

## Inovativnost

# Takšno je dejansko stanje inovativnosti v slovenskem gospodarstvu

**Pilotna analiza stanja inovativnosti v slovenskem gospodarstvu 2020 izkazuje realno in aktualno stanje inovativnosti v delu slovenskega gospodarstva, ki je inovacijsko aktiven.**

dr. Aleš Ugovšek, GZS - Tehnološki razvoj in inovativnost

Evropska inovacijska lestvica (European Innovation Scoreboard) velja za merodajno lestvico, ki razvršča države članice EU po inovacijski moči. Slovenija je ob zadnjem merjenju ohranila petnajsto mesto, pozicijo v tretji (od štirih) jakostnih skupin in popravila inovacijski indeks na 85 odstotkov indeksa EU (leto pred tem je ta znašal 81 odstotkov). Za merjenje inovativnosti EIS uporablja 27 kazalnikov, ki so razvrščeni v deset skupin. Od teh 27 kazalnikov je sedem kazalnikov neposredno vezanih na inovativnost v gospodarstvu, trinajst delno, preostalih sedem pa je vezanih na izobraževanje in znanstveno-raziskovalno delo v javnem sektorju. Od sedmih kazalnikov, vezanih na gospodarstvo, jih pet temelji na podatkih iz leta 2016, eden na podatkih iz leta 2017 in eden iz leta 2018, noben pa ne uporablja podatkov iz leta 2019.

Z namenom, da kvalitativno in kvantitativno preverimo dejansko stanje inovativnosti v slovenskem gospodarstvu, so bili s slovenskimi inovatorji in podjetniki razviti relevantni kazalniki. Anketo z vključenimi kazalniki je izpolnilo 99 slovenskih podjetij, med katerimi je večina takšnih, ki so s svojimi aktivnostmi v zadnjih treh letih izkazovala raziskovalno, razvojno in inovacijsko (RRI) dejavnost. 60 % vseh vključenih podjetij je namreč v zadnjih treh letih prejelo regionalno, 35 % nacionalno in 19 % zlato nacionalno

priznanje GZS za inovativnost. 10 % jih je prejelo nagrado za inovativen dizajn ali drugo nacionalno nagrado za inovativnost, 15 % pa jih je prejelo drugo mednarodno nagrado za inovativnost. To pomeni, da ta pilotna analiza, ki bo izhodišče za optimizacijo kazalnikov in širšo analizo na večjem vzorcu podjetij v 2021, izkazuje realno in aktualno stanje inovativnosti v delu slovenskega gospodarstva, ki je inovacijsko aktiven in lahko predstavlja merilo ostalim podjetjem.

## Splošno o sodelujočih podjetjih

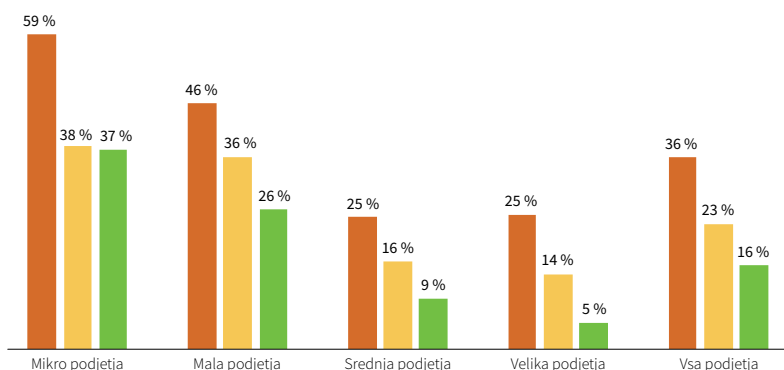
V vzorcu 99 podjetij je bilo 16 mikro, 22 malih, 23 srednje velikih in 38 velikih podjetij iz vseh slovenskih statističnih regij. Skoraj tretjina podjetij je iz predelevalne dejavnosti, 38 % pa iz strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti ter informacijske in komunikacijske dejavnosti.

Podjetja so v zadnjem poslovnem letu namenila 16 % letne prodaje za RRI. Najvišji delež je v mikro podjetjih (37 %), najnižji pa v velikih podjetjih (5 %). Podjetja so 23 % letnega fonda ur namenila za RRI, tista, ki spremljajo t.i. innovation rate (teh je 2/3 vseh, ki so sodelovala), pa izkazujejo 36 % delež prihodkov od novih izdelkov ali storitev, ki so posledica razvoja in inovacij v podjetju v zadnjih treh letih, glede na letni promet (Slika 1).

## Interno inoviranje in interni inovacijski sistem

Največji delež inovacij v podjetjih predstavljajo stalne inovacije (51,3 %), katerim sledijo prebojne (23,6 %), inovacije na osnovi temeljnega razvoja (14,2 %) in disruptivne inovacije (10,9 %). 62 % vseh vključenih podjetij ima konkretno pripravljeno in opredeljeno inovacijsko strategijo, ki predstavlja tudi pomemben del v strategiji podjetja, 73 % pa jih ima vzpostavljen interni inovacijski sistem, v katerem sodelujejo vsi zaposleni (Slika 2). 40 % vseh vključenih podjetij v svojih kazalnikih uspešnosti za zaposlene vključuje tudi kategorijo inoviranja, najpogostejši načini za merjenje tega pa so letni razgovori in merjenje števila oddanih/podanih idej.

Pri 33 % vseh vključenih podjetij je interni inovacijski sistem vezan na plačni sistem oziroma na sistem nagrajevanja, v podjetjih, ki nagrajujejo svoje



Slika 1: Innovation rate oz. delež prihodkov od novih izdelkov/storitev (oranžni stolpci), delež letnega fonda ur namenjenega za RRI (rumeni stolpci) in delež letne prodaje namenjene za RRI (zeleni stolpci)

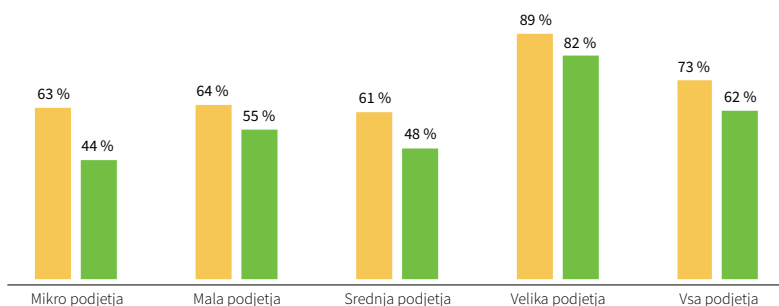
zaposlene za inovativnost, pa je bilo v zadnjem zaključenem poslovnem letu za inovativnost nagrajenih 31 % vseh zaposlenih. 24 % vseh vključenih podjetij ima med zaposlenimi najmanj eno osebo, ki je 100 % dodeljena za inoviranje, preostalih 76 % pa ima med zaposlenimi osebo, ki ni 100 % zaposlena za inoviranje, ampak to predstavlja le del njenih delovnih nalog. Najpogostejše koncepte/metode/orodja, ki jih podjetja uporabljajo pri internem inoviranju so Design thinking (44 %), Business model canvas (36 %) in agilno inoviranje (30 %), medtem ko 27 % vključenih podjetij ne uporablja posebnih metod. Podjetja najpogosteje razvijajo in inovirajo ter preverjajo, če so njihove inovacije primerne za uspeh na trgu z eksperimenti (60 %) in razvojem minimalnega sprejemljivega produkta (MVP – Minimum Viable Product) (62 %), ki ga nato izboljšujejo. Najpogostejši načini za zajem potreb trga in problemov strank so pogovori s targetiranimi strankami, analize trga ter sledenje in analiza konkurence. Na področju zaščite intelektualne lastnine se je 52 % podjetij v tem in preteklem letu odločilo za zaščito patenta, znamke ali modela.

### Razvojno in inovacijsko sodelovanje

88 % vseh podjetij sodeluje z domačimi razvojno-raziskovalnimi organizacijami, s tujimi razvojno-raziskovalnimi organizacijami pa 52 %. Na področju sodelovanja z mladimi zagonskimi podjetji oziroma startupi je najpogostejša oblika sodelovanja naročilo storitev ali razvoja, 23 % vključuje startupe v dobaviteljsko verigo, 20 % jih integrira v svoj razvoj, le 6 % pa jih v startupe vlaga tvegan kapital. 26 % podjetij s startupi ne sodeluje, 30 % podjetij pa še ne sodeluje, a se s tem spogledujejo. 35 % vključenih podjetij sodeluje z domačim kulturno-kreativnim sektorjem, 10 % pa s tujim. Vključena podjetja na področju razvojnega in inovacijskega sodelovanja z drugimi podjetji in organizacijami najpogosteje sodelujejo s poslovnimi partnerji (88 %), z dobavitelji (66 %) in s podjetji, ki so njihove stranke (62 %), medtem ko jih dobra petina sodeluje tudi s konkurenti. 51 % vključenih podjetij sodeluje v RRI projektih in konzorcijih, ki so sofinancirani s strani Republike Slovenije, Evropske komisije ali drugih mednarodnih organizacij tako, da so partner v enem ali več projektih, 37 % jih koordinira enega ali več nacionalnih RRI projektov, 35 % jih je partner v enem ali več mednarodnih RRI projektih. Zgolj 7 % vključenih podjetij koordinira enega ali več mednarodnih RRI projektov, 23 % pa jih v tovrstnih projektih ne sodeluje.

### Zaključek

Na podlagi analize lahko sklenemo, da inovacijsko dejavnejša podjetja inovirajo precej odprto, saj



Slika 2: Delež podjetij z vzpostavljenim internim inovacijskim sistemom (rumeni stolpci) in delež podjetij s konkretno pripravljeno in opredeljeno inovacijsko strategijo (zeleni stolpci)

aktivno sodelujejo z različnimi deležniki inovacijskega ekosistema. Še vedno prednjačijo stalne inovacije, je pa pozitiven več kot tretjinski delež prodaje izdelkov ali storitev, ki so posledica razvoja in inovacij v podjetju v zadnjih treh letih, v tistih podjetjih, ki ta innovation rate spremljajo. Ta kazalnik bi bilo smiselno intenzivno spodbujati. Opaziti je visoko prisotnost inovacijskih strategij in visok delež podjetij, ki imajo vzpostavljen interni inovacijski sistem, prav tako pa veliko podjetij uporablja različne inovacijske metode in pristope, kar nakazuje na strukturiran pristop k inoviranju. Kot omenjeno v uvodu, rezultati analize temeljijo na inovacijsko dejavnejših slovenskih podjetjih in so lahko dobro merilo za vsa ostala podjetja. [gg](#)

**Naročnik analize je Republika Slovenija in Evropska unija – Evropski sklad za regionalni razvoj ([www.eu-skladi.si](http://www.eu-skladi.si)).**

- 16 % letne prodaje podjetja namenijo za RRI
- 36 % Innovation rate oz. delež prihodkov od novih izdelkov/storitev
- 51 % vseh inovacij predstavljajo stalne inovacije
- 62 % podjetij ima konkretno pripravljeno in opredeljeno inovacijsko strategijo
- 73 % podjetij ima vzpostavljen interni inovacijski sistem
- Design thinking je najpogosteje uporabljena metoda pri inoviranju
- 88 % podjetij sodeluje z domačimi razvojno-raziskovalnimi organizacijami
- 20 % podjetij integrira startupe v svoj razvoj
- 35 % podjetij sodeluje z domačim kulturno-kreativnim sektorjem