

Zagotavljanje inovativnosti v mladih podjetjih

Primož Zajšek, Dejan Rojko

Vsebina

Že v osnovi se je potrebno zavedati, da so globalni trgi v tem trenutku (pre)nasičeni z bolj ali manj uporabniku uporabnimi in okolju prijaznimi izdelki ter storitvami, zato ni dovolj, da smo inovativni le na področju izdelka oz. storitve, temveč je inovativnost potrebno zagotavljati na prav vseh področjih v podjetju oz. instituciji, ki ima jasno in globalno zastavljene cilje. Prestopili smo v ero, kjer je potrebno ob inovativnem izdelku zagotavljati tudi dober poslovni model, ki vključuje vse potrebno za učinkovito izpeljavo zastavljenega koncepta. Poleg inovativnega izdelka je, zaradi zagotavljanja stroškovne učinkovitosti, potrebno dovršiti tudi način organizacije razvoja, proizvodnje, kontrole, montaže. S svojo inovativnostjo je na posameznih sektorjih potrebno zagotoviti optimum. Ustrezno (vseživljenjsko) strokovno izobraževanje pripomore k sledenju novim metodam zagotavljanja strateške prednosti pred tekmeci na trgu in omogoča trdnejše pozicioniranje podjetja.

Visokotehnološko podjetje Versor d.o.o. je plod »domačega« znanja, ustanovila sva ga Primož Zajšek in Dejan Rojko, in sicer že v času dodiplomskega študija na Fakulteti za strojništvo Maribor. Z laboratorijem za načrtovanje naprednih proizvodnih sistemov sva pod mentorstvom red.prof.dr. Andreja Polajnarja razvila inovativno bolniško posteljo, ki je namenjena tako intenzivni kot tudi splošni negi pacientov ter s tem projektom dosegla univerzitetno izobrazbo. Omenjena bolniška postelja zagotavlja vrsto inovativnih aplikacij, ki veliko pripomorejo h kvalitetnejši negi oskrbovanca in lažjemu rokovanju osebja. Trženje tovrstnih produktov zahteva nekoliko drugačen pristop, saj se tovrstne zadeve tržijo preko javnih razpisov, ki pa je zahtevnejši od klasične direktne in podobne prodaje. Zavedati se je potrebno, da je trženje preko javnih razpisov sicer lahko zelo donosno, vendar v našem primeru gre za izdelek z bistveno več aplikacij, ki pa jih zaenkrat država še ni pripravljena kupiti. Projekt smo tako prenesli na drugo podjetje, ki v tem trenutku želi s produktom prepričati privatni sektor (domovi za ostarele, rehabilitacijski centri, privatne zdravstvene institucije), ki se za nakup odloča glede na uporabno vrednost izdelka oz. aplikacije.

K razvoju tovrstnih aplikacij je potrebno pristopiti sistematično, saj gre za podobne aplikacije, ki se že vrsto let uporabljajo v praksi. V prvi fazi je potrebno dobro spoznati trg in panogo, v kateri nameravamo nastopati, in določiti stopnjo agresivnosti prodora na posamezne sektorje, nato pa zasnovati konceptualno rešitev glede na pojavljajoče se probleme. Ker gre pri medicinskih pripomočkih za zelo specifično ciljno skupino, je odlično, da se mlado podjetje preko izobraževalne institucije poveže z institucijo, ki je potencialni odjemalec. Na ta način mlado podjetje izkaže določeno stopnjo resnosti in kompetentnosti za nastopanje v sami panogi. Preko osebja, zaposlenega v ciljni grupi strank, je tako mogoče priti do veliko informacij, ki lahko prispevajo k večji inovativnosti izdelka. Odlično je, če se podjetnik osredotoči na iskanje problemov v očeh ljudi, ki z izdelkom dnevno delajo in jim tako delo pohitri ter posledično tudi olajša. Izobraževalna institucija lahko mladim vizionarjem omogoči lažji in kvalitetnejši kontakt s potencialnim odjemalcem ter tudi svetovanje pri pasteh, na katere mladi ambiciozneži tako pri prodoru na trg kot tudi pri zasnovi poslovnega modela navadno niso pozorni.

Podjetje Versor d.o.o. je tako odkrilo tržno nišo, in sicer pomanjkanje visokotehnoloških produktov na področju upravljanja s prometnimi tokovi. Poslovni načrt je bil predstavljen najuspešnejšim slovenskim poslovnem in vzbudil veliko zanimanja. V mesecu juliju 2008 so podjetje dokapitalizirali nekateri člani kluba Poslovni angeli Slovenije (Poteza Naložbe d.o.o., Iskra d.d., BTC d.d. in podjetje Medis Intago d.o.o.). Podjetje je s svojim jasno zasnovanim konceptom prepričalo tudi strokovno komisijo na tekmovanju Start:up Slovenija 2009, kjer je prišlo v finalni izbor za najboljše mlado podjetje v Sloveniji za leto 2009. Kako? V prvi fazi smo razvili sistem, in sicer detekcijo in indikacijo prostih in zasedenih parkirnih mest s pripadajočo programsko opremo, ki omogoča vrsto inovativnih, uporabniku uporabnih aplikacij, kar pomeni, da sistem uporabniku prinaša veliko koristi. V parkirnih hišah sistem ne prinaša le velike dodane vrednosti investitorju, temveč je tudi rentabilna investicija, saj mu niža fiksne stroške in povečuje kapaciteto parkirišča. Gre za t.i. »win-win« koncept, kjer imajo korist uporabnik, zaradi hitrejšega parkiranja in boljšega pregleda, investitor, zaradi rentabilnosti in povečane lojalnosti kupcev, ter tudi okolje, zaradi zmanjšanja emisij izpušnih plinov, ki bi sicer bile izpuščene v ozračje. Gre za 65 ton prihranka emisij CO₂ v povprečno veliki parkirni hiši na letni ravni, zraven pa lahko prištejemo še zmanjšanje energije, zaradi ventilacije in razsvetljave. Skrb za okolje je nuja 21. stoletja in je področje, na katerem je potrebno še veliko postoriti. Dandanes morajo biti izdelki tudi ekološko ustrezni, zato je še toliko bolje, da imamo izdelek, ki s svojo funkcijo zmanjša določene vplive, ki bi sicer ostali nespremenjeni. Nagnjenost k tovrstnim aplikacijam je nedvomno trend, ki nas bo spremljal pri zagotavljanju novih aplikacij. Zavedati se je potrebno, da se bodo v prihajajočem obdobju prodajali izdelki, ki investitorju oz. kupcu prinašajo vrsto koristi, kot so rentabilnost, povečanje dodane vrednosti in lojalnosti odjemalcev ter zmanjšanje nevarnih vplivov na okolje.

Koncept, pri katerem dosežemo vsestransko zadovoljstvo, je poslovni model 21. stoletja. Pomembno je, da razvijamo in zagotavljamo takšne produkte in storitve, zaradi katerih se odjemalec odloči bodisi zamenjati obstoječi produkt z novim, ki mu omogoča več koristi, bodisi se odloči za investicijo, katere izračun mu dokazuje veliko uporabno vrednost ali celo rentabilnost oz. povračilo stroškov investicije v določenem časovnem obdobju. Še posebej v času (pre)nasičenosti s takšnimi ali drugačnimi, bolj ali manj inovativnimi produkti in aplikacijami je potrebno zagotavljati stroškovno učinkovite produkte, ki pa morajo biti tudi ekološko ustrezni.

Nenehno izobraževanje na različnih področjih, s katerimi se današnjem času srečujemo, je ključ do drugačnosti, inovativnosti ter posledično do uspeha. Ne le, da nas ohranja miselno aktivne, temveč v fazi izobraževanja izvemo in si zapomnimo veliko uporabnih nasvetov, ki so še kako dobrodošli in ki nam pri delu lahko le pomagajo in nas ohranjajo korak pred drugimi, bodisi pred sodelavci v podjetjih bodisi pred tekmeci v nenehnem in krutem boju za tržni delež.

Kakšna je torej vloga izobraževalnih institucij pri procesu zagona podjetja? Če sodimo po lastnih izkušnjah, vsekakor ni zanemarljiva. Kot že rečeno, smo podjetje ustanovili še v času študija na Fakulteti za strojništvo Maribor. Tako smo lahko izkusili vse prednosti in slabosti v procesu ustanavljanja podjetja, miselnih vzorcih, ki smo jih oblikovali v času študija, načinu dela in nenazadnje uporabnosti pridobljenega znanja. Čeprav so se mnoga znanja izkazala za zelo koristna in pomembna, je konvencionalni pedagoški faktor in togost šolskega sistema prinesel tudi mnoge smernice, ki so danes zastarele in omejujejo način razmišljanja, ki omogoča hitro in konstantno rast podjetja. Splošni vtis je, da šole izobražujejo kakovosten in zaposljiv kader, ne pa tudi kadra za vodilna mesta v podjetjih. Čeprav se v zadnjem času

stvari obračajo temu v prid, je še vedno samoiniciativnost posameznika tista, ki omogoča mlademu kreativnemu človeku, da prične svojo podjetniško pot. Pri tem se mnogo premalo poudarja pomen projektnega in timskega dela. Le-to namreč izoblikuje oz. pomaga izoblikovati osebnosti vpletenih in omogoča vsem, da preizkusijo svoje sposobnosti kot vodje timov že v času študija. Timsko delo v manjših skupinah je namreč koncept in nuja sodobnega podjetništva in prinaša mnoge pozitivne učinke, kot so medsebojno sodelovanje članov tima in izmenjava znanj in izkušenj, neposredna vpletenost zaposlenih za doseganje skupnih ciljev v podjetju, ki pomenijo dodatno motivacijo, večji in predvsem boljši izkoristek, pri čemer se znatno poveča kreativnost in produktivnost posameznikov in timu kot celoti. Seveda se pri takšnem načinu dela poveča tudi zadovoljstvo zaposlenih oz. vpletenih, kar je bistvenega pomena za razvoj prijaznega in pozitivnega delovnega okolja. Vse to pa ugodno vpliva na delovanje podjetja.

Koncept je sicer na prvi pogled enostaven in trivialen, a je za takšen način dela vseeno potrebno vložiti ogromno truda in znanja, da tim deluje z maksimalnim izkoristkom in zagotavlja napredek. Danes se v tehnično usmerjenih izobraževalnih programih, kljub temu dejstvu in spoznanju, kako pomembno je timsko in projektno delo, še vedno prevelik poudarek daje na zelo usmerjene predmetnike, ki sicer zagotavljajo zadovoljivo bazo osnovnih znanj, vendar s tem oblikujejo poseben miselni vzorec, ki predstavlja v timskem delu in reševanju zahtevnejših projektov prej slabost kot prednost. Zaradi takšnega načina razmišljanja je zmanjšana možnost interakcije z drugimi člani tima, onemogočen pa je tudi proces ti. "think outside the box" načina razmišljanja, ki je značilen za kreativne ljudi in pomeni ravno nasprotje konvencionalnemu sistemu učenja in razmišljanja. Tako se ne vzpodbuja kreativnosti in kooperativnosti, temveč rivalstvo med študenti, ki namesto splošnega napredka in reševanja konkretnih problemov, rešujejo trivialne naloge in si primerjajo ocene.

Omenjen vzorec izobraževanja in trenutno stanje po tej analogiji ne le upočasnjuje proces razvoja inovativne misli, temveč jo na nek način tudi zatira. Doba, v kateri živimo, bazira predvsem na informacijski tehnologiji in je vzgojila lastno generacijo sicer ne preveč motiviranih, a vendar visoko sposobnih, inovativnih in kreativnih ljudi. Zakoni te dobe se precej razlikujejo od tistih, ki smo jih bili vajeni. Populacija, ki je rasla z razvojem te tehnologije, zmogljivimi računalniki in drugimi multimedijskimi napravami ter predvsem internetom, ima prenovljen psiho-socialni vzorec mišljenja in obnašanja. Gre za svojevrsten fenomen, saj projicirajo svoje navade in preživljanje prostega časa v delovno okolje. Zato se navadno pojavljajo tudi problemi z avtoriteto in neodobravanjem le-te. Vsekakor pa ni zanemarljiva njihova sposobnost in kreativnost, saj imajo dostop do neomejene količine informacij in vedo, kako to s pridom izkoristiti in unovčiti. Delujejo zelo globalno in interaktivno, predvsem preko različnih spletnih forumov in drugih klepetalnic, kjer rešujejo različne probleme, tako tehnične kot osebne, se pravi v skupinah. Skupinsko delo je tej novi generaciji že prirojeno in so ga na nek način ponotranjili.

Zaradi same narave te nove generacije je konvencionalen način razmišljanja nesprejemljiv, oteženo pa je tudi vodenje. Kreativni ljudje te generacije namreč po definiciji nočejo ustrezati, z drugimi besedami, se ne pustijo voditi ali si ukazovati, kaj, kdaj, kje in kako morejo delati, saj se s tem krši njihovo temeljno načelo in to osebno jemljejo kot napad na svobodo njihovega razmišljanja. Samo tako si lahko zagotovijo najvišjo možno stopnjo kreativnosti. Zanimivo je tudi dejstvo, da nimajo fiksnega delovnega okolja oz. zahtevajo fleksibilnost glede prisotnosti na delovnem mestu. Tako je otežen tudi nadzor. Vse te lastnosti pa se več kot očitno odražajo tudi v podjetjih oz. družbah, ki jih ustanavljajo ali v katerih delajo.

Sedaj bolje razumemo, kako neprimeren ali celo zgrešen je trenutni šolski red. Ne samo, da že v principu, s suhoparnimi predavanji in vajami, ki so prestale že generacije študentov ter izpitnimi vprašanji kalimo kreativnost, temveč jo skušamo izničiti že v njenem samem bistvu.

Vse pa le ni tako črno kot zgloda na prvi pogled. Šolski programi se prenavljajo in lovijo korak s časom. Fakultete in drugi visokošolski zavodi uvajajo nove interdisciplinarne študijske smeri, ki so zasnovane na projektnem delu in krepitvi timskega duha. Tako so ustvarjeni robni pogoji za iniciacijo podjetništva in podjetniške ideje. V preteklosti smo poznali predvsem dva tipa ljudi, ki so se odločili za samostojno podjetniško pot. Tiste, ki so samoiniciativno prebrodili miselni razkorak, tvegali in verjeli v lastno idejo in tiste, ki so po dolgoletni prehojeni poti v drugem podjetju dobili ustrezna znanja za zagon lastnega podjetja. Danes so ob pomoči različnih podjetniških inkubatorjev in tehnoloških parkov, podjetniških inštitutov in nenazadnje miselne diference ter ustreznih študijskih programov ustvarjeni pogoji za razvoj podjetništva, kar se pozna tudi v rasti števila mladih podjetij v Sloveniji.

Seveda bi bilo nesmotrno govoriti in misliti, da se je s tem pojavom kakorkoli zmanjšala stopnja tveganja ustanovitve lastnega podjetja, ali da je trg dovolj fleksibilen, da lahko prebavi vsak produkt, ki mu je ponujen. Še zdaleč ni tako, vendar pa nastaja nova skupina mladih podjetij, ki svojo prihodnost gradijo/mo na drugačnih temeljih, z drugačnimi pogledi in vrednotami. Zaradi omenjene prenasičenosti trga je lansiranje novega izdelka še bolj oteženo. In prav tukaj se izražajo novi pristopi timskega dela, katerega plod so še bolj inovativni in sofisticirani izdelki in kjer dodano vrednost podjetju ustvarjajo usposobljeni in uglašeni, kreativni in inovativni timi zaposlenih.

O avtorjema

Primož Zajšek, univ.dipl.ing.str., Versor d.o.o., primoz.zajsek@versor.si
Dejan Rojko, univ.dipl.ing.str., Versor d.o.o., dejan.rojko@versor.si