

Fin /str /

(nadaslov)

(naslov)

(podnaslov)

SAMO KRANJEC (avtor)

[samo.kranjec@finance-on.net](mailto:samo.kranjec@finance-on.net) (e-mail)

(fles)

Angus I. Kingon je na Državni univerzi Severne Karoline (North Carolina State University) profesor znanosti in tehnologij o materialih, raziskovalno pa pokriva tudi področje trženja znanstvenih dosežkov in v zvezi s tem po svetu predava ter prireja delavnice. O trženju znanstvenih dosežkov in o njegovem pomenu za razvoj gospodarstva in znanosti je na sklopih predavanj v decembru 2005 in v januarju 2006 izobraževal tudi študente Podiplomske šole Jožefa Stefana. Prof. Kingon pravi, da je slovenska znanost, če jo ocenjujemo po številu objavljenih člankov, kakovostna. Drugo ključno merilo za kakovost znanosti pa je, v kolikšni meri nam njene dosežke uspe tržiti, kar je njegovemu mnenju mogoče storiti s pomočjo novo ustvarjenih podjetij ter s pomočjo kooperacij. |

**Comment:** Primer novo ustvarjenih (spin off) podjetij v Sloveniji so podjetja v Tehnološkem parku Instituta »Jožef Stefan«. Njihov izvor je sam Institut, kjer so bile razvite ideje in tehnologije - podlaga za delovanje teh podjetij.

Kingonu se zdi ključno, da na novo nastala podjetja na podlagi znanstvenih dosežkov nastanejo na podlagi poslovne ideje in poslovnega koncepta, ki je konkurenčen na svetovni ravni. »Iz takšnih idej nastanejo podjetja, ki imajo velike možnosti za rast, tudi bodoče multinacionalke in to je pomembno za narodno gospodarstvo,« razlaga Kingon. Vendar pa je poslovne ideje z velikim tržnim potencialom po njegovem mnenju težko najti, težko je oceniti ta potencial, še težje pa je poslovno uspešno podjetje zares ustvariti. Pri procesu nastajanja novega podjetja pa je po njegovem mnenju ključno, da so vanj vključeni tudi raziskovalci, in sicer tako pri iskanju in nastajanju idej, kot tudi pri oblikovanju samega podjetja.

Za sodelovanje pri nastanku novega podjetja na podlagi novega odkritja pa je potrebno raziskovalce usposobiti. Poleg raziskovalnih veščin se morajo znati tudi vprašati ali za določeno odkritje obstoji povpraševanje na trgu? Znati se morajo postaviti v vlogo kupcev - kakšne izdelke potrebujejo? Poleg tega se morajo za pogovore s potencialnimi kupci, dobavitelji, mnenjskimi voditelji izobraziti, da bodo znali oceniti ali za njihovo odkritje obstaja povpraševanje na trgu.

Če raziskovalci ugotovijo, da je njihovo odkritje tržno zanimivo, morajo narediti poslovni načrt. Pri tem potrebujejo pomoč, bodisi v okviru raziskovalne ustanove, v kateri delujejo ali zunaj nje. Potrebujejo podjetniško znanje, svetovalce in mentorje. Za zagon podjetja potrebujejo tudi finančna sredstva, in sicer v okviru predsemenskega in semenskega kapitala, ki naj ga ponudijo ustanove, ki so sposobne raziskovalcu poleg denarja ponuditi tudi ustrezne poslovne stike in nasvete. Takšno infrastrukturo za nastanek novih podjetij mora ustvariti bodisi država, državne agencije, univerza ali gospodarstvo.

Po besedah prof. Kingona je v večini primerov najbolje, da je raziskovalec v projekt nastajanja novega podjetja na podlagi znanstvenega odkritja vključen le delno, podjetniški del projekta pa naj prepusti strokovnjakom. To vlogo bi lahko prevzeli tisti, ki ne delujejo aktivno znotraj obstoječe gospodarstvene strukture podjetij - denimo upokojeni gospodarstveniki ali morda Slovenci, ki so si poslovne izkušnje

nabrali v tujini in se želijo vrniti v domovino. Izziva pa se lahko lotijo tudi znanstveniki, ki si po končanem doktorskem usposabljanju želijo svoje znanje prenesti v gospodarske sfere.

Prof. Kingon opozarja, da je potrebno pri odkritjih, ki bi lahko dosegla velik tržni uspeh, pred ustanovitvijo podjetja pripraviti bistveno več stvari kot pred ustanovitvijo običajnega podjetja. Ustanovitelji morajo pripraviti zelo dober poslovni načrt, da bi se tudi sami stoodstotno prepričali, ali bo projekt tržno uspešen. Kajti samo če bodo neomajno prepričani v uspeh projekta, bodo lahko pridobili morebitne investitorje, da vanj vložijo svoja sredstva. Pri predstavitvi morajo namreč jasno dokazati, da bo novo podjetje prinašalo velike prihodke ali da bo njegova vrednost zelo rasla. Praviloma pa morajo investitorju pokazati tudi prototip izdelka.

In kako naj se raziskovalci zavarujejo pred tem, da jim predstavljeno idejo investitorji ne bi ukradli? Angus I. Kingon svetuje, naj razmišljajo logično. Naj predvsem govorijo o tem kaj izdelek prinaša kupcem in predstavijo njegove tehnološke zmogljivosti, manj naj razkrivajo odkritje samo in tehnologijo, ki je pripeljala do njegovega nastanka.

Za sodelovanje z raziskovalci bodo zainteresirana le tista podjetja, ki v tem vidijo možnosti za rast in krepitev svojega položaja na trgu. Vendar pa se morajo ta podjetja zavedati, da je potrebno znanje raziskovalcev prilagoditi potrebam podjetja. Idealno bi bilo, da podjetje in raziskovalci sklenejo partnerstvo. Po drugi strani pa bo projekt za podjetje bolj zahteven, če bo za določen izdelek potrebovalo več zunanje znanja in bo moralo biti pri njegovem razvoju bolj previdna.

S. K. (zacetnice)

OKVIR:

(naslov)