporo za inovacije. Da bi dosegli cilje, so avtorji tega dokumenta določili ukrepe s šestimi smernicami. Z vidika podpornega sistema za inovacije za MSP so najpomembnejše:

- 1.1. Enostaven dostop podjetij do kapitala v vseh razvojnih fazah, zlasti ob upoštevanju kapitala z visokim tveganjem in sektor MSP.
- 2.1. Višja stopnja in učinkovitost znanosti na Poljskem, krepitev sodelovanja z gospodarstvom in večja mednarodna konkurenčnost znanosti.
- 2.2. Vzpostavitev okvirjev, ki bi omogočali izvajanje učinkovite inovacijske politike.
- 2.3. Podpiranje sodelovanja v inovacijskem sistemu.

Osnovni dokumenti, ki bodo oblikovali pro-inovacijske politike na regionalni ravni, so **Regionalne inovacijske strategije**.

Tudi drugi dokumenti močno vplivajo na podporni sistem za inovacije na Poljskem – predstavljajo osnovo za financiranje razvojnih smernic, določenih v strateških dokumentih. Zelo pomembni razvojni instrumenti na tem področju so operativni programi, predvsem **operativni program 'Pametna rast 2014-2020'**. Osredotočajo se na krepitev inovativnosti podjetij s spodbujanjem raziskav in razvojnega dela ter s povečanjem potenciala poslovnih subjektov, da jih vodijo. **Operativni program 'Znanje, izobraževanje, razvoj 2014-2020'** se osredotoča na krepitev kompetenc in znanja na področjih človeških virov in socialnih inovacij, prav tako tudi **Regionalni operativni programi**.

Še en ključen element opisanega sistema so **Državne specializacije za podatke (DSP)** oz. specifikacije gospodarskih področij, ki so rezultat temeljitih analiz in ki imajo največji potencial za ustvarjanje dodane vrednosti in povečanje konkurenčnosti poljskega gospodarstva na tujih trgih. DSP so tesno povezane z operativnimi programi, ki odločajo o možnostih dostopa do financiranja vključenih sektorjev ali projektov, v nekaterih primerih pa jih obravnavajo zgolj kot kriterij dostopa za prosilce, ki želijo pridobiti finančna sredstva za svoja podjetja. Na ravni regionalnih operativnih programov so ekvivalent DSP Regionalne specializacije za podatke.

Podpora za inovacije ni omejena le na dokumente. Prav tako (morda celo predvsem) pokriva organizacije, ki ustvarjajo svoja priporočila in jim sledijo ter ki uresničujejo pro-inovacijske politike. Na vladni ravni so vključeni mnogi odgovorni ministri in uradi, vendar ključno vlogo na tem področju igra **minister za razvoj**, ki je koordinator in odgovoren za izvajanje SIGU in njenih smernic. Minister je odgovoren tudi za gospodarsko politiko, vključno s pogoji, ki spodbujajo razvoj podjetništva na Poljskem. Pomembno vlogo pri oblikovanju inovacijske politike ima tudi **minister za znanost in visoko šolstvo**, ki namenja sredstva in nadzira delovanje znanstvenih subjektov in tako vpliva na kakovost in smer raziskav, ki se izvajajo.

Zelo pomemben element podpornih sistemov za inovacije so tudi vladne agencije. Najpomembnejši sta **Poljska agencija za razvoj podjetništva (PARP)** in **Nacionalni center za raziskave in razvoj (NCBR)**. Cilj prve, ki je odgovorna ministru za razvoj, je "izvajanje gospodarskih in razvojnih programov za namene podpiranja inovativnosti in raziskovalne dejavnosti malih in srednje velikih podjetij (MSP), regionalnega razvoja, povečanja izvoza, razvoja človeških virov in uporabe novih tehnologij". Drugi odgovarja ministru za znanost in visoko šolstvo ter opravlja naloge, povezane z znanstveno, tehnološko in inovativno politiko. Oba sta odgovorna predvsem za "upravljanje in uresničevanje strateških programov znanstvenih raziskav in razvojnega dela, kar neposredno pomeni razvoj inovacij". Podpirata tudi prenos znanstvenih rezultatov iz raziskav v gospodarstvo, skrbita, da so za razvoj znanstvenega osebja zagotovljeni dobri pogoji, in si prizadevata ozaveščati na področju varstva industrijske lastnine. Obe agenciji sta ključni za izvajanje operativnih programov in izpolnjujeta vlogo posrednikov v operativnem programu 'Pametna rast', operativnem programu 'Znanje, izobraževanje, razvoj', operativnem programu 'Digitalna Poljska' in operativnem programu 'Vzhodna Poljska'.

Med številnimi subjekti na Poljskem, ki močno vplivajo na izvajanje pro-inovacijskih politik v državi, lahko omenimo naslednje:

- **Banka državnega gospodarstva (Bank Gospodarstwa Krajowego)** – razvojna banka v državni lasti, katere glavna naloga je podpora gospodarskega razvoja države. Med drugim je odgovorna za ohranitev pretoka evropskih sredstev na Poljsko. Je tudi posrednica v operativnem programu 'Pametni razvoj', odgovorna za izvajanje podakcije 3.2.2 OP SG – Posojila za tehnološke inovacije.

- **Center za obdelavo informacij (Ośrodek Przetwarzania Informacji) – Državni raziskovalni inštitut (Państwowy Instytut Badawczy)** – zbira, analizira in ustvarja informacije o sektorju za raziskave in razvoj na Poljskem ter vpliva na oblikovanje znanstvenih politik v državi. Prav tako ima vlogo izvajalca v skladu z akcijo 4.2 OP SG – Razvoj sodobne raziskovalne infrastrukture v znanstvenem sektorju.
- **Agencija industrijskega razvoja (Agencja Rozwoju Przemysłu S.A.)** – enoosebna družba v sklopu državne blagajne, ki podpira konkurenčnost poljskih podjetij, med drugim s pomočjo podpiranja inovacijskih rešitev v velikih podjetjih, podpornih programov za inovativne industrije (trenutno industrija video iger in industrija vesoljskih tehnologij) ali z omogočanjem uporabe internetne platforme za prenos tehnologij.

Na ravni vojvodstev so za podpiranje inovativnosti najpomembnejši regionalni odbori in uradi predsednikov regionalnih skupščin, ki odborom odgovarjajo. Skupaj so odgovorni za oblikovanje in izvrševanje regionalne pro-inovacijske politike in vodijo regionalne operative programe.

2.3 Madžarska

Državni svet za raziskovalno, inovacijsko in znanstveno politiko je najvišji vladni forum za znanost, tehnologijo in inovacije, ki ga je ustanovila vlada in ki mu predseduje predsednik vlade. Forumu pri delu pomaga Svetovalni odbor za znanstveno in tehnološko politiko, ki pripravlja odločitve, usklajuje in ocenjuje.

Vlada je ustanovila tudi Svet za raziskave in tehnološke inovacije, ki sodeluje z Državnim uradom za raziskave, razvoj in inovacije in se ukvarja s strateškimi vprašanji. Svet v sodelovanju s predsednikom Urada odloča o stališčih o strateških vprašanjih, povezanih z načrtovanjem, upravljanjem in porabo sredstev.

Državni urad za raziskave, razvoj in inovacije je v sodelovanju z Madžarsko akademijo znanosti za vlado razvil srednjeročno strategijo na področju raziskav, razvoja in inovacij (Naložba v prihodnost – državna raziskovalno-razvojno-inovacijska strategija 2013-2020). Glavni cilj strategije je Madžarsko do leta 2020 spremeniti v državo, katere gospodarstvo poganjajo inovacije, in zagotoviti, da madžarska podjetja ponujajo konkurenčne izdelke na mednarodnem trgu.

Pomembni cilji, navedeni v strategiji:

- I. Stopnja porabe podjetij za raziskave in razvoj mora doseči 2,4 % BDP-ja, medtem ko poraba vlade ne sme presegati 1,2 %.
- II. Ustvariti je treba mednarodno priznane raziskovalno-razvojne objekte in centre. Izboljšati je treba kakovost in učinkovitost neprofitnih raziskovalnih centrov ter okrečiti izkoriščevanje rezultatov in povezavo s poslovnim sektorjem. Na Madžarskem je treba

ustanoviti raziskovalne univerze najvišje kakovosti, ki bi tesno sodelovale s podjetji in se fleksibilno odzvale na potrebe gospodarstva.

- III. Madžarska MSP morajo biti obravnavana ločeno. Razvoj vladne strategije za inovativen razvoj MSP je ena najnujnejših prednostnih nalog. Vladne subvencije ne smejo biti samo oblika kapitala, ampak tudi dejavnik pri motiviranju inovacijske dejavnosti.

Akterji

Državni svet za raziskovalno, inovacijsko in znanstveno politiko (NKITT) ja najvišje vladno telo za usklajevanje in sprejemanje odločitev na področju znanstvene, tehnološke in inovacijske (ZTI) politike. NKITT ima štiri glavne naloge: i) odločanje o strateško pomembnih vprašanjih ZTI politike in z njimi povezanimi pomembnimi projekti, o financiranju ZTI, o strategiji porabe sredstev Sklada za raziskave in tehnološke inovacije (KTIA), o ocenjevalni strategiji orodij ZTI politike, o poročilu o porabi sredstev Državnega sklada za znanstvene raziskave (OTKA); ii) podajanje mnenja o poročilu o porabi sredstev KTIA, o osnutkih glavnih vladi predloženih ZTI političnih dokumentov, o strategiji porabe sredstev OTKA; iii) pripravljane predlogov vladi o zakonodaji in ureditvi v zvezi z vprašanji ZTI; iv) sodelovanje pri usklajevanju vladnih nalog v zvezi z ZTI (oblikovanje proračuna ZTI in nadzor nad njegovim izvajanjem).

Ministrstvo za državno gospodarstvo izvaja številne ukrepe inovacijske politike in nadzoruje vladne službe, pristojne za vodenje kakovosti, intelektualno lastnino, standardizacijo, meroslovje, energetiko in varstvo potrošnikov. Minister v imenu vlade nadzira Državni urad za raziskave, razvoj in inovacije. Z vidika financiranja je za inovacijske politike odgovorno ministrstvo za državni razvoj.

Ministrstvo za človeške vire je odgovorno za oblikovanje in izvajanje znanstvene in izobraževalne politike. Ker nadzoruje celoten sistem javnega izobraževanja od osnovnih šol do univerz, nosi veliko odgovornost pri omogočanju ustrezne izobrazbe za človeške vire, potrebne za inovacije.

Sektorska ministrstva, predvsem **Ministrstvo za kmetijstvo**, so odgovorna za ciljno naravnane raziskave na svojih področjih pristojnosti.

Državni urad za raziskave, razvoj in inovacije je odgovoren za izvajanje vladne ZTI politike, vključno s pripravo osnutkov raziskovalno-razvojnih in inovacijskih programov ter upravljanjem mednarodnega sodelovanja na področju raziskav in razvoja v imenu vlade. Predsednika in podpredsednika urada imenuje predsednik vlade. Predsednik je odgovoren za operativne naloge Urada.

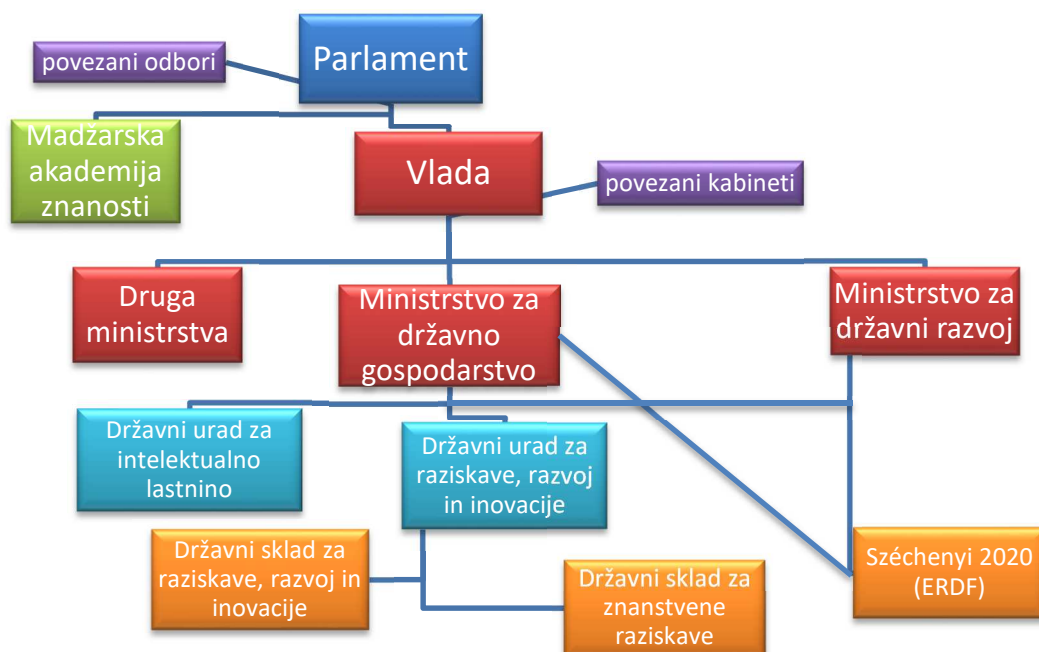
Državni urad za intelektualno lastnino ima med drugim naslednje zadolžitve: (1) uradni pregledi in postopki na področju industrijske lastnine; (2) priprava in izvajanje vladnih strategij za zaščito intelektualne lastnine; (3) svetovanje in izvajanje povezanih ukrepov politike ter (4) mednarodno in evropsko sodelovanje na področju zaščite intelektualne lastnine.

Državni sklad za znanstvene raziskave (OTKA) je bil ustanovljen z zakonom leta 1991 s pomembnimi nalogami podpirati znanstvene raziskave in razvijati raziskovalno infrastrukturo. Deluje kot neodvisna agencija za dodelitev sredstev, ki daje močan poudarek na temeljne raziskave. Posebno pozornost namenja predvsem razvoju nove generacije raziskovalcev. Zagotovljena ji je popolna neodvisnost pri oblikovanju svoje strategije dodeljevanja sredstev, uvajanju shem financiranja in odločanju o podpiranju raziskovalnih projektov.

Državni sklad za raziskave, razvoj in inovacije (NKFIA) je bil ustanovljen januarja 2015 z namenom zagotavljanja državne podpore za raziskave, razvoj in inovacije. V skladu z zakonom o javnih financah je NKFIA ločen državni sklad in združuje funkcije nekdanjega Sklada za raziskave in tehnološko inovativnost ter Madžarskega sklada za znanstvene raziskave. V skladu z zakonom o raziskavah, razvoju in inovacijah z NKFIA upravlja Državni urad za raziskave, razvoj in inovacije.

Madžarska akademija znanosti je v skladu z zakonom št. 40 iz leta 1994 samoupravni javni organ. Iz znanstvenega, političnega in finančnega vidika ima visoko stopnjo avtonomije. Madžarska akademija znanosti skupaj z Državnim uradom za raziskave, razvoj in inovacije pripravlja strokovna poročila za vlado. V procesih odločanja sodelujejo tudi strokovne ekipe. Državni urad za raziskave, razvoj in inovacije je odgovoren za izvajanje vladnih politik. Svet za raziskave in tehnološke inovacije nadzoruje porabo sredstev Sklada za inovacije in se ukvarja s strateškimi vprašanji.

Slika 3. Inovacijski sistem na Madžarskem



2.4 Slovenija

Vloga podpornega ekosistema za inovacije je predvsem zagotavljanje ugodnih razmer na naslednjih področjih: kultura podjetništva, vrednotenje raziskovalno-razvojnih projektov, širjenje inovacijskih postopkov in interakcija z javnimi univerzami, sodelovanje uradov za prenos tehnologij z najpomembnejšimi regionalnimi industrijskimi sektorji ter splošna promocija storitev inovativnega okolja, komercializacija znanja in informacije o novih priložnostih na znanju temelječega podjetništva.

Od slovenske osamosvojitve naprej je institucionalni okvir inovacijske politike doživel številne spremembe, kjer se delno odraža iskanje najučinkovitejše delitev nalog med ministrstvi in delno vpliv znanstvenih in poslovnih skupnosti. Vsaka od zadnjih volitev je predstavila nove ideje o tem, kako najbolje organizirati vlado, da bo bolj spodbujala znanost, tehnologijo in inovativnost. Tako se je v zadnjih letih razvil precej zapleten sistem ustanov, ki sodelujejo pri izvajanju inovacijskih politik in strategij. Poleg tega so se v Sloveniji med letoma 2007 in 2013 zvrstile štiri vlade, kar je vplivalo na učinkovitost in doslednost izvajanja znanstvenih in inovacijskih strategij za raziskave in inovacije, tako kot tudi na institucionalni okvir že razdrobljenega ekosistema. Po drugi strani pa so zgoraj omenjeni izzivi in spremembe privedli do številnih mednarodno priznanih najboljših praks, kot so dobro razvite in podprte javne raziskave in razvoj z odlično infrastrukturo in raziskovalno opremo, javne naložbe v izobraževalni sistem, naraščajoča tehnologija in infrastruktura za podporo za inovacije s številnimi posredniki, ki je enakomerno porazdeljena po vseh regijah. Področje delovanja sega vse od širjenja tehnoloških inovacij do ustvarjanja bolj naprednih in interaktivnih pobud skupaj z zasebnim sektorjem.

Najpomembnejši strateški dokumenti, ki tvorijo regulativni okvir, so:⁷

- Raziskovalna in inovacijska strategija, RISS, 2011-2020; Vlada RS je odobrila predlog resolucije o raziskovalni in inovacijski strategiji, ki je glavni strateški dokument na področjih raziskav in inovacij v Sloveniji (2011)
- Nacionalni program visokega šolstva, 2011-2020
- Slovenska industrijska politika, SIP 2014-2020 z Nacionalnim reformnim programom (2015)

Glavni cilj RISS je "vzpostaviti sodoben raziskovalni in inovacijski sistem, ki bo omogočal višjo kakovost življenja za vse s kritično refleksijo družbe, učinkovitim reševanjem družbenih izzivov in dvigom dodane vrednosti na zaposlenega ter zagotavljanjem več in kakovostnejših delovnih mest".⁸

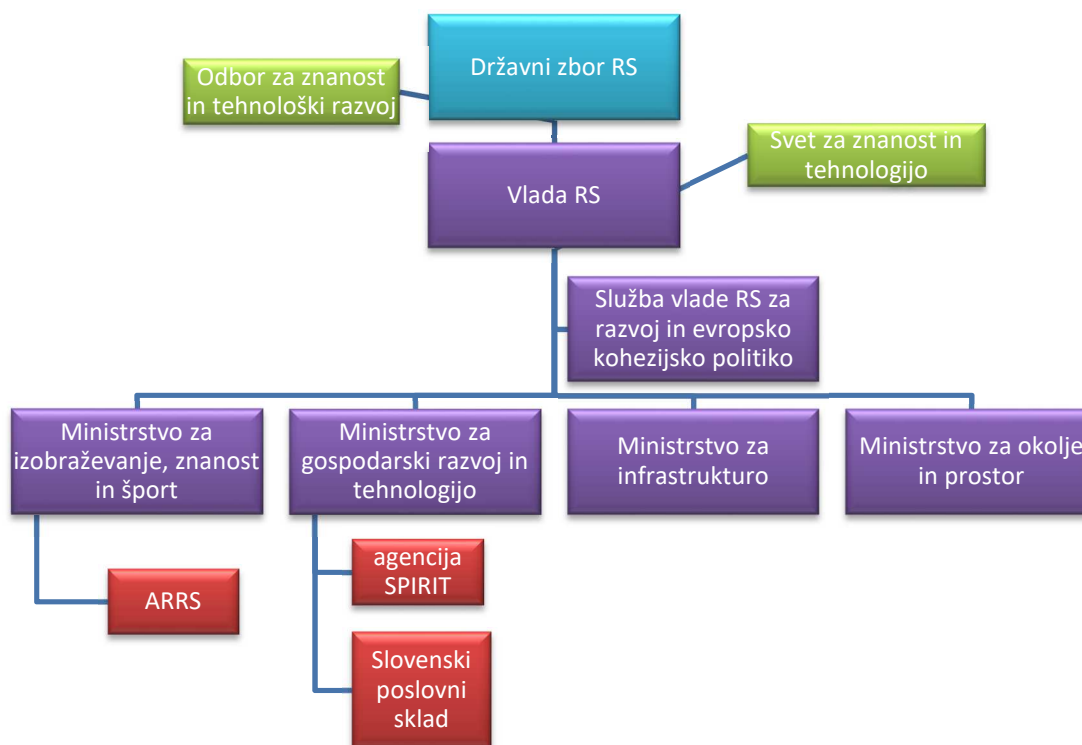
Treba je poudariti, da resolucija o RISS predstavlja medsebojno razmerje med raziskovanjem, visokim šolstvom, inovacijami in tehnološkim razvojem (konkurenčnost) – gre za skupni dokument RISS 2011-

⁷ Gebhardt, C., in Stanovnik, P. (2016), Slovenia and the Struggle for organisational readiness at the national level, *Industry & Higher Education*, zv. 30, št. 1, str. 53-66.

⁸ <https://www.uradni-list.si/1/content?id=103975>

20 in Nacionalni program visokega šolstva 2011-20. Oba dokumenta najprej predlagata ukrepe za nujne reforme državnega inovacijskega sistema in merljive cilje izvajanja. V pripravi so pravni dokumenti za izvajanje teh strategij. Vključujejo nov in bistveno spremenjen Zakon o raziskovalni in razvojni dejavnosti kot tudi Zakon o visokem šolstvu in Strategijo pametne specializacije, sprejeto leta 2015, ki je skupna strategija vlade, poslovnega in industrijskega sektorja, raziskovalnih organizacij in civilne družbe. Skupaj prispevajo k opredelitvi razvojnih prednostnih nalog do leta 2013 (OECD, 2015).

Slika 4. Inovacijski sistem v Sloveniji



Zgornja shema podrobno prikazuje ustanove v sistemu raziskav in inovacij na vladni ravni.

Odbor za visoko šolstvo, znanost in tehnološki razvoj Državnega zbora RS je svetovalni in zakonodajni organ, ki obravnava pravni in proračunski okvir v zvezi z znanostjo in tehnologijo.

Svet za znanost in tehnologijo RS je bil do leta 2012 najpomembnejši organ za znanstveno in tehnološko politiko. Danes je strokovni svetovalni organ Vladi RS. Glavne pristojnosti Sveta so predlaganje platforme za Nacionalni raziskovalni in razvojni program (NRRP) Vladi RS in predlog izvajanja politike v tekočem letu, vrednotenje izvajanja NRRP in spremljanje razvoja raziskovalnih in razvojnih dejavnosti ter spremljanje kakovosti delovnih programov, ki jih izvajajo javne raziskovalne organizacije. Svet za znanost in tehnologijo izvaja tudi druge pobude in ukrepe, ki jih določajo zakoni in drugi predpisi.

Ključno vlogo pri vodenju celotne slovenske raziskovalne in inovacijske politike igrata dve ministrstvi. Na Ministrstvu za izobraževanje, znanost in šport sta Direktorat za visoko šolstvo in Direktorat za znanost zadolžena za oblikovanje politike in strategij na omenjenih področjih. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo oblikuje politiko in izvaja ukrepe na področjih podjetništva, konkurenčnosti in tehnologije. Pod okriljem obeh ministrstev delujejo izvajalske agencije in organi, odgovorni za izvajanje instrumentov in ukrepov, povezanih z okvirom raziskovalnih in inovacijskih politik, in za upravljanje s povezanimi ekosistemi. Poleg tega sta Ministrstvo za infrastrukturo ter

Ministrstvo za okolje in prostor prevzela nekaj dejavnosti, povezanih z raziskovalno in inovacijsko politiko.

Vsa zgoraj omenjena ministrstva so tudi v stiku s Službo Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko, ki je odgovorna za oblikovanje operativnega programa za raziskave in inovacije ter strategije pametne specializacije (RIS3), kot tudi nadzor vseh strukturnih in kohezijskih skladov. Služba je bila znova vzpostavljena v začetku leta 2014, da bi prevzela postopek priprave državnih dokumentov v zvezi s strukturnimi in kohezijskimi skladi EU (kar dandanes predstavlja glavni vir naložb na državni ravni), vključno z dovršitvijo izvajanja aktivnosti po perspektivi 2007-2013.

Izvajalske agencije

Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (ARRS) je neodvisna javno financirana organizacija, ki opravlja naloge v zvezi z Nacionalnim raziskovalnim in razvojnim programom in z ustvarjanjem evropskega raziskovalnega prostora. ARRS znanstveni skupnosti zagotavlja instrumente za stabilno financiranje znanstvene odličnosti – za temeljne in aplikativne raziskave, predvsem v javnem raziskovalnem sektorju.

Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije (SPIRIT Slovenija) izvaja širok nabor nalog, finančnih shem in podpornih storitev s ciljem dokazovanja Slovenije kot inovativne, tehnološko razvite, izvozno naravnane in tujim investitorjem privlačne destinacije. "Podporno okolje za podjetja" usklajuje ekosistem podpornega okolja (tehnološke parke, inkubatorje, univerzitetne inkubatorje in druge akterje), portal e-VEM, trgovine, ki delujejo po načelu 'vse na enem mestu', spodbuja mobilnost raziskovalcev, izobražuje učitelje o naj sodobnejših metodah (*lean canvas* oz 'vitek okvir' ipd.) in vhodnih NTI. Finančne sheme niso namenjeni le posrednikom, ampak tudi podjetjem, ki stremijo k spodbujanju tehnološkega razvoja in inovacijske dejavnosti v MSP (sistemi bonov ipd.).

Slovenski podjetniški sklad (SPS) je najpomembnejša javna finančna institucija na državni ravni, ustanovljena z namenom izboljšanja dostopa MSP do finančnih sredstev. SPS zagotavlja finančne spodbude v obliki nepovratnih sredstev za ustanovitev podjetja, konvertibilnih posojil in kapitalskih vložkov (semenski kapital), tveganega kapitala (mezzazin), mikrokreditov in garancij za zavarovanje bančnih kreditov s subvencijo obrestne mere. Vsi finančni produkti so prilagojeni glede na potrebe določenih faz življenjskega cikla inovativnih MSP (razvoj produkta, vstop na trg in širitev, hitra rast, nadaljnja rast) ali specifičnih ciljnih skupin (start-upov, inovacijskih skupin, ženskega podjetništva, prenosa lastništva med generacijami, kreativnih industrij, socialne inovacije, prenove poslovnega modela).

2.5 Pregled stanja – pokazatelj sistemskih problemov

Analiza podpornih sistemov za inovacije po posameznih državah, ki temelji na zgoraj omenjenih značilnostih in sklepih, ki izhajajo iz partnerskih sestankov, potrjuje trditev, da v nobeni od partnerskih držav ne deluje usklajen podporni sistem za inovacije, namenjen mladim podjetnikom. Značilnosti ciljne skupine projekta, predstavljene pod točko 3.1, nedvoumno kažejo, da gre za skupino, ki zahteva posebno pozornost in podporo pri vodenju poslovanja, predvsem na področju inovacij. S to pogosto omenjeno problematiko je povezanih precej podrobnih težav, najpomembnejše med njimi so:

1) Ni komunikacijske platforme za subjekte podpornega sistema za inovacije, ki bi olajšala izmenjavo informacij, znanj in izkušenj na področju podpore za inovacije za mlade podjetnike.

V nobenem od raziskanih primerov ni bil ustvarjen popolnoma celovit inovacijski sistem, ki bi primerno poskrbel za mlade podjetnike. Treba je poudariti, da imajo posamezni akterji inovacijskega sistema potrebno znanje in izkušnje na področju splošne podpore inovacij in ločenih podskupin, vključno z mladimi podjetniki. Hkrati pa ni instrumenta, ki bi povezal posamezne skupine subjektov, ki sestavljajo inovacijski sistem.

Trenutno je situacija takšna, da institucije, ki opravljajo pro-inovacijske storitve, nimajo popolnega pregleda nad ponudbo na trgu, kar povzroči množenje enakih ali zelo podobnih storitev in ne pomaga v postopku specializacije institucij v inovacijskem sistemu. Poleg tega zaradi pomanjkanja skupnega znanja o storitvah, ki jih ponujajo partnerji v sistemu, le-ta postane manj učinkovit, saj se lahko zgodi, da bo subjekt poskušal sam najti rešitev za težavo, ki jo je razrešila že druga organizacija. Neusklajen pretok znanja med institucijami v sistemu, ki ga povzroča nedelovanje oz. nepravilno delovanje instrumentov za notranjo komunikacijo, zbega mlade podjetnike, ki želijo pridobiti finančno pomoč, ki bi ustrezala njihovim individualnim potrebam. Posledično zanje pogosto ne poskrbi institucija, ki bi bila glede na njihove potrebe zanje najprimernejša.

2) Nizek delež zanimanja mladih podjetnikov za pridobitev rezultatov raziskav in splošne podpore od subjektov, ki tvorijo podporni sistem za inovacije za potrebe vodenja podjetja.

Stanje žal potrjujejo rezultati raziskav. Poljska statistična raziskava (2012) na primer kaže, da podjetja, ki jih ustanovijo mladi (do 30 let), predstavljajo približno 30 % vseh ustanovljenih podjetij v državi⁹. Domnevamo lahko, da so to večinoma podjetja, ki se po definiciji Evropske komisije štejejo za mikropodjetja. Glede na poročilo o položaju mikro- in malih podjetij v letu 2015, ki ga je pripravila banka Pekao¹⁰, se zgolj 4 % mikro- in malih podjetnikov poslužuje zunanjih raziskovalnih in razvojnih

⁹ <http://www.wirtualnemedi.pl/centrum-prasowe/arttykul/mlodzi-przedsiebiorcy-w-polsce>

¹⁰ https://www.pekao.com.pl/binsource/f/00/Raport_2016_pol.pdf

storitev. Odstotek je malo višji, če upoštevamo le podjetja, mlajša od 3 let (velik delež predstavljajo prav podjetja podjetnikov, starih do 30 let). Trenutno se 5 % vseh podjetij zanima za nakup raziskovalnih in razvojnih storitev, vendar pa je ta številka še vedno zelo nizka. Treba je biti pozoren na dejstvo, da se mladi zanimajo za razvoj podjetij, ki temelji na inovacijah. To potrjuje raziskava, ki jo je v letu 2016¹¹ izvedla Deloitte in ki je pokazala, da mlade naslednike družinskih podjetij zelo zanima razvoj prevzetega podjetja, ki temelji na inovacijah in znanju – 76 % anketirancev je odgovorilo, da so zanje inovacije ena od treh glavnih prioritet pri razvoju svojega podjetja. Znamenje, da s strani podjetnikov obstaja povpraševanje po podpornem sistemu za inovacije, ki se bo najverjetneje še krepilo, je zelo pomembno, vendar je potrebno stremeti k temu, da bodo po eni strani ponudbe univerz, javnega sektorja in organizacij, specializiranih za poslovna okolja, dosegle podjetnike in po drugi strani, da si bodo podjetniki želeli razvijati svoja podjetja z inovacijami, kar bi lahko dosegli med drugim s spodbujanjem poznavanja inovacij.

V Sloveniji, na primer, je tretjina podjetnikov stara med 25 in 34 let. Vendar pa ima Slovenija zaradi nizkega deleža zanimanja mlajših in starejših odraslih sorazmerno nizek splošni TEA-indeks. To lahko služi kot primer pomena upoštevanja starostne porazdelitve podjetnikov v gospodarstvu in obravnavanja starostnih skupin, pri katerih beležimo nizek delež zanimanja¹².

3) Nezadostna pogostost in stalnost testov učinkovitosti storitev, ki jih subjekti podpornega sistema za inovacije nudijo mladim podjetnikom, rezultira v upravljanju storitev, ki temelji na zastarelih podatkih.

Učinkovitost tako pro-inovacijskih kot tudi drugih storitev, ki jih nudijo subjekti v inovacijskem sistemu za mlade podjetnike, težko zanesljivo vrednotimo, saj so lahko, med drugim, rezultati izvajanja inovacij v podjetju pogosto bistveno zakasneni, kar je naravna posledica zakonov, ki urejajo postopke izvajanja inovacij, oziroma splošnih načel gospodarstva. Vrednotenje samo poteka, ko so projekti še v začetni življenjski fazi in deležni podpore podjetja, učinki pa še niso vidni. Tako jih ni mogoče priznati kot zanesljivo vrednotenje trajnosti uporabljenih instrumentov.

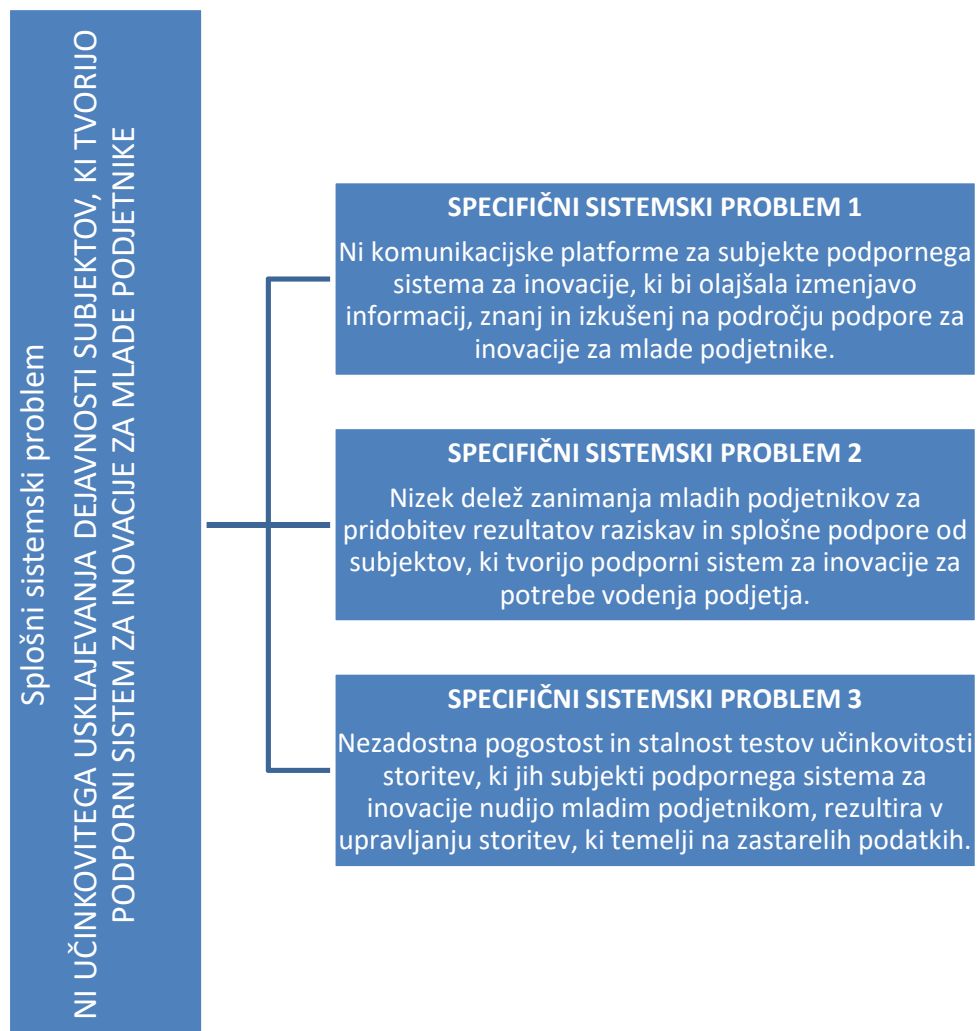
Težavo nadalje otežuje dejstvo, da je raziskava izvedena z uvajanjem različnih projektov različnih institucij, ki uporabljajo različne standarde ocenjevanja, zaradi česar je težko narediti primerjavo in najti povprečno oceno. Če povzamemo: ker vrednotenje, ki ga opravljajo subjekti, ki ustvarjajo sistem, ni usklajeno in kontinuirano, ni zadostne podlage za načrtovanje novih, boljših instrumentov. Tako se zdi nujno vzpostaviti preprost in hkrati učinkovit sistem na podlagi pridobljenih izkušenj, ki bo

¹¹ [New Generation in Family Companies, Deloitte, 2016](#)

¹² <http://www.gemconsortium.org/report>, 2015/16 GLOBAL REPORT, str. 26

omogočal objektivno vrednotenje kakovosti ponujenih storitev in posledično izboljšal učinek celotnega podpornega sistema za inovacije za mlade podjetnike.

Slika 5. Glavni problem in sistemski problemi na področju podpore za inovacije za mlade podjetnike



Poglavje 3: Opis ciljne skupine in analiza podatkov iz poročila o popisu stanja

3.1 Mladi podjetniki = "Milenijci", "Generacija Y", "Generacija MI" ...

... "Bumerang generacija", "Peter Pan generacija"¹³ – različna imena, ki označujejo isto skupino ljudi, ki jih uvrščamo med mlade podjetnike, ciljno skupino tega projekta. Kdo so? Kakšni so? Kakšni podjetniki so? So res tako pomembni?

Kdo so in kakšni so?

Generacija Y označuje ljudi, rojene med letoma 1980 in 2000, ki so danes stari 36 let ali manj. Velika večina še ni stara 30 let.

Predstavniki generacije Y so na naraven način pridobili številne sposobnosti, koristne za vodenje podjetja, ki se jih je morala starejša generacija (X) najprej priučiti. Tu gre predvsem za znanje vzdrževanja računalnikov in pridobivanja informacij. Odlično so pripravljeni za področja svetovnega gospodarstva in kulturne raznolikosti¹⁴. Timsko delo jim je blizu, preprosto zato, ker so odrasli v dobi interneta in so se prej naučili medsebojne komunikacije¹⁵. Pomembno je tudi, da znajo hkrati opraviti več nalog¹⁶. Predvsem v okviru inovacijskih dejavnosti je njihova očitna prednost način razumevanja svojega uspeha. Pri starejši generaciji je bilo merilo uspeha materialno stanje. Za predstavnike generacije Y pa je uspeh predvsem služba, ki jo lahko po eni strani prilagodijo načinu življenja in jim po drugi strani daje občutek samoizpolnitve. Iz tega opisa izhaja slika skupine, ki ji bolj ugaja "biti" kot "imeti". Domnevamo lahko, da takšen precej idealističen pristop, zlasti na začetku poklicne poti (vključno z obdobjem, ko še gre za mladega podjetnika), lahko pomeni večjo namero podjetnika, da bi se razvijal z iskanjem novih rešitev, kar zlasti v primeru uspeha izboljša samooceno in prinaša občutek samoizpolnitve. Vendar pa nekateri raziskovalci opažajo naslednje negativne lastnosti¹⁷:

- omejena zmožnost neodvisnega sprejemanja odločitev,
- nerealna pričakovanja, ki povzročijo prepričanje, da "lahko spremenijo svet v enem delovnem dnevu",
- neizkušенost,
- nepotrpežljivost,
- hitro izgubijo koncentracijo¹⁸,

¹³ <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2013/12/8-millennials-traits-you-should-know-about-before-you-hire-them>

¹⁴ <http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/25/id/549>

¹⁵ ibidem

¹⁶ <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2013/12/8-millennials-traits-you-should-know-about-before-you-hire-them>

¹⁷ <http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/25/id/549>

¹⁸ <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2013/12/8-millennials-traits-you-should-know-about-before-you-hire-them>

- pričakovanje, da bo njihovo delo imelo takojšnje učinke.

Tabela 2. "Prednosti" in "pomanjkljivosti" generacije Y

Generacija Y	
"Prednosti"	"Pomanjkljivosti"
Veliko znanja o informacijski tehnologiji	Malo izkušenj (malo „izpeljanih“ projektov/razvojnih ciklov izdelka)
Pogosto ni družinskih obveznosti, kar olajša sprejemanje tveganih odločitev	Ker ni družinskih obveznosti, to lahko vodi v nepremišljenost
Dobro poznavanje jezika	Omejena finančna sredstva
Enostavni medkulturni stiki	Nerealna pričakovanja o razmerju med vloženim delom in učinki
Navajeni živeti v svetu brez meja (se nanaša na Evropo)	Razočaranje nad stanjem v svetu (visoka stopnja brezposelnosti, omejene razvojne možnosti)
Visoka izobrazba	Nepotrpežljivost in pričakovanje, da bo delo imelo takojšnje učinke

Vir: lastni dokument

Za boljše razumevanje generacije Y, zlasti v kontekstu pristopa k poklicnemu delu, je smiselno proučiti primerjalno analizo, ki sta jo v svoji raziskavi izvedla Yigit in Aksay¹⁹, kjer sta jih primerjala s starejšo skupino oz. generacijo X.

Tabela 3. Generaciji X in Y – primerjava glede na osebne lastnosti, povezane z izvajanim delom

LASTNOST	
GENERACIJA X	Delajo, da živijo.
	Sproščeni, neodvisni, ustvarjalni. Želijo nasprotovati sistemu, včasih so sumničavi ali nepotrpežljivi.
	Verjamejo vase, ni jim všeč, če jih kdo nadzira. Zvestejši so skupini, v kateri delajo, kot organizaciji, ki jih zaposluje.
	Resno jemljejo svoje zadolžitve, a ne nameravajo preživeti celotne poklicne poti v eni organizaciji.
	Poskušajo ohraniti ravnovesje med službenim in zasebnim življenjem, zanima jih svet okoli njih.
	Opravljajo lahko številne naloge hkrati.
	Izogibajo se vlogi vodje.

¹⁹ S.Yigit, K. Aksay, A Comparison between Generation X and Generation Y in Terms of Individual Innovativeness Behavior. The Case of Turkish Health Professionals, International Journal of Business Administration, zv. 6, št. 2, 2015 - <http://www.sciedu.ca/journal/index.php/ijba/article/viewFile/6625/3947>

GENERACIJA Y

Natančno želijo vedeti, kaj organizacija od njih pričakuje, kakšni so potenciali za njihov poklicni razvoj in kako organizacija skrbi za motiviranje zaposlenih.

Želijo biti odgovorni za svoje delo, radi dokazujejo svoje sposobnosti. Pomembneje jim je, da so spoštovani, kot da služijo denar.

Zanje je pomembna kakovost izvedbe dela. Opravljajo lahko več nalog hkrati.

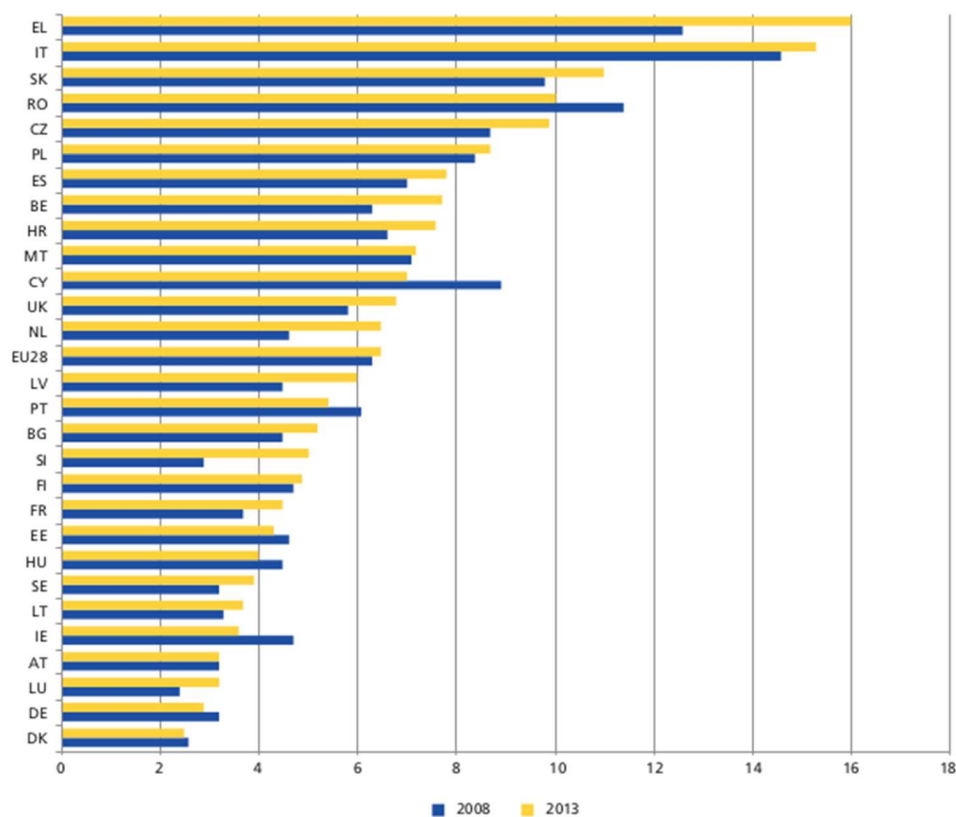
Ne ustrašijo se pustiti službe, kjer se počutijo nesrečne pri delu. Raje delajo v podjetjih, kjer je prisotna inovativnost, ustvarjalni pristop do opravljanja nalog in prijazno oz. naravno okolje.

Zanimajo se za družinsko življenje, od koder tudi prizadevanje za ravnovesje med službenim in zasebnim življenjem. Hkrati pa so pripravljeni trdo delati, saj jim to zagotavlja razvoj, predvsem na začetku poklicne poti.

Mladi podjetniki predstavljajo generacijo Y in svoje podjetništvo.

Po podatkih Eurostata je imelo leta 2013 v Evropski uniji (EU28) več kot 2,6 milijona ljudi, starih med 15 in 29 let, registrirano svoje podjetje. To pomeni, da se med vsemi zaposlenimi mladimi Evropejci približno 6,5 % odloča za samozaposlitev oz. vodenje svojega podjetja. Raziskava Eurostata pa je pokazala tudi, da so deleži poslovne aktivnosti v izbrani skupini v različnih državah članicah zelo različni. Vodenje poslovne dejavnosti med mladimi je najbolj priljubljeno v Grčiji (16 %) in Italiji (15,3 %). Sledijo države, ki so se EU pridružile leta 2004 in pozneje (Češka, Romunija in Slovaška). Po drugi strani pa so v EU zelo razvite države, kot so Avstrija, Danska, Nemčija in Luksemburg, kjer je ta delež nižji od 3,5 %.

Grafikon 4. Delež ljudi, ki vodi svoje podjetje (samozaposlenih) v primerjavi z vsemi zaposlenimi, starimi med 15 in 29 let (2013) – EU28²⁰

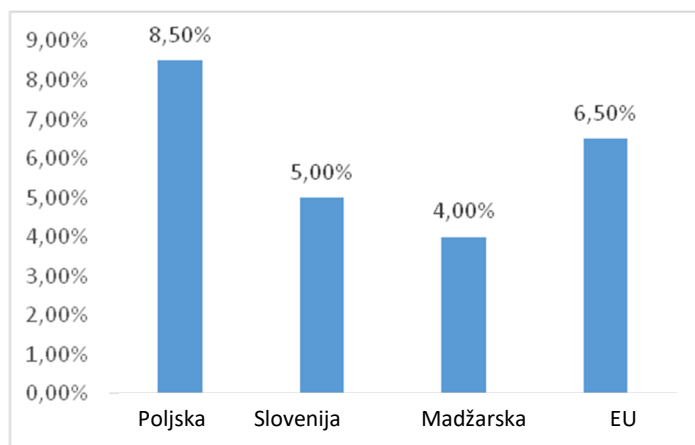


Source: Eurostat, Labour Force Survey

Stanje v državah, ki so ustvarile konzorcij projekta, variira. Poljska spada med vodilne države na področju podjetij, ki so jih ustanovili predstavniki generacije Y, in je na 6. mestu z rezultatom približno 8,5 % (za že omenjeno Češko). Tako Slovenija (18. mesto, približno 5 %) kot Madžarska (22. mesto, približno 4 %) sta pod povprečjem EU.

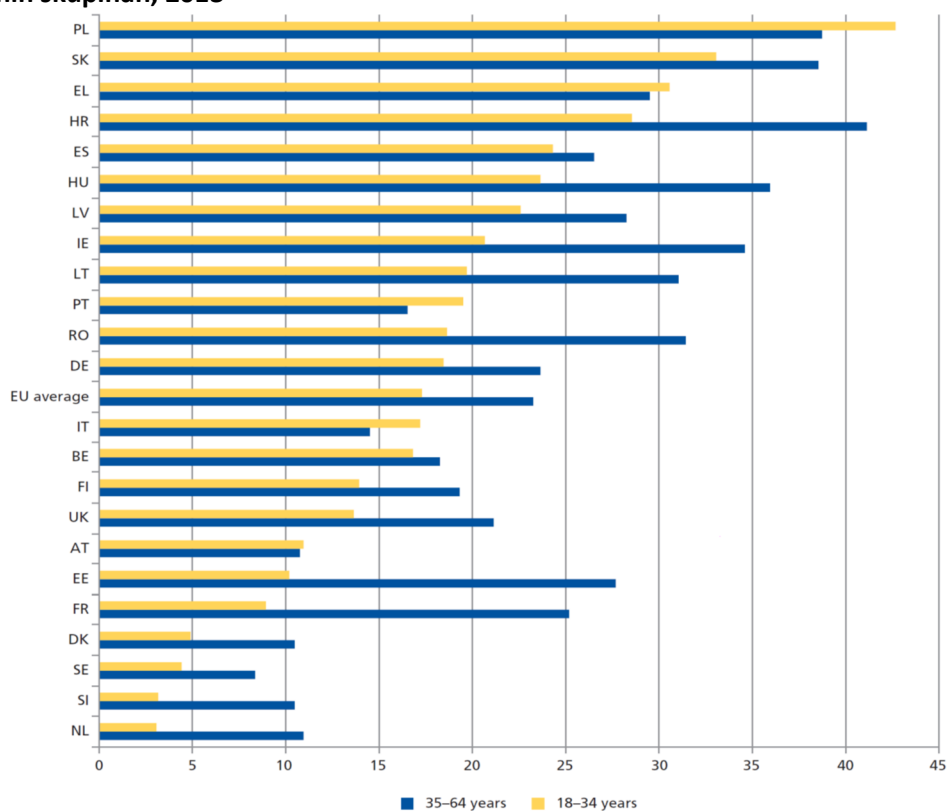
²⁰ Eurofound (2015), *Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies*, Urad za publikacije Evropske unije, Luksemburg

Grafikon 5. Delež ljudi, ki vodi svoje podjetje (samozaposlenih) v primerjavi z vsemi zaposlenimi, starimi med 15 in 29 let (2013) – Poljska, Slovenija, Madžarska²¹



Vendar pa se pomen teh podatkov spremeni, če jih upoštevamo skupaj z rezultati druge raziskave (izvedene na podobni starostni skupini), po kateri je tudi do 43 % mladih ustanovilo svoje podjetje "iz nuje", saj niso imeli oz. niso poznali druge možnosti zaposlitve. V Sloveniji je bil ta delež zgolj 3 %, na Madžarskem pa 24 %.

Grafikon 6. Razvrstitev držav članic EU glede na delež podjetnikov, ki so podjetje ustanovili iz nuje, po starostnih skupinah, 2013²²



Note: No data available for Bulgaria, Cyprus, Czech Republic, Luxembourg and Malta.
Source: GEM and YBI, 2013

²¹ ibidem

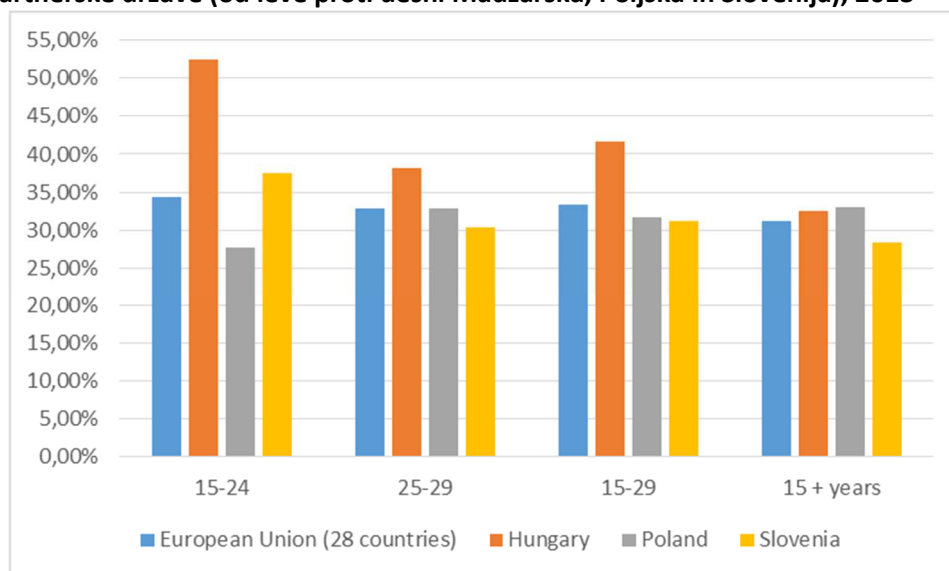
²² ibidem

Posledično to pomeni, da so svoje podjetje po lastni volji oz. na podlagi pozitivnih dejavnikov (kot na primer želja, da se osamosvojijo oz. delajo v svojem imenu) ustanovili naslednji deleži mladih (glede na vse zaposlene mlade): na Poljskem - 4,85 %, v Sloveniji - 4,85 %, na Madžarskem - 3,04 %. Po tem kriteriju so vse države projektnih partnerjev pod povprečjem Evropske unije, ki znaša 5,4 % (17 % od 6,5 % samozaposlenih, glede na vse zaposlene mlade, je ustanovilo svoje podjetje iz nuje).

Skrb vzbujajoč je tudi delež samozaposlenih žensk glede na vse samozaposlene. Delež je podoben v celotni Evropski uniji, glede na starostno skupino se giblje med 34,4 % pri ženskah, starih med 15 in 24 let, in 31,2 % pri celotni populaciji samozaposlenih žensk.

Po državah projektnih partnerjev se te vrednosti razlikujejo. Na splošno ima Madžarska najvišji delež mladih žensk v celotni populaciji samozaposlenih, in sicer 41,7 %, kar znatno presega povprečje EU. Poljska in Slovenija sta le malo pod povprečjem.

Grafikon 7. Odstotek samozaposlenih žensk glede na vse samozaposlene, po starostnih skupinah, EU28 in partnerske države (od leve proti desni Madžarska, Poljska in Slovenija), 2013



Vir: Eurostat, Raziskava delovne sile

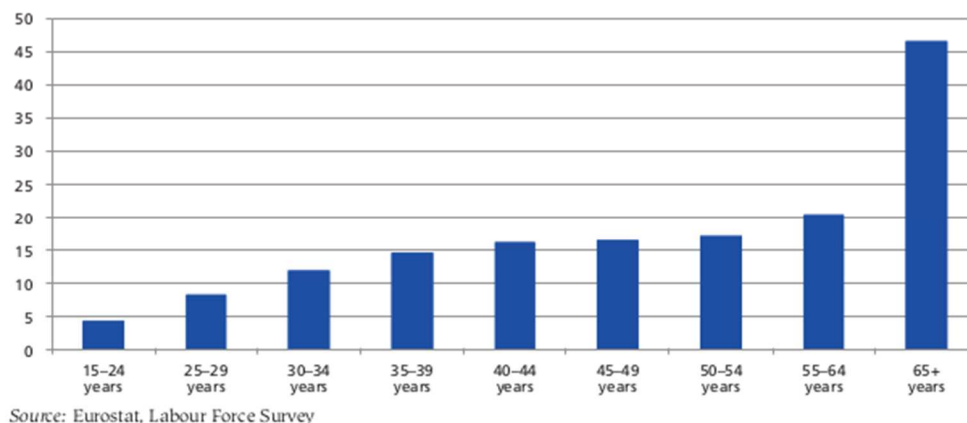
Vendar pa relativno nizek delež oseb, mlajših od 30 let, pri ustvarjanju in ustanovitvi podjetij ni povezan s pomanjkanjem podjetništva ali celo s pomanjkanjem potenciala za inovacije. Po raziskavi, ki jo je izvedel Deloitte, namerava približno 66 % "milenijcev" zapustiti trenutna podjetja²³. Večina jih bo iskala zaposlitev v drugih podjetjih, vendar jih bo vsaj del tudi dopolnil skupino oseb, ki se ukvarjajo s podjetništvom. Rezultati raziskav kažejo tudi, da je za generacijo Y ključno jamstvo za uspeh v poslu inovativnost²⁴. Tako meni 78 % anketirancev. Rezultat potrjujejo tudi prejšnje raziskave, ki sta jih

²³ <http://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>

²⁴ <http://www.karierawfinansach.pl/w-branzy/arttykul/deloitte-innowacyjnosc-w-oczach-pokolenia-y>

izvedla Yigit in Aksay.²⁵ V tej generaciji ne manjka pro-podjetniškega in pro-inovacijskega odnosa. Vzemimo za primer Poljsko. Kljub temu, da se le približno 8,5 % mladih (glede na vse zaposlene) ukvarja s podjetništvom, predstavljajo podjetja, ki jih registrirajo mladi, 30 % vseh registriranih podjetij. Poleg tega raziskave kažejo, da v Evropi starejši raje ustanovijo svoje podjetje po tem, ko so delali za nekoga drugega in menijo, da so tako pridobili ustrezne izkušnje (grafikon 8).

Grafikon 8. Delež ljudi, ki vodi svoje podjetje (samozaposlenih) glede na vse zaposlene, po starostnih skupinah – EU 28²⁶



Vir: Eurostat, Raziskava delovne sile

Takšno stanje bo delovalo kot spodbuda celotnega inovacijskega sistema za mlade, da ustanovijo podjetje, predvsem tako, ki ima inovacijske lastnosti.

So res tako pomembni?

"20 tisoč dolarjev za uro dela. Po podatkih revije Fortune toliko zaslužijo uradniki, ki delajo z milenijci. To hkrati kaže, da je ta generacija postala podjetjem najpomembnejša skupina in koliko pozornosti namenjajo podjetja razumevanju njihovih potreb."²⁷ Korporacije imajo dober razlog, da tej družbeni skupini posvečajo toliko pozornosti in se tako zelo trudijo ustrezno izpolniti njene zahteve. Generacija Y je trenutno najatraktivnejša skupina potrošnikov, saj kupujejo največ in veliko porabijo tudi za sorodne izdelke. Po drugi strani pa moramo upoštevati dejstvo, da je delo pomembnejše merilo uspeha kot finančni rezultat, saj daje občutek lastne vrednosti in izpolnitve. Zaradi dejstva, da se potrošništvo, ki ga spodbuja trg, križa z iskanjem vrednot v izvedenih nalogah, lažje predpostavimo, da bodo predstavniki generacije Y kot mladi podjetniki vodili svoja podjetja v skladu s pristopom "velikopoteznega razmišljanja" ("*Think big*") in si hkrati prizadevali ustvariti čim večje dobičke pri

²⁵ S.Yigit, K. Aksay, A Comparison between Generation X and Generation Y in Terms of Individual Innovativeness Behavior. The Case of Turkish Health Professionals, International Journal of Business Administration, zv. 6, št. 2, 2015 - <http://www.sciedu.ca/journal/index.php/ijba/article/viewFile/6625/3947>

²⁶ Eurofound (2015), *Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies*, Urad za publikacije Evropske unije, Luksemburg

²⁷ <http://www.forbes.pl/milleniarsi-pokolenie-y,artykuly,205930,1,1.html>

zadovoljivi povpraševanja potrošnikov. To bo imelo za učinek večjo pripravljenost za iskanje inovacijskih rešitev, kar bo po eni strani povečalo možnost njihove večje prepoznavnosti in posledično dalo podjetniku občutek samoizpolnitve, po drugi pa povečalo možnost višjih finančnih prihodkov. Rezultat tega je, da se morajo organizacije, ki ustvarjajo inovacijske sisteme, osredotočiti na generacijo Y. "V prid temu govori tudi dejstvo, da približno 30 % podjetij, ki trenutno nastanejo, ustanovijo mlajši od 30 let."

V besedilu, na katerega smo se nanašali prej, je bilo navedeno, da mladi iz generacije Y pričakujejo, da bodo imele banke, ki lahko delujejo tudi v sklopu organizacij za inovacijske sisteme, ponudbo prilagojeno njihovim potrebam. To načelo velja tudi za organizacije, specializirane za poslovna okolja, kot so inovacijske agencije. To pomeni, da morajo organizacije, specializirane za poslovna okolja, prilagoditi svoje mišljenje in svojo pozornost usmeriti predvsem na generacijo Y.

Zadnji podatek, ki poudarja, kako so mladi podjetniki, torej mlajši od 30 let, ne le iz generacije Y, ampak v celotnem obdobju zadnjih 40 letih, vplivali na razvoj svetovnega gospodarstva, je spodaj predstavljena tabela o globalnih podjetjih in njihovih ustanoviteljih. Morala bi odpraviti vse dvome v zvezi z vprašanjem, ali je vredno podpreti mlade podjetnike.

Tabela 4. Mladi in bogati – globalna podjetja in njihovi ustanovitelji

Mladi in bogati				
Oseba	Leto rojstva	Podjetje	Leto ustanovitve	Starost ustanovitelja ob registraciji
Bill Gates	1955	Microsoft	1975	20 let
Steve Jobs	1955	Apple	1976	21 let
Jeff Bezos	1964	Amazon	1994	30 let
David Filo	1966	Yahoo	1995	29 let
Jerry Young	1968	Yahoo	1995	27 let
Elon Musk	1971	Pay Pal	1998	27 let
Larry Page	1973	Google	1998	25 let
Mark Zuckerberg	1984	Facebook	2004	20 let

3.2 Primerjalna analiza podatkov poročila o popisu stanja:

Raziskava stanja je obravnavala več kot 30 storitev, ki jih nudijo različne organizacije, specializirane za poslovna okolja. Med njimi jih 20 še vedno nudijo projektni partnerji.

3.2.1 Analiza ciljnih skupin posameznih storitev

Storitve, ki jih zajema poročilo, so oz. so bile namenjene raznovrstnim skupinam ciljnih uporabnikov.

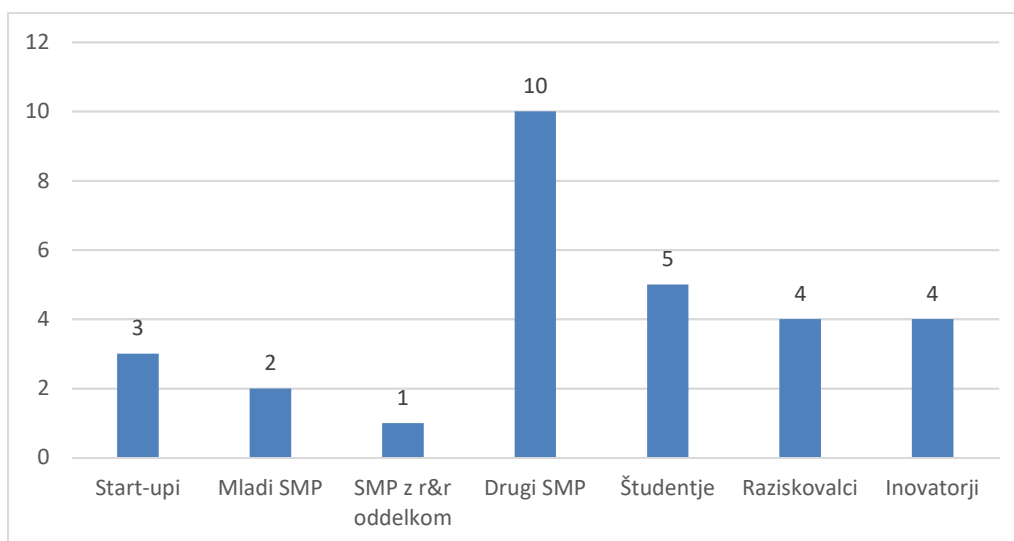
Med drugim so to:

- mala in srednje velika podjetja, vključno s start-upi in mladimi podjetji (ki poslujejo največ 3 leta)
- študentje,
- znanstveniki in raziskovalci,
- stranke podjetniškega inkubatorja,
- inovatorji.

Daleč največja skupina prejemnikov so bila mikro-, mala in srednje velika podjetja v različnih razvojnih fazah (15). Znotraj skupine MSP opažamo preference, ki so prišle do izraza predvsem, ko je bila oblikovana končna ciljna skupina. Določene storitve, na primer, so bile namenjene predvsem zgoraj omenjenim start-upom (3) in mladim podjetjem, ki poslujejo največ 3 leta (2), ki naj bi nadalje v sklopu podjetja vključevala oddelke za raziskave in razvoj (1).

Druga najbolj zastopana skupina med prejemniki storitev, upoštevanimi v poročilu, so bili ljudje, ki izhajajo iz akademskega okolja (9), torej študentje (5) in znanstveniki (4). Sledijo jim t.i. mladi inovatorji, stari med 18 in 35 oz. 40 let, odvisno od storitve (4).

Grafikon 9. Storitve glede na prejemnike



3.2.2 Analiza načinov komuniciranja s strankami in promocije storitev

V sklopu ponujenih storitev obstaja cela vrsta instrumentov, ki služijo za komunikacijo med institucijami za poslovna okolja ter drugimi subjekti inovacijskega sistema in njihovimi strankami, vključno z mladimi podjetniki. V vseh raziskanih primerih se je komunikacija odvijala preko posrednika ali elektronskih medijev (elektronske pošte, podatkov na spletni strani, spletnih novic, družbenih medijev). Še vedno pomemben komunikacijski kanal pa so tudi telefonski klici in različne oblike neposrednega stika – seminarji, delavnice itd.

Treba je biti pozoren tudi na individualne konzultacije, ki jih vodijo specializirani uradniki. Zdi se, da je takšna oblika komunikacije morda najboljša za mlade podjetnike, saj so skupina, ki, kot že omenjeno, pričakuje prilagojene rešitve.

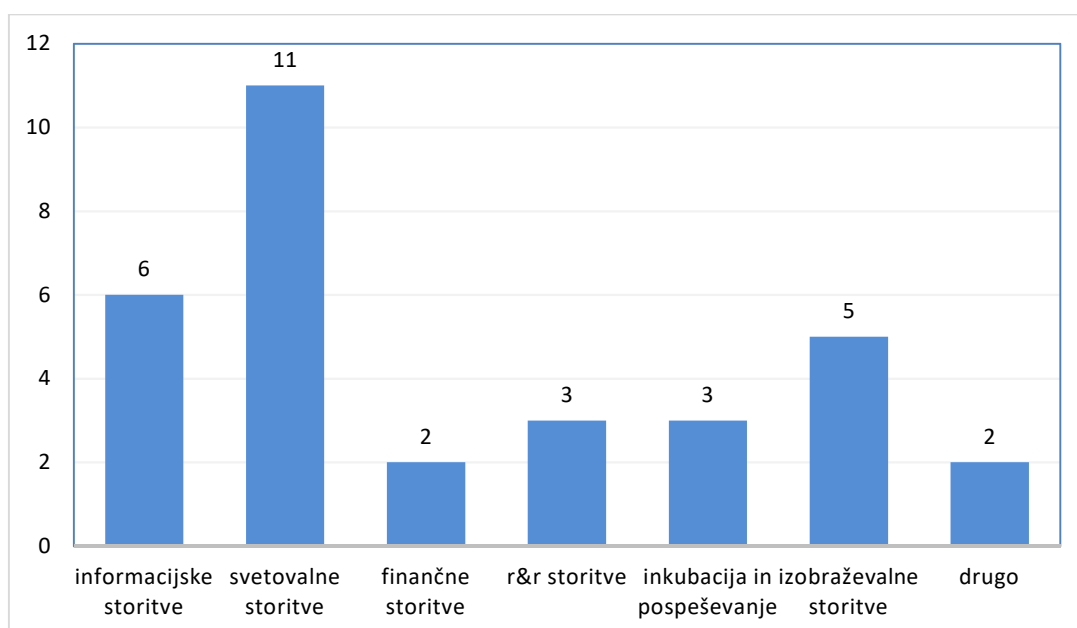
3.2.3 Analiza obsega in načina zagotavljanja storitev

Zaradi raznolikosti skupine prejemnikov storitev, opisane v poročilu, je obseg storitev širok in pokriva naslednja področja poslovanja:

- 1) informacijske storitve,
- 2) svetovalne storitve, vključno s strateškim upravljanjem in upravljanjem inovacij v podjetju,
- 3) finančne storitve,
- 4) raziskovalno-razvojne storitve, vključno s storitvami, ki jih podpirajo,
- 5) storitve inkubacije in pospeševanja,
- 6) izobraževalne storitve,
- 7) druge storitve.

Storitve, ki pokrivajo posamezno področje v raziskanem vzorcu, so predstavljene v grafikonu 10.

Grafikon 10. Storitve po področjih



Storitve, ki tvorijo celoten obseg storitev, lahko ločimo na dve skupini: preproste in kompleksne. Kompleksne storitve, predvsem tiste, ki pokrivajo več področij (npr. Start:up, Mentor Club, INKOR), lahko uvrstimo v več kot le eno zgoraj omenjeno skupino.

Tabela 5. Kategorije storitev, upoštevanih v popisu stanja.

Področje storitev	Skupno število v kategoriji	Imena storitev
informacijske storitve	6	INKOR (Pol), informacijske storitve (Pol), program izvedbe podpornih storitev za univerzitetne inkubatorje (Slo), podpora nacionalnemu sistemu inovacij (Slo), Mentor Club (Mad), vrednotenje intelektualne lastnine (Mad)
svetovalne storitve	11	vrednotenje intelektualne lastnine (Mad), revizija inovacij (Mad), Mentor Club (Mad), podpora nacionalnemu sistemu inovacij (Slo), Start:up (Slo), INKOR (Pol), Improve (Pol), revizija razvojnih potreb (Pol), Pro Tech (Pol), Pro Inn (Pol), BMC (Pol)
finančne storitve	2	boni za inovacije (Mad), Start:up (Slo)
raziskovalno-razvojne storitve	3	boni za inovacije (Mad), mladi raziskovalci iz gospodarstva (Slo), Demola (Slo)
storitve inkubacije in pospeševanja	3	Start:up (Slo), program izvedbe podpornih storitev za univerzitetne inkubatorje (Slo), podpora nacionalnemu sistemu inovacij (Slo)
izobraževalne storitve	5	mednarodno tekmovanje na področju inovacij (Mad), Mentor Club (Mad), usposabljanje za upravljanje inovacij (Mad), mladi raziskovalci iz gospodarstva (Slo), poslovne šole (Pol)
drugo	2	Demola (Slo), Start-up weekend (Slo)

Poudariti je treba, da v okviru projekta nikakor ni bilo možno raziskati vseh razpoložljivih storitev po posameznih državah. Nekatere vrste zgoraj omenjenih storitev se v posameznih državah ponavljajo, kot na primer vse vrste storitev v zvezi s pospeševanjem in inkubacijo (zato so neposredno namenjene mladim podjetnikom) ali boni za inovacije (v K&P regiji, iz katere prihajajo poljski partnerji, te storitve delujejo kot "raziskovalni boni").

Način zagotavljanja posameznih storitev je prilagojen posebnostim in potrebam ciljne skupine.

V primeru informacijskih storitev je bila uporabljena predvsem elektronska komunikacija (spletne strani, e-pošta, spletne novice, družbeni mediji), vendar tudi neposredni stik (individualne konzultacije, informativni sestanki). Svetovalne storitve so na voljo v različnih oblikah odvisno od podrobnega območja, na katerega se nanašajo. Med drugim smo zabeležili delavnico z lastniki podjetja (za razvoj je nujna revizija), delavnico z vodstvenim kadrom in zaposlenimi v posameznih oddelkih podjetij (PRO INN) ali pa mentorstvo (Mentor Club). Finančne storitve v raziskovani skupini so bile zagotovljene z dodelitvijo neposredne finančne podpore v obliki subvencij (nepovratnih sredstev) za ustanovitev start-up podjetja ali z dodelitvijo 'bonov za inovacije'. Druge, splošno znane oblike so, da podjetniki prejmejo podporo v obliki posojil z nizko obrestno mero, garancij za zavarovanje kreditov, pa tudi davčne olajšave ali oprostitev določenih upravnih taks itd. Za raziskovalne oz. razvojne storitve uporabljajo organizacije zgoraj navedene bone in različne druge strategije (na primer vzpostavljanje stikov) za vzpostavitev tesnejšega sodelovanja med gospodarstvom in znanostjo (npr. Mladi raziskovalci iz gospodarstva). Za storitve pospeševanja in inkubacije se uporabljajo predvsem klasične konzultacije ali mentorstvo in zelo podobne metode, kot npr. vzpostavljanje stikov. Pri izobraževalnih storitvah se uporabljajo klasične oblike – usposabljanja, delavnice, seminarji, kot tudi take, ki temeljijo na omrežnih rešitvah, kot je npr. e-učenje.

3.2.4 Analiza potreb osebja

Na splošno je profil osebe, ki se ukvarja z zagotavljanjem storitev, vključenih v popis stanja, sledeč:

- univerzitetna izobrazba,
- splošno poznavanje izzivov podjetništva, regionalnega razvoja in zunanjih virov podjetniške podpore,
- dobro poznavanje načel delovanja inovacijskega sistema, predvsem ponudbo organizacij, specializiranih za poslovna okolja,
- osnovno poznavanje upravljanja projektov in inovacij v podjetju ter pravnih vprašanj, s katerimi se najpogosteje srečujejo podjetniki, ki jih zanima podjetništvo na področju inovacij,
- komunikacijske spretnosti, sposobnost poslušanja in postavljanja vprašanj.

Zahteve za osebje so bile specificirane za vsako področje storitev glede na točno določene naloge, ki bi jih oseba opravljala. Primeri zahtev, ki dopolnjujejo zgoraj omenjene značilnosti osebja in ki so potrebne za izvajanje storitev na posameznem področju, so predstavljeni v spodnji tabeli.

Tabela 6. Zahteve za osebje, ki se ukvarja z zagotavljanjem storitev

Področje storitev	Osebje
informacijske storitve	<ul style="list-style-type: none"> • dobro poznavanje regionalne politike na področju podpore podjetnikom in inovacijske politike, • poznavanje težav, na katere naletijo podjetniki pri poslovanju, • dobro poznavanje zunanjih virov financiranja, ki so na voljo vsem podjetnikom in tistim, ki se ukvarjajo z inovacijami, • zelo dobre komunikacijske spretnosti.
svetovalne storitve	<ul style="list-style-type: none"> • poznavanje in izkušnje na področju ustvarjanja razvojne strategije in upravljanja z inovacijami, • dobro poznavanje področja upravljanja podjetij in projektov, • zelo dobre komunikacijske spretnosti, sposobnost postavljanja odprtih vprašanj in izkušnje pri vodenju delavnic.
finančne storitve	<ul style="list-style-type: none"> • poznavanje razpoložljivih zunanjih virov financiranja in pogojih pridobitve, • poznavanje načel računovodstva za podjetja glede vprašanj subvencij in drugih zunanjih finančnih virov, • strokovno znanje o dodeljenih subvencijah in drugih oblikah finančne podpore, ki jih storitev nudi.
raziskovalno-razvojne storitve	<ul style="list-style-type: none"> • poznavanje vprašanj, ki nastanejo pri sodelovanju med podjetji in sektorjem za raziskave in razvoj, • mentorske sposobnosti in sposobnost poslovnega usposabljanja, • dobro poznavanje povpraševanja regionalnih podjetij po raziskavah in razvoju
storitve inkubacije in pospeševanja	<ul style="list-style-type: none"> • strokovno znanje o podpornih programih za start-up podjetja vsaj na državni ravni • široko splošno poznavanje področja start-up podjetij (ustanovitve, razvoja, upravljanja, razvojnih faz ipd.) • zelo dobre komunikacijske in pedagoške sposobnosti za poučevanje oseb, ki nimajo izkušenj na področju vodenja podjetja, • poznavanje lokalnih pravil ustanovitve podjetja in dolžnosti za njegovo vodenje, • mentorske sposobnosti in sposobnost poslovnega usposabljanja,

Področje storitev	Osebe
	<ul style="list-style-type: none"> • dobro poznavanje stanja na trgu start-up podjetij in razpoložljivih instrumentov podpore.
izobraževalne storitve	<ul style="list-style-type: none"> • organizacijske sposobnosti, • strokovno znanje o vodenih usposabljanjih, • komunikacijske spretnosti in sposobnost učinkovito predstaviti vprašanja za razpravo.

3.2.5 Analiza potrebne infrastrukture za zagotavljanje storitev

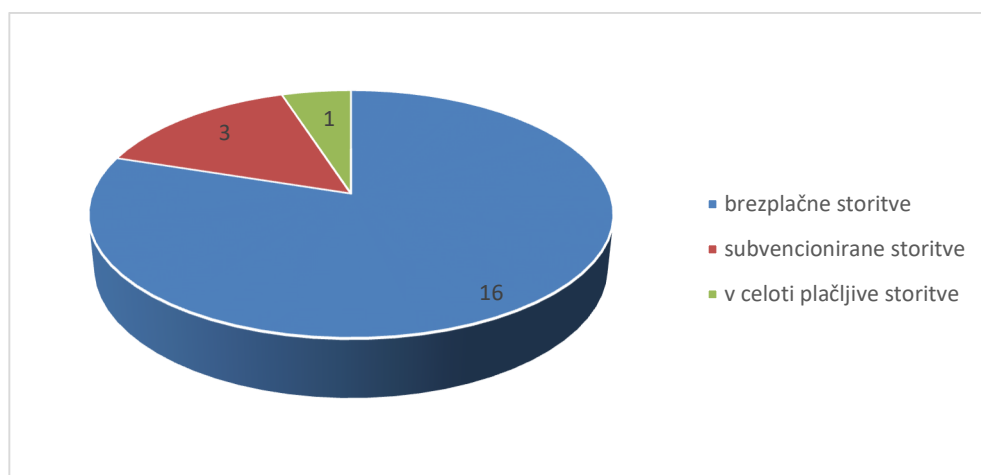
Najpogosteje zagotavljane storitve niso zahtevale napredne tehnične infrastrukture. V primeru informacijskih, finančnih in izobraževalnih storitev običajno zadoščata Microsoft Office in dostop do interneta, ki osebju omogočata, da tudi na daljavo ostane v neposrednem stiku s potencialni prejemniki storitev. Za subjekt, ki nudi storitve, je zaželeno, da ima v sklopu infrastrukture tudi svoje prostore, kjer se lahko odvijajo konzultacije. Lastni prostori za usposabljanja in delavnice so nedvomno pomemben objekt, niso pa nujen pogoj, saj je takšne prostore brez težav možno tudi najeti.

Pri določenih svetovalnih storitvah (kot so kanvasi poslovnih modelov, PRO INN in PRO TECH) je za izvajanje delavnic potreben nabor orodij. To so različne vrste logičnih matric, tabél, učnih kart in plakatov.

Glede infrastrukture imajo največje zahteve storitve inkubacije in pospeševanja, za nudenje katerih je običajno nujen zagotovljen prostor za delo za podjetnike, ki začenjajo s svojim podjetjem. Trenutno je zaželeno, da ponudniki takšnih storitev zagotavljajo tako zaprte prostore za delo (pisarne) kot tudi skupne delovne prostore in dvorane za seminarje oz. usposabljanja, kjer potekajo poslovni sestanki inkubiranih podjetnikov, pa tudi usposabljanja, delavnice in drugi dogodki v organizaciji osebja inkubatorja oz. pospeševalnika.

3.2.6 Načela plačila za storitve

Velika večina storitev, vključenih v popis, je bila uporabnikom ponujena brezplačno (16). Le ena storitev (vrednotenje intelektualne lastnine) je bila v celoti plačljiva, preostale pa so bile financirane po načelih javne pomoči in pomoči *de minimis*.

Grafikon 11. Delitev storitev glede na plačilo

3.2.7 Rezultati analize

3.2.7.1. Število prejemnikov

Številno prejemnikov posamezne storitve v različnih državah močno variira in je odvisno od različnih dejavnikov, predvsem:

- 1) proračuna podjetja oz. programa, v sklopu katerega je zagotovljena,
- 2) razpoložljivega časa za izvedbo projekta,
- 3) stopnje kompleksnosti storitve,
- 4) narave projekta ali programa.

Dejavniki so tesno povezani in vplivajo drug na drugega. Projekt z večjim proračunom bo na primer običajno imel večje število prejemnikov, vendar ne smemo izključiti dejavnika kompleksnosti storitve in iz nje izhajajoče cene enote. Zato število prejemnikov posamezne storitve močno variira, kar potrjuje spodnja tabela.

Tabela 7. Storitve in število prejemnikov

Področje storitev	Ime	Št. prejemnikov	Opombe
informacijske	INKOR	186	2013–2014
	BARR informacijske storitve	-	z zakonom predpisane storitve, ni podatka
	program izvedbe podpornih storitev za univerzitetne inkubatorje – informacijske in motivacijske delavnice	1311	2015
	podpora nacionalnemu sistemu inovacij	116	2013–2014
	Mentor Club	26	od leta 2013
	vrednotenje intelektualne lastnine	10	letno povprečje

Področje storitev	Ime	Št. prejemnikov	Opombe
svetovalne	BMC	19	od leta 2014
	PRO INN	23	2012–2015
	PRO TECH	7	2012–2015
	revizija razvojnih potreb	29	2012
	Improve	6	od leta 2015
	INKOR	186	2013–2014
	Start:up	50	od leta 2014
	podpora nacionalnemu sistemu inovacij	116	2013–2014
	Mentor Club	26	od leta 2013
	revizija inovacij	37	od leta 2014
	vrednotenje intelektualne lastnine	10	letno povprečje
finančne	boni za inovacije	2500	2007–2011 in od leta 2015
	Start:up	7	od leta 2014
raziskave in razvoj	Demola	60	od leta 2013
	mladi raziskovalci iz gospodarstva	251	2007–2010
	podpora nacionalnemu sistemu inovacij	116	2013–2014
inkubacija in pospeševanje	Start:up	50	od leta 2014
	program izvedbe podpornih storitev za univerzitetne inkubatorje – novoustanovljena podjetja	10	2015
	podpora nacionalnemu sistemu inovacij		2013–2014
izobraževalne	poslovne šole – št. študentov	4 600	od leta 2013
	mladi raziskovalci iz gospodarstva	403	2007–2010
	usposabljanje za upravljanje inovacij	20	letno povprečje od leta 2010
	Mentor Club	26	od leta 2013
	mednarodno tekmovanje na področju inovacij	45	Madžarska, projekt je obsegal 250

3.2.7.2. Analiza storitev glede na dejanske potrebe trga in dejavnike, ki vplivajo na učinkovitost storitev

Glede na širok obseg ponujenih storitev lahko upravičeno trdimo, da pokrivajo večino ključnih področij, povezanih z delovanjem podjetij. Zbrani podatki kažejo, da lahko prejemniki storitev dobijo podporo, povezano tako s pridobitvijo enostavnih informacij, na primer, kakšna je trenutna konkurenca za EU subvencije, pa tudi zelo zapletene raziskovalne in razvojne storitve ali svetovalne storitve, s pomočjo

katerih je mogoče uvesti podrobne spremembe na področju proizvodnje ali opravljanje storitev, kar lahko okrepi konkurenčnost podjetja. Vendar pa je težko jasno določiti, v kakšnem obsegu so te storitve učinkovite, zlasti ob upoštevanju t.i. "mehkih rezultatov", ki se lahko v primeru pro-inovacijskih storitev pojavijo tudi po daljšem časovnem obdobju.

Med glavne dejavnike sodijo:

- znanje in izkušnje osebe, ki predstavlja organizacijo, specializirano za poslovna okolja,
- znanje in izkušnje prejemnika storitev,
- odnos prejemnika storitev,
- znanje in izkušnje zunanjega strokovnjaka (če sodeluje pri zagotovitvi storitev),
- spretnosti osebja organizacij, specializiranih za poslovna okolja, v medosebnih odnosih (zlasti če je namen storitve povezati poslovne partnerje),
- finančna sredstva podjetnika, zlasti če je storitev delno ali v celoti plačljiva,
- način oblikovanja storitev in orodja, uporabljena za njihovo izvedbo,
- trajanja izvedbe storitev in njihova kompleksnost,
- stopnja usklajevanja storitev z individualnimi zahtevami.

3.2.8. Povzetek, ki zajema navedena problematična področja glede inovacijskih agencij in njihovo povezavo s sklepi analiz posameznih vidikov zagotavljanja storitev (3.2.1 – 3.2.7)

1. Rezultati raziskav kažejo, da je za podporo inovativnosti za podjetnike, tudi mlade, na trgu na voljo široka paleta storitev in programov. Na podlagi pridobljenih rezultatov lahko upravičeno trdimo, da so storitve, ki jih nudijo projektni partnerji in druge institucije organizacij, specializiranih za poslovna okolja, relativno preprosto dostopne mladim podjetnikom, ki se zanje zanimajo. Hkrati pa je bilo ugotovljeno, da je ponudba, namenjena mladim podjetnikom, še vedno premalo raznolika.

2. Iz rezultatov primerjalne analize in zaključkov, do katerih smo prišli med partnerskimi sestanki, smo izluščili naslednje izhodiščne točke za razpravo o načinih razvoja pro-inovacijskih storitev, da bodo bolj prilagojene potrebam mladih podjetnikov:

- a) zbirati podatke o zahtevah in pričakovanjih mladih podjetnikov,
- b) ovrednotiti učinkovitost zagotavljenih storitev,
- c) vključiti mlade podjetnike v postopek zagotavljanja storitev,
- d) orodja in instrumenti, uporabljeni za zagotavljanje storitev,
- e) politika, ki ureja zagotavljanje storitev.

Na podlagi zgoraj navedenih izhodiščnih točk sta bila določena dva glavna problema. Prvi se nanaša na sistemska vprašanja²⁸, drugi pa na slabo prilagojen model zagotavljanja storitev na zahteve mladih podjetnikov in neposredno na poslovanje organizacij, specializiranih za poslovna okolja.

Sledili so naslednji podrobno opredeljeni problemi:

1) Podpora na področju inovativnosti je premalo raznolika in nezadostno personalizirana za mlade podjetnike

Kot že poudarjeno, so mladi podjetniki skupina s specifičnimi potrebami, kar zahteva osebni pristop. Osebni pristop se ne kaže samo s pripravo in zagotavljanjem posameznih storitev, kot je opisano v nadaljevanju, ampak mora predvsem odsevati celotno politiko opravljanja storitev posamezne inovacijske agencije.

Po podatkih popisa je trenutno stanje takšno, da se storitve za mlade podjetnike, če so tej skupini sploh namenjene, zagotavljajo neodvisno od drugih storitev, ki jih organizacija prav tako nudi. Mladi podjetniki se od zrelejših podjetnikov razlikujejo zlasti po tem, da potrebujejo podporo ob vstopu na trg in se šele potem osredotočajo na inovativnost ponudbe. Mladi podjetnik potrebuje celovito podporo, ki jo lahko zagotovi le paket storitev, zasnovan z namenom podpiranja njegovega razvoja na inovacijah. Mladi podjetnik se bo že v zgodnji fazi sodelovanja z inovacijsko agencijo zavedal, da ga slednja lahko (z lastnimi sredstvi ali zunanjimi strokovnjaki) vodi skozi vse faze izvajanja inovacije v njegovem podjetju.

2) Nezadostna komunikacija med organizacijami, specializiranimi za poslovna okolja, in mladimi podjetniki

Učinkovita komunikacija med inovacijsko agencijo in mladim podjetnikom predstavlja enega od dejavnikov za začetek uspešnega sodelovanja. Kaj je treba razumeti pod pojmom učinkovita komunikacija? To pomeni predvsem, da obe strani uporabljata iste pojme, kar pomeni, da mora organizacija, specializirana za poslovna okolja, vedeti ne le, iz katerega industrijskega sektorja izhaja sogovornik, ampak tudi iz katere generacije. Pogovor s podjetnikom, čigar prve poslovne izkušnje segajo v leto 1990 (v srednji in vzhodni Evropi je bilo to obdobje preoblikovanja sistema, kar ima za posledico specifične lastnosti te skupine podjetnikov), mora zveneti drugače kot z mladim podjetnikom, stari pod 30 let, ki šele začenja pridobivati svoje prve podjetniške izkušnje, hkrati pa

²⁸ obrazloženo v poglavju 2

brez težav uporablja elektronske medije in dobro obvlada tuje jezike, ki mu omogočajo boljši dostop do novih poslovnih modelov, ki se uporabljajo v Evropi in po svetu.

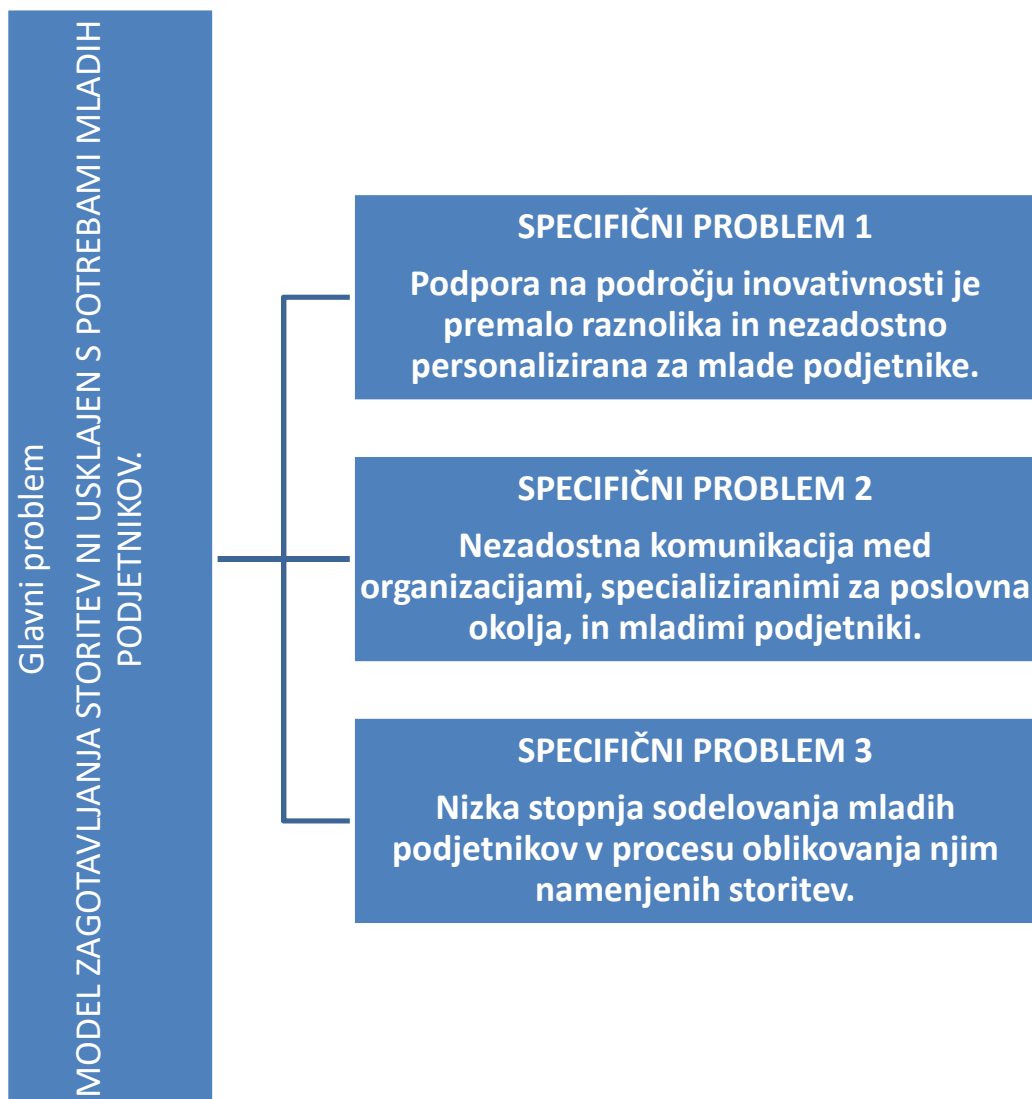
Iz zgoraj predstavljene primerjalne analize storitev in programov je razvidno, da komunikacija med inovacijsko agencijo in mladim podjetnikom najpogosteje poteka zelo tradicionalno. To pomeni, da je mladi podjetnik obravnavan enako kot ostali in z njim največkrat dela ista oseba, kot dela z izkušenimi podjetniki, ki vodijo zrela podjetja. Po eni strani lahko mladi podjetnik s takim pristopom in posredovanjem osebja inovacijske agencije dostopa do izkušenj starejših podjetnikov, ki že dlje časa delujejo v industriji, vendar pa po drugi strani obstaja resna nevarnost, da bi svetovalec predlagal rešitve, ki niso ustrezne za razvojno fazo podjetja in za način razmišljanja mladega podjetnika.

3) Nizka stopnja sodelovanja mladih podjetnikov v procesu oblikovanja njim namenjenih storitev

To, da storitve niso usklajene s potrebami mladih podjetnikov, izhaja tudi iz težav v komunikaciji. V raziskanem vzorcu (poročilo o popisu stanja) obstajajo univerzalne storitve oz. izvajane vsaj v velikem delu sektorja MSP, čeprav vključujejo tudi velika podjetja. Tako kot podjetje strokovno pripravi in ponudi izdelek, tudi inovacijske agencije prilagodijo storitev, ki jo nudijo, skupini, ki ji je storitev namenjena. To se de facto nanaša na vse skupine podjetnikov, ki jih pokrivajo podporne agencije za inovacije, vendar ima na mlade podjetnike posebno močan vpliv, saj gre v tem primeru za podjetja, ki so zaradi nezadostnega strokovnega znanja lastnikov in njihovih najpogosteje omejenih finančnih in tehničnih virov manj odporna na morebitne napake kot uveljavljena podjetja.

Vir opisanega problema je zanemarljiva stopnja sodelovanja mladih podjetnikov v procesu oblikovanja njim namenjenih pro-inovacijskih storitev. Izvira iz opažanj in izkušenj partnerjev, da so v fazi oblikovanja storitev podjetniki vabljeni k sodelovanju in svetovanju, vendar manjka ovrednotenje, ali je dano orodje dejansko učinkovito. To je najpogosteje rezultat izpusta testiranja modela na reprezentativni skupini podjetnikov.

Slika 6. Glavni problem in specifični problemi glede delovanja inovacijskih agencij in drugih organizacij, specializiranih za poslovna okolja, na področju podpore za inovacije za mlade podjetnike



Poglavje 4: Priporočila

4.1. Sistemska priporočila

Prva skupina so t.i. sistemska priporočila glede raznolikih inovacijskih sistemov na splošno. Za takšno razdelitev smo se odločili, ker je podpora inovativnosti mladih podjetnikov po eni strani odvisna od kakovosti delovanja in sposobnosti subjektov, s katerimi so podjetniki v neposrednem stiku (na primer inovacijskih agencij), in po drugi strani, kar je še pomembneje, od učinkovitosti delovanja celotnega sistema.

Pozornost smo namenili trem področjem celotnega sistema z opisom vprašanj, na katera odgovarjajo spodnja priporočila:

- sposobnost posameznih akterjev v sistemu na področju zagotavljanja storitev mladim podjetnikom z obojestransko izmenjavo znanj in izkušenj,
- vključevanje mladih podjetnikov v storitve inovacijskega sistema, predvsem v raziskave in inovacijske storitve,
- vrednotenje učinkovitosti storitev, ki jih organizacije v inovacijskem sistemu nudijo mladim podjetnikom,
- razvoj shem po celotni EU, ki bi se izvajale po državah in bi hkrati obravnavale inovacijske zmožnosti ter poslovne priložnosti med mladimi.

4.1.1 PRIPOROČILO 1: "Ti naučiš mene, jaz naučim tebe"

To priporočilo je odgovor na problem pomanjkanja komunikacijske platforme za subjekte inovacijskega sistema, ki bi olajšala izmenjavo informacij, znanj in izkušenj na področju podpore za inovacije za mlade podjetnike.

Cilj: Izboljšati komunikacijo med subjekti inovacijskega sistema z uporabo instrumentov, ki služijo za izmenjavo informacij, izkušenj in znanj.

Utemeljitev: Izmenjava znanj in izkušenj z namenom dosega skupnih ciljev predstavlja eno najpomembnejših orodij za samoizobraževanje skupine. Sestanki z vzajemnim učenjem, analiza študij primerov ter analiza uspešnih in neuspešnih praks zagotavljajo učinkovitejši sistem, še pomembneje pa je, da podjetnikom pomagajo izvajati inovacije, ki zmanjšujejo verjetnost neuspeha v prihodnosti. Zato je izjemno pomembno, da ima sistem, ki združuje organizacije za podporo za inovacije za mlade podjetnike, instrumente, ki so skupaj znani kot komunikacijska platforma. Da bodo spodaj navedene rešitve učinkovite, je treba razumeti, da nobena organizacija inovacijskega sistema, ki dela za mlade podjetnike, ne more ustvarjati individualnih rešitev. To je naloga inovacijskega sistema in le tak odnos bo omogočil izboljšanje trenutnega stanja.

Predlagana rešitev: Opis predlagane rešitve začnemo z opredelitvijo pojma 'komunikacijska platforma', ki se pojavlja tako v opisu težave kot tudi v utemeljitvi priporočila. V tem dokumentu komunikacijsko platformo razumemo kot nabor različnih instrumentov, ki omogočijo učinkovito izmenjavo znanj in izkušenj med partnerji ter tako tvorijo inovacijski sistem. Omenjeni instrumenti so: BarCamps, poslovna kosila oz. večerje, start-up vikendi itd. Z drugimi besedami, gre za instrumente, ki omogočijo izmenjavo znanj in izkušenj "v živo" med udeleženci in bi naj vodili k oblikovanju novih rešitev (kot v primeru start-up vikendov). Pomembno je, da udeleženci sestankov ne delijo le preteklih uspehov in prijetnih izkušenj, ampak tudi neuspehe.

Razna srečanja je treba dopolniti z virtualnim orodjem v obliki posebnega spletnega portala, namenjenega akterjem v inovacijskem sistemu, kjer bi hranili poročila, sklepe srečanj, pripravljene študije primerov, baze kontaktnih podatkov itd.

Notranja politika organizacije v inovacijskem sistemu je ključnega pomena za uspešnost te rešitve. Komunikacijska platforma ne bo delovala pravilno, če pri njenem ustvarjanju ne bodo sodelovali tisti, ki jo uporabljajo. To je posledica dejstva, da bodo podatki, ki bodo preneseni skozi platformo, izvirali od osebja organizacij v sistemu.

4.1.2 PRIPOROČILO 2: "Pro-inovacijske raziskave in storitve – zakaj jih je vredno uporabljati?"

To priporočilo je odgovor na problem zanemarljivega zanimanja mladih podjetnikov za pridobitev rezultatov raziskav in splošne podpore od subjektov, ki tvorijo inovacijski sistem za potrebe vodenja podjetja.

Cilj: Povečanje obsega raziskav in pro-inovacijskih storitev pri razvoju podjetij, ki jih vodijo mladi podjetniki.

Utemeljitev: Ključni dejavnik za vzpostavitev na znanju temelječega gospodarstva je ustanavljanje inovacijskih podjetij. Glede na vrsto inovacij (tehnološke, organizacijske, procesne) je mogoče uporabiti različne instrumente podpore. V primeru organizacijskih in procesnih inovacij je pogosto dovolj, da uporabimo le pro-inovacijske storitve. Tehnološke inovacije najpogosteje zahtevajo bolj poglobljeno analizo v obliki raziskav, ki jih za mikropodjetja, ki nimajo oddelkov za raziskave in razvoj, izvajajo pogodbeniki. Na žalost je zanimanja za raziskave in pro-inovacijske storitve še vedno le malo (glej: opis problema, stran 22). Zato je potrebno vzpostaviti učinkovit sistem izobraževanja in informiranja, ki bo mlade podjetnike izobrazil na področju poslovnih inovacij in že pripravljenim predstavil informacije o trenutni ponudbi inovacijskih sistemov na tem področju.

Predlagana rešitev: Sistem izobraževanja in informiranja, ki predstavlja glavni izdelek, ki bi nastal kot posledica izvajanja tega priporočila, bi v resnici igral sekundarno vlogo. Sistem spodbud bi bil tisti, ki bi

mlademu podjetniku omogočil, da bo pripravljen, da izkoristi razpoložljiva izobraževalna in informacijska orodja.

Ena od glavnih ovir, ki so jo navedli mladi podjetniki, so stroški vodenja podjetja. Ena od spodbud za uporabo izobraževalnega sistema bi torej lahko bili občasni popusti v zvezi s poslovanjem (npr. zmanjšana stopnja davčnih obremenitev), ki bi bili dodeljeni v obliki pomoči *de minimis*, znižanja upravnih taks itd. V nadaljnjih fazah bi lahko vlogo za subvencijo mladega podjetnika, ki se prijavlja za prejem zunanje podpore iz javnih sredstev za izvajanje inovativnih rešitev, obravnavali prednostno. To bi lahko pomenilo višje število dodeljenih točk, a pod pogojem, da je znanje mladega podjetnika dokumentirano, na primer na področju upravljanja inovacij (ali katerem koli drugem področju, če bi to bilo relevantno v danem primeru).

Izobraževalni in informacijski sistem bi bil izdelan tako, da je že sam po sebi spodbuda za podjetnika. To pomeni, da mora biti uporaba sistema preprosta in ne sme povzročati dodatnih stroškov ali izgube časa (npr. za prevoz). Zdi se, da bi idealna rešitev bilo interaktivno e-usposabljanje, ki bi bilo sestavni del izobraževalne in informacijske platforme. Usposabljanje bi imelo več različic, odvisno od industrije, ki jo mladi podjetnik zastopa. Zasnovano bi bilo na dveh ravneh – osnovni, ki bila za mladega podjetnika brezplačna, in *premium* (za napredna znanja), ki bi bila plačljiva, tudi za mlade podjetnike. V zameno za sodelovanje v premium usposabljanju bi mladi podjetnik lahko, na primer, dobil dodatne točke pri vrednotenju vloge.

Primer obsega osnovnega usposabljanja:

- prednosti, ki jih prinese uvajanje inovacij v podjetje,
- upravljanje inovacij v podjetju, vključno z davčnimi vprašanji,
- intelektualne, industrijske in avtorske pravice,
- splošno znanje o delovanju inovacijskega sistema.

Razen e-usposabljanja bi bila na platformi na voljo tudi obsežna ponudba inovacijskega sistema, ki bi pokrivala informacije o trenutno dostopnih virih financiranja, pro-inovacijskih storitvah in splošnih ponudbah inovacijskega sistema.

4.1.3 PRIPOROČILO 3: "Testiranje učinkovitosti sistema"

To priporočilo je odgovor na problem nezadostne pogostosti in stalnosti testov učinkovitosti storitev, ki jih subjekti podpornega sistema za inovacije nudijo mladim podjetnikom.

Cilj: Izboljšanje kakovosti storitev za mlade podjetnike.

Utemeljitev: Mladi podjetniki so dinamična skupina, saj se ji nenehno pridružujejo novi akterji, po drugi strani pa jo morajo tisti, ki vanjo ne spadajo več zaradi starosti, zapustiti. Zato je zelo pomembno, da

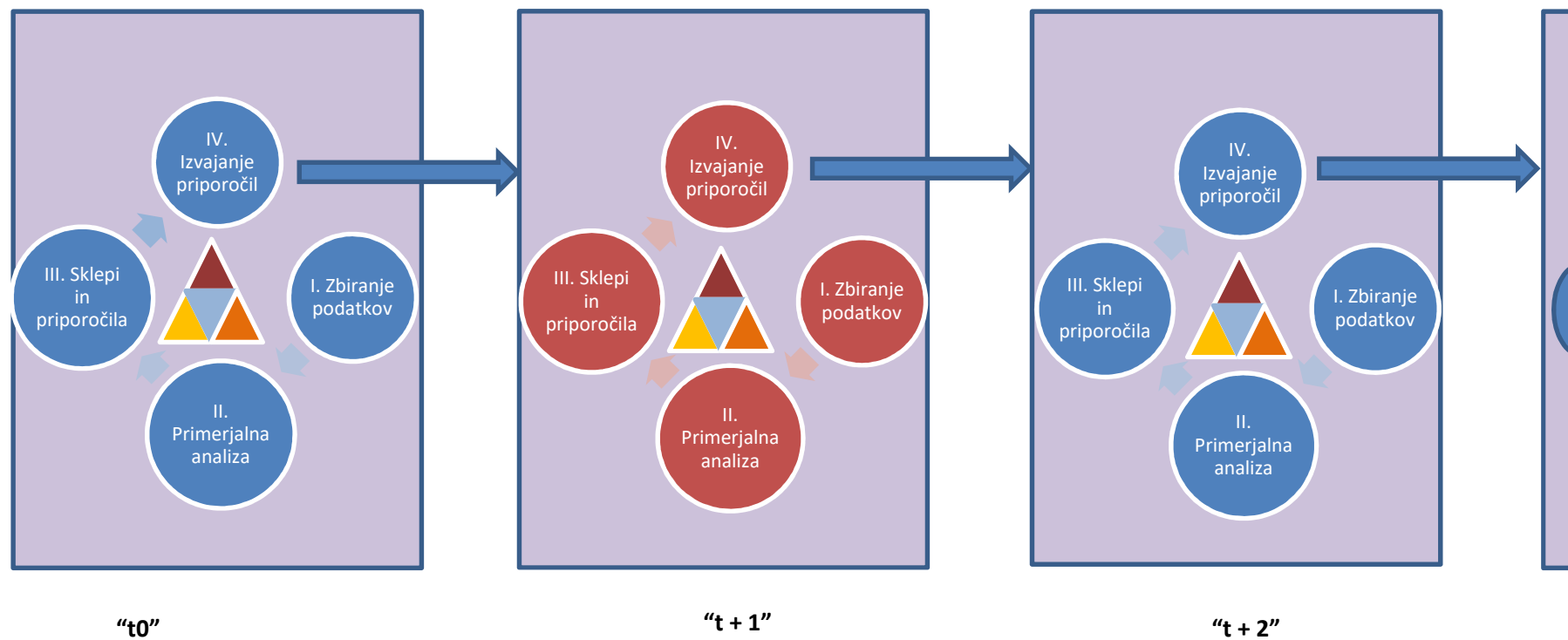
sistem vrednoti učinkovitost pro-inovacijskih storitev, ki jih nudi, saj bo to posledično pomenilo učinkovito delovanje, ki je prilagojeno potrebam ciljne skupine.

Predlagana rešitev: Predlagana rešitev uporablja pogosto uporabljene mehanizme testiranja učinkovitosti. Predpostavlja izvedbo postopka vrednotenja učinkovitosti v več fazah, ki bo imel za posledico priporočilo za izboljšanje pro-inovacijskih storitev, ki jih institucije, ki delujejo v posameznem sistemskem sektorju, nudijo mladim podjetnikom. Tako testiranje bi se opravilo horizontalno in bi bilo neodvisno od raziskav, ki jih izvajajo posamezne organizacije, specializirane za poslovna okolja, in izsledkov teh raziskav.

Povečana učinkovitost opravljenih testiranj bo rezultat: (1) večje stalnosti testov, (2) obsežnosti testov, ki bodo pokrivali vse organizacije, ki spadajo v podporni sistem za inovacije za mlade podjetnike in (3) osredotočenosti na končni učinek v podjetjih, deležnih podpore.

Sredstva za vrednotenje učinkovitosti storitev bi morala izhajati najprej iz proračunov subjektov, ki so odgovorni za usklajevanje delovanja celotnega inovacijskega sistema, glede na stopnjo, na kateri se preizkuša določen sistem (centralne oblasti, regionalne oblasti, lokalne samouprave). Za zagotovitev gospodarne in preudarne porabe javnih sredstev, bi morali testi na višjih stopnjah (npr. na nacionalni ravni) temeljiti na rezultatih, pridobljenih na nižjih stopnjah (npr. na regionalni ali lokalni ravni, odvisno od upravne strukture zadevne države). Tako bi bila nujna uporaba standardiziranih ocenjevalnih orodij, kar bi zagotavljalo pridobitev primerljivih podatkov. Ne le, da bi zmanjšali stroške, takšna rešitev bi tudi omejila na čas vezane obremenitve prenosa podatkov s strani podjetnikov.

Slika 7. Primer modela postopka testiranja učinkovitosti pro-inovacijskih storitev za mlade podjetnike v nadaljnjih obdobjih



t_0 – prvo obdobje zbiranja podatkov za merjenje učinkovitosti

$t + 1, t + 2$ – nadaljnja obdobja zbiranja podatkov za merjenje učinkovitosti

Vir: lastna raziskava

Načeloma bodo morali sodelovati samo pri testiranju na najnižji stopnji, na višji stopnji pa le pod pogojem, da bodo izbrani za predstavnika preizkusne skupine za določeno regijo. Reprezentativna preizkusna skupina bi bila imenovana za potrebe preverjanja pravilnosti ugotovljenih trendov in na nižjih ravneh opredeljenih priporočil.

V opisu problema, na katerega odgovarja omenjeno priporočilo, je bilo opozorjeno, da vrednotenja izvajajo različne organizacije, ki so pogosto del sistema. Na ta način pridobljeni rezultati preizkusov ne bodo ovrženi, vendar pa jih je treba obravnavati s pomislekom in upoštevati dejstvo, da so jih izvajali subjekti, ki jim je v interesu pozitiven rezultat. Da bi pri testiranjih učinkovitosti pro-inovacijskih storitev za mlade podjetnike dobili kar najbolj objektivne rezultate, je najprimerneje, da ustrezno vrednotenje izvede specializiran zunanji subjekt.

Še en ključni vidik pri povečanju učinkovitosti zagotavljanja pro-inovacijskih storitve za mlade podjetnike je upoštevanje priporočil, ki izvirajo iz testov. Vsi subjekti, ki delujejo znotraj inovacijskega sistema, bi morali stremeti k izboljšanju kakovosti storitev, ki jih nudijo, s popravljanjem napak, ki so jih priporočila opredelila na podlagi testov. Zato morajo subjekti, ki so odgovorni za upravljanje celotnega sistema, izvesti dejavnosti, ki bodo vodile do tega, da bodo posamezni subjekti delovali v skladu s priporočili, pridobljenimi s testiranjem. Trenutno se omenjeno priporočilo popolnoma ujema s priporočilom glede problema vzpostavitve komunikacijske platforme. Instrumenti te platforme bodo uporabljeni za širjenje znanja na področju priporočil po vrednotenju.

Če povzamemo, še enkrat je potrebno poudariti, da sta med dejavniki, ki so ključnega pomena za izboljšanje kakovosti zagotavljenih pro-inovacijskih storitev za mlade podjetnike oz. za celoten sistem, pogostost in stalnost opravljenih testov. V nasprotju s stalnostjo, ki jo lahko preprosto opredelimo, saj je univerzalen pojem in posledica kulture organizacije v inovacijskem sistemu ter subjektov, ki jo tvorijo, je pogostost veliko bolj subjektivna. Pogostost cikla testiranja učinkovitosti storitev bo prilagojena velikosti sistema, njegovemu potencialu ter tehničnim in organizacijskim možnostim. Nujno je treba upoštevati dejstvo, da izvajanje dobro delujoče rešitve v okviru vrednotenja učinkovitosti storitev morda ne bo povzročalo motenj v normalnem delovanju sistema samega, niti ne bo pretirano obremenilo mladih podjetnikov, ki koristijo te storitve. Načelo, da se bo testiranje pogosteje izvajalo na nižji stopnji sistema kot na višjih, lahko štejeemo za univerzalno.

4.1.4 Povzetek sistemskih poročil

Zgoraj navedena priporočila nakazujejo, kako bi bilo možno izboljšati inovacijske sisteme, namenjene mladim podjetnikom. Predlagajo združevanje različnih storitev, ki so se dotlej izvajale ločeno oz. bile namenjene drugi ciljni skupini, v pakete. Nadalje vidijo potrebo po personalizaciji e-učenja oz. e-

usposabljanja. To so nove rešitve, ki na trgih držav partneric projekta še niso prisotne, zato se tudi ni mogoče sklicevati na podobne, delujoče modele zagotavljanja storitev.

4.2 Priporočila za institucije, specializirane za poslovno podporo

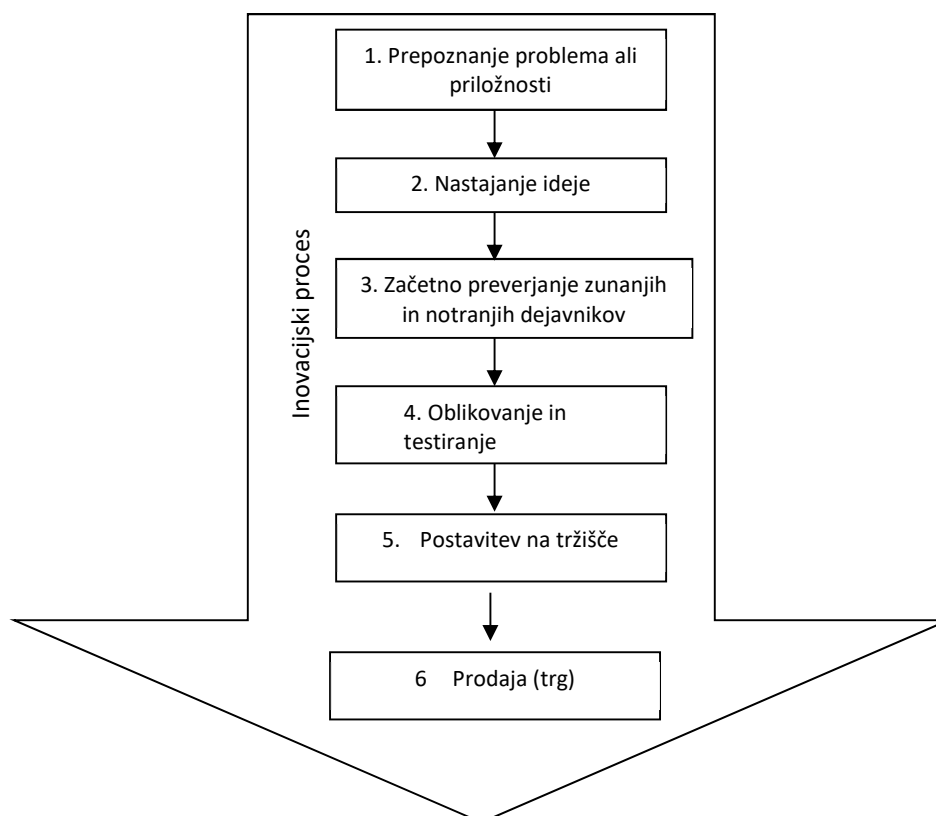
4.2.1 PRIPOROČILO 1 "Majhni koraki proti velikim ciljem"

To priporočilo je odgovor na premalo raznolik in nezadostno personaliziran pristop do mladih podjetnikov v okviru podpore za inovacije.

Cilj: Izboljšana prilagoditev pro-inovacijskih storitev, namenjenih mladim podjetnikom, z zagotavljanjem raznolike podpore, ki bi podpirala vse faze v postopku postavitve inovacije na tržišče v podjetju.

Utemeljitev: Inovacije v podjetjih so dejavnik, ki pomembno vpliva na večanje tržnega deleža, višanje dobička in splošno razumljeno sodobnost. Proces uvajanja inovacij v podjetju je vedno kompleksen²⁹, njegova pravilna izvedba pa je ključnega pomena za doseg pozitivnega končnega učinka. Zato je tudi pomembno, da imajo mladi podjetniki dostop do raznolike podpore v vsaki fazi procesa postavitve inovacije na tržišče.

Slika 8. Faze inovacijskega procesa



Vir: A. Czupryna-Nowak, *Heuristic methods in the process of innovation launching*, serija: *Organisation and Management*, knjiga 57, št. 1847, 2011³⁰

²⁹ Inovacijski portal: http://www.pi.gov.pl/Firma/chapter_95075.asp, (21.10.2016)

³⁰

<https://www.google.pl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwjzKaxyevPAhVBaxQKHYY>

Predlagana rešitev: Inovacijske agencije, ki svoje storitve nudijo mladim podjetnikom, naj ustvarijo storitve v obliki modula, ki bi pokrivala kasnejše faze inovacijskega procesa. Hkrati pa ni nujno ustvariti povsem novih storitev za potrebe izvajanja tega priporočila. Za začetek zadošča opraviti natančen popis in razmisliti, kako logično združiti razpoložljive storitve, da dosežemo pričakovan učinek, ki bo raznolika podpora, namenjena mlademu podjetniku.

Modul naj bo zasnovan tako, da bo po eni strani univerzalen, po drugi pa čim učinkoviteje ustrezal potrebam danega mladega podjetnika. Univerzalnost storitve bi predstavljalo dejstvo, da se lahko, ko je enkrat oblikovana, uporablja za potrebe mladih podjetnikov, ki bi predstavljali različne industrije in različne potrebe na področju podpore za inovativnost. Po drugi strani pa bi njeno personalizacijo predstavljalo dejstvo, da bi v posameznih fazah inovacijskega procesa inovacijska agencija izbirala med različnimi vrstami storitev ali delnih metod, ki bi bile že takoj najprimernejše za danega mladega podjetnika.

Naj za primer služi faza, opredeljena kot nastajanje ideje. Ta faza zahteva izjemno ustvarjalen pristop, ki ima za učinek predlog novih ali močno izboljšanih rešitev (izdelkov ali storitev), saj jih lahko le tako šteujemo kot inovativne glede na druge, ki so že na danem trgu. V tem primeru so torej idealne različne hevrstične metode, med njimi: *brainstorming*, delfi metoda ter metodi scenarijev in vprašalnikov.

V dobro zasnovanem modulu so mnoge izmed zgoraj navedenih metod podrejene fazi nastajanja ideje. Njihova raba bi bila odvisna od potreb mladega podjetnika.

Ustvarjanje modula od dane organizacije zahteva pripravljenost za sodelovanje z zunanjimi strokovnjaki, tako fizičnimi kot tudi pravnimi osebami. Nemogoče je, da bi lastni viri katere koli inovacijske agencije pokrivali vse možne kompetence. Tako modul ne bo učinkoval le na izboljšanje delovanja in učinkovitosti podpore za inovacije inovacijske agencije, ki jo je mladi podjetnik izbral. Hkrati bo vplival na celoten inovacijski sistem z vzpostavljanjem sodelovanja med subjekti, ki ga tvorijo. Daljnosežni učinek takšnega pristopa bo specializacija inovacijskih agencij in drugih organizacij, specializiranih za poslovna okolja, kar bo vodilo k nadaljnji profesionalizaciji celotnega sistema.

Pri oblikovanju modula je prav tako pomembno, da se vsaka naslednja faza inovacijskega procesa konča s sklepom podjetnika o tem, ali namerava nadaljevati s procesom postavitve inovacije na tržišče. To pomeni, da bo storitev ustrezno in natančno ocenjena³¹ ter upoštevala pravico podjetnika, da se med katero koli fazo umakne.

[yJcP0QFggxMAI&url=http%3A%2F%2Fwww.woiz.polsl.pl%2Fznwoiz%2FCzuprynaA_kor2.doc&usg=AFQjCNFmG_lwR4Rrt3zllG67r_1sWF6lrVA&cad=rja](http://www.woiz.polsl.pl/2Fznwoiz%2FCzuprynaA_kor2.doc&usg=AFQjCNFmG_lwR4Rrt3zllG67r_1sWF6lrVA&cad=rja)

³¹ Uporaba termina "ocenitev storitve" ne predpostavlja, da bo to vedno plačljivo za mladega podjetnika. Prav nasprotno, inovacijske agencije si bodo prizadevale zagotoviti zunanje financiranje storitev, ki jih nudijo mladim podjetnikom, da bi jim na najboljši možen način pomagale izvesti ambiciozne in inovativne projekte.

Potrebna sredstva in predvideni stroški izvajanja priporočila: Osnovno potrebno sredstvo za učinkovito izvajanje predlaganega modela je seveda ustrezno usposobljeno osebje. Imeti morajo znanja in izkušnje na področju posameznih nalog, ki se izvajajo v sklopu posameznih modulov. Katera tehnična in organizacijska sredstva bodo nujna, bo odvisno od stopnje kompleksnosti storitve in predvsem od problema samega. V primeru preprostih organizacijskih inovacij bo najpogosteje zadostovala uporaba standardnih instrumentov za delavnice, se pravi osnovna računalniška strojna oprema, prostori za opravljanje dela itd. V primeru zapletenejših storitev s ciljem zagona inovativnega izdelka ali tehnologije pa bo poleg navedenega tudi potreba po laboratoriju oz. prostorih za izvedbo potrebnih raziskav in razvoja prototipa modela, po instrumentih za testiranje uporabnosti (UX) itd. Lastnosti osebja ter organizacijska in tehnična sredstva, ki so primerna za posamezen modul, so navedena v spodnji tabeli. Oba seznama, tako lastnosti osebja kot opis drugih sredstev, sta odprta.

Tabela 8. Predlagane lastnosti osebja ter tehnična in organizacijska sredstva pri izvajanju priporočila “Majhni koraki proti velikim ciljem”

Modul	Osebje	Tehnična in organizacijska sredstva
Prepoznanje problema ali priložnosti	<ul style="list-style-type: none"> - poznavanje metod za prepoznanje problema in metod za raziskavo povpraševanja na trgu, uporabljenih pri pripravi strateških dokumentov, - poznavanje problemov industrije, na katero se storitev nanaša, - ustvarjalnost, komunikacijske spretnosti, sposobnost postavljanja vprašanj, zaželeno so mentorske sposobnosti in sposobnost poslovnega usposabljanja. 	<ul style="list-style-type: none"> - prostori za delo s podjetniki, - orodja za delavnice (predstavitvene in interaktivne table, projektor), - standardni računalniki z dostopom do interneta, - v primeru določenih metodologij (npr. BMC), potrebna orodja za sestanke s podjetniki (matrice, table ipd.).
Nastajanje ideje	<ul style="list-style-type: none"> - poznavanje hevrističnih metod, navedenih v opisu priporočila, - ustvarjalnost, komunikacijske spretnosti, sposobnost postavljanja vprašanj, zaželeno so mentorske sposobnosti in sposobnost poslovnega usposabljanja. 	<ul style="list-style-type: none"> - prostori za delo s podjetniki, - orodja za delavnice (predstavitvene in interaktivne table, projektor) in druga, če jih zahteva uporabljena metoda, - standardni računalniki z dostopom do interneta.

Modul	Osebj	Tehnična in organizacijska sredstva
Začetno preverjanje zunanjih in notranjih potencialov	<ul style="list-style-type: none"> - analitične sposobnosti in poznavanje analiznih metod, - komunikacijske spretnosti. 	<ul style="list-style-type: none"> - prostori za delo s podjetniki, - standardni računalniki z dostopom do interneta, - baze podatkov (npr. statističnih).
Oblikovanje in testiranje	<ul style="list-style-type: none"> - strokovno znanje o opravljenem delu, tj. oblikovanje in ustvarjanje prototipov, - poznavanje metod za opravljanje uporabniških testov, - izkušnje v industriji, - ustvarjalnost, komunikacijske spretnosti. 	<ul style="list-style-type: none"> - prostori za delo s podjetniki, - standardni računalniki z dostopom do interneta, - dostop do specializirane programske opreme (npr. CAD), - laboratorij, - delavnice.
Postavitev na tržišče	<ul style="list-style-type: none"> - izkušnje v industriji, - poznavanje ponudb subjektov, specializiranih za svetovanje ob vstopu na trg, - poznavanje ponudb tveganega kapitala. 	<ul style="list-style-type: none"> - prostori za delo s podjetniki, - standardni računalniki z dostopom do interneta, - v določenih primerih dostop do specializirane programske opreme (npr. za finančno analizo).
Prodaja (trg)	<ul style="list-style-type: none"> - izkušnje v industriji, - sposobnost priprave izdelku ali storitvi ustreznih trženjskih in prodajnih strategij, - sposobnost izvajanja tržnih analiz. 	<ul style="list-style-type: none"> - prostori za delo s podjetniki, - standardni računalniki z dostopom do interneta, - v določenih primerih dostop do specializirane programske opreme (npr. za finančno analizo).

Ker gre pri modulu za kompleksne storitve, natančnih zneskov ni mogoče navesti, se bodo pa verjetno gibali od nekaj tisoč evrov, v primeru, da bo potreba po visoko specializiranih sredstvih (laboratorijih, delavnicah), pa vse do več sto tisoč evrov. Kot primer lahko služijo storitve projekta "OBLIKOVANJE MISLEČEGA DELOVNEGA PROSTORA – Delavnica hitrega prototipiranja" v sklopu Prednostne naloge 8 "Osebj v regionalnem gospodarstvu", Akcije 8.2. "Prenos znanja" in Podakcije 8.2.1 "Podpora sodelovanja na znanstvenem področju". Projekt je predpostavljal postavitev na tržišče na podlagi metod "dizajnerskega razmišljanja", ki so v svoji osnovni obliki sestavljene iz naslednjih faz:

Razumevanje → Opazovanje → Opredelitev → Premišljanje →
 → Prototipiranje → Testiranje³²

Zagotavljanje storitev podjetniku glede na zgoraj prikazan model stane, brez stroškov svetovanja v fazi postavitve na trg in prodaje, približno 10.000 EUR.

4.2.2 PRIPOROČILO 2: "Pogovorimo se!"

To priporočilo je odgovor na problem nezadostne komunikacije med inovacijskimi agencijami in drugimi organizacijami, specializiranimi za poslovna okolja, ter mladimi podjetniki.

Cilj: Ustreznejša prilagoditev ponujenih pro-inovacijskih storitev s pomočjo individualizacije sodelovanja med inovacijsko agencijo in mladim podjetnikom.

Utemeljitev: Ne glede na številne koristi, ki jih lahko prinese uporaba storitev inovacijskih agencij, pa mladi podjetnik zanje nikoli ne bo izvedel, če o njih ne bo obveščen. Tukaj ne govorimo o splošnih podatkih, navedenih že pri priporočilih za vzpostavitev komunikacijske platforme v sklopu komunikacijskega sistema, ki bi jo lahko podjetnik koristil. Govorimo o primeru, ko podjetnik, ki se je na splošno seznanil s ponudbo sistema, pristopi do inovacijske agencije in pričakuje podporo njenega osebja pri procesu zagona svoje inovacije. To je lahko ključni trenutek, ko mora mladi lastnik podjetja, v dilemi, ali bi vložil svoja pomanjkljiva finančna sredstva v inovativno rešitev, sprejeti odločitev. Zato je tako pomembno, da je stik sklenjen z osebo, ki je dobro pripravljena na pogovor ne le s podjetnikom kot osebo, ki vodi podjetje (iz formalnega in pravnega vidika torej kot pripadnika skupine tako zelo mladih kot tudi zelo zrelih oseb), ampak še konkretnije z mladim podjetnikom. Posledica dobrega upravljanja informacij med inovacijsko agencijo in mladim podjetnikom bo tudi ustreznejša prilagoditev ponujenih pro-inovacijskih storitev zahtevam njenih prejemnikov.

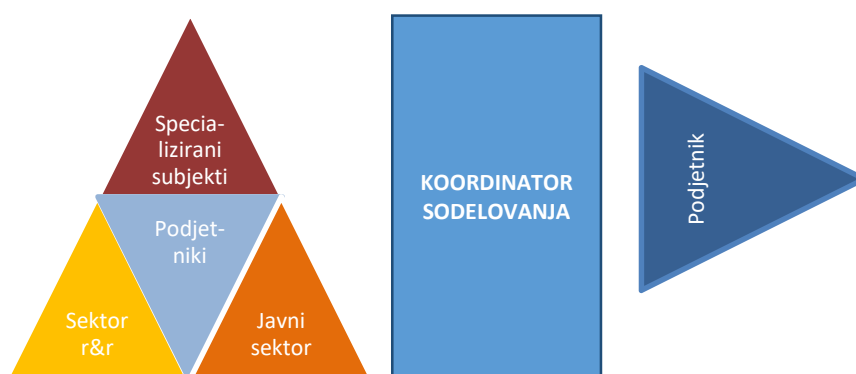
Predlagana rešitev: Inovacijske agencije naj pri oblikovanju svoje politike komunikacije s prejemniki svojih storitev uporabljajo izkušnje podjetnikov, s katerimi sodelujejo. Vodje podjetij dobro vedo, da je strankina pričakovanja mogoče izpolniti izključno v primeru, da podjetje dobro razume njene potrebe in kot odgovor nanje pripravi ponudbo, ki tem potrebam ustreza. V podjetjih se ta vprašanja rešujejo z ustvarjanjem delovnih mest v oddelkih za storitve za stranke, npr. položaj računovodij, asistentov, koordinatorjev podpore ipd. (točni nazivi so odvisni od organizacije). Te zaposlene lahko delimo glede na vrste strank, s katerimi se ukvarjajo, npr. s posamezniki, omrežnimi odjemalci, ključnimi računi itd. Potreba po specializaciji zaposlenih v oddelku za storitve za stranke izhaja iz potreb dane organizacije, sestave strank, organizacijskega potenciala itd.

³² <http://pro.shopa.eu/>

Zaposleni v inovacijskih agencijah in drugih subjektih poslovnega okolja naj se ne specializirano le na določeno področje, ampak tudi na prejemnika pro-inovacijskih storitev. Ena od skupin prejemnikov so mladi podjetniki, ki imajo, kot je bilo že omenjeno, posebne zahteve, zato naj bodo takoj, ko stopijo v stik z inovacijsko agencijo, usmerjeni k osebi, ki je ustrezno pripravljena na pogovor z njimi in ki jo lahko imenujemo 'koordinator sodelovanja'.

Upoštevati je treba, da stik s koordinatorjem sodelovanja ne pomeni zgolj vzpostavitve odnosa z eno inovacijsko agencijo, temveč, ob upoštevanju zgoraj opisanega modela modula zagotavljanja storitev, s celotnim inovacijskim sistemom. Ena od nalog koordinatorja sodelovanja bo svetovanje mlademu podjetniku, katero storitev oz. storitve določenega akterja v inovacijskem sistemu naj uporablja.

Slika 9. Model sodelovanja



Vir: lastna raziskava

Ustrezno pripravljen koordinator sodelovanja ne bo delal le z mladimi podjetniki, ki se sami obrnejo na inovacijsko agencijo, ampak bo na pobudo svoje lastne organizacije prepoznal podjetnike, za katere se domneva, da izpolnjujejo pogoje, da bi bili deležni podpore inovacijske agencije. Nato si bo prizadeval vzpostaviti začetni stik z njimi in ga v primeru pozitivnega odgovora tudi ohraniti.

Poleg tega naj bo koordinator ustrezno kvalificiran, da bo prepoznal potrebe podjetnikov na področju inovacijskega sodelovanja, in nadalje, da bo mlademu podjetniku pomagal, da se zave svojih potreb, v kolikor zaradi pomanjkanja izkušenj ne opazi, da mora nekatera področja svojega poslovanja izboljšati.

Dober koordinator sodelovanja ima torej tako strokovne kvalifikacije kot tudi ustrezne lastnosti in sposobnosti. Primeri so navedeni v spodnji tabeli:

Tabela 9. Primeri strokovnih kvalifikacij, osebnostnih lastnosti in sposobnosti, ki jih potrebuje koordinator sodelovanja

KOORDINATOR SODELOVANJA	
STROKOVNE KVALIFIKACIJE	OSEBNOSTNE LASTNOSTI IN SPOSOBNOSTI
izkušnje na področju storitev za stranke in pridobivanja strank	sposobnost poslušanja in opazovanja

izkušnje pri opravljanju poslovnih pogovorov, vključno z vodji podjetij	sposobnost postavljanja odprtih vprašanj
poznavanje inovacijskega sistema, v katerem deluje agencija, in problemov pri zagonu inovacij, prenosu tehnologij in pravicah intelektualne lastnine	komunikacijske spretnosti, vključno z neformalnimi odnosi
poznavanje specifičnosti mladih podjetnikov	zmožnost dela pod stresom

Po zaslugi koordinatorjev sodelovanja, ki bodo sodelovali z inovacijskimi agencijami, bodo tako posamezne agencije kot tudi celoten sistem izboljšali komunikacijo z mladimi podjetniki, kar bo pomenilo višjo kakovost in učinkovitost storitev. Pomembno je, da ima vsaka organizacija v sistemu najmanj dva animatorja.

Potrebna sredstva in ocenjene stroške začetek priporočilo je:

Potrebna sredstva in predvideni stroški izvajanja priporočila: Spet je ključno sredstvo pri izvajanju omenjenega priporočila osebje, katerega značilnosti so bile podrobneje predstavljene zgoraj. Za razširjanje znanja o storitvah je priporočljivo izvesti strokovno tržno kampanjo. Glede na stopnjo pripravljenosti osebja, bi lahko osebe, ki bodo izpolnjujejo funkcijo animatorjev, tudi specializirano usposabljali.

Stroški izvedbe priporočil se ocenjujejo na podlagi modela delovanja organizacij za poslovna okolja in so predstavljeni v spodnji tabeli. Stroški so izračunani na podlagi cen, ki so se uporabljale na Poljskem med letoma 2013 in 2014.

Tabela 10. Ocenjeni stroški izvajanja priporočila "Pogovorimo se!"

Vrsta izdatka	Najnižji znesek	Najvišji znesek*	Opombe
Mesečni strošek dela enega animatorja sodelovanja	≈ 1600 EUR	≈ 3400 EUR	Strošek vključuje: <ul style="list-style-type: none"> • plačilo animatorja (poljska postavka) • stroške prevoza na delo (za do 10 podjetnikov) • organizacijske stroške srečanj s podjetniki (brez stroškov prevoza) • ohranitev delovnih mest (režijski stroški organizacije)
Promocijska kampanja	≈ 2000 EUR	≈ 7000 EUR	Najnižji znesek vključuje: <ul style="list-style-type: none"> • koncept in vizualno oblikovanje • spletno kampanjo

Vrsta izdatka	Najnižji znesek	Najvišji znesek*	Opombe
			<ul style="list-style-type: none"> material, npr. vizitke, brošure, primere dobrih praks ipd. Najvišji znesek vključuje še: <ul style="list-style-type: none"> izjavo za javnost tiskovno konferenco
Usposabljanje koordinatorjev	≈ 400 EUR		strošek usposabljanja 2 koordinatorjev sodelovanja

4.2.3 PRIPOROČILO 3: "Standardizirano ne pomeni vedno najboljše"

To priporočilo je odgovor na problem nizke stopnje sodelovanja mladih podjetnikov v procesu oblikovanja njim namenjenih pro-inovacijskih storitev s strani inovacijskih agencij.

Cilj: Boljša izpolnitev pričakovanih prejemnikov pro-inovacijskih storitev s pomočjo vključevanja mladih podjetnikov v različne faze oblikovanja storitev.

Utemeljitev: V poslovanju, še posebej na področju zadovoljevanja potreb po izdelkih ali storitvah, ki so namenjeni skupinam prejemnikov in se ne izvajajo samo za potrebe posameznih strank, je zelo pomembno da v celotnem obsegu hkrati ustrezajo posameznim zahtevam. Zato je pomembno, da v celotnem procesu oblikovanja in izboljšanja aktivno sodelujejo končni prejemniki.

Predlagana rešitev: Proces oblikovanja ali izboljševanja pro-inovacijskih storitev naj bo v podjetju blizu procesu zagona inovacij. Zato model delovanja nove pro-inovacijske storitve, sprejet za potrebe tega priporočila, v veliki meri pokriva prej omenjeni inovacijski proces.

Proces oblikovanja pro-inovacijskih storitev za mlade podjetnike naj bo, podobno kot pri drugih storitvah, sestavljen iz naslednjih faz: raziskava potreb, oblikovanje seznama instrumentov, ki jih je mogoče uporabiti, priprava modela storitev, testiranje, popravljanje, testiranje, zagon končne storitve.

Praksa kaže, da so podjetniki, tudi mladi, vključeni v proces oblikovanja storitve v fazi raziskovanja njihovih potreb in med testiranjem. Nujno je treba poskusiti vključiti zlasti mlade podjetnike v druge faze procesa oblikovanja storitev, na primer pri oblikovanju seznama možnih instrumentov ali pri pripravi modela storitev.

Spodbujanje podjetnikov, da aktivno sodelujejo pri oblikovanju novih storitev ali pri izboljšanju že obstoječih, je težka naloga, saj od njih zahteva, da vložijo svoj čas v dejavnosti, ki v kratkem času morda ne bodo prinesle nobenih merljivih koristi. Zato je s pomočjo v prejšnjem priporočilu opisanih

koordinatorjev sodelovanja treba opraviti ustrezne mentorske dejavnosti. Oni bodo poudarili koristi, ki izhajajo iz sodelovanja v procesu oblikovanja novih storitev za podjetnike.

Možna rešitev je povabiti podjetnike, da sodelujejo v delavnicah, z namenom poučevanja mladih podjetnikov, kako na učinkovit način oblikovati nov izdelek ali storitev za svoje stranke, ki temelji na oblikovanju pro-inovacijskih storitev. Po eni strani bi mladi podjetniki tako pridobili splošno znanje o pripravi in zagonu novih izdelkov, po drugi pa bi inovacijske agencije pridobile podrobne podatke o težnjah pri oblikovanju novih storitev, v posebnih primerih pa celo gotovo storitev.

Tak pristop povzroča, da omenjena priporočila dopolnjujejo sistemsko priporočilo, ki se nanaša na povečanje zanimanja podjetnikov za storitve, ki jih inovacijski sistem ponuja.

Storitve, ki so zasnovane tako, kot je navedeno v utemeljitvi priporočila, naj bodo po eni strani univerzalne (naj se odzovejo na potrebe skupine), po drugi pa personalizirane (naj izpolnjujejo pričakovanja posameznih prejemnikov).

Potrebna sredstva in predvideni stroški izvajanja priporočila: Kasneje bo na prvi položaj postavljeno ustrezno usposobljeno osebje, ki ima hkrati široko znanje in praktične sposobnosti. Ker se to priporočilo s svojim konceptom nanaša na prejšnja³³, naj bodo posledično ljudje, ki se ukvarjajo z njegovim zagonom, kvalificirani kot je opisano zgoraj³⁴. V predlagani rešitvi je bila poudarjena naloga spodbuditi mlade podjetnike, da sodelujejo pri oblikovanju storitev. Tako se zdi, da bodo v tem primeru ključno vlogo igrali koordinatorji sodelovanja.

Ko govorimo o tehničnih in organizacijskih sredstvih, mora imeti subjekt, ki začne z izvajanjem priporočila, na voljo vsaj: tehnično ozadje, ki zajema osnovno računalniško strojno opremo, svoje prostore oz. prostor za delavnice, orodja za uporabo pri delavnicah.

Stroški izvajanja priporočila se razlikujejo in so odvisni od obsega dela, ki ga bo organizacija izvedla ob pripravi storitev. Če zajema vse zgoraj navedene faze oz. faze od raziskave potreb pa do zagona končne storitve, lahko pričakujemo stroške v višini 7000 do 10.000 €. Strošek se nanaša na vrednost prej omenjenih storitev, ki so bile predstavljene v okviru projekta »OBLIKOVANJE MISLEČEGA DELOVNEGA PROSTORA – Delavnica hitrega prototipiranja" s pridržkom, da bo prototipiranje nadomestil nov model storitev, ki je v pripravi. Ocena priprave novega modela storitev temelji na ocenjenih stroških organizacije startup vikenda, ki se, odvisno od števila udeležencev, začne pri 3000 EUR.

³³ 4.2.1. Priporočilo "Majhni koraki proti velikim ciljem" in 4.2.2. Priporočilo "Pogovorimo se!"

³⁴ Tabela 8 in Tabela 9

Naslednji koraki

Eden od ciljev projekta "Mladi in inovativni" je bil dvigniti raven znanja vsakega od štirih partnerjev z izmenjavo izkušenj na partnerskih sestankih in med stiki na daljavo. Popis stanja na začetku projekta je članom konzorcija omogočal pregled nad svojo ponudbo in ponudbo celotnih inovacijskih sistemov iz novega zornega kota. Na partnerskih sestankih so še dodatno poglobili svoje znanje v zvezi z inovacijskimi sistemi v drugih državah. Imeli so priložnost najti podobnosti in, kar je še pomembneje, razlike. Te podobnosti in kontrasti med izkušnjami partnerskih držav na področju podpore mladim podjetnikom so privedli do izoblikovanja zgornjih priporočil.

Naslednji korak na poti k izboljšanju inovacijskih sistemov najprej po državah in regijah partnerjev, pa tudi v tretjih državah, je razširjanje rezultatov projekta. Zato bodo NIP, kot že omenjeno na začetku, na razpolago različnim institucijam, ki podpirajo inovativnost mladih podjetnikov. Vendar je ključno, da se priporočila izvajajo, ne le, da se jih razširja zainteresiranim. Zato si bo vsak od štirih partnerjev močno prizadeval za izvedbo predlaganih rešitev.

Poudariti je treba, da se lahko na področju sistemskih priporočil konzorcij partnerjev zaveže, da bo storil vse potrebno, da jih izroči oblikovalcem inovacijske politike, ki so pooblaščen, da se pritožijo na celoten inovacijski sistem. Drugi možen ukrep je promoviranje priporočil med zainteresiranimi stranmi tako, da bi govorijo o njih na sestankih in drugih dogodkih.

Položaj je povsem drugačen, če upoštevamo priporočila za institucije, specializirane za poslovna okolja. Razvita so bila skozi analizo storitev, ki jo je izvedel konzorcij partnerjev, njihov namen pa je izboljšati kakovost storitev partnerjev. Zato bodo partnerji po prenehanju projekta poskusili začeti izvajati priporočila in jih preizkusiti na skupini mladih podjetnikov.

Poudariti moramo, da uporabljajo vsi partnerji, ki opravljajo storitve za ciljne skupine, ki so drugačne od že opisanih, rešitve, podobne opisanim v priporočilih.

Regionalna razvojna agencija za Torunj & Regionalna razvojna agencija za Bydgoszcz

Eden od poljskih partnerjev je priporočila že vključil, drugi bo to še storil. Obe organizaciji sta v svoji strukturi uvedli položaj, enakovreden upravljavcu sodelovanja, saj sta obe že začeli izvajati projekt INKOR. Nadaljnje ukrepe bosta sprejeli v bližnji prihodnosti.

Regionalna inovacijska agencija Osrednje Podonavske

Priporočila so bila neposredno vključena v storitve, ki jih ta partner nudi. Svoje storitve mladinske izmenjave so razširili s prilagojenimi svetovanji in pristopi do izmenjave znanj. Ta razvoj storitev so kot primer dobre prakse delili s konzorcijem Columbus (Erasmus za mlade podjetnike). Delujoče vrednotenje IP in storitve raziskovalno-razvojne validacije sta bili nadalje razviti s pomočjo svetovanja o razvoju za mlade podjetnike.

Tehnološki Park Ljubljana

Izbrana priporočila, o katerih so razpravljali in jih razvili partnerji projekta Mladi & inovativni, so bila vključena in bodo uporabljena pri opravljanju storitev, ki jih TPL zagotavlja kot vodilni regionalni ekosistem za komercializacijo tehnologij: v procesu nadaljnega razvoja in izvedbe prilagojenih nacionalnih programov za hiter razvoj idej, start-upov in programov, ki podpirajo rastoče start-upe in MSP s testiranjem in prilagajanjem njihovih poslovnih modelov ciljnim trgom. Poleg tega TPL regionalnim razvojnim subjektom nudi storitve pri zagonu prilagojenih poslovnih inkubatorjev in tehnoloških parkov, tako da so lahko številne prepoznane prakse in priporočila integrirali v proces prenosa znanja in praks in vzpostavitev podpornih programov za mlade – študente in raziskovalce.

Nadaljnje izvajanje priporočil bi moralo biti uspešno, saj temeljijo na rešitvah, ki so jih potrdili partnerji ali drugi subjekti. Po mnenju avtorjev NIP je prikaz dejanske učinkovitosti priporočil edini način za večjo verjetnost učinkovitega razširjanja in uporabe med drugimi zainteresiranimi stranmi.

Povzetek

Svetovanje na področju inovativnosti je izredno težka naloga. Pravilno izvedena storitev bo pospešila razvoj podjetja in čez nekaj časa se bo izkazalo, da je bila ključni dejavnik njegovega tržnega uspeha. Posledica nekakovostne storitve pa je lahko manjša zmožnost podjetja, da učinkovito konkurira na trgu, v skrajnem primeru pa celo stečaj. Posebna skupina so podjetja mladih podjetnikov, ki imajo pogosto, kot je bilo že omenjeno, malo osebja ter manj organizacijskega in predvsem finančnega potenciala, zato so še posebej izpostavljena morebitnim negativnim učinkom, ki bi izhajali iz napačnega svetovanja o začetku izvajanja inovativnih rešitev. Hkrati pa potrebujejo ti podjetniki zaradi svojih skoraj neobstoječih izkušenj spodbudo, naj uresničijo svoje, včasih nore, ideje. Zato je učinkovita pomoč subjektov, specializiranih za poslovna okolja, zanje tako pomembna. Toda niti najboljši od v prejšnjem stavku opisanih subjektov ne bo sposoben opraviti svojega poslanstva na najboljši možni način, če ga pri tem ne podpira celosten in učinkovit inovacijski sistem.

BIBLIOGRAFIJA:

1. Twinnig Advanced (Twinning +),
2. Mlado podjetništvo v Evropi: vrednote, odnos, politike
3. Oslo Manual - The Measurement Of Scientific And Technological Activities Proposed. Guidelines For Collecting And Interpreting Technological Innovation Data
4. Razvoj paketa pro-inovacijskih storitev v centrih za prenos tehnologij
5. Regionalni inovacijski sistemi na Poljskem, Poljska agencija za razvoj podjetij, 2013
6. Evropa 2020 – strategija za pameten in trajnostni razvoj
7. Gebhardt, C., and Stanovnik, P. (2016) ,Slovenia and the Struggle for organisational readiness at the national level, Industry & Higher Education, zv. 30, št. 1
8. Global Entrepreneurship Monitor 2015/2016 – svetovno poročilo
9. Značilnosti generacije Y
10. S.Yigit, K. Aksay, A Comparison between Generation X and Generation Y in TErms of Individual Innovativeness Behavior. The Case of Turkish Health Professionals, International Journal of Business Administration, zv. 6, št. 2, 2015 -
11. Kako prodajati tistim, ki ne izkažejo povpraševanja
12. Model delovanja institucij za poslovna okolja

PRIPOROČENO BRANJE:

1. Kazalnik uspešnosti Unije inovacij 2015
2. Politika EU do mladih MSP

KAZALO TABEL, SLIK IN GRAFIKONOV:**TABELE:**

1. Definicije pojmov	7
2. "Prednosti" in "pomanjkljivost" generacije Y.....	26
3. Generaciji X in Y – primerjava glede na osebne lastnosti, povezane z izvajanim delom	26
4. Mladi in bogati – globalna podjetja in njihovi ustanovitelji	32
5. Kategorije storitev, upoštevanih v popisu stanja	35
6. Zahteve za osebje, ki se ukvarja z zagotavljanjem storitev	37
7. Storitve in število prejemnikov	39
8. Predlagane lastnosti osebja ter tehnična in organizacijska sredstva pri izvajanju priporočila "Majhni koraki proti velikim ciljem"	54
9. Primeri strokovnih kvalifikacij, osebnostnih lastnosti in sposobnosti, ki jih potrebuje koordinator sodelovanja	57
10. Ocenjeni stroški izvajanja priporočila "Pogovorimo se!"	58

SLIKE:

1. Izvedbeni načrt projekta.....	9
2. Akterji v podpornem sistemu za inovacije	12
3. Inovacijski sistem na Madžarskem	17
4. Inovacijski sistem v Sloveniji.....	20
5. Glavni problem in sistemski problemi na področju podpore za inovacije za mlade podjetnike.....	24
6. Glavni problem in specifični problemi glede delovanja inovacijskih agencij in drugih organizacij, specializiranih za poslovna okolja, na področju podpore za inovacije za mlade podjetnike	44
7. Primer modela postopka testiranja učinkovitosti pro-inovacijskih storitev za mlade podjetnike v nadaljnjih obdobjih.....	49
8. Faze inovacijskega procesa.....	52
9. Model sodelovanja	57

GRAFIKONI:

1. Raven inovacij v državah članicah EU	10
2. Splošni delež podjetij in inovativnosti (2012).....	11
3. Inovacije-skupno – sektor MSP	11
4. Delež ljudi, ki vodi svoje podjetje (samozaposlenih) v primerjavi z vsemi zaposlenimi, starimi med 15 in 29 let (2013) – EU28	28
5. Delež ljudi, ki vodi svoje podjetje (samozaposlenih) v primerjavi z vsemi zaposlenimi, starimi med 15 in 29 let (2013) – Poljska, Slovenija, Madžarska	29
6. Razvrstitev držav članic EU glede na delež podjetnikov, ki so podjetje ustanovili iz nuje, po starostnih skupinah, 2013	29
7. Odstotek samozaposlenih žensk glede na vse samozaposlene, po starostnih skupinah, EU28 in partnerske države (od leve proti desni Madžarska, Poljska in Slovenija), 2013	30
8. Delež ljudi, ki vodi svoje podjetje (samozaposlenih) glede na vse zaposlene, po starostnih skupinah – EU 28	31
9. Storitve glede na prejemnike	33
10. Storitve po področjih.....	34
11. Delitev storitev glede na plačilo	39

PRILOGE:

1. Poročilo o popisu stanja

UVOD

V tem poročilu predstavljamo rezultate ocenjevanja podpornih storitev za inovacije, ki so jih opravile različne institucije za poslovna okolja, ki sodelujejo pri projektu.

Raziskava je bila opravljena v okviru projekta Mladi in inovativni: kako pomagati mladim podjetnikom, da bodo inovativnejši.

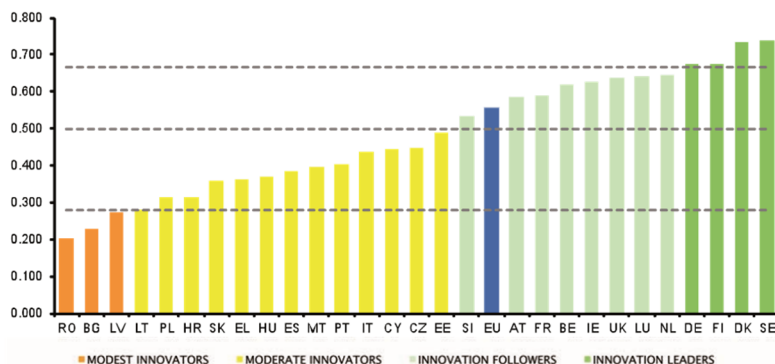
Glavni cilj popisa stanja je bil preveriti kakovost in količino podpornih instrumentov za inovacije, ki jih uporabljajo projektni partnerji. To bo doseženo z raziskavo orodij v lasti partnerjev in drugih subjektov. Pripravljena bodo štiri poročila (po eno za vsakega partnerja). Raziskave bodo sestavljene iz:

- ustvarjanja celovitega seznama teh orodij,
- ocenjevanja učinkovitosti podpiranja inovativnosti z uporabo teh orodij s preverjanjem, ali so dejansko pripomogla k povečanju stopnje inovativnosti v podjetjih, v katerih so bila uporabljena, in, v primeru negativnega odgovora, zakaj so bila neučinkovita.

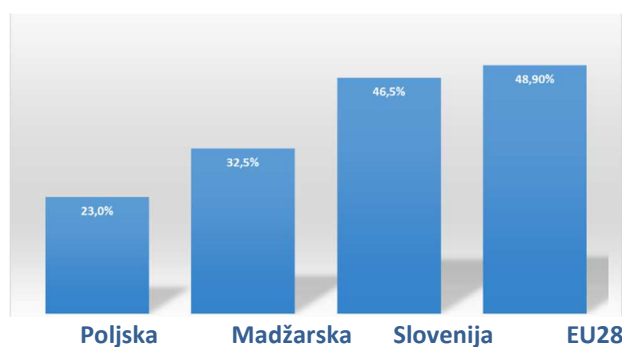
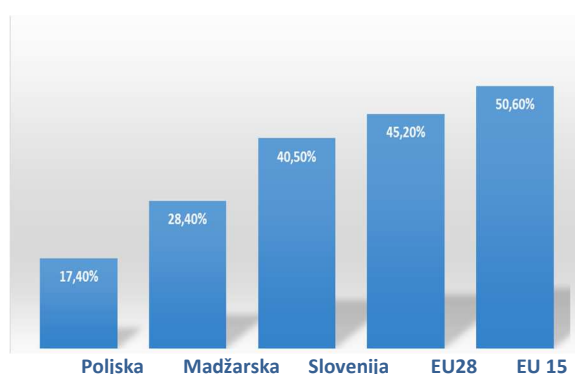
O PROJEKTU M&I

MSP igrajo pomembno vlogo pri doseganju ciljev strategije Evropa 2020, tako z vplivanjem na splošno gospodarsko rast kot z ustvarjanjem novih in ohranjanjem obstoječih delovnih mest. Hkrati vključujejo podjetja iz skupine MSP nizko stopnjo inovativnosti, zaradi česar so manj konkurenčna tako na domačih kot na mednarodnih trgih (vključno z evropskim enotnim trgom).

Ta negativni trend je še posebej jasno viden pri državah, ki so se pridružile EU leta 2004 in pozneje. „Kazalnik uspešnosti Unije inovacij 2015“ kaže, da nobena od teh držav ni v skupini vodilnih na področju inovacij (*innovation leaders*). Velika večina, vključno s Poljsko in Madžarsko, jih je v skupini zmernih inovatorjev (*moderate innovators*) ali skromnih inovatorjev (*modest innovators*). Le Slovenija je v skupini inovacijskih sledilk (*innovation followers*), vendar je raven inovacij še vedno nižja od povprečja Evropske unije.

Grafikon 1: Raven inovativnosti v državah članicah EU

Podatki kažejo tudi velike razlike v ravni inovativnosti med državami, ki so desetletja imele podobne gospodarske pogoje (npr. Poljska, Madžarska in Slovenija). To potrjujejo rezultati raziskave, ki jo je opravila Poljska agencija za razvoj podjetij in ki kaže splošno sliko vseh podjetij, ki se ukvarjajo z inovacijskimi dejavnostmi (Grafikon 2) in inovativnost v skupini malih podjetij (Grafikon 3):

Grafikon 2. Delež podjetij, ki se ukvarjajo z inovacijskimi dejavnostmi, 2012**Grafikon 3. Inovacije-skupno – mala podjetja**

Velike razlike v ravni inovativnosti med državami članicami EU povzročajo, da celotno evropsko gospodarstvo postane manj usklajeno. Takšno stanje negativno vpliva na položaj gospodarstva EU na visoko konkurenčnem svetovnem trgu.

Podjetniki opažajo, da so glavne prepreke, ki ovirajo inovativne dejavnosti: močna konkurenca na področju razmerja med ceno in kakovostjo ter pomanjkanje povpraševanja.

Kljub temu ne smemo spregledati rezultatov študije, ki jo je ES izvedla v letu 2011 (SEC [2009] 1997). Rezultati kažejo, da približno 80 % anketirancev iz skupine sodelujočih pri spodbujanju inovacij poudarja potrebo po izboljšanju obstoječih mehanizmov za podporo inovacijam.

Razlike v ravni inovativnosti podjetij in posledično inovativnosti nacionalnih gospodarstev kot celot so bile ena izmed pogojev za nastanek tega konzorcija in za odločitev za izvedbo skupnega projekta, ki bi obravnaval problem nezadostnega podpornega sistema za inovacije za mikropodjetja, ki so jih ustanovili in jih vodijo mladi (do 30 let), kar rezultira v nizki inovativnosti.

Glavni cilj tega projekta je skozi čas njegovega trajanja (7 mesecev) razviti priporočila za izboljšanje podpornih sistemov za inovacije za mlade podjetnike. Priporočila bi uporabljale institucije, specializirane za poslovna okolja, z uporabo metode Twinning+, in jih nato razširjale v regije in države partnerjev ter druge države članice EU.

Glavni cilj projekta bo dosežen z izpolnitvijo treh specifičnih ciljev:

1. Preverjanje kakovosti in količine podpornih instrumentov za inovacije, ki jih uporabljajo projektni partnerji. To bo doseženo z izvedbo raziskave o orodjih v lasti partnerjev in drugih subjektov. Pripravljena bodo štiri poročila (po eno za vsakega partnerja). Raziskave bodo sestavljene iz:

- ustvarjanja celovitega seznama teh orodij,

- ocenjevanja učinkovitosti podpiranja inovativnosti z uporabo teh orodij s preverjanjem, ali so dejansko pripomogla k povečanju stopnje inovativnosti v podjetjih, v katerih so bila uporabljena, in, v primeru negativnega odgovora, zakaj so bila neučinkovita.

2. Dvig ravni znanja vsakega od štirih partnerjev z izmenjavo izkušenj skozi partnerske sestanke in med stiki na daljavo (preko spleta).

3. Širjenje znanja o priložnostih vzajemnega učenja za inovacijske agencije in razširjanje rezultatov projekta med drugimi subjekti, specializiranimi za podporo inovacijam (ki jih je več kot 100), kot tudi med oblastmi na lokalni, regionalni in državni ravni. To bo doseženo s razširjanjem informacij o projektu in njegovih rezultatih, sodelovanjem s partnerskimi institucijami za poslovna okolja, institucijami za podporo za inovacije ter predstavniki oblasti, skupaj s pozivi, naj izvajajo oblikovana priporočila.

Konzorcij projekta:

1. Regionalna razvojna agencija za Bydgoszcz (POLJSKA)
2. Regionalna inovacijska agencija Osrednje Podonavske Ltd. (neprofitna) (MADŽARSKA)
3. Tehnološki park Ljubljana (SLOVENIJA)
4. Regionalna razvojna agencija za Torunj (POLJSKA)

Zaključki

1. V raziskavo je bilo zajetih več kot 30 storitev, ki jih nudijo različne vrste institucij za poslovna okolja. Od tega jih (oz. so jih) 20 stalno opravljajo projektni partnerji. Storitve, ki jih nudijo Regionalna razvojna agencija za Bydgoszcz, Regionalna inovacijska agencija Osrednje Podonavske, Tehnološki park Ljubljana in Regionalna razvojna agencija za Torunj so navedene in opisane v nadaljevanju tega poročila.

2. Vrste storitev:

- informacijske storitve,
- finančne storitve:
 - subvencije / nepovratna sredstva,
 - finančni instrumenti (posojila, garancije),
- storitve strateškega upravljanja, tj.:
 - BMC,
 - PRO-INN, PRO-TECH,
 - revizije razvojnih potreb,
- raziskovalno-razvojne storitve:
 - raziskovalni boni,
- storitve inkubacije in pospeševanja,
 - univerzitetni inkubatorji,
 - IT inkubatorji in pospeševalniki,
 - tehnološki in industrijski parki,
- izobraževalne storitve:
 - skupinska in individualna usposabljanja,
 - seminarji,
 - konference,
- druge storitve:
 - vzpostavljanje stikov,
 - prenos tehnologij,
 - sodelovanje,
 - pravno svetovanje,
 - dogodki.

3. Kot je navedeno zgoraj, je bila v raziskavi najdena široka paleta storitev in podpornih programov za inovacije za podjetnike (vključno z mladimi). Pridobljeni podatki dokazujejo tudi, da lahko podjetniki enostavno dostopajo do vseh storitev, ki jih nudijo partnerske organizacije in zunanje institucije.

4. Poročilo o popisu stanja, izdelano na podlagi raziskave, opravljene maja in junija 2016, smatramo za prvi korak k pripravi NIP. Da bi pripravili jasna in prilagodljiva priporočila, ki bodo navedena v NIP, pa je potrebnih več informacij.

5. Na podlagi podatkov, pridobljenih z raziskavo, bodo glavna vprašanja za razpravo glede procesa oblikovanja in nato zagotavljanja prilagodljivih in učinkovitih pro-inovacijskih storitev tako na prihodnjih partnerskih sestankih na Madžarskem, v Sloveniji in na Poljskem kot tudi med spletnimi posvetovanji:

- a) nepretrgano pridobivanje podatkov o potrebah in pričakovanjih podjetnikov,
- b) ocenjevanje učinkovitosti storitev,
- c) vključenost podjetnikov v proces oblikovanja storitev,
- d) orodja in instrumenti za zagotavljanje storitev (spletna orodja, vprašalniki ipd.).
- e) politika zagotavljanja storitev – je bolje imeti širok krog prejemnikov preprostejših storitev ali zagotavljati visoko specializirane storitve majhnim skupinam podjetnikov,
- f) komercializacija storitev po prenehanju javnega financiranja,
- g) druga vprašanja, do katerih bo prišlo med razpravo o zgoraj omenjenih temah.

6. Vsi podatki, predstavljeni v tem poročilu, bodo vključeni v prilogo Navodilom za izvajanje projekta. Če bodo v nadaljnjih fazah izvajanja projekta odkrite druge storitve, pomembne za podporo za inovacije, bodo prav tako priložene NIP.

POLJSKA

REGIONALNA RAZVOJNA AGENCIJA ZA TORUNJ

Analiza KPM		Opis: Kanvas poslovnega modela je predloga za strateško upravljanje in "vitek" start-up za razvoj novih ali dokumentacijo obstoječih poslovnih modelov. Podjetjem pomaga z usklajevanjem njihovih dejavnosti, kjer se pokažejo potencialne kompromisne rešitve.
Opišite ciljno skupino.		MSP, vključno z mladimi podjetniki
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		e-pošta, telefonski klici, tudi podjetja sama lahko zahtevajo storitve
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Pri KPM gre za statičen poslovni načrt za podjetje. V razvitih idejah je vrstni red odnosov med ključnimi dejavniki, ki vplivajo na vsakodnevne dejavnosti podjetja, pomembnejši od dinamike sprememb, ki se v podjetju odvijajo v določenem časovnem obdobju. Tako je eden glavnih ciljev analize KPM standardizacija znanja, da vsi akterji, ki sodelujejo v procesu odločanja, razumejo drug drugega in znajo komunicirati, da se izognejo nesporazumom.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	1. faza – sestanek z lastnikom podjetja: - <i>brainstorming</i> – pod vodstvom strokovnjaka podjetnik odkrije sklepe o glavnih lastnostih delovanja podjetja na trgu. Te glavne lastnosti so: vrednote, skupine strank, distribucijski kanali, odnosi s strankami, ključni partnerji, strateške dejavnosti, ključni viri, prihodki in stroški. - sestanki se običajno odvijajo na sedežu TARR in trajajo 3 do 4 ure. 2. faza – zbirno poročilo: Poročilo daje poudarek opisu glavnih vidikov delovanja podjetja in vključuje priporočila za lastnika, katera področja oz. uporabljene instrumente mora izboljšati.
Osebjem – opišite potrebne kvalifikacije		Strokovnjak, ki je odgovoren za storitev KPM, mora imeti vsaj 3 leta izkušenj z ustvarjanjem razvojnih strategij in mora poznati temelje regionalnega gospodarskega razvoja.
Opis orodja in opreme		Matrica KPM
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		brezplačno

Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		od decembra 2014.
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	19
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Storitev KPM podjetnikom pomaga pridobiti znanje o razvoju in uporabi drugih konkurenčnih prednosti, ne le cene in kakovosti izdelkov oz. storitev, ki še ne prineseta uspeha. Analiza: splošnega delovanja podjetja, poslovnega modela, pristopa do inovacij, odnosov s strankami. Pomaga spremeniti način upravljanja podjetja z namenom dosege vseh poslovnih ciljev.
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	Storitev nudi možnost določanja različnih dejavnosti podjetja in raziskave glavnih lastnosti, ki vplivajo na razvoj podjetja.
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	Na učinkovitost storitve vplivata vsaj dva glavna pogoja: 1. znanje in izkušnje strokovnjaka, 2. znanje in odprtost podjetnika.

PRO INN		Opis: storitev omogoča zbiranje informacij o prednostih in slabostih uporabljenih rešitev in orodij na področjih upravljanja in notranje organizacije. Olajša ovrednotenje odnosov med ocenjevanim podjetjem in njegovimi glavnimi konkurenti z analizo zunanjih dejavnikov, ki vplivajo na njegovo dejavnost (priložnosti, nevarnosti).
Opišite ciljno skupino.		MSP, vključno z mladimi podjetniki
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		e-pošta, telefonski klici, tudi podjetja sama lahko zahtevajo storitve
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Storitve: - pridobivanje podatkov - analiza podatkov; - prepoznavna področij, ki jih je potrebno razviti, in zagotavljanje inovacij, - priporočila za izvajanje novih rešitev; - končno poročilo.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	1. faza – sestanek z lastnikom podjetja oz. predstavnikom upravnega odbora: - strukturiran intervju, ki obravnava različna področja delovanja podjetja, npr. poslovno strategijo z ocenjevanjem razvojnega potenciala podjetja, notranjo komunikacijo, odnose s strankami (tudi obojestransko komunikacijo). - trajanje: 2 uri 2. faza – interaktivna delavnica, kjer sodelujejo zaposleni z različnih oddelkov (vsaj treh): - 3 podfaze: 1) individualni strukturiran intervju, ki obravnava zgoraj navedena vprašanja 2) izpolnjevanje matrice za izdelke in storitve 3) SWOT analiza 2. faza storitve PRO INN je učinkovitejša, če je predstavljenih več različnih oddelkov. - trajanje: 3-4 ure 3. faza – končno poročilo vsebuje: - obsežen opis trenutnega položaja podjetja (položaj na trgu, naložbene potrebe, tehnološki cilji), - priporočila o smereh razvoja, vključno z inovacijami.
Osebjem – opišite potrebne kvalifikacije		Strokovnjak, ki je odgovoren za storitev PRO INN, mora imeti vsaj 3 leta izkušenj z ustvarjanjem razvojnih strategij in mora poznati temelje regionalnega gospodarskega razvoja.

Opis orodja in opreme		<ol style="list-style-type: none"> 1. predloga strukturiranega intervjuja 2. ocenjevalni obrazci 3. matrica za izdelke in storitve 4. predloga končnega poročila
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		brezplačno
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		storitev se izvaja od leta 2012
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	23
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Storitev PRO INN pokriva potrebe večrazsežnostne analize dejavnosti podjetja. Omogoča vrednotenje učinkovitosti notranjih sistemov podjetij z vidika strokovnjakov, ki niso neposredno povezani s podjetjem.
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	<ol style="list-style-type: none"> 1. neznanje oz. nezadostno znanje o notranjih sistemih podjetja, izdelkih, storitvah, vključno s prednostmi in slabostmi itd. 2. neznanje oz. nezadostno znanje o položaju podjetja na trgu, vključno s priložnostmi in nevarnostmi.
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	<ol style="list-style-type: none"> 1. velikost podjetja – če je podjetje premajhno, je zelo težko pokazati, kako delujejo notranji sistemi. 2. znanje ljudi, ki predstavljajo podjetje in so vključeni v storitev.

PRO TECH		Opis: Revizija tehnologij
Opišite ciljno skupino.		MSP, vključno z mladimi podjetniki
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Storitev zagotavlja osebje mreže EEN, ki je tudi odgovorno za iskanje podjetij
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	PRO TECH je na voljo vsem podjetnikom, ki želijo preveriti inovacijski potencial svojih podjetij. Omogoča prepoznavo sprememb, ki jih mora podjetnik uvesti, da bi pridobil, začel izvajati in uporabljal nove (inovacijske) tehnologije. Pokaže tudi področja, ki potrebujejo dodatno podporo, in tista, ki lahko postanejo temelj nadaljnega razvoja.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	<ol style="list-style-type: none"> 1. faza – intervju z lastnikom podjetja ali predstavnikom upravnega odbora: - strukturiran intervju, ki obravnava različna področja delovanja podjetja, npr. poslovno strategijo z ocenjevanjem razvojnega potenciala podjetja, notranjo komunikacijo, odnose s strankami (tudi obojestransko komunikacijo). 2. faza – iskanje strokovnjaka s sposobnostjo oceniti izbrana področja delovanja podjetja. 3. faza – revizija tehnologije, ki jo opravi zunanji strokovnjak. 4. faza – končno poročilo, ki vključuje rezultate revizije in priporočila o nadaljnjih razvojnih dejavnostih, ki bi podpirale inovacije, v podjetju.
Osebje – opišite potrebne kvalifikacije		Notranji strokovnjak, ki je odgovoren za storitev PRO TECH, mora imeti vsaj 3 leta izkušenj z ustvarjanjem razvojnih strategij in mora poznati temelje regionalnega gospodarskega razvoja. Zahteve za zunanje strokovnjaka so oblikovane po pripravljalnem intervjuju z lastnikom podjetja ali drugim predstavnikom.
Opis orodja in opreme		<ol style="list-style-type: none"> 1. predloga strukturiranega intervjuja 2. predloga končnega poročila
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		brezplačno (v celoti financirano iz sredstev EU)
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		storitev se izvaja od leta 2012
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	7

	<p>V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.</p>	<p>Potrebe podjetnika, ki jih pokriva storitev PRO TECH:</p> <ul style="list-style-type: none"> • povečanje učinkovitosti dejavnosti podjetja (splošno) in maksimiranje prihodkov z ocenjevanjem prednosti in slabosti že uporabljenih tehnologij in tistih, ki čakajo na začetek izvajanja, • komercializacija in izvajanje sodobnih tehnologij, • širjenje informacij o tehnološki ponudbi podjetja, • ustvarjanje stikov in sodelovanja z raziskovalno-razvojnimi institucijami za razvijanje novih rešitev.
	<p>Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.</p>	<p>Visoki stroški pro-inovacijskih storitev in storitev, ki jih podpirajo strokovnjaki</p>
	<p>Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.</p>	<p>stopnja znanja strokovnjaka, podjetnikov pristop, kakovost razpoložljivih tehnologij in znanja.</p>

<p>Revizija razvojnih potreb (RRP) za sektor ustvarjalnih industrij</p>		<p>Opis: Revizija razvojnih potreb je bila svetovalna storitev, ki je bila razvita in izvajana v sklopu projekta Mreže ustvarjalnih industrij. Revizija je bilo orodje, s pomočjo katerega so ocenjena podjetja dobila povratne informacije o svojih prednostih in slabostih.</p> <p>Njen cilj je bil zasnovati pomembne in nujne vrste in smeri dejavnosti, ki bi lahko podpirale razvoj izdelkov in storitev, ki jih nudi revidirano podjetje.</p>
<p>Opišite ciljno skupino.</p>		<p>Ciljna skupina so MSP (vključno z mladimi podjetniki) iz sektorja ustvarjalnih industrij. Industrije, ki jih storitev pokriva: umetniške obrti, film, glasba, gledališče, fotografija, literatura, grafika, spletno oblikovanje, oglaševalska industrija, oblikovanje, razvoj programske opreme (vključno z igrami in mobilnimi aplikacijami).</p>
<p>Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?</p>		<p>V sklopu projekta Mreža ustvarjalnih podjetij je bila izpeljana projektu namenjena promocijska kampanja. Podjetjem, ki so koristila storitev, so bile ponujene tudi druge oblike podpore, kot so seminarji in usposabljanja.</p>
<p>Opis storitve</p>	<p>Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?</p>	<p>Storitev RRP sestavljajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • opredelitev področij, na katerih bi se podjetje moralo razviti in jim lastnik ali upravni odbor ne pripisujeta dovolj pomembnosti, • prepoznava možnih smeri razvoja (nove stranke, novi trgi, novi izdelki in storitve), • raziskava prednosti in slabosti podjetja, • ugotovitev razvojnega potenciala in potreb podjetja, • dvig ravni znanja zainteresiranih strani o revidiranem podjetju, trgu, strankah, partnerjih in konkurentih, da bi prepoznali nove smeri razvoja, • pomoč pri opredelitvi vrednot podjetja.
	<p>Opišite, kako se storitev opravlja.</p>	<p>Storitev je razdeljena v štiri faze:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. faza – pridobitev podatkov, 2. faza – revizija razvojnih potreb, 3. faza – svetovanje, 4. faza – priprava končnega poročila. <p>1. faza – pridobitev podatkov – zbiranje količinskih in kakovostnih podatkov o revidiranem podjetju s pomočjo predloge strukturiranega intervjuja:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) pripravljani intervju z lastnikom podjetja ali izbranim predstavnikom, 2) vrednotenje podatkov, pridobljenih skozi predhodni intervju,

		<p>3) izbira podpornih ukrepov, 4) podpis pogodbe.</p> <p>2. faza – revizija razvojnih potreb:</p> <p>1) pripravljalna revizija:</p> <ul style="list-style-type: none"> - raziskava, opravljena z uporabo vprašalnika, - analiza pridobljenih podatkov, - opredelitev obsega revizije, <p>2) glavna revizija – intervju, ki ga svetovalec opravi z lastnikom podjetja ali izbranim predstavnikom. Nabor podatkov, pridobljenih med intervjujem, je odvisen od poslovnih dejavnosti, ocenjenih v reviziji (izbrane so med pripravljalno revizijo).</p> <p>3) dopolnilni intervju – dodatna naloga, ki se opravi, če so potrebne dodatne informacije ali podatki,</p> <p>4) strateška analiza – dodatna naloga, ki obsega SWOT analizo, preverjanje ključnih dejavnikov uspeha ipd.,</p> <p>5) pripravljarno poročilo.</p> <p>3. faza – svetovanje:</p> <p>1) predstavitev rezultatov revizije (rezultati analize, predhodni sklepi in predlogi razvojnih dejavnosti),</p> <p>2) razprava o potrebah podjetja, možnostih izboljšave in potencialu podjetja.</p> <p>3) Priprava akcijskega razvojnega načrta.</p> <p>4. faza – priprava končnega poročila.</p>
Osebe – opišite potrebne kvalifikacije		<p>Svetovalci, odgovorni za opravljanje storitve RRP, so bili usposobljeni na naslednjih področjih: delovanje podjetij v sektorju ustvarjalnih industrij, revizija z orodji, razvitimi v sklopu projekta.</p> <p>Specifične teme usposabljanj:</p> <ul style="list-style-type: none"> - metodologija trga in konkurence, - razvoj poslovne strategije, - viri konkurenčnih prednosti, - oblikovanje storitev, - specifične zahteve morajo izpolniti inovacijske storitve v sektorju ustvarjalnih industrij.
Opis orodja in opreme		<ol style="list-style-type: none"> 1. vprašalnik za pripravljalni intervju, 2. vprašalnik za pripravljarno revizijo, 3. vprašalnik RRP, 4. vprašalnik za strateško analizo,

		5. predloga pripravljalnega poročila, 6. predloga končnega poročila.
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		brezplačno
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		maj – november 2012
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	29 podjetij iz Kujavsko-Pomorjanske regije (skupno 80)
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	<ul style="list-style-type: none"> • opredelitev področij, na katerih bi se podjetje moralo razviti in jim lastnik ali upravni odbor ne pripisujeta dovolj pomembnosti, • prepoznavna možnih smeri razvoja (nove stranke, novi trgi, novi izdelki in storitve), • raziskava prednosti in slabosti podjetja, • ugotovitev razvojnega potenciala in potreb podjetja, • dvig ravni znanja zainteresiranih strani o revidiranem podjetju, trgu, strankah, partnerjih in konkurentih, da bi prepoznali nove smeri razvoja, <p>pomoč pri opredelitvi vrednot podjetja.</p>
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	<p>Določeni problemi, ki prežijo na MSP iz sektorja ustvarjalnih industrij:</p> <p>1) pomanjkanje sredstev za razvoj in visoki stroški investicij – ni obravnavano</p> <p>2) neznanje oz. nezadostno znanje – obravnavano</p> <p>3) problemi notranje organizacije podjetij – obravnavano</p>
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	Na učinkovitost storitve je še posebej vplivala raven znanja podjetnika.

IMPROVE		Opis: Storitev je zagotovljena na področju upravljanja inovacij, kar izboljša konkurenčnost MSP in olajša dostop to priložnosti za poslovni razvoj na enotnem trgu in onkraj njega.
Opišite ciljno skupino.		Kandidati iz skupine MSP za to storitev so skrbno izbrani. Kandidati imajo resen potencial za mednarodno rast z inovativnimi izdelki, procesi, storitvami ali poslovnimi modeli, vendar nimajo znanja, sposobnosti ali zmožnosti upravljati inovacijske dejavnosti;
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Strokovnjak za inovacije išče potencialne stranke za storitev (a) z iskanjem po različnih vrstah baz podatkov, npr. partnerjevih lastnih bazah, bazah patentov in po podatkih regionalnega trga o podjetjih z visokim letnim prometom in izvozom; (b) s pristopom do udeležencev različnih dogodkov v organizaciji TARR ali drugih zainteresiranih za podjetništvo in inovacije.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Zamišljeno je, da bi izvedli primerjalno analizo prepoznanih MSP z namenom priprave in začetka izvajanja prilagojenega akcijskega načrta , ki bi povečal zmožnost MSP, da upravljajo inovacijske procese. Storitev vključuje poglobljeno analizo upravljanja inovacij MSP in jasno pokaže razkorak med inovacijskimi zmožnostmi in inovacijskimi cilji, ki si jih postavljajo MSP. Rezultat analize privede do priprave prilagojenega akcijskega načrta o premostitvi tega razkoraka in o zagotavljanju sorodnih podpornih storitev, ki bi pri tem pomagale.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	Storitev se izvaja v obliki povprečno 7 dni trajajočega paketa storitev z uporabo orodja IMP ³ rove (orodje za primerjalno analizo), ki izvaja poglobljeno analizo trenutnega delovanja upravljanja inovacij. Ocenjevanje trenutnega stanja na področju sistema upravljanja inovacij v podjetju je opravljeno med osebnim srečanjem s podjetjem. Rezultat tega koraka je priprava IMP ³ rove poročila. Na podlagi poročila so analizirani razkoraki in potrebe, pri vsakem primeru pa je ponujen tudi akcijski načrt. med sestankom je podjetju predstavljen osnutek akcijskega načrta, končni akcijski načrt pa soglasno sprejmeta obe strani. Izvedba akcijskega načrta je spremljana in nadzorovana. Končno poročilo o celotnem paketu storitev vključuje vse pobude in akcije, sprejete med opravljanjem storitve.

Osebe – opišite potrebne kvalifikacije	Strokovnjaki za inovacije, ki opravljajo storitve, potrebujejo naslednje kvalifikacije: - univerzitetna diploma (ali enakovredna izobrazba) na zadevnem področju; - del vodstvenega osebja v organizaciji za poslovna okolja z dokazanimi izkušnjami na področju zagotavljanja poslovne in inovacijske podpore; - dobro razumevanje / dokazano poznavanje področja upravljanja inovacij.	
Opis orodja in opreme	Ocenjevanje zmožnosti upravljanja inovacij temelji na metodologiji IMP ³ rove oz. metodologijah v skladu z definicijo upravljanja inovacij in elementov sistema za upravljanje inovacij po CEN tehnični specifikaciji CEN/TS 16555-1. To vključuje celoten inovacijski proces od nastajanje ideje do postavitve na trg in ustvarjanja dobička. Bistven del analize so splošne prakse podjetja in njegova sposobnost za zunanje sodelovanje na področju inovacij.	
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno	storitev je za podjetja brezplačna, financirana je v okviru programa <i>Horizon 2020</i> .	
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?	od maja 2015	
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	6
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Nezmožnost upravljanja inovacij je prepoznana kot velika ovira pri ustvarjanju gospodarskega vpliva (konkurenčnost, rast in delovna mesta) iz inovacijskih dejavnosti v MSP. Storitev ozavešča poljska podjetja o inovacijskem potencialu in o brezplačnih visokokakovostnih raznolikih naprednih storitvah. Cilj je izboljšana vidnost in večja vključenost poljskih podjetij, ki imajo potencial, da rastejo na evropskem trgu.

	<p>Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.</p>	<p>Ozaveščenost podjetij o koristih izboljševanja upravljanja inovacij je še vedno na nizki stopnji. Svetovalne storitve, ki krepijo sposobnost upravljanja inovacij, niso na voljo skupini MSP na Poljskem zaradi pomanjkanja ponudbe, previsokih cen in nizke kakovosti. Začeli smo z opravljanjem te storitve in do zdaj že pomagali nekaj podjetjem. Upamo, da bomo s pomočjo te storitve: zvišali število podjetij, ki se bodo prijavila za evropska sredstva in raziskovalna sredstva, krepili ozaveščenost o upravljanju inovacij in njegovih koristih. Storitev ponuja odgovor na najpomembnejše vprašanje podjetij – kako zagotoviti prihodnost in rast podjetja? Podjetje prejme celovite povratne informacije o učinkovitosti svojega upravljanja inovacij v primerjavi z najboljšimi in s povprečjem. Podjetja bodo tudi razumela, kako upravljanje inovacij vpliva na njihovo rast, prejela priporočila, ukrepe in orodja ter navodila za njihovo uporabo, s pomočjo katerih bodo lahko izboljšala svojo učinkovitost na področju upravljanja inovacij in posledično svojo rast.</p>
	<p>Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.</p>	<p>Svetovalec s pomočjo primerjalne analize pridobi potrebne podatke za boljše razumevanje specifičnih potreb podjetja. Podjetje lahko učinkovitost upravljanja inovacij izboljša s postopnim (modularnim) pristopom, ne da bi pri tem izgubilo osredotočenost na celostni pristop.</p>

INKOR Model		<p>Opis: INKOR Model je bil ustvarjen za krepitev sodelovanja na področju ustvarjanja inovacijskih možnosti med podjetji iz skupine MSP v Kujavsko-Pomorjanski regiji.</p> <p>INKOR Model so naslednje tri institucije za poslovna okolja testirale šest mesecev: Gospodarska zbornica Torunj, Regionalni inovacijski center Univerze za znanost in tehnologijo ter Inovacijsko-podjetniški inkubator Włocławek.</p>
Opišite ciljno skupino.		<p>INKOR Model je neposredno namenjen trem vrstam institucij za poslovna okolja:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) inkubatorjem 2) podjetniškim organizacijam (npr. trgovskim zbornicam) 3) podpornim organizacijam za inovacije (npr. inovacijskim centrom, tehnološkim parkom, centrom za prenos tehnologij) <p>INKOR storitve pa so koristila tudi MSP, vključno z mladimi podjetniki.</p>
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		<p>Storitev zagotavlja osebje organizacije, ki je prav tako odgovorno za iskanje podjetij</p>
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	<p>INKOR Model opiše akcije, ki bi jih morale izvesti institucije za poslovna okolja, da bi okrepila in negovala sodelovanje med podjetji in zunanjimi partnerji, kar bi okrepilo tudi inovativnost. INKOR Model je bil zasnovan v partnerstvu z nizozemsko institucijo za poslovna okolja – Syntens Innovation Centre, ki je s kampanjo TuturizedBusinesses v južnem delu Nizozemske začela izvajati referenčni model sodelovanja med podjetji in institucijami za poslovna okolja.</p>
	Opišite, kako se storitev opravlja.	<ol style="list-style-type: none"> 1) iskanje podjetja 2) vzpostavitev stika 3) opredelitev potreb podjetja na področju pro-inovacijskega sodelovanja 4) opis modela sodelovanja, vključno s priporočili za dejavnosti 5) ohranitev stika s podjetjem

<p>Osebe – opišite potrebne kvalifikacije Opis orodja in opreme Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno</p>	<p>1) univerzitetna diploma, 2) vsaj 3 leta izkušenj s sodelovanjem s podjetji na področju podpiranja razvoja podjetij in/ali institucij za raziskave in razvoj in/ali univerz na področju izvajanja inovacij</p> <p>ali</p> <p>vsaj 3 leta izkušenj z opravljanjem informacijskih storitev na področju pravnih vprašanj vodenja podjetja in/ali razpoložljivih zunanjih virov financiranja poslovnih dejavnosti (vključno z državnimi javnimi sredstvi in evropskimi sredstvi) in/ali krepitve sodelovanja med podjetji, tudi na mednarodni ravni in/ali programov in institucij, ki podpirajo izvajanje inovacij</p> <p>ali</p> <p>vsaj 3 leta izkušenj z zagotavljanjem svetovalnih storitev, vključno z:</p> <ul style="list-style-type: none"> – pravnimi vprašanji vodenja podjetij, trženja, financ – ocenjevanjem tehnoloških potreb, izvajanjem novih tehnologij ipd.
<p>Osebe – opišite potrebne kvalifikacije</p>	<p>namenska orodja niso potrebna</p>
<p>Opis orodja in opreme</p>	<p>brezplačno</p>
<p>Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno</p>	<p>oktober 2013 – marec 2014</p>
<p>Učinki</p>	<p>Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?</p> <p>V obdobju testiranja INKOR Model je bilo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - vzpostavljenih 186 stikov, - organiziranih 90 sestankov, - pripravljenih 91 priporočil, <p>53 podjetij (od 90) se je odločilo sodelovati s priporočenim partnerjem.</p>

	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	INKOR Model omogoča podjetjem in podjetnikom razviti znanje o storitvah, ki jih institucije za poslovna okolja nudijo poslovnim akterjem, in olajša stik med podjetniki in institucijami za poslovna okolja. Podporni model za MSP, ki ga izvajajo institucije za poslovna okolja, je pozitivno ocenilo 92 % podjetnikov, ki so sodelovali pri ocenjevanju. Prav tako je 45 od 46 podjetnikov pozitivno ocenilo skupinska srečanja v organizaciji osebja projekta.
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	1) pomanjkanje znanja o ponudbah institucij za poslovna okolja, zaradi česar je bilo malo zanimanja za vzpostavitev stika, 2) pomanjkanje časa za vzpostavitev stika z institucijami za poslovna okolja (s pomočjo usposobljenega osebja).
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	Na učinkovitost storitve INKOR Model vpliva: 1) vrsta institucije za poslovna okolja, 2) osebje, ki sodeluje pri opravljanju storitve, 3) odnos podjetnika.

REGIONALNA RAZVOJNA AGENCIJA ZA BYDGOSZCZ

Poslovna šola		Opis
Opišite ciljno skupino.		Storitev je namenjena vsem podjetnikom in tistim, ki nameravajo ustanoviti svoje podjetje. Koristi jo predvsem sektor MSP – običajno z območja Bydgoszcza, pa tudi iz drugih delov regije.
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Informacije o usposabljanjih so objavljene na spletni strani BARR, prav tako jih prejemajo po e-pošti vsi, ki so naročeni na njihove spletne novice. Prijava na usposabljanje poteka s prijavnim obrazcem, ki je objavljen na internetu. Za dostop do usposabljanja se morajo udeleženci registrirati. V primeru naprednejših usposabljanj (npr. v angleškem jeziku) se izvede predhodni razgovor, kjer preverijo udeležence.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Storitev vključuje organizacije brezplačnih usposabljanj, delavnic in seminarjev, ki razvijejo osebne in strokovne kompetence podjetnikov, delavcev in ljudi, ki nameravajo ustanoviti svoje podjetje. Namen projekta je omogočiti podjetjem in njihovim zaposlenim, da se usposablajo in razvijejo na področjih upravljanja in poslovne dejavnosti.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	Usposabljanja so organizirana približno dvakrat na teden. Pri vsakem lahko sodeluje povprečno 30 ljudi. Za opravljanje te storitve BARR sodeluje s podjetji za usposabljanje in institucijami, ki so neposredno povezane z usposabljanji, pa tudi z izkušenimi zunanjimi inštruktorji / strokovnjaki. Tehnični vidik organizacije storitve je opisan v 4. vrstici.
Osebnje – opišite potrebne kvalifikacije		Inštruktorji so strokovnjaki in/ali delujejo na določenem področju oz. imajo več let izkušenj na področju usposabljanja. Iz organizacijskega vidika storitev upravlja osebnje BARR, ki je v postopku izvajanja storitve (od leta 2013) razvila učinkovit proces zagotavljanja te storitve.
Opis orodja in opreme		Soba za usposabljanje (za 40 ljudi) + standardna oprema za usposabljanja (prenosni računalnik, projektor, Wi-Fi, predstavljena in pisalna tabla ipd.).

Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		brezplačno
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		od novembra 2013 naprej
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	Usposabljanj se je do danes udeležilo približno 4600 ljudi. Težko je določiti število podjetij, saj teh statističnih podatkov ne beležimo. Včasih se usposabljanja udeležijo 2 ali 3 osebe iz enega podjetja.
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Glavni problem je, da brezplačno, ampak strokovno in praktično znanje o podjetništvu ni na voljo. Lastnosti te storitve in njena široka dostopnost zelo pripomorejo k premostitvi te ovire.
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	Storitev je učinkovita predvsem zato, ker je brezplačna, zelo dostopna in jo opravljajo izkušeni inštruktorji.
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	Storitev je učinkovita predvsem zato, ker je brezplačna, zelo dostopna in jo opravljajo izkušeni inštruktorji.

Informacijske storitve		Opis
Opišite ciljno skupino.		Vse stranke BARR
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Preko spletne strani in z neposrednim stikom, tako s strani stranke kot agencije.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Storitev obsega informiranje strank in preusmerjanje na druge institucije, ki se ukvarjajo z relevantnimi področji. Obsega tudi druge informacije, ki lahko vplivajo na inovativnost podjetja, npr. priložnosti za pridobitev sredstev EU za krepitev inovativnosti.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	Ponujanje informacij o institucijah in področjih njihovega delovanja, kontaktnih podatkih, konkurenčnih pogojev za projekte EU itd.
Osebe – opišite potrebne kvalifikacije		Zaposleni v BARR, ki je bila s strani mesta Bydgoszcz izbrana, da opravlja naloge na področju gospodarske promocije mesta in promovira razvoj podjetništva, poznajo organizacije za poslovno podporo in druge subjekte, ki podpirajo inovativnost v mestu, pa tudi možne vire financiranja. S svojim znanjem lahko stranko napotijo na ustrezno institucijo.
Opis orodja in opreme		ni podatka
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		brezplačno
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		od novembra 2013 dalje
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	z zakonom predpisana dejavnost – statistični podatki niso na voljo
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Storitev nudi informacije o dejavnostih institucij, ki podpirajo inovativnost v Bydgoszczu, in o potencialnih virih financiranja, kot so npr. evropska sredstva.

	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	Težava je v težkem dostopu do informacij oz. pomanjkanje znanja, kako bi jih pridobili. Podjetja in drugi subjekti vidijo BARR kot javno institucijo, ki se ukvarja s promoviranjem podjetništva v Bydgoszczu, zaradi česar se številni v iskanju informacij sploh obrnejo na agencijo. Posledično ta storitev pripomore k premostitvi zgoraj navedene ovire.
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	Učinkovitost storitve zagotavlja široko znanje osebja BARR o institucijah, ki podpirajo inovativnost in delujejo na območju Bydgoszcza, ter zavedanje podjetnikov, da se lahko obrnejo na agencijo, če potrebujejo pomoč pri raznovrstnih težavah na področju gospodarske dejavnosti.

SLOVENIJA

TEHNOLOŠKI PARK LJUBLJANA

Program izvedbe podpornih storitev za univerzitetne inkubatorje v Sloveniji (javno financiranje)		Ponudnik: SPIRIT Slovenija - Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije Razpoložljiva sredstva za leto 2015: 210.000 € (javni razpis / letno) Upravičenci: Univerzitetni inkubatorji (Tovarna podjetov, Podjetniški inkubator Univerze v Mariboru; LUI – Ljubljanski univerzitetni inkubator, UIP – Univerzitetni razvojni center in inkubator Primorske) Storitev inkubacije Inkubatorji nudijo številne koristi lastnikom start-up podjetij: poslovne prostore po nižjih cenah, kot so na trgu, svetovanje in strokovno znanje o razvoju podjetja in trženjskih strategijah ter pomoč pri financiranju nastajajočih podjetij.
Opišite ciljno skupino.		študentje, mladi, ekipe s podjetniško idejo s člani/lastnikom podjetja, ki imajo status študenta (in akademsko osebje)
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Program podpira (tudi) dejavnosti za širjenje ozaveščenosti in ciljno skupino motivira z: <ul style="list-style-type: none"> - delavnicami, - obvestili, - neposredno komunikacijo po telefonu / e-pošti, - uporabo družbenih omrežij - itd.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja? Opišite, kako se storitev opravlja.	Storitve in podpora, ki ju nudijo inkubatorji se lotevajo potreb ambicioznih posameznikov in skupin, da bi nadalje razvili svojo podjetniško idejo in ustvarili ter razvili mlado podjetje (nizko- ali visokotehnološko, odvisno od regionalnih lastnosti in področja delovanja univerze). Storitve, ki jih vključuje financiran program, so: <ul style="list-style-type: none"> - širjenje ozaveščenosti in motivacijske delavnice - specializirane delavnice (npr. "vitke" metodologije, ustvarjanje skupin, pripravljenost na investicije, razvoj poslovnih in trženjskih načrtov itd.) - prepoznavanje podjetniških idej - vrednotenje podjetniških idej in mentorstvo / usposabljanje (splošno poslovno usposabljanje in mentorstvo opravljajo notranji strokovnjaki, vendar pa večina inkubatorjev sodeluje tudi z mentorji z različnih področij, npr. za razvoj podjetij, tehnologije itd.)
Osebjem – opišite potrebne kvalifikacije		Osebjem , ki opravlja storitve, mora imeti splošno znanje o razvoju podjetniških spretnosti, razvoju podjetij oz. podjetniških idej; zaželeno je specializirano poznavanje inovacijskih procesov in osnovno poznavanje pravic intelektualne lastnine; zaželene so tudi podjetniške izkušnje; člani notranjega osebja imajo običajno licenco za metodologije poslovnega usposabljanja in mrežo poznanstev mentorjev in drugih ustreznih stikov, ki so jih pridobili v več letih delovanja.

Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		Zagotovljena storitev je 100 % javno financirana in brezplačna za upravičence.																													
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		Ker TPL ni opredeljen kot univerzitetni inkubator, so njegove storitve inkubacije zelo osredotočene na potrebe in izzive visokotehnoloških start-up podjetij s potencialom za globalno rast, prilagojene specifičnim potrebam posameznih skupin in niso popolnoma brezplačne. Običajno storitve delno zagotavljajo programi, ki jih razvija iniciativa Start:up Slovenija, in specializirane storitve na področju komercializacije znanja in tehnologije ter dostopa do novih trgov in strank, delno pa tehnološki partnerji , strateški partnerji (B2B) in mentorstvo, ki temelji na razvoju ekip in pripravljenosti na investicije .																													
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	Dosežki v letu 2015:																													
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Vrsta rezultata</th> <th>Skupni rezultat vključenih (3) univerzitetnih inkubatorjev za leto 2015</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>št. informacijskih / motivacijskih delavnic</td> <td>53</td> </tr> <tr> <td>št. specializiranih delavnic</td> <td>67</td> </tr> <tr> <td>št. ur svetovanja in mentorstva</td> <td>4282</td> </tr> <tr> <td>št. udeležencev informacijskih / motivacijskih delavnic</td> <td>1311</td> </tr> <tr> <td>št. udeležencev specializiranih delavnic</td> <td>1208</td> </tr> <tr> <td>št. prepoznanih in podprtih podjetniških idej</td> <td>179</td> </tr> <tr> <td>št. ur mentoriranja potencialnih študentov-podjetnikov</td> <td>4272</td> </tr> <tr> <td>št. inkubiranih podjetnikov / rezultat izvajanja programa, ki podpira ciljno skupino – študente (s podjetniškim potencialom) (23+18+1)</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td colspan="2">časovni okvir: jan. 2015-dec. 2015</td> </tr> <tr> <td>št. novoustanovljenih podjetij z vsaj 1 zaposlenim; rezultat izvajanja programa v letu 2015 (5+3+2)</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>št. novih delovnih mest (bto);</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td colspan="2">časovni okvir: jan. 2015-dec. 2015 (10+4+2)</td> </tr> <tr> <td>št. študentov (zadevne univerze), vključenih v predinkubacijske dejavnost</td> <td>3201</td> </tr> </tbody> </table>	Vrsta rezultata	Skupni rezultat vključenih (3) univerzitetnih inkubatorjev za leto 2015	št. informacijskih / motivacijskih delavnic	53	št. specializiranih delavnic	67	št. ur svetovanja in mentorstva	4282	št. udeležencev informacijskih / motivacijskih delavnic	1311	št. udeležencev specializiranih delavnic	1208	št. prepoznanih in podprtih podjetniških idej	179	št. ur mentoriranja potencialnih študentov-podjetnikov	4272	št. inkubiranih podjetnikov / rezultat izvajanja programa, ki podpira ciljno skupino – študente (s podjetniškim potencialom) (23+18+1)	42	časovni okvir: jan. 2015-dec. 2015		št. novoustanovljenih podjetij z vsaj 1 zaposlenim; rezultat izvajanja programa v letu 2015 (5+3+2)	10	št. novih delovnih mest (bto);	16	časovni okvir: jan. 2015-dec. 2015 (10+4+2)		št. študentov (zadevne univerze), vključenih v predinkubacijske dejavnost	3201
	Vrsta rezultata		Skupni rezultat vključenih (3) univerzitetnih inkubatorjev za leto 2015																												
	št. informacijskih / motivacijskih delavnic		53																												
št. specializiranih delavnic	67																														
št. ur svetovanja in mentorstva	4282																														
št. udeležencev informacijskih / motivacijskih delavnic	1311																														
št. udeležencev specializiranih delavnic	1208																														
št. prepoznanih in podprtih podjetniških idej	179																														
št. ur mentoriranja potencialnih študentov-podjetnikov	4272																														
št. inkubiranih podjetnikov / rezultat izvajanja programa, ki podpira ciljno skupino – študente (s podjetniškim potencialom) (23+18+1)	42																														
časovni okvir: jan. 2015-dec. 2015																															
št. novoustanovljenih podjetij z vsaj 1 zaposlenim; rezultat izvajanja programa v letu 2015 (5+3+2)	10																														
št. novih delovnih mest (bto);	16																														
časovni okvir: jan. 2015-dec. 2015 (10+4+2)																															
št. študentov (zadevne univerze), vključenih v predinkubacijske dejavnost	3201																														
Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.																															
Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.																															

Vir: SPIRIT, 2016

<p>Iniciativa Start:up Slovenija; Program Go:Global Slovenija pospeševalnik (javno sofinanciranje)</p>		<p>Go:Global Slovenija pospeševalnik za start-up podjetja zagotavlja podjetjem, ki so že našla svoj "product-market fit", vse potrebne elemente za uspešen začetek hitre globalne rasti, tako v obliki kapitala, kot tudi znanja in mednarodnih povezav.</p> <p>Ponudnik: Slovenski podjetniški sklad</p> <p>Razpoložljiva sredstva (za izvedbo/koordinacijo programa Go:global Slovenija pospeševalnik in Geek House pospeševalnik za (investicijski) cikel 2015/16): 96.559,00 € <i>(pilotna izvedba programa v ciklu 2014/15; trenutno se odvija 1. izvedba programa in potekajo priprave na 2. izvedbo programa, ki se bo začela v zaključku avgusta oz. začetku septembra 2016)</i></p> <p>Upravičenci: Konzorcij partnerjev: Tehnološki park Ljubljana, Tovarna podjetmov, Podjetniški inkubator Univerze v Mariboru, Primorski tehnološki park in VentureLab d.o.o.</p> <p>Ciljna skupina:</p>
Opišite ciljno skupino.		start-up podjetja; predvsem: mlada podjetja (do 3 leta delovanja), visoko inovativna, z notranjim sektorjem za raziskave in razvoj ter potencialom za globalno rast.
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Program ima komunikacijsko strategijo, zato je relativno dobro viden. Prav tako ima svojo spletno stran, skupino na družbenem omrežju, spletne novice in možnost uporabe komunikacijskih kanalov slovenskega inovacijskega ekosistema. Tok informacij in ozaveščenost o programu podpirajo tudi delavnice za potencialne udeležence – t. i. 'roadshowi'.
Opis storitve	<p>Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?</p> <p>Opišite, kako se storitev opravlja.</p>	<p>Program sestavljajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 200.000 EUR javne lastniške investicije - Priprava podjetja na investicijo - Program za globalno rast - Start-up mentor in pomoč pri administraciji <p>Vsak udeleženec mora slediti / izpolniti naslednje pogoje:</p> <p>korak 1 – Pred-selekcija / Prijava & predstavitev pred komisijo</p> <p>Na podlagi oddane pisne prijave in kratke osebne predstavitve bo potekalo ocenjevanje pred-seleksijske komisije. Vloge podjetij, ki bodo presegle ustrezen prag točk, bodo objavljene v program priprave podjetja na investicijo. Kot koordinator, TPL (in partnerji) ponuja: roadshowe po Sloveniji, pomoč pri oddaji pisne prijave, predstavitev pred komisijo.</p> <p>Vsa podjetja, ki prejmejo dovolj točk ob prijavi v pospeševalnik, lahko sodelujejo v koraku 2.</p> <p>korak 2 / Priprava podjetja na investicijo</p>

		<p>Program usposabljanja za investicijo je intenziven dvodnevni program, preko katerega podjetniki s pomočjo ustreznih strokovnjakov pripravijo podjetje na investicijo, tako z vidika strategije, priprave investicijske dokumentacije, poznavanja pogojev investicije, kot tudi z vidika možnosti predstavitve pred domačimi in tujimi investitorji. (program: Pregled virov financiranja, Pot do investicije, Priprava investicijske dokumentacije, Uspešna predstavitev pred investitorjem, Pogajanja in usklajevanja z investitorji).</p> <p>korak 3 / Demo dan Svojo idejo predstavite pred-seleksijski komisiji in zasebnim investitorjem. Pred-seleksijska komisija podeli do 40 točk za prejem investicije 200.000 EUR na razpisu SK200, zasebni investitorji se odločajo o dodani zasebni investiciji v vaše podjetje.</p> <p>korak 4 / Po investiciji</p> <p>Go:Global for Growth – izobraževalni podporni program s ciljem postaviti trdne temelje za hitro globalno rast. Podjetja, ki pridobijo investicijo v višini 200.000 EUR, se udeležijo intenzivnega izobraževalnega programa Go:Global for Growth. V programu pridobijo vso temeljno znanje o hitri globalni rasti podjetja, tako z vidika zagotovitve dodatnih finančnih in človeških virov, kot z vidika organizacije podjetja, vstopa na tuje trge in upravljanja rasti (5 vrhunskih podjetniških svetovalcev, Gostujoči izkušeni podjetniki, 5 tednov intenzivnega dela, 5 vsebinskih sklopov, ki pokrivajo vse ključne funkcije podjetja, Individualni pristop in delo v smeri rezultatov).³⁵</p> <p>Dodatek zgoraj navedenemu programu – vsa podjetja, ki prejmejo investicijo, nadalje spremlja koordinator programa.</p>
Osebe – opišite potrebne kvalifikacije		<p>Koordinator programa zagotovi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - osebe za usklajevanje promocije programa in organizacijo dogodkov/delavnic, - osebe, odgovorno za nadaljnji razvoj programa in izvedbo programa, - osebe – strokovnjake, ki podpirajo izvedbo programa (pomoč udeležencem, spremljanje/nadziranje in poročanje). <p>Odgovorni koordinator programa (TPL) upravlja tudi sodelovanje in odnose z investitorji ter mrežo mentorjev in svetovalcev.</p> <p>Sodelujoče osebe mora nadalje imeti splošno znanje o razvoju podjetij oz. podjetniških idej; strokovno znanje o eni od najzahtevnejših tem, s katerimi imajo opravka (start-up) podjetniki: inovacijskem procesu ali razvoju trga ali procesu priprave na investicijo itd. Zaželeno so podjetniške izkušnje. Člani notranjega osebja so običajno priznani člani start-up/podjetniške skupnosti, znani govorniki na konferencah in imajo licenco za metodologije poslovnega usposabljanja ter</p>

³⁵ <http://goglobal.si/> (Dostop: 21.12.2016)

		mrežo poznanstev mentorjev in drugih ustreznih stikov, ki so jih pridobili v več letih delovanja.
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		storitev je za udeležence brezplačna
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		Pilotna izvedba programa – 2014/2015. Prva izvedba programa – 2015/2016. Septembra 2016 bomo začeli z drugo izvedbo; 2016/2017.
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	Več kot 50 podjetnikov se je že udeležilo programa. V pilotni izvedbi (2015) so 4 podjetja podprli z investicijo 200.000 €.
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	V prvi izvedbi (2016) so 3 podjetja podprli z investicijo 200.000 €. Start-up podjetja v Sloveniji (Slovenski start-up monitor 2015) se najpogosteje srečujejo z naslednjimi izzivi oz. potrebujejo podporo na področju: <ul style="list-style-type: none"> - razvoja izdelka, - razvoja blagovne znamke, - notranje organizacije / razvoja, - motivacije zaposlenih, - vprašanj/dejavnosti glede rasti.
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	Na izzive, ki se nanašajo na rast, start-up podjetja niso povsem osredotočena zaradi svojega razvojnega cikla, vendar pa finančna sredstva in storitve, ki so na voljo v obeh pospeševalnikih, podpirajo razvoj "product-market fit" in "globalno komercializacijo". Oboje se osredotoča na izdelke, zanimive za trg (investiranje v inovativnost), in ne le na razvoj poslovnega modela ali merjenje odzivov potencialnih strank .
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	

Dodatne informacije o iniciativi Start:up Slovenija:

Iniciativa Start:up Slovenija je odgovor vodilnih organizacij za podporo podjetništva v Sloveniji na izzive na področju inovativnih podjetij in na pomanjkanje razpoložljivih celovitih programov zanje (za talente in start-up ekipe) na državni ravni. Danes je iniciativa Start:up Slovenija odprta platforma za motivacijo in aktivacijo talentov ter za zagotavljanje prilagojenih programov za inovativna start-up podjetja:

- Nacionalna platforma za promocijo start-up ekosistema in tekmovanje **Start:up leta** (www.startup.si). Cilj programa je prepoznati najboljše poslovne ekipe in poslovne modele na državni ravni in jih podpreti z ustreznimi podpornimi mehanizmi, zagotovljenimi na državni ravni (subvencija Slovenskega podjetniškega sklada za zagon podjetja P2). Platforma služi tudi kot orodje za promocijo in kot komunikacijski kanal državnega ekosistema.
- **Mednarodna podjetniška konferenca PODIM** (www.podim.org) je najpomembnejša start-up konferenca v Sloveniji in največja na območju jugovzhodne Evrope. Dvodnevno vsakoletno konferenco podpira več kot 50 mednarodnih partnerjev.
- **Start:up Geek House pospeševalnik** (www.geekhouse.si) je podjetniški pospeševalnik, ki omogoča dostop do javnega in zasebnega kapitala, najem skupnih delovnih prostorov in podporne storitve po »vitkih in agilnih metodologijah« ('bootcampi') posameznikom ali ekipam z inovativno idejo – v

fazi priprave na »product-market fit«. Program je financiran iz javnih povratnih sredstev – 75.000 EUR konvertibilnih posojil (ponudba Slovenskega podjetniškega sklada SK 75).

- **Go:global Slovenija pospeševalnik** (www.goglobal.si) je podjetniški pospeševalnik za **start-up podjetja, ki so že našla svoj »product-market fit« in potrebujejo podporo za uspešen začetek hitre globalne rasti**. Program podpira ponudnik SK200 z **200.000 EUR lastniške investicije, mentorskim in izobraževalnim programom ter dostopom do mreže investorjev**.

Ustvarjanje in preverjanje podjetniških idej za študente v obliki Startup vikenda (<i>javno sofinanciranje</i>)		<p>Ponudnik: SPIRIT Slovenija - Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije (v 5 slovenskih univerzitetnih mestih)</p> <p>Razpoložljiva sredstva 2013-14: 46.080 € (javni razpis)</p> <p>Upravičenci: Konzorcij, ki ga sestavljajo: Zavod Ypsilon, Tehnološki park Ljubljana, Primorski tehnološki park, Tovarna podjetij, Podjetniški inkubator Univerze v Mariboru; LUI – Ljubljanski univerzitetni inkubator, UIP – Univerzitetni razvojni center in inkubator Primorske ter Razvojni center Novo mesto</p>
Opišite ciljno skupino.		<p>Ciljna skupina Startup vikenda Ljubljana so mladi in študentje s podjetniško idejo ali študentje, ki želijo preveriti svoje znanje na področju ekonomije, razvoja podjetij, tehnologij, družbenih ved, oblikovanja in ustvarjalnosti. Program Startup vikenda je bil razvit in prilagojen v skladu s potrebami upravičencev (študentov) in po zgledu dobrih praks iz tujine.</p> <p>TPL zagotavlja osvežilne pijače, prigrizke in kosilo, pa tudi bivanje za udeležence.</p>
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		<p>Iniciativa je dogodek izjemno osredotočeno in učinkovito promovirala po kanalih družbenih omrežij, vključno z izjavami lokalnih slavnih osebnosti iz sveta zabave (igralci, raperji ipd.), podjetnikov in drugih vplivnih oseb. Sodelujoče so z motivacijskimi nagovori spodbudili tudi uspešni podjetniki in poklicni mentorji.</p>
Opišite storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	<p>Startup vikend je izobraževalni dogodek, ki učinkovito promovira podjetništvo tako, da podpira in motivira proces ustvarjanja ekip okrog podjetniških idej, razvoj prototipov oz. demov in ustvarjanje novih start-up podjetij. Tako je Startup vikend Ljubljana za študente program usposabljanja, pa tudi program, ki udeležencem skozi usposabljanje na področju vitkih in agilnih konceptov razvoja podjetja nudi delovno izkušnjo. Udeleženci tudi razvijejo poslovni model, ki temelji na kanvasu, in prvič razmišljajo in delujejo kot upravljavci podjetja.</p> <p>Projekt si je zamislila in ga delno sofinancira agencija SPIRIT, vodi pa ga Tehnološki park Ljubljana v tesnem sodelovanju s strateškimi partnerji na področju inovacij in podpore podjetništva. Projekt se je izvajal leta 2013 in 2014, obe izvedbi sta bili v 5 slovenskih mestih organizirani na isti vikend. Vse tri javne univerze: Univerza na Primorskem, Univerza v Ljubljani in Univerza v Mariboru so aktivno podpirale in pomagale pri promociji iniciative med študenti.</p>
	Opišite, kako se storitev opravlja.	
Osebe – opišite potrebne kvalifikacije		<p>Notranje osebje partnerjev je bilo vključeno na ravni vodenja dogodka (oblikovanje, promocija, PR, ...) in na ravni izvedbe startup vikendov kot moderatorji in asistenti svetovalcev in mentorjev. Glavna prednost, ki je privedla do uspešnih nadaljevanj teh dveh dogodkov, je bilo vključevanje strokovnjakov – izkušenih podjetnikov za motivacijske govornike na otvoritvi in za poslovne svetovalce in mentorje, ki so podpirali razvoj idej skozi glavni del dogodka.</p>

Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno	dogodek je bil brezplačen za udeležence
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?	Startup vikendi za študente v 5 slovenskih (univerzitetnih) mestih so se izvajali v letih 2013 in 2015. TPL gosti podobne dogodke vsako leto (vključno z NASA Space app challenge in Hackathon), vendar si prizadevamo, da bi motivirali ustvarjanje interdisciplinarnih ekip (glede na področje znanja in brez starostnih omejitev), saj prinašajo boljše rezultate, zlasti kar se tiče novoustanovljenih podjetij.
Učinki	<p>Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?</p> <p>V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.</p> <p>Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.</p> <p>Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.</p> <p>Glavni dejavniki uspeha:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nove storitve, razvite v skladu s potrebami upravičencev – mladih. - Od leta 2013 so bili organizirani trije startup vikendi; na prvem dogodku je sodelovalo 60 udeležencev, razvitih pa je bilo 10 podjetniških idej; na drugem dogodku je sodelovalo 96 udeležencev, razvitih pa je bilo 23 podjetniških idej; na tretjem dogodku je sodelovalo 113 študentov, razvitih pa je bilo 26 podjetniških idej. Ker sta zadnji dve izvedbi bili organizirani v 5 slovenskih mestih, je na obeh izvedbah skupno sodelovalo 620 študentov, razvitih pa je bilo 87 podjetniških idej. - Izmed podjetniških idej, ki so jih študentje razvili, jih je bilo 28 prepoznanih kot izvedljiva podjetja. - Najuspešnejši dejavnih projekta je izpolnjevanje potreb mladih – predstavitev in promocija zaposlitvenih možnosti ter spodbujanje mladih. - Eden od uspehov je tudi premostitev miselne ovire neuspeha in spodbujanje drznosti. <p>Pridobljena nova spoznanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promocija preko družbenih medijev in novih medijev, s katerimi je ciljna skupina seznanjena, je bila eden ključnih dejavnikov razširjanja informacij o dogodku in razlog, da je na dogodku sodelovalo tolikšno število udeležencev/ študentov. - Projekt je širil ozaveščenost o priložnostih alternativnega zaposlovanja mladih. Projekt je 29 ekipam pomagal preveriti in razviti podjetniško idejo za uporabo v dejanski podjetniški dejavnosti. - Projekt je širil ozaveščenost o priložnostih alternativnega zaposlovanja mladih. Projekt je 59 ekipam pomagal preveriti podjetniško idejo z uporabo sodobne metode za preverjanje – Canvas. - Nujno potrebno je širiti ozaveščenost o raznovrstnih alternativnih poklicnih priložnostih za mlade. V tem pogledu ta projekt orje ledino in je lahko repliciran. Med alternativnimi zaposlitvenimi možnostmi je povpraševanje po prenosu znanja in spretnosti, kjer lahko mladi sodelujejo. Projekt obravnava te potrebe, kar bo prispevalo k zmanjševanju brezposelnosti in pasivnosti mladih na trgu dela. <p>Projekt je imel še en pozitiven rezultat – študentje z različnih področij študija in različnih znanj so prvič sodelovali in ustvarili</p>

		<p>temelje za sodelovanje v prihodnosti pri razvijajočih se podjetniških dejavnostih.</p> <p>Pripomba: TPL vodi oz. podpira nišne globalne iniciative, kot so NASA Space Challenge in Hackathoni, zaradi narave svojega dela in poslanstva. Splošni Startup vikendi (namenjeni specifičnim ciljnim skupinam, kot so npr. študentje) po izkušnjah ne vodijo do realizacije ideje v obliki podjetja, vendar pa nudijo razvoj podjetniških spretnosti in ozaveščenost o podjetništvu kot o karierni priložnosti.</p> <p>Podobne iniciative so organizirane in financirane na lokalni oz. regionalni ravni ali se izvajajo v sklopu dejavnosti univerzitetnih inkubatorjev.</p>
<p>Podpora nacionalnemu sistemu inovacij; spodbujati in krepiti inovacije za trg – npr. uvajanje novih izdelkov, postopkov in storitev, tehnološke in netehnološke inovacije v sektorju MSP</p>		<p>Ponudnik: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo in z njim povezana SPIRIT Slovenija - Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije</p> <p>Razpoložljiva sredstva 2013-14: 2,2 mio € (javni razpis)</p> <p>Upravičenci: Organizacije za podporo podjetništva; Konzorcij pod vodstvom Tehnološkega parka Ljubljana; partnerji: Primorski tehnološki park; Tovarna podjetmov, Podjetniški inkubator Univerze v Mariboru; Regionalni center za razvoj Zasavje (sredstva: 480.000; 60.000,00 € / leto / partnerja)</p>
Opišite ciljno skupino.		<p>raziskovalci, študentje, inovatorji – s podjetniško idejo, ki temelji na tehnologiji</p> <p>start-up podjetja,</p> <p>podjetja</p>
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		<p>Večina partnerjev je tesno povezana z inovacijsko skupnostjo ter pozna izzive in potrebe sektorja MSP / inovatorjev / imetnikov podjetniških idej. Program storitev in usposabljanj je bil premišljeno določen in promoviran s pomočjo izbranih kanalov za promocijo (e-pošta, spletne novice, spletne strani, informacijske delavnice, podjetniški dogodki,...).</p> <p>Za storitev se upravičenec prijavi preko e-pošte ali telefona za dogovor za začetni sestanek. Zaradi zelo prilagodljivih storitev (podpora na področju pravic intelektualne lastnine, razvoja izdelkov), je bilo število ciljnih upravičencev omejeno.</p>
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	<p>Podporne storitve za spodbujanje inovativnega podjetništva, ki jih nudijo organizacije slovenskega sistema inovacij (tehnološki parki, inkubatorji).</p> <p>Konzorcij partnerjev je izvajal naslednje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dejavnosti, ki so krepile podjetniški duh in spodbujale inovativnost v sektorju MSP; - Zagotavljanje najnovejših podpornih storitev za uspešno ustanovitev in zagon inovativnih start-up podjetij;

	<p>Opišite, kako se storitev opravlja.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Zagotavljanje podpore sektorju MSP v postopkih njihove rasti in internacionalizacije (svetovni preboj); - Dejavnosti vzpostavljanja dinamičnega sistema inovacij in intenzivne promocije inovativne skupnosti MSP; - Dejavnosti krepitev podjetniškega duha v Zagorju; reševanje specifičnih izzivov regije (post-industrijsko degradirano območje); - Svetovanje v specializiranih delavnicah / usposabljanjih; - Storitve inkubacije za start-up podjetja; - Splošno širjenje ozaveščenosti o na znanju temelječem podjetništvu in z njim povezanih priložnostih; - Spodbujanje širše uporabe netehničnih inovacij in povezanih rešitev. <p>podrobneje – izvajanje storitve so izpolnjevale praktične potrebe regionalnih na znanju temelječih podjetnikov / talentov. Podjetnikom in talentom je bilo (strokovno) znanje in svetovanje zagotovljeno s pomočjo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - specializiranih delavnic in usposabljanj (tj. trženje in komercializacija inovativnih izdelkov po vitkih metodologijah, finančni vidiki delovanja novega podjetja, dostop do sredstev in financiranja, novi trgi in pravice intelektualne lastnine, pravice intelektualne lastnine na splošno, trženje vsebin, analize in meritve medijskih/promocijskih dejavnosti, ...); - storitev za podporo pri ustvarjanju novih podjetij (individualna svetovanja o razvoju poslovnega modela, vodenje ekipe, upravljanje s človeškimi viri, pravni vidiki različnih vrst podjetij itd.); - storitev za podporo novih izdelkov in razvoja storitev (notranji inovacijski procesi, vključevanje v vrednostne verige, prenos tehnologij, ...); - storitev in svetovanj o patentnih prijavah. <p>Podroben program je na voljo na zahtevo.</p>
Osebe – opišite potrebne kvalifikacije		<p>Osebe, vključeno v izvajanje programa, so sestavljali naslednji člani ekipe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - strokovnjak za TT, - strokovnjaki na področju vitkih in agilnih metodologij, - koordinator je bil odgovoren za splošne informacije, širjenje ozaveščenosti, vodenje dogodkov, storitve inkubacije, poročanje – zato so bile poleg splošnega znanja o podjetništvu zahtevane tudi sposobnosti na področju vodenja projektov ter osnov komunikacije in promocije.
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		<p>Storitve so bile izvajane po pravilu de minimis. Program je bil financiran iz javnih sredstev.</p>
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		<p>Program se je izvajal v letih 2013 in 2014.</p> <p>Pričakuje se, da bodo podporne storitve, ki se ukvarjajo z izzivi inovativnih podjetij in inovativnimi idejami z visokim potencialom za hitro rast in ki jih zagotavljajo organizacije sistema inovacij, podprte tudi v letih 2016 in 2017. predvidena javna sredstva 2 mio EUR / leto na državni ravni.</p>

Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	<p>Doseženi rezultati konzorcija pod vodstvom Tehnološkega parka Ljubljana; za obdobje 2013 - 2014:</p> <ul style="list-style-type: none"> - št. prijavljenih patentov: 44 - št. novoustanovljenih inovativnih podjetij: 116 - št. novih izdelkov, postopkov, storitev, podprtih s strani konzorcija: 62 - št. specializiranih delavnic / usposabljanj na področju inovacij, razvoja izdelkov, komercializacije novih izdelkov, storitev, postopkov: 18
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	

DEMOLA		<p>Demola je mednarodna organizacija, ki omogoča projekte soustvarjanja med študenti in podjetji, tako na lokalni kot na mednarodni ravni.</p> <p>Demola je javno-zasebna iniciativa.</p> <p>Demolo sta OECD in Svetovna banka nominirala za najboljšo prakso.</p> <p>Nacionalni koordinator: RAZ:UM (Univerza v Mariboru) Izobraževalna partnerja na državni ravni sta Univerza v Ljubljani in Univerza v Mariboru.</p> <p>TPL podpira program z ozaveščanjem podjetniške skupnosti.</p>
Opišite ciljno skupino.		študentje in podjetja, ki nudijo izzive na področju tehnologije/inovacij
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Dostop do izzivov: preko Razuma: mreže partnerjev. Dostop za študente: zaradi odmevnih preteklih rezultatov danes program uradno priznavata Univerza v Ljubljani in Univerza v Mariboru, kar pomeni, da je Demola izbirni predmet – to predstavlja motivacijo za sodelovanje.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	<p>Demola je mednarodna organizacija, ki omogoča projekte soustvarjanja med študenti in podjetji, tako na lokalni kot na mednarodni ravni.</p> <p>Podrobneje je Demola:</p> <ul style="list-style-type: none"> • omrežje, ki ga tvorijo različni partnerji, vključno z univerzami, njihovimi fakultetami, raziskovalci in študenti, pa tudi podjetja, lokalne agencije in vedno večje število Demolinih centrov po svetu. Demola ni le mednarodna, je tudi interdisciplinarna. • soustvarjalni koncept, katerega namen je reševanje resničnih izzivov. Vsak projekt ima rezultat – naj bo to nov koncept, demo ali prototip. Če je rezultat uporaben za partnersko podjetje, lahko le-to licencira ali kupi rezultat in ga nadalje razvija. • oblikovan in olajšan postopek. Demolin postopek zagotovi sistematično delo, ki je določeno s časovnim načrtom. Tako je lahko delo samo čim bolj ustvarjalno, postopek pa ga nadzoruje, tako v smislu časa kot oddaje. • okvir, zaradi katerega je za partnerje enostavno vstopiti in sodelovati. Vsak partner ima jasno določeno vlogo, delo pa vodijo preprosti postopki. Vzpostavljene so pogodbe, pravice intelektualne lastnine, modeli podeljevanja licenc in druge pravne zahteve, da je vse v skladu z mednarodnimi poslovnimi standardi in praksami. <p>V okviru Razuma je bila Demola Slovenija ustanovljena leta 2013, da bi spodbujala sodelovanje med študenti, podjetji in visokošolskimi ustanovami z dodeljevanjem projektov, ki bi lahko bili zanimivi za gospodarstvo. V okviru Demole podjetja objavljajo projekte, ki jih nato izpeljejo interdisciplinarno</p>
	Opišite, kako se storitev opravlja.	

		<p>ekipe študentov pod mentorstvom podjetij in raziskovalcev iz Univerze v Mariboru oz. Univerze v Ljubljani.</p> <p>Študentje morajo opraviti nalogo v največ treh mesecih in pol. S sodelovanjem v Demoli lahko podjetja spodbudijo raziskovalne in inovacijske procese z ustvarjalnimi idejami študentov in pridejo v stik s potencialnimi človeškimi viri.</p> <p>Udeležba v konceptu Demola je tudi odlična priložnost za vzpostavitev učinkovitega in trajnega sodelovanja med podjetji in raziskovalci z Univerze v Mariboru oz. Univerze v Ljubljani.</p>
Osebjem – opišite potrebne kvalifikacije		Odlično omrežje pospeševalcev s strokovnim znanjem na področjih vodenja in komunikacije z ljudmi in sredstvi. Imeti morajo razvite sposobnosti vodenja ekipe, upravljanja s časom in reševanja konfliktov.
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		<p>storitev je za študente brezplačna.</p> <p>Z vidika Demole je program licenciran – 10.000 €. Potrebna sredstva za izvedbo projekta (infrastruktura, osebje, delavnice, ...): 70.000 € Sredstva se zbirajo po načelu javno-zasebnega financiranja. Zbiranje sredstev predstavlja tudi glavno oviro za prihajajočo izvedbo.</p>
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		TPL (od leta 2016) širi ozaveščenost med podjetniško skupnostjo, da bi pridobili visoko kakovostne tehnološke oz. inovacijske izzive.
Učinki	<p>Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?</p> <p>V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.</p> <p>Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.</p> <p>Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.</p>	<p>Skupni rezultat od leta 2013 naprej:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 350 študentov vključenih v reševanje izzivov podjetij - 60 razvitih projektov - 30 podjetij nudi izzive

Mladi raziskovalci iz gospodarstva (javno sofinanciranje)		Vlada RS ponuja posebne pobude (vključno z znižanjem davka) podjetjem, ki zaposlujejo doktorske kandidate in mlade raziskovalce. Program Mladi raziskovalci iz gospodarstva je zasnovan, da bi uvedel več visoko izobraženega osebja v zasebna podjetja in spodbudil podjetja, da zaposlujejo mlade diplomante in tako okrepijo svojo raziskovalno-razvojno ter inovacijsko dejavnost. Storitev je predvsem finančna in zagotavlja sofinanciranje plač in nekaterih stroškov materiala za mladega raziskovalca, ki je zaposlen v podjetju, medtem ko na univerzi opravlja doktorat.
Opišite ciljno skupino.		mladi raziskovalci; doktorski študentje podjetja z raziskovalno-razvojno skupino
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		vloga – prejem nepovratnih sredstev Ozaveščanje po komunikacijskih kanalih / spletnem mestu ponudnika, univerz, omrežja odgovornega ministrstva.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	<p>Program je bil zasnovan že leta 1986 s ciljem povečanja števila raziskovalcev v državi. Po poglobljeni analizi dobljenih rezultatov so bili v letih 1994 in 2008 sprejeti dopolnitveni ukrepi. Splošni cilj programa je prepričati industrijo (podjetja), da zaposluje visoko kvalificirano osebje (mlade raziskovalce z doktoratom), da bi po eni strani spodbudili raziskovalno-razvojno delo v podjetjih in po drugi spodbudili mlade raziskovalce k opravljanju aplikativnih raziskav. Cilj je tudi zvišati število doktorskih študentov na področju tehnologije, strojništva in matematike.</p> <p>V obdobju 2007 – 2010 je ukrep financirala ARRS, vodila pa TIA (Javna agencija za tehnološki razvoj RS). Program je finančno podpiral naslednje upravičence:</p> <ul style="list-style-type: none"> - podjetjem in tehnološkim centrom, ki so zaposlovali mlade raziskovalce, je sofinanciral njihove plače - univerze kot ponudnike formalnega izobraževanja, v tem primeru doktorata mladih raziskovalcev. <p>O študiju mladega raziskovalca in delovnem programu (tema doktorske disertacije) morata soglašati oba upravičenca. Vloge za nepovratna sredstva so bile ocenjene glede na naslednje kriterije:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ustreznost mladega raziskovalca, - ustreznost mentorjev, - ustreznost podjetja ali tehnološkega centra, - ustreznost raziskovalne skupine (lastna skupina podjetja ali zunanja), - program usposabljanja.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	
Osebe – opišite potrebne kvalifikacije		Za koordinacijo programa mora osebe odlično poznati razpis in imeti sposobnosti, relevantne za vodenje projektov
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		Organizacija (oz. podjetje) gostiteljica delno financira plačo mladega raziskovalca.
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		TPL ni bil neposredno vključen v opravljanje programa; vendar pa so se številna podjetja iz skupnosti TPL uspešno prijavila in gostila mlade raziskovalce.

Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	<p>Po podatkih poročila TIA o doseženih rezultatih, za leta 2007, 2008, 2009 in 2010:</p> <ul style="list-style-type: none"> - status mladega raziskovalca so dobili 403 kandidati, - do konca leta 2011 je 21 mladih raziskovalcev opravilo doktorat, - 251 sodelujočih podjetij, - 235 sodelujočih raziskovalnih skupin, - 59,26 milijona EUR podpore je bilo dodeljene (skupno so bili razpisi vredni 81,69 milijona EUR).
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	
		<p>Poleg vse večje konkurence med podjetji, ki imajo razvojno-raziskovalno skupino ali oddelek, pri pridobitvi najboljših diplomantov je bilo vzpostavljeno sodelovanje med udeleženi podjetji in raziskovalnimi centri, kar spodbuja prenos znanj in tehnologij.</p> <p>V obdobju do leta 2013, ko je bil objavljen zadnji razpis (za raziskovalni projekt v letih 2013 in 2014 je bilo na voljo 10.300.000,00 EUR), je program Mladi raziskovalci financirala in koordinirala ARRS po isti metodologiji: Mladi raziskovalci so ob podiplomskem študiju vključeni v temeljne ali razvojno-raziskovalne aplikativne projekte in so v delovnem razmerju za določen čas. Sredstva za njihove plače, prispevke, stroške raziskovalnega dela in podiplomskega študija zagotavlja ARRS. V povprečju znaša letno financiranje enega mladega raziskovalca okrog 30.000,00 EUR. V obdobju 2007-2013 je program sofinancirala Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada.³⁶</p> <p>Pripomba:</p> <p>TPL ni bil neposredno vključen v opravljanje programa; vendar pa so se številna podjetja iz skupnosti TPL uspešno prijavila in gostila mlade raziskovalce.</p> <p>Javni razpis za Mlade raziskovalce iz gospodarstva bo znova objavljen leta 2017.</p>

³⁶ Mladi raziskovalci iz gospodarstva (n.d.). dostopno na <http://www.eu-skladi.si/skladi/primeri-dobrih-praks/op-ropi/mladi-raziskovalci-iz-gospodarstva-2007-2013> (20.12.2016)

MADŽARSKA

REGIONALNA INOVACIJSKA AGENCIJA OSREDNJE PODONAVSKE

Storitev: Usposabljanje za upravljanje inovacij		Opis
Opišite ciljno skupino.		Predstavniki MSP, odgovorni za upravljanje inovacij v svoji organizaciji.
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Usposabljanje se odvija dvakrat letno, podjetja se morajo za udeležbo prijaviti.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Gre za akreditiran program usposabljanja za posameznike, ki so odgovorni za upravljanje inovacij v svoji organizaciji.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	Program usposabljanja poteka delno po spletu, delno v živo.
Osebe – opišite potrebne kvalifikacije		Vsako temo upravljanja inovacij, ki jo usposabljanje pokriva, vodijo kvalificirani inštruktorji.
Opis orodja in opreme (če je to potrebno)		Osnova za usposabljanje je na spletu dostopno gradivo.
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		Praktično brezplačno, le na posebno zahtevo podjetja je lahko razvito individualno usposabljanje, ki se izvaja po dogovorjeni ceni
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		2010
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	povprečno 20 podjetij na leto
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Zagotovi boljše znanje notranjega osebja glede številnih vprašanj na področju upravljanja inovacij.
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	pomanjkanje usposobljenega osebja

	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	-
--	--	---

Storitev: Mentor Club		Opis
Opišite ciljno skupino.		Mladi inovatorji, stari med 18 in 40 let, ki imajo idejo o izdelku ali storitvi v katerikoli fazi njenega razvoja in je primerna za trženje. Inovativni podjetniki in tisti, ki to želijo postati, so dobrodošli z vseh področij gospodarstva.
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Izbirni sistem za mentorstvo vodi Državni urad za raziskave, razvoj in inovacije. Podjetja, ki se želijo udeležiti, se morajo prijaviti. Izbirni postopek vodi žirija strokovnjakov na zadevnih področjih.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Storitev mentorstva (poslovnega svetovanja) poteka v 3 korakih: (1) preverjanje ideje in priprava na nadaljnji razvoj s prilagojenim paketom razvojnih storitev; (2) 6 mesecev dela na razvoju inovativne ideje; (3) mesečno spremljanje napredka.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	En mentor (svetovalec) je dodeljen enemu podjetniku, s katerim imata osebne razgovore vsaj dvakrat mesečno. Prav tako imata dostop do skupne spletne platforme za izmenjavo zamisli.
Osebjem – opišite potrebne kvalifikacije		Ker gre za usklajevanje in preverjanje na državni ravni, mora sodelujoče osebe opraviti usposabljanje za mentorja in imeti vsaj 5 let izkušenj na področju upravljanja inovacij.
Opis orodja in opreme (če je to potrebno)		Za komunikacijo in skupno vodenje uporabljamo svoje lastno SharePoint orodje.
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		Brezplačno za ciljne skupine (v celoti subvencionirano iz državnih sredstev)
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		Opravljamo jo že od leta 2013. V organizaciji delujeta 2 usposobljena mentorja.
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	Vzporedno na programu 6-mesečnega mentorstva ne morejo biti več kot 4 podjetja. Skupno je do zdaj sodelovalo 26 podjetij. Na državni ravni je bilo mentoriranih podjetij že več kot 200.
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij?	Gre za prilagojen podporni instrument, ki se popolnoma prilega potrebam posameznih podjetij (storitev se vedno začne z ocenjevanjem potreb).

	Izpostavite potrebe podjetij.	
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	Glavna ovira pri sodelovanju s podjetji je njihova diskretnost, saj večina idej še ni zaščitena. To smo rešili s pogodbo o molčečnosti in pristopom 1 mentor za 1 podjetje.
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	Glavni dejavnik, ki vpliva na učinkovitost, je močan operativni okvir, strokovna vprašanja pa se obravnava individualno. V nasprotnem primeru bi se jih lahko upravljalo zgolj za majhno število podjetij.

Storitev: Mednarodno tekmovanje na področju inovacij		Opis
Opišite ciljno skupino.		Inovatorji (ali njihova podjetja), stari med 18 in 35 let, ki imajo obetaven inovativen izdelek/storitev blizu komercializacije.
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Stranke so bila izbrane iz 9 držav JV Evrope s skupnim delom podpornih organizacij za podjetja.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Storitveni del tekmovanje predstavlja usposabljanje pred tekmovanjem za vse udeležence. »Tekmovalcem« nudi uporabna orodja za razvoj svojih poslovnih načrtov ali pripravi svojih idej, ki bodo predstavljene lokalnim in (potencialnim) tujim investitorjem. Prvi dan delavnic se osredotoča na oblikovanje poslovnih modelov, s posebnim poudarkom na Kanvasu poslovnega modela: udeleženci imajo priložnost odkriti nove načine inovativnosti za svoja podjetja, tako s pomočjo teoretičnih predavanj kot tudi s praktičnimi vajami. Drugi dan tekmovanja se tekmovalci učijo neposredno od »poslovnih angelov«, kako najbolje komunicirati z investitorji in kako jim predstaviti svoje ideje.
	Opišite, kako se storitev opravlja.	Usposabljanje je individualno potekalo v 9 državah, a po isti metodologiji.
Osebjem – opišite potrebne kvalifikacije		Kriterij za sodelujoče osebe ni bila izobrazba, ampak izkušnje na področju upravljanja inovacij. V primeru Madžarske so storitev izvajali upravljavci inovacij.
Opis orodja in opreme (če je to potrebno)		Storitev ne zahteva posebnih orodij ali opreme.
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		Brezplačno za stranke, financira INTERREG SEE
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		Od leta 2014 vsako drugo leto, tako da bo naslednja izvedba leta 2016.
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	45 podjetij na Madžarskem in več kot 250 na območju JV Evrope.
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Podjetja imajo najpogosteje pomanjkanje znanja in začetnih sredstev, da bi s svojo idejo vstopila na trg.

	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	Inovativni mladi podjetniki imajo pogosto pomanjkanje znanja, kako prodajati rezultate svojega dela na investicijskem trgu. Ta storitev si prizadeva premostiti to oviro.
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	Usposabljanje jih ni le pripravila na tekmovanje, ampak tudi podprlo pri vzpostavitvi stika z investitorji. Primer: vsi 3 nagrajeni madžarski inovatorji so po tekmovanju prejeli finančno podporo za svoje ideje.

Storitev: Revizija inovacij		Opis
Opišite ciljno skupino.		Mikro- in mala podjetja
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		KDRIŰ promovira storitev po spletnih kanalih in na strokovnih sestankih, predvsem podjetjem, včlanjenim v grozd, ki se nato lahko prijavijo na storitev po spletu ali osebno.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Orodje <i>Organization Innovation Audit Tool</i> je oblikovano tako, da pomaga prepoznati aktualno stanje in področja, ki zahtevajo razvoj in upravljanje inovacij. Osredotoča se na tri osnovne vrste zahtev za upravljanje inovacij v organizaciji: Inovacijska strategija – zakaj, kje in kdaj inovirati Inovacijska zmožnost – proces, ljudje, sredstva Inovacijska disciplina – vodenje, kultura in meritve
	Opišite, kako se storitev opravlja.	Sledi spletnemu vprašalniku. Storitev je vrsta osebnega svetovanja.
Osebjem – opišite potrebne kvalifikacije		Storitev opravljajo ekonomisti, usposobljeni za revizijo inovacij.
Opis orodja in opreme (če je to potrebno)		Organizacija pred začetkom opravljanja storitev uporabi orodje za ocenjevanje (spletni vprašalnik).
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		Delno financira podjetnik
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		Od leta 2014
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	Storitev je koristilo že 37 podjetij
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Najpomembnejša potreba je poglobljen pogled v delovanje podjetja s tega vidika in pridobitev dragocene podpore za izboljšanje učinkovitosti delovanja.

	<p>Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.</p>	<p>Znotraj organizacij ni znanja o upravljanju inovacij. Storitve opozori na glavna vprašanja, ki jih je potrebno rešiti, da bi bila organizacija uspešnejša na tem področju.</p>
	<p>Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.</p>	<p>Z revizijo lahko pomagamo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - doseči boljše razumevanje o trenutnem stanju organizacije na področju inovacij in razumeti ključne prednosti, slabosti, možnosti in ovire - razumeti dobre prakse in realno prepoznati in premostiti ovire - zastaviti ustrezne napovedi in dejavnosti za premostitev ovir ter tako vodstvo in upravljavce pripravimo do dodelitve minimalnih/optimalnih sredstev za izboljšanje stanja

Storitev: Vrednotenje intelektualne lastnine		Opis
Opišite ciljno skupino.		Podjetja, ki imajo inovativne izdelke oz. storitve na kateremkoli gospodarskem področju. Vključena so predvsem mlada podjetja (3 do 5 let delovanja).
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Podjetja, ki stopijo v stik z nami, potrebujejo nasvet glede izboljšanja poznavanja notranjih priložnosti.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	
	Opišite, kako se storitev opravlja.	
Osebe – opišite potrebne kvalifikacije		človeške vire predstavljajo: 1 patentni zastopnik, 1 strokovnjak madžarskega Urada za intelektualno lastnino in 1 odvetnik
Opis orodja in opreme (če je to potrebno)		Uporabljeno orodje je od podjetja do podjetja različno in vedno v kombinaciji z različnimi vzroki za vrednotenje (v zvezi z upravljanjem, podjetji, prenosom, konflikti ali financami)
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		v celoti plača podjetnik
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		od leta 2011
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	povprečno 10 podjetij letno
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Podjetja morajo ocenjevati svoje vire intelektualne lastnine.
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga premagovati te ovire.	Nepoznavanje pomena intelektualne lastnine škodi vsaki investiciji, saj podjetju povzroča težave pri postavljanju cene. Vrednotenje intelektualne lastnine prikaže dejansko stanje.

	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	Gre predvsem za finančno in pravno storitev ter odločitev o podpori upravljanja na ravni posameznega podjetja.
--	--	--

Storitev: boni za inovacije		Opis
Opišite ciljno skupino.		MSP z znatnim razvojnim potencialom. Prednost za razvojno-raziskovalne dejavnosti v zadnjih 2 letih ali akreditirano članstvo v grozdu
Opišite, kako bi s storitvijo dosegli stranke. Se mora podjetje na storitev prijaviti samo (preko e-pošte ali spletne strani) ali organizacija išče stranke?		Podjetja se morajo za storitev prijaviti in lahko prejmejo med 10.000 in 60.000 € podpore.
Opis storitve	Opišite storitev. S katerimi vprašanji se ukvarja?	Gre za bon za svetovanje na področju inovacij ali podporne storitve za inovacije
	Opišite, kako se storitev opravlja.	Po sprejeti vlogi je lahko pogodba o opravljanju storitve sklenjena z zunanjim strokovnjakom in zagotovljena je naslednja podpora: „inovacijsko svetovanje“: prenos znanj, zaščita in uporaba neopredmetenih sredstev, standardizacija, usposabljanje. „podporne storitve za inovacije“: najem poslovnih prostorov, banke, knjižnice, tržne raziskave, uporaba laboratorijev;
Osebjem – opišite potrebne kvalifikacije		Odvisno od točne storitve, ki je potrebna.
Opis orodja in opreme (če je to potrebno)		ni podatka
Stroški: v celoti plača podjetnik, subvencionirano iz javnih sredstev (državnih, EU itd.), brezplačno		V celoti subvencionira EU (GINOP), brezplačno za stranko.
Kako dolgo vaša organizacija že opravlja storitev (če je več ne opravljate, prosimo, navedite, koliko časa ste jo opravljali)?		Storitev je bila na voljo med letoma 2007 in 2011 ter ponovno začela delovati leta 2015.
Učinki	Koliko podjetij je že koristilo vašo storitev?	Več kot 2500 upravičencev v 1. izvedbi, v trenutni izvedbi do leta 2018 načrtovanih več kot 1000 novih upravičencev.
	V kolikšni meri storitev pokriva dejanske potrebe podjetij? Izpostavite potrebe podjetij.	Bon za raznovrstne storitve neposredno ureja njihove raziskovalno-razvojno-inovacijske potrebe.
	Opišite ovire, s katerimi se podjetja soočajo, in navedite, ali storitev pomaga	Za uporabo storitve niso potrebna nobena notranja finančna sredstva, saj je v celoti financirana.

	premagovati te ovire.	
	Kaj najpomembneje vpliva na učinkovitost storitve? Opišite vpliv uporabljene metode in zasnove podpornega sistema.	-