

Oznaka poročila: ARRS-RPROJ-ZP-2011-1/144

ZAKLJUČNO POROČILO O REZULTATIH RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

A. PODATKI O RAZISKOVALNEM PROJEKTU

1. Osnovni podatki o raziskovalnem projektu

Šifra projekta	J5-0425
Naslov projekta	Referenčni model inoviranja-model celovitega obvladovanja inovacijskih procesov v podjetjih
Vodja projekta	10201 Borut Likar
Tip projekta	J Temeljni projekt
Obseg raziskovalnih ur	5.310
Cenovni razred	B
Trajanje projekta	02.2008 - 01.2011
Nosilna raziskovalna organizacija	7097 Univerza na Primorskem, Fakulteta za management Koper
Raziskovalne organizacije - soizvajalke	1539 Univerza v Ljubljani, Fakulteta za računalništvo in informatiko
Družbeno-ekonomski cilj	13. Splošni napredek znanja - RiR financiran iz drugih virov (ne iz splošnih univerzitetnih fondov - SUF)

1.1. Družbeno-ekonomski cilj¹

Šifra	13.05
Naziv	Družbene vede - RiR financiran iz drugih virov (ne iz SUF)

2. Sofinancerji²

1.	Naziv	
	Naslov	
2.	Naziv	
	Naslov	
3.	Naziv	
	Naslov	

B. REZULTATI IN DOSEŽKI RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

3. Poročilo o realizaciji programa raziskovalnega projekta³

1. Cilji raziskave

Namen raziskave je analiza inovacijskih procesov v velikih in srednjih podjetjih. Znanstveni pomen se izkazuje v holističnem konceptu obravnave sodobnih dejavnikov inovativnosti, razvitem predvsem na podlagi analize slovenskih podjetij. Rezultat dela je znanstvene in aplikativne narave. Znanstveni doprinos se izkazuje v metodologiji celovite obravnave inovacijskih dejavnikov in s tem povezanimi znanstvenimi spoznanji, pomembnimi tudi v mednarodnem merilu. Gre za obsežen in strukturiran nabor vplivnih dejavnikov, ki vodijo do inovacijskih rezultatov in posledično izboljšanega poslovnega rezultata.

Raziskovalne rezultate smo nadgradili z uporabniškim modulom, t.i. "Referenčnim modelom inoviranja", ki predstavlja dodano uporabno vrednost za podjetja. Večplastni model bo služil podjetjem za izboljšanje lastne gospodarske učinkovitosti. Če bodo stanje v svojem podjetju primerjali s konkretnimi vrednostmi iz najboljših podjetij, bodo svojo inovacijsko strategijo in cilje lažje določali in sprotno spremljali svoj napredek. Poleg navedenega so rezultati relevantni in pomembni tudi za pristojne državne ustanove, ki s sistemskimi ukrepi, izhajajočimi iz raziskave, lahko pripomorejo k izboljšanju stanja. Verjamemo, da projekt predstavlja originalen pristop k razvoju inovativnosti kot znanosti in k dvigu inovativnosti ter posledično gospodarske učinkovitosti gospodarstva.

Projekt smo zasnovali v obliki dveh parcialnih, a komplementarnih in medsebojno usklajenih raziskav. Prva (raziskava na podatkih SURS) temelji na nacionalnih podatkih SURS, ki imajo veliko težo predvsem zaradi vključenosti večine slovenskih podjetij in mednarodno standardizirane metodologije raziskave. Vendar ta ne obravnava inovativnosti dovolj celovito v vsebinskem smislu. Zato smo jo dopolnili z lastno raziskavo v naključnem vzorcu podjetij, ki vsebinsko dopolnjuje prvo. Iz več razlogov smo se odločili za ločeni kvantitativni analizi, rezultate obeh pa na koncu smiselno združili. Zato v nadaljevanju prikažemo vsako od raziskav ter povzetke skupnih rezultatov.

Poleg predstavljenega jedra projekta smo dodatno uporabili podatke za dve zanimivi analizi, ki interdisciplinarno obravnavata področje inoviranja v povezavi z drugima temama. Prva je povezana z varnostjo informacijskih sistemov, druga pa s turističnim sektorjem. Rezultati obeh so bili že delno publicirani oz. so v fazi recenzije v revijah z IF. Isto velja za raziskovalne rezultate celotnega projekta.

2. Metodologija

2.1 Raziskava na podatkih SURS

Namen je raziskati povezave med inovacijskimi vložki in uspešnostjo podjetja pri doseganju inovacijskih in poslovnih rezultatov, postaviti metodologijo za vrednotenje inovacijskih sistemov v podjetjih in definirati profile podjetij, ki so različno uspešna pri doseganju inovacijskih rezultatov. Raziskava temelji na primarnih podatkih periodičnega statističnega raziskovanja Inovacijske dejavnosti v predelovalni dejavnosti in izbranih storitvenih dejavnostih, dopolnjenih s podatki iz drugih nacionalnih baz (SURS, AJPES...).

Temeljni spremenljivki, s katerima smo opredelili (finančno) merljive neposredne rezultate inovacijskega procesa, sta RII - *Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih* in RMI - *Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij*. Podjetja, ki so imela v opazovanem obdobju prihodke od inovacij ($RII > 0$), smo na osnovi višine kazalnikov RII in RMI umestili v 4 kvadrante inovacijske matrike (inovacijsko vodilni (sk.2), sledilci (sk.1 oz. 1a, 1b in 1c) ter neinovativni (sk.0).

V prvi fazi raziskave smo inovacijske skupine paroma primerjali z neparametričnimi testi, da bi ugotovili, pri katerih spremenljivkah se skupine značilno razlikujejo med seboj. Primerjali smo povezanost med njihovimi inovacijskimi in poslovnimi rezultati, obseg in produktivnost njihovih inovacijskih vlaganj ter organizacijske ureditve inoviranja. Neparametrične teste smo dopolnili s Spearmanovo korelacijsko analizo med spremenljivkama RII in RMI ter ostalimi organizacijskimi spremenljivkami, da bi pridobili jasnejšo sliko glede dejavnikov, ki vplivajo na inovacijske sposobnosti.

V nadaljevanju raziskave smo se osredotočili na podvzorec velikih in srednjih podjetij, ki smo ga nadalje razdelili glede na tehnološke nivoje panog. Uvodoma smo utemeljili potrebo po delitvi podzorca v skupine panog. V nadaljevanju smo primerjali skupine podjetij z različnimi inovacijskimi dosežki po panožnih skupinah glede na tehnološki nivo. Obravnavali smo vlaganja v inovacijsko dejavnost po obsegu in strukturi in nadaljevali z analizo produktivnosti teh vlaganj. Sledi analiza gospodarskih rezultatov inoviranja, razmerij med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati (na osnovi korelacijske analize) ter vplivnih dejavnikov na inovacijske rezultate (z regresijsko analizo).

2.2 Raziskava na temelju anketnega vprašalnika

Namen tega dela celotne raziskave je bila komplementarna obravnava sodobnih dejavnikov inovativnosti, ki jih SURS ne zajame, povezanih z gospodarsko uspešnostjo podjetij. Obsežno raziskavo smo razdelili v več faz, opisanih v nadaljevanju.

V preliminarni fazi smo pripravili teoretične podlage. Sistematično smo pregledali več sto bibliografskih enot (metodologija, ključni rezultati, faktor vpliva, citiranost, upoštevanje znanstvenih izhodišč in trendov,

...), ki so bile osnova za izdelavo vprašalnika. Tega smo naslovili na vsa srednja in velika podjetja v Sloveniji.

Po zaključnem pridobivanju podatkov (skupno podatki 173 podjetij) smo definirali posamezne kategorije spremenljivk, potrebnih za izvedbo analiz:

- temeljni organizacijski dejavniki,
- inovacijski dejavniki,
- posredni (inovacijski) rezultati,
- neposredni (poslovni) rezultati.

Prva kategorija predstavlja organizacijske dejavnike inovativne organizacije, ki smo jih analizirali na vzorcu vseh podjetij (npr. strateški vidiki inoviranja, organizacijska kultura in klima,...). Namen te faze je bila analiza inovacijske sposobnosti podjetja. Gre za splošne organizacijske dejavnike, potrebne za vzpostavitev inovativne organizacije (npr. podpora nadrejenih, načrtno iskanje dobrih praks,..). Pri tem smo uporabili podobno metodologijo kot smo jo že opisali pri Raziskavi na podatkih SURS oz. predstavili na predhodni sliki.

V nadaljevanju smo se osredotočili na inovativna podjetja. Izkazalo se je tudi, da je glede na strukturne razlike potrebno predelovalni in storitveni sektor obravnavati ločeno. Obravnava je potekala prek indikatorjev dimenzij, definiranih na podlagi analize glavnih komponent, ki opisujejo vložke v inovacijski proces (npr. spremenljivke/dimenzije, vezane na raven tržne orientiranosti, zaščite intelektualne lastnine,...). Pri inovacijskih rezultatih pa so nas zanimali rezultati, ki so posredno rezultat inovacijske dejavnosti (npr. percepcija koristi od inovacij), a niso nujno neposredno povezani s poslovnimi rezultati podjetja. Te obravnavamo v zadnji kategoriji neposrednih rezultatov, ki zajemajo predvsem indikatorje uspešnosti poslovanja (npr. ROE, ROA, ipd.).

Na podlagi statističnih testov smo identificirali specifikke predelovalnega oz. storitvenega sektorja in identificirali dejavnike, ki najbolj inovativne razlikujejo od ostalih. Na koncu pa smo prek regresije identificirali dejavnike, ki vplivajo na posredne in neposredne rezultate; proučevali pa smo tudi vplive inovacijskih na poslovne rezultate podjetij.

Rezultat je vrsta ugotovitev, strukturiranih glede na:

- vsa podjetja,
- srednja in velika podjetja,
- predelovalni in storitveni sektor (srednja in velika podjetja),
- podrobnejšo panožno delitev (srednja in velika podjetja).

3. Povzetek rezultatov

3.1 Vsa podjetja

- Obstaja povezava med višino tržnih prihodkov od inoviranja in finančnimi rezultati podjetja. Uspešnost poslovanja, merjena kot ROE, je v skupini inovacijsko vodilnih za 40 % višja kot pri sledilcih in neinovativnih.
- Povečanje inovacijskih vlaganj ne vodi (nujno) v povečano inovacijsko uspešnost. Povečevanje vlaganj sovпада s povečanjem produktivnosti vloženih sredstev v tistih podjetjih, ki imajo relativno nizke prihodke od inovacij (RII). Vlaganje z namenom, da povečamo delež »prebojnih« inovacij (delež RMI) pa znižuje produktivnost teh sredstev. V primerih, ko želimo povečati RMI, so vlaganja z vidika izrabe vloženih sredstev torej manj učinkovita, vendar za doseg večjega deleža prebojnih inovacij nujno potrebna.
- Glavni organizacijski dejavniki, ki vplivajo na rast RII, so uvajanje zlasti tehnoloških inovacij (nekoliko manj, a še vedno v veliki meri to velja tudi za organizacijske), inovacijsko sodelovanje z zunanjimi partnerji, zlasti kupci, vlaganja v inovacijske dejavnosti in učinkovita izraba teh sredstev.
- Mala podjetja niso manj inovativna od velikih, kot kažejo nekatere raziskave. Med malimi podjetji je del takih, ki sodijo med vodilne, del pa takih, ki so neinovativna. V kategorijo sledilcev pa se uvrščajo zlasti srednja in velika podjetja.

3.2 Srednja in velika podjetja

- Več kot polovica (56 %) velikih in srednjih podjetij ne beleži prihodkov od inovacij, uvedenih v opazovanem triletnem obdobju, od tega med predelovalnimi slaba polovica, med storitvenimi pa več kot tri četrtine. Le 6 % vseh podjetij se uvršča v kategorijo inovacijsko vodilnih, od tega med predelovalnimi 7,5 %, med storitvenimi pa le 2,1 %. Tu je potrebno upoštevati, da (glede na metodologijo statističnega zbiranja podatkov) celo visoka vrednost RMI in RII ne pomeni (nujno) »prebojne« inovativnosti podjetja.
- Inovativna podjetja večjo pozornost kot neinovativna namenjajo učinkoviti organiziranosti za spodbujanje ustvarjalnosti in načrtnemu iskanju problemov/izzivov. Inovatorji sledilci v značilno večji meri kot vodilna podjetja spodbujajo zaposlene k zahtevnim nalogam / izzivom.
- Podjetja z močnejšo podporo inoviranju imajo od svojih inovacij večje koristi. V obeh sektorjih smo z regresijsko analizo identificirali pozitivni vpliv inovacijske (oz. v storitvenem sektorju inovacijsko-tržne) politike na skupne koristi od inovacij.

- Manj kot tretjina zaposlenih razume inovacijsko politiko podjetij. Obenem pa ugotavljamo, da je odstotek zaposlenih, ki jasno razumejo inovacijsko politiko podjetja pozitivno povezan s številom inovacij na zaposlenega v obeh sektorjih.
- Podjetja prepozno sprejemajo odločitve o razvoju novih proizvodov, ki bodo zamenjale stare. V povprečju vodstvo sprejme takšno odločitev nekoliko pred fazo zrelosti v življenjskem ciklu najpomembnejšega proizvoda.
- Podjetja tako po številu inovacijskih predlogov zaposlenih kot po številu inovacij zaostajajo za EU konkurenti. V predelovalnem sektorju je število inovacij ca. 5x manjše od tistega v nemških podjetjih, v storitvenem sektorju pa celo več kot 50x manjše. Inovacij proizvodov je v slovenskih predelovalnih podjetjih malo: dosegamo ca. 2x manj inovacij na zaposlenega od britanskih podjetij (0,04 inovacij na zaposlenega) in več kot 3x manj od nemških podjetij (0,06 inovacij na zaposlenega).
- Slovenska inovativna podjetja dosegajo občutno nižjo dodano vrednost na zaposlenega od povprečja držav članic EU.

3.3 Predelovalni in storitveni sektor

3.3.1 Predelovalni sektor - inovativna podjetja

- Podjetja svoje prihodke v zmerni meri dosegajo z inovacijami. 16,5 % celotnih prihodkov pripada inovacijskim prihodkom; od tega inovacije, ki predstavljajo novost za trg, doprinesejo slabo tretjino (RMI=31,3 %). V primerjavi s povprečjem EU predelovalnih podjetij (ca. 62.000 EUR/ zaposlenega) slovenska podjetja dosegajo skoraj dvakrat nižjo dodano vrednost (ca. 33.000 EUR / zaposlenega).
- Najmočnejši pozitivni vpliv na množičnost inoviranja, na število invencijskih predlogov in posledično na skupne koristi od inovacij ima inovacijska politika. To pomeni, da priporočamo večjo skrb za: podjetniško-inovacijske sposobnosti zaposlenih, inovacijske cilje, načrtno iskanje dobrih praks, zaposlovanje ustvarjalnih ključnih sodelavcev in njihovo nagrajevanje. Na skupne koristi od inoviranja pozitivno vpliva tudi število uvedenih inovacij proizvodov na zaposlenega.
- Tržna politika podjetij ni dovolj uspešna pri ustvarjanju novih trgov. Podjetja v povprečju precejšnje pozornost namenjajo zadovoljevanju osnovnih, razumskih potreb uporabnika (ocena 6 od možnih 7 točk), opazno manjši poudarek pa dajejo čustvenim potrebam uporabnikov (ocena 4,6 od 7) in razvoju povsem novih tržišč (ocena 4,7 od 7).
- Na neposredne finančne rezultate (ROE, povprečna rast čistih prihodkov 2006-2008) šibko negativno vpliva dejavnik zaščite

intelektualne lastnine (IL). Kaže se, da so vložki v IL bolj tvegani v primeru podjetij (manjših), ki ne razpolagajo z ustrezno visokim kapitalom. Stopnja zaščite IL je še posebno pomembna pri inovacijah, ki predstavljajo novost za trg, in pozitivno vpliva na delež prihodkov od teh inovacij.

3.3.2 Storitveni sektor - inovativna podjetja

- Podjetja le nizek delež prihodkov dosegajo z inovacijami proizvodov (RII); ti prihodki predstavljajo le 8,3 % celotnih prihodkov. Tudi prihodki od inovacij, novih za trg (RMI), so skromni - le 7,6 % vseh inovacijskih prihodkov. Medtem, ko je EU povprečje dodane vrednosti storitvenega sektorja (srednja in velika podjetja) ca. 60.000 EUR na zaposlenega, obravnavana slovenska podjetja dosegajo le 43.000 EUR na zaposlenega.
- Podjetja v večji meri posnemajo kot razvijajo inovativne proizvode. Ker nismo zaznali pomembnejših vplivov inovacijskih dejavnikov na število inovacij, sklepamo, da inovacije (kot rezultat posnemanja) niso plod načrtnega spodbujanja inoviranja, ampak se pojavljajo neodvisno od teh aktivnosti.
- Doseganje inovacij, novih za trg, je razmeroma neučinkovito organizirano. Ugotavljamo, da je na ugodnejše inovacijske rezultate (npr. na št. realiziranih invencijskih predlogov) možno vplivati s podporo inovacijski in tržni politiki, ki sta tesno povezani (skrb za: zaposlovanje ustvarjalnih sodelavcev, inovacijske sposobnosti ključnih zaposlenih, zadovoljevanje razumskih potreb uporabnikov, razvoj novih tržišč, nagrajevanje inovativnih sodelavcev). Vendar spodbujanje dejavnikov ni ustrezno usklajeno. Podjetja kljub zaposlovanju relativno ustvarjalnih sodelavcev (ocena 5,4 od 7) napore usmerjajo predvsem v zadovoljevanje osnovnih, razumskih potreb uporabnikov (ocena 6 od 7), nižje pa so ocene za težnjo k razvijanju novih tržišč (4,8 od 7). Tako kot za vpliv inovacijske in tržne politike ugotavljamo približno enak, srednje močan vpliv dejavnika primerjave s konkurenco (skrb za ustreznost inovacijskih ciljev, politike in naklonjenost k tveganju v primerjavi s konkurenco).
- Inovacijski rezultati vplivajo na neposredne poslovne rezultate; večje število inovacij/zaposlenega pomeni večjo dobičkovnost kapitala (srednje močan pozitiven vpliv na ROE) in večjo skupno korist od inovacij. Na poslovne rezultate podjetja (rast ROE) smo zaznali srednje močan pozitiven vpliv avtonomije zaposlenih pri delu..
- Na gospodarsko korist predlogov/zaposlenega (srednje močan vpliv) in na delež inovacijskih prihodkov v celotnih prihodkih (močan vpliv) vpliva tudi odnos do IL. Ker IL korelira z iskanjem dobrih praks iz drugih panog, se izkazuje, da zaposleni na podlagi tega iskanja podajajo predloge z višjo gospodarsko koristjo. To kaže na

strategijo inovacijskih sledilcev.

3.4 Rezultati podrobnejše panožne delitve

- Velike strukturne razlike glede inovacijskih dejavnikov in rezultatov med skupinami podjetij nakazujejo, da je za podrobnejšo analizo potrebna ločena obravnava, na le na nivoju predelovalnih/storitvenih dejavnosti, ampak tudi na nivoju panožnih skupin. Za različne panožne skupine morajo biti različne tudi politike in ukrepi za spodbujanje večje inovativnosti.
- Z linearno regresijo smo podrobneje preučili vplivne dejavnike na inovacijske rezultate. Kljub razmeroma nizkim pojasnjevalnim močem regresijskih modelov je mogoče ugotoviti, da med panožnimi skupinami obstojijo razlike v vsebini dejavnikov, ki vplivajo na inovacijske rezultate.
- S korelacijsko analizo smo podrobneje preučili medsebojna razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in poslovnimi rezultati. Za doseganje gospodarskih rezultatov nizko tehnoloških predelovalcev je pomembno inovacijsko sodelovanje, v primeru visoko tehnoloških predelovalcev pa povečanje deleža vlaganj v tehnološko opremo glede na vlaganja v tvorbo intelektualne lastnine. V storitvah pa je za doseganje gospodarskih rezultatov pomembno povečanje deleža vlaganj v trženje inovacij glede na vlaganja v ustvarjanje le-teh.
- Inovativna podjetja v vseh štirih panožnih skupinah v inoviranje vlagajo bistveno višje deleže sredstev kot neinovativna. Na prihodke od inovacij pa poleg višine vlaganj vpliva tudi učinkovitost izrabe teh sredstev. Inovacijsko vodilna podjetja vlaganja učinkoviteje pretvarjajo v prihodke. V skupini inovacijskih sledilcev podjetje z enim v inoviranje vložnim evrom v povprečju ustvari 1,7 evra prihodkov, v skupini inovacijsko vodilnih pa 11 evrov.
- Struktura inovacijskih vlaganj kaže, da vodilni v primerjavi s sledilci več vlagajo v ustvarjanje intelektualne lastnine (indeks 1,48) in v trženje inovacij (2,27), nižji pa je delež tehnoloških vlaganj (0,84).
- Inovacijsko vodilna podjetja iz nizko tehnoloških panog so poslovno uspešnejša tako od neinovativnih kot od sledilcev. V visoko tehnoloških panogah pa so manj uspešna. Možna vzroka za neuspešnost sta prevelika vlaganja v razvoj (in prenizka v industrializacijo inovacij) ter nizek razvojni nivo visoko tehnološke industrije v Sloveniji. Inovativna podjetja v storitvenih dejavnostih so poslovno uspešnejša od neinovativnih.
- Inovativnost je v nizko »tehnoloških« predelovalnih in storitvenih panogah povezana z višjo dodano vrednostjo na zaposlenega, česar pa pri visoko »tehnoloških« panogah ne beležimo. Sklepati je moč, da so za dvig dodane vrednosti potrebne bolj prebojne inovacije, pogoj za to pa so primerne kompetence zaposlenih, ustrežna

inovacijska kultura in klima ter s tem povezana organiziranost inovacijskih procesov, česar pa Raziskava na podatkih SURS ne vključuje.

4. Ocena stopnje realizacije zastavljenih raziskovalnih ciljev⁴

Vsi cilji so doseženi, delno tudi preseženi.

V projektne predlogu je bila namreč planirana analiza ločeno za predelovalni in storitveni sektor. Rezultati dela so pokazali smiselnost razširitve metodologije dela. Zato smo del analize (na podatkih SURS, ki so zaradi števila razpoložljivih podatkov to omogočali) obravnavali podjetja ločeno za predelovalni in za storitveni sektor, znotraj tega pa še ločeno podjetja z nizko oz. visoko stopnjo tehnološke razvitosti oz. znanja. To pomeni dodano vrednost projekta.

Poleg predstavljenega projekta smo dodatno uporabili podatke za dve zanimivi analizi (nekakšen raziskovalni spin-off), ki interdisciplinarno obravnavata področje inoviranja v povezavi z drugima temama. Prva je povezana z varnostjo informacijskih sistemov, druga pa s turističnim sektorjem. Rezultati obeh so zanimivi in relevantni in so bili že delno publicirani oz. so v fazi recenzije v revijah s faktorjem vpliva.

5. Utemeljitev morebitnih sprememb programa raziskovalnega projekta oziroma sprememb, povečanja ali zmanjšanja sestave projektne skupine⁵

Večjih sprememb ni bilo. Kot smo že v prvem letu sporočili, je član prof.dr. Dolinšek odšel na drugo delovno mesto in ni več sodeloval.

6. Najpomembnejši znanstveni rezultati projektne skupine⁶

Znanstveni rezultat		
1.	Naslov	<i>SLO</i> The influence of innovation, technological and research processes on the performance of Slovenia's woodworking industry
		<i>ANG</i> The influence of innovation, technological and research processes on the performance of Slovenia's woodworking industry
Opis	<i>SLO</i>	Namen raziskave je bil ugotoviti, kateri so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na inovacijsko sposobnost podjetja ob poudarku na prenosu raziskovalnih oz. tehnoloških dosežkov v gospodarsko izkoriščanje. Izdelana je bila metodologija in izvedena raziskava v lesni industriji. Temelji na obravnavi korelacij med vhodnimi, procesnimi in izhodnimi parametri. Ugotovitve kažejo tako na zaporedje aktivnosti kot na določena področja invencijsko-inovacijskih aktivnosti, kjer je potrebno vložiti dodatne napore.
	<i>ANG</i>	The purpose of the research was to establish the most important factors which influence the innovation capacity of a company emphasising the transfer of research or technological achievements for economic exploitation. Methodology was developed and research carried out in the wood processing industry. The said methodology is based on correlations among input, process and output parameters. The findings indicate not only the sequence of activities but also particular areas of inventive-innovation activities in which additional efforts need to be invested.
Objavljeno v		LIKAR, B. The influence of innovation, technological and research processes on the performance of Slovenia's woodworking industry. Wood research, 2008, let. 53, št. 4, 115-120, JCR IF (2008): 0.254

	Tipologija	1.01 Izvirni znanstveni članek
	COBISS.SI-ID	3043287
2.	Naslov	SLO O ustvarjalni klimi in inovativnosti na nacionalnem nivoju
		ANG On the creative climate and innovativeness at the country level
	Opis	SLO V članku je predstavljena študija ustvarjalne klime in inovativnosti na nacionalnem nivoju znotraj področja EU27. Raziskali smo možnosti za razširitev konceptov inovativnosti in ustvarjalne klime po Ekvallu od ravni posameznega podjetja na nacionalni nivo. Glavni cilj raziskave je bil opredeliti elemente nacionalne ustvarjalne klime in pokazati njihov vpliv na inovativnost. Ugotavljamo, da razumevanje ustvarjalne oz. inovativne klime na področju držav EU predstavlja pomembno orodje nacionalnih politik, s katerim bi lahko dopolnili obstoječe makroekonomske indikatorje.
		ANG The paper presents an explorative study on creative climate and innovativeness at the country level in the EU27. We explored a possibility to extend the Ekvall's concept of creative climate for innovativeness from the level of individual organization to the national level. The main research goal was to identify fragments of national creative climate and to prove its relation to innovativeness. We argue that understanding creative or innovative climate in the EU countries is an important national policy-making tool that could complement existing macro-economic indicators.
	Objavljeno v	BAVEC, C. On the creative climate and innovativeness at the country level. Zb. rad. Ekon. fak. Rij., 2009, let. 27, št. 1, 9-30, JCR IF (2009):0.185
	Tipologija	1.01 Izvirni znanstveni članek
COBISS.SI-ID	3248599	
3.	Naslov	SLO Statistical analysis for strategic innovation decisions in Slovenian mechanical industry
		ANG Statistical analysis for strategic innovation decisions in Slovenian mechanical industry
	Opis	SLO Prispevek obravnava identifikacijo glavnih dejavnikov, ki vplivajo na inovacijske in razvojne zmožnosti slovenske strojne industrije. Korelacijska analiza kaže obstoj dveh skupin podjetij. Oboji so inovacijski sledilci, vendar se ločijo po svojih zmožnostih ustvarjanja prebojnih inovacij in po inovacijskih prihodkih. Na podlagi empiričnih ugotovitev predlagamo področja, kjer bi bilo smiselno vlagati dodatne managerske napore. Raziskava ima torej tudi praktično uporabnost, tako za podjetja kot za tvorce nacionalnih politik.
		ANG The objective of the study is to identify the main factors influencing the innovation and R&D performance of the mechanical industry in Slovenia. Correlation analysis indicates the existence of two clusters of companies. Both are innovation followers but differ in their capabilities to produce breakthrough innovations and innovation-related turnover. Based on the empirical findings, we propose some organizational areas where additional managerial effort needs to be invested. Thus, the research also has a practical implication for the enterprises and policy makers.
	Objavljeno v	FATUR, P., LIKAR, B. Statistical analysis for strategic innovation decisions in Slovenian mechanical industry. Stroj. vestn., 2010, let. 56, št. 7/8, 489-496, JCR IF (2009):0.533
	Tipologija	1.01 Izvirni znanstveni članek
COBISS.SI-ID	3671767	
4.	Naslov	SLO Going open while innovating: does it pay?
		ANG Going open while innovating: does it pay?
	Opis	SLO Raziskava preučuje razmerja med inovacijskimi vložki podjetja in njegovimi poslovnimi rezultati. Rezultati korelacijske analize kažejo značilno povezanost med inovacijskimi prihodki in kazalniki poslovne uspešnosti podjetja, zlasti donosnostjo kapitala (ROE) in rastjo prihodkov od prodaje. Nadalje raziskava ugotavlja, da je poslovna uspešnost povezana tudi s strukturo (razporeditvijo) inovacijskih vlaganj. Vlaganja v zunanje vire idej in znanja (odprto inoviranje) je pozitivno in značilno povezano z inovacijskimi zmožnostmi podjetja.
		ANG The research investigates into the relationship between the company's innovation inputs and its performance. The results indicate a correlation

			between the revenues arising from innovations and the company's performance in terms of the financial ratios, in particularly ROE and growth of revenues from sales. Furthermore, it is shown that the distribution of innovation expenditures is related to the company's innovation performance. The financial inputs related to external sourcing of ideas and knowledge (open innovation) have a positive correlation with the innovation performance.
	Objavljeno v		FATUR, P., LIKAR, B., ROPRET, M. Going open while innovating: does it pay?. International journal of industrial engineering and management, 2010, let. 1, št. 3, 77-83.
	Tipologija		1.01 Izvirni znanstveni članek
	COBISS.SI-ID		3872727
5.	Naslov	SLO	Inovacijski, tehnološki in raziskovalni procesi v predelovalni in lesni industriji
		ANG	Innovation, technological and research processes in Slovenia's woodworking industry
	Opis	SLO	Cilj monografije je sistematičen prikaz raziskovalno razvojnih prizadevanj, ki predstavljajo teoretične podlage in praktične smernice za dvig inovativnosti in posledično gospodarske uspešnosti lesne industrije. Del raziskav je bil opravljen na podatkih iz Slovenije, del pa na tistih, iz držav EU. Ker Slovenija kot del eu uporablja za vrednotenje inovacijskih in raziskovalnih procesov isto metodologijo, je tak pristop upravičen. Rezultati, zlasti tisti, povezani z metodologijo, pa so direktno prenosljivi v ostale države in tudi v ostale panoge.
		ANG	The aim of the monograph is a systematic presentation of R & D efforts, which constitute the theoretical basis and practical guidelines to increase innovativeness and consequently economic performance of the wood industry. Part of the research has been carried out on data from Slovenia, part of it on data from EU countries. Since Slovenia as part of the EU uses the same methodology to evaluate the innovation and research activities, such an approach is justified. The results, especially those related to the methodology are directly transferable to other countries and other industries.
	Objavljeno v		LIKAR, B. (ur.). FATUR, P. (ur.) Inovacijski, tehnološki in raziskovalni procesi v predelovalni in lesni industriji - (so)avtorstvo več poglavij (Znanstvene monografije Fakultete za management Koper). Koper: Fakulteta za management, 2010, 7-9.
	Tipologija		1.16 Samostojni znanstveni sestavek ali poglavje v monografski publikaciji
	COBISS.SI-ID		3822295

7. Najpomembnejši družbeno-ekonomsko relevantni rezultati projektne skupine⁶

	Družbeno-ekonomsko relevantni rezultat		
1.	Naslov	SLO	Je rešitev v sodelovanju univerze in gospodarstva ?
		ANG	University - business dialogue: could that be a solution?
	Opis	SLO	Dr. Likar v okviru vabljenega predavanja v Evropskem parlamentu navaja rezultate raziskav, ki kažejo, da so vložki v inovativnost sorazmerni z gospodarskimi rezultati tako v podjetju kot na ravni države. EU se po t.i. skupnem inovacijskem indeksu ne uvršča v vrh, Slovenija pa je glede na svojo inovativnost žal pod evropskim povprečjem. Osnovno vodilo za izboljšanje stanja mora biti holističen pristop, kjer je treba vzrode gospodarstva, šolstva, raziskovalne sfere v povezavi z inovacijsko kulturo vleči premišljeno in usklajeno.
		ANG	In his invited lecture in European Parliament, Dr. Likar cites the research results which show that investment in innovation is related to economic results both in enterprises and at the state level. According to the Summary Innovation Index, the EU however is not at the very top; also unfortunately Slovenia is below average. The basic guideline for the improvement of the current state must be a holistic approach where the levers of development in economy, education and research areas can be brought together in connection with an innovation culture, thoughtfully and flexibly.
	Šifra		B.04 Vabljen predavanje

	Objavljeno v		LIKAR, B. University - business dialogue: could that be a solution?. V: ZVERINA, J. (ur.). European innovating minds : Thursday 29 January 2009, European Parliament. [S. l.]: Group of the European People's Party (Christian Democrats) and European Democrats in the European Parliament: EPP-ED, 2009, 43-52.
	Tipologija	1.07	Objavljeni strokovni prispevek na konferenci (vabljen predavanje)
	COBISS.SI-ID	3326679	
2.	Naslov	SLO	Innovation parameters generating best business performance
		ANG	Innovation parameters generating best business performance
	Opis	SLO	Cilj raziskave je bil ugotoviti najpomembnejše dejavnike managementa inoviranja, povezane z doseganjem optimalnih poslovnih rezultatov. Študija je bila izvedena na podatkih 100 slovenskih najbolj inovativnih podjetjih. Raziskava je potekala v petih korakih. Sprva je bila izbrana skupina statističnih spremenljivk, nato pa smo definirali še nekaj dodatnih spremenljivk. V tretjem koraku smo spremenljivke razvrstili po kategorijah na vhodne, procesne in izhodne spremenljivke. V četrtem koraku smo izračunali povezave med spremenljivkami. Sledi izbor najpomembnejših povezav.
		ANG	The objective of the research was to establish the most important factors of innovation management aimed at achieving optimal business results. The study was performed in 100 Slovenian most innovative companies. The research was carried out in five steps. Initially, a group of statistical variables was selected, and then some additional ones were defined. In the third step, variables were organised into categories: input, process and output variables. In the fourth step, correlations among variables were calculated followed by the final selection of the most important correlations.
	Šifra	B.03	Referat na mednarodni znanstveni konferenci
	Objavljeno v		LIKAR, B. Innovation parameters generating best business performance. In: Open innovation : proceedings of the XIX ISPIM conference, Tours, France, 15-18 June 2008. Tours: International Society for Professional Innovation Management, 2008, 6 str.
Tipologija	1.08	Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci	
	COBISS.SI-ID	2779607	
3.	Naslov	SLO	Future challenges of company's innovation benchmarking.
		ANG	Future challenges of company's innovation benchmarking
	Opis	SLO	Namen v okviru mednarodne konference predstavljene raziskave je bil razvoj metodologije za sistematično vrednotenje inovativnosti v podjetju, skladno z izzivi sodobnega inovacijskega managementa. Metodologija temelji na celovitem pristopu, ki upošteva izzive raziskav Evropske Skupnosti (Community innovation Surveys - CIS), katere smiselno umešča med temeljne vsebinske sklope v inovacijski strategiji podjetja.
		ANG	The objective of the research presented at the international conference was to develop a methodology for systematic measurement of innovation performance according to future challenges of innovation management. The methodology described provides a comprehensive approach in terms of covering the challenges of Community Innovation Surveys (CIS) that are being carried out across the EU and by incorporating these future challenges comprehensively in the company's strategy.
	Šifra	B.03	Referat na mednarodni znanstveni konferenci
	Objavljeno v		ROPRET, M., FATUR, P., LIKAR, B. Future challenges of company's innovation benchmarking. V: The future of innovation : proceedings. Vienna: ISPIM, 2009, 11 str.
Tipologija	1.08	Objavljeni znanstveni prispevek na konferenci	
	COBISS.SI-ID	3288535	
4.	Naslov	SLO	Mass innovation - a threat to employees or a condition of survival
		ANG	Množično inoviranje - grožnja zaposlenim ali pogoj za preživetje
			Dr.Likar je v okviru vabljenega plenarnega predavanja (Kolektor)odgovorne v podjetjih seznanil z rezultati raziskav, ki kažejo na neizkoriščenost

Opis	SLO	inovacijskih potencialov slovenskih podjetij. Slovenska podjetja v primerjavi z zahodnoevropskimi konkurenti zaostajajo po množični inovacijski dejavnosti, kakor tudi številu doseženih inovacij proizvodov in doseženi dodani vrednosti na zaposlenega. Podana priporočila bodo podjetjem služila za izboljšanje obstoječega stanja.
	ANG	Dr.Likar informed the responsible staff within companies as an invited plenary lecturer in company Kolektor on the unused innovative potential of Slovenian companies. Slovenian companies in comparison with competitors, particularly in western economies, show a considerable lag in terms of mass innovation activities and the number of introduced product innovations as well as valued added per employee. The results and recommendations are going to aid companies in improving the current state.
Šifra	B.04 Vabljen predavanje	
Objavljeno v	LIKAR, B. Množično inoviranje - grožnja zaposlenim ali pogoj za preživetje : s predstavitvijo projekta Referenčni model inoviranja : vabljen predavanje na Prvi Kolektorjevi inovativni konferenci, Idrija, 10. mar 2011.	
Tipologija	3.16 Vabljen predavanje na konferenci brez natisa	
COBISS.SI-ID	3929559	
5. Naslov	SLO	Motor razvoja družbe niso ne vojaki ne kapitalisti, ampak ustvarjalci
	ANG	Society development is driven by creators, not soldiers and capitalists
Opis	SLO	Avtor poudarja izsledke raziskav, ki kažejo, da so vložki v inovativnost sorazmerni gospodarskim rezultatom tako v podjetju kot na nivoju države. Pri tem pa nekatere od teh vložke bolje izkoriščajo kot druge; npr. Švica. Slovenija je žal pod EU povprečjem. Časi, ko je ob iskanju priložnosti za izboljšanje gospodarstva odgovornost za to moralo prevzeti le gospodarstvo samo, so minili. Osnovno vodilo mora biti holističen pristop, kjer je potrebno vzrode razvoja vleči premišljeno in usklajeno.
	ANG	The author stresses the research results, that show investment in innovation is related to economic results both in enterprises and at the state level. In this respect some countries make better use of these investments than others, e.g. Switzerland. Slovenia unfortunately is below EU average. The time has passed when responsibility for looking for an opportunity to improve the economic situation could be left to the economy itself. The basic guideline must be a holistic approach where the levers of development can be brought together thoughtfully and flexibly.
Šifra	F.30 Strokovna ocena stanja	
Objavljeno v	LIKAR, B. Motor razvoja družbe niso ne vojaki ne kapitalisti, ampak ustvarjalci : sodelovanje univerze in gospodarstva. Delo - sobotna priloga (Ljublj.), 18. apr. 2009, leto 51, št. 90.	
Tipologija	1.04 Strokovni članek	
COBISS.SI-ID	246577152	

8. Drugi pomembni rezultati projektne skupine⁸

Izvirni zn. članki

FATUR, P., LIKAR, B. The development of a performance measurement methodology for idea management. IJIL, 2009, let. 6, št. 4, 422-437.

MEŠKO Š.Z., MARKIČ, M., MEŠKO, M.. The process of leadership, innovation and decision making through the influence of values. International journal of entrepr. and innov. management, 2009, vol. 10, no. 1, str. 38-52. [COBISS.SI-ID 3098839]

Vabljen pred.

LIKAR, B. Pomen inovativnosti in inovativnih procesov v podjetništvu, Tehnološki park Ljubljana, 9. marec 2011

LIKAR, B. Vloga vodij in proces prepoznavanja priložnosti za izboljšave : 6. Inovacijski forum Hidrie "Odličnost v inoviranju", 11. marec 2011.

LIKAR, B. Trajnostni razvoj spodbujanja inovativnosti v slovenskih podjetjih, dogodek: Dan inovativnosti in nacionalno podelitev priznanj za najboljše inovacije 2009, GZS, 15. september 2010,

LIKAR, B. Izzivi inovativnosti v visokem šolstvu. "Univerza, inovativnost in (gospodarska) kriza:

problemi, izzivi in rešitve", Koper, 17. marec 2010. Koper, 17. mar 2010.
Likar B, 4. Slovenski forumu inovacij »Podjetja na krilih inovacij, MVZT, TIA, 2. december 2009, Ljubljana.

Objavljeni zn. prispevek na konf.

MULEJ, M. et.al. The invention-innovation process management. Podrobneje v: [COBISS.SI-ID 9426972]

ROPRET, M., LIKAR, B.. Ključni dejavniki v mozaiku uspešne strategije inoviranja = Key factors in the mosaic of a successful innovation strategy. Podrobneje v: [COBISS.SI-ID 3504599]

Intervjuji

LIKAR, B. Zmagovalci v krizi ne ustavijo inovativnih projektov. Podjetnik. Dec. 2009, št. 12, 28-29.

LIKAR, B. Poslovni izzivi in priložnosti - intelektualna lastnina (Radijska oddaja), 14.10.2010, Radio Europe 05.

Zn. monografija

LIKAR, B. Inovativnost se ne bo »zgodila« - samostojno poglavje v knjigi: Srečo D et.al. NEOSOCIALNA SLOVENIJA ? UP-Pedagoška fakulteta, 2010.

FATUR, P., LIKAR, B.. Ustvarjalnost zaposlenih za inovativnost podjetja. Podrobneje v: [COBISS.SI-ID 249055488]

9. Pomen raziskovalnih rezultatov projektne skupine⁹

9.1. Pomen za razvoj znanosti¹⁰

SLO

Znanstveni pomen se izkazuje v izvorni analizi inovacijskih procesov v slovenskem gospodarstvu, v velikih in srednjih podjetjih. Poudarek je na celovitem konceptu obravnave sodobnih dejavnikov inovativnosti, razvitem na podlagi mednarodnih spoznanj, a prilagojenih slovenskemu gospodarstvu. Projekt smo zasnovali v obliki dveh parcialnih, a komplementarnih in medsebojno usklajenih raziskav. Prva (raziskava na podatkih SURS) temelji na nacionalnih podatkih SURS, ki imajo veliko težo predvsem zaradi vključenosti večine slovenskih podjetij in mednarodno standardizirane metodologije raziskave. Vendar ta ne obravnava inovativnosti dovolj celovito v vsebinskem smislu. Zato smo jo dopolnili z lastno raziskavo v izbranih podjetjih, ki vsebinsko dopolnjuje prvo. Iz več razlogov (metodološki, časovni vidiki, stopnja prekrivanja podatkov ipd.) smo se odločili za ločeni kvantitativni analizi, rezultate obeh pa na koncu smiselno združili. Tako smo dosegli zahtevano celovitost, ki je velik del mednarodnih raziskav ne dosega.

Poleg tega smo z raziskavo temeljito osvetlili vidike inoviranja v Sloveniji, ki je po več pokazateljih pod povprečjem EU (Eurostat, Global Competitiveness Report ipd.). Raziskave, ki so bile opravljene v drugih državah, predvsem razvitejših, nudijo le delno izhodišče za izboljšanje stanja v Sloveniji oz. manj razvitih državah. Sicer je možno spoznanja iz razvitih gospodarstev delno prenesti v Slovenijo, vendar gre pogosto za preveč posplošene pristope, ki ne ustrezajo specifikam Slovenije/manj razvitih držav.

Znanstveni doprinos se izkazuje v metodologiji celovite obravnave inovacijskih dejavnikov in s tem povezanimi znanstvenimi spoznanji, pomembnimi tudi v mednarodnem merilu. Rezultat je obsežen in strukturiran nabor pomembnih vplivnih dejavnikov, ki v predelovalnem in storitvenem sektorju vodijo do inovacijskih rezultatov in posledično izboljšane poslovnega rezultata. Tako smo npr. v raziskavi ugotovili, da je smiselno obravnavati podjetja ločeno za predelovalni in za storitveni sektor, znotraj tega pa ločeno podjetja z nizko oz. visoko stopnjo tehnološke razvitosti oz. znanja. Ugotavljamo tudi, da inovacijske aktivnosti celo v najinovativnejših slovenskih podjetjih v skupini visoko tehnoloških predelovalcev ne prispevajo k boljšim gospodarskim rezultatom. Zato je za ta izredno pomemben gospodarski segment potrebno prilagoditi metodologijo razvoja inoviranja, kar znanstveni rezultati omogočajo. Prav tako je doprinos projekta v znanstvenih spoznanjih, kako iz neinovativnega oz. nizkoinovativnega podjetja sistematično preiti v podjetje z višjo dodano vrednostjo kot posledico inoviranja. Rezultat projekta predstavlja izhodišča ločeno za predelovalni in storitveni sektor, znotraj tega pa glede na stopnjo tehnološke razvitosti oz. znanja. Gre za pomembna izhodišča, ki pomenijo doprinos v znanstvenem smislu kot tudi v praktičnih smernicah (Referenčni model inoviranja) za bolj kakovostno usmerjanje inovacijskih procesov v podjetjih.

ANG

The scientific importance is demonstrated in an original analysis of innovation processes in the

Slovenian economy, i.e. in large and medium-size companies. The emphasis lies in a comprehensive concept of addressing contemporary factors of innovativeness, developed on the basis of international findings, yet adjusted to the Slovenian economy. The project was designed in the form of two partial, yet complementary and reciprocally aligned, researches. The first research is based on the national data collected by SURS (Statistical Office of the Republic of Slovenia) which proves important by reason of integrating a majority of the Slovenian companies and applying the internationally standardised methodology of research. However, the later fails to address the innovativeness comprehensively enough from the content point of view. Therefore, we supplemented it with our own research carried out in selected companies, thus substantially complementing the first one. Due to many reasons (methodological, time aspects, degree of data overleaping, and suchlike) we opted for two separate quantitative analyses, and combined the results of both researches at the end. Required comprehensiveness, not attained by a substantial part of international researches, was thus achieved.

Furthermore, aspects of innovation in Slovenia were additionally thoroughly highlighted, which pursuant to several indicators proves below the EU average (Eurostat, Global Competitiveness Report and suchlike). The researches carried out in other states, especially developed countries, provide only a partial basic premise for improving the situation in Slovenia or less-developed countries. Even so, the findings revealed in developed economies may be partially transferred into Slovenia, yet frequently these are only generalised approaches which fail to answer the specifics of Slovenia/less-developed countries.

Scientific contribution is demonstrated in the methodology of a comprehensive address of innovation factors and related scientific findings thereof, important also in the international arena. The result is a wide-ranging and well-structured set of important influencing factors, which lead to innovation results in processing and service sector and to an ensuing improvement in business result. In our research, we thus discovered, for instance, that it proves reasonable to address companies separately for processing and service sector and within such division to address separately also the companies with low or high degree of technological development or knowledge. We thus establish that innovation activities fail to contribute to improved economic results even in the most innovative Slovenian companies in a high-tech group of processing companies. Consequently, methodology of innovation development needs to be adjusted for this extremely important segment of economy, which is enabled by the scientific results. Furthermore, as regards the scientific findings our project also contributes to demonstrating a systematic transition from non-innovative or poorly-innovative company to a company with higher value added as a consequence of innovation. The result of a project presents the basic premise separately for processing and service sector, and within each also pursuant to the degree of technological development or knowledge. These are important grounds which bring contribution from the scientific aspect as well as in practical guidelines (Reference Innovation Model) towards a more quality orientation of innovation processes in companies.

9.2. Pomen za razvoj Slovenije¹¹

SLO

Raziskave inovativnosti v Sloveniji (CIS Eurostat) kažejo, da se je stanje inovativnosti v Sloveniji nekaj časa izboljševalo, še posebno v analitičnem obdobju 2002-2006 (v zadnjem obdobju 2006-2008 je celo rahlo nazadovanje). A glede na konkurenčne države celo omenjeni napredek prejšnjih let ni več tako očiten, saj napredujejo tudi drugi. Zanimiv je tudi pogled na podatke Global Competitiveness Report. Slovenija je s 37. mesta v prejšnjem letu padla na 45. mesto.

Mednarodne raziskave tudi kažejo, da so vložki v inovativnost sorazmerni gospodarskim rezultatom tako v podjetju kot na nivoju države. Pri tem pa nekatere od teh vložke bolje izkoriščajo kot druge; npr. Švica, Nemčija in Irska. Slovenija je žal še vedno pod povprečjem. Podatki torej kažejo, da Slovenija bistveno premalo izkorišča inovacijske potenciale. Glede na naše raziskave je to še posebno opazno v nekaterih sektorjih. Vse to kaže na potrebo, da Slovenija oz. njena podjetja razvijejo lastno strategijo, kako izboljšati inovacijski potencial in obenem njegovo učinkovitost.

Neposredne raziskovalne rezultate smo tako nadgradili z uporabniškim modulom, t.i.

"Referenčnim modelom inoviranja", ki predstavlja dodano uporabno vrednost za podjetja.

Večplastni model bo služil podjetjem na strateškem nivoju, obenem pa ga bodo lahko uporabljala tudi na operativnem nivoju za izboljšanje lastne gospodarske učinkovitosti. Če bodo stanje v svojem podjetju primerjali s konkretnimi vrednostmi iz najboljših podjetij in upoštevali podane smernice, bodo svojo inovacijsko strategijo in cilje lažje določali in sproti spremljali svoj napredek.

Poleg tega rezultati dajejo vrsto koristnih smernic za nosilce inovacijske in gospodarske politike v državi. Management inoviranja v državi ne sme biti več prepuščen posplošenim smernicam,

temelječim na "trenutnem navdihu" nosilcev politike in pripravljavcem razpisov. Inovacijsko politiko je potrebno usmerjati na podlagi dolgoročnih, sistematičnih in celovitih smernic, ki temeljijo na jasnih znanstvenih osnovah, izdelanih na podlagi mednarodnih znanstvenih in strokovnih spoznanj, a prilagojenih slovenski specifikiki.

Verjamemo, da projekt predstavlja originalen pristop k razvoju inovativnosti kot znanosti in k dvigu inovativnosti ter posledično gospodarske učinkovitosti gospodarstva.

Menimo, da bo ob izvedeni diseminaciji (delno že izvedeni, delno po zaključku raziskave) pomen projekta za gospodarstvo in družbo dobil dodatno težo.

ANG

The researches on innovation in Slovenia (CIS Eurostat) point out that the innovativeness in Slovenia was improving for a certain period of time; in particularly in the analytical period of 2002-2006 (a slight regression may be observed in the last period, i.e. 2006-2008). However, in comparison to competitive countries the aforementioned progress recorded in previous years is no longer so obvious, since others also advance. An analysis of data collected in the Global Competitiveness Report proves interesting: Slovenia has fallen from the 37th place recorded last year to the 45th place.

International researches show that investments into innovation are proportionate to economic results not only at the company's level but also at the state's level. However, some tend to exploit these investments better than others, e.g. Switzerland, Germany and Ireland, with Slovenia still ranking below average.

Data thus indicate that Slovenia exploits its innovation potential still considerably insufficiently. Pursuant to the findings of our research this is particularly evident in some sectors. All of the aforementioned clearly indicates a need that Slovenia or its companies develop their own strategy on improving innovation potential and at the same time its efficiency.

Direct research results were upgraded with user's model, the so-called "Reference Innovation Model", which represents additional application value for companies. Multilayer model shall serve companies at the strategic level; however, it may also be applied at the operational level for the purposes of improving their own economic efficiency. In the event these companies compare their situation with concrete values recorded in the best companies and respect provided guidelines, they shall be able to set forth their own innovation strategy and objectives and simultaneously follow their own progress.

Beside that the results provide a number of practical guidelines for holders of innovation and economic policy in the state. Innovation management in the state should not be left to generalised guidelines based on "current inspiration" of policy holders and tender preparers. Innovation policy needs to be directed on the basis of long-term, systematic and comprehensive guidelines which are based on clear scientific foundations designed on the basis of international scientific and professional findings, yet adjusted to Slovenian specifics.

We are convinced that our project represents an original approach towards the development of innovativeness as science and towards raising innovativeness and consequent economic efficiency of the economy.

We believe that upon implementing dissemination (a part already performed, the second part follows after the conclusion of the research) the significance of the project for the economy and society shall gain additional importance.

10. Samo za aplikativne projekte!

Označite, katerega od navedenih ciljev ste si zastavili pri aplikativnem projektu, katere konkretne rezultate ste dosegli in v kakšni meri so doseženi rezultati uporabljeni

Cilj	
F.01	Pridobitev novih praktičnih znanj, informacij in veščin
	Zastavljen cilj <input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat <input type="text"/>
	Uporaba rezultatov <input type="text"/>
F.02	Pridobitev novih znanstvenih spoznanj
	Zastavljen cilj <input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat <input type="text"/>
	Uporaba rezultatov <input type="text"/>
F.03	Večja usposobljenost raziskovalno-razvojnega osebja

	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.04	Dvig tehnološke ravni	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.05	Sposobnost za začetek novega tehnološkega razvoja	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.06	Razvoj novega izdelka	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.07	Izboljšanje obstoječega izdelka	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.08	Razvoj in izdelava prototipa	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.09	Razvoj novega tehnološkega procesa oz. tehnologije	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.10	Izboljšanje obstoječega tehnološkega procesa oz. tehnologije	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.11	Razvoj nove storitve	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.12	Izboljšanje obstoječe storitve	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>

	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.13	Razvoj novih proizvodnih metod in instrumentov oz. proizvodnih procesov	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.14	Izboljšanje obstoječih proizvodnih metod in instrumentov oz. proizvodnih procesov	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.15	Razvoj novega informacijskega sistema/podatkovnih baz	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.16	Izboljšanje obstoječega informacijskega sistema/podatkovnih baz	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.17	Prenos obstoječih tehnologij, znanj, metod in postopkov v prakso	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.18	Posredovanje novih znanj neposrednim uporabnikom (seminarji, forumi, konference)	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.19	Znanje, ki vodi k ustanovitvi novega podjetja ("spin off")	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.20	Ustanovitev novega podjetja ("spin off")	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.21	Razvoj novih zdravstvenih/diagnostičnih metod/postopkov	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>

F.22	Izboljšanje obstoječih zdravstvenih/diagnostičnih metod/postopkov	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.23	Razvoj novih sistemskih, normativnih, programskih in metodoloških rešitev	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.24	Izboljšanje obstoječih sistemskih, normativnih, programskih in metodoloških rešitev	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.25	Razvoj novih organizacijskih in upravljavskih rešitev	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.26	Izboljšanje obstoječih organizacijskih in upravljavskih rešitev	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.27	Prispevek k ohranjanju/varovanju naravne in kulturne dediščine	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.28	Priprava/organizacija razstave	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.29	Prispevek k razvoju nacionalne kulturne identitete	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.30	Strokovna ocena stanja	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.31	Razvoj standardov	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE

	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.32	Mednarodni patent	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.33	Patent v Sloveniji	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.34	Svetovalna dejavnost	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>
F.35	Drugo	
	Zastavljen cilj	<input type="radio"/> DA <input type="radio"/> NE
	Rezultat	<input type="text"/>
	Uporaba rezultatov	<input type="text"/>

Komentar

--

11. Samo za aplikativne projekte!

Označite potencialne vplive oziroma učinke vaših rezultatov na navedena področja

	Vpliv	Ni vpliva	Majhen vpliv	Srednji vpliv	Velik vpliv	
G.01	Razvoj visoko-šolskega izobraževanja					
G.01.01.	Razvoj dodiplomskega izobraževanja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.01.02.	Razvoj podiplomskega izobraževanja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.01.03.	Drugo: <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02	Gospodarski razvoj					
G.02.01	Razširitev ponudbe novih izdelkov/storitev na trgu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.02.	Širitev obstoječih trgov	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.03.	Znižanje stroškov proizvodnje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.04.	Zmanjšanje porabe materialov in energije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.05.	Razširitev področja dejavnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.06.	Večja konkurenčna sposobnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.07.	Večji delež izvoza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

G.02.08.	Povečanje dobička	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.09.	Nova delovna mesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.10.	Dvig izobrazbene strukture zaposlenih	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.11.	Nov investicijski zagon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.02.12.	Drugo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.03	Tehnološki razvoj					
G.03.01.	Tehnološka razširitev/posodobitev dejavnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.03.02.	Tehnološko prestrukturiranje dejavnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.03.03.	Uvajanje novih tehnologij	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.03.04.	Drugo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.04	Družbeni razvoj					
G.04.01	Dvig kvalitete življenja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.04.02.	Izboljšanje vodenja in upravljanja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.04.03.	Izboljšanje delovanja administracije in javne uprave	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.04.04.	Razvoj socialnih dejavnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.04.05.	Razvoj civilne družbe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.04.06.	Drugo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.05.	Ohranjanje in razvoj nacionalne naravne in kulturne dediščine in identitete					
G.06.	Varovanje okolja in trajnostni razvoj					
G.07	Razvoj družbene infrastrukture					
G.07.01.	Informacijsko-komunikacijska infrastruktura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.07.02.	Prometna infrastruktura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.07.03.	Energetska infrastruktura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.07.04.	Drugo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
G.08.	Varovanje zdravja in razvoj zdravstvenega varstva					
G.09.	Drugo:					

Komentar

--

12. Pomen raziskovanja za sofinancerje, navedene v 2. točki [12](#)

1.	Sofinancer	
	Vrednost sofinanciranja za celotno obdobje trajanja projekta je znašala:	EUR
	Odstotek od utemeljenih stroškov projekta:	%
	Najpomembnejši rezultati raziskovanja za sofinancerja	Šifra

	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
	5.		
Komentar			
Ocena			
2.	Sofinancer		
Vrednost sofinanciranja za celotno obdobje trajanja projekta je znašala:			EUR
Odstotek od utemeljenih stroškov projekta:			%
Najpomembnejši rezultati raziskovanja za sofinancerja			Šifra
	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
	5.		
Komentar			
Ocena			
3.	Sofinancer		
Vrednost sofinanciranja za celotno obdobje trajanja projekta je znašala:			EUR
Odstotek od utemeljenih stroškov projekta:			%
Najpomembnejši rezultati raziskovanja za sofinancerja			Šifra
	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
	5.		
Komentar			
Ocena			

C. IZJAVE

Podpisani izjavljam/o, da:

- so vsi podatki, ki jih navajamo v poročilu, resnični in točni
- se strinjamo z obdelavo podatkov v skladu z zakonodajo o varstvu osebnih podatkov za potrebe ocenjevanja, za objavo 6., 7. in 8. točke na spletni strani <http://sicris.izum.si/> ter obdelavo teh podatkov za evidence ARRS
- so vsi podatki v obrazcu v elektronski obliki identični podatkom v obrazcu v pisni obliki
- so z vsebino zaključnega poročila seznanjeni in se strinjajo vsi soizvajalci projekta

Podpisi:

Borut Likar	in	
podpis vodje raziskovalnega projekta		zastopnik oz. pooblaščen oseba RO

Kraj in datum:

LJ., 17.4.2011

21.4.2011

Oznaka poročila: ARRS-RPROJ-ZP-2011-1/144

¹ Zaradi spremembe klasifikacije družbeno ekonomskih ciljev je potrebno v poročilu opredeliti družbeno ekonomski cilj po novi klasifikaciji. [Nazaj](#)

² Samo za aplikativne projekte. [Nazaj](#)

³ Napišite kratko vsebinsko poročilo, kjer boste predstavili raziskovalno hipotezo in opis raziskovanja. Navedite ključne ugotovitve, znanstvena spoznanja ter rezultate in učinke raziskovalnega projekta. Največ 18.000 znakov vključno s presledki (približno tri strani, velikosti pisave 11). [Nazaj](#)

⁴ Realizacija raziskovalne hipoteze. Največ 3.000 znakov vključno s presledki (približno pol strani, velikosti pisave 11). [Nazaj](#)

⁵ V primeru bistvenih odstopanj in sprememb od predvidenega programa raziskovalnega projekta, kot je bil zapisan v predlogu raziskovalnega projekta oziroma v primeru sprememb, povečanja ali zmanjšanja sestave projektne skupine v zadnjem letu izvajanja projekta (obrazložitev). V primeru, da sprememb ni bilo, to navedite. Največ 6.000 znakov vključno s presledki (približno ena stran, velikosti pisave 11). [Nazaj](#)

⁶ Navedite največ pet najpomembnejših znanstvenih rezultatov projektne skupine, ki so nastali v času trajanja projekta v okviru raziskovalnega projekta, ki je predmet poročanja. Za vsak rezultat navedite naslov v slovenskem in angleškem jeziku (največ 150 znakov vključno s presledki), rezultat opišite (največ 600 znakov vključno s presledki) v slovenskem in angleškem jeziku, navedite, kje je objavljen (največ 500 znakov vključno s presledki), izberite ustrezno šifro tipa objave po Tipologiji dokumentov/del za vodenje bibliografij v sistemu COBISS ter napišite ustrezno COBISS.SI-ID številko bibliografske enote. Navedeni rezultati bodo objavljeni na spletni strani <http://sicris.izum.si/>.

PRIMER (v slovenskem jeziku):

Naslov: Regulacija delovanja beta-2 integrinskih receptorjev s katepsinom X;

Opis: Cisteinske proteaze imajo pomembno vlogo pri nastanku in napredovanju raka. Zadnje študije kažejo njihovo povezanost s procesi celičnega signaliziranja in imunskega odziva. V tem znanstvenem članku smo prvi dokazali... (največ 600 znakov vključno s presledki)

Objavljeno v: OBERMAJER, N., PREMZL, A., ZAVAŠNIK-BERGANT, T., TURK, B., KOS, J.. Carboxypeptidase cathepsin X mediates $\beta 2$ - integrin dependent adhesion of differentiated U-937 cells. Exp. Cell Res., 2006, 312, 2515-2527, JCR IF (2005): 4.148

Tipologija: 1.01 - Izvirni znanstveni članek

COBISS.SI-ID: 1920113 [Nazaj](#)

⁷ Navedite največ pet najpomembnejših družbeno-ekonomsko relevantnih rezultatov projektne skupine, ki so nastali v času trajanja projekta v okviru raziskovalnega projekta, ki je predmet poročanja. Za vsak rezultat navedite naslov (največ 150 znakov vključno s presledki), rezultat opišite (največ 600 znakov vključno s presledki), izberite ustrezen rezultat, ki je v Šifrantu raziskovalnih rezultatov in učinkov (Glej: <http://www.arrs.gov.si/sl/gradivo/sifranti/sif-razisk-rezult.asp>), navedite, kje je rezultat objavljen (največ 500 znakov vključno s presledki), izberite ustrezno šifro tipa objave po Tipologiji dokumentov/del za vodenje bibliografij v sistemu COBISS ter napišite ustrezno COBISS.SI-ID številko bibliografske enote.

Navedeni rezultati bodo objavljeni na spletni strani <http://sicris.izum.si/>. [Nazaj](#)

⁸ Navedite rezultate raziskovalnega projekta v primeru, da katerega od rezultatov ni mogoče navesti v točkah 6 in 7 (npr. ker se ga v sistemu COBISS ne vodi). Največ 2.000 znakov vključno s presledki. [Nazaj](#)

⁹ Pomen raziskovalnih rezultatov za razvoj znanosti in za razvoj Slovenije bo objavljen na spletni strani: <http://sicris.izum.si/> za posamezen projekt, ki je predmet poročanja. [Nazaj](#)

¹⁰ Največ 4.000 znakov vključno s presledki [Nazaj](#)

¹¹ Največ 4.000 znakov vključno s presledki [Nazaj](#)

¹² Rubrike izpolnite/prepišite skladno z obrazcem "Izjava sofinancerja" (<http://www.arrs.gov.si/sl/progproj/rproj/gradivo/>), ki ga mora izpolniti sofinancer. Podpisan obrazec "Izjava sofinancerja" pridobi in hrani nosilna raziskovalna organizacija – izvajalka projekta. [Nazaj](#)

Obrazec: ARRS-RPROJ-ZP/2011-1 v1.01
13-56-1C-72-E2-86-67-53-86-88-74-CF-90-9B-16-F5-F3-0A-BE-F9

REFERENČNI MODEL INOVIRANJA

zaključno poročilo o rezultatih raziskovalnega projekta

nosilec: izr.prof.dr. Borut Likar, MBA

sodelavci:

mag.Peter Fatur, Marko Ropret, prof.dr.Denis Trček
izr.prof.dr.Mirko Markič, prof.dr.Cene Bavec

Univerza na Primorskem, Fakulteta za management Koper
Univerza v Ljubljani, Fakulteta za računalništvo in informatiko

ARRS J5-0425

20.4.2011

Kazalo	2
Struktura poročila	7
1. Uvod	8
1.1 Cilji raziskave	8
1.2 Metodologija	8
1.2.1 Raziskava na podatkih SURS.....	8
1.2.2 Raziskava na temelju anketnega vprašalnika	9
2. Raziskava na temelju podatkov SURS	11
2.1 Metodologija	11
2.1.1 Uvod.....	11
2.1.2 Razvoj inovacijske matrike	13
2.1.3 1. faza analize: Celoten vzorec	15
2.1.4 2. faza analize: Podvzorec velikih in srednjih podjetij.....	15
2.2 Analiza celotnega vzorca.....	15
2.2.1 Opredelitev inovacijskih skupin	15
2.2.2 Primerjava demografskih značilnosti skupin	16
2.2.3 Povezanost inovacijske in poslovne uspešnosti	17
2.2.4 Obseg in produktivnost inovacijskih vlaganj	19
2.2.5 Vplivi organizacijskih dejavnikov na prihodke od inoviranja.....	20
2.3 Podvzorec velikih in srednjih podjetij.....	22
2.3.1 Opis vzorca	22
2.3.2 Heterogenost populacije in upravičenost delitve podjetij v panožne skupine	23
2.4 Stroški za inovacijsko dejavnost – obseg in struktura	23
2.4.1 Predelovalni sektor	26
2.4.2 Storitveni sektor	30
2.5 Delež inovacijskih stroškov v prihodkih od inovacij	33
2.6 Gospodarski rezultati inoviranja	36
2.6.1 Predelovalni sektor	36
2.6.2 Storitveni sektor	37
2.7 Razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati.....	40

	iki na inovacijske rezultate	41
	41
2.8.2	Storitveni sektor	42
2.9	Omejitve raziskave	43
2.10	Rezultati in diskusija	43
2.10.1	Splošne ugotovitve.....	43
2.10.2	Celoten vzorec podjetij	44
2.10.3	Podvzorec velikih in srednjih podjetij	47
3.	Raziskava na temelju anketnega vprašalnika	55
3.1	Uvod.....	55
3.2	Metodologija	55
3.2.1	Pridobivanje in priprava podatkov (faza 0)	55
3.2.2	Analize na celotnem vzorcu (faza 1)	56
3.2.3	Analize na podvzorcih predelovalnih in storitvenih podjetij (fazi 2 in 3)	56
3.3	Pridobivanje in priprava podatkov (faza 0)	57
3.3.1	Metodologija pridobivanja podatkov	57
3.3.2	Metodologija priprave podatkov	57
3.3.3	Rezultati pridobivanja podatkov.....	58
3.3.4	Rezultati: priprava podatkov	60
3.4	Analize na celotnem vzorcu (faza 1)	67
3.4.1	Metodologija opredelitve inovacijskih skupin.....	67
3.4.2	Rezultati analiz na celotnem vzorcu	68
3.5	Analize na podvzorcih predelovalnih in storitvenih podjetij (fazi 2 in 3).....	70
3.5.1	Metodologija analize stanja (faza2).....	71
3.5.2	Metodologija identifikacije vplivnih dejavnikov (faza 3).....	71
3.5.3	Rezultati faze 2: analiza stanja v predelovalnih podjetjih.....	72
3.5.4	Rezultati faze 2: analiza stanja v storitvenih podjetjih	73
3.5.5	Rezultati faze 2: primerjalna analiza med sektorjema.....	74
3.5.6	Rezultati faze 3: regresijske analize na podvzorcu predelovalnih podjetij	78
3.5.7	Rezultati faze 3: regresijske analize na podvzorcu storitvenih podjetij.....	83
3.6	Omejitve raziskave	89
3.7	Rezultati in diskusija	89
3.7.1	Splošne ugotovitve.....	90
3.7.2	Ugotovitve v predelovalnem sektorju.....	94


	ktorju	96
4.	Referenčni model inoviranja	99
4.1	Referenčni model za predelovalna podjetja	99
4.1.1	Inovacijski dejavniki	99
4.1.2	Inovacijski rezultati	102
4.1.3	Neposredni poslovni rezultati	103
4.2	Referenčni model za storitvena podjetja.....	105
4.2.1	Inovacijski dejavniki	105
4.2.2	Inovacijski rezultati	108
4.2.3	Neposredni poslovni rezultati	110
4.3	Referenčni model za NTP.....	111
4.3.1	Opis skupine	111
4.3.2	Inovacijski dejavniki	112
4.3.3	Inovacijski rezultati	113
4.3.4	Gospodarski rezultati inoviranja.....	113
4.4	Referenčni model za VTP	115
4.4.1	Opis skupine	115
4.4.2	Inovacijski dejavniki	115
4.4.3	Inovacijski rezultati	116
4.4.4	Gospodarski rezultati inoviranja.....	117
4.5	Referenčni model za SNVZ.....	118
4.5.1	Opis skupine	118
4.5.2	Inovacijski dejavniki	118
4.5.3	Inovacijski rezultati	121
4.5.4	Gospodarski rezultati inoviranja.....	121
4.6	Referenčni model za SVVZ	122
4.6.1	Opis skupine	122
4.6.2	Inovacijski dejavniki	122
4.6.3	Inovacijski rezultati	123
4.6.4	Gospodarski rezultati inoviranja.....	124
5.	Povzetek rezultatov.....	125
5.1	Vsa podjetja	125
5.2	Srednja in velika podjetja.....	125

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

.....	126
.....	126
5.3.2 Storitveni sektor - inovativna podjetja.....	126
5.4 Rezultati podrobnejše panožne delitve	127
6. Viri in literatura	128
7. Priloge	130
7.1 Priloga 1: Seznam vključenih spremenljivk z viri.....	130
7.2 Priloga 2: Povezava med spremenljivkama RII oz. RMI in organizacijskimi spremenljivkami (celoten vzorec, vse panoge)	138
7.3 Priloga 3: Povezava med spremenljivkama RII oz. RMI in organizacijskimi spremenljivkami (celoten vzorec, predelovalna podjetja)	142
7.4 Priloga 4: Povezava med spremenljivkama RII oz. RMI in organizacijskimi spremenljivkami (celoten vzorec, storitvena podjetja)	146
7.5 Priloga 5: Kategorizacija panog	150
7.6 Priloga 6: Stroški za inovacijsko dejavnost.....	152
7.7 Priloga 7: Razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati, NTP 153	
7.8 Priloga 8: Razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati, VTP 155	
7.9 Priloga 9: Razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati, SNVZ 157	
7.10 Priloga 10: Razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati, SVVZ 159	
7.11 Priloga 11: Test razlik za upravičenost delitve podjetij v panožne skupine.....	161
7.11.1 Predelovalna podjetja	161
7.11.2 Storitvena podjetja	169
7.12 Priloga 12: Regresijski modeli	176
7.12.1 Nizko in srednje-nizko tehnološki predelovalci, RII	176
7.12.2 Nizko in srednje-nizko tehnološki predelovalci, RMI	178
7.12.3 Visoko in srednje-visoko tehnološki predelovalci, RII.....	180
7.12.4 Visoko in srednje-visoko tehnološki predelovalci, RMI.....	182
7.12.5 Storitve z nižjo vsebnostjo znanja, RII	184
7.12.6 Storitve z nižjo vsebnostjo znanja, RMI.....	186
7.12.7 Storitve z visoko vsebnostjo znanja, RII	188
7.12.8 Storitve z visoko vsebnostjo znanja, RMI	189

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

	na turistični sektor in varnost informacijskih sistemov ...	191
	ost informacijskih sistemov	191
7.13.2	Apliciranje raziskave na turistični sektor.....	192
7.14	Priloga 14: Pojmovnik	195
7.15	Priloga 15: Vprašalnik	197
7.16	Priloga 16: Izpisi analiz.....	198
7.16.1	Opisne statistike spremenljivk, ki niso bili del osnovnih analiz	198
7.16.2	Povezanost spremenljivk, ki niso bile del osnovnih analiz, s posrednimi rezultati (predelovalni sektor)	201
7.16.3	Povezanost spremenljivk, ki niso bile del osnovnih analiz, z neposrednimi rezultati (predelovalni sektor)	203
7.16.4	Povezanost spremenljivk, ki niso bili del osnovnih analiz, s posrednimi rezultati (storitveni sektor).....	205
7.16.5	Povezanost spremenljivk, ki niso bili del osnovnih analiz, z neposrednimi rezultati (storitveni sektor).....	207



PDF Complete

*Your complimentary use period has ended.
Thank you for using PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Uvodno poglavje kratko prikazuje cilje in metodologijo celotnega projekta, sledi prikaz obeh parcialnih raziskav (Raziskava na temelju podatkov SURS - pogl.2 in Raziskava na temelju anketnega vprašalnika - pogl.3 s sledečo strukturo: metodologija, analiza, rezultati, diskusija). Povzetek znanstvenih rezultatov vsake od raziskav so prikazani v poglavjih 2.10 in 3.7 (**priporočamo bralcu z željo po podrobnejšem razumevanju**). Na podlagi skupnih rezultatov je izdelan Referenčni model inoviranja (pogl.4), ki je **namenjen prvenstveno podjetjem in nosilcem inovacijske politike**. Ta obravnava ločeno predelovalni in storitveni sektor, v nadaljevanju pa vsakega dodatno ločimo glede na dosežen tehnološki nivo (predelovalci) oz. glede na nivo znanja (storitveniki). Skladno s to delitvijo sledi skupen povzetek rezultatov obeh raziskav (**priporočamo bralcu z željo po pridobitvi osnovne informacije o rezultatih** - pogl5).

Na koncu so navedeni viri in literatura ter priloge.

1.1 Cilji raziskave

Namen raziskave je znanstvena analiza inovacijskih procesov v slovenskem gospodarstvu, v velikih in srednjih podjetjih. Znanstveni pomen se izkazuje v holističnem konceptu obravnave sodobnih dejavnikov inovativnosti, razvitem predvsem na podlagi analize slovenskih podjetij. Rezultat dela je znanstvene in aplikativne narave. Znanstveni doprinos se izkazuje v metodologiji celovite obravnave inovacijskih dejavnikov in s tem povezanimi znanstvenimi spoznanji, pomembnimi tudi v mednarodnem merilu. Gre za obsežen in strukturiran nabor vplivnih dejavnikov, ki vodijo do inovacijskih rezultatov in posledično izboljšane poslovne rezultata.

Neposredne raziskovalne rezultate smo nadgradili z uporabniškim modulom, t.i. "Referenčnim modelom inoviranja", ki predstavlja dodano uporabno vrednost za podjetja. Večplastni model bo služil podjetjem za izboljšanje lastne gospodarske učinkovitosti. Če bodo stanje v svojem podjetju primerjali s konkretnimi vrednostmi iz najboljših podjetij, bodo svojo inovacijsko strategijo in cilje lažje določali in sprotno spremljali svoj napredek. Poleg navedenega so rezultati relevantni in pomembni tudi za pristojne državne ustanove, ki s sistemskimi ukrepi, izhajajočimi iz raziskave, lahko pripomorejo k izboljšanju stanja. Verjamemo, da projekt predstavlja originalen pristop k razvoju inovativnosti kot znanosti in k dvigu inovativnosti ter posledično gospodarske učinkovitosti gospodarstva.

Projekt smo zasnovali v obliki dveh parcialnih, a komplementarnih in medsebojno usklajenih raziskav. Prva (raziskava na podatkih SURS) temelji na nacionalnih podatkih SURS, ki imajo veliko težo predvsem zaradi vključenosti večine slovenskih podjetij in mednarodno standardizirane metodologije raziskave. Vendar ta ne obravnava inovativnosti dovolj celovito v vsebinskem smislu. Zato smo jo dopolnili z lastno raziskavo v naključnem vzorcu podjetij, ki vsebinsko dopolnjuje prvo. Iz več razlogov smo se odločili za ločeni kvantitativni analizi, rezultate obeh pa na koncu smiselno združili. Zato v nadaljevanju prikažemo vsako od raziskav ter povzetke skupnih rezultatov.

Poleg predstavljenega jedra projekta smo dodatno uporabili podatke za dve zanimivi analizi, ki interdisciplinarno obravnavata področje inoviranja v povezavi z drugima temama. Prva je povezana z varnostjo informacijskih sistemov, druga pa s turističnim sektorjem. Rezultati obeh so bili že delno publicirani oz. so v fazi recenzije v revijah z IF. Isto velja za raziskovalne rezultate celotnega projekta.

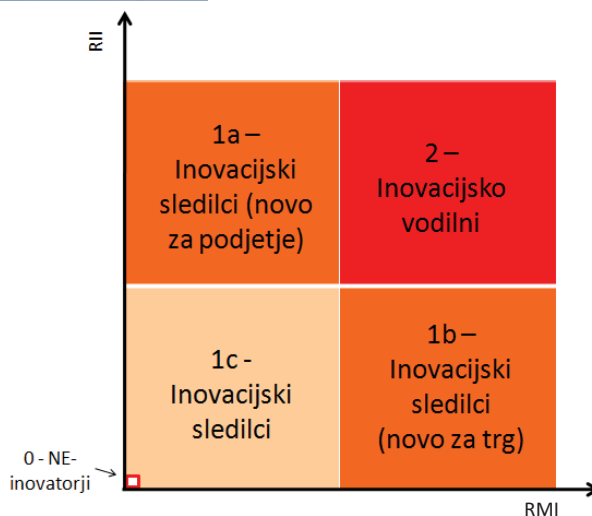
1.2 Metodologija

1.2.1 Raziskava na podatkih SURS

Namen je raziskati povezave med inovacijskimi vložki in uspešnostjo podjetja pri doseganju inovacijskih in poslovnih rezultatov, postaviti metodologijo za vrednotenje inovacijskih sistemov v podjetjih in definirati profile podjetij, ki so različno uspešna pri doseganju inovacijskih rezultatov. Raziskava temelji na primarnih podatkih periodičnega statističnega raziskovanja Inovacijske dejavnosti v predelovalni dejavnosti in izbranih storitvenih dejavnostih, dopoljenih s podatki iz drugih nacionalnih baz (SURS, AJPES...).

Temeljni spremenljivki, s katerima smo opredelili (finančno) merljive neposredne rezultate inovacijskega procesa, sta RII - *Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih* in RMI - *Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij*. Podjetja, ki so imela v opazovanem obdobju prihodke od inovacij ($RII > 0$), smo na osnovi višine kazalnikov RII in RMI

(Slika 1) (inovacijsko vodilni (sk.2), sledilci (sk.1 oz. 1a, 1b



Slika 1 Matrika RII/RMI

V prvi fazi raziskave smo inovacijske skupine paroma primerjali z neparametričnimi testi, da bi ugotovili, pri katerih spremenljivkah se skupine značilno razlikujejo med seboj. Primerjali smo povezanost med njihovimi inovacijskimi in poslovnimi rezultati, obseg in produktivnost njihovih inovacijskih vlaganj ter organizacijske ureditve inoviranja. Neparametrične teste smo dopolnili s Spearmanovo korelacijsko analizo med spremenljivkama RII in RMI ter ostalimi organizacijskimi spremenljivkami, da bi pridobili jasnejšo sliko glede dejavnikov, ki vplivajo na inovacijske sposobnosti.

V nadaljevanju raziskave smo se osredotočili na podvzorec velikih in srednjih podjetij, ki smo ga nadalje razdelili glede na tehnološke nivoje panog. Uvodoma smo utemeljili potrebo po delitvi podvzorca v skupine panog. V nadaljevanju smo primerjali skupine podjetij z različnimi inovacijskimi dosežki po panožnih skupinah glede na tehnološki nivo. Obravnavali smo vlaganja v inovacijsko dejavnost po obsegu in strukturi in nadaljevali z analizo produktivnosti teh vlaganj. Sledi analiza gospodarskih rezultatov inoviranja, razmerij med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati (na osnovi korelacijske analize) ter vplivnih dejavnikov na inovacijske rezultate (z regresijsko analizo).

1.2.2 Raziskava na temelju anketnega vprašalnika

Namen tega dela celotne raziskave je bila komplementarna obravnava sodobnih dejavnikov inovativnosti, ki jih SURS ne zajame, povezanih z gospodarsko uspešnostjo podjetij. Obsežno raziskavo smo razdelili v več faz, opisanih v nadaljevanju.

V preliminarni fazi smo pripravili teoretične podlage. Sistematično smo pregledali več sto bibliografskih enot (metodologija, ključni rezultati, faktor vpliva, citiranost, upoštevanje znanstvenih izhodišč in trendov,...), ki so bile osnova za izdelavo vprašalnika. Tega smo naslovili na vsa srednja in velika podjetja v Sloveniji.

Po zaključenem pridobivanju podatkov (skupno podatki 173 podjetij) smo definirali posamezne kategorije spremenljivk, potrebnih za izvedbo analiz:

- temeljni organizacijski dejavniki,
- inovacijski dejavniki,
- posredni (inovacijski) rezultati,

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Prva kategorija predstavlja organizacijske dejavnike inovativne organizacije, ki smo jih analizirali na vzorcu vseh podjetij (npr. strateški vidiki inoviranja, organizacijska kultura in klima,...). Namen te faze je bila analiza inovacijske sposobnosti podjetja. Gre za splošne organizacijske dejavnike, potrebne za vzpostavitev inovativne organizacije (npr. podpora nadrejenih, načrtno iskanje dobrih praks,..). Pri tem smo uporabili podobno metodologijo kot smo jo že opisali pri Raziskavi na podatkih SURS oz. predstavili na predhodni sliki.

V nadaljevanju smo se osredotočili na inovativna podjetja. Izkazalo se je tudi, da je glede na strukturne razlike potrebno predelovalni in storitveni sektor obravnavati ločeno. Obravnava je potekala prek indikatorjev dimenzij, definiranih na podlagi analize glavnih komponent, ki opisujejo vložke v inovacijski proces (npr. spremenljivke/dimenzije, vezane na raven tržne orientiranosti, zaščite intelektualne lastnine,...). Pri inovacijskih rezultatih pa so nas zanimali rezultati, ki so posredno rezultat inovacijske dejavnosti (npr. percepcija koristi od inovacij), a niso nujno neposredno povezani s poslovnimi rezultati podjetja. Te obravnavamo v zadnji kategoriji neposrednih rezultatov, ki zajemajo predvsem indikatorje uspešnosti poslovanja (npr. ROE, ROA, ipd.).

Na podlagi statističnih testov smo identificirali specifične predelovalnega oz. storitvenega sektorja in identificirali dejavnike, ki najbolj inovativne razlikujejo od ostalih. Na koncu pa smo prek regresije identificirali dejavnike, ki vplivajo na posredne in neposredne rezultate; proučevali pa smo tudi vplive inovacijskih na poslovne rezultate podjetij.

Rezultat je vrsta ugotovitev, strukturiranih glede na:

- vsa podjetja,
- srednja in velika podjetja,
- predelovalni in storitveni sektor (srednja in velika podjetja),
- podrobnejšo panožno delitev (srednja in velika podjetja).

2.1 Metodologija

2.1.1 Uvod

Namen projekta je raziskati povezave med inovacijskimi vložki (tako finančnimi kot organizacijskimi dejavniki) in uspešnostjo podjetja pri doseganju inovacijskih in poslovnih rezultatov, postaviti metodologijo za vrednotenje inovacijskih sistemov v podjetjih in definirati profile podjetij, ki so različno uspešna pri doseganju inovacijskih rezultatov. V ta namen smo zastavili naslednja raziskovalna vprašanja:

- Kako organizacijska ureditev inovacijskih dejavnosti vpliva na višino tržnih prihodkov od inoviranja?
- Ali je višina tržnih prihodkov od inoviranja povezana s finančnimi rezultati podjetja?
- Kakšna je povezava med višino finančnih vlaganj v inoviranje in višino tržnih prihodkov od inoviranja (produktivnost vlaganj)?

Raziskava temelji na primarnih podatkih periodičnega statističnega raziskovanja INOV-P-S, katerega namen je pridobiti podatke o inovacijski dejavnosti v predelovalni dejavnosti in izbranih storitvenih dejavnostih, in sicer podatke o številu podjetij, ki so v opazovanem obdobju (2004–2006) uvedla nov proizvod ali nov postopek ali so se z inovacijsko dejavnostjo ukvarjala, vendar dela niso dokončala ali so to dejavnost opustila ali oboje, o višini sredstev, vloženih za ta namen, o sodelovanju podjetij z drugimi podjetji, ustanovami in kupci pri razvoju inovacije itd. (SURStat informacije Ino 2004-06, december 08)

Statistično raziskovanje inovacijske dejavnosti v predelovalni dejavnosti in izbranih storitvenih dejavnostih je izvedel Statistični urad RS (SURS) v skladu z mednarodno OECD-jevo metodologijo (priročnik Oslo) in s priporočili evropskega statističnega urada (Eurostata) za peti poenoten (harmoniziran) popis inovacijske dejavnosti – CIS 2006 (Community Innovation Survey).

Podatki iz baze INOV-P-S so bili za potrebe naše raziskave dopolnjeni z matičnimi podatki podjetij iz statistične baze Poslovni subjekti, s finančnimi podatki iz bilanc stanja in izkazov uspehov iz baze AJPES-a ter podatki o strukturi zaposlenih iz Statističnega registra delovno aktivnega prebivalstva (SRDAP). Podatki o strukturi zaposlenih se nanašajo na poslovno leto 2006, finančni pa na leta med 2003 (1 leto pred pričetkom referenčnega obdobja raziskave INOV-P-S) in 2007 (1 leto po zaključku referenčnega obdobja).

Na osnovi navedenih statističnih baz smo oblikovali seznam spremenljivk, ki opisujejo inovacijske dejavnike, inovacijske in poslovne rezultate (Priloga 1: Seznam vključenih spremenljivk z viri).

V raziskovanje SURS je bilo vključenih 2946 poročevalskih enot iz Poslovnega registra podjetij. Te enote so prejele vprašalnik INOV-P-S/2006. V raziskovanje so bila vključena vsa srednje velika podjetja (torej tista, ki zaposlujejo 50–249 oseb) in vsa velika podjetja (tista, ki zaposlujejo najmanj

-49 zaposlenimi) pa so bila zastopana z vzorcem. S podatki

Enota opazovanja so podjetja, ki imajo najmanj 10 zaposlenih in so po Standardni klasifikaciji dejavnosti (SKD) uvrščena v eno izmed naslednjih dejavnosti:

- rudarstvo (10-14)
- predelovalno dejavnost (15-37)
- izbrane¹ storitvene dejavnosti:
 - o oskrba z električno energijo, plinom in vodo (40-41)
 - o posredništvo in trgovina na debelo (51)
 - o promet, skladiščenje in zveze (60-64)
 - o finančno posredništvo (65-67)
 - o obdelava podatkov in podatkovne baze (72)
 - o projektiranje in tehnično svetovanje (74.2)
 - o tehnično preizkušanje in analiziranje (74.3).

Tabela 1 prikazuje panožno strukturo obravnavanih podjetij. Predelovalnim dejavnostim pripada 56 %, storitvenim pa 44 % podjetij. Tabela 2 prikazuje velikostno strukturo podjetij glede na število zaposlenih.

Tabela 1: Panožna struktura obravnavanih podjetij

Šifra kategorije ²	Deskriptor	N	%
DA	Proizvodnja hrane, pijač, krmil in tobačnih izdelkov	181	7%
DB	Proizvodnja tekstilij, usnjenih oblačil, tekstilnih in krznenih izdelkov	68	3%
DD	Obdelava in predelava lesa, proizvodnja izdelkov iz lesa, plute, slame in protja, razen pohištva	199	8%
DE	Proizvodnja vlaknin, papirja in kartona ter izdelkov iz papirja in kartona, založništvo in tiskarstvo	98	4%
DI	Proizvodnja drugih nekovinskih mineralnih izdelkov	217	9%
DJ	Proizvodnja kovin in kovinskih izdelkov	305	12%
DK	Proizvodnja strojev in naprav	144	6%
	Ostale predelovalne dejavnosti	170	7%
E	Oskrba z električno energijo, plinom in vodo	69	3%
G	Trgovina, popravila motornih vozil in izdelkov široke porabe	432	17%
I	Promet, skladiščenje in zveze	259	10%
J	Finančno posredništvo	86	3%
K	Poslovanje z nepremičninami, najem in poslovne storitve	249	10%
	Ostalo	26	1%
	Skupaj	2503	100%

¹ Med za to raziskavo relevantnejšimi storitvenimi dejavnostmi ni vključena dejavnost Raziskave in razvoj (73). Podatke o raziskovalno-razvojni dejavnosti v Sloveniji namreč SURS zbira vsako leto s statističnim poročilom R-RD (Raziskovanje in razvoj, znanost in tehnologija).

² Šifra kategorije po SKD - Standardna klasifikacija dejavnosti, 2002

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

Tabela 2: Stevno zaposlenih

Število zaposlenih	Število podjetij
Manj kot 10	148
10 do 49	1428
50 do 250	665
Nad 250	183
Skupaj ³	2424

2.1.2 Razvoj inovacijske matrike

Temeljni spremenljivki, s katerima smo opredelili (finančno) merljive izhode inovacijskega procesa, sta RII - *Delež prihodkov⁴ od inovacij⁵ proizvodov⁶ v celotnih prihodkih* in RMI - *Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg⁷, v celotnih prihodkih od inovacij*.

Tabela 3 Temeljni izhodni spremenljivki

Oznaka	Spremenljivka	Definicija	Merska lestvica	Razpon
A_b5_a	RII - Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih	$\frac{\text{Celotni prihodki od inovacij proizvodov}^*}{\text{Celotni prihodki}} \times 100$	Metrična	0, 100
A_b5_b	RMI - Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	$\frac{\text{Prihodki od inovacij proizvodov, novih za trg}}{\text{Celotni prihodki od inovacij proizvodov}} \times 100$	Metrična	0, 100

* Proizvodov , ki so novi na trgu podjetja ali novi samo za podjetje

Podjetja, ki so imela v opazovanem obdobju kakršne koli prihodke od inovacij (RII>0), smo na osnovi višine kazalnikov RII in RMI razdelili v 4 kvadrante (Slika 1). Kot meji delitve smo postavili mediani (njuni vrednosti za vzorec inovativnih podjetij prikazuje Tabela 4), s čemer smo zagotovili enakomerno zastopanost podjetij v vseh kvadrantih. Ko v točkah, določenih z obema medianama, matriko razdelimo, dobimo 4 kvadrante (inovacijske skupine 1a, 1b, 1c in 2). Kot zadnjo skupino (skupina 0) pa smo opredelili tisto, ki v opazovanem obdobju ni imela prihodkov od inovacij (RII=RMI=0).

Kako sta povezana RII in RMI? Po izločitvi skupine neinovativnih (Skupina 0) smo na celotnem vzorcu podjetij izvedli Spearmanovo korelacijsko analizo, ki je pokazala, da med spremenljivkama ni

³ Za 79 enot ne razpolagamo s podatkom o številu zaposlenih.

⁴ Prihodki se nanašajo na leto 2006.

⁵ Upoštevane so inovacije, uvedene v obdobju med 2004 in 2006.

⁶ Pojem proizvod vključuje izdelke in storitve.

⁷ Gre za proizvode, ki jih je podjetje vpeljalo na svoj trg pred konkurenti (na drugih trgih so lahko bili že na voljo).

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

orca na razsevnem diagramu pokaže precej enakomerno
u z niskima RII in RMI. Očitno torej obstajajo podjetja z
visokimi deleži prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih in visokimi deleži prihodkov od
inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij. Taka podjetja so inovacijsko
vodilna (Skupina 0).

Preostanek vzorca so inovacijski sledilci:

Na nasprotni strani matrike (nizek RII in nizek RMI) so podjetja s skromnimi prihodki od inovacij,
hkrati pa so le-te skromnejše po vsebini (npr. inkrementalne inovacije, ki izboljšujejo obstoječi
proizvod podjetja in s tem sledijo tehnološkimi ali tržnim trendom; to skupino opredelimo kot 1c.

Tretja skupina (1a), ki ima visok RII in nizek RMI, ustvari pomemben delež svojih prihodkov s
proizvodi, uvedenimi na trg v zadnjem obdobju. Vendar pa taki proizvodi običajno delujejo kot
nadomestki za obstoječe proizvode podjetij, brez radikalnejših izboljšav.

Podjetja iz četrte skupine (1b) ustvarjajo (tudi) tržne inovacije, ki se odražajo v novih proizvodih, ki
pridejo na trg pred konkurenčnimi (nizek RII, visok RMI). Taki proizvodi običajno vključujejo višjo
stopnjo inventivnosti. Vendar pa podjetja v tej skupini z inovacijami ne uspevajo ustvariti
pomembnejšega deleža prihodkov.

Tu opozarjamo še na pogosto nejasnost razmerja med pojmom »inovativni« in »inovacijsko aktivni«.
Po Eurostatovi definiciji so »inovacijsko aktivna« podjetja, ki so (v letih med 2004 in 2006) uvedla
(vsaj eno!) inovacijo proizvoda (izdelka ali storitve) ali inovacijo postopka ALI so imela v opazovanem
obdobju nedokončano ali opuščeno inovacijsko dejavnost. Definicija torej vključuje tehnološke
inovacije, ne pa tudi organizacijskih ali trženjskih. Pojem je kljub temu očitno širši od naše definicije
»inovativnega podjetja«, ki je podjetje, ki je v letu 2006 ustvarilo prihodke od (v letih med 2004 in
2006) uvedenih inovacij proizvodov ($RII > 0$). Naša definicija ne zajame inovatorjev (internih)
postopkov in ne podjetij, ki so se sicer ukvarjala z inoviranjem, pa te dejavnosti (še) niso privedle do
novih tržnih proizvodov. »Inovacijsko aktivno« podjetje je lahko uvedlo inovacijo na trg, pa z njo (še)
ni ustvarilo prihodkov ali so ti zanemarljivo majhni, ali pa je le izvajalo inovacijske dejavnosti, ki pa
niso privedle do inovacij. Eurostatova definicija tudi očitno »favorizira« večja podjetja, kar
onemogoča primerljivost različno velikih podjetij. Ta razlog in pa neposredna (finančna) merljivost
obeh spremenljivk ter razpoložljivost obeh podatkov so glavni razlogi za našo odločitev o klasifikaciji
podjetij na osnovi spremenljivk RII in RMI.

Druga nejasnost je povezana s pojmom novosti. Za inovacijo, »novo za podjetje«, ni nujno, da je nova
tudi za poslovno okolje podjetja (za druga podjetja, za trg ipd.). Poleg tega ni pomembno, ali je
inovacijo prvotno razvilo obravnavano podjetje ali kdo drug. Proizvodi, »novi za trg podjetja«, pa so
proizvodi, ki jih je podjetje vpeljalo na svoj trg pred konkurenti (na drugih trgih so lahko bili že prej na
voljo) – torej gre lahko tudi pri teh zgolj za posnemanje konkurenčnih rešitev in uvajanje le-teh na
nove trge. Visoka vrednost RMI torej ne pomeni nujno »prebojne« inovativnosti podjetja.

⁸ SCC; Spearmanov korelacijski koeficient

V prvi fazi raziskave smo inovacijske skupine paroma primerjali z neparametričnimi testi (glede na tip podatkov smo uporabili Mann-Whitneyev, Kruskal Wallisov in Pearsonov hi kvadrat test), da bi ugotovili, pri katerih spremenljivkah se skupine značilno razlikujejo med seboj. Primerjali smo (i) povezanost med njihovimi inovacijskimi in poslovnimi rezultati (poglavje 2.2.3.), (ii) obseg in produktivnost njihovih inovacijskih vlaganj (poglavje 2.2.4) ter (iii) organizacijske ureditve inoviranja (poglavje 2.2.5.). V poglavju 2.2.5. smo neparametrične teste dopolnili s Spearmanovo korelacijsko analizo med spremenljivkama RII in RMI ter ostalimi organizacijskimi spremenljivkami, da bi pridobili jasnejšo sliko glede dejavnikov, ki vplivajo na inovacijske sposobnosti.

2.1.4 2. faza analize: Podvzorec velikih in srednjih podjetij

V nadaljevanju raziskave smo se osredotočili na podvzorec velikih in srednjih podjetij, ki smo ga nadalje razdelili glede na tehnološki nivo panoge. Uvodoma utemeljimo potrebo po delitvi podvozorca v skupine panog glede na tehnološki nivo (na podlagi analize variance). V nadaljevanju primerjamo skupine podjetij z različnimi inovacijskimi dosežki po panožnih skupinah glede na tehnološki nivo. Glede na to, da raziskava SURS zajame vsa velika in srednja podjetja iz izbranih panog, je tu možna neposredna primerjava povprečnih vrednosti izbranih spremenljivk oz. osnovnih opisnih statistik. V 2.4. poglavju obravnavamo vlaganja v inovacijsko dejavnost po obsegu in strukturi. Nadaljujemo z analizo produktivnosti teh vlaganj. Sledi analiza gospodarskih rezultatov inoviranja, razmerij med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati (na osnovi korelacijske analize) ter vplivnih dejavnikov na inovacijske rezultate (z regresijsko analizo). Prikazu rezultatov sledi diskusija.

2.2 Analiza celotnega vzorca

2.2.1 Opredelitev inovacijskih skupin

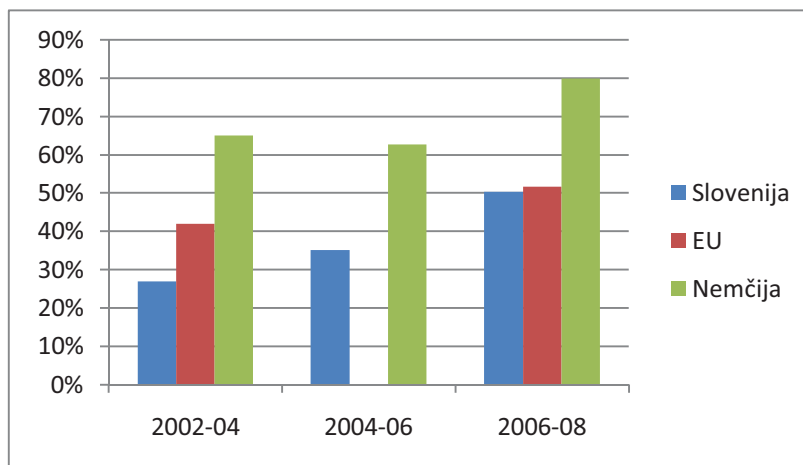
Kot smo pokazali predhodno, sta bila kriterija delitve podjetij v skupine vrednosti dveh temeljnih izhodnih kazalnikov invencijsko-inovacijskega procesa, RII in RMI. Te vrednosti so podane v tabeli (Tabela 4), ločeno za neinovativna in inovativna podjetja (ta so nadalje razdeljena še v 4 skupine).

Tabela 4 Osnovne statistike za kazalnika RII in RMI po inovacijskih skupinah

Skupina	N	% celotnega vzorca	Spremenljivka	Mediana	Povprečje
Neinovativna podjetja (0)	1790	71,5%	RII	0,00	0,00
			RMI	-	-
Inovativna podjetja skupaj (1 & 2)	713	28,5%	RII	20,00	29,31
			RMI	40,00	41,89
Inovacijski sledilci (1c)	206	8,2%	RII	10,00	9,39
			RMI	0,00	6,60
Inovacijski sledilci (1b)	195	7,8%	RII	10,00	10,59
			RMI	100,00	79,39
Inovacijski sledilci (1a)	163	6,5%	RII	48,00	52,42
			RMI	1,01	11,83

6,0%	RII	50,00	56,05
	RMI	71,43	74,48

Kot kaže Tabela 4, je inovativnih (torej takih, ki v letu 2006 beležijo prihodke od proizvodov, uvedenih v obdobju med letoma 2004 in 2006) le 28,5 % podjetij v celotnem vzorcu. SURS na podlagi iste raziskave navaja, da je inovacijsko aktivnih 35,1 % slovenskih podjetij. Kljub hitremu napredku (21,1 % v obdobju 2001-2002 (SURS 2004), 27 % v obdobju 2002-2004 (Eurostat 2007) je to še vedno le 56 % deleža, ki ga dosega Nemčija kot članica EU z najvišjim deležem (Slika 2).



Slika 2: Delež inovacijsko aktivnih podjetij v Sloveniji, v EU in v Nemčiji

2.2.2 Primerjava demografskih značilnosti skupin

Da bi spoznali, v katerih demografskih značilnostih se skupine med seboj razlikujejo, smo na parih skupin podjetij iz matrike izvedli neparametrične teste značilnosti. Skupine smo med seboj paroma primerjali in ugotavljali statistično značilne razlike med njimi glede spremenljivk, ki jih prikazuje tabela (Tabela 5).

Tabela 5 Demografske spremenljivke

Oznaka	Spremenljivka
D_00_2	Število zaposlenih
D_01_a	Delež starih do 25 let
D_01_b	Delež starih od 26 do 35 let
D_01_c	Delež starih od 36 do 45 let
D_01_d	Delež starih od 46 do 55 let
D_01_e	Delež starih nad 55 let
D_02_a	Delež žensk
D_05_k	Delež zaposlenih z višjo ali visoko šolo
D_05_m	Delež zaposlenih z magisterijem ali doktoratom
D_05_n	Delež zaposlenih z vsaj višjo šolo
D_05_s	Delež zaposlenih s tehnično izobrazbo

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

	poslovno izobrazbo
	a (€)
F_03_i	Povprečna plača na zaposlenca (€)
A_a1_0	Podjetje je del skupine podjetij
A_a2_a	Sedež v Sloveniji, EU ali tretji državi?

Najprej si oglejmo demografske razlike med vodilnimi (2) in neinovativnimi (0). Vrednost mediane spremenljivke Število zaposlenih kaže, da gre v obeh skupinah pretežno za mala podjetja. Če pa si oglejemo velikostno strukturo podjetij, pa ugotovimo, da je v skupini 2 značilno nižji delež podjetij, ki pripadajo statističnemu razredu malih podjetij (10-49 zaposlenih) in značilno višji delež velikih podjetij (>250 zaposlenih). V skupini 2 je značilno višji delež zaposlenih z višje- ali visokošolsko izobrazbo oz. magisterijem ali doktoratom. Prav tako podjetja v skupini 2 dosegajo značilno višje stroške dela in povprečno plačo na zaposlenega, kar je verjetno povezano s predhodno ugotovitvijo o višji izobrazbeni strukturi.

Podjetja iz skupine 2 v značilno večjem deležu pripadajo pravni obliki skupine podjetij (holding) in v značilno večji meri tržijo svoje izdelke na izvoznih trgih in manj znotraj države.

Katere pa so demografske razlike med vodilnimi (2) in sledilci (1)? V splošnem so podjetja skupine 2 značilno manjša od podjetij skupine 1 (imajo manj zaposlenih) in zaposlujejo mlajšo delovno silo. Če pogledamo podrobneje, je v skupini 2 značilno višji delež najmanjših podjetij (10-19 zaposlenih), v skupini 1 pa delež srednjih (50-249 zaposlenih) in velikih podjetij (>250 zaposlenih).

V skupini 2 je značilno višji delež najmlajših zaposlencev (26-35 let), v skupini 1 pa delež starejših (46-55 let in nad 55 let). Ob tem se skupina 1c od skupine 2 značilno razlikuje še v manjšem deležu zaposlenih z visokošolsko izobrazbo in posledično tudi v nižjih stroških dela.

2.2.3 Povezanost inovacijske in poslovne uspešnosti

V 2.2. poglavju smo prikazali razdelitev inovativnih podjetij v 4 skupine na osnovi spremenljivk RII in RMI. Podjetja, uvrščena v različne skupine, se torej medsebojno ločujejo vsaj glede obsega in strukture inovacijskih prihodkov, torej neposrednih tržnih rezultatov inoviranja. Vendar pa razlike v prihodkih od inoviranja ne pomenijo nujno tudi razlik v poslovni uspešnosti podjetij. Prav tako na osnovi prihodkov od inoviranja ne moremo sklepati na organiziranost inovacijskih sistemov v podjetjih.

Oglejmo si zato, ali med skupinami obstajajo razlike glede poslovne uspešnosti. V ta namen bomo z Mann-Whitney rank sum testom primerjali temeljne kazalnike uspešnosti poslovanja pri skupinah 0, 1 (a, b, c) in 2. Podrobno testiranje je pokazalo, da med skupinami sledilcev (1a, 1b in 1c) ni pomembnejših razlik glede demografskih značilnosti, niti glede poslovne uspešnosti. Zaradi poenostavitve bomo zato v okviru primerjave poslovne uspešnosti in demografskih značilnosti vse tri skupine sledilcev obravnavali kot homogeno skupino (1). Skupino vodilnih (2) bomo potemtakem primerjali s skupinama neinovativnih (0) in sledilcev kot celote (1).

Tabela 6 prikazuje vrednosti median za kazalnike uspešnosti poslovanja in značilne razlike v medianah med podjetji iz skupine vodilnih (2) in skupine neinovativnih (0) ter med podjetji skupine

njih dveh stolpcih so v krepkem tisku izpisane statistično
h, ko je sig. nižja od 0,05, se mediani značilno razlikujeta).

Tabela 6 Primerjava median za kazalnike uspešnosti poslovanja, po skupinah

Oznaka	Spremenljivka	Vrednost mediane			Mann-Whitney test; Asymp. Sig. (2-tailed)	
		Sk. 0	Sk. 1	Sk. 2	0 vs. 2	1 vs. 2
F_03_a	Gospodarnost poslovanja	1,02	1,02	1,02	0,67	0,90
F_03_b	Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS)	0,02	0,03	0,04	0,02	0,28
F_03_c	Kosmata dobičkovnost skupnih prihodkov	0,03	0,03	0,04	0,04	0,29
F_03_d	Skupni prihodki na zaposlenca (€)	82.183	85.601	81.794	0,90	0,41
F_03_e	Čisti dobiček na zaposlenca (€)	1906	2439	3079	0,17	0,53
F_03_f	Kosmati dobiček na zaposlenca (€)	2332	2905	3490	0,25	0,55
F_03_g	Dobiček iz poslovanja na zaposlenca (€)	2963	3168	3976	0,37	0,57
F_03_h	Stroški dela na zaposlenca (€)	17.690	18.396	18.884	0,01	0,20
F_03_i	Povprečna plača na zaposlenca (€)	12.613	12.962	13.345	0,02	0,19
F_03_j	Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	0,10	0,10	0,14	0,01	0,00
F_03_k	Čista dobičkovnost sredstev (ROA)	0,03	0,04	0,05	0,04	0,17
F_03_m	Proizvodnost sredstev (Sales-to- Assets)	1,33	1,27	1,26	0,21	0,66
F_03_n	Kosmata dobičkovnost kapitala (ROEBT)	0,13	0,12	0,17	0,02	0,00
F_04_d	Rast čistih prihodkov 07/06 (%)	3,63	3,60	3,84	0,06	0,01
F_04_e	Povprečna rast čistih prihodkov (%)	9,62	9,06	12,81	0,01	0,00

Kot vidimo iz tabele (Tabela 6), se skupini 1 in 2 značilno razlikujeta glede dobičkovnosti kapitala ROE (vloženi kapital ustvarja lastnikom v skupini 2 za 1,4-krat višji kosmati dobiček in za 1,4-krat višji čisti dobiček). Prav tako so prihodki skupine 2 med letoma 2006 in 2007 pri skupini 2 rasli po 1,07-krat višji stopnji, povprečni prihodki v letih od 2003 do 2007 pa po 1,41-krat višji stopnji.

Podobna so razmerja med skupinama 0 in 2; tu dodatno prihaja do statistično značilnih razlik tudi pri dobičkovnosti prihodkov (ROS) in sredstev (ROA). Podjetja iz skupine 2 izplačujejo tudi za 6 odstotkov višje plače kot podjetja iz skupine 0.

Omeniti velja še (statistično neznačilno) razliko v kategoriji čistega dobička na zaposlenega, ki je v skupini 1 za 28 % višji kot v skupini 0, v skupini 2 pa za 26 % višji kot v skupini 1. Čisti dobiček na zaposlenega v skupini 2 tako za 62 % presega le-tega v skupini 0. Podobna razmerja kažeta tudi kategoriji kosmatega dobička na zaposlenega in dobička iz poslovanja na zaposlenega.

Na osnovi gornjih ugotovitev lahko sklepamo, da podjetja skupine 2, ki v primerjavi s skupinama 0 in 1 uspešneje inovirajo (dosegajo višje vrednosti RII in/ali RMI), dosega tudi večjo uspešnost poslovanja, merjeno s kazalniki poslovnih rezultatov. Uspešnost poslovanja, merjena kot ROE, je v skupini inovacijsko vodilnih za 40 % višja kot pri sledilcih in neinovativnih. Pri tem lahko višje

posredni rezultat inoviranja, višje vrednosti kazalnikov rezultat inoviranja (na katerega poleg inoviranja vplivajo tudi drugi dejavniki).

2.2.4 Obseg in produktivnost inovacijskih vlaganj

Kolikšne deleže denarnih sredstev vlagajo podjetja iz posamezne skupine v inoviranje in kako učinkovito ta sredstva pretvarjajo v prihodke od inovacij? Da bi odgovorili na ti vprašanji, bomo skupino sledilcev (1) ponovno obravnavali razdeljeno v tri podskupine (1a, 1b in 1c).

Podjetje tipa 1a se lahko uvrsti v kategorijo vodilnih (2) tako, da poveča RMI, tipa 1b tako, da poveča RII, tipa 1c pa tako, da poveča oboje, RII in RMI. Zaradi enostavnosti obravnave predpostavimo, da je možno sočasno povečati le enega od obeh koeficientov, torej da pot iz podskupine 1c v skupino 2 vodi bodisi preko 1b ali preko 1a.

Kot smo pokazali v predhodnih poglavjih, sta tako skupina 1b kot 1a glede doseženih rezultatov manj uspešni od skupine 2:

- Dosegata nižje vrednosti RII (skupina 1b) oz. RMI (skupina 1a);
- Dosegata nižje vrednosti nekaterih kazalnikov uspešnosti poslovanja.
- Ob tem pa sta obe skupini uspešnejši od (neinovativne) skupine 0. Njun vmesni položaj ju torej uvršča med sledilce.

Izvedli bomo dve statistični analizi. Z Mann-Whitneyevim testom bomo ugotovili, v katerih spremenljivkah se skupini 1b in 1a značilno razlikujeta od skupine 2 in med seboj (relativno merilo inovativnosti). Primerjava s skupino neinovatorjev (0) ni smiselna, saj ti praviloma nimajo (vsaj nekaterih kategorij) inovacijskih stroškov. Nato bomo ugotovili, katere spremenljivke vplivajo na rast RII oz RMI (absolutno merilo inovativnosti). Na osnovi obeh analiz bomo oblikovali inovacijska profila podjetij iz obeh skupin.

Učinkovitost pretvorbe vloženih sredstev v prihodke od inovacij – produktivnost inovacijskih vlaganj – bomo izrazili s spremenljivko CRIT (delež inovacijskih stroškov v celotnih prihodkih od inovacij). Ta je recipročna vrednost produktivnosti inovacijskih vlaganj; recipročnost omogoča njen izračun tudi za podjetja, ki so v obravnavanem obdobju sicer imela prihodke od inovacij (to velja za vsa podjetja skupin 1 in 2), a niso imela inovacijskih stroškov. Zaradi lažje predstave navajamo tudi razmerje $1/CRIT$, ki pove, koliko evrov prihodkov ustvarimo z enim evrom vlaganj v inoviranje.

Tabela 7 prikazuje mediane spremenljivk inovacijskih stroškov in produktivnosti inovacijskih vlaganj za skupine 1a, 1b in 2. Statistično značilne povezave so prikazane v krepkem tisku.

Tabela 7 Primerjava srednjih vrednosti spremenljivk inovacijskih stroškov in produktivnosti inovacijskih vlaganj, po skupinah

Oznaka	Spremenljivka	Vrednost mediane	Mann-Whitney test; Asymp. Sig. (2-tailed)

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		Sk. 1a	Sk. 1b	Sk. 2	1a vs. 2	1b vs. 2	1a vs. 1b
A_e2_i	Inovacijski stroški skupaj / Čisti prihodki od prodaje	0,023	0,017	0,033	0,048	0,001	0,205
A_e2_v	Inovacijski stroški skupaj / Št. zaposlenih (€)	1920	1391	2623	0,059	0,001	0,269
A_x1_b	CRIT Delež inovacijskih stroškov v celotnih prihodkih od inovacij	0,051	0,178	0,072	0,112	0,000	0,000
-	<i>1/CRIT</i>	<i>19,6</i>	<i>5,6</i>	<i>13,9</i>	<i>0,112</i>	<i>0,000</i>	<i>0,000</i>

Primerjava skupin **1a in 2** v tabeli (Tabela 7) kaže, da podjetja iz skupine 2 vlagajo v inoviranje značilno višja sredstva kot podjetja iz skupine 1a (inovacijski stroški kot delež prihodkov od prodaje so v skupini 2 1,4-krat višji).

Kar zadeva skupini **1b in 2**; podjetja iz skupine 2 vlagajo v inoviranje višja sredstva kot v skupini 1b (inovacijski stroški so v skupini 2 višji za 1,9-krat tako glede na število zaposlenih kot glede na prihodke od prodaje). Produktivnost inovacijskih vlaganj je pri skupini 2 značilno višja kot v skupini 1b. Podjetja skupine 2 iz vsakega evra, vloženega v inoviranje, uspejo v povprečju iztržiti 14 evrov (=1/CRIT) ali skoraj 2,5-krat več kot v skupini 1b.

Skupini **1a in 1b** pa se ne razlikujeta glede stroškov, pač pa glede produktivnosti inovacijskih vlaganj. Ta je pri skupini 1a 3,5-krat višja kot v skupini 1b. To je mogoče pojasniti s tem, da ob podobnih vloženih sredstvih skupina 1a ustvarja v povprečju višje prihodke od inoviranja (RII).

Kakšni **politiki inovacijskih vlaganj** morata torej izbrati podjetji iz skupin inovacijskih sledilcev (1a oz. 1b), da bi dosegli vodilnost (2)? Podjetje iz skupine 1a mora za povečanje RMI in s tem za prehod v skupino 2 povečati vlaganja v inoviranje; v povprečju za faktor 1,4 (ob nespremenjeni učinkovitosti izrabe teh sredstev).

Podjetje iz skupine 1b pa mora za povečanje RII in s tem prehod v skupino 2 zagotoviti sočasno povečanje vlaganj in povišanje učinkovitosti njihove izrabe. Zato je v tem primeru lahko smiseln prehod preko vmesne stopnje (1a). Prehod iz skupine 1b v 1a ne bo terjal povišanja vloženih denarnih sredstev, pač pa bistveno povečanje učinkovitosti izrabe obstoječih sredstev (v povprečju za faktor 3,5). Naslednji korak, prehod iz skupine 1a v skupino 2, pa bo terjal, da podjetje bistveno intenzivira vlaganja (ob vsaj nespremenjeni učinkovitosti njihove izrabe).

2.2.5 Vplivi organizacijskih dejavnikov na prihodke od inoviranja

V poglavju 2.2.4 smo pokazali, da lahko na izboljšanje inovacijskih sposobnosti vplivamo s povečanjem vlaganj v inoviranje in/ali s povečanjem učinkovitosti pretvorbe teh vlaganj v inovacijske

streznost organizacije inovacijskih procesov. Kako torej na inovacijskega sistema v podjetju?

Kot smo pokazali v predhodnih poglavjih, so si skupine inovacijskih sledilcev in vodij med seboj značilno različne glede poslovne uspešnosti, višine inovacijskih vlaganj in produktivnosti le-teh. Poleg tega pa se razlikujejo tudi glede vrednosti spremenljivk RII in RMI, kar sta bila osnovna kriterija za delitev v skupine. V odsotnosti drugih statistično značilnih razlik je očitno, da sta prav RII in RMI ena bistvenih ločnic med skupinama 1b in 1a. Torej lahko na osnovi primerjave RII oz. RMI z ostalimi obravnavanimi organizacijskimi spremenljivkami sklepamo na značilnosti inovacijskih sistemov posameznih skupin podjetij 1b in 1a. Zato si oglejmo, za katere organizacijske spremenljivke obstaja statistično značilna povezanost s spremenljivkama RII in za katere z RMI. V ta namen smo izvedli Spearmanovo korelacijsko analizo med spremenljivkama RII in RMI ter ostalimi organizacijskimi spremenljivkami (Priloga 2: Povezava med spremenljivkama RII oz. RMI in organizacijskimi spremenljivkami (celoten vzorec, vse panoge)).

Pozitivna povezava s spremenljivko RII je bila ugotovljena za naslednje organizacijske spremenljivke (navajamo le tiste spremenljivke, kjer povezanost logično ne izhaja že iz same narave spremenljivke (RII npr. močno korelira s spremenljivko A_e1_1 Podjetje je izvajalo notranje RR, a je povezava med spremenljivkama logično pričakovana)):

1. Visoka korelacija s spremenljivko Nivo tehnološke inovativnosti (tj. uvedbo novih proizvodov ali procesov) (A_x0_d; $SCC=0.87$; $sig=0$). Zmerna korelacija s spremenljivko Nivo organizacijske inovativnosti (tj. uvedbo organizacijskih inovacij) (A_x0_e; $SCC=0.48$; $sig=0$).
2. Zmerna korelacija z intenzivnostjo inovacijskega sodelovanja z drugimi organizacijami. Podjetja z visokim RII sodelujejo zlasti s kupci (A_f3_c; $SCC=0.27$; $sig=0$), manj z drugimi partnerji (podjetji, univerzami, raziskovalnimi instituti ali svetovalci). Partnerje za sodelovanje podjetja nekoliko pogosteje najdejo v tujini (A_f3_j; $SCC=0.31$; $sig=0$) kot v Sloveniji (A_f3_h; $SCC=0.21$; $sig=0$).
3. Visoka korelacija s skupnimi inovacijskimi stroški kot deležem prihodkov od prodaje (A_e2_j; $SCC=0.75$; $sig=0$) in stroški notranjih RR kot deležem prihodkov od prodaje (A_e2_a; $SCC=0.69$; $sig=0$). Nižja korelacija s stroški pridobivanja zunanjih znanj (stroški zunanjih RR kot deležem prihodkov od prodaje) (A_e2_b; $SCC=0.41$; $sig=0$). Za pokritje inovacijskih stroškov so podjetja z visokim RII v večji meri prejela nacionalna (A_e3_2; $SCC=0.37$; $sig=0$) in evropska sredstva (A_e3_3; $SCC=0.26$; $sig=0$) kot sredstva iz lokalnih skupnosti (A_e3_1; $SCC=0.15$; $sig=0$).
4. Zmerna korelacija z inovacijsko učinkovitostjo (produktivnostjo inovacijskih stroškov pri ustvarjanju inovacijskih prihodkov) (A_x1b; $SCC=0.32$; $sig=0$).
5. Zmerna korelacija z deležem najvišje izobraženih zaposlenih (zaposlenih z magisterijem ali doktoratom) (D_05_m; $SCC=0.25$; $sig=0$).

RII izkazuje le nizko korelacijo s številom zaposlenih (D_00_2; $SCC=0.21$; $sig=0$); očitno ima velikost podjetja (merjena s številom zaposlenih) le malo vpliva na inovacijsko sposobnost. RII ni povezan s spremenljivkami poslovnih rezultatov podjetja.

V nadaljevanju smo želeli preveriti še povezavo med spremenljivko RMI in opazovanimi organizacijskimi spremenljivkami. Presenetljivo se je izkazalo, da takih korelacij ni zaznati. Podrobna analiza te ugotovitve na nivoju posameznih panog je pokazala, da so te korelacije po panogah zelo

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

nljivkama RII oz. RMI in organizacijskimi spremenljivkama
r Priloga 4: Povezava med spremenljivkama RII oz. RMI in

organizacijskimi spremenljivkama (celoten vzorec, storitvena podjetja) prikazujeta korelacije za predelovalna oz. storitvena podjetja, medtem ko, zaradi prostorskih omejitev, korelacij na nivoju posameznih panog ne prikazujemo). To je vzrok, da na nivoju celotnega vzorca korelacij ni zaznati. Očitno so za dvig RMI v različnih okoliščinah potrebni različni vzvodi. To je tudi eden od povodov za delitev vzorca na panožne skupine, ki jo bomo pokazali v 2. fazi raziskave.

2.3 Podvzorec velikih in srednjih podjetij

2.3.1 Opis vzorca

Vzorec za potrebe te raziskave obsega 862 velikih in srednjih podjetij. V primeru velikih in srednjih podjetij gre za popis in ne za vzorčenje; v raziskavo zajete (vse predelovalne in izbrane storitvene) panoge štejejo 1004 velika in srednja podjetja, stopnja odgovora za velika in srednja podjetja je torej znašala 86 %. Zato je tu možna neposredna primerjava povprečij oz. so vse ugotovljene razlike med skupinami "signifikantne".

Vzorec smo razdelili v podvzorca predelovalnih in storitvenih podjetij, v nadaljnjih analizah pa še na po 2 podvzorca glede na tehnološki nivo panoge (Priloga 5: Kategorizacija panog). Poimenovanja panožnih skupin in velikosti posameznih podvzorcev so podane spodaj (Tabela 8).

Tabela 8 Velikosti vzorcev

Velikosti vzorcev	Skupaj	0	1	2
Celotni vzorec	862	486	324	52
Predelovalna podjetja	624	304	273	47
Nizko in srednje-nizko tehnološki predelovalci (NTP)	442	235	178	29
Visoko in srednje-visoko tehnološki predelovalci (VTP)	182	69	95	18
Storitvena podjetja	238	182	51	5
Storitve z nižjo vsebnostjo znanja (SNVZ)	178	148	26	4
Storitve z visoko vsebnostjo znanja (SVVZ)	60	34	25	1

V vsakem od podvzorcev smo podjetja glede na lego v matriki spremenljivk RII in RMI (Slika 1) uvrstili v kategorije 0 - neinovativna (RII=0), 2 – inovacijsko vodilna (RII>40, RMI>20) in 1 - inovacijski sledilci.

Glede velikosti podvzorcev izrazito odstopa skupina inovacijsko vodilnih storitev, ki zajema le 5 enot in je zato v večini analiz ne bomo mogli upoštevati.

Neinovativnih (brez prihodkov od inovacij, uvedenih v obdobju 2004-2006) je kar 56 % podjetij, od tega med predelovalnimi slaba polovica, med storitvenimi pa več kot tri četrtine (Tabela 9). Le 6 % vseh podjetij se uvršča v kategorijo inovacijsko vodilnih, od tega med predelovalnimi 7,5 %, med storitvenimi pa le 2,1 %. V kategoriji SNVZ je delež inovativnih podjetij trikrat nižji kot v kategoriji SVVZ.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

	0	1	2
Celotni vzorec	56,4%	37,6%	6,0%
Predelovalna podjetja	48,7%	43,8%	7,5%
Nizko in srednje-nizko tehnološki predelovalci (NTP)	53,2%	40,3%	6,6%
Visoko in srednje-visoko tehnološki predelovalci (VTP)	37,9%	52,2%	9,9%
Storitvena podjetja	76,5%	21,4%	2,1%
Storitve z nižjo vsebnostjo znanja (SNVZ)	83,1%	14,6%	2,2%
Storitve z visoko vsebnostjo znanja (SVVZ)	56,7%	41,7%	1,7%

2.3.2 Heterogenost populacije in upravičenost delitve podjetij v panožne skupine

Da bi ugotovili, ali je mogoče vzorec obravnavanih podjetij obravnavati kot celoto oz. potrdili, da so strukturne razlike med skupinami podjetij tako velike, da narekujejo ločeno obravnavo, smo izvedli analizo variance. Primerjali smo obe skupini panog, ločeno za predelovalna in storitvena podjetja, in sicer za 80 spremenljivk inovacijskih dejavnikov, inovacijskih in poslovnih rezultatov, ki so bile smiselno izbrane iz nabora vseh razpoložljivih spremenljivk (Priloga 1: Seznam vključenih spremenljivk z viri).

Od 80 spremenljivk se skupini NTP in VTP značilno razlikujeta pri 39:

- Od 42 spremenljivk inovacijskih dejavnikov se značilno razlikujeta pri 22.
- Od 13 spremenljivk inovacijskih rezultatov se značilno razlikujeta pri 10.
- Od 25 spremenljivk poslovnih rezultatov se značilno razlikujeta pri 7.

Od 80 spremenljivk se skupini SNVZ in SVVZ značilno razlikujeta pri 34:

- Od 42 spremenljivk inovacijskih dejavnikov se značilno razlikujeta pri 21.
- Od 13 spremenljivk inovacijskih rezultatov se značilno razlikujeta pri 10.
- Od 25 spremenljivk poslovnih rezultatov se značilno razlikujeta pri 3.

Rezultati analize variance torej narekujejo ločeno obravnavo panožnih skupin.

2.4 Stroški za inovacijsko dejavnost – obseg in struktura

Inovacijski stroški kot delež prihodkov od prodaje so kategorija, ki je (na nivoju podjetja) analogna kategoriji Vlaganja v RR kot delež BDP⁹ (na nivoju nacionalnih gospodarstev), kar je eden od temeljnih kazalnikov Lizbonske strategije in tudi strategije Evropa 2020. Zato jim bomo posvetili posebno pozornost.

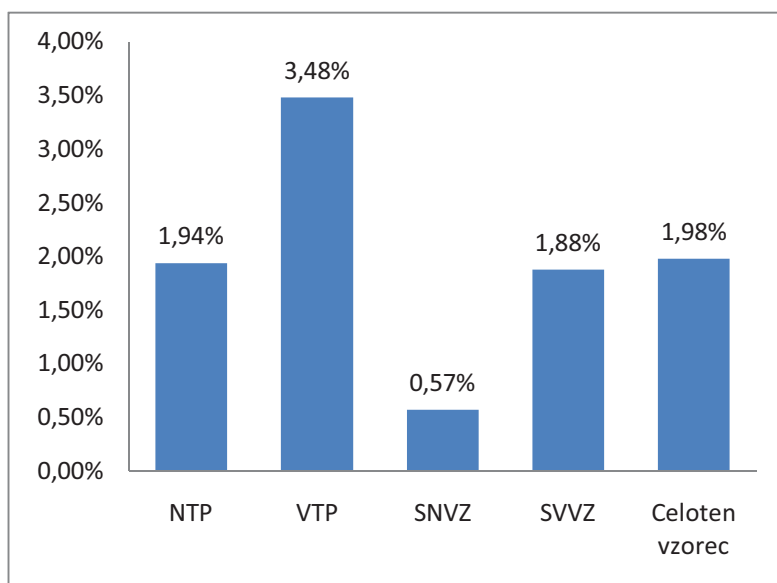
⁹ Bruto domači proizvod (BDP) je eno od meril velikosti gospodarstva. Nacionalni BDP je definiran kot tržna vrednost vseh končnih izdelkov in storitev, proizvedenih v državi v nekem časovnem obdobju. V tem smislu je analogen celotnim prihodkom od prodaje podjetja v nekem časovnem obdobju.

prikazane spodaj (Tabela 10), podrobnejši opis vsebine pa (raziskovalna dejavnost).

Tabela 10 Obravnavane kategorije stroškov

Oznaka	Spremenljivka	Pomožna oznaka
A_e2_a	Stroški notranjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	NotRR
A_e2_b	Stroški zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	ZunRR
A_e2_c	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme / Čisti prihodki od prodaje 2006	Stroj
A_e2_d	Stroški pridobitev drugega zunanjega znanja / Čisti prihodki od prodaje 2006	ZunZn
A_e2_e	Delna vsota stroškov (a+b+c+d) / Čisti prihodki od prodaje 2006	-
A_e2_f	Stroški usposabljanja / Čisti prihodki od prodaje 2006	Uspos
A_e2_g	Stroški uvajanja inovacij na trg / Čisti prihodki od prodaje 2006	Trg
A_e2_h	Stroški drugih priprav / Čisti prihodki od prodaje 2006	Drugo
A_e2_i	Stroški skupaj / Čisti prihodki od prodaje 2006	-
A_e2_j	Stroški notranjih + zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	-

Zajeta podjetja v inoviranje vlagajo v povprečju 1,98 % svojih prihodkov od prodaje¹⁰. Če si ogledamo stroške po panožnih skupinah (Slika 3), vidimo, da podjetja iz skupine VTP v inoviranje vlagajo največ, 3,48 % prihodkov od prodaje, sledijo jim, s podobnima deležema, NTP (1,94 %) in SVVZ (1,88 %), medtem ko najnižji delež vlaganj beležijo SNVZ (0,57 %).



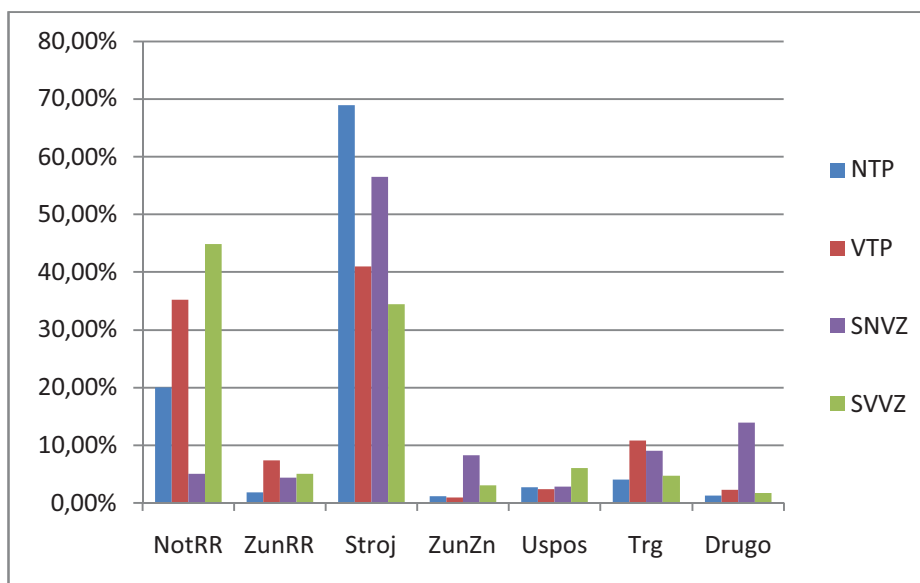
Slika 3 Celotni inovacijski stroški po panožnih skupinah

Kar zadeva strukturo vlaganj v inoviranje, pri NTP prevladujejo vlaganja v stroje in opremo, medtem ko so pri VTP vlaganja v stroje in opremo po obsegu uravnotežena z vlaganji v RR (notranji in zunanji). Precej višji delež kot NTP vlagajo VTP tudi v trg (Slika 4).

¹⁰ Vsi podatki se nanašajo na leto 2006.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

so vlaganja v stroje in opremo nižja kot pri predelovalcih. Podjetja iz drugih sektora sredstev vložijo v RR. V SNVZ zneski za RR doseguje komaj desetino vseh sredstev, pomembnejši od teh so vložki v trg in zlasti v stroje in opremo.



Slika 4 Struktura vlaganj po panožnih skupinah

Če posamezne kategorije stroškov vsebinsko smiselno združimo¹¹, se jasneje razkrije struktura vlaganj v inoviranje (Tabela 11, Slika 5). Z napredovanjem po »inovacijski lestvici« narašča delež vlaganj v ustvarjanje intelektualne lastnine (IL) in v trženje inovacij, upada pa delež tehnoloških vlaganj. Pri vodilnih je v primerjavi s sledilci vlaganje v ustvarjanje intelektualne lastnine višje za polovico (indeks 1,48), v trženje inovacij za dvakrat (indeks 2,27), nižji pa je delež tehnoloških vlaganj (indeks 0,84).

Tabela 11 Struktura vlaganj po inovacijskih skupinah

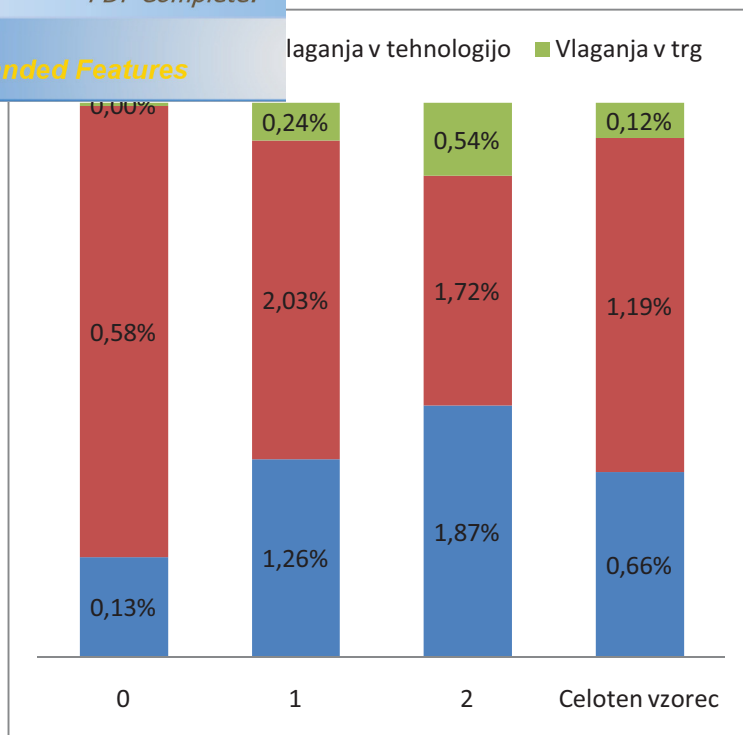
	0	1	2	Celoten vzorec
Vlaganja v intelektualno lastnino	0,13%	1,26%	1,87%	0,66%
Vlaganja v tehnologijo	0,58%	2,03%	1,72%	1,19%
Vlaganja v trg	0,00%	0,24%	0,54%	0,12%
Skupaj	0,71%	3,53%	4,13%	1,98%

¹¹ Vlaganja v IL = NotRR + ZunRR + ZunZn + Uspos

Vlaganja v tehnologijo = Stroj + Drugo

Vlaganja v trg = Trg

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features



Slika 5 Struktura vlaganj po inovacijskih skupinah

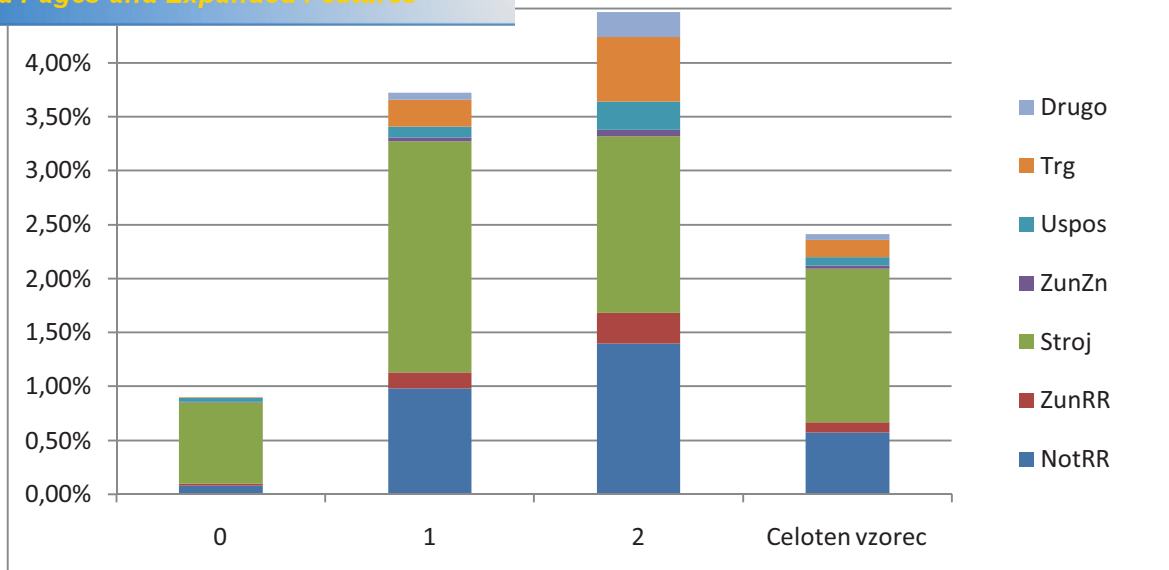
V nadaljevanju si bomo ogledali podrobnejšo delitev inovacijskih stroškov po panožnih skupinah. Primerjali bomo povprečja (aritmetične sredine) posameznih stroškovnih kategorij, najprej za celotne sektorje (predelovalna, storitvena podjetja), potem pa še za panožne skupine, in sicer za vse tri kategorije inovativnosti (neinovativna podjetja (0), sledilci (1) in vodilni (2)). Ker je v raziskavo zajeta celotna populacija velikih in srednjih podjetij, bodo povprečja vzorca identična povprečjem populacije.

2.4.1 Predelovalni sektor

V povprečju predelovalna podjetja v inoviranje vlagajo 2,30 % svojih prihodkov od prodaje. Podjetja iz skupine 0 v inoviranje vlagajo manj kot 1 % prihodkov od prodaje, preostali skupini pa 3,7 oz. 4,5 %. Višja inovacijska vlaganja torej sovpadajo z višjimi inovacijskimi rezultati (višjima vrednostma RII in RMI).

Po obsegu prevladujejo vlaganja v nakup strojev in opreme, potrebne za ustvarjanje inovacij, ki presegajo polovico vseh v inoviranje vloženi sredstev. Slabo tretjino sredstev podjetja vložijo v RR, preostanek pa pretežno v usposabljanje in trženje inovacij. Struktura vlaganj se med skupinami različno inovativnih podjetij razlikuje; več o tem v nadaljevanju.

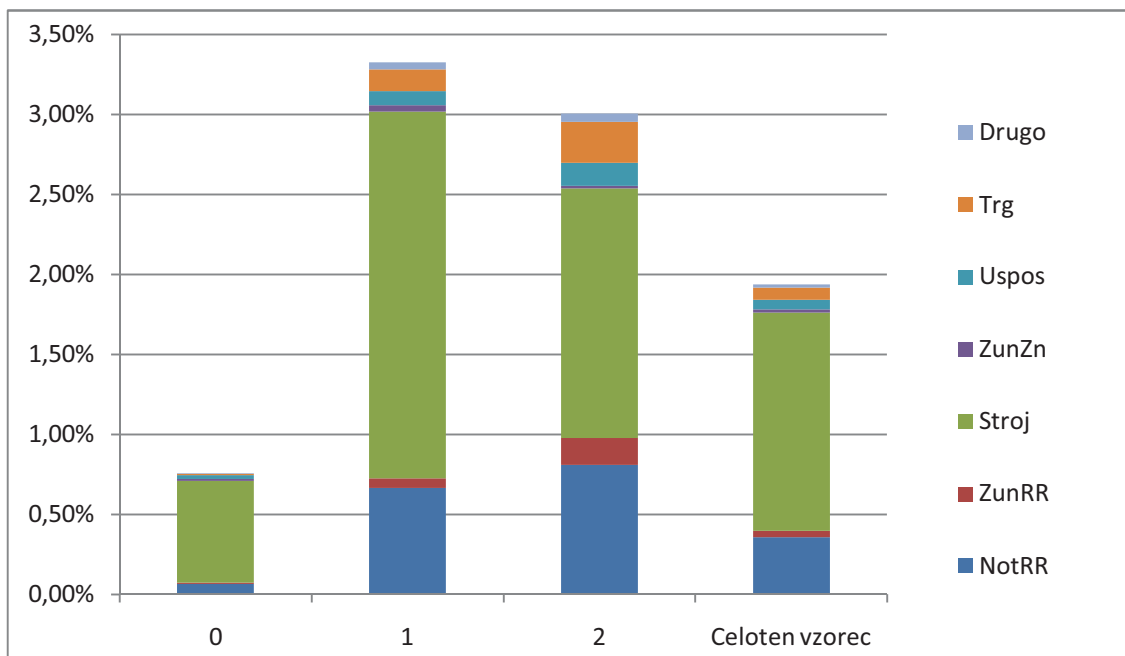
[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)



Slika 6 Struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, predelovalni sektor

2.4.1.1 Nizko in srednje-nizko tehnološka predelovalna podjetja

Podjetja iz te panožne skupine v inoviranje vlagajo v povprečju 1,94 % svojih prihodkov od prodaje. Skupini inovativnih podjetij vlagata primerljive zneske, nekoliko nad 3 %, neinovativna podjetja pa pod 1 %.

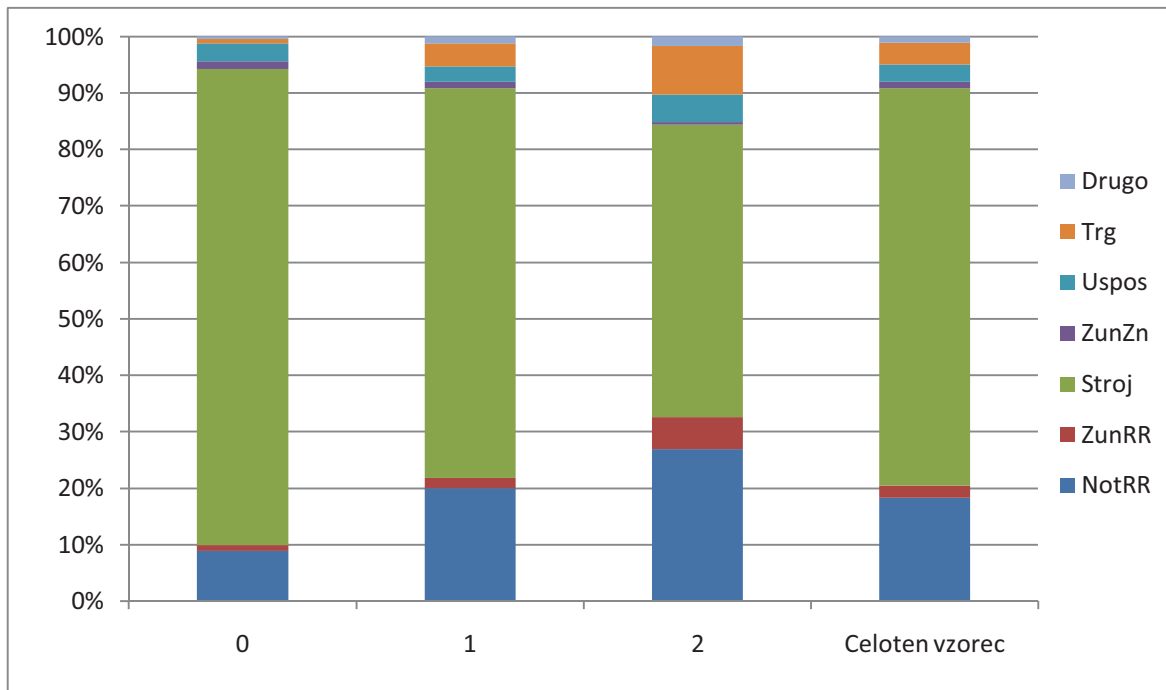


Slika 7 Struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, NTP

Zanimiva je struktura teh stroškov. Neinovativna podjetja svoja skromna inovacijska vlaganja skoraj v celoti usmerjajo v nakup strojev in opreme, potrebne za ustvarjanje inovacij. Tudi pri srednje inovativnih podjetjih so vlaganja v tehnološko opremo višja kot pri inovacijsko vodilnih. Pač pa

agajo v RR (notranji in zunanji), v usposabljanje in v trženje

Če primerjamo relativno strukturo stroškov (vsi stroški tvorijo 100 %), je slika še jasnejša. Z rastjo inovativnosti upada relativni delež (glede na celotne inovacijske stroške) vlaganj v stroje in opremo, narašča pa delež vlaganj v RR (notranji in zunanji), v usposabljanje in v trženje inovacij.

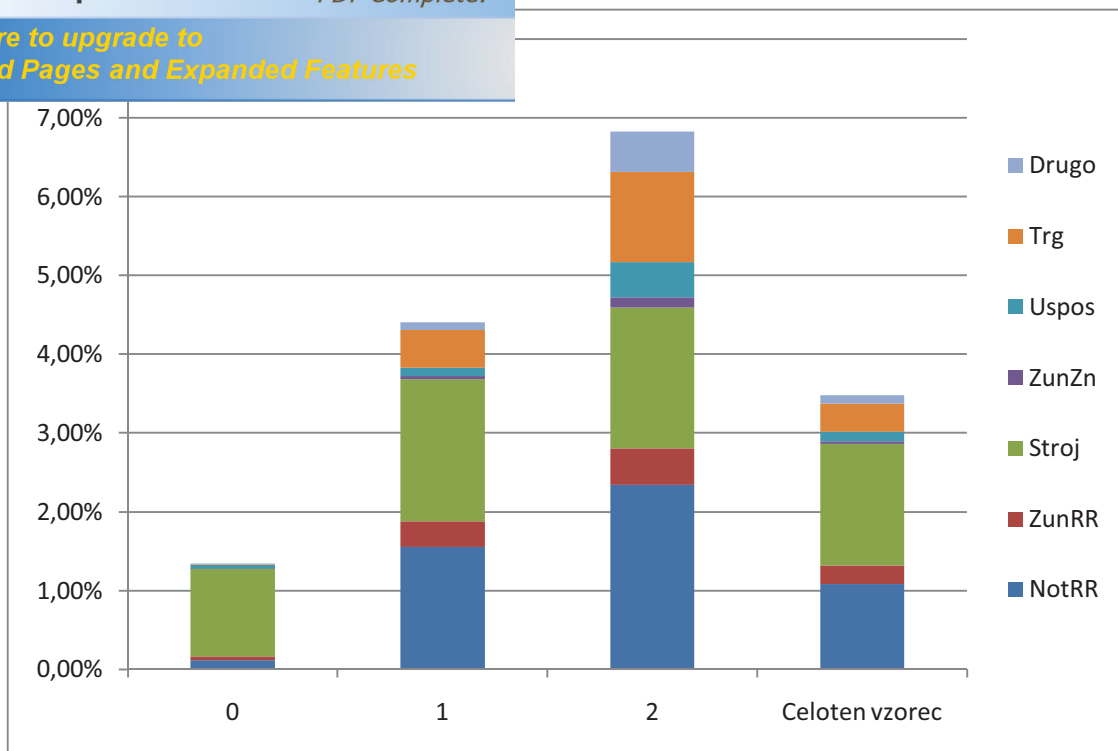


Slika 8 Relativna struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, NTP

2.4.1.2 Visoko in srednje-visoko tehnološka predelovalna podjetja

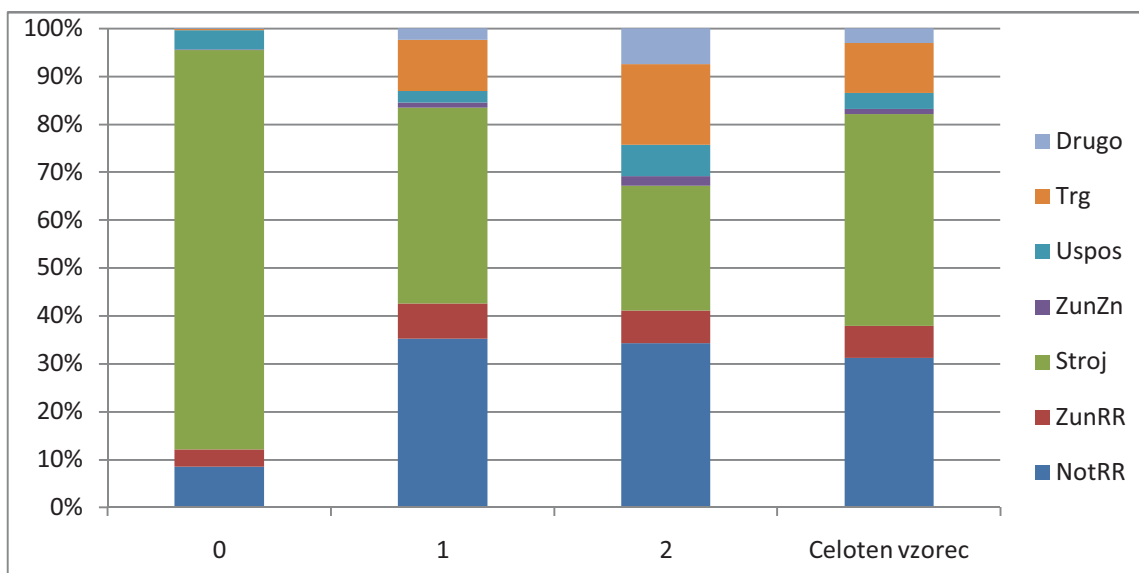
Podjetja iz te panožne skupine v inoviranje vlagajo v povprečju 3,48 % svojih prihodkov od prodaje. Skupina inovacijsko vodilnih podjetij vlaga skoraj 7 % prihodkov, skupina srednje inovativnih ca. 4,5 %, skupina neinovativnih podjetij pa nekoliko več kot odstotek.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)



Slika 9 Struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, VTP

Primerjava relativne strukture stroškov tudi v tej panožni skupini kaže, da z rastjo inovativnosti upada relativni delež (glede na celotne inovacijske stroške) vlaganj v stroje in opremo, narašča pa delež vlaganj v usposabljanje in v trženje inovacij. Delež vlaganj v RR (notranji in zunanji) je v obeh inovativnih skupinah podoben, a precej višji kot pri neinovativnih. Najinovativnejši v primerjavi z inovacijskimi sledilci več vlagajo v usposabljanje in v trženje inovacij, a manj v stroje in opremo.

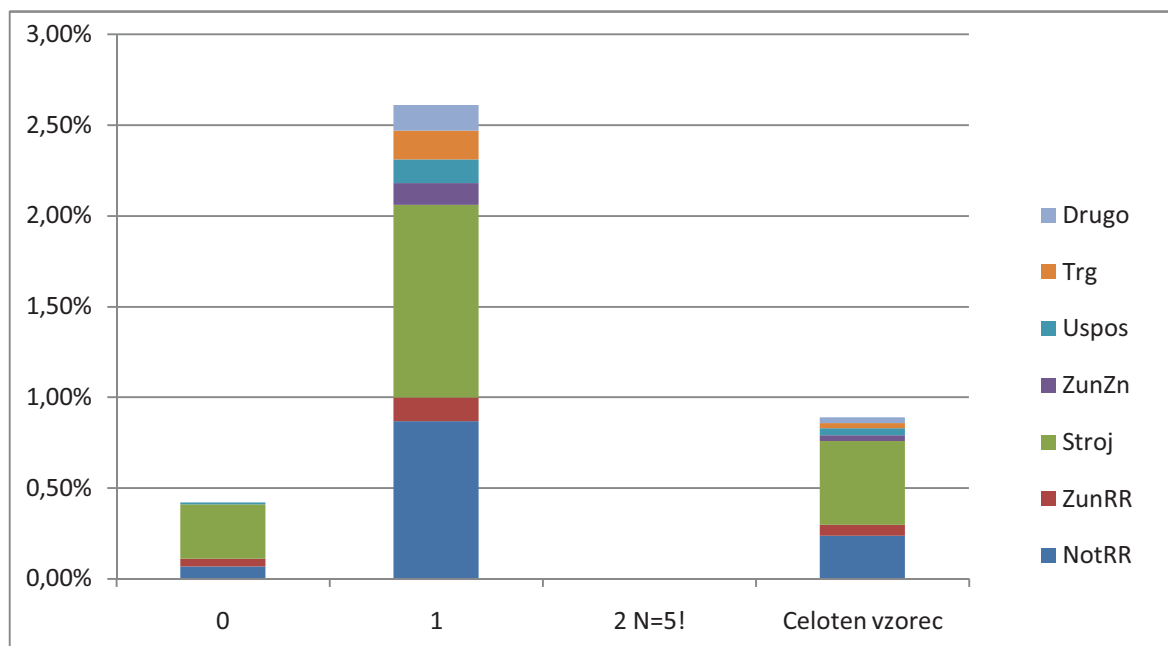


Slika 10 Relativna struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, VTP

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

v povprečju storitvena podjetja v inoviranje vlagajo 0,9 % svojih prihodkov od prodaje. Podjetja iz skupine 0 v inoviranje vlagajo 0,4 % prihodkov od prodaje, iz skupine inovacijskih sledilcev pa 2,6 %. Višja inovacijska vlaganja torej sovpadajo z višjimi inovacijskimi rezultati (višjima vrednostma RII in RMI). Inovacijsko vodilnih podjetij zaradi prenizkega vzorca ne moremo obravnavati.

Po obsegu, podobno kot v primeru predelovalcev, prevladujejo vlaganja v nakup strojev in opreme, potrebne za ustvarjanje inovacij, ki znašajo polovico vseh v inoviranje vloženi sredstev. Tretjino sredstev podjetja vložijo v RR, preostanek pa sorazmerno v ostale z inoviranjem povezane aktivnosti. Struktura vlaganj se med skupinami različno inovativnih podjetij razlikuje; več o tem v nadaljevanju.

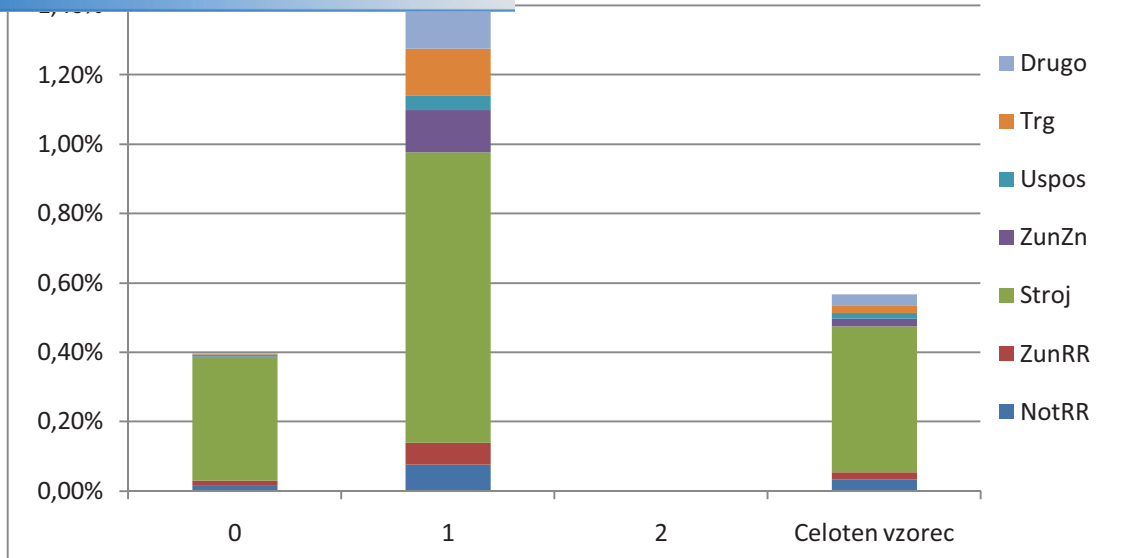


Slika 11 Struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, storitveni sektor

2.4.2.1 Storitvena podjetja z nižjo vsebnostjo znanja

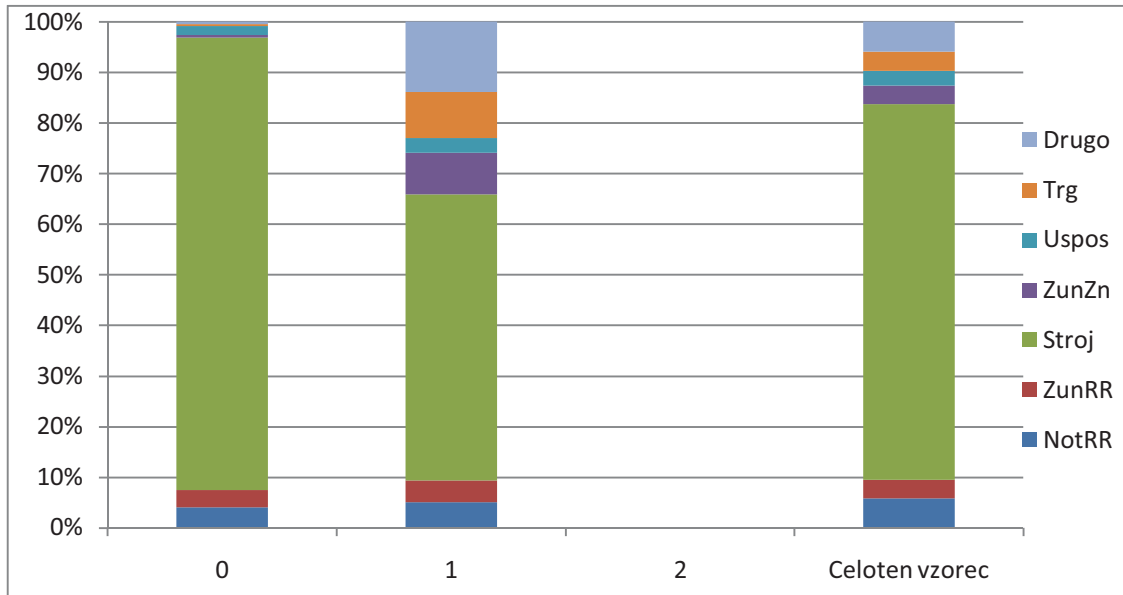
Podjetja iz te panožne skupine v inoviranje vlagajo v povprečju 0,6 % svojih prihodkov od prodaje. Skupina inovativnih podjetij vlagaja 1,5 %, neinovativna podjetja pa 0,4 %.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)



Slika 12 Struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, SNVZ

Neinovativna podjetja svoja skromna inovacijska vlaganja skoraj v celoti usmerjajo v nakup strojev in opreme, potrebne za ustvarjanje inovacij. Pri inovacijskih sledilcih vlaganja v tehnološko opremo še vedno obsegajo več kot polovico vseh vlaganj, vlaganja v RR (le!) desetino, preostanek pa je razporejen med vlaganja v trženje inovacij, pridobitev zunanjih znanj in kategorijo »Drugo«.

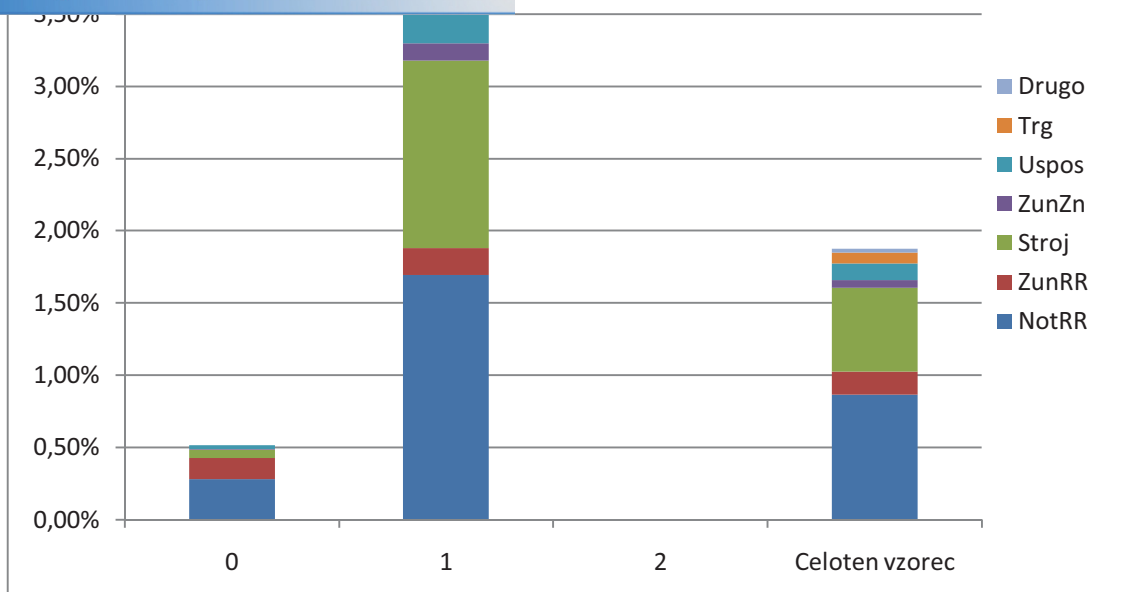


Slika 13 Relativna struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, SNVZ

2.4.2.2 Storitvena podjetja z visoko vsebnostjo znanja

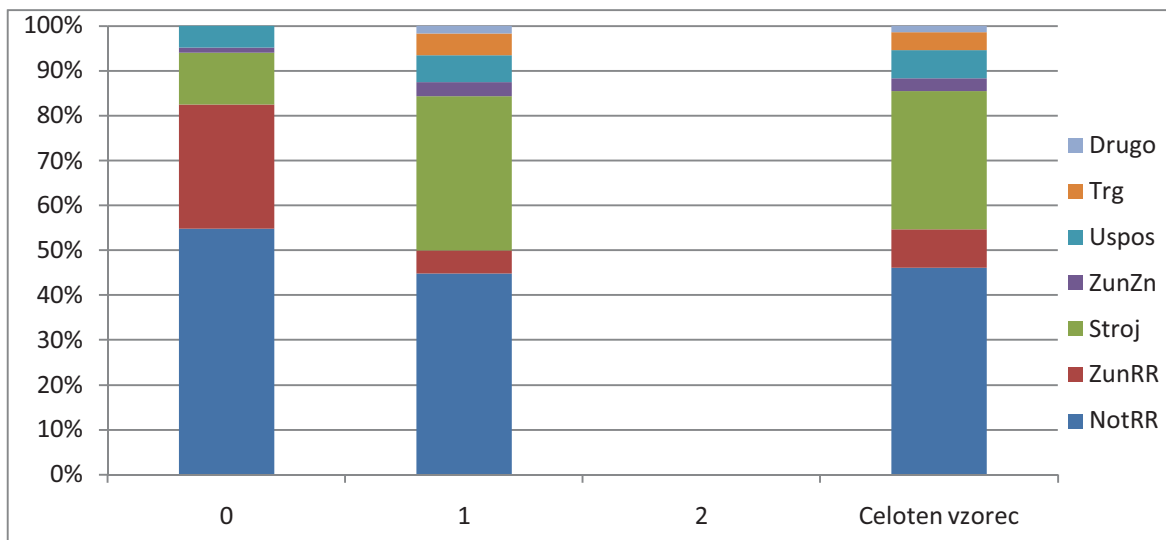
Podjetja iz te panožne skupine v inoviranje vlagajo v povprečju 1,9 % svojih prihodkov od prodaje. Skupina inovacijskih sledilcev vlaga 3,8 % prihodkov, skupina neinovativnih podjetij pa 0,5 %.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)



Slika 14 Struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, SVVZ

Primerjava relativne strukture stroškov kaže bistveno drugačna razmerja kot pri SNVZ. Podjetja več kot polovico sredstev vložijo v RR in manj kot tretjino v stroje in opremo. Preostale 4 kategorije stroškov obsegajo 15 % vseh vlaganj. Visoka relativna vlaganja v RR (notranji in zunanji) kažejo zlasti podjetja iz neinovativne skupine (preko 80 %). V absolutnem znesku so seveda vlaganja neinovativne skupine vendarle zelo nizka.



Slika 15 Relativna struktura vlaganj po inovacijskih skupinah, SVVZ

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Stroškov v prihodkih od inovacij

Inovacijskih stroškov v prihodkih od inovacij (CRIT) meri učinkovitost pretvorbe inovacijskih stroškov v inovacijske prihodke. Nižja vrednost CRIT pomeni večjo učinkovitost. Tabela 12 prikazuje osnovne statistike spremenljivke CRIT ter razmerje med ustvarjenimi evri prihodkov na vsak vloženi evro (stolpec €/€), po skupinah.

V skupini inovacijskih sledilcev (1) znašajo inovacijski stroški (tj. CRIT) dobro polovico (58 %) prihodkov od inovacij. Podjetje torej z enim v inoviranje vloženim evrom v povprečju ustvari 1,7 evra prihodkov. V skupini inovacijsko vodilnih (2) pa znašajo inovacijski stroški približno desetino (9 %) prihodkov od inovacij. Podjetje z enim v inoviranje vloženim evrom v povprečju ustvari 11 evrov prihodkov. Inovacijsko vodilna podjetja torej v inoviranje vlagajo večje relativne deleže (kot smo pokazali v poglavju 2.4), hkrati pa ta vlaganja tudi učinkoviteje pretvarjajo v prihodke (nizek CRIT). Oboje pa soustvarja visok delež inovacijskih prihodkov (RII) pri vodilnih.

Tabela 12 Delež inovacijskih stroškov v prihodkih od inovacij (CRIT) ter razmerje med ustvarjenimi evri prihodkov na vsak vloženi evro (1/CRIT (povprečje)) po skupinah

	Sledilci (1)					Vodilni (2)					Obe skupini				
	Povprečje	Mediana	N	St.Dev.	1/CRIT	Povprečje	Mediana	N	St.Dev.	1/CRIT	Povprečje	Mediana	N	St.Dev.	1/CRIT
Celoten vzorec	58%	13%	321	175%	1,7	9%	4%	52	10%	11,1	51%	12%	373	163%	2,0
NTP	62%	12%	175	216%	1,6	7%	4%	29	9%	14,3	54%	9%	204	201%	1,9
VTP	53%	14%	95	111%	1,9	13%	11%	18	11%	7,7	47%	13%	113	103%	2,1
SNVZ	46%	9%	26	87%	2,2	2%	2%	4	2%	50,0	40%	3%	30	82%	2,5
SVVZ	59%	17%	25	109%	1,7						57%	16%	26	107%	1,8

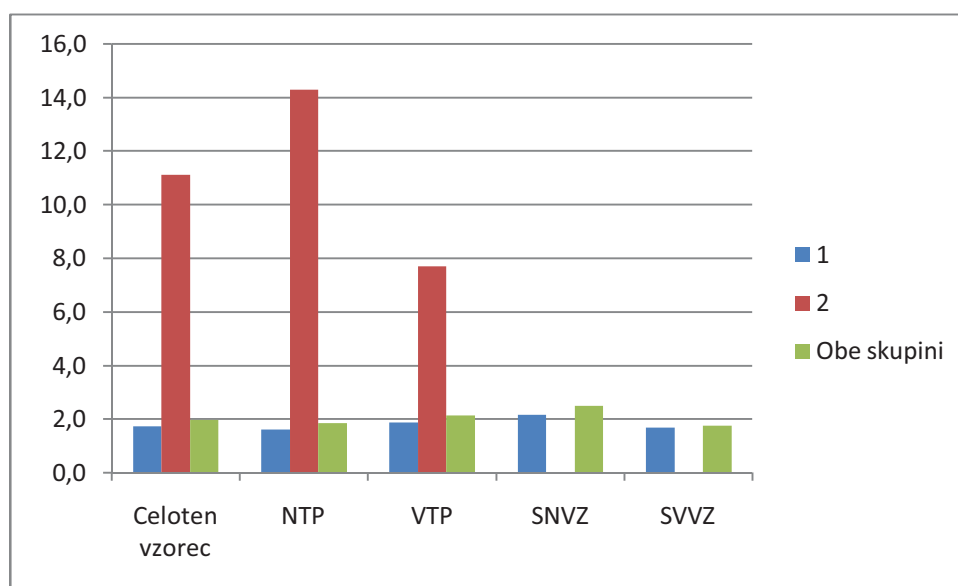
[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Ukupni inovacijski rezultati skupine 2 su znatno viši od skupine 1, ali su razlike između skupine 2 i skupine 1 manje od razlike između skupine 2 i skupine 0. Razlike između skupine 2 i skupine 1 su manje od razlike između skupine 2 i skupine 0. Razlike između skupine 2 i skupine 1 su manje od razlike između skupine 2 i skupine 0. Razlike između skupine 2 i skupine 1 su manje od razlike između skupine 2 i skupine 0.

Predpostaviti je moguće, da v skupini sledilcev obstaja precej podjetij, ki zelo malo (ali nič) vlagajo v inoviranje, pa vendarle ustvarjajo (sicer skromne) prihodke od inovacij. V takih primerih dosega spremenljivka CRIT zelo nizke vrednosti, ki znižujejo vrednost mediane. Povprečje odslkava realnejše stanje v inovacijski skupini, saj primerja celotna vlaganja skupine s celotnimi prihodki skupine. Seveda pa s tem ne moremo ovrednotiti raznolikosti znotraj skupine.

Razlike med povprečjem in mediano ter standardni odkloni spremenljivke CRIT v skupini vodilnih so precej nižje kot pri sledilcih. Gre za skupino, kjer prihodki od inovacij presegajo 20 % vseh prihodkov podjetja. Tolikšne rezultate je mogoče doseči le z znatnimi vlaganji, zato v tej skupini ni pričakovati znatnega deleža podjetij z ekstremno nizkimi vrednostmi CRIT, s tem pa tudi ne medianske vrednosti skupine, ki bi se izrazito razlikovala od povprečja.

Slika 16 kaže primerjavo povprečij spremenljivke 1/CRIT med inovacijskimi sledilci in vodji po panožnih skupinah, torej znesek (€) prihodkov, ki jih podjetje ustvari z enim evrom inovacijskih stroškov. Kar primerjava za SNVZ in SVVZ ni smiselna zaradi premajhnega vzorca inovacijsko vodilnih podjetij, si bomo ogledali le obe skupini predelovalcev. V obeh skupinah je 1/CRIT pri vodilnih precej višji (ugodnejši) kot pri sledilcih. Opazimo pa lahko, da je za NTP 1/CRIT pri vodilnih 8x višji kot pri sledilcih, za VTP pa le 4x. V visoko tehnološkem sektorju prehod iz skupine sledilcev med vodilne torej zahteva višja vlaganja in prinaša skromnejše rezultate kot v nizko tehnološkem sektorju. Napredovanje med vodilne je torej za NTP »lažje« kot za VTP. Kot bomo pokazali v nadaljevanju, imajo v primeru NTP vodilna podjetja ugodnejše poslovne rezultate od sledilcev. To pomeni, da lahko prizadevanja za prehod med inovacijsko vodilne v primeru NTP razmeroma hitreje obrodijo rezultat, tudi finančni.



Slika 16 Povprečja inovacijskih prihodkov na vložena sredstva (1/CRIT)

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Uspjeha

rezultate, ki jih dosegajo podjetja po panožnih skupinah.

Za vsako panožno skupino primerjamo osnovne kazalnike uspešnosti poslovanja (Tabela 13) inovacijsko vodilnih, inovacijskih sledilcev in neinovativnih podjetij. Da bi se izognili vplivom ekstremov (ki pri finansijskim kazalnicima lahko zelo popačijo povprečje posamezne spremenljivke), bomo tu obravnavali medianske vrednosti. Rezultati opisnih statistika su podani v tabeli (Tabela 14).

Tabela 13 Obravnavani kazalniki uspešnosti poslovanja

Osnovne spremenljivke

Čisti prihodki od prodaje 06 (EUR)
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 07
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08
Bruto dodana vrednost na zaposlenoga 08 (EUR)
Čisti prihodki na zaposlenoga 08

Indeksi rasti

Indeks rasti čistih prihodkov 07/06 (%)
Indeks rasti čistih prihodkov 08/07 (%)
Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)
Povprečna letna rast čistih prihodkov na zaposlenoga 08/06 (%)

Indeks rasti sredstev 07/06 (%)
Indeks rasti sredstev 08/07 (%)
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)
Indeks rasti kapitala 07/06 (%)
Indeks rasti kapitala 08/07 (%)
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)
Povprečna rast števila zaposlenih 08/06 (%)
Indeks rasti ROE 07/06 (%)
Indeks rasti ROE 08/07 (%)
Povprečna rast ROE 08/06 (%)
Indeks rasti plač 07/06 (%)
Povprečna rast plač 08/06 (%)

2.6.1 Predelovalni sektor

2.6.1.1 Nizko in srednje-nizko tehnološka predelovalna podjetja

Podjetja, ki se uvršćaju v skupino inovacijsko vodilnih, su (po čistim prihodikim od prodaje) v povprečju najvećja med tremi skupinama. Kljub temu beležijo najhitrejšo rast. Čisti prihodki te skupine med vsemi skupinama rastejo najhitreje, v vseh opazovanim obdobjim (07/06, 08/07, povprećna rast 08/06).

i inovacijsko vodilnih podjetjih raste, medtem ko pri obeh

Po prihodkih na zaposlenega se inovacijsko vodilna podjetja uvrščajo pred neinovativna in za inovacijske sledilce, pri čemer je povprečna rast le-teh v obdobju 08/06 med tremi skupinami najnižja. Glede na to, da absolutni znesek prihodkov skupine inovacijsko vodilnih raste, je očitno nižja rast relativnih prihodkov na zaposlenega posledica naraščanja števila zaposlenih.

Inovacijsko vodilna podjetja so najdonosnejša (najvišji ROE, ROA), pri čemer ROE v obdobju 06/08 tudi najhitreje rase (s podatki o rasteh ROA ne razpolagamo).

Ne nazadnje, inovacijsko vodilna podjetja dosegajo najvišjo rast plač, skupaj s sledilci pa tudi pa tudi za tretjino višjo bruto dodano vrednost na zaposlenega (2008) od inovacijsko neaktivnih.

2.6.1.2 Visoko in srednje-visoko tehnološka predelovalna podjetja

Podjetja iz skupine VTP so glede povezave med inovativnostjo in poslovnimi rezultati bistveno drugačna od NTP.

Tudi v tej panožni skupini so sicer inovacijsko vodilna podjetja po čistih prihodkih od prodaje v povprečju največja med tremi skupinami. Vendar pa je indeks rasti prihodkov in kapitala v tej skupini najnižji.

Po prihodkih na zaposlenega se inovacijsko vodilna podjetja uvrščajo nekoliko nad neinovativna in na približno enak nivo kot inovacijski sledilci, pri čemer kot edina med tremi skupinami beležijo negativno povprečno rast prihodkov na zaposlenega v obdobju 08/06 (tudi zaradi tega, ker jim najhitreje narašča število zaposlenih).

Vsi VTP beležijo upad ROE v obdobju 06/08, pri čemer je pri inovacijsko vodilnih ta upad največji (ob tem, da je že sam ROE (in tudi ROA) pri inovacijsko vodilnih najnižji).

Inovacijsko vodilna podjetja dosegajo podobno bruto dodano vrednost na zaposlenega (2008) kot ostali dve skupini, a najnižjo rast plač.

Več kazalnikov (kapital, sredstva, plače) je pri inovacijsko vodilnih v obdobju 06/07 sicer raslo nadpovprečno ali vsaj povprečno, vendar je v celotnem opazovanem obdobju (06/08) ta rast podpovprečna.

2.6.2 Storitveni sektor

V storitvenem sektorju se je v skupino inovacijsko vodilnih uvrstilo le 5 podjetij. Tako nizko število ne omogoča smiselnih statističnih primerjav, prav tako pa ne ustreza niti merilom statistične zaupnosti. Zato bomo tu lahko primerjali le skupini inovacijskih sledilcev (torej »inovativnih«) in neinovativnih podjetij.

2.6.2.1 Storitvena podjetja z nižjo vsebnostjo znanja

Podjetja iz skupine inovativnih so po čistih prihodkih od prodaje v povprečju večja od podjetij iz skupine neinovativnih. Prav tako so večja tudi po prihodkih na zaposlenega in tudi po rasti le-teh. Ob tem jim intenzivneje raste tudi število zaposlenih, kapital in sredstva.

ativnih uspešnejša, hkrati pa dosega nižji povprečni upad
em obdobju v celotni panožni skupini upada.

Ne nazadnje, inovativna podjetja v tej panožni skupini dosega višjo bruto dodano vrednost na zaposlenega (2008) in višjo rast plač.

2.6.2.2 Storitvena podjetja z visoko vsebnostjo znanja

Skupini inovativnih in neinovativnih sta po dodani vrednosti na zaposlenega, po čistih prihodkih od prodaje in njihovi rasti ter po prihodkih na zaposlenega primerljivo veliki. Pač pa prihodki na zaposlenega v skupini inovativnih rastejo precej hitreje.

V skupini inovativnih hitreje raste tudi število zaposlenih, sredstva in kapital.

Po donosnosti (ROA, ROE) je skupina inovativnih nekoliko uspešnejša, pač pa dosega nižjo povprečno rast donosnosti (ROE).

Vsekakor razlike med skupinama niso tako izrazite kot v predelovalnem sektorju, vsaj deloma verjetno zato, ker zaradi prenizkega vzorca v primerjavo nismo mogli vključiti najinovativnejših podjetij.

Višji nivo inovativnosti je torej v panožni skupini SVVZ povezan s hitrejšo rastjo podjetij, ne pa tudi s hitrejšo rastjo donosnosti.

Kot smo pokazali, se v panožni skupini NTP inovativnost izplača. Najinovativnejša podjetja so uspešnejša po večini kazalnikov. Ravno nasprotno se kaže pri VTP; najinovativnejša podjetja so poslovno manj uspešna. Več o možnih vzrokih za to prikazujemo v diskusiji.

Obe storitveni panožni skupini se glede povezanosti med inovacijskimi in poslovnimi rezultati zdita med seboj bolj podobni kot v primeru predelovalnega sektorja. V obeh skupinah pa se kaže, da inovativni dosega tudi boljše gospodarske rezultate.



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

o panožnih skupinah (mediane)

	NTP			VTP			SNVZ			SVVZ		
	0	1	2	0	1	2	0	1	2	0	1	2
Indeks rasti kapitala 07/06 (%)	4,44	5,66	2,4	7,38	6,06	6,03	5,02	9,45	-	17,34	14,68	-
Indeks rasti kapitala 08/07 (%)	1,04	0,93	3,54	1,12	4,29	-1,24	2,07	3,31	-	1,52	3,49	-
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)	1,73	2,39	4	3,94	4,42	2	3,61	7,63	-	4,51	7,08	-
Povprečna rast števila zaposlenih 08/06 (%)	-4,35	-3,6	3,08	3,69	1,17	7,46	1,47	1,86	-	3,49	8,05	-
Indeks rasti čistih prihodkov 07/06 (%)	8,54	6,98	10,12	12,77	14,39	8,37	8,76	7,97	-	14,03	10,78	-
Indeks rasti čistih prihodkov 08/07 (%)	0,26	-0,51	6,02	6,22	7,16	-6,75	7,92	10,24	-	3,75	4,69	-
Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	1,78	1,75	1,82	1,86	1,89	1,76	1,78	1,75	-	1,88	1,81	-
Povprečna letna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 08/06 (%)	6,86	6,82	5,81	8,96	7,21	-2,54	6,53	7,01	-	3,68	6,59	-
Čisti prihodi od prodaje 06 (EUR)	5.948.850	12.396.325	13.535.754	10.772.921	13.966.046	18.882.458	10.824.413	23.679.598	-	10.598.100	9.219.267	-
Čisti prihodi na zaposlenega 08 (EUR)	64.774	90.350	80.156	83.917	93.673	92.283	122.222	161.585	-	100.606	105.929	-
Indeks rasti sredstev 07/06 (%)	6,18	6,03	8,15	9,7	9,69	11,47	9,46	9,7	-	12,42	17,55	-
Indeks rasti sredstev 08/07 (%)	1,75	2,04	3,35	6,68	5,51	4,47	5,9	4,96	-	2,14	11,27	-
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)	4,65	4,77	3,37	9,75	7,8	9,68	7,93	10,38	-	4,75	15,22	-
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	0,06	0,06	0,08	0,12	0,08	0,1	0,06	0,07	-	0,14	0,12	-
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 07	0,07	0,06	0,06	0,11	0,08	0,08	0,08	0,07	-	0,17	0,15	-
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	0,04	0,03	0,05	0,1	0,06	0,03	0,06	0,06	-	0,12	0,14	-
Indeks rasti ROE 07/06 (%)	-24,74	-10,29	-16,5	-2,93	-9,74	-38,41	-14,53	-19,86	-	-5,2	-14,3	-
Povprečna rast ROE 08/06 (%)	-24,17	-7,45	-5,81	-7,74	-2,74	-34,81	-6,63	-4,79	-	4,73	2,29	-
Indeks rasti ROE 08/07 (%)	-29,92	-48,38	-37,51	-31,39	-14,57	-67,76	-31,27	-14,81	-	-20,82	2,97	-
Indeks rasti plać 07/06 (%)	5,98	5,08	8,29	9,67	8,54	11,06	7,52	5,95	-	10,69	9,07	-
Povprečna rast plać 08/06 (%)	5,18	5,09	7,17	8,47	9,17	6,7	8,29	8,78	-	10,61	10,91	-
Bruto dodana vrednost na zaposlenega 08 (EUR)	20.746	27.079	27.199	28.400	29.231	28.128	32.535	41.153	-	50.291	50.023	-
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,02	0,02	0,03	0,05	0,04	0,04	0,01	0,02	-	0,04	0,05	-

S korelacijsko analizo smo podrobneje preučili medsebojna razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in poslovnimi rezultati. Pri tem smo se omejili na vzorec inovativnih podjetij, saj neinovativna podjetja povečini ne beležijo (vsaj) nekaterih kategorij inovacijskih stroškov, kar bi pri izračunu razmerij med kategorijami ustvarjalo manjkajoče vrednosti (napako deljenja z ničlo). S kazalniki poslovnih rezultatov (prednostno z ROE) smo korelirali naslednje razmernostne spremenljivke stroškov (oznake stroškov so pojasnjene v 2.4. poglavju (Tabela 10):

- $\text{NotrRR} / (\text{ZunRR} + \text{ZunZn})$
- $(\text{NotrRR} + \text{ZunRR} + \text{ZunZn}) / \text{Stroj}$
- $\text{Trg} / (\text{NotrRR} + \text{ZunRR} + \text{Stroj} + \text{ZunZn})$
- $\text{Trg} / \text{Stroj}$
- $\text{Trg} / (\text{NotrRR} + \text{ZunRR} + \text{ZunZn})$

V storitvenem sektorju zaznavamo nekoliko več značilnih (in močnejše) korelacije kot v predelovalnem.

Za NTP podjetja se za doseganje gospodarskih rezultatov kaže pomen inovacijskega sodelovanja (to povezavo bomo v nadaljevanju (poglavje 2.8.1.1) podrobneje osvetlili tudi s pomočjo regresijske analize). Podjetja, ki imajo nižje razmerje med notranjimi in zunanji stroški RR (ki torej sorazmerno več vlagajo v zunanje izvajanje RR dejavnosti), dosegajo višji ROE v letu 2007 ($\text{PCC}^{12} = -0,300$, $\text{sig.} = 0,002$). Korelacija je negativna tudi v letih 2006 in 2008, a ni značilna.

Pri VTP podjetjih se za doseganje gospodarskih rezultatov kaže pomen povečanja vlaganj v tehnološko opremo glede na vlaganja v tvorbo intelektualne lastnine. Na rast ROE značilno (negativno) vpliva razmerje med vlaganji v RR (notranji RR, zunanji RR in pridobitev drugega zunanjšega znanja) na eni strani in vlaganji v nakup strojev, opreme in programske opreme, na drugi. Podjetja z višjim razmerjem med tema spremenljivkama (torej s sorazmerno višjim vlaganjem v RR) imajo nižjo rast ROE med letoma 2007 in 2008 ($\text{PCC} = -0,235$, $\text{sig.} = 0,015$) in povprečno rast med letoma 2006 in 2008 ($\text{PCC} = -0,334$, $\text{sig.} = 0,000$). V poglavju 2.4.1.2 smo sicer pokazali, da bolj inovativna VTP podjetja manj vlagajo v tehnologijo in več v intelektualno lastnino. V poglavju 2.6.1.2 pa smo ugotovili, da imajo bolj inovativna VTP podjetja slabše gospodarske rezultate. Povečanje tehnoloških vlaganj v tej panožni skupini torej sicer zmanjšuje inovativnost (prihodke od inoviranja), a izboljšuje gospodarske rezultate (ROE). Sklepali bi lahko, da VTP svoja inovacijska vlaganja v preveliki meri usmerjajo v ustvarjanje znanj in v premajhni meri v industrializacijo teh znanj. Kot smo pokazali v poglavju 2.4.1, VTP vlagajo v tehnologijo v povprečju 47 % vseh svojih inovacijskih vlaganj (Slika 10), NTP pa kar 72 % (Slika 8).

Za SNVZ korelacije nakazujejo prevladujočo potrebo po vlaganjih v trženje inovacij in ne v razvoj letih. Razmerje med stroški za uvajanje inovacij na tržišče na eni strani in stroški za RR (notranji RR, zunanji RR in pridobitev drugega zunanjšega znanja) na drugi (torej sorazmerno višja vlaganja v trg),

¹² PCC, Pearsonov korelacijski koeficient

030) in ROE v 2007 (PCC=0,386, sig.=0,013). Sorazmerno tudi s čistimi prihodki na zaposlenega 2008 (PCC=0,679, sig.=0,000).

Za SVVZ zaznavamo močno korelacijo med razmerjem stroškov za uvajanje inovacij na tržišče in stroškov za nakup strojev, opreme in programske opreme na eni strani ter ROE v 2006 na drugi (torej sorazmerno višja vlaganja v trg) (PCC=0,658, sig.=0,002). Velik sorazmerni delež vlaganj v trg je močno pozitivno povezan tudi z rastjo podjetja:

- Razmerje stroškov za uvajanje inovacij na tržišče in stroškov za RR (notranji RR, zunanji RR in pridobitev drugega zunanjega znanja) korelira z rastjo prihodkov 2007/2008 (PCC=0,528, sig.=0,004), z rastjo sredstev 2006/2007 (PCC=0,452, sig.=0,016) in s povprečno rastjo sredstev 2006/2008 (PCC=0,405, sig.=0,032).
- Razmerje stroškov za uvajanje inovacij na tržišče in glavnih štirih kategorij stroškov (notranji RR, zunanji RR, nakup strojev, opreme in programske opreme ter pridobitev drugega zunanjega znanja) korelira z rastjo sredstev 2006/2007 (PCC=0,789, sig.=0,000).

Če povzamemo; v NTP je poslovna uspešnost povezana zlasti z zunanjim izvajanjem RR dejavnosti (v razmerju z notranjim), v VTP z vlaganji v tehnološko opremo (v razmerju v vlaganji v RR)¹³, v storitvenih dejavnostih pa se kaže zlasti pomen vlaganj v trženje inovacij.

2.8 Regresijski modeli: Vplivni dejavniki na inovacijske rezultate

Z regresijsko analizo smo raziskali glavne dejavnike, ki vplivajo na inovativnost v posameznih panožnih skupinah. Kot merili inovativnosti (odvisni spremenljivki) smo v regresijske modele, za vsako panožno skupino) vključili spremenljivki RII in RMI, kot neodvisne spremenljivke pa smo uporabili tiste, ki so se v predhodnih analizah pokazale kot najprimernejše. Iz nabora vseh razpoložljivih spremenljivk (Priloga 1: Seznam vključenih spremenljivk z viri) smo najprej izkustveno izbrali ca. 100 najprimernejših, na katerih smo izvedli korelacijsko analizo. Prevelike medsebojne korelacije in pri posameznih spremenljivkah prenizki vzorci so nabor razpoložljivih spremenljivk skrčili na ca. 10; te spremenljivke smo vključili v regresijske modele. Izmed modelov smo nazadnje izbrali tiste, ki pojasnjujejo največji delež variance odvisnih spremenljivk.

Dobljeni modeli (Priloga 12: Regresijski modeli) imajo razmeroma nizko pojasnjevalno moč, a vendarle potrjujejo nekatere dosedanje ugotovitve in odpirajo nekatere doslej še neugotovljene vidike inovativnosti v obravnavanih podjetjih.

2.8.1 Predelovalni sektor

2.8.1.1 Nizko in srednje-nizko tehnološka predelovalna podjetja

Najprej si oglejmo odvisno spremenljivko RII. Izmed 4 vplivnih spremenljivk se na odvisno spremenljivko RII kaže statistično značilen vpliv spremenljivke *A_f4_b Pomen partnerstva s kupci*, pri čemer gre za pozitivni vpliv (standardized Beta =0,257, Sig. =0,000). Prav tako sta statistično značilna vpliva spremenljivke *A_f4_d Pomen partnerstva z RR ustanovami* (pozitivni vpliv; standardized Beta =0,281, Sig. =0,000) in *A_f4_e Pomen partnerstva z dobavitelji* (pozitivni vpliv; standardized Beta

¹³ Opozorilo: pri VTP je poslovna uspešnost obratno sorazmerna z inovacijsko uspešnostjo.

dejavniki je moć pojasniti 17,1 % variance deleža prihodkov od inovacij novih za trg v celotnih prihodkih od inovacij (Adjusted R Square = 0,171).

Izmed 3 vplivnih spremenljivk statistično značilen vpliv na spremenljivko RMI kaže spremenljivka *A_f4_e Pomen partnerstva z dobavitelji* (pozitivni vpliv; standardized Beta =0,299, Sig. =0,000) in *A_f4_c Pomen partnerstva z javnimi RR ustanovami* (pozitivni vpliv; standardized Beta =0,266, Sig. =0,000). S predpostavljenima dejavnikoma je moć pojasniti 13,2 % variance deleža prihodkov od inovacij novih za trg v celotnih prihodkih od inovacij (Adjusted R Square = 0,132).

2.8.1.2 Visoko in srednje-visoko tehnološka predelovalna podjetja

Najprej si oglejmo odvisno spremenljivko RII. Statistično značilen vpliv kažejo vse tri vplivne spremenljivke. Značilen je vpliv spremenljivke *A_f1_1 Pomen notranjih informacij*, pri čemer gre za pozitivni vpliv (standardized Beta =0,225, Sig. =0,011). Prav tako sta statistično značilna vpliva spremenljivke *A_g3_1 Učinek org. inovacij je skrajšan čas za odziv na potrebe strank ali dobaviteljev* (pozitivni vpliv; standardized Beta =0,241, Sig. =0,006) in *D_05_m Delež zaposlenih z magisterijem ali doktoratom* (pozitivni vpliv; standardized Beta =0,282, Sig. =0,002). S predpostavljenimi dejavniki je moć pojasniti 15,5 % variance deleža prihodkov od inovacij v celotnih prihodkih (Adjusted R Square = 0,155).

Kar zadeva odvisno spremenljivko RMI, značilen vpliv kaže le spremenljivka *A_x2_d Stroški pridobitev drugega zunanjega znanja / Celotni inovacijski stroški* (pozitivni vpliv; standardized Beta =0,265, Sig. =0,008). S predpostavljenim dejavnikom je tako moć pojasniti le 6,1 % variance deleža prihodkov od inovacij novih za trg v celotnih prihodkih od inovacij (Adjusted R Square = 0,061).

2.8.2 Storitveni sektor

2.8.2.1 Storitvena podjetja z nižjo vsebnostjo znanja

Najprej si oglejmo odvisno spremenljivko RII. Izmed 3 vplivnih spremenljivk se na odvisno spremenljivko RII kaže statistično značilen vpliv spremenljivke *A_e2_f Stroški usposabljanja/čisti prihodki od prodaje*, pri čemer gre za pozitivni vpliv (standardized Beta =0,346, Sig. =0,043). Prav tako je statistično značilen vpliv spremenljivke *A_f1_2 Pomen informacij od dobaviteljev opreme, materialov ali programske opreme, ki pa je negativen* (standardized Beta = -0,359, Sig. =0,036). S predpostavljenima dejavnikoma je moć pojasniti 20,7 % variance deleža prihodkov od inovacij v celotnih prihodkih (Adjusted R Square = 0,207).

Kar zadeva odvisno spremenljivko RMI, se izmed 3 vplivnih spremenljivk kaže statistično značilen vpliv spremenljivke *A_e2_a Stroški notranjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006* (pozitivni vpliv; standardized Beta =0,271, Sig. =0,026) in *A_f4_c Pomen partnerstva z javnimi RR ustanovami* (pozitivni vpliv; standardized Beta =0,316, Sig. =0,010). S predpostavljenima dejavnikoma je moć pojasniti 21,1 % variance deleža prihodkov od inovacij novih za trg v celotnih prihodkih od inovacij (Adjusted R Square = 0,211).

2.8.2.2 Storitvena podjetja z visoko vsebnostjo znanja

Obe vplivni spremenljivki kažejo statistično značilen vpliv na spremenljivko RII: spremenljivka *A_x3_a Razmerje stroškov trženje/razvoj* kaže pozitiven vpliv (standardized Beta =0,464, Sig. =0,002), tudi spremenljivka *A_f3_u Raznolikost inovacijskega partnerstva* kaže pozitiven vpliv (standardized Beta

a dejavnikoma je moč pojasniti 27,4 % variance deleža (Adjusted R Square = 0,274).

Izmed 3 vplivnih spremenljivk statistično značilen vpliv na spremenljivko RMI kaže le spremenljivka *A_f1_6 Pomen informacij z univerz.* Ta vpliv je pozitiven; standardized Beta = 0,433, Sig. = 0,031. S predpostavljenim dejavnikom je moč pojasniti 15,2 % variance deleža prihodkov od inovacij novih za trg v celotnih prihodkih od inovacij (Adjusted R Square = 0,152).

2.9 Omejitve raziskave

V raziskavi smo se oprli na sekundarne podatke, ki so bili sicer pridobljeni po standardizirani metodologiji Eurostata, vendar je raziskava CIS v osnovi namenjena tvorcem politik in ne managerjem v podjetjih. Zato je verjetno, da nekatera za organizacijo inoviranja v podjetjih pomembna vprašanja niso bila obravnavana. V nadaljevanju bomo zato to raziskavo dopolnili z anketnim vprašalnikom za managerje v podjetjih, ki bo osvetlila tiste vsebine, ki jih raziskava SURS ne zajame.

Še ena od omejitev raziskave, ki smo je ji poskušali izogniti v 2. delu raziskave, je časovni zamik, s katerim se rezultati inovacijskih dejavnosti odražajo na trgu. Kot merilo tržne uspešnosti smo v 1. delu raziskave uporabljali indeksa RII in RMI, ki temeljita na prihodkih od inovacij. Ti pa se nanašajo na inovacije, uvedene na trg v obdobju 2004-2006, kar pomeni, da je bil v času izvedbe anketiranja (spomladi 2007) dobršen del inovacij šele uveden na trg. Ker so take inovacije pretežno še v fazi uvajanja oz. fazi rasti, še niso dosegle ciljne velikosti trga in so njihovi prihodki temu primerno nižji. Zato smo v nadaljevanju raziskave primerjali še tržne podatke za obdobje po letu 2007.

Podatki se nanašajo na raziskavo SURS za obdobje 2004-2006. V letu 2010 se bili objavljeni podatki naslednje raziskave, ki je zajela obdobje 2006-2008. Stanje se po večini ključnih podatkih od obdobja 2004-2006 do obdobja 2006-2008 ni bistveno spremenilo. Glede na majhno dinamiko sprememb menimo, da raziskava dovolj realno prikazuje stanje tudi v sedanjem obdobju.

Raziskava je bila izvedena na vzorcu podjetij s sedežem v R Sloveniji. Mediane spremenljivk RII in RMI – in s tem obravnavane inovacijske skupine – bi bile v drugih okoljih drugačne, kar bi lahko vplivalo tudi na nekatere ugotovitve raziskave.

2.10 Rezultati in diskusija

2.10.1 Splošne ugotovitve

Namen projekta je raziskati povezave med inovacijskimi vložki (tako finančnimi kot organizacijskimi dejavniki) in uspešnostjo podjetja pri doseganju inovacijskih in poslovnih rezultatov, postaviti metodologijo za vrednotenje inovacijskih sistemov v podjetjih in definirati profile podjetij, ki so različno uspešna pri doseganju inovacijskih rezultatov. Raziskava temelji na primarnih podatkih periodičnega statističnega raziskovanja Inovacijske dejavnosti v predelovalni dejavnosti in izbranih storitvenih dejavnostih, dopolnjenih s podatki iz drugih nacionalnih baz (baza poslovnih subjektov, AJPES, SRDAP).

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

o opredelili (finančno) merljive neposredne rezultate *Pridobitkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih* in RMI - *Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij*. Podjetja, ki so imela v opazovanem obdobju prihodke od inovacij ($RII > 0$), smo na osnovi višine kazalnikov RII in RMI umestili v 4 kvadrante inovacijske matrike (inovacijsko vodilni (sk.2), sledilci (sk.1 oz. 1a, 1b in 1c) ter neinovativni (sk.0) (Slika 1).

V prvi fazi raziskave smo inovacijske skupine paroma primerjali z neparametričnimi testi, da bi ugotovili, pri katerih spremenljivkah se skupine značilno razlikujejo med seboj. Primerjali smo povezanost med njihovimi inovacijskimi in poslovnimi rezultati, obseg in produktivnost njihovih inovacijskih vlaganj ter organizacijske ureditve inoviranja. Neparametrične teste smo dopolnili s Spearmanovo korelacijsko analizo med spremenljivkama RII in RMI ter ostalimi organizacijskimi spremenljivkami, da bi pridobili jasnejšo sliko glede dejavnikov, ki vplivajo na inovacijske sposobnosti.

V nadaljevanju raziskave smo se osredotočili na podvzorec velikih in srednjih podjetij, ki smo ga nadalje razdelili glede na tehnološke nivoje panog. Uvodoma utemeljimo potrebo po delitvi podzorca v skupine panog. V nadaljevanju primerjamo skupine podjetij z različnimi inovacijskimi dosežki po panožnih skupinah glede na tehnološki nivo. Obravnavamo vlaganja v inovacijsko dejavnost po obsegu in strukturi. Nadaljujemo z analizo produktivnosti teh vlaganj. Sledi analiza gospodarskih rezultatov inoviranja, razmerij med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati (na osnovi korelacijske analize) ter vplivnih dejavnikov na inovacijske rezultate (z regresijsko analizo).

V nadaljevanju povzemamo glavne ugotovitve, najprej za celoten vzorec podjetij, potem pa za podvzorec velikih in srednjih. Ob trditvi je navedena zaporedna številka poglavja, ki obravnava posamezno temo.

2.10.2 Celoten vzorec podjetij

1. Obstaja povezava med višino tržnih prihodkov od inoviranja in finančnimi rezultati podjetja (2.2.3)

Skupina vodilnih (2) se značilno razlikuje od skupine sledilcev (1) glede donosnosti lastniškega kapitala (ROE), torej po čistem dobičku, če ga delimo z lastniškim kapitalom. ROE pove, koliko dobička podjetje lahko ustvari glede na vire, ki mu jih zagotavljajo njegovi lastniki/delničarji oz. koliko enot dobička lahko delničarji pričakujejo za enoto vloženega kapitala. Očitno je, da gre za kazalnik, ki je z vidika investitorja eden bistvenih (tudi/zlasti za investitorja, ki se odloča, ali je smiselno investirati v RR in inoviranje ali je bolje vlagati v bolj tradicionalne proizvodne dejavnike, ki bodo zagotovili fizično rast obsega poslovanja (npr. prek združitvev ali prevzemov)). Poleg ROE so med skupinama 1 in 2 značilne razlike tudi glede rasti prihodkov od prodaje v opazovanem obdobju. Če je dobiček ekonomska kategorija, na katero je moč računovodsko vplivati npr. s ciljem zniževanja obdavčitve, pa je rast prihodkov od prodaje bolj »stvarna« kategorija. Rast prihodkov od prodaje pomeni osvajanje novih trgov, povečevanje tržnih deležev na obstoječih trgih ali, ne nazadnje, doseganje višjih prodajnih cen. Podjetje, ki mu raste prodaja, je mogoče označiti za uspešno. Podobna kot v primeru skupin 1 in 2 so tudi razmerja med skupinama 0 in 2; tu prihaja do statistično značilnih razlik tudi pri dobičkovnosti prihodkov (ROS) in sredstev (ROA).

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

prihodkov od inoviranja in finančnimi rezultati podjetja i v primerjavi s skupinama 0 in 1 uspešneje inovirajo (dosegajo višje vrednosti RII in/ali RMI), dosega tudi večjo uspešnost poslovanja, merjeno s kazalniki poslovnih rezultatov. Uspešnost poslovanja, merjena kot ROE, je v skupini inovacijsko vodilnih za 40 % višja kot pri sledilcih in neinovativnih. Pri tem lahko višje vrednosti RII in RMI razumemo kot neposredni rezultat inoviranja, višje vrednosti kazalnikov uspešnosti poslovanja pa kot posredni rezultat inoviranja (na katerega poleg inoviranja vplivajo tudi drugi dejavniki).

2. Povečanje inovacijskih vlaganj ne vodi (nujno) v povečano inovacijsko uspešnost (2.2.4)

Kar zadeva povezavo med višino finančnih vlaganj v inoviranje in višino tržnih prihodkov od inoviranja (produktivnost vlaganj), se ta potrjuje le deloma. Produktivnost inovacijskih vlaganj smo izrazili s spremenljivko CRIT, tj. inovacijskimi stroški kot deležem celotnih prihodkov od inovacij^{14,15}. Značilna razlika je bila zaznana med skupinama 1b in 2, ne pa tudi med skupinama 1a in 2 (Tabela 7). **Učinek inovacijskih vlaganj torej ni linearen; povečana vlaganja ne vodijo (nujno) v povečano inovacijsko uspešnost (merjeno kot RII oz. RMI).**

3. Vpliv povečevanja vlaganj v inoviranje na produktivnost teh vlaganj je v različno inovativnih kategorijah podjetij različen (2.2.4)

Kako torej povečevanje vlaganj v inoviranje vpliva na produktivnost teh vlaganj? Povečevanje vlaganj sovpada s povečanjem produktivnosti vloženih sredstev v tistih podjetjih, ki imajo relativno nizke prihodke od inovacij (RII) – torej v skupini 1b. Vlaganje z namenom, da povečamo delež »prebojnih« inovacij (delež RMI) – torej v skupini 1a – pa znižuje produktivnost teh sredstev. Kot smo pokazali v poglavju 2.2.4, so za povečanje deleža RMI potrebni znatni finančni vložki. Ti pa se vsaj kratkoročno ne vračajo z enako hitro rastjo prihodkov. V primerih, ko želimo povečati RMI, so vlaganja z vidika izrabe vloženih sredstev torej manj učinkovita, vendar za doseg večjega deleža prebojnih inovacij nujno potrebna.

Kakšni politiki inovacijskih vlaganj morata torej izbrati podjetji iz skupin inovacijskih sledilcev (1a oz. 1b), da bi dosegli vodilnost (2)? Podjetje iz skupine 1a mora za prehod v skupino 2 povečati vlaganja v inoviranje (kot delež prihodkov od prodaje), v povprečju za faktor 1,43. Rezultat povečanih vlaganj mora biti višja stopnja inovativnosti proizvodov in s tem sorazmerno povečanje prihodkov od inovacij (tj. 1/CRIT ostane nespremenjen ali se poviša).

Podjetje iz skupine 1b pa mora za prehod v skupino 2 zagotoviti sočasno povečanje vlaganj v inoviranje (kot delež prihodkov od prodaje), v povprečju za faktor 1,94, in povišanje učinkovitosti njihove izrabe, v povprečju za faktor 2,47. Povečanje učinkovitosti vlaganj v inoviranje zahteva, da prihodki od inovacij rastejo po višji stopnji kot vlaganja. Podjetje mora torej povišati svoje inovacijske prihodke v povprečju za faktor $1,94 \times 2,47$, tj. za faktor 4,80.

¹⁴ Tu ni bila možna primerjava s skupino neinovatorjev (0), saj ti praviloma nimajo inovacijskih stroškov.

¹⁵ Zaradi lažje predstave uporabljamo tudi razmerje 1/CRIT, ki pove, koliko evrov prihodkov ustvarimo z enim evrom vlaganj v inoviranje.

inovacijskih dejavnosti vpliva na tržne rezultate od

S Spearmanovo korelacijsko analizo smo pokazali, da med spremenljivko RII in posameznimi organizacijskimi spremenljivkami obstajajo statistično značilne korelacije. Uvajanje zlasti tehnoloških inovacij (nekoliko manj, a še vedno v veliki meri to velja tudi za organizacijske), inovacijsko sodelovanje z zunanjimi partnerji, zlasti kupci, vlaganja finančnih sredstev v inovacijske dejavnosti in učinkovita izraba teh sredstev se kažejo kot glavni dejavniki, ki vplivajo na rast prihodkov iz inovacij (RII). Podrobnejšo raziskavo teh vplivov nam je sicer omejeval omejen nabor sekundarnih podatkov, ki smo jih imeli na voljo.

V nadaljevanju smo želeli preveriti še povezavo med spremenljivko RMI in opazovanimi organizacijskimi spremenljivkami. Presenetljivo se je izkazalo, da takih korelacij ni. Podrobna analiza te ugotovitve na nivoju posameznih panog je pokazala, da so te korelacije med panogami zelo različne. To je vzrok, da na nivoju celotnega vzorca ni mogoče najti korelacij. Očitno so za dvig RMI v različnih okoliščinah potrebni različni vzvodi. Pokazali smo, da med skupinami obstajajo značilne razlike glede vhodov oz. pristopov k organizaciji inovacijskih dejavnosti, kar kaže na to, da način organizacijske ureditve inovacijskih dejavnosti vpliva na tržne rezultate od inovacij.

5. Mala podjetja so bolj inovativna od velikih (2.2.2)

Statistične raziskave že več let kažejo bistveno večjo inovativnost v velikih kot v malih podjetjih. Tako SURS na podlagi istih primarnih podatkov (CIS 2006) ugotavlja, da je inovacijsko aktivnih 76,9 % velikih in le 27,7 % malih podjetij. Metodologija, ki kot inovacijsko aktivno opredeli vsako podjetje, ki v opazovanem obdobju navaja tržno uvedbo vsaj enega novega proizvoda (izdelka ali storitve) ali inovacijo postopka ali nedokončano ali opuščeno inovacijsko dejavnost, je lahko sporna, saj je tak cilj za mala podjetja bistveno ambicioznejši kot za velika.

V raziskavi smo zato želeli preveriti uveljavljeno trditev, da so velika podjetja bolj inovativna od malih. Naša raziskava je pokazala, da povezava ni tako linearna, kot kažejo nekatere druge študije.

Primerjava med vodilnimi (2) in neinovativnimi (0) kaže, da je v skupini 2 značilno nižji delež podjetij, ki pripadajo statističnemu razredu malih podjetij (10-49 zaposlenih) in značilno višji delež velikih podjetij (nad 250 zaposlenih) kot v skupini 0. Primerjava med vodilnimi (2) in sledilci (1) pa kaže, da so podjetja skupine 2 značilno manjša od podjetij skupine 1 (imajo manj zaposlenih). Če pogledamo podrobneje, je v skupini 2 značilno višji delež najmanjših podjetij (10-19 zaposlenih), v skupini 1 pa delež srednjih (50-249 zaposlenih) in velikih podjetij (nad 250 zaposlenih).

Torej je med malimi podjetji del takih, ki sodijo med najbolj inovativna podjetja (skupina 2); tu so celo najmanjša znotraj kategorije malih (10-25 zaposlenih), del pa takih, ki so povsem neinovativna. V kategorijo sledilcev pa se uvrščajo zlasti večja podjetja.

h podjetij

6. Več kot polovica velikih in srednjih podjetij ne beleži prihodkov od inovacij, uvedenih v opazovanem triletnem obdobju (2.3.1)

Kot kaže tabela (Tabela 9), je neinovativnih (brez prihodkov od inovacij, uvedenih v obdobju 2004-2006) kar 56 % velikih in srednjih podjetij, od tega med predelovalnimi slaba polovica, med storitvenimi pa več kot tri četrtine. Le 6 % vseh podjetij se uvršča v kategorijo inovacijsko vodilnih, od tega med predelovalnimi 7,5 %, med storitvenimi pa le 2,1 %. V kategoriji SNVZ je delež inovativnih podjetij trikrat nižji kot v kategoriji SVVZ.

SURS na podlagi iste raziskave navaja, da je inovacijsko aktivnih 35,1 % slovenskih podjetij. S podatkom o inovacijsko aktivnih velikih in srednjih podjetjih ne razpolagamo, sklepamo pa lahko, da je delež le-teh višji (glej poglavje 5).

Že sicer nizki deleži inovativnih ($RII > 0$) in inovacijsko vodilnih (RII in RMI višja od median vzorca) podjetij so še bolj zaskrbljujoči, če jih postavimo v kontekst opredelitve novosti po metodologiji vprašalnika INOV-P-S (ki temelji na mednarodni metodologiji (Oslo Manual)). Za inovacijo, »novo za podjetje«, ni nujno, da je nova tudi za okolje (druga podjetja, za trg ipd.). Poleg tega ni pomembno, ali je inovacijo prvotno razvilo obravnavano podjetje ali druga podjetja. Proizvodi, »novi za trg podjetja«, pa so proizvodi, ki jih je podjetje vpeljalo na svoj trg pred konkurenti (na drugih trgih so lahko bili že na voljo) – torej gre lahko tudi pri teh zgolj za posnemanje konkurenčnih rešitev in uvajanje le-teh na nove trge. Celo visoka vrednost RMI in RII torej ne pomeni (nujno) »prebojne« inovativnosti podjetja.

7. Heterogenost populacije narekuje ločeno obravnavo panožnih skupin (2.3.2)

Da bi ugotovili, ali je mogoče vzorec obravnavanih podjetij obravnavati kot celoto oz. potrdili, da so strukturne razlike med skupinami podjetij tako velike, da narekujejo ločeno obravnavo, smo izvedli analizo variance. Primerjali smo obe skupini panog, ločeno za predelovalna in storitvena podjetja, in sicer za 42 spremenljivk inovacijskih dejavnikov, 13 spremenljivk inovacijskih in 25 spremenljivk poslovnih rezultatov. Od skupno 80 spremenljivk se skupini NTP in VTP značilno razlikujeta pri 39, skupini SNVZ in SVVZ pa pri 34. Očitno je heterogenost populacije tako velika, da je za podrobnejši vpogled vanje potrebna ločena obravnavo, na le na nivoju predelovalne/storitvene dejavnosti, ampak vsaj na nivoju panožnih skupin. Različne morajo biti očitno tudi politike in ukrepi za spodbujanje večje inovativnosti.

8. Višina vlaganj v inoviranje se razlikuje tako a) med panožnimi skupinami kot b) med različno inovativnimi podjetji znotraj panožne skupine (2.4)

Inovacijski stroški kot delež prihodkov od prodaje (»vlaganja v inoviranje«) se razlikujejo tako a) med panožnimi skupinami kot b) med različno inovativnimi podjetji znotraj panožne skupine.

- a) Najvišje deleže v inoviranje vlagajo VTP (skoraj 3,5 %), tem pa sledijo NTP in SVVZ z nekaj manj kot 2 %. Bistveno nižje so po vlaganjih podjetja iz skupine SNVZ (le nekoliko nad 0,5 %).

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

panožnih skupinah v inoviranje vlagajo bistveno više deleže aktivni predelovalci v inoviranje vlagajo 3-4-krat več kot neinovativni, inovativni storitveniki pa kar 5-6-krat več. Kar zadeva primerjavo inovacijskih sledilcev in inovacijsko vodilnih, sta skupini v kategoriji NTP podobni, v kategoriji VTP pa inovacijsko vodilni vlagajo za polovico višja sredstva kot inovacijski sledilci. Za storitveni sektor primerjava zaradi premajhnega vzorca ni možna.

9. Na prihodke od inovacij poleg višine vlaganj v inoviranje vpliva tudi učinkovitost izrabe vloženih sredstev (2.5)

Na prihodke od inovacij poleg višine vlaganj v inoviranje vpliva tudi učinkovitost izrabe teh sredstev. Kot smo pokazali, inovacijsko vodilna podjetja v inoviranje vlagajo več od inovacijskih sledilcev, hkrati pa ta vlaganja tudi učinkoviteje pretvarjajo v prihodke. V skupini inovacijskih sledilcev podjetje z enim v inoviranje vloženim evrom v povprečju ustvari 1,7 evra prihodkov, v skupini inovacijsko vodilnih pa 11 evrov.

10. Inovacijsko uspešnejši več vlagajo v ustvarjanje intelektualne lastnine in v trženje inovacij, a manj v stroje in opremo (2.4)

Cilj podjetja glede povečanja prihodkov od inovacij zahteva okrepitev vlaganj v inoviranje in povečanje njihove učinkovitosti. Da bi zagotovili učinkovitost vlaganj, jih je potrebno ustrezno usmeriti oz. zagotoviti ustrezno strukturo teh vlaganj.

Glede na nizka vlaganja v neinovativnih podjetjih je smiselna zlasti primerjava strukture vlaganj med sledilci in inovacijsko vodilno skupino. Vodilni v primerjavi s sledilci več vlagajo v notranji in zunanji RR, pridobivanje drugih zunanjih znanj, v usposabljanje in v trženje inovacij, a manj v stroje in opremo. Če posamezne kategorije stroškov vsebinsko smiselno združimo, lahko povzamemo, da vodilni v primerjavi s sledilci več vlagajo v ustvarjanje intelektualne lastnine (indeks 1,48) in v trženje inovacij (2,27), nižji pa je delež tehnoloških vlaganj (0,84).

11. Gospodarski rezultati inoviranja (2.6)

NTP: Inovacijsko vodilna podjetja so poslovno uspešnejša tako od neinovativnih kot od sledilcev
Podjetja, ki se uvrščajo v skupino inovacijsko vodilnih, so (po čistih prihodkih od prodaje) v povprečju največja med tremi skupinami. Kljub temu beležijo najhitrejšo rast. Čisti prihodki te skupine med vsemi skupinami rastejo najhitreje, v vseh opazovanih obdobjih (07/06, 08/07, povprečna rast 08/06). Tudi število zaposlenih v obdobju 06-08 pri inovacijsko vodilnih podjetjih raste, medtem ko pri obeh ostalih skupinah upada. Inovacijsko vodilna podjetja so najdonosnejša (najvišji ROE, ROA), pri čemer ROE v obdobju 06/08 tudi najhitreje rase. Ne nazadnje, inovacijsko vodilna podjetja dosegajo najvišjo rast plač, skupaj s sledilci pa tudi pa tudi za tretjino višjo bruto dodano vrednost na zaposlenega (2008) od inovacijsko neaktivnih.

VTP: Inovacijsko vodilna podjetja so poslovno manj uspešna tako od neinovativnih kot od sledilcev

Tudi v tej panožni skupini so sicer inovacijsko vodilna podjetja po čistih prihodkih od prodaje v povprečju največja med tremi skupinami. Vendar pa je indeks rasti prihodkov in kapitala v tej skupini

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

se inovacijsko vodilna podjetja uvrščajo nekoliko nad kot inovacijski sledilci, pri čemer kot edina med tremi skupinami beležijo negativno povprečno rast prihodkov na zaposlenega v obdobju 08/06. Vsi VTP beležijo upad ROE v obdobju 06/08, pri čemer je pri inovacijsko vodilnih ta upad največji (ob tem, da je že sam ROE (in tudi ROA) pri inovacijsko vodilnih najnižji). Inovacijsko vodilna podjetja dosegajo podobno bruto dodano vrednost na zaposlenega (2008) kot ostali dve skupini, a najnižjo rast plač. Več kazalnikov (kapital, sredstva, plače) je pri inovacijsko vodilnih v obdobju 06/07 sicer raslo nadpovprečno ali vsaj povprečno, vendar je v celotnem opazovanem obdobju (06/08) ta rast podpovprečna.

Primerjava inovacijske in poslovne uspešnosti predelovalnih podjetij

Očitno je, da se v panožni skupini NTP inovativnost izplača. Najinovativnejša podjetja so tu uspešnejša po večini kazalnikov. Ravno nasprotno se kaže pri VTP; najinovativnejša podjetja so poslovno manj uspešna. Očitno gre pri tem vsaj do neke mere tudi za srednjeročne negativne učinke, saj se neugodni poslovni rezultati ne kažejo le v opazovanem obdobju inovacijske aktivnosti (2004/06), ampak tudi še v letu 2008. Kaj bi bili lahko vzroki za to?

Možno je, da osvojiti velike tržne deleže z novimi proizvodi v visoko tehnoloških podjetjih pomeni tako velika vlaganja (v razvoj, v trg), da je donosnost podjetja zato nizka. Za NTP smo zgoraj pokazali, da inovacijsko vodilni v povprečju vlagajo celo manj kot inovacijski sledilci, medtem ko pri VTP inovacijsko vodilni v povprečju vlagajo precej več kot inovacijski sledilci. Precejšnja razlika je tudi v strukturi vlaganj. V NTP inovacijsko vodilni sredstva v veliki meri usmerjajo v tehnološko opremo, v VTP pa v RR in trg. Vlaganja v tehnologijo običajno povečujejo produktivnost, kar se odraža na nižjih proizvodnih stroških in višji finančni uspešnosti podjetja. Vlaganja v RR in trg pa vsaj kratkoročno ne prinašajo pozitivnih učinkov v bilanci podjetja.

Drugi razlog bi lahko bil v tem, da je pri NTP lažje doseči tehnološki preboj kot v sektorju VTP. Investicija v tehnologijo, ki je dosegljiva na trgu (in ki je pravzaprav plod inovacijskega dela v VTP), omogoča NT podjetju, da relativno enostavno ponudi trgu nove proizvode (tudi brez večjih vlaganj v RR, kot vidimo). Tu gre torej za transfer inovacijskih rezultatov iz VT v NT sektor in ne neposredno za inovacijske rezultate NT sektorja.

Šibki poslovni rezultati inovativnih podjetij znotraj VT panožne skupine so lahko tudi posledica nizkega razvojnega nivoja panožne skupine v Sloveniji. Tudi tisti, ki so najuspešnejši (najvišja RII in RMI) so v primerjavi s svetovnimi konkurenti lahko zgolj povprečni. Visok RMI še ne pomeni trženja svetovnih novosti. Po definiciji SURS je inovacija nova na tržišču podjetja, če je to proizvod na svoje tržišče vpeljalo prvo, torej pred svojimi konkurenti; na drugih tržiščih pa je lahko že bil na voljo (glej tudi poglavje 6). Glede na tradicionalno usmerjenost slovenskih podjetij na manj razvite trge gre verjetno v veliki meri le za prenos tujih inovacij na nove trge.

Tako izrazite razlike med panožnima skupinama pojasnjujejo tudi, zakaj na nivoju celotnega predelovalnega sektorja ni bilo mogoče zaznati razlik v uspešnosti bolj oz. manj inovativnih podjetij.

SNVZ: Inovativna podjetja so poslovno uspešnejša od neinovativnih

Podjetja iz skupine inovativnih so po čistih prihodkih od prodaje v povprečju večja od podjetij iz skupine neinovativnih. Prav tako so večja tudi po prihodkih na zaposlenega in tudi po rasti le-teh. Ob tem jim intenzivneje raste tudi število zaposlenih, kapital in sredstva. Po donosnosti (ROA, ROE) je

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

dosega nižji povprečni upad donosnosti (ROE); le-ta namreč ni skupini upada. Ne nazadnje, inovativna podjetja v tej panožni skupini dosegajo višjo bruto dodano vrednost na zaposlenega (2008) in višjo rast plač.

SVVZ: Inovativna podjetja so poslovno uspešnejša od neinovativnih

Skupini inovativnih in neinovativnih sta po dodani vrednosti na zaposlenega, po čistih prihodkih od prodaje in njihovi rasti ter po prihodkih na zaposlenega primerljivo veliki. Pač pa prihodki na zaposlenega v skupini inovativnih rastejo precej hitreje. V skupini inovativnih hitreje raste tudi število zaposlenih, sredstva in kapital. Po donosnosti (ROA, ROE) je skupina inovativnih nekoliko uspešnejša, pač pa dosega nižjo povprečno rast donosnosti (ROE). Višji nivo inovativnosti je torej v panožni skupini SVVZ povezan s hitrejšo rastjo podjetij, ne pa tudi s hitrejšo rastjo donosnosti.

Primerjava inovacijske in poslovne uspešnosti storitvenih podjetij

V storitvenem sektorju se je v skupino inovacijsko vodilnih uvrstilo le 5 podjetij. Tako nizko število ne omogoča smiselnih statističnih primerjav, prav tako pa ne ustreza niti merilom statistične zaupnosti. Zato bomo tu lahko primerjali le skupini inovacijskih sledilcev in neinovativnih podjetij.

Obe panožni skupini se glede povezanosti med inovacijskimi in poslovnimi rezultati zdita med seboj bolj podobni kot v primeru predelovalnega sektorja. V obeh skupinah se kaže, da inovativni dosegajo boljše gospodarske rezultate.

Višji nivo inovativnosti je v panožni skupini SVVZ povezan s hitrejšo rastjo podjetij (tj. prihodkov na zaposlenega, števila zaposlenih, kapitala in sredstev), ne pa tudi s hitrejšo rastjo donosnosti. V skupini SNVZ pa višji nivo inovativnosti sovпада z rastjo podjetja in tudi z rastjo njegove donosnosti. Sama donosnost pa je v obeh primerih za inovativna podjetja višja. Očitno je torej, da ima inoviranje v storitvenem sektorju ugoden vpliv na poslovanje podjetij.

Razlike med inovativno in neinovativno skupino niso tako izrazite kot v predelovalnem sektorju, vsaj deloma verjetno zato, ker v primerjavo nismo mogli vključiti najinovativnejših storitvenih podjetij. Dodatno omejitve predstavlja namenski vzorec podjetij, zajetih v raziskavo. Za razliko od predelovalnega sektorja, kjer so med srednjimi in velikimi podjetji zajeta vsa, pa so v storitvenem sektorju na podlagi metodologije SURS zajete le izbrane panoge, zlasti tiste, kjer je pričakovati višji nivo inovativnosti (SVVZ). Zato je potrebno te rezultate interpretirati s previdnostjo, saj bi naključno vzorčenje verjetno razkrilo še večji delež podjetij brez kakršnih koli inovacijskih rezultatov.

12. V panogah z visoko stopnjo tehnološke razvitosti oz. znanja inovativnost prispeva k višji dodani vrednosti, v panogah z nizko stopnjo pa ne. Med panožnimi skupinami¹⁶ v dodani vrednosti inovacijsko vodilnih in sledilcev ni razlik (Tabela 14)

Zanimive vidike odpira primerjava dodanih vrednosti na zaposlenega. Biti inovativen (tj. biti sledilec ali vodilni) v NTP sektorju pomeni za tretjino višjo dodano vrednost na zaposlenega. Podobno je v SNVZ. Inovativnost je torej v nizko »tehnoloških« predelovalnih in storitvenih panogah povezana z višjo dodano vrednostjo na zaposlenega, česar pa pri visoko »tehnoloških« panogah ne beležimo.

¹⁶ Upoštevani sta le obe panožni skupini predelovalcev. V storitvenem sektorju zaradi prenzkega vzorca namreč lahko primerjamo le skupini inovacijskih sledilcev in neinovativnih podjetij.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

cijsko vodilna podjetja (primerjava je možna samo za vrednost na zaposlenega, tako v primeru NTP kot VTP. Po dodani vrednosti na zaposlenega se torej inovacijski sledilci in inovacijsko vodilna podjetja ne razlikujejo, pri obeh skupinah pa je ta precej višja kot v primeru neinovativnih podjetij.

V panogah z višjim nivojem tehnologij oz. znanj inovativnost torej ne prispeva k višji dodani vrednosti. Prav tako ni razlik v dodani vrednosti med inovacijsko vodilnimi in sledilci. Domnevamo lahko, da inovativnost v obliki, kot jo merimo v tej raziskavi (RII, RMI), v panogah, ki so že dosegle nek nivo znanja/tehnologij/inovativnosti, ne zadostuje (več). Za dvig dodane vrednosti na zaposlenega so tam očitno potrebne bolj prebojne inovacije, take, ki presegajo nivo »novega na trgu podjetja, a ne novega na trgu kot takem«. Takih pa je v slovenskih razmerah malo. Pogoj za to pa so primerne kompetence zaposlenih, ustrezna inovacijska kultura in klima ter s tem povezana organiziranost, česar pa raziskava SURS ne vključuje.

Dodaten razlog je lahko v tem, da podjetja kljub večjim vlaganjem ne upravljajo svojih inovacijskih procesov dovolj kakovostno, da bi večji vložki prinesli bolj kakovostne rezultate. Ob tej predpostavki je potrebno poleg večjih kvantitativnih vlaganj v inoviranje doseči tudi kvalitativni preskok. V praksi to pomeni, da morajo biti inovacijske aktivnosti medsebojno ustrezno usklajene. To pa pomeni, da ni dovolj v podjetje prenašati le modelov in dobrih praks iz tujine, ampak je potrebno glede na panogo oz. specifikko podjetja inovacijske dejavnosti strokovno, trajnostno in uravnoteženo obvladovati.

13. Razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati (2.7)

S korelacijsko analizo smo podrobneje preučili medsebojna razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in poslovnimi rezultati. Pri tem smo se omejili na vzorec inovativnih podjetij, saj neinovativna podjetja povečini ne beležijo (vsaj) nekaterih kategorij inovacijskih stroškov, kar bi pri izračunu razmerij med kategorijami ustvarjalo manjkajoče vrednosti.

Kakšna je torej povezava med inovacijskimi vlaganji in poslovno uspešnostjo? V NTP je poslovna uspešnost povezana zlasti z zunanjim izvajanjem RR dejavnosti (v razmerju z notranjim), v VTP z vlaganji v tehnološko opremo (v razmerju v vlaganji v RR)¹⁷, v storitvenih dejavnostih pa se kaže zlasti pomen vlaganj v trženje inovacij. Podrobneje v nadaljevanju.

NTP: Za doseganje gospodarskih rezultatov je pomembno inovacijsko sodelovanje

Za NTP podjetja se za doseganje gospodarskih rezultatov kaže pomen inovacijskega sodelovanja. Podjetja, ki imajo nižje razmerje med notranjimi in zunanjimi stroški RR (ki torej več vlagajo v zunanje izvajanje RR dejavnosti), dosegajo višji ROE.

VTP: Za doseganje gospodarskih rezultatov je pomembno povečanje deleža vlaganj v tehnološko opremo glede na vlaganja v tvorbo intelektualne lastnine

Pri VTP podjetjih se za doseganje gospodarskih rezultatov kaže pomen povečanja vlaganj v tehnološko opremo glede na vlaganja v tvorbo intelektualne lastnine. Na rast ROE značilno (negativno) vpliva razmerje med vlaganji v RR na eni strani in vlaganji v nakup tehnologije na drugi. V poglavju 2.4.1.2 smo sicer pokazali, da bolj inovativna VTP podjetja manj vlagajo v tehnologijo in več

¹⁷ Opozorilo: pri VTP je poslovna uspešnost obratno sorazmerna z inovacijsko uspešnostjo.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

pogled kontradiktorno. Vendar smo v poglavju 2.6.1.2 ljetja slabše gospodarske rezultate. Povečanje tehnoloških

vlaganj v tej panožni skupini torej sicer zmanjšuje inovativnost (prihodke od inoviranja), a izboljšuje gospodarske rezultate (ROE). Skleпали bi lahko, da VTP svoja inovacijska vlaganja v preveliki meri usmerjajo v ustvarjanje znanj in v premajhni meri v industrializacijo teh znanj. Kot smo pokazali v poglavju 2.4.1, VTP vlagajo v tehnologijo v povprečju 47 % vseh svojih inovacijskih vlaganj (Slika 10), NTP pa kar 72 % (Slika 8).

SNVZ: Za doseganje gospodarskih rezultatov je pomembno povečanje deleža vlaganj v trženje inovacij glede na vlaganja v razvoj le-teh

Za SNVZ korelacije nakazujejo prevladujočo potrebo po vlaganjih v trženje inovacij in ne v razvoj le-teh. Razmerje med stroški za uvajanje inovacij na tržišče na eni strani in stroški za RR na drugi (torej sorazmerno višja vlaganja v trg), korelira z ROE in s čistimi prihodki na zaposlenega. Povečanje vlaganj v trženje inovacij glede na vlaganja v razvoj torej ugodno vpliva na uspešnost.

SVVZ: Za doseganje gospodarskih rezultatov je pomembno povečanje deleža vlaganj v trženje inovacij glede na vlaganja v ustvarjanje le-teh

Za SVVZ zaznavamo močno korelacijo med razmerjem stroškov za uvajanje inovacij na tržišče na eni strani in ostalih stroškov (RR, nakup tehnologije) na drugi ter kazalniki uspešnosti (ROE, rast prihodkov, rast sredstev). Povečanje vlaganj v trženje inovacij glede na vlaganja v ustvarjanje le-teh torej ugodno vpliva na uspešnost.

14. Regresijski modeli: Vplivni dejavniki na inovacijske rezultate (2.8)

Kot merili inovativnosti (odvisni spremenljivki) smo v regresijske modele vključili spremenljivki RII in RMI, kot neodvisne spremenljivke pa smo uporabili tiste inovacijske dejavnike, ki so se v predhodnih analizah pokazali kot najprimernejši. Kljub razmeroma nizkim pojasnjevalnim močem prikazanih regresijskih modelov je mogoče ugotoviti, da med panožnimi skupinami obstojijo razlike, pa tudi sorodnosti v vsebini dejavnikov, ki vplivajo na inovacijske rezultate.

Zlasti pri uvajanju inovativnih proizvodov, ki se odraža v povečanju RII, so v različnih panožnih skupinah prisotni različni dejavniki. Jasno pa se izkazuje, da je za uvajanje inovacij, ki bodo nove za trg in ne la za podjetje, povsod potrebno sodelovanje z zunanjimi partnerji. Koncepti odprtega inoviranja, ki so v svetovnem gospodarstvu aktualni že vrsto let, so očitno prisotni tudi v Sloveniji.

Nizka pojasnjevalna moč modelov vsekakor kaže, da na inovacijske rezultate vplivajo predvsem dejavniki, ki jih v raziskavo nismo uspeli zajeti. Za realnejšo sliko inovacijskega stanja slovenskih podjetij bi bilo potrebno v raziskavo SURS očitno dodati nova vprašanja. Eurostatovo inovacijsko raziskovanje o dejavnikih, ki vplivajo na inovativnost podjetij, ne pove veliko.

NTP: Za doseganje inovacijskih rezultatov je pomembno inovacijsko sodelovanje

V NTP sektorju se kot najpomembnejši dejavniki inovativnosti kažejo različne oblike prepletanja inovacijskih dejavnosti podjetja z inovacijskimi dejavnostmi drugih podjetij – tu gre tako za sodelovanje celotne oskrbne verige (dobavitelji, kupci) v inovacijskih dejavnostih podjetja kot za sodelovanje z javnimi RR ustanovami (vključujoč univerze in druge visokošolske ustanove ter vladne ali javne raziskovalne ustanove). Šibkost lastnega razvoja v tem industrijskem sektorju narekuje

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

većerjejnji meri za partnerje, ki delujejo na višjih tehnoloških nivojih. Večina dobavitelji surovin (npr. panoga Proizvodnja kemikalij, kemičnih izdelkov in umetnih vlakna (24)) ali kot dobavitelji proizvodne opreme (npr. panoga Proizvodnja strojeva in naprava (29) in Proizvodnja električnih strojeva in naprava (31)). Razvojne aktivnosti dobaviteljeva oz. njihove inovacije na področju materialova in strojne opreme za podjetje v NTP sektorju predstavljajo osnovo za razvoj lastnih inovacij. Seveda take inovacije praviloma niso prebojne narave, saj so novi materiali in nova oprema sočasno dosegljivi vsem konkurentom v panogi.

VTP: Za doseganje inovacijskih rezultata so pomembni notranji viri, za prave tržne novosti pa so potrebna zunanja znanja

Kar zadeva VTP sektor, se v primerjavi z NTP sektorjem izraziteje kaže pomen lastnega inoviranja. Za ustvarjanje prihodka od inovacij (RII) so pomembni zlasti notranji viri informacij, ki prispevajo k zasnovam novih inovacijskih projekta in k nadaljevanju obstoječih, ne pa opiranje na zunanje partnerje. S tem je neposredno povezan tudi pomen vrhunsko izobraženih lastnih kadrova (zaposlenih z magisterijem ali doktoratom). Kaže se tudi pomen hitre odzivnosti na potrebe trga, ki je v VTP sektorju lahko odločilna za tržni uspeh ali neuspeh.

Če so interna znanja v VTP sektorju ključ do povečevanja prihodka od inovacij, pa je za dvig na višji nivo (torej do inovacij, ki so novost tudi na trgu in ne le za podjetje) očitno potrebno več. Ta »več« pa so vlaganja v zunanje znanje. Stroški za pridobitev drugega zunanjeg znanja, ki so pokazali značilen vpliv na odvisno spremenljivko RMI, vključujejo stroške za pridobitev licence za patente in nepatentirane invencije, strokovnega znanja in izkušenj in drugih vrsta znanja od drugih podjetij ali organizacij. Ti stroški ne vključujejo sredstva, ki jih je podjetje namenilo za opravljene storitve s področja raziskovalno-razvojne dejavnosti, ki jih je zanj opravilo drugo podjetje ali inštitut. Sklepamo lahko, da slovenska podjetja, celo tista v visoko tehnoloških panogah, inovacije, ki bodo novost na trgu, v veliki meri kupujejo (patent, licenca, know-how) in ne razvijajo (samostojno ali v sodelovanju z drugimi).

SNVZ: Za doseganje inovacijskih rezultata so pomembni notranji viri, za prave tržne novosti pa so potrebna partnerstva

Če se pri NTP zunanje partnerstvo oz. zunanji viri znanja kažejo kot pomembni za ustvarjanje inovacijskih prihodka, pa je pri SNVZ očitno primerneje, da se oprejo na lastne vire. Naslanjanje na informacije od dobaviteljeva ima na inovativnost celo negativen vpliv. Predelovalna podjetja so po svoji naravi dejavnosti bistveno bolj vpeta v oskrbno verigo kot storitvena, zato lahko NTP svoj primanjkljaj pri inovacijskih virih nadomeščajo z zunanjimi viri oz. v sodelovanju z zunanjimi partnerji (ki pogosto obvladujejo zahtevnejše tehnologije). SNVZ pa teh »višje-tehnoloških« zunanjih virova nimajo oz. razpoložljivih ne uporabljajo, zato lahko razlikovanje od konkurentova na osnovi inovativnosti ustvari zlasti na podlagi notranjih virova.

Če pa želi storitveno podjetje ustvariti inovacije, ki bodo nove na trgu in ne le za podjetje samo, pa so očitno tudi v storitvah pomembne lastne inovacijske in RR aktivnosti in povezovanje z zunanjimi RR organizacijami.

Učinek je pomembno sodelovanje s kupci in trženje z zunanja znanja

Kar zadeva SVVZ je za RII izpostavljen pomen sodelovanja s kupci in trženja inovacij, medtem ko za prave tržne novosti (RMI) potrebna zunanja znanja. SVVZ so glede na naravo svojih dejavnosti (telekomunikacije, finance, zavarovalništvo, informatika) bolj vpeta v inovacijsko sodelovanje od SNVZ, zlasti v inovacijsko sodelovanje s kupci. Izkustveno je mogoče sklepati, da gre pri teh dejavnostih pogosto za storitve po naročilu, prilagojene konkretnemu kupcu, taka storitev za podjetje praviloma predstavlja inovacijo in prispeva k RII. Širše kot je partnerstvo, več inovacijskih prihodkov se lahko nadejajo. Ker so storitve v teh panogah praviloma v precejšnji meri standardizirane, gre pri navedenih inovacijah pogosto le za prilagoditev osnovne – standardne – rešitve zahtevam posameznega kupca. Take storitve pa zahtevajo velik delež trženjskih aktivnosti in manj stroškov samega razvoja.

Na prihodke od inovacij novih za trg (RMI) v tej panožni skupini razmeroma močno vplivajo informacije z univerz. Povezave med inovacijskimi rezultati in informacijami z univerz smo v raziskavi zaznali že v panogi NTP, na pa tudi v ostalih dveh panogah. Očitno univerze lažje ponujajo storitvene produkte (različne oblike svetovanja, analiz in podobnega) kot zahtevnejše tehnološke rešitve za predelovalno industrijo. To je do neke mere razumljivo glede na dolgoletni trend deindustrializacije Slovenije in dejstvo, da je potreb po visokih tehnologijah, v slovenski – pretežno nizko tehnološki – industriji razmeroma malo.

anketnega vprašalnika

3.1 Uvod

Namen raziskave je bila celovita obravnava sodobnih dejavnikov inovativnosti, povezanih z gospodarsko uspešnostjo podjetij. Skušali smo odgovoriti na naslednja vprašanja:

1. Kateri so osnovni dejavniki vzpostavitve inovativne organizacije ?
2. Kateri inovacijski dejavniki vplivajo na inovacijske in neposredne poslovne rezultate podjetij ?
3. V kolikšni meri te dejavnike izkoriščajo slovenska podjetja ?

Ugotovitve raziskave bodo podjetjem služila kot podlaga za učinkovitejši management inovacijskih procesov, znanstveni pomen pa se izkazuje v celovitem obravnavanju inovacijskih dejavnikov, ki predstavlja raziskovalno vrzel in dopolnjuje obstoječe, predvsem parcialno naravnane raziskovalne pristope k inoviranju.

Ker je šlo za celovito analizo inovacijskih procesov smo morali pridobiti številne podatke, npr. podatke o organiziranosti inovacijske dejavnosti, organizacijski kulturi in klimi, podatke o finčnih vložkih, finančne podatke o inovacijski uspešnosti,... Zato smo podatke, potrebne za izvedbo raziskave, pridobili s pomočjo več virov: lastnega anketnega vprašalnika (primarni podatki) in sekundarnih virov (podatkovne baze SURS, AJPEŠ, iBON,...). Metodologijo raziskave pa smo podredili temeljnemu namenu in raziskovalnim vprašanjem.

Opis raziskave sledi v nadaljevanju. Kratka pojasnila ključnih pojmov navajamo kot sprotne opombe na dnu posamezne strani. V prilogah (Priloga 14: Pojmovnik) pa so na voljo so tudi podrobnejše razlage, zlasti zapletenejših izrazov

3.2 Metodologija

Metodologijo raziskave smo razdelili v 4 faze:

- Preliminarna faza (faza 0): pridobivanje in priprava podatkov,
- Analiza temeljnih organizacijskih dejavnikov (faza 1 – celotni vzorec),
- Analiza inovacijskih dejavnikov (faza 2 – predelovalni, storitveni sektor),
- Analiza vplivnosti inovacijskih dejavnikov (faza 3 – predelovalni, storitveni sektor).

Metodologijo raziskovalnega dela skladno z omenjenimi fazami podrobneje opisujemo v nadaljevanju.

3.2.1 Pridobivanje in priprava podatkov (faza 0)

V preliminarni fazi (faza 0) smo pridobili in pripravili potrebne podatke za izvedbo raziskave. Sistematično smo pregledali več sto bibliografskih enot (metodologija, ključni rezultati, faktor vpliva, citiranost, upoštevanje znanstvenih izhodišč in trendov,...), ki so bile osnova za izdelavo vprašalnika. Vprašalnik smo naslovili na vsa srednja in velika podjetja v Sloveniji (50 ali več zaposlenih).

skupno podatki 173 podjetij) smo definirali posamezne bo analiz:

- temeljni organizacijski dejavniki (kategorija 0),
- inovacijski dejavniki (kategorija 1),
- posredni (inovacijski) rezultati (kategorija 2),
- neposredni (poslovni) rezultati (kategorija 3).

Kategorija 0 predstavlja organizacijske dejavnike, ki niso vezani neposredno na inoviranje pač pa gre za splošne organizacijske dejavnike vzpostavitve inovativne organizacije (npr. strateški vidiki inoviranja, organizacijska kultura in klima,...). V vseh primerih gre za indikatorje in ne sestavljene spremenljivke. V primeru inovacijskih dejavnikov pa gre za indikatorje dimenzij (definirani na podlagi analize glavnih komponent; v nadaljevanju: PCA), ki opisujejo vloške v inovacijski proces (npr. spremenljivke, vezane na raven tržne orientiranosti, zaščite intelektualne lastnine,...). Pri inovacijskih rezultatih pa vključujemo indikatorje, kot tudi indikatorje dimenzij (podlaga analiza PCA), ki kažejo na to ali je bilo podjetje v okviru inovacijskih procesov tudi inovativno (t.j. doseglo rezultate, npr. inovacije, izboljšave proizvodov, ipd.). Zadnja, t.j. kategorija neposrednih rezultatov zajema osnovne indikatorje uspešnosti poslovanja (npr. ROE, ROA, ...), kakor tudi končno skupno korist od inoviranja (podlaga analize PCA). Med oblikovanjem kategorij spremenljivk se je v fazi 0 izkazalo, da je analiza na celotnem vzorcu smiselna le v primeru spremenljivk kategorije 0, spremenljivke, vezane na invencijsko-inovacijski proces (kategorije 1-3) pa je glede na izsledke PCA potrebno obravnavati ločeno (strukturne razlike v predelovalnem in storitvenem sektorju).

3.2.2 Analize na celotnem vzorcu (faza 1)

Namen faze 1 je bil izpostaviti organizacijske dejavnike, povezane z inovacijsko sposobnostjo podjetja. Ne gre za dejavnike, vezane neposredno na inoviranje (npr. inovacijsko sodelovanje) pač pa splošne organizacijske dejavnike, potrebne za vzpostavitev inovativne organizacije (npr. podpora nadrejenih, načrtno iskanje dobrih praks,...). Glede na rezultate predhodne faze, smo v fazi 1 izhajali iz celotnega vzorca podjetij. Podjetja smo na podlagi izbranih kriterijev (A_b5_b RMI - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih -prihodkih od inovacij, A_b5_a RII - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih) razvrstili v inovacijske skupine in jih s statističnimi t-testi primerjali po vrednostih temeljnih organizacijskih dejavnikov.

3.2.3 Analize na podvzorcih predelovalnih in storitvenih podjetij (fazi 2 in 3)

Po Analize v okviru faz 2 in 3 so potekale le podatkih inovativnih podjetij. Upoštevali smo rezultate analiz faze 0 in zato inovativna podjetja obravnavali individualno – ločeno predelovalni in storitveni sektor. V fazi 2 nas je zanimala ocena stanja na področju inovacijskih dejavnikov (kategorija 1), kakor tudi doseženih rezultatov v podjetjih (kategoriji 2 in 3). Na podlagi povprečnih vrednosti in strukture spremenljivk smo identificirali specifične posameznega sektorja. V fazi 3 pa smo proučevali povezave med posameznimi kategorijami spremenljivk (1-2, 1-3, 2-3) invencijsko-inovacijskega procesa. Na podlagi standardiziranih regresijskih koeficientov smo identificirali inovacijske dejavnike, vplivne na posredne in neposredne rezultate; proučevali pa smo tudi vplive inovacijskih na poslovne rezultate podjetij.

podatkov (faza 0)

3.3.1 Metodologija pridobivanja podatkov

Cilj te faze je bila opredelitev in pridobitev potrebnih podatkov za izvedbo raziskave.

Sprva smo pripravili ustrezne znanstvene in strokovne podlage, ki so predstavljale temelj za določanje nabora potencialno pomembnih vplivnih dejavnikov (npr. dejavniki: izobraževanje zaposlenih, aktivnosti za identifikacijo problemov, podpora s strani nadrejenih,...). Sodelavci so prispevali izbor inovacijsko relevantnih prispevkov (člankov, monografij, poročil,..) iz svojih področij delovanja (management inovativnosti, kompetence zaposlenih, IKT, ter druge specifične posameznih panog / dejavnosti ipd.). V izhodiščni seznam literature smo vključili tako znanstveno preverjena izhodišča, kot tudi pregled trendov sodobne teorije in prakse inoviranja (odprto inoviranje, inovacije storitev, vloga IKT ipd.). V nadaljevanju smo nabor dejavnikov preoblikovali v posamezne trditve vprašalnika. Po testiranju v pilotnih podjetjih smo vprašalnik dopolnili do končne verzije. Obsegal je 62 vprašanj pretežno zaprtega tipa (7-stopenjska Likertova lestvica) iz raznovrstnih vsebinskih področij:

- vloga managerjev;
- organizacijska kultura in klima;
- usposabljanje in razvoj inovacijskih kompetenc kadrov;
- identifikacija priložnosti in generiranje invencij;
- sistem materialnega in nematerialnega nagrajevanja;
- vloga komuniciranja in sodobnih informacijsko – komunikacijskih tehnologij.
- vizija in strateški vidiki spodbujanja inovativnosti;
- postavljanje ciljev in merjenje rezultatov;
- organiziranost procesa neprofesionalne inovativnosti zaposlenih / managementa idej;
- inovacijsko sodelovanje znotraj podjetja in z okoljem;
- dejavniki, ki ovirajo inovativnost;
- management sistema “odprtega inoviranja” ipd.

Vprašalnik smo v nadaljevanju naslovili na vsa srednja in velika podjetja v Sloveniji (50 ali več zaposlenih). Za izvedbo anketiranja smo uporabili spletno rešitev LimeSurvey (vprašalnik dosegljiv na: <https://ssl.fmkp.si/anketiranje/index.php?sid=81162&newtest=Y&lang=sl>). Pridobiti smo želeli podatke skupno ca. 200 predelovalnih in storitvenih podjetij.

3.3.2 Metodologija priprave podatkov

Po uspešno zaključenem pridobivanju podatkov smo njihovo razsežnost ustrezno zmanjšali in oblikovali 4 kategorije spremenljivk:

0. Temeljni organizacijski dejavniki,
1. Inovacijski dejavniki,
2. Posredni (inovacijski) rezultati,
3. Neposredni rezultati.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

jene spremenljivke (npr. na podlagi povprečja več trditev), jih (enostavnih) spremenljivk (osnova za spremenljivko posamezna trditev / vprašanje). Pri kategoriji temeljnih organizacijskih dejavnikov smo, glede na to, da je šlo za peščico trditev, skupnih vsem podjetjem (npr. trditve o organizacijski klimi), ocenili, da je smiselna individualna obravnava enostavnih spremenljivk. Trditve smo ustrezno preimenovali v spremenljivke – indikatorje (npr. spremenljivka »V_05_0 Indikator Podjetje načrtno spodbuja identifikacijo problemov/izzivov«). Pri inovacijskih dejavnikih, kakor tudi inovacijskih rezultatih pa smo imeli na voljo vrsto trditev (glavni fokus vprašalnika). Zato smo njihovo razsežnost zmanjšali na način, ki omogoča transparentno, a kljub temu celovito analizo. Redukcijo smo izvedli s pomočjo t.i. metode glavnih komponent (PCA – Principal Component Analysis). Na podlagi pridobljenih komponent (posebej za inovacijske dejavnike in inovacijske rezultate) smo potem oblikovali indikatorje dimenzij (npr. indikator dimenzije Intelektualna lastnina). Vrednosti indikatorjev dimenzij smo določili tako, da so bile trditve z večjimi komponentnimi utežmi primerno upoštevane - z večjo težo. V primeru neposrednih rezultatov inovacijske dejavnosti pa je šlo zlasti za vrsto finančnih podatkov, pridobljenih iz bilanc podjetij (npr. kazalniki dobičkovnosti poslovanja, dodana vrednost na zaposlenega,..). Ker gre za standardne računovodske podatke, jih nismo posebej združevali v nove spremenljivke, s čimer smo zagotovili večjo stopnjo mednarodne primerljivosti rezultatov (npr. primerjava po dodani vrednosti na zaposlenega).

3.3.3 Rezultati pridobivanja podatkov

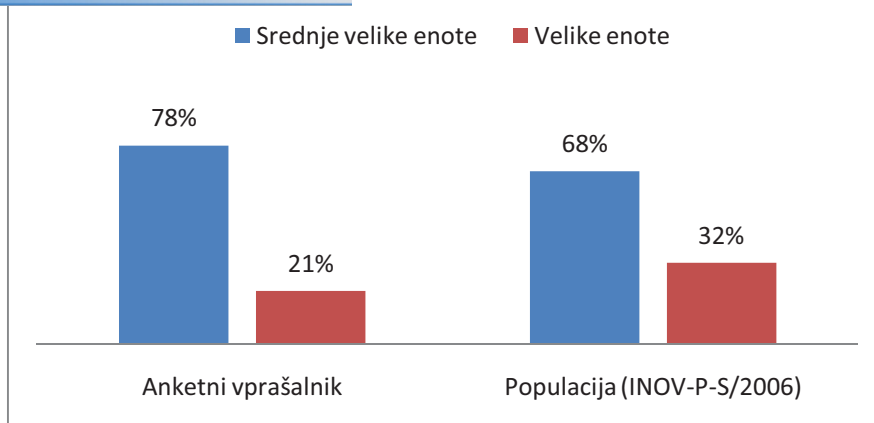
V pridobivanje podatkov iz anketnega vprašalnika so bila vključena vsa srednje velika (50-249 zaposlenih) in velika podjetja (250 ali več zaposlenih) v storitveni in predelovalni dejavnosti (cenzus 997 podjetij. S strani 855 podjetij smo prejeli kontaktne podatke¹⁸ za anketo. Vrnjenih je bilo 173 korektno izpolnjenih anketnih vprašalnikov.

68% podjetij predstavljale srednje velike enote, 32% pa je bilo velikih podjetij. Če vzamemo kot referenco podatke iz Poslovnega registra podjetij (podjetja, ki so prejela tudi vprašalnik INOV-P-S/2006), gre za dokaj podobno populacijsko strukturo (Slika 17). Nekoliko večji delež enot kot v populaciji je razviden za velika podjetja, manj pa je srednje velikih podjetij.

¹⁸ Podatki o osebah, odgovornih za inovacijsko politiko podjetja.

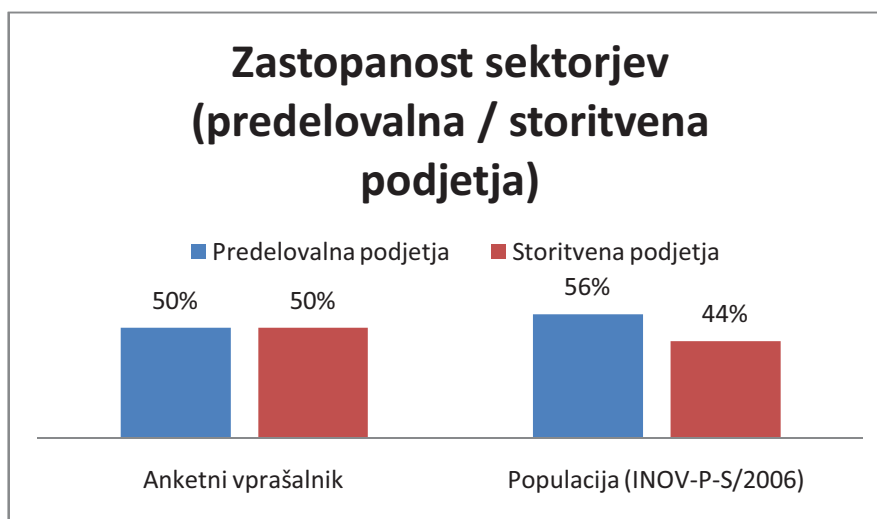
[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Velikost podjetij



Slika 17 Struktura podjetij po številu zaposlenih

Skladno s populacijsko strukturo (podatki vprašalnika INOV-P-S/2006) so bila v raziskavi relativno uravnoteženo zastopana storitvena in predelovalna podjetja (Slika 18). Na podlagi obeh slik ter podatka o relativno visoki stopnji odgovora torej lahko predpostavljamo, da vzorec ustrezno predstavlja populacijo v smislu velikosti, kakor tudi zastopano posameznega sektorja.



Slika 18 Zastopanost sektorjev (predelovalna / storitvena podjetja)

Ob splošnejših demografskih podatkih, kot sta velikost podjetij in pripadnost posameznemu sektorju, pa je večje odstopanje zaznati v smislu doseganja inovativnih rezultatov. Ugotavljamo namreč, da smo v vzorec zajeli opazno večji delež enot, ki so dosegale inovacijske prihodke (Slika 19).

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features



Slika 19 Zastopanost sektorjev (predelovalna / storitvena podjetja)

Vzorec zato ni povsem reprezentativen, ampak povečani zajemamo podjetja, ki so beležila tudi tržni učinek od svojih inovacij (t.j. inovacijske prihodke). Zgovoren podatek o tem, da vzorec predstavlja podjetja, ki so bila uspešnejša pri transformaciji invencij v inovacije je tudi dejstvo, da je skoraj 76% podjetij v vzorcu beležilo realizacijo kakršnih koli inovacij¹⁹ - po podatkih SURS v enakem obdobju SURS (2010) je bilo vseh takšnih podjetij v Sloveniji ca. 50%.

Glede na indikacijo, da gre predvsem za inovacijsko uspešnejša podjetja, lahko sklepamo da bodo tudi zaključki naše analize predstavljali stanje, ki je nad slovenskim povprečjem. Gre za sistemsko napako, ki je ni enostavno obiti. Potrebno pa jo je upoštevati pri interpretaciji rezultatov.

3.3.4 Rezultati: priprava podatkov

Skladno z metodologijo priprave podatkov smo definirali:

4 kategorije spremenljivk:

0. Temeljni organizacijski dejavniki – celotni vzorec,
1. Inovacijski dejavniki – ločeno predelovalna in storitvena podjetja,
2. Posredni (inovacijski) rezultati – ločeno predelovalna in storitvena podjetja,
3. Neposredni (finančni) rezultati – ločeno predelovalna in storitvena podjetja.

Podatki za vsako od spremenljivk, ki pripadajo kategoriji temeljnih organizacijskih dejavnikov (kategorija 0) so bili pridobljeni na celotnem vzorcu 173 podjetij.

¹⁹ Definicije posameznih tipov inovacij so navedene v Pojmovniku (poglavje 7.14).

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

oriji temeljnih organizacijskih dejavnikov

	Kategorija	Definicija	Merska lestvica
V_05_0 Indikator Podjetje načrtno spodbuja identifikacijo problemov/izzivov	0	Individualna spremenljivka	Ordinalna (1-7)
V_06_0 Indikator Podjetje načrtno išče dobre prakse podjetij drugih panog	0	Individualna spremenljivka	Ordinalna (1-7)
V_08_0 Indikator Podjetje trenutno neizvedljive ideje ponuja drugim potencialnim	0	Individualna spremenljivka	Ordinalna (1-7)
V_11_0 Indikator Podjetje pri inovativnem delu spodbuja medgeneracijsko sodelovanje	0	Individualna spremenljivka	Ordinalna (1-7)
V_40_0 Indikator Podjetje nagraduje inovativne in podjetne sodelavce	0	Individualna spremenljivka	Ordinalna (1-7)
V_41_0 Indikator Podjetje zaposluje ustvarjalne, samoiniciativne in pogumne ključne sodelavce	0	Podatki trditve št. 41	Ordinalna (1-7)
V_42_0 Indikator Podjetje vzpodbuja zaposlene za izvedbo zahtevnejših nalog	0	Individualna spremenljivka	Ordinalna (1-7)
V_43_0 Indikator Podjetniško-inovacijske sposobnosti ključnih zaposlenih so primerne za vodilni položaj v panogi	0	Individualna spremenljivka	Ordinalna (1-7)
V_44_0 Indikator Inovativni sodelavci so deležni podpore nadrejenih	0	Individualna spremenljivka	Ordinalna (1-7)
V_54_0 Indikator Povprečno število ur na vodstvenega delavca v 2008 za izobraževanja / usposabljanja o ustvarjalnosti in inoviranju	0	Individualna spremenljivka	Ordinalna (1-6)

Podatke o načinu definiranja in merski lestvici posamezne spremenljivke podajamo v tabeli (

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

o spremenljivk pa so na voljo v tabeli (Tabela 19).

Spremenljivke, ki pripadajo kategoriji »Inovacijski dejavniki« (Tabela 16), opisujejo vloške v inovacijski proces – zajemamo zgolj podjetja, ki so takšne procese imela²⁰. Pojem »dimenzija« poudarja, da gre za sestavljene spremenljivke oblikovane na podlagi rezultatov analize PCA. Njihove vrednosti smo določili na podlagi t.i. metode shranjenih faktorjev, ki odpravlja možnosti t.i. problema multikolinearnosti. Opisne statistike sestavljenih spremenljivk navajamo v tabeli (Tabela 20). Opisne statistike individualnih spremenljivk iz posameznih dimenzij pa so na voljo v tabeli (Tabela 21).

Tabela 16 Spremenljivke, ki pripadajo kategoriji inovacijskih dejavnikov²¹

Spremenljivka	Kategorija	Definicija ²²	Merska lestvica
F1_p Indikator dimenzije Inovacijska politika	1- predelovalni	Shranjeni faktor	Numerična (1 ≤ F1_p ≤ 7)
F2_p Indikator dimenzije Odnos do intelektualne lastnine	1- predelovalni	Shranjeni faktor	Numerična (1 ≤ F2_p ≤ 7)
F3_p Indikator dimenzije Tržna politika	1- predelovalni	Shranjeni faktor	Numerična (1 ≤ F3_p ≤ 7)
F4_p Indikator dimenzije Nagnjenost k tveganju.	1- predelovalni	Shranjeni faktor	Numerična (1 ≤ F4_p ≤ 7)
F1_s Indikator dimenzije Inovacijska in tržna politika	1- storitveni	Shranjeni faktor	Numerična (1 ≤ F1_s ≤ 7)
F2_s Indikator dimenzije Odnos do intelektualne lastnine	1- storitveni	Shranjeni faktor	Numerična (1 ≤ F2_s ≤ 7)
F3_s Indikator dimenzije Primerjava s konkurenco	1- storitveni	Shranjeni faktor	Numerična (1 ≤ F3_s ≤ 7)
F4_s Indikator dimenzije Emocionalni vidik	1- storitveni	Shranjeni faktor	Numerična (1 ≤ F4_s ≤ 7)
F5_s Indikator dimenzije Avtonomija dela	1- storitveni	Shranjeni faktor	Numerična (1 ≤ F5_s ≤ 7)

²⁰ Uporabljeni kriterij: Ali je vaše podjetje v obdobju 2006-2008 uvedlo kakršnekoli inovacije ?

²¹ Podatki veljajo za leto 2008.

²² Seznam vseh uporabljenih spremenljivk, kakor tudi navedba ključnih izmed njih za posamezni indikator dimenzije je na voljo v tabeli 7.

Spremenljivke kategorije 2 (razen RII) kažejo na obseg realiziranih inovativnih rezultatov podjetja. Ponovno, kot pri kategoriji 1, zajemamo le podzorec inovacijsko aktivnih podjetij. Podlaga za definicijo spremenljivk kategorije 2 je bila t.i. analiza glavnih komponent (razen za RII in RMI – določeni na podlagi analiz podatkov SURS). Slednja je nakazala enako strukturo dimenzij za podzorec predelovalnih in storitvenih podjetij. Ker pa so analize spremenljivk kategorije 1 pokazale na smiselnost nadaljnje ločene obravnave predelovalnih in storitvenih podjetij, smo vrednosti spremenljivk definirali ločeno, za vsak sektor posebej (Tabela 21).

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

oriji posrednih (inovacijskih) rezultatov

	Kate- gorija	Definicija ²⁴	Merska lestvica
V_18_c Indikator dimenzije Število uvedeni in storitev na zaposlenega	2	Število inovacij izdelkov (V_18_1) + storitev (V_18_2) / Število zaposlenih (V_ip_1)	Numerična (≥0)
V_34_f Indikator dimenzije Inovacijski predlogi na zaposlenega	2	Utežena vsota iz števila inovacijskih predlogov ²⁵	Numerična (≥ 0)
V_35_a Indikator Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega	2	Letna gospodarska korist (V_35_0) / Število zaposlenih (V_ip_1)	Numerična (≥ 0)
A_b5_b RMI - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih -prihodkih od inovacij	2	Prihodki od inovacij proizvodov, novih za trg * 100 / celotni prihodki od inovacij	% (0 ≤ A_b5_b ≤ 100)
A_b5_a RII - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih	2	Prihodki od inovacij proizvodov * 100 / celotni prihodki	Numerična (0 ≤ A_b5_a ≤ 100)

Ker gre pri podatkih kategorije 3 (

²³ Podatki veljajo za obdobja: A_b5_a in A_b5_b leto 2006, V_18_c za obdobje 2006-2008, V_34_f in V_35_a leto 2008.

²⁴ Seznam z dolgimi imeni spremenljivk je na voljo v tabeli 8.

²⁵ Po formuli: $0,2 * \text{št. prijavljenih predlogov na zaposlenega (V_34_a)} + 0,3 * \text{št. odobrenih predlogov na zaposlenega (V_34_b)} + 0,5 * \text{št. realiziranih predlogov na zaposlenega (V_34_c)}$

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

inovacijske podatke, jih nismo posebej združevali v nove
večjo stopnjo mednarodne primerljivosti rezultatov (npr.
primerjava po dodani vrednosti na zaposlenega). Le eno spremenljivko (V_17_a), ki obravnava
povprečne skupne koristi od inovacij smo, skladno z njeno vsebinsko opredelitvijo, definirali kot
sestavljeno spremenljivko na podlagi povprečja več trditev (pripadajoče spremenljivke V_17_1 do
V_17_6). Opisne statistike spremenljivk iz kategorije 3 navajamo ločeno predelovalna in storitvena
inovacijsko aktivna podjetja (Tabela 22).

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Definicija

	Definicija	Merska lestvica		
	Definicija	Merska lestvica		
F_06_e	Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 2008	3	Čisti dobiček oz. izguba 2008 / Povprečni kapital 2008	Numerična ($0 \leq F_{06_e} \leq 1$)
F_03_j	Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	3	Čisti dobiček oz. izguba 2006 / Povprečni kapital 2006	Numerična ($0 \leq F_{03_j} \leq 1$)
F_03_b	Indikator Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS)	3	Čisti dobiček oz. izguba 2006 / Čisti prihodki od prodaje 2006	Numerična ($0 \leq F_{03_b} \leq 1$)
F_03_k	Indikator Čista dobičkovnost sredstev (ROA)	3	Čisti dobiček oz. izguba 2006 / Povprečna sredstva 2006	Numerična ($0 \leq F_{03_k} \leq 1$)
V_aj_a	Indikator Dodana vrednost na zaposlenega	3	kosmati donos iz poslovanja - stroški blaga, materiala in storitev - drugi odhodki iz poslovanja / povprečno število zaposlenih	Numerična ($-\infty \leq V_{aj_a} \leq +\infty$)
F_06_f	Indikator Rast ROE 06/08	3	Povprečje iz Rast ROE 2005/06 in Rast ROE 07/08)	% ($-\infty \leq F_{06_f} \leq +\infty$)
F_06_g	Indikator Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08	3	Povprečje iz rasti čistih prodajnih prihodkov 2005/06 ter rasti čistih prodajnih prihodkov 2007/08	% ($-\infty \leq F_{06_g} \leq +\infty$)
V_17_a	Indikator dimenzije Povprečje skupnih koristi od inovacij	3	Povprečje iz skupnih koristi od: inovacij izdelkov (V_17_1), inovacij storitev (V_17_2) inovacij postopkov/procesov (V_17_3) , inovacij na področju organiziranosti (V_17_4) , inovacij na področju trženja (V_17_5), inovacij poslovnega modela (V_17_6)	Numerična ($1 \leq V_{17_a} \leq 7$)

Vzorec (faza 1)

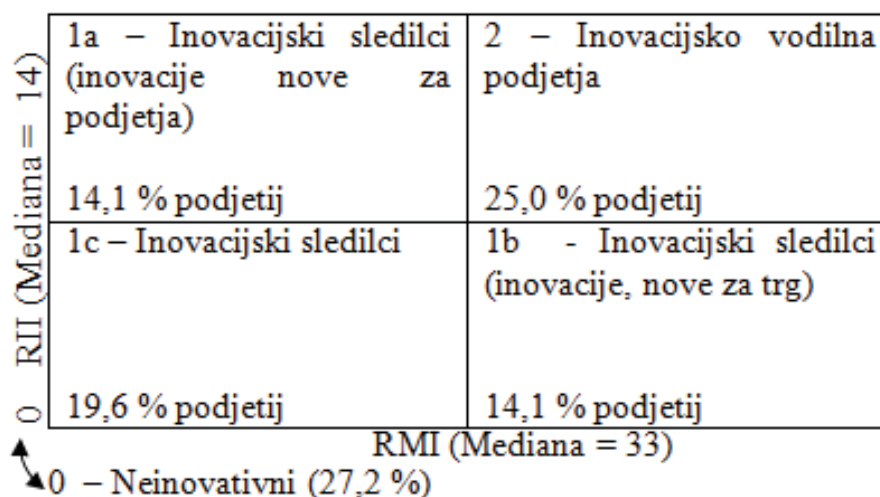
V fazi 1 nas je zanimalo, katere temeljne organizacijske dejavnike spodbujajo bolj inovativna med obravnavanimi podjetji. Gre za množico temeljnih prioritet organizacije (spremenljivke kategorije 0), ki same po sebi še ne predpostavljajo inovativnih rezultatov, a kažejo na raven spodbujanja ustvarjalnosti v podjetju (predpogoj za inovativnost).

3.4.1 Metodologija opredelitve inovacijskih skupin

Kriterije in način oblikovanja uporabljenih spremenljivk, smo definirali že v poglavju 3.3.4. V nadaljevanju pa je bilo potrebno definirati še skupine podjetij glede na inovativnost. Glede na omejeno število podatkov, kakor tudi dejstvo, da gre za splošne organizacijske dejavnike, smo obravnavali celotni vzorec podjetij. Skupine podjetij smo oblikovali na podlagi dveh indikatorjev inovacijskih rezultatov:

- A_b5_a RII - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih;
- A_b5_b RMI - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij.

Gre za koncept, ki smo ga uspešno uporabili že na podatkih inovacijskega vprašalnika Statističnega urada RS (SURS), zlasti z vidika primerjave finančnih rezultatov (podrobnejši opis v poglavju 2.1.2). Komplementarno pa bo v tem delu poudarek na organizacijskih dejavniki. Podjetja v vzorcu smo razvrstili v posamezne skupine glede na vrednosti median posameznega od dveh dejavnikov inovativnosti (RII, RMI), kar je zagotovilo enakomerno zastopanost podjetij v vsaki izmed skupin. Rezultate procesa razvrščanja grafično povzema Slika 20.



Slika 20 Matrika inovacijskih skupin po RII in RMI²⁶

²⁶ Podatki RII in RMI so bili na voljo le za 92 podjetij.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

estili ob dnu slike (Slika 20), skladno z deležem inovacijskih in podatkih je takih podjetij le 27,2 % in zato prevladujejo podjetja, ki so z inovacijami proizvodov dosegala prihodke.

V spodnjem levem kvadrantu slike (Slika 20) so zajeta podjetja (skupina 1c) z nizkimi prihodki od inovacij (RII), ki so bili doseženi predvsem z inovacijami, katere predstavljajo nizko stopnjo novosti za trg (gre za inkrementalne inovacije, nove predvsem za podjetje samo). V vzorcu je 19,6 % takih podjetij.

Drugo skupino (skupina 1a) predstavljajo podjetja z znatnim deležem prihodkov od inovacij v celotnih prihodkih (RII), a so slednji ponovno predvsem posledica inkrementalnih in ne inovacij, ki bi predstavljale novost za trg (14,1 % podjetij). Tretja skupina podjetij (skupina 1b) sicer dosega visok delež inovacijskih prihodkov s proizvodi, novimi za trg, a so inovacijski prihodki glede na celotne prihodke kljub vsemu nizki. Samo četrta skupina podjetij (25 % enot) (skupina 2) dosega inovacijske prihodke v veliki meri s prebojnimi inovacijami (RMI), ki se obenem odražajo tudi v celotnih prihodkih (RII).

Podrobnejše testiranje na celotni populaciji je (podlaga metodologija SURS), pokazalo, da med skupinami sledilcev (1a, 1b in 1c) ni pomembnejših razlik glede demografskih značilnosti, niti glede poslovne uspešnosti. Zaradi poenostavitve smo zato vse tri skupine sledilcev obravnavali kot homogeno skupino (1). Skupino vodilnih (2) smo torej primerjali s skupinama neinovativnih (0) in sledilcev kot celote (1). Zanimale so nas razlike v podpori organizacijskim dejavnikom med temi 3 skupinami. Uporabili smo statistični t-test in po skupinah 0,1, in 2 primerjali razlike med povprečji vrednosti spremenljivk.

3.4.2 Rezultati analiz na celotnem vzorcu

Rezultate povzemamo v tabeli (Tabela 19). Struktura tabele je naslednja: v levem stolpcu (»Spremenljivka«) so navedeni temeljni dejavniki strateške podpore ustvarjalnosti, sledijo dosežene povprečne vrednosti po inovacijskih skupinah (»Povprečje (povprečje:)«) in navedba rezultatov t-testov med skupinami (»t-test: Sig. (2-tailed)«).

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Indikatorji, ki pripadajo kategoriji temeljnih organizacijskih dejavnikov (oznake z *)

Spremenljivka (temeljni organizacijski dejavnik)	Povprečje (povprečje:)			t-test: Sig. (2-tailed)		
	Skupina 0	Skupina 1	Skupina 2	0 - 1	0 - 2	1 - 2
V_05_0 Indikator Podjetje načrtno spodbuja identifikacijo problemov/izzivov	4,480	4,818	5,348	0,417	0,035*	0,202
V_06_0 Indikator Podjetje načrtno išče dobre prakse podjetij drugih panog	3,360	3,795	4,609	0,387	0,024*	0,111
V_08_0 Indikator Podjetje trenutno neizvedljive ideje ponuja drugim potencialnim uporabnikom	3,320	2,750	3,652	0,130	0,488	0,024*
V_11_0 Indikator Podjetje pri inovativnem delu spodbuja medgeneracijsko sodelovanje	3,640	4,000	4,609	0,444	0,084	0,190
V_40_0 Indikator Podjetje nagraduje inovativne in podjetne sodelavce	3,760	4,205	4,391	0,331	0,236	0,685
V_41_0 Indikator Podjetje zaposluje ustvarjalne, samoiniciativne in pogumne ključne sodelavce	5,000	4,977	5,217	0,957	0,629	0,599
V_42_0 Indikator Podjetje vzpodbuja zaposlene za izvedbo zahtevnejših nalog	3,875	4,674	4,957	0,020*	0,017*	0,470
V_43_0 Indikator Podjetniško-inovacijske sposobnosti ključnih zaposlenih so primerne za vodilni položaj v panogi	3,320	4,205	4,348	0,025*	0,019*	0,735
V_44_0 Indikator Inovativni sodelavci so deležni podpore nadrejenih	4,120	4,523	4,957	0,241	0,037*	0,309
V_54_0 Indikator Povprečno število ur na vodstvenega delavca v 2008 za izobraževanja/usposabljanja o ustvarjalnosti in inoviranju	2,800	2,614	3,478	0,557	0,121	0,016*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

inovacijskimi sledilci (skupina 1) in neinovatorji (skupina 0) med vrednostmi organizacijskih dejavnikov. Razlike v prid inovatorjem sledilcem se najmočneje kažejo na strateškem nivoju. Pri neinovatorjih se kaže izrazito nizka raven inovacijsko-podjetniške kompetentnosti vodstva (spremenljivka V_43_0, povprečje: 3,32), medtem ko isti dejavnik pri inovatorjih sledilcih dosega skoraj za 1 stopnjo višjo vrednost (povprečje: 4,20). Zanimivo je, da se obe skupini ne razlikujeta značilno po dejavniku stopnje zaposlovanja ustvarjalnih zaposlenih (V_41_0) – obe skupini dosejata relativno visoko povprečje (povprečje: 5,00 oz. 4,98). Vendar pa neinovatorji jasno zaostajajo na taktičnem nivoju, t.j. vzpodbujanju teh zaposlenih k lotevanju zahtevnejših nalog (V_42_0). Prav te naloge pa lahko predstavljajo izziv in priložnost za ustvarjalnost zaposlenih, kar se kaže tudi v doseganju inovacijskih prihodkov (RII > 0) skupine 1.

Po pričakovanjih so razlike v organizacijski podpori ustvarjalni klimi najizrazitejše med neinovatorji (skupina 0) in skupino vodilnih inovatorjev (skupina 2). Poleg že prej omenjenih inovacijskih kompetenc vodstva (V_43_0) in spodbujanja zaposlenih (V_42_0), je pri vodilnih inovatorjih opaziti večjo mero načrtnega iskanja priložnosti / izzivov v okolju. Tako so vodilna podjetja v signifikantni prednosti pri načrtnem iskanju problemov in priložnosti (V_05_0). Višja kot pri neinovatorjih je tudi stopnja načrtnega iskanja dobrih praks izven lastne panoge (V_06_0), kar kaže na to, da so vodilni inovatorji v večji meri usmerjeni v prenos povsem novih poslovnih praks (V_06_0) in ne izključno posnemanje lastne panoge (V_04_0). Ponovno, zanimivo, lahko opazimo, da se tudi vodilni inovatorji ne razlikujejo od neinovatorjev po k ustvarjalnim zaposlenim naravnani zaposlovalni politiki (V_41_0). Vendar pa se načrtno iskanje priložnosti, predvsem v širšem okolju (V_06_0), skupaj z visoko mero podpore ustvarjalnim zaposlenim (V_42_0, V_44_0) ne nazadnje obrestuje tako v visokem RII kot RMI vodilnih inovatorjev.

Zanimalo nas je tudi, kateri organizacijski dejavniki ločujejo inovatorje sledilce (skupina 1) od vodilnih inovatorjev (skupina 2). Zanimivo, razlike se kažejo zlasti v številu ur, porabljenih za izobraževanja vodstva s področja inoviranja. Za vodilna podjetja smo tako ugotovili, da letno v povprečju namenjajo 10-11 ur za izobraževanja o ustvarjalnosti in inoviranju (spremenljivka V_54_0, povprečje: 2,61), medtem ko inovatorji sledilci za tovrstna izobraževanja porabijo le ca. 5 – 6 ur (spremenljivka V_54_0, povprečje: 3,48). Testi statistično značilnih razlik tudi kažejo, da vodilni inovatorji ideje, katerih niso zmožni realizirati sami, v večji meri nudijo drugim potencialnim uporabnikom / organizacijam (V_08_0). Gre za koncept, ki se navezuje na t.i. sistem odprtega inoviranja, kjer podjetje prevzame zlasti tisti del inovacijskega procesa, ki je del njegovih temeljnih kompetenc (npr. razvoj izdelka), v preostalih fazah pa v povečani meri sodeluje s partnerskimi organizacijami. Kljub temu, da so vodilna podjetja v povprečju dejavnik odprtega inoviranja (V_08_0) za stopnjo više od sledilcev, pa je povprečna vrednost dejavnika še vedno dokaj nizka (povprečje: 3,65) .

3.5 Analize na podvzorcih predelovalnih in storitvenih podjetij (fazi 2 in 3)

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

avnikov (faza 1), se v fazi 2 lotevamo analize stanja na področju spremenljivk 1) in doseženih posrednih (spremenljivke kategorije 2) in neposrednih rezultatov (spremenljivke kategorije 3). Ne gre torej več za celotni vzorec, ampak za osredotočenje na podjetja z doseženimi inovacijami²⁷. Skupini predelovalnih in storitvenih podjetij obravnavamo ločeno.

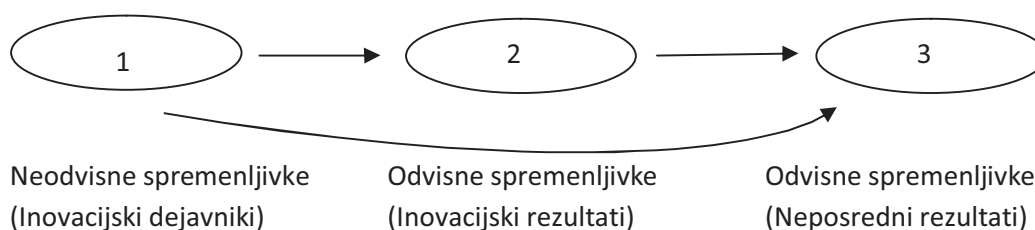
3.5.1 Metodologija analize stanja (faza2)

V fazi 2 nas je zanimala ocena stanja na področju inovacijskih dejavnikov (kategorija 1) in doseženih rezultatov v podjetjih (kategoriji 2 in 3). Najprej smo na podlagi opisnih statistik ločeno proučili stanje v vsakem izmed sektorjev, potem pa se lotevamo še neposredne primerjave vrednosti spremenljivk med sektorjema. Slednjo izvedemo s pomočjo statističnega testiranja razlik (t-test) v povprečjih. Zaradi različne strukture inovacijskih dejavnikov v obeh sektorjih, smo namesto inovacijskih dejavnikov (kategorija 1) v primerjavah zajeli posamezne indikatorje – individualne spremenljivke, ki sestavljajo te dejavnike. Obenem pa smo z obravnavo na nivoju indikatorjev lahko proučevali tudi strukturne razlike med inovacijskimi dejavniki. To je omogočilo, da smo opisali ne le razlike v ravni spodbujanja in doseženih rezultatih inovacijskih dejavnosti (podlaga: povprečne ocene), pač pa tudi razlike v njihovi organiziranosti med sektorjema (podlaga: strukturne razlike).

3.5.2 Metodologija identifikacije vplivnih dejavnikov (faza 3)

Namen te faze je proučitev povezav med posameznimi kategorijami spremenljivk 1,2, in 3, ki opisujejo inovacijski proces. Vplive na uspešnost predelovalnih in storitvenih skupin podjetij smo ločeno proučevali s pomočjo multivariantnih regresijskih modelov. Analize smo, skladno z definicijami neodvisnih in odvisnih spremenljivk (poglavje 3.3.4.) izvedli ločeno na podatkih za predelovalni in storitveni sektor.

Proučevali smo vplive med 3 kategorijami spremenljivk, in sicer na naslednji način:



Vsak regresijski model je sestavljala ena od odvisnih spremenljivk in več neodvisnih spremenljivk. Število neodvisnih spremenljivk je bilo pri tem različno; dodatno spremenljivko smo v model vključili, če se je s tem ustrezno povečal tudi delež pojasnjene variance (sprememba vsaj 5 %). Seznam spremenljivk, katere smo imeli na voljo znotraj vsake izmed kategorij 1, 2 in 3, je na voljo v poglavju 3.3.4.

Kot mero jakosti vpliva smo uporabili ocene t.i. standardiziranega regresijskega koeficienta (Standardized Beta). Standardizirani multipli regresijski koeficient pokaže spremembo odvisne

²⁷ ²⁷ Uporabljeni kriterij: Ali je vaše podjetje v obdobju 2006-2008 uvedlo kakršnekoli inovacije ?

(lonih), če se vrednost določene neodvisne spremenljivke (lonih), ostale neodvisne spremenljivke pa ob tem ostanejo nespremenjene.

Z uporabo standardiziranega regresijskega koeficienta smo zagotovili primerljivost koeficientov tako znotraj posameznih modelov (t.j. primerjava vplivov več neodvisnih spremenljivk na eno odvisno spremenljivko) kot med modeli (t.j. primerjava vplivov posameznih neodvisnih spremenljivk na več odvisnih). Gre za pristop, ki je pomembno povezan s ciljem projekta – identifikacijo in rangiranjem vplivnih inovacijskih dejavnikov.

Kot merilo kakovosti regresijskih modelov smo uporabili delež variance, pojasnjene s predpostavljenimi neodvisnimi spremenljivkami (Adjusted R square, R square pri enostavnih regresijskih modelih). Število neodvisnih spremenljivk, vključenih v posamezne modele, smo torej določali na podlagi deleža pojasnjene variance glede na število vključenih spremenljivk.

3.5.3 Rezultati faze 2: analiza stanja v predelovalnih podjetjih

V skrajnem levem stolpcu tabele (Tabela 20) so navedene sestavljene spremenljivke, ki predstavljajo posamezne inovacijske dejavnike²⁸. Sledi število zajetih podjetij (N), njihova vrsta (predelovalno / storitveno), povprečja in standardni odkloni spremenljivk. Sledijo še rezultati statističnega testiranja razlik (t-test) med povprečji posameznih spremenljivk (Tabela 21). Na podoben način sledi še prikaz rezultatov v tabeli²⁹ (Tabela 22). Dodatne analize so pripomogle k identifikaciji specifik posameznega sektorja, tako v smislu neizrabljenih potencialov (podlaga: povprečne ocene), kakor tudi potrebne organiziranosti inovacijske dejavnosti (podlaga: strukturne razlike sestavljenih spremenljivk), česar samo z analizo sestavljenih spremenljivk ne bi mogli doseči.

Iz tabele (Tabela 20) lahko razberemo, da so ocene inovacijskih dejavnikov relativno uravnotežene ($3,844 \leq$ povprečje $\leq 5,107$). Izstopa le najvišje ocenjeni dejavnik »Tržna politika (F3_p)« (povprečje: 5,107). V tabeli (Tabela 21) lahko med spremenljivkami tržne politike (TP) razberemo visoke ocene za dejavnik zadovoljevanja razumskih potreb uporabnika (V_12_0, povprečje: 5,997). Podjetja pa opazno manjši trud namenjajo razvoju novih tržišč (povprečje: 4,730). Tudi glede na nizke povprečne ocene pomembnosti zaščite intelektualne lastnine (F2_p) za poslovno uspešnost (povprečje: 3,861) se kaže možnost zapostavljene vloge produktov, novih za trg. Še posebej velja izpostaviti, da so podjetja pomen patentov (V_57_0) za poslovni uspeh ocenila bistveno nižje (povprečje: 4,169), kot npr. pomen znamk (povprečje: 5,047). Zanimivo je, da ocena inovacijske politike (F1_p) ni posebej visoka (povprečje: 4,376) in opazno zaostaja za tržnim dejavnikom F2_p (povprečje: 5, 107). Tudi inovacijska kompetentnost ključnih zaposlenih (V_43_0) v povprečju ni bila ocenjena kot posebej primerna za doseganje vodilnega položaja podjetja (povprečje: 4, 297). Glede na relativno nizke ocene ključnih spremenljivk, ki obsegajo inovacijsko politiko (F1_p), je razumljivo, da so podjetja usmerjena predvsem k zadovoljevanju osnovnih, razumskih potreb uporabnika. V smislu razvoja povsem novih, prebojnih inovacij, pa nezadostnost lastnih inovacijskih resursov predstavlja omejevalni dejavnik.

²⁸ Način definiranja dejavnikov je opredeljen v poglavju 3.3.4.

²⁹ Način definiranja spremenljivk, ki predstavljajo posredne in neposredne rezultate je opredeljen v poglavju 3.3.4.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

kov podjetij predstavljajo inovacijski prihodki (A_b5_a). mi, ki predstavljajo novost na trgu, pa zajemajo slabo tretjino celotnih inovacijskih prihodkov (A_b5_b, povprečje: 31,257 %).

V smislu skupnih materialnih in nematerialnih koristi, doseženih z inoviranjem ugotavljamo precejšnje razlike med posameznimi tipi inovacij. V povprečju so podjetja največje koristi, zanimivo, dosegla ne z inovacijami izdelkov (povprečna ocena: 5,071), pač z inovacijami postopkov oz. procesov (povprečna ocena: 5,230). Gre za relativno visoke ocene koristi (max. možna ocena: 7). Še vedno pa podjetja precej manj uspešno izkoriščajo prednosti inovacij storitev (povprečna ocena: 3,081) ter inovacij poslovnega modela (povprečna ocena: 3,405).

Tabela 20 Opisne statistike za spremenljivke, ki pripadajo kategoriji inovacijskih dejavnikov³⁰

Spremenljivka (inovacijski dejavniki)	N	Vrsta podjetja	Poprečje	Std. odklon
F1_p Indikator dimenzije Inovacijska politika	74	Predelovalno	4,376	1,216
F2_p Indikator dimenzije Odnos do intelektualne lastnine	74		3,861	1,717
F3_p Indikator dimenzije Tržna politika	74		5,107	1,214
F4_p Indikator dimenzije Nagnjenost k tveganju.	74		3,844	1,128
F1_s Indikator dimenzije Inovacijska in tržna politika	57	Storitveno	5,032	1,179
F2_s Indikator dimenzije Odnos do intelektualne lastnine	57		3,483	1,489
F3_s Indikator dimenzije Primerjava s konkurenco	57		4,503	1,148
F4_s Indikator dimenzije Emocionalni vidik	57		4,886	1,617
F5_s Indikator dimenzije Avtonomija dela	57		3,877	1,310

3.5.4 Rezultati faze 2: analiza stanja v storitvenih podjetjih

Z izjemo ocene za odnos do intelektualne lastnine (F2_s) v tabeli (Tabela 20) zaznamo dokajšnjo usklajenost ocen. Zanimivo je, da so podjetja relativno visoko ocenila dejavnik F1_s, ki pa ne zajema

³⁰ Pri izračunu povprečij indikatorjev dimenzij smo upoštevali zgolj individualne indikatorje z ustrezno visokimi faktorskimi utežmi ($\geq 0,5$).

o podjetja (povprečje: 5,032). Tržna politika podjetij, kot ustvarjanje novih trgov. Podjetja v povprečju precejšnjo pozornost namenjajo zadovoljevanju osnovnih, razumskih potreb uporabnika (povprečje: 5,997), opazno manjši poudarek pa dajejo čustvenim potrebam uporabnikov (povprečje: 4,595) in, skladno s tem, razvoju povsem novih tržišč (povprečje: 4,730). V tabeli (Tabela 21) lahko razberemo, da storitvena razpolagajo z ustvarjalnimi sodelavci (V_41_0, povprečje: 5,474). Obenem pa ugotavljamo (Tabela 22), da storitvena podjetja z inovacijami proizvodov dosegajo le neznatni delež prodajnih prihodkov (povprečje: 8,3 %). Zgovoren je tudi podatek, da imajo storitvena podjetja v povprečju največje koristi od inovacij postopkov (V_17_3, povprečje: 5,211) in ne storitev (V_17_2, povprečje: 4,965). Glede na neotipljivo naravo inovacij storitev bi morda lahko opravičili nizke ocene pomena intelektualne lastnine (F2_s) (povprečje: 3,483). Vendar pa glede na nizko vrednost RMI kaže, da je posnemanje praksa storitvenega sektorja, in bi podjetja, zaščitena pred posnemovalci, lahko z dovolj celovitim pristopom, npr. z inovativnim prenosom poslovnih modelov iz drugih panog, dlje časa lahko ohranila vodilni tržni delež – in z njim povezane prihodke od inovacij (RII). Kljub temu pa prenosu takšnih praks oz. modelov podjetja v povprečju ne pripisujejo oldočilne vloge (V_06_0, povprečje: 4,491). Rezultati opisnih statistik v storitvenem sektorju, predvsem s stališča identificiranega posnemovalnega pristopa (F1_s) in zadovoljevanja razumskih potreb uporabnikov nakazujejo na neizkoriščene potenciale.

3.5.5 Rezultati faze 2: primerjalna analiza med sektorjema

Ob upoštevanju tabele (Tabela 21), zanimivo, ni opaziti statistično značilnih razlik med vrednostmi inovacijskih dejavnikov. Razlika se kaže le v težnji k zadovoljevanju čustev uporabnika, ki je močnejša v storitvenem sektorju (Sig. (2-tailed) = 0,044).

Kljub temu, da pri inovacijskih dejavnikih, kakor tudi inovacijskih in neposrednih rezultatih s t-testom povečini nismo uspeli potrditi razlik v vrednostih, pa se kažejo pomembne razlike v organiziranosti inovacijske dejavnosti v obeh sektorjih. Medtem, ko v predelovalnem sektorju inovacijska politika (IP) predstavlja neodvisni konstrukt, pa se v storitvenem sektorju povezuje s trženjsko politiko (IPTP). Zanimivo je, da povprečne ocene skupnih trženjskih spremenljivk presegajo ocene večjega dela skupnih inovacijskih spremenljivk (zlasti V_40_0, V_06_0, V_43_0). S trženjskega vidika podjetja v povprečju namenjajo veliko skrb zadovoljevanju razumskih potreb uporabnika (V_12_0), tako v storitvenem (povprečje: 5,997), kot predelovalnem sektorju (povprečje: 5,982). Kar se tiče dejavnikov, vezanih na inovacijsko politiko, pa podjetja relativno visoko ocenjujejo zaposlovanje ustvarjalnih ključnih sodelavcev (V_41_0, oceni v sektorjih: 4,973 oz. 5,474). Ko pogledamo inovacijske sposobnosti njihovih ključnih sodelavcev bolj kritično, v smislu primernosti za vodilni položaj v panogi, pa so podatki že bolj zaskrbljujoči (V_43_0, oceni v sektorjih: 4,297 oz. 4,456). Neizkoriščeni potenciali se kažejo tudi v nagrajevanju inovativnih sodelavcev (V_40_0, oceni v sektorjih: 4,297 oz. 4,456). Glede na ocene inovacijskih spremenljivk v predelovalnem in storitvenem sektorju se kaže smiselnost dodatnih izobraževanj s področja inoviranja – zlasti vodilnih sodelavcev. Prav inoviranje vodstva je namreč, po podatkih številnih raziskav, nujni predpogoj za vzpostavitev inoviranja naklonjenega in skladno s tem učinkovito organiziranega podjetja. Predvsem pri obravnavanih podjetjih, katera inovacijske procese očitno podrejajo zgolj osnovnim, razumskim željam kupca, bi lahko pričakovali, da obstoječi inovacijski potenciali podjetja niso v polni meri izkoriščeni.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

povprečno število podanih predlogov na zaposlenega v (0,013), kar je več kot 50x manj kot npr. dosegajo nemški konkurenti! (Dib, 2010). Tudi povprečna vrednost RMI v storitvenem sektorju (povprečje: 7,545) govori o močni prevladi inovacij, ki niso bile nove na trgu. Kaže, da storitvena podjetja ne posnemajo zgolj inovacijske politike konkurentov, pač pa tudi same inovacije le-teh. Predelovalna podjetja dosegajo znatno višjo vrednost RMI (povprečje: 31,257) – razlika je statistično značilna. Zanimiva v tem kontekstu je ugotovitev, da povprečne koristi od inovacij predelovalna podjetja ne ocenjujejo više od storitvenih, oziroma je omenjena korist celo nižja (V_17_a, Sig. (2-tailed) = 0,032). Prav tako predelovalna podjetja oblikam zaščite intelektualne lastnine pripisujejo nizke povprečne vrednosti (F2_p, povprečje: 3,861).

Glede na razpoložljive podatke slovenska predelovalna podjetja za evropskimi ne zaostajajo le po učinkih, pač pa tudi številu inovacij. Po povprečnem številu inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_34_a, povprečje: 0,215) slovenska predelovalna podjetja za nemškimi zaostajajo za faktor ca. 4,5. Podobno velja tudi za število inovacij proizvodov na zaposlenega (V_18_c).

Tabela 21 Opisne statistike spremenljivk in razlike v povprečjih med sektorjema – po ključnih spremenljivkah posameznih inovacijskih dejavnikov

Spremenljivka	Vrsta podjetja	Inovacijski dejavnik ³¹	N	Poprečje ³²	Std. odklon	t-test Sig. (2-t.)
V_30_0 Indikator Inovacijska politika je zastavljena dolgoročno	predelovalno	IP	74	4,568	1,844	0,445
	storitveno	KO	57	4,807	1,674	
V_41_0 Indikator Podjetje zaposluje ustvarjalne, samoiniciativne in pogumne ključne sodelavce	predelovalno	IP	74	4,973	1,605	0,061
	storitveno	IPTP	57	5,474	1,364	
V_40_0 Indikator Podjetje nagraduje inovativne in podjetne sodelavce	predelovalno	IP	74	4,203	1,813	0,352
	storitveno	IPTP	57	4,491	1,670	
V_06_0 Indikator Podjetje načrtno išče dobre prakse podjetij drugih panog	predelovalno	IP	74	3,932	1,823	0,077
	storitveno	IL	57	4,491	1,713	
V_43_0 (S14) Indikator Podjetniško-inovacijske sposobnosti ključnih zaposlenih so primerne za vodilni položaj v panogi	predelovalno	IP	74	4,297	1,524	0,560
	storitveno	IPTP	57	4,456	1,571	

³¹ Kratka imena inovacijskih dejavnikov: IP = Inovacijska politika, KO = Primerjava s konkurenco, IPTP = Inovacijska in tržna politika, IL = Odnos do intelektualne lastnine, EM = Emocionalni vidik, NT = Nagnjenost k tveganju

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

	predelovalno	IP	74	4,284	1,380	0,193
	storitveno	KO	57	4,596	1,321	
panogi	predelovalno	IL	55	4,218	1,912	0,688
	storitveno	IL	35	4,057	1,748	
V_58_0 Indikator Pomen modelov za poslovni uspeh podjetja	predelovalno	IL	59	4,169	1,993	0,586
	storitveno	IL	34	3,941	1,841	
V_57_0 Indikator Pomen patentov za poslovni uspeh podjetja	predelovalno	IL	64	5,047	1,906	0,295
	storitveno	EM	46	5,413	1,641	
V_56_0 Indikator Pomen znamk za poslovni uspeh podjetja	predelovalno	IL	74	4,027	1,821	0,500
	storitveno	IL	57	3,807	1,875	
V_14_0 Indikator Podjetje pri razvoju proizvodov zagotavlja visoko zaščito pred posnemanjem	predelovalno	TP	74	5,997	1,060	0,941
	storitveno	IPTP	57	5,982	1,203	
V_12_0 Indikator Podjetje pri razvoju proizvodov skuša popolnoma zadovoljiti razumske potrebe uporabnika	predelovalno	TP	74	4,730	1,723	0,936
	storitveno	IPTP	57	4,754	1,755	
V_15_0 Indikator Podjetje v razvoj novih tržišč vlaga vse potrebne napore	predelovalno	TP	74	4,595	1,850	0,044
	storitveno	EM	57	5,211	1,521	
V_13_0 Indikator Podjetje pri razvoju proizvodov skuša popolnoma zadovoljiti čustva uporabnika	predelovalno	NT	74	3,676	1,346	0,392
	storitveno	AD	57	3,877	1,310	
V_49_0 Indikator Stopnja avtonomije dela, ki jo imajo praviloma zaposleni	predelovalno	NT	74	4,014	1,380	0,717
	storitveno	KO	57	4,105	1,496	
V_37_0 Indikator Naklonjenost podjetja k tveganju glede na povprečje v panogi	predelovalno	IP	74	4,284	1,380	0,193
	storitveno	KO	57	4,596	1,321	

razlike v povprečjih med sektorjema – posredni in neposredni

Spremenljivka ³⁴	Vloga	Predelovalna podjetja			Storitvena podjetja			t-test
		N	Poprečje	Std. Odklon	N	Poprečje	Std. Odklon	Sig. (2-t.)
V_34_f Indikator dimenzije Inovacijski predlogi na zaposlenega	INOVACIJSKI REZULTATI	74	0,158	0,489	53	0,007	0,013	0,010
V_34_a indikator Število prijavljenih inov. predlogov v letu 2008 na zaposlenega		74	0,215	0,548	53	0,013	0,023	0,002
V_34_b Indikator Število odobrenih inov. predlogov v letu 2008 na zaposlenega		74	0,160	0,492	53	0,008	0,016	0,010
V_34_c Indikator Število realiziranih inov. predlogov v letu 2008 na zaposlenega		53	0,019	0,026	53	0,005	0,010	0,001
V_35_a Indikator Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega		74	276,177	1158,083	57	438,597	2837,327	0,656
V_18_c Indikator dimenzije Število v obdobju 2006-2008 uvedenih inovacij izdelkov in storitev na zaposlenega		72	0,056	0,081	56	0,040	0,062	0,211
A_b5_b RMI - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij		74	31,257	38,533	55	7,545	24,188	0,000
A_b5_a RII - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih		66	16,470	21,050	24	8,292	22,722	0,114
F_06_e Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	NEPOSREDNI REZULTATI	65	0,098	0,170	23	0,139	0,170	0,321
F_03_j Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE)		65	0,138	0,324	23	0,097	0,093	0,551
F_03_k Indikator Čista dobičkovnost sredstev (ROA)		65	0,052	0,084	23	0,045	0,048	0,737
F_03_b Indikator Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS)		65	0,053	0,116	23	0,064	0,083	0,667
F_06_g Indikator Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08		66	-0,994	0,005	22	-0,992	0,006	0,101

³⁴ Spremenljivke rezultatov so definirane enako za predelovalni in storitveni sektor. Definicije so na voljo v poglavju 3.3.4.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

	74	33049,122	17510,018	56	42093,982	35365,394	0,083
F_06_f Indikator Rast ROE 06/08	65	-119,180	886,657	22	150,568	512,777	0,181
V_17_a Indikator dimenzije Povprečje skupnih koristi od inovacij	74	4,850	1,214	57	5,325	1,281	0,032
V_17_1 Indikator Skupna korist za podjetje od: a) Inovacij izdelkov	70	5,071	1,618	42	5,024	1,506	0,877
V_17_2 Indikator Skupna korist za podjetje od: b) Inovacij storitev	74	3,081	2,363	57	4,965	1,991	0,000
V_17_3 Indikator Skupna korist za podjetje od: c) Inovacij postopkov/procesov	74	5,230	1,692	57	5,211	1,998	0,953
V_17_4 Indikator Skupna korist za podjetje od: d) Inovacij na področju organiziranosti	74	4,351	2,103	57	4,947	2,013	0,104
V_17_5 Indikator Skupna korist za podjetje od: e) Inovacij na področju trženja	74	3,946	2,340	57	4,789	2,226	0,039
V_17_6 Indikator Skupna korist za podjetje od: f) Inovacij poslovnega modela	74	3,405	2,299	57	4,298	2,556	0,038

3.5.6 Rezultati faze 3: regresijske analize na podvzorcu predelovalnih podjetij

V nadaljevanju prikazujemo rezultate regresijskih analiz na posameznih kategorijah spremenljivk:

- vplivi inovacijskih dejavnikov na inovacijske rezultate (Tabela 23),
- vplivi inovacijskih dejavnikov na neposredne rezultate (Tabela 24),
- vplivi inovacijskih rezultatov na neposredne rezultate (Tabela 25).

Rezultati v posameznih tabelah sledijo enotni strukturi. Odvisne spremenljivke posameznih regresijskih modelov navajamo v prvem stolpcu z leve. Neodvisne spremenljivke si sledijo v okviru stolpca »Neodvisne spremenljivke«. V posamezni model smo, glede na predhodna testiranja, smiselno vključili le tiste neodvisne spremenljivke, pod katerimi navajamo ocene regresijskih parametrov (stolpec »Ocene parametrov«). Ocena standardiziranega regresijskega koeficienta je pri tem označena s »Standardized Beta«, delež pojasnjene variance z »Adjusted R square« oz. »R square« pri enostavnih regresijskih modelih, medtem ko oceno statistične značilnosti predstavlja »Sig«. Statistično značilne vplive pri $\alpha = 0,05$ smo označili z *. Če pogledamo npr. regresijski model z odvisno spremenljivko V_18_c, lahko iz razberemo (Tabela 23), da vključuje le eno neodvisno

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

en (Standardized Beta = 0,259) in statistično značilen (Sig. = 0,032). Na podoben način se razloži tudi povečanje variance (R square = 0,064). Na podoben način se lahko ločeno bomo proučili vplive na inovacijske in neposredne rezultate; ob koncu poglavja pa sledi sinteza.

Tabela 23 Regresijske analize na podzorcju predelovalnih podjetij – vplivi spremenljivk, ki pripadajo kategoriji inovacijskih dejavnikov, na spremenljivke inovacijskih rezultatov

Inovacijski rezultati (odvisne spremenljivke)	Ocene parametrov	Inovacijski dejavniki (neodvisne spremenljivke)			
		F1_p Indikator dimenzije Inovacijska politika	F2_p Indikator dimenzije Odnos do intelektualne lastnine	F3_p Indikator dimenzije Tržna politika	F4_p Indikator dimenzije Nagnjenost k tveganju
V_18_c Indikator dimenzije Število uvedenih inovacij izdelkov in storitev na zaposlenega	Standardized Beta (β)	0,259*			
	R square	0,064			
	Sig.	0,032			
V_34_f Indikator dimenzije Inovacijski predlogi na zaposlenega	Standardized Beta (β)	0,239*	-0,277*		
	Adjusted R square	0,109	0,109		
	Sig.	0,034	0,015		
A_b5_b RMI - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	Standardized Beta (β)		0,273*		
	R square		0,074		
	Sig.		0,019		

V tabeli (Tabela 23) si oglejmo vplive inovacijskih dejavnikov na inovacijske rezultate. Na inovacijski rezultat števila uvedenih inovacij proizvodov na zaposlenega smo identificirali statistično značilni vpliv dejavnika podpore inovacijski politiki (F1_p), pri čemer gre za šibek pozitivni vpliv (Standardized Beta = 0,259, Sig. = 0,032). S predpostavljenim dejavnikom F1_p je moč pojasniti 6,4 % variance (R Square = 0,064) števila inovacij proizvodov na zaposlenega (V_18_c).

Na število inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_34_f) se kaže šibek statistično značilni vpliv dveh dejavnikov. Pri prvem gre ponovno za F1_p, katere vpliv je pozitiven (Standardized Beta = 0,239, Sig.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

m pa je dejavnik, ki obsega skrb za intelektualno lastnino (F2_p), zanimivo, negativen (Standardized Beta = -0,277, Sig. = 0,015). S predpostavljjenima dejavnikoma je moč pojasniti 10,9 % variance (Adjusted R Square = 0,109) števila inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_34_f).

Rezultati kažejo, da podjetje z inovacijskimi dejavniki lahko vpliva tudi na delež inovacijskih prihodkov od inovacij, novih za trg, v skupnih prihodkih oz. RMI (A_b5_b). Statistično značilni vpliv kaže inovacijski dejavnik intelektualne lastnine (F2_p). Gre za šibek pozitivni vpliv (Standardized Beta = 0,273, Sig. = 0,019). S predpostavljenim dejavnikom F2_p je moč pojasniti 7,4 % variance (R Square = 0,074) RMI.

Na ostale spremenljivke, ki pripadajo kategoriji inovacijskih rezultatov vplivov nismo zaznali³⁵.

Tabela 24 Regresijske analize na podzorcju predelovalnih podjetij – vplivi spremenljivk, ki pripadajo kategoriji inovacijskih dejavnikov, na spremenljivke neposrednih rezultatov

Neposredni rezultati (Ovisne spremenljivke)	Ocene parametrov	Inovacijski dejavniki (Neodvisne spremenljivke)			
		F1_p Indikator dimenzije Inovacijska politika	F2_p Indikator dimenzije Odnos do intelektualne lastnine	F3_p Indikator dimenzije Tržna politika	F4_p Indikator dimenzije Nagnjenost k tveganju
F_03_j Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	Standardized Beta (β)		-0,280*		
	R square		0,079		
	Sig.		0,024		
F_06_g Indikator Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08	Standardized Beta (β)		-0,306*		
	R square		0,093		
	Sig.		0,013		
V_17_a Indikator dimenzije	Standardized Beta (β)	0,559*	0,172		

³⁵ Vplivov nismo zaznali za odvisne spremenljivke: V_35_a Indikator Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega, A_b5_a RII - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

		0,323	0,323		
	Sig.	0,000	0,079		

Ugotovili smo vplive inovacijskih dejavnikov na inovacijske rezultate, zanima pa nas tudi ali je mogoče z inovacijskimi dejavniki vplivati na neposredne rezultate poslovanja. Poglejmo si tabelo (Tabela 24). Na ROE (F_03_j) smo identificirali statistično značilni vpliv enega dejavnika. Gre za dejavnik intelektualne lastnine (F2_p). Slednji izkazuje šibek vpliv, ki pa je, zanimivo, negativen (Standardized Beta = -0,280, Sig. = 0,024). S predpostavljenim dejavnikom F2_p je moč pojasniti 7,9 % variance (R Square = 0,079) ROE (F_03_j).

Tudi na povprečno rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega (F_06_g) smo ugotovili statistično značilni vpliv enega dejavnika, in sicer dejavnika intelektualne lastnine (F2_p). Vpliv dejavnika je šibek in negativen (Standardized Beta = -0,306, Sig. = 0,013). S predpostavljenim dejavnikom F2_p je moč pojasniti 9,3 % variance F_06_g (R Square = 0,093).

Na skupni neposredni rezultat, t.j. povprečje skupnih koristi od inovacij (V_17_a) se kaže vpliv dveh dejavnikov, ki je v primeru enega od slednjih statistično značilen. Gre za dejavnik podpore inovacijske politike (F1_p), ki izkazuje močan pozitiven vpliv (Standardized Beta = 0,559, Sig. = 0,000). Vpliv zaščite intelektualne lastnine (F2_p) sicer ni statistično značilen, a kaže, da gre tudi v tem primeru za dejavnik s pozitivnim vplivom na povprečje skupnih koristi od inovacij (Standardized Beta = 0,172, Sig. = 0,079). Z obema dejavnika lahko pojasnimo relativno visok delež variance V_17_a, in sicer 32,3 % (Adjusted R square = 0,323).

V primeru ostalih spremenljivk, ki pripadajo kategoriji neposrednih rezultatov, vplivov nismo zaznali³⁶.

³⁶ Vplivov nismo zaznali za odvisne spremenljivke: F_06_e Čista dobičkovnost kapitala (ROE08), F_03_b Indikator Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS), F_03_k Indikator Čista dobičkovnost sredstev (ROA), V_aj_a Indikator Dodana vrednost na zaposlenega, F_06_f Indikator Rast ROE 06/08

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

Učinki predelovalnih podjetij – vplivi spremenljivk (posrednih)
rezultatov

Inovacijski rezultati (odvisne spremenljivke)	Ocene parametrov	Posredni rezultati (neodvisne spremenljivke)				
		V_18_c Indikator dimenzije Število v obdobju 2006-2008 vedenih inovacij izdelkov in storitev na zaposlenega	V_34_f Indikator dimenzije Inovacijski predlogi na zaposlenega	V_35_a Indikator Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega	A_b5_b RMI - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	A_b5_a RII - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih
F_06_g Indikator Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08	Standardi zed Beta (β)				-0,332*	
	R square				0,110	
	Sig.				0,003	
V_17_a Indikator dimenzije Povprečje skupnih koristi od inovacij	Standardi zed Beta (β)	0,389*	0,207*		0,242*	
	Adjusted R square	0,212	0,212		0,212	
	Sig.	0,000	0,048		0,021	

Rezultati so pokazali, da je s predpostavljenimi inovacijskimi dejavniki moč vplivati na inovacijske (Tabela 23) in neposredne rezultate (Tabela 24). Vprašati pa se moramo še ali in v kolikšni meri so inovacijski rezultati povezani tudi z neposrednimi poslovnimi rezultati. Rezultati (Tabela 25) kažejo na obstoj takšnih vplivov. Pri neposrednih finančnih rezultatih so se vplivi izkazali le na povprečno rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega (F_06_g). Šibek negativen vpliv nanjo, ki pa je statistično značilen kaže spremenljivka A_b5_b - RMI (Standardized Beta = -0,332, Sig. = 0,003). Z RMI (A_b5_b) je moč pojasniti 11,0 % variance F_06_g (R square = 0,110).

Čeprav bi na podlagi identificiranega negativnega vpliva spremenljivke A_b5_b na F_06_g morda pričakovali drugače, pa so vplivi inovacijskih rezultatov na povprečje skupnih, materialnih in nematerialnih, koristi od inovacij za podjetje (V_17_a) pozitivni. Gre za vplive treh spremenljivk na

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

močnejši je vpliv števila uvedenih inovacij proizvodov na = 0,389, Sig. = 0,000). Nekoliko šibkejši je vpliv števila inovacijskih predlogov (V_34_f) (Standardized Beta = 0,207, Sig. = 0,048), ki je primerljiv z vplivom RMI (A_b5_b) (Standardized Beta = 0,242, Sig. = 0,021). S spremenljivkami V_18_c, V_34_f in A_b5_b je moč pojasniti 21,2 % variance povprečja skupnih koristi (V_17_a).

Na ostale spremenljivke, ki pripadajo kategoriji neposrednih rezultatov, vplivov nismo zaznali³⁷.

3.5.6.1 Rezultati faze 3: povzetek za predelovalni sektor

Ugotovili smo, da inovacijski rezultati vplivajo na neposredne rezultate poslovanja. Glede na ocenjeno velikost vpliva na povprečje skupnih koristi (V_17_a) se kaže zlasti smiselnost doseganja čim večjega števila uvedenih inovacij proizvodov na zaposlenega (V_18_c); sledita delež prihodkov od inovacij, novih za trg (A_b5_b) in število podanih inovacijskih predlogov (V_34_f).

Identificirali smo dva inovacijska dejavnika, ki vplivata na neposredne poslovne rezultate. Najmočnejši je pozitiven vpliv dejavnika podpore inovacijski politiki (F1_p) na povprečne skupne koristi od inovacij (V_17_a) - gre za močan vpliv. Podpora inovacijski politiki pomeni večjo skrb za: podjetniško-inovacijske sposobnosti zaposlenih, inovacijske cilje, načrtno iskanje dobrih praks, zaposlovanje ustvarjalnih ključnih sodelavcev, in njihovo nagrajevanje. Kaže, da je koristi od inovacij v povprečju mogoče povečati tudi z večjo ravno spodbujanja zaščite intelektualne lastnine F2_p (skrb za: patente, modele, znamke, celovito ustreznost oblik zaščit), vendar gre v tem primeru za manj izrazit, šibek in neznačilen vpliv. Na neposredne finančne rezultate pa vpliva le dejavnik zaščite intelektualne lastnine F2_p (šibek vpliv). Ob negativnem vplivu tega dejavnika na ROE kaže, da so vložki v intelektualno lastnino bolj tvegani v primeru (manjših) podjetij, ki ne razpolagajo z ustrežno visokim kapitalom.

V smislu množičnosti (število uvedenih inovacij proizvodov na zaposlenega (V_18_c), kakor tudi število predlogov zaposlenih na inovacije (V_34_f)) so pomembni zlasti dejavniki F1_p. Pri inovacijah, dejansko novih za trg, pa se kaže pomembna vloga zaščite intelektualne lastnine (F2_s). Podjetja z večjo stopnjo zaščite IL imajo znotraj inovacijskih prihodkov večji delež prihodkov od takšnih inovacij, ki so bile nove za trg (in ne npr. le za podjetje).

Povzamemo lahko, da tako na posredne, kakor neposredne rezultate vplivata dejavnika podpore inovacijski politiki (F1_p) in zaščite intelektualne lastnine (F2_p). Pri tem pa so izključno vplivi podpore inovacijski politiki (F1_p) izkazali pozitivne vplive na obe kategoriji rezultatov. Zaščita intelektualne (F2_p) pa sicer izkazuje šibek pozitiven vpliv v smislu skupnih neposrednih učinkov (V_17_a), a vložki v F2_p predstavljajo finančno tveganje v smislu znižane dobičkovnosti kapitala (F_03_j).

3.5.7 Rezultati faze 3: regresijske analize na podvzorcju storitvenih podjetij

V nadaljevanju prikazujemo rezultate regresijskih analiz na posameznih kategorijah spremenljivk:

- vplivi inovacijskih dejavnikov na inovacijske rezultate (Tabela 23),

³⁷ Vplivov nismo zaznali za odvisne spremenljivke: Vplivov nismo zaznali za odvisne spremenljivke: F_06_e Čista dobičkovnost kapitala (ROE08), F_03_j Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE), F_03_b Indikator Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS), F_03_k Indikator Čista dobičkovnost sredstev (ROA), V_aj_a Indikator Dodana vrednost na zaposlenega, F_06_f Indikator Rast ROE 06/08

posredne rezultate (Tabela 24),
posredne rezultate (Tabela 25).

Rezultati v posameznih tabelah sledijo enotni strukturi. Odvisne spremenljivke posameznih regresijskih modelov navajamo v prvem stolpcu z leve. Neodvisne spremenljivke si sledijo v okviru stolpca »Neodvisne spremenljivke«. V posamezni model smo, glede na predhodna testiranja, smiselno vključili le tiste neodvisne spremenljivke, pod katerimi navajamo ocene regresijskih parametrov (stolpec »Ocene parametrov«). Ocena standardiziranega regresijskega koeficienta je pri tem označena s »Standardized Beta«, delež pojasnjene variance z »Adjusted R square« oz. »R square« pri enostavnih regresijskih modelih, medtem ko oceno statistične značilnosti predstavlja »Sig«. Statistično značilne vplive smo označili s * (ob stopnji tveganja $\alpha = 0,05$). Če pogledamo npr. regresijski model z odvisno spremenljivko V_18_c, lahko iz tabele (Tabela 23) razberemo, da vključuje le eno neodvisno spremenljivko F1_p, katere vpliv je pozitiven ($\beta = 0,259$) in statistično značilen (Sig. = 0,032) ob relativno nizkem deležu pojasnjene variance (R square = 0,064). Na podoben način se lotevamo interpretacije rezultatov tudi v nadaljevanju: ločeno bomo proučili vplive na inovacijske in neposredne rezultate; ob koncu poglavja pa sledi sinteza.

Tabela 26 Regresijske analize na podzorcju storitvenih podjetij – vplivi spremenljivk, ki pripadajo kategoriji inovacijskih dejavnikov, na spremenljivke inovacijskih rezultatov

Inovacijski rezultati (odvisne spremenljivke)	Ocene parametrov	Inovacijski dejavniki (neodvisne spremenljivke)				
		F1_s Indikator dimenzije Inovacijska in tržna politika	F2_s Indikator dimenzije Odnos do intelektualne lastnine	F3_s Indikator dimenzije Primerjava s konkurenco	F4_s Indikator dimenzije Emocionalni vidik	F5_s Indikator dimenzije Avtonomija dela
V_34_f Indikator dimenzije Inovacijski predlogi na zaposlenega	Standardized Beta (β)	0,274*				0,227
	Adjusted R square	0,079				0,079
	Sig.	0,046				0,095
V_35_a Indikator Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega	Standardized Beta (β)		0,326*			
	R square		0,107			
	Sig.		0,013			
A_b5_a RII - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih	Standardized Beta (β)		0,526*			
	R square		0,276			

	0,008			
--	-------	--	--	--

V tabeli (Tabela 26) prikazujemo vplive inovacijskih dejavnikov na inovacijske rezultate. Na število inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_34_f) se kaže šibek vpliv dveh dejavnikov, od tega je vpliv enega dejavnika statistično značilen. Gre za za dejavnik podpore inovacijski in tržni politiki (F1_s), katerega vpliv je pozitiven (Standardized Beta = 0,274, Sig. = 0,046). Pri dejavniku z neznačilnim vplivom pa gre za avtonomijo dela, ki je dana zaposlenim (F5_s) (Standardized Beta = 0,227, Sig. = 0,095). S predpostavljenima dejavnikoma je moč pojasniti 7,9 % variance števila inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_34_f) (Adjusted R square = 0,079).

Identificirali smo tudi vplive inovacijskih dejavnikov na letno gospodarsko korist inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_34_f). Natančneje gre za vpliv enega dejavnika, in sicer dejavnika zaščite intelektualne lastnine (F2_s). Vpliv je, zanimivo, pozitiven (Standardized Beta = 0,326, Sig. = 0,013). S spremenljivko F2_s je moč pojasniti 10,7 % variance spremenljivke V_35_a (R square = 0,107).

Tudi na delež inovacijskih v celotnih prihodkih podjetja (A_b5_a) statistično značilno vpliva le dejavnik zaščite intelektualne lastnine (F2_s), pri čemer pa gre za močan pozitiven vpliv (Standardized Beta = 0,526, Sig. = 0,008). S spremenljivko F2_s je moč pojasniti 27,6 % variance spremenljivke A_b5_a (R square = 0,276). Rezultat kaže, da tudi v storitvenem sektorju zaščita intelektualne ne igra zgolj zanemarljive vloge.

Vplivov na preostale spremenljivke, ki pripadajo kategoriji inovacijskih rezultatov, nismo zaznali³⁸.

³⁸ Vplivov nismo zaznali za odvisne spremenljivke: V_18_c Indikator dimenzije Število uvedenih inovacij izdelkov in storitev na zaposlenega, A_b5_b RMI - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij

cu storitvenih podjetij – vplivi spremenljivk, ki pripadajo
enljivke neposrednih rezultatov

Neposredni rezultati (odvisne spremenljivke)	Ocene parametrov	Inovacijski dejavniki (Neodvisne spremenljivke)				
		F1_s Indikator dimenzije Inovacijska in tržna politika	F2_s Indikator dimenzije Odnos do intelektualne lastnine	F3_s Indikator dimenzije Primerjava s konkurenco	F4_s Indikator dimenzije Emocionalni vidik	F5_s Indikator dimenzije Avtonomija dela
F_03_b Indikator Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS)	Standardized Beta (β)				-0,481*	
	R square				0,231	
	Sig.				0,020	
F_06_f Indikator Rast ROE 06/08	Standardized Beta (β)		-0,348	-0,270	0,334	0,401*
	Adjusted R square		0,308	0,308	0,308	0,308
	Sig.		0,075	0,178	0,105	0,048
V_17_a Indikator dimenzije Povprečje skupnih koristi od inovacij	Standardized Beta (β)	0,448*		0,422*	0,204	
	Adjusted R square	0,388		0,388	0,388	
	Sig.	0,000		0,000	0,057	

V tabeli (Tabela 27) si oglejmo, kateri inovacijski dejavniki kažejo vplive na kategorijo neposrednih rezultatov. Na ROS (F_03_b) ugotavljamo vpliv enega dejavnika, ki je statistično značilen. To je dejavnik skrbi za ustreznost proizvodov z emocionalnega vidika (F4_s), katerega vpliv pa je negativen (Standardized Beta = -0,481, Sig. = 0,020). S predpostavljenim dejavnikom je moč pojasniti 23,1 % variance ROS (F_03_b) (R square = 0,231).

Na rast ROE (F_06_f) smo zaznali vpliv 4 inovacijskih dejavnikov, izmed katerih pa je vpliv enega statistično značilen. Gre za dejavnik avtonomije dela zaposlenih (F5_s), za katerega rezultati kažejo pozitivni vpliv (Standardized Beta = 0,401, Sig. = 0,048). Izmed preostalih dejavnikov pa se, glede na izračunano vrednost Sig., kaže zlasti možnost šibkega vpliva zaščite intelektualne lastnine (F2_s), ki je negativen (Standardized Beta = -0,348, Sig. = 0,075). S predpostavljenimi dejavniki je moč pojasniti 30,8 % variance rasti ROE (F_06_f) (Adjusted R square = 0,308).

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

V_17_a) se kaže vpliv treh dejavnikov, ki je v primeru dveh koristi primerljiv, srednje močan pozitiven vpliv dejavnikov podpore inovacijski in tržni politiki (F1_s) (Standardized Beta = 0,448, Sig. = 0,000) in primerljivosti inovacijske politike s konkurenco (F3_s) (Standardized Beta = 0,422, Sig. = 0,000). Čeprav skrb za ustreznost proizvodov z emocionalnega vidika uporabnikov (F4_s) kaže pozitiven vpliv, ki ni značilen (Standardized Beta = 0,204, Sig. = 0,057), pa glede na relativno nizko stopnjo značilnosti Sig. pozitivne vloge dejavnika ne gre povsem izključiti. Skupno je s predpostavljenimi dejavniki moč pojasniti 38,8 % variance povprečja skupnih koristi od inovacij (Adjusted R square = 0,388).

Vplivov na preostale spremenljivke, ki pripadajo kategoriji neposrednih rezultatov, nismo zaznali.³⁹

Tabela 28 Regresijske analize na podvzorcu storitvenih podjetij – vplivi spremenljivk (posrednih) inovacijskih na spremenljivke neposrednih rezultatov

Neposredni rezultati (odvisne spremenljivke)	Ocene parametrov	Inovacijski rezultati (neodvisne spremenljivke)					
		V_18_c Indikator dimenzije Število uvedenih inovacij izdelkov in storitev na zaposlenega	V_34_f Indikator dimenzije Inovacijski predlogi na zaposlene ga	V_35_a Indikator Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega	A_b5_b Indikator prihodkov inovacij za trg, v celotnih prihodkih inovacij	RMI - Delež od novih proizvodov, v celotnih od	A_b5_a Indikator prihodkov inovacij proizvodov v celotnih prihodkih
F_06_e Čista dobičkovnost kapitala (ROE08)	Standardized Beta (β)	0,413*					
	R square	0,170					
	Sig.	0,015					
V_17_a Indikator dimenzije Povprečje skupnih koristi od inovacij	Standardized Beta (β)	0,433*	0,343*			0,283	
	Adjusted R	0,292	0,292			0,292	

³⁹ Vplivov nismo zaznali za odvisne spremenljivke: F_06_e Čista dobičkovnost kapitala (ROE08), F_03_j Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE), F_03_k Indikator Čista dobičkovnost sredstev (ROA), V_aj_a Indikator Dodana vrednost na zaposlenega, Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

	Sig.	0,005	0,024		0,059	

Tabela 28 prikazuje vplive inovacijskih na neposredne poslovne rezultate. Opazimo lahko, da gre izključno za pozitivne vplive. Na čisto dobičkovnost kapitala (F_06_e) srednje močno in značilno vpliva število inovacij proizvodov na zaposlenega (V_18_c). Gre za pozitivni vpliv (Standardized Beta = 0,413, Sig. = 0,015). S številom inovacij proizvodov na zaposlenega (V_18_c) lahko pojasnimo 17,0 % variance čiste dobičkovnosti kapitala (F_06_e) (R square = 0,170).

Opazni so tudi vplivi inovacijskih rezultatov na povprečje skupnih, materialnih in nematerialnih koristi od inovacij (V_17_a). Na V_17_a vplivajo tri spremenljivke, pri čemer je vpliv dveh statistično značilen. Najmočnejši značilni pozitivni vpliv izkazuje število uvedenih inovacij proizvodov na zaposlenega (Standardized Beta = 0,433, Sig. = 0,005).

Nekoliko šibkejši je pozitivni vpliv števila inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_34_f) (Standardized Beta = 0,343, Sig. = 0,024). Vpliv RMI (A_b5_b) sicer ni statistično značilen, a gre, ob upoštevanju vrednosti Sig. kljub temu za spremenljivko, katere pozitivnega vpliva ne gre izključiti (Standardized Beta = 0,283, Sig. = 0,059). Skupno s predpostavljenimi dejavniki lahko pojasnimo 29,2 % variance povprečja skupnih koristi od inovacij (V_17_a) (Adjusted R square = 0,292).

Vplivov na preostale spremenljivke, ki pripadajo kategoriji neposrednih rezultatov, nismo identificirali.⁴⁰

3.5.7.1 Rezultati faze 3: povzetek za storitveni sektor

Ugotavljamo da inovacijski rezultati pozitivno vplivajo na neposredne rezultate poslovanja. Podjetja z večjim številom inovacij proizvodov na zaposlenega (V_18_c) glede na enoto vloženega kapitala dosegajo večje dobičke (srednje močan pozitivni vpliv na F_06_e). Na povprečno skupno korist od inovacij (V_17_a) pa opažamo srednje močan vpliv števila inovacij proizvodov na zaposlenega (V_18_c), kakor tudi nekoliko šibkejši vpliv števila inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_34_f). Opažamo pa tudi pozitivni vpliv RMI (A_b5_b) na povprečno skupno korist od inovacij (V_17_a), a rezultat ni povsem zanesljiv oz. statistično značilen.

Na inovacijske rezultate je možno vplivati s podporo inovacijski in tržni politiki (F1_s), prav tako tudi z odnosom do intelektualne lastnine (F2_s). Podpora inovacijski politiki je povezana zlasti s skrbjo za: zaposlovanje ustvarjalnih sodelavcev, inovacijske sposobnosti ključnih zaposlenih, zadovoljevanje razumskih potreb uporabnikov, razvoj novih tržišč, nagrajevanje inovativnih. Odnos do intelektualne lastnine (IL) pa zajema skrb za: modele, patente, splošna raven zaščite pred posnemanjem, iskanje praks drugih panog. Število inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_34_f) je možno povečati s podporo inovacijski in tržni politiki (F1_s). Gre za šibak vpliv. Na letno gospodarsko korist predlogov na zaposlenega (LGK) vpliva odnos podjetja do intelektualne lastnine (F2_s), prav tako pa je ta odnos vpliven na delež inovacijskih v celotnih prihodkih (A_b5_a). Glede na to, da se v storitvenem sektorju

⁴⁰ Vplivov nismo zaznali za odvisne spremenljivke: F_03_j Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE), F_03_b Indikator Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS), F_03_k Indikator Čista dobičkovnost sredstev (ROA), V_aj_a Indikator Dodana vrednost na zaposlenega, F_06_f Rast ROE 06/08, Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

h panog (najvišja povprečna ocena v okviru IL), je možna
ja podajajo bolj koristne predloge, deloma vezane tudi na
prenos inovativnih storitev / proizvodov v lastno panogo oz. podjetje.

Ugotavljamo 4 inovacijske dejavnike, vplivne na neposredne poslovne rezultate. Na povprečno skupno korist od inovacij (V_17_a) opažamo dokaj primerljiv pozitivni vpliv podpore inovacijske in tržne politike (F1_s) ter skrbi za primerjavo s konkurenco (F3_s). V primeru F1_s pa gre za skrb za ustreznost inovacijskih ciljev, politike in naklonjenost k tveganju v primerjavi s konkurenco. V obeh primerih je vpliv srednje močan in pozitiven. Na finančne rezultate smo zaznali srednje močan pozitivni vpliv avtonomije zaposlenih pri delu (F5_s), ki pa se kaže šele na daljši rok (vpliv na F_06_f rast ROE 2006-2008). Kaže tudi, da fokusiranje na emocionalni vidik proizvodov (skrb za: emocionalne potrebe kupcev, razlikovanje na podlagi znamk, ne pa po inovativnosti) predstavlja težavo pri doseganju dobička s prodajnimi prihodki (negativni vpliv na F_03_b ROS).

Povzamemo lahko, da na posredne in neposredne rezultate hkrati vplivajo trije dejavniki, in sicer: dejavnik podpore inovacijski in tržni politiki (F1_s), dejavnik zaščite intelektualne lastnine (F2_s) in dejavnik avtonomije dela, ki jo imajo zaposleni (F5_s). Pri tem sta vpliva podpore inovacijski politiki (F1_s) in avtonomije dela (F5_s) na obe kategoriji pozitivna. Rezultat v primeru avtonomije dela (F5_s) velja jemati s previdnostjo, saj vpliv na inovacijske rezultate, tj. število predlogov (V_34_f) ni povsem zanesljiv. Prav tako F5_s na neposredne rezultate vpliva zlasti na daljši rok (vpliv na F_06 Rast ROE 06/08). Zaščita intelektualne (F2_s) pa sicer izkazuje pozitivni vpliv na inovacijske rezultate (zlasti na A_b5_a), a se kaže možnost negativnega vpliva na neposredne rezultate, tj. kazalnike rasti dobičkovnosti (F_06_f Rast ROE 06/08), kar lahko pomeni oslabitev vložene kapitala (rezultat ni povsem zanesljiv).

3.6 Omejitve raziskave

Vzorec ni povsem reprezentativen, saj je skoraj 76% podjetij v vzorcu beležilo realizacijo kakršnih koli inovacij - po podatkih SURS v enakem obdobju SURS (2010) je bilo vseh takšnih podjetij v Sloveniji ca. 50%. Zato lahko predpostavimo, da rezultati analiz predstavljajo stanje, ki je nad slovenskim povprečjem.

Prav tako smo inovacijske dejavnike definirali kot shranjene faktorje (t.i. factor score) in ne na podlagi izbora spremenljivk z najmočnejšimi komponentnimi utežmi. Vendar pa gre za pomembni pristop, s katerim smo omogočili, da neodvisne spremenljivke v okviru regresijskih analiz niso bile medsebojno korelirane (problem multikolinearnosti).

Ena od omejitev je dejstvo, da v določenih primerih ni bilo mogoče pridobiti podatke vseh 173 podjetij. Uporabili smo tudi podatke več različnih časovnih obdobj. Čeprav anketa večinoma zajema podatke za leto 2008, pa nekateri drugi podatki, zlasti finančni zajemajo druga časovna obdobja. Gre za podatke, ki bi jih s samo anketo težko pridobili (RII, RMI, finančni kazalniki rasti,...), vendar so s stališča izvedbe raziskave, kakor tudi nastalih sinergijskih učinkov odigrali pomembno vlogo.

3.7 Rezultati in diskusija

V okviru analiz faz 1, 2 in 3 smo obravnavali vrsto spremenljivk, ki pripadajo kategorijam organizacijskih in inovacijskih dejavnikov, ter posrednih in neposrednih rezultatov (definirane v poglavju 3.3.4). Rezultati kažejo na več zanimivih ugotovitev, ki se kažejo na ravni vseh podjetij

rezultate analiz, ki obravnavajo zgolj predelovalna (poglavje).

3.7.1 Splošne ugotovitve

Od 173 podjetij v anketi je bilo kar 131 tistih, ki so v 3-letnem obdobju 2006-2008 uvedla vsaj eno inovacijo (inovacija izdelka, storitve, organizacijska inovacija, inovacija na področju trženja, inovacije poslovnega modela). Kljub temu pa rezultati analiz kažejo na številne neizrabljene inovacijske potenciale.

Inovativna podjetja večjo pozornost kot neinovativna namenjajo učinkoviti organiziranosti za spodbujanje ustvarjalnosti.

V vodilnih podjetjih zaposleni ne rešujejo zahtevnih nalog šele, ko se pojavijo, pač pa značilno večji poudarek od neinovatorjev, namenjajo načrtnemu iskanju problemov (V_05_0). Razreševanje aktualnih problemov / izzivov pa lahko predstavlja vrsto priložnosti za izboljšave na ravni procesov, kakor tudi končnih proizvodov (Terwiesch & Loch, 1998; Krishnan, Eppinger, & Whitney, 1997; Thomke & Fujimoto; 2000). Vodilni inovatorji izstopajo tudi po načrtnem iskanju dobrih praks izven lastne panoge.

Vlogo ustrezne organizacijske klime, kot temeljnega podpornega dejavnika za vzpostavitev inovativne organizacije, ugotavlja več avtorjev (npr. Carrier, 1994; Carrier, 1996; Carrier, 1998; Covin et al., 1991; Hornsby et al., 1993; Kanter, 1983). Kaže, da je proces vzpostavitve takšne klime pomembno povezan z inovacijsko kompetentnostjo vodstva (V_43_0). Mulej (2008) govori o t.i. upravljalških inovacijah. Slednje so najpomembnejše od vseh tipov inovacij, saj predstavljajo nujen pogoj za vse ostale, torej prehod iz rutinerskega v inovativno poslovanje. Glede na omenjeno spremenljivko obe skupini inovatorjev (1. in 2.) dosegata značilno višje vrednosti od neinovativnih podjetij. Tako inovatorji sledilci kot vodilna podjetja v značilno večji meri spodbujajo zaposlene k zahtevnim nalogam / izzivom (V_42_0).

Posebej nas je zanimalo tudi, kateri organizacijski dejavniki strateške podpore ustvarjalnosti ločujejo sledilce (skupina 1) od vodilnih inovatorjev (skupina 2). Zanimivo, razlike se kažejo zlasti v številu ur, porabljenih za izobraževanja vodstva s področja inoviranja. Za vodilna podjetja smo tako ugotovili, da letno v povprečju (povprečje:) namenjajo 10-11 ur za izobraževanja o ustvarjalnosti in inoviranju (V_54_0, povprečje: 3,478), medtem ko inovatorji sledilci za tovrstna izobraževanja porabijo le ca. 5 – 6 ur (V_54_0, povprečje: 2,614). Testi statistično značilnih razlik tudi kažejo, da je organizacijska klima, ki podpira odprtost pomemben predpogoj za doseganje inovacijske vodilnosti. Vodilni inovatorji ideje, katerih niso zmožni realizirati sami, v večji meri nudijo drugim potencialnim uporabnikom / organizacijam (V_08_0). Gre za organizacijski dejavnik, ki se navezuje na t.i. koncept odprtega inoviranja, kjer podjetje prevzame zlasti tisti del inovacijskega procesa, ki je del njegovih temeljnih kompetenc (npr. design), v preostalih fazah pa v povečani meri sodeluje s partnerskimi organizacijami (npr. razvoj). Tudi zadnje raziskave Statističnega urada RS kažejo, da večina slovenskih podjetij, ki so 2006-2008 uvedla inovacije, pri razvoju proizvodov povečini ne sodelujejo z drugimi organizacijami (SURs, 2010) in se torej opirajo na njihov know-how, kar je značilnost dobrih praks iz tujine (IBM, Procter & Gamble, Google). Mala, srednja in velika slovenska podjetja so večinoma sama

...tj je bilo 66,6 %; 27,4 % podjetij je razvilo nov izdelek ali storitve ali ustanovo, le 6,0 % podjetij je razvoj novega izdelka ali storitve prepustilo drugemu podjetju ali ustanovi (SURS, 2010).

Podjetja po številu inovacijskih predlogov s strani zaposlenih, kakor tudi številu inovacij proizvodov večkratno zaostajajo za evropskimi konkurenti

Rezultati faze 2 kažejo na nizko povprečno število podanih predlogov na zaposlenega v storitvenem sektorju (V_34_a, povprečje: 0,013), kakor tudi v predelovalnem sektorju (V_34_a, povprečje: 0,215). Glede na podatke za nemška podjetja (Dib, 2010) je število v predelovalnem sektorju ca. 5x manjše od doseženega v nemških podjetjih, v storitvenem sektorju pa celo več kot 50x manjše! Glede na razpoložljive podatke, merjene preko 3-letnega obdobja (Jones et al., 2001), je tudi novih proizvodov (V_18_c) v slovenskih predelovalnih podjetjih malo: dosegamo ca. 2x manj inovacij na zaposlenega od Britanskih podjetij in ca. 3x manj od nemških predelovalnih podjetij. Acs in Audretsch (1990) sicer opozarjata, da povprečno število inovacij na zaposlenega v podjetjih glede na velikost podjetja lahko variira tudi za faktor 2. Ne glede na to je zaostajanje slovenskih podjetij očitno. Večja raven spodbujanja inovacijskih dejavnikov, vplivnih na število inovacij, kakor tudi predlogov zanje, se tako izkazuje kot posebno smiselno in dolgoročno tudi nujno.

Slovenski inovatorji dosegajo skoraj dvakrat nižjo dodano vrednost na zaposlenega od povprečja EU.

Ob primerjavi s povprečjem držav članic EU-27 ugotavljamo, da ustvarjena dodana vrednost na zaposlenega v Sloveniji v obeh sektorjih dosega bistveno nižje številke. Medtem, ko je EU povprečje predelovalnega sektorja (Eurostat, 2011) preko 62.000 EUR, obravnavana slovenska podjetja dosegajo le polovico tega, t.j. 33.000 EUR na zaposlenega. Podobno tudi storitvena podjetja očitno zaostajajo za evropskim povprečjem. Le-to znaša 60.000 EUR na zaposlenega, v analiziranem slovenskem podzorcju pa ca. 43.000 EUR na zaposlenega. Ob tem moramo imeti v mislih, da slovenski podatek vključuje le inovativna podjetja (t.j. tista, ki so imela kakšno inovacijo), medtem, ko višje EU povprečje zajame celo tiste, ki inovacij sploh niso imela.

Podjetja z močnejšo podporo inoviranju imajo od svojih inovacij večje koristi.

V obeh sektorjih smo z regresijsko analizo (**faza 2**) identificirali pozitivni vpliv inovacijske (oz. v storitvenem sektorju inovacijsko-tržne) politike na povprečje skupnih koristi od inovacij (V_17_a). Gre za kazalnik, ki je bolj celovita mera od samih finančne koristi od inovacij, saj zajame tudi nematerialne koristi inoviranja. Tudi več odgovornih v sodelujočih podjetjih je poudarilo, da pogosto finančnih učinkov določenih inovacij sploh ne uspejo oceniti, kljub temu pa so slednji opazni - zlasti na ravni procesov (skrajšanje trajanja delovnih procesov, učinkovitejša komunikacija, izboljšanje varnosti pri delu,...).

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

no vpliva na finančne rezultate, še posebno pri manjših

V obeh sektorjih tudi ugotavljamo signifikantni vpliv odnosa do intelektualne lastnine (F2_p – predelovalna podjetja, F2_s – storitvena podjetja) na neposredne finančne rezultate, ki pa je negativen. Ob negativnih vplivih, zlasti na ROE (predelovalna podjetja) oz. rast ROE (storitvena podjetja) se kaže, da podjetja, ki svojo poslovno uspešnost v večji meri povezujejo z zaščito intelektualne lastnine na enoto vložnega kapitala ustvarijo manjši dobiček. Obenem raziskave opozarjajo, da je razvoj novih proizvodov nemalokrat povezan s precejšnjimi vložki, katerih rezultati se pokažejo šele s časovno zakasnitvijo (npr. Likar in Kopač, 2010). Glede na ugotovljene negativne vplive intelektualne lastnine (F2_p oz. F2_s) na finančne rezultate (ROE / rast ROE) kaže, da so visoki vložki v intelektualno lastnino povezani z manjšimi tveganji predvsem v podjetjih, ki razpolagajo z ustrezno visokim kapitalom in tako z zaščito (inovativnih) proizvodov ne ogrožajo tekočega poslovanja.

Inovacijski rezultati vplivajo na neposredne poslovne rezultate.

Tako število uvedenih inovacij (V_18_c), kot delež inovacijskih prihodkov od inovacij, novih za trg - RMI (A_b5_b) sta v predelovalnem in storitvenem sektorju povezani s povprečjem skupnih koristi od inovacij (V_17_a). Rezultat kaže na smiselnost inovacijskih dejavnosti za doseganje pozitivnejših končnih poslovnih rezultatov podjetja. Glede na povezave z omenjenim kazalnikom povprečja skupnih koristi (V_17_a) je smiselno spodbujati čim večje število uvedenih inovacij, obenem pa kaže, da bodo skupne koristi še višje pri podjetjih, ki večji delež inovacijskih prihodkov dosegajo s tistimi inovacijami, ki bodo dejansko predstavljale novost na trgu (A_b5_b). Ugotovitev o vplivu tržno novih proizvodov je skladna z navedbami Hamela (2003), ki ugotavlja, da so edino proizvodi z visoko ravno novosti tisti, ki podjetju omogočajo rast na dolgi rok in doseganje vodilnega položaja.

Na osnovi primerjalne analize med obema sektorjema (faza 2) večinoma nismo identificirali statistično značilnih razlik po vrednostih inovacijskih dejavnikov ter posrednih in neposrednih rezultatov.

Ugotovili pa smo, da se inovacijske dejavnosti v obeh sektorjih različno medsebojno povezujejo; so torej različno organizirane (strukturo teh aktivnosti po sektorjih obravnavamo v poglavjih 3.7.2 (predelovalni sektor) in 3.7.3 (storitveni sektor). Rezultati se delno ujemajo z ugotovitvami švedske študije (Löof in Heshmati, 2006). Njuna študija na vzorcu podjetij z 20 ali več zaposlenimi podaja sklep, da tako inoviranje storitev kot izdelkov postavljata podjetja pred podobne izzive. Hughes in Wood (1999) na podlagi analize malih in srednje velikih podjetij celo ugotavljata obstoj izrazitejših razlik znotraj sektorjev kakor med njima.

Podjetja niso ustrezno organizirana za doseganje novih trgov.

Pri razvoju novih proizvodov podjetja v povprečju namenjajo veliko skrb zadovoljevanju osnovnih, razumskih potreb uporabnika (V_12_0), tako v storitvenem (povprečje: 5,997), kot predelovalnem sektorju (povprečje: 5,982). Manjša pa je skrb za razvoj novih tržišč (V_15_0, ocene v sektorjih: 4,730

poslujejo relativno ustvarjalne sodelavce (V_41_0, ocene v celno presegati osnovne potrebe uporabnikov in stremeti k razvoju novih trgov.

Manj kot tretjina zaposlenih razume inovacijsko politiko podjetij, kar vpliva na število inovacij.

Odstotek zaposlenih (%), ki jasno razumejo inovacijsko politiko podjetja in z njo povezane cilje ter aktivnosti (V_52_0) izkazuje statistično značilno pozitivno povezavo s številom inovacij v obeh sektorjih (V_18_c oz. V_18_b), kar je razvidno iz prilog (Povezanost spremenljivk, ki niso bile del osnovnih analiz, s posrednimi rezultati (predelovalni sektor), Povezanost spremenljivk, ki niso bile del osnovnih analiz, z neposrednimi rezultati (predelovalni sektor)). Kljub temu pa v obeh sektorjih niti tretjini zaposlenih niso jasni inovacijski cilji in politika podjetja ter aktivnosti v okviru le te (V_52_0) – rezultat je razviden iz priloge (Opisne statistike spremenljivk, ki niso bili del osnovnih analiz).

Podjetja prepozno sprejemajo odločitev o razvoju novih proizvodov, ki bodo zamenjala stare.

Glede na izpise dodatnih analiz, dosegljive v prilogah (Opisne statistike spremenljivk, ki niso bili del osnovnih analiz). Vodstvo podjetij v povprečju sprejme odločitev o razvoju novega proizvoda (V_38_0) šele tik preden se glavni obstoječi proizvod približuje fazi zrelosti. To pa je tik pred pričetkom padca prodajnih prihodkov, ko inoviranje postane orodje preživetja, ne pa orodje ustvarjanja konkurenčnih prednosti. Pri tem je potrebno upoštevati, da od odločitve o razvoju do novega proizvoda, ki pride na trg in začne prinašati dohodke mine precej časa, od več mesecev do več let.

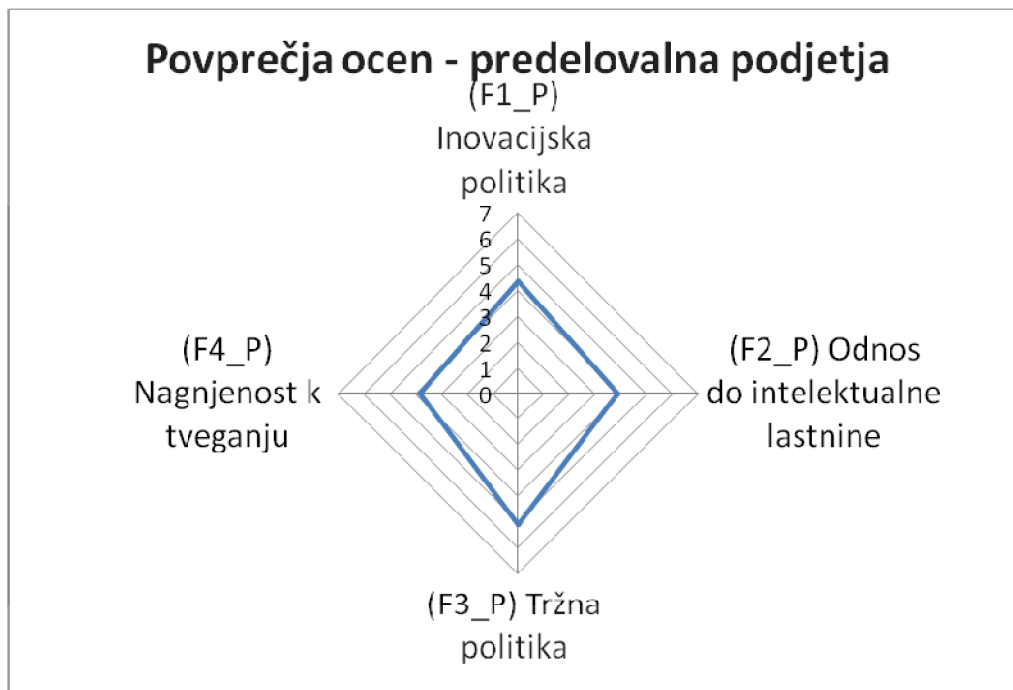
sektorju

Podjetja svoje primolke v zmeri in meri dosegajo z inovacijami.

V povprečju 16,5 % celotnih prihodkov podjetij predstavljajo inovacijski prihodki (A_b5_a). Inovacijski prihodki, doseženi z inovacijami, ki predstavljajo novost na trgu, pa zajemajo slabo tretjino celotnih inovacijskih prihodkov (A_b5_b, povprečje: 31,3 %).

Podpora inovacijski politiki pozitivno vpliva na inovacijske in neposredne rezultate.

Podjetja z močnejšo podporo inovativnosti (F1_p) dosegajo ugodnejše inovacijske rezultate: večje število inovacij proizvodov (V_18_c) in inovacijskih predlogov (V_34_f). V smislu neposrednih rezultatov podanih s strani zaposlenih (V_34_f) pa inovacijska politika (F1_p) izkazuje statistično značilni pozitivni vpliv na povprečje skupnih koristi od inovacij (V_17_a). Glede na vsebino dejavnika inovacijske politike, bodo imela podjetja z bolj ustvarjalnimi ključnimi sodelavci (V_43_0), visokimi inovacijskimi cilji (V_29_0) in kadrovske politiko, usmerjeno na zaposlovanje ustvarjalnih (V_41_0), od svojih inovacij v povprečju tudi večje koristi.



Slika 21 Povprečne ocene inovacijskih dejavnikov v predelovalnem sektorju

Tržna politika ne spodbuja doseganja inovativnih proizvodov.

V okviru regresijskih analiz (faza 3) smo ugotovili, da dejavnik tržne politike (F3_p) ne vpliva niti na inovacijske niti na neposredne rezultate poslovanja. Nadaljnji pregled po spremenljivkah, ki obsegajo ta dejavnik, je pokazal, da podjetja v povprečju precejšnjo pozornost namenjajo zadovoljevanju

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

(V_12_0, povprečje: 5,997), opazno manjši poudarek pa V_13_0, povprečje: 4,595) in razvoju povsem novih tržišč (V_15_0, povprečje: 4,730). Fokus na osnovne racionalne potrebe uporabnikov in ne trud za razvoj povsem novih tržišč pa kaže na zmanjšane možnosti za razvoj inovativnih proizvodov z visoko dodano vrednostjo. V primerjavi s povprečjem vseh predelovalnih podjetij držav članic EU (Eurostat, 2011), ki znaša ca. 62.000 EUR/ zaposlenega, obravnavana podjetja dosegajo skoraj dvakrat nižjo dodano vrednost (V_aj_a) – le ca. 33.000 EUR / zaposlenega. Pri tem velja poudariti, da podatek o evropskem povprečju zajema tudi podjetja, ki inovacij sploh niso imela!

Skrb za zaščito intelektualne lastnine predstavlja tveganje za podjetja z majhnim kapitalom.

Na neposredne finančne rezultate (ROE, povprečna rast čistih prihodkov 2006-2008) dejavnik zaščite intelektualne lastnine (F2_p) vpliva negativno. Hkrati pa je vpliv IL (F2_p) na skupne koristi od inovacij (V_17_a) blizu statistični značilnosti (Sig. = 0,074), zato se se kljub negativnim povezavam z ROE (F_06_e) in rastjo prodajnih prihodkov (F_06_g) zaščita intelektualne lastnina kaže kot potencialno smiselna in koristna. Glede na ugotovljene negativne vplive F2_p pa kaže, da so visoki vložki v intelektualno lastnino povezani z manjšimi tveganji predvsem v podjetjih, ki razpolagajo z ustrezno visokim kapitalom in tako ne ogrožajo tekočega, operativnega poslovanja.

Podjetja po številu inovacijskih predlogov s strani zaposlenih, kakor tudi številu inovacij proizvodov večkratno zaostajajo za evropskimi konkurenti.

Rezultati faze 2 kažejo na nizko povprečno število podanih predlogov na zaposlenega v predelovalnem sektorju (V_34_a, povprečje: 0,215). Glede na podatke za nemška podjetja (Dib, 2010) je število v slovenskem predelovalnem sektorju ca. 5x manjše od doseženega v nemških podjetjih. Podatki, ki obravnavajo obdobje 3 let (Jones et al., 2001) tudi kažejo, da je novih proizvodov (V_18_c) v slovenskih predelovalnih podjetjih malo: dosežemo ca. 2x manj inovacij na zaposlenega od Britanskih podjetij (0,13 inovacij na zaposlenega) in ca. 3x manj od nemških predelovalnih podjetij (0,18 inovacij na zaposlenega). Acs in Audretsch (1990) sicer opozarjata, da povprečno število inovacij na zaposlenega v podjetjih glede na velikost podjetja lahko variira tudi za faktor 2. Ne glede na to je zaostajanje slovenskih podjetij očitno. Večja raven spodbujanja inovacijskih dejavnikov, vplivnih na število inovacij, kakor tudi predlogov zanje, se tako izkazuje kot posebno smiselno in dolgoročno tudi nujno.

Podjetja prepozno sprejemajo odločitev o razvoju novih proizvodov, ki bodo zamenjale stare.

Vodstvo podjetij v povprečju sprejme odločitev o razvoju novega proizvoda (V_38_0) šele tik preden se glavni obstoječi proizvod približuje fazi zrelosti. To pa je tik pred pričetkom padca prodajnih prihodkov, ko inoviranje postane orodje preživetja, ne pa orodje ustvarjanja konkurenčnih prednosti. Rezultat temelji na nekaterih dodatnih analizah, razvidnih iz prilog (Opisne statistike spremenljivk, ki niso bili del osnovnih analiz).

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

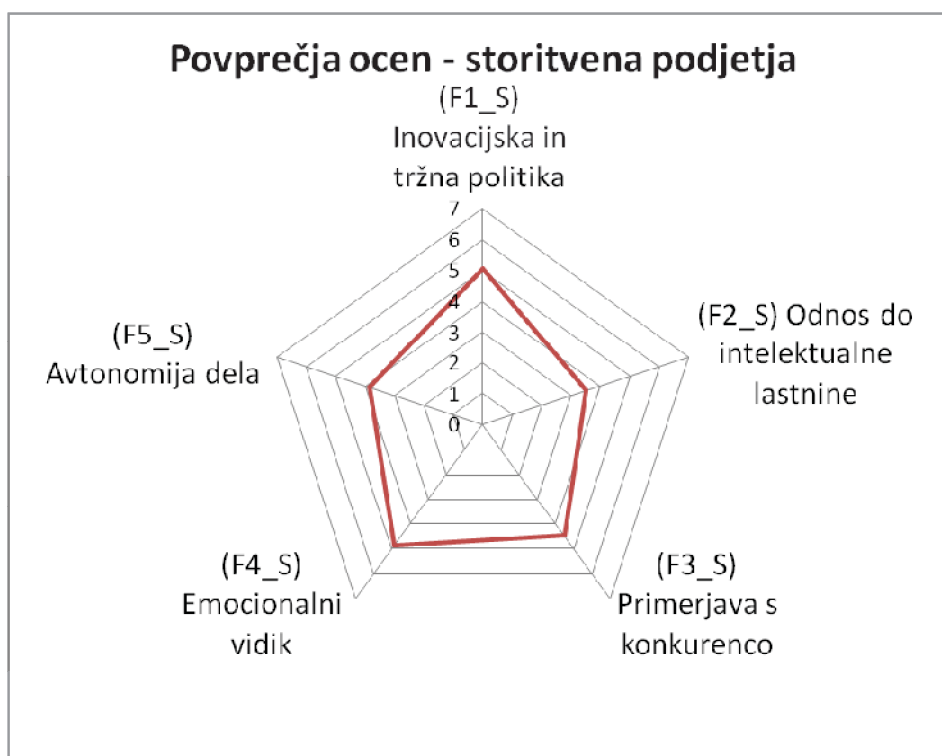
ktorju

Podjetja le nizki delež prihodkov dosegajo z inovacijami proizvodov.

Glede na povprečno vrednost spremenljivke RII (A_b5_a) ti prihodki predstavljajo le 8,3 % celotnih prihodkov.

Doseganje inovacij, novih za trg, je razmeroma neučinkovito organizirano.

Ugotavljamo, da je na ugodnejše inovacijske rezultate (npr. na št. inovacijskih predlogov) možno vplivati s podporo inovacijski in tržni politiki, ki sta tesno povezani. Na to kaže spremenljivka F1_s, ki obravnava skrb za: zaposlovanje ustvarjalnih sodelavcev, inovacijske sposobnosti ključnih zaposlenih, zadovoljevanje razumskih potreb uporabnikov, razvoj novih tržišč in nagrajevanje inovativnih sodelavcev. Vendar spodbujanje dejavnikov te politike ni ustrezno usklajeno. Podjetja kljub zaposlovanju relativno ustvarjalnih sodelavcev (V_41_0, povprečje: 5,474) napore usmerjajo predvsem v zadovoljevanje osnovnih, razumskih potreb uporabnikov (V_12_0, povprečje: 5,997). Nižje pa so ocene za težnjo k razvijanju novih tržišč (V_15_0; povprečje: 4,730). Tako kot za vpliv inovacijske in tržne politike ugotavljamo približno enak, srednje močan vpliv dejavnika primerjave s konkurenco (F3_s). Slednji obravnava skrb za ustreznost inovacijskih ciljev, politike in naklonjenost k tveganju v primerjavi s konkurenco.



Slika 22 Povprečne ocene inovacijskih dejavnikov v storitvenem sektorju

Inovacijski rezultati vplivajo tudi na neposredne rezultate.

Večje število inovacij proizvodov na zaposlenega (V_18_c) pomeni večjo dobičkovnost kapitala – ugotovili smo srednje močan pozitivni vpliv na ROE (F_06_e). Prav tako se s številom inovacij

a korist od inovacij (V_17_a). Zato se skrb za doseganje
evila inovacij kaže kot posebej smiselna.

Podjetja v večji meri posnemajo kot razvijajo inovativne proizvode.

Prihodki od inovacij, novih za trg, so skromni – v povprečju znašajo le 7,6 % vseh inovacijskih prihodkov (A_b5_b). Lahko bi sklepali, da podjetja inovacijske prihodke ustvarjajo zlasti s posnemanjem obstoječih inovacij. Zato ni presenetljivo, da podjetja namenjajo izmed vseh dejavnikov v povprečju najmanjšo skrb prav zaščiti intelektualne lastnine (F2_s; povprečje: 3,483). Povezano s to ugotovitvijo bi sicer lahko trdili, da je posnemanje inovacij povezano z manjšimi razvojnimi stroški in s tem povezanimi tveganji (Alam, 2006). Kljub temu pa so prav inovacije, ki so velika novost na trgu tiste, ki podjetju ponujajo največje možnosti za rast (Hamel, 2003). V prihodnosti gre pričakovati, da bodo strategije stroškovnega vodstva v inoviranju storitev vse manj primerne, kajti globalna konkurenca in razvoj tehnologije vse bolj postavljata v ospredje kakovost ponudbe (Johnes in Storey, 1998).

Inovacije niso plod načrtnega spodbujanja inoviranja, ampak se pojavljajo neodvisno od teh aktivnosti.

Vplivov inovacijskih dejavnikov na število inovacij na zaposlenega (V_18_c) nismo zaznali. Prav tako nismo identificirali vplivov F1_s na spremenljivke, ki zadevajo prihodke od inovacij proizvodov (A_b5_a – RII oz., A_b5_b - RMI). Ker nismo zaznali pomembnejših vplivov inovacijskih dejavnikov na število inovacij, sklepamo, da inovacije niso plod načrtnega spodbujanja inoviranja, ampak se pojavljajo neodvisno od teh aktivnosti. Ugotovitve drugih raziskovalcev kažejo, da pomanjkanje zavezanosti k inoviranju na strateški ravni, predstavlja zaviralni dejavnik razvoja radikalnih inovacij. Obsežna študija znotraj storitvenega sektorja-hotelirske panoge, ki sta jo izvedla Ottenbacher in Harrington (2010) je pokazala, da razvoj visoko inovativnih storitev zahteva pripravljenost k sprejemanju višjih stopenj tveganja, pripravljenost za upravljanje s sredstvi in inoviranju naklonjeno organizacijsko klimo. Podobno tudi Stieglitz in Heine (2007) ugotavljata, da je razvoj uspešnih, prebojnih produktov v storitvenem sektorju vezan na predhodno usklajenost s temeljnimi strateškimi usmeritvami podjetja in organizacijsko strukturo v podjetju.

Podjetja posnemajo dobre prakse drugih panog.

Rezultati, zanimivo, kažejo na nezanemarljivo vlogo zaščite intelektualne lastnine v storitvenem sektorju. Odnos do intelektualne lastnine (F2_s) izkazuje statistično značilni pozitivni vpliv na letno gospodarsko korist inovacijskih predlogov na zaposlenega (V_35_a). Pozitiven in signifikanten je tudi vpliv F2_s na delež inovacijskih v celotnih prihodkih (A_b5_a). Ker spremenljivka F2_s obsega tudi iskanje dobrih praks iz drugih panog (V_06_0), in gre tudi za spremenljivko, ki ima največjo povprečno oceno v okviru F2_s (4,491), se izkazuje, da zaposleni na podlagi tega iskanja podajajo predloge z višjo gospodarsko koristjo. Gre torej prvenstveno za prenos dobrih praks, ki kaže na strategijo inovacijskih sledilcev.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ov s strani zaposlenih močno zaostajajo za evropskimi

Rezultati faze 2 kažejo na nizko povprečno število podanih predlogov na zaposlenega v storitvenem sektorju (V_34_a, povprečje: 0,013). Glede na podatke za nemška podjetja (Dib, 2010) je število več kot 50x manjše od doseženega v nemških podjetjih! Podatkov o podrobni strukturi nemških podjetij glede na število zaposlenih nimamo, a se ne glede na to. na to kaže, da je zaostajanje slovenskih podjetij očitno. Večja raven spodbujanja inovacijskih dejavnikov, vplivnih na število inovacijskih predlogov se tako izkazuje kot posebno smiselno in dolgoročno tudi nujno.

Slovenski inovatorji dosegajo skoraj dvakrat nižjo dodano vrednost na zaposlenega od povprečja EU.

Ob primerjavi s povprečjem držav članic EU-27 ugotavljamo, da ustvarjena dodana vrednost na zaposlenega v Sloveniji dosega bistveno nižje številke. Medtem, ko je EU povprečje storitvenega sektorja (Eurostat, 2011) preko 60.000 EUR, obravnavana slovenska podjetja dosegajo le 43.000 EUR na zaposlenega. Ob tem moramo imeti v mislih, da slovenski podatek vključuje le inovativna podjetja (tj. tista, ki so imela kakšno inovacijo), medtem, ko višje EU povprečje zajame celo tiste, ki inovacij sploh niso imela.

Da bi olajšali absorpcijsko vrednost rezultatov raziskave za gospodarstvo, smo si prizadevali za njihov enotni in transparentni prikaz. Gre za model, ki identificirane inovacijske vplivne dejavnike raziskave razvrsti po njihovi vplivnosti na rezultate. Ob osredotočenju na dejavnike pa bomo predstavili tudi situacijo na področju doseženih rezultatov podjetij, ki še posebej osmišljajo večje spodbujanje vplivnih dejavnikov. Model na podlagi inovativnih podjetij⁴¹ bo služil kot osnova za oceno lastne inovacijske učinkovitosti in izvedbo morebitnih korektivnih akcij (zato govorimo o t.i. referenčnem modelu). Podjetja bodo s primerjanjem lastnega spodbujanja posameznih dejavnikov, glede na priporočila modela, lahko ustrezno reorganizirala svojo inovacijsko dejavnost in s tem prispevala k učinkovitejšemu managementu inovacijskih procesov.

Strukturiran je tako, da najprej poda priporočila na nivoju predelovalnega in storitvenega sektorja, potem pa podrobneje za nizko in srednje-nizke ter visoko tehnološke predelovalce, nato pa še podrobneje, za storitvenike z nižjo ter visoko vsebnostjo znanja.

4.1 Referenčni model za predelovalna podjetja

4.1.1 Inovacijski dejavniki

Tabela 29 prikazuje povprečne ocene dejavnikov in njihove vplive na inovacijske rezultate (npr. število inovacij, delež prihodkov od inovacij v celotnih prihodkih,...), kakor neposredne rezultate (ROE, ROA, ROS, skupna materialna in nematerialna korist). Vsak dejavnik obravnava množico med seboj povezanih elementov inovacijskega procesa (stolpec »Vsebina dejavnika«). Ob prevladujočem pozitivnem vplivu dejavnika, smo to označili s »+«, v primeru, ko smo zaznali zlasti negativne vplive pa s »-«. V primeru dokaj usklajenih vplivov pa smo uporabili oznako »+«. Dejavnik, ki prevladuje po pozitivnih vplivih lahko smatramo kot bolj pomemben. Oznaka »/« pomeni, da ni statistično značilnega vpliva.

Maksimalna možna povprečna vrednost dejavnika znaša 7. Ocene inovacijskih dejavnikov, potencialno vplivnih na inovacijske in neposredne rezultate so bile zmerno visoke.

⁴¹ Uporabljeni kriterij: Ali je vaše podjetje v obdobju 2006-2008 uvedlo kakršnekoli inovacije?

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

inovacijske (I) in neposredne rezultate (N)

dejavniki	na dejavnika ⁴²	Povp. ocena (1-7)	Vplivi (I)	Vplivi (N)
Inovacijska politika (F1_p)	-Inovacijska politika je zastavljena dolgoročno, -Podjetje zaposluje ustvarjalne, samoiniciativne in pogumne ključne sodelavce, -Podjetje nagrajuje inovativne in podjetne sodelavce, -Podjetje načrtno išče dobre prakse podjetij drugih panog, -Podjetniško-inovacijske sposobnosti ključnih zaposlenih so primerne za vodilni položaj v panogi, -Višina postavljenih inovacijskih ciljev glede na najboljše v panogi.	4,4	+	+
Odnos do intelektualne lastnine (F2_p)	-Pomen modelov za poslovni uspeh podjetja, -Pomen patentov za poslovni uspeh podjetja, -Pomen znamk za poslovni uspeh podjetja, -Podjetje pri razvoju proizvodov zagotavlja visoko zaščito pred posnemanjem.	3,9	(+) ⁴³	-
Tržna politika (F3_p)	-Podjetje pri razvoju proizvodov skuša popolnoma zadovoljiti razumske potrebe uporabnika, -Podjetje v razvoj novih tržišč vlaga vse potrebne napore, -Podjetje pri razvoju proizvodov skuša popolnoma zadovoljiti čustva uporabnika.	5,1	/	/
Nagnjenost k tveganju (F4_p)	-Stopnja avtonomije dela, ki jo imajo praviloma zaposleni, -Naklonjenost podjetja k tveganju glede na povprečje v panogi.	3,8	/	/

Tabela 29 izkazuje, da tako na posredne, kakor neposredne rezultate vplivata podpora inovacijski politiki (F1_p) in zaščiti intelektualne lastnine (F2_p). Vendar pa ima izključno podpora inovacijski politiki (F1_p) obenem pozitivne vplive na posredne, kakor tudi na neposredne rezultate. Zato priporočamo, da podjetja v visoki meri skrbijo za: dolgoročno inovacijsko politiko, zaposlovanje ustvarjalnih, njihovo nagrajevanje, načrtno iskanje dobrih praks, in visoke inovacijske cilje.

Ob povišani podpori izvrševanju inovacijske politike (trenutna povprečna ocena: 4,4) pa je potrebno zagotoviti njeno učinkovito komuniciranje zaposlenim. Rezultati so ob analizi nekaterih dodatnih

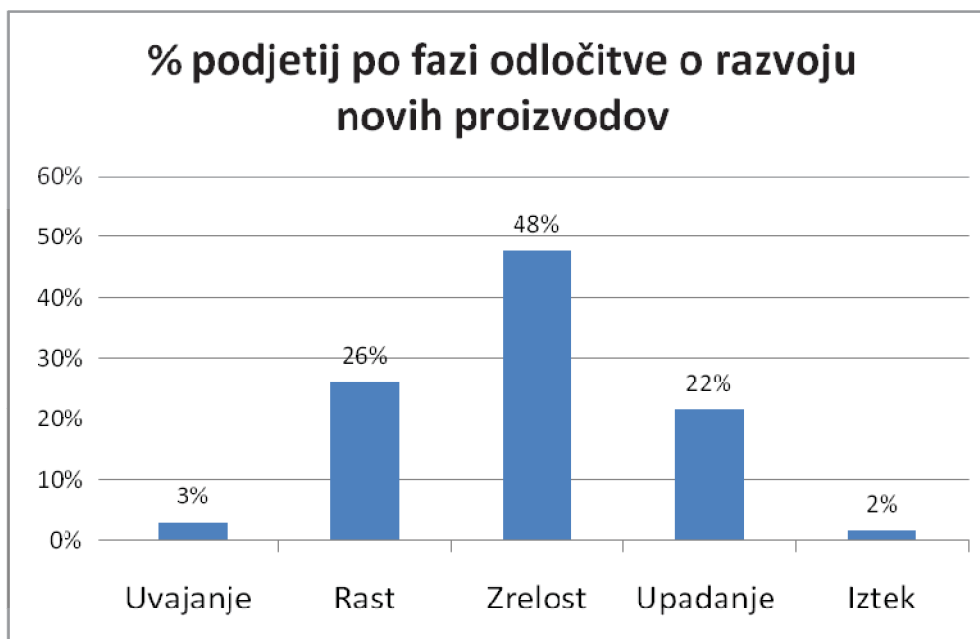
⁴² Najprej navajamo tiste elemente, ki so z dejavnikom najmočnejše povezani.

⁴³ Rezultat ni povsem zanesljiv.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ot tretjina zaposlenih (ca. 28 %) jasno razume inovacijsko
ivnosti.

Poleg pomanjkanja razumevanja inovacijske politike s strani zaposlenih je dodatna analiza pokazala, da vodstvo pretežnega dela podjetij sprejme odločitve o razvoju novega proizvoda relativno pozno. Le 29 % podjetij to stori še pred nastopom faze zrelosti obstoječega glavnega proizvoda (Slika 23). Ostali odločitev sprejmejo v kasnejših fazah, ko prihaja do upadanja prodajnih prihodkov. Priporočljiv bi bil dolgoročnejši pristop, kjer do inoviranja ne pride zaradi nujnosti, ampak predvsem ustvarjanja konkurenčnih prednosti.



Slika 23 Porazdelitev predelovalnih podjetij glede na to, kdaj v življenjskem ciklu obstoječega proizvoda sprejmejo odločitve o razvoju novega

V smislu vplivov posameznih oblik zaščite intelektualne lastnine (F2_p) kaže, da vložki v F2_p predstavljajo finančno tveganje v smislu znižane dobičkovnosti kapitala ROE. Na povprečne skupne koristi od inoviranja pa se kaže pozitiven vpliv F2_p, kar govori o tem, da so višji vložki, v posamezne oblike zaščite intelektualne lastnine (patenti, modeli, znamke, druge oblike) kljub vsemu za podjetje lahko koristni. Ob negativnem vplivu na ROE, pa je skrb za zaščito intelektualne lastnine manj tvegana in bolj smiselna zlasti v (večjih) podjetjih, ki imajo na razpolago dovolj kapitala.

Tržna politika podjetij (skrb za: razumske potrebe uporabnikov, njihove čustvene potrebe, razvoj novih tržišč) ni dovolj učinkovito organizirana za ustvarjanje novih trgov, kar se kaže tudi v odsotnosti vplivov na inovacijske in neposredne rezultate. Podjetja v povprečju precejšnje pozornost namenjajo zadovoljevanju osnovnih, razumskih potreb uporabnika (povprečna ocena: 6,0), premajhna pa je skrb za zadostitev čustvenih potreb uporabnikov (povprečna ocena: 4,6) in, skladno s tem, razvoju novih tržišč (povprečna ocena: 4,7).

Rezultati tudi kažejo, da nagnjenost k tveganju ni povezana z inovacijskimi in neposrednimi poslovnimi rezultati. Kljub temu pa rezultati kažejo, da ne gre za povsem irelevantni dejavnik. Ugotovili smo namreč, da se nagnjenost k tveganju povezuje z avtonomijo zaposlenih pri delu. Delo,

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

s povprečjem panoge).

inih postopkih in procedurah pomeni za podjetje sprejem
e zajema podrobneje (gre za splošno tveganje v primerjavi

4.1.2 Inovacijski rezultati

Stanje na področju inovacijskih rezultatov prikazujemo v tabeli (Tabela 30).

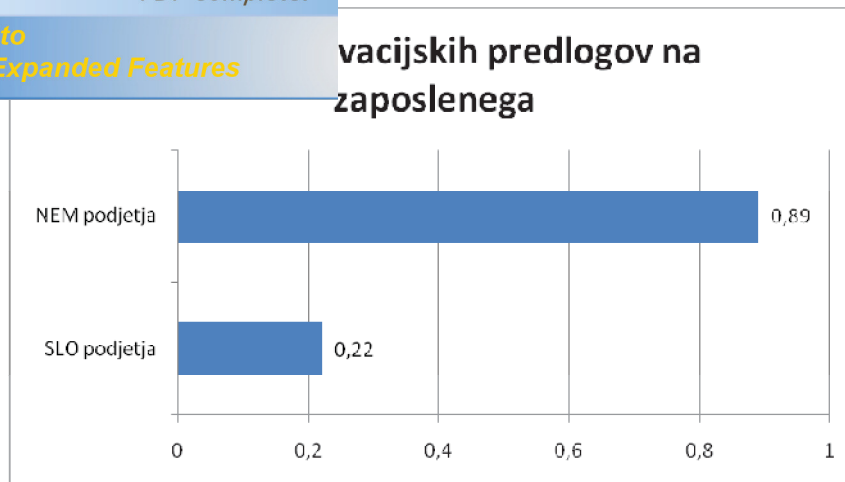
Tabela 30 Inovacijski rezultati - predelovalni sektor

Inovacijski rezultati	Poprečje
Število prijavljenih inov. predlogov v letu 2008 na zaposlenega	0,215
Število odobrenih inov. predlogov v letu 2008 na zaposlenega	0,160
Število realiziranih inov. predlogov v letu 2008 na zaposlenega ⁴⁴	0,019
Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega	438,597
Število uvedenih inovacij izdelkov in storitev na zaposlenega	0,020
RMI - Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	31,257
RII - Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih	16,470

Podatek za RII kaže, da inovacije proizvodov ne igrajo zanemarljive vloge pri doseganju prihodkov podjetja. Kljub temu pa so zaposleni premalo intenzivno vključeni v inoviranje. Na podlagi primerjave s podatki za nemška podjetja ugotavljamo ca. 4x manjše število podanih inovacijskih predlogov (Slika 24).

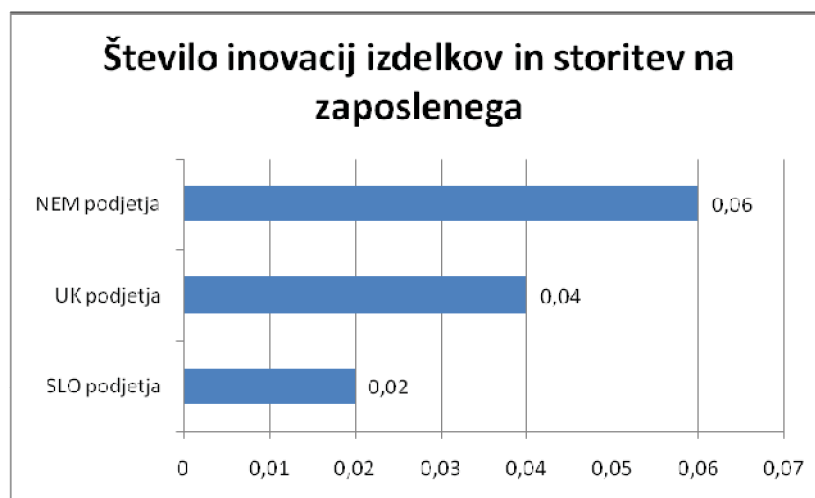
⁴⁴Gre za realizirane inovacijske predloge zaposlenih, kar ne pomeni nujno inovacij izdelkov in storitev.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)



Slika 24 Povprečno število inovacijskih predlogov na zaposlenega: primerjava obravnavanih podjetij z nemškimi (NEM)

Tudi novih proizvodov na leto je v slovenskih predelovalnih podjetjih malo: dosegamo ca. 2x manj inovacij na zaposlenega od Britanskih podjetij (0,04 inovacij na zaposlenega) in ca. 3x manj od nemških predelovalnih podjetij (0,06 inovacij na zaposlenega). Stanje nazorno prikazuje slika (Slika 25).



Slika 25 Povprečno število inovacij proizvodov (izdelkov in/ali storitev) : primerjava obravnavanih podjetij z britanskimi (UK) in nemškimi (NEM)

4.1.3 Neposredni poslovni rezultati

Tabela 31 prikazuje osnovne kazalnike poslovnih rezultatov in njihove povprečne vrednosti v obravnavanih podjetjih.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

i sektor

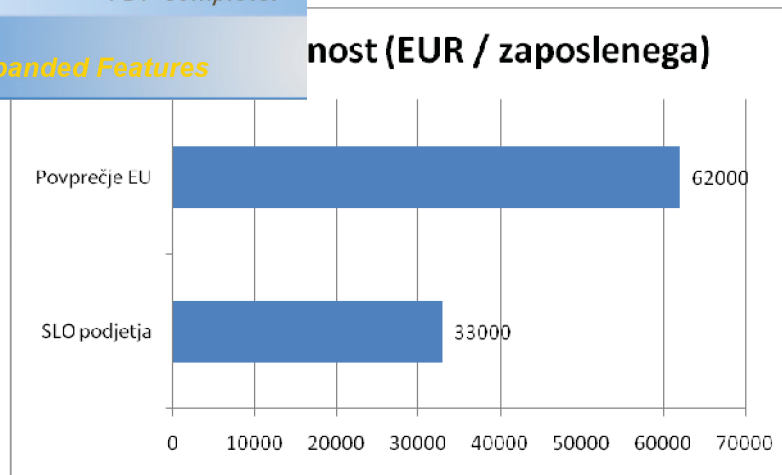
	Poprečje
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	0,098
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	0,138
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,052
Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS) 06	0,053
Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08 (%) ⁴⁵	-0,994
Dodana vrednost na zaposlenega (EUR)	33049,122
Rast ROE 06/08 (%) ⁴⁶	-119,180
Povprečje skupnih koristi od inovacij (1-7)	4,850
Skupna korist za podjetje od: a) Inovacij izdelkov (1-7)	5,071
Skupna korist za podjetje od: b) Inovacij storitev (1-7)	3,081
Skupna korist za podjetje od: c) Inovacij postopkov/procesov (1-7)	5,230
Skupna korist za podjetje od: d) Inovacij na področju organiziranosti (1-7)	4,351
Skupna korist za podjetje od: e) Inovacij na področju trženja (1-7)	3,946
Skupna korist za podjetje od: f) Inovacij poslovnega modela (1-7)	3,405

Rezultati kažejo na v povprečju močan upad ROE v letu 2008 glede na 2006. Tudi glede na dodano vrednost na zaposlenega rezultati niso zavidljivi. Ugotavljamo, da je dodana vrednost podjetij na zaposlenega bistveno nižja, kot v primeru konkurentov na področju EU. Povprečje vseh podjetij EU znaša 62.0000 EUR na zaposlenega, v Sloveniji pa le dobro polovico tega, t.j. 33.000 EUR na zaposlenega (Slika 26).

⁴⁵ Povprečje iz rasti čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 05/06 ter 07/08

⁴⁶ Povprečje iz rasti ROE 05/06 ter 07/08

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)



Slika 26 Povprečna dodana vrednost: obravnavana podjetja in podjetja držav, članic EU

V smislu skupnih materialnih in nematerialnih koristi, doseženih z inoviranjem ugotavljamo precejšnje razlike med posameznimi tipi inovacij. V povprečju so podjetja največje koristi, zanimivo, dosegla ne z inovacijami izdelkov (povprečna ocena: 5,0), pač z inovacijami postopkov oz. procesov (povprečna ocena: 5,2). Gre za relativno visoke ocene koristi (max. možna ocena: 7). Še vedno pa podjetja precej manj uspešno izkoriščajo prednosti inovacij storitev (povprečna ocena: 3,1) ter inovacij poslovnega modela (povprečna ocena: 3,4), kar bi bilo smiselno spremeniti. Zlasti prakse najuspešnejših v svetu (npr. Apple) kažejo, da so inovacije poslovnih modelov (katere je tudi težje posnemati) vse pomembnejše za ustvarjanje dolgoročnih konkurenčnih prednosti.

4.2 Referenčni model za storitvena podjetja

4.2.1 Inovacijski dejavniki

Tabela 32 prikazuje povprečne ocene in vplivnost inovacijskih dejavnikov. Vsak dejavnik obravnava množico med seboj povezanih elementov inovacijskega procesa (stolpec »Vsebina dejavnika«). Ob vsakem dejavniku podajamo tudi informacijo ali smo zaznali vplive slednjega na inovacijske rezultate (npr. število inovacij, delež prihodkov od inovacij v celotnih prihodkih,...), kakor neposredne rezultate (ROE, ROA, ROS, skupna materialna in nematerialna korist). Ob prevladujočem pozitivnem vplivu dejavnika, smo to označili s »+«, v primeru, ko smo zaznali zlasti negativne vplive pa s »-«. V primeru dokaj usklajenih vplivov pa smo uporabili oznako »+«. Dejavnik, ki prevladuje po pozitivnih vplivih lahko smatramo kot bolj pomemben. Oznaka »/« pomeni, da ni statistično značilnega vpliva.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

inovacijske (I) in neposredne rezultate (N).

dejavniki	na dejavnika ⁴⁷	Povp. ocena (1-7)	Vplivi (I)	Vplivi (N)
Inovacijska in tržna politika (F1_s)	-Podjetje zaposluje ustvarjalne, samoiniciativne in pogumne ključne sodelavce, -Podjetje pri razvoju proizvodov skuša popolnoma zadovoljiti razumske potrebe uporabnika, -Podjetje nagraduje inovativne in podjetne sodelavce, -Podjetniško-inovacijske sposobnosti ključnih zaposlenih so primerne za vodilni položaj v panogi, -Podjetje v razvoj novih tržišč vlaga vse potrebne napore.	5,0	+	+
Odnos do intelektualne lastnine (F2_s)	-Pomen modelov za poslovni uspeh podjetja, -Pomen patentov za poslovni uspeh podjetja, -Podjetje načrtno išče dobre prakse podjetij drugih panog, -Podjetje pri razvoju proizvodov zagotavlja visoko zaščito pred posnemanjem.	3,4	+	(-) ⁴⁸
Primerjava s konkurenco (F3_s)	-Višina postavljenih inovacijskih ciljev glede na najboljše v panogi, - Naklonjenost podjetja k tveganju glede na povprečje v panogi, -Inovacijska politika je zastavljena dolgoročno.	4,5	/	+
Emocionalni vidik (F4_s)	-Podjetje pri razvoju proizvodov skuša popolnoma zadovoljiti čustva uporabnika, -Pomen znamk za poslovni uspeh podjetja.	4,9	/	(+) ⁴⁹
Avtonomija dela (F5_s)	-Stopnja avtonomije dela, ki jo imajo praviloma zaposleni.	3,9	(+)	+

Maksimalna možna ocena dejavnika znaša 7. Vidimo, da so bile ocene večine inovacijskih dejavnikov, potencialno vplivnih na inovacijske in neposredne rezultate, v povprečju zmerno visoke. Ob tem pa vsi dejavniki vplivajo na bodisi posredne bodisi neposredne rezultate. Pri tem pa opažamo pomembne razlike.

Dejavnika, ki izkazujeta pozitivni vpliv tako na inovacijske, kakor neposredne rezultate sta dejavnik podpore inovacijski in tržni politiki (F1_s) ter dejavnik avtonomije dela, ki jo imajo zaposleni (F5_s). Ker rezultat v primeru avtonomije dela ni povsem zanesljiv, lahko na prvem mestu izpostavimo vlogo inovacijske politike (F1_s). Priporočamo, da podjetja v visoki meri skrbijo za: zaposlovanje

⁴⁷ Najprej navajamo tiste elemente, ki so z dejavnikom najmočnejše povezani.

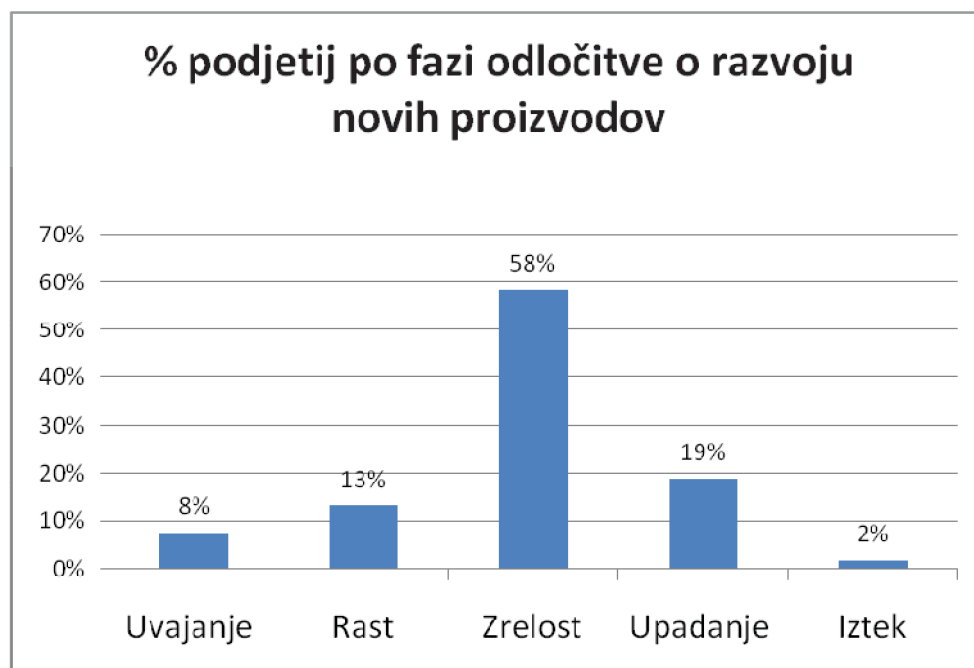
⁴⁸ Rezultat ni povsem zanesljiv; enako velja za druge rezultate v oklepajih.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

razumskih potreb uporabnika, nagrajevanje inovativnih in zaposlenih ter razvoj novih tržišč. Kljub relativno visoki skupni oceni dejavnika (povprečna ocena: 5,0) velja omeniti, da smo zaznali pomanjkanje usklajenosti med posameznimi elementi, kar onemogoča doseganje inovacij, novih za trg. Izkazalo se je namreč, da podjetja kljub zaposlovanju relativno ustvarjalnih sodelavcev (povprečna ocena: 5,4) napore usmerjajo predvsem v zadovoljevanje osnovnih, razumskih potreb uporabnikov (povprečna ocena: 6,0), nižje pa so ocene za težnjo k razvijanju novih tržišč (povprečna ocena: 4,8).

Ob visoki podpori izvrševanju inovacijske politike pa je potrebno zagotoviti njeno učinkovitejše komuniciranje zaposlenim. Rezultati dodatnih analiz so namreč pokazali, da manj kot tretjina zaposlenih (ca. 30 %) jasno razume inovacijsko politiko podjetja, z njo povezane cilje in aktivnosti.

Poleg pomanjkanja razumevanja inovacijske politike s strani zaposlenih je dodatna analiza pokazala, da vodstvo večine podjetij sprejme odločitve o razvoju novega proizvoda relativno pozno. Le 21 % podjetij to stori še pred nastopom faze zrelosti glavnega obstoječega proizvoda (Slika 27). Ostali odločitev sprejmejo v kasnejših fazah, ko prihaja do upadanja prodajnih prihodkov. Priporočljiv bi bil dolgoročnejši pristop, kjer do inoviranja ne pride zaradi nujnosti, ampak predvsem ustvarjanja konkurenčnih prednosti.



Slika 27 Porazdelitev storitvenih podjetij glede na to, kdaj v življenjskem ciklu obstoječega proizvoda, sprejmejo odločitve o razvoju novega

V smislu vplivov na rezultate je tudi dejavnik avtonomije dela (F5_s) pomemben, saj vpliva na neposredne rezultate, kot tudi na inovacijske. V povezavi z inovacijskimi rezultati bodo bolj avtonomni zaposleni očitno podajali večje število inovacijskih predlogov (vpliv ni povsem zanesljiv). Neposredni rezultati avtonomnega delovanja pa se kažejo ob pozitivnem vplivu na rast ROE 06/08. Neposredne rezultate povečane avtonomnosti zaposlenih je torej pričakovati predvsem po preteku

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

se utegnejo pokazati tudi že prej (vpliv na inovacijske

Zaščita intelektualne lastnine (F2_s) izkazuje negativni vpliv na neposredne rezultate, t.j. kazalnik Rast ROE 06/08, kar lahko pomeni oslabitev dobičkovnosti vloženega kapitala (rezultat ni povsem zanesljiv). Bolj zanesljiv je pozitiven vpliv odnosa do intelektualne lastnine na inovacijske rezultate, predvsem na doseženi delež inovacijskih v celotnih prihodkih (A_b5_a), pa tudi na letno gospodarsko korist inovacijskih predlogov. Zlasti podjetjem, ki razpolagajo z dovoljšnjim kapitalom (manjše tveganje zaradi oslabitve ROE) priporočamo povečano skrb za uvajanje posameznih oblik zaščite intelektualne lastnine, pa tudi načrtno iskanje dobrih praks izven lastne panoge.

Dejavnik primerljivosti inovacijske politike s konkurenco (F3_s) je pomemben zlasti z vidika doseženih neposrednih rezultatov, in sicer vpliva na doseženo povprečno skupno korist od inovacij (V_17_a). Podjetja z bolj dolgoročno orientirano inovacijsko politiko, višjimi inovacijskimi cilji in pripravljenostjo k tveganju bodo imela od svojih inovacij tudi večje skupne koristi.

Kaže, da je fokusiranje na emocionalni vidik proizvodov (F4_s) premalo za doseganje kakršnih koli inovacijskih in poslovnih rezultatov. Zgolj omogočanje razlikovanja proizvodov na podlagi registriranih znamk in doživetih emocij kupca še ne pomeni inovativnega proizvoda – vpliva F4_s na inovacijske rezultate ni bilo zaznati, na neposredne (ROS) pa je vpliv celo negativen.

4.2.2 Inovacijski rezultati

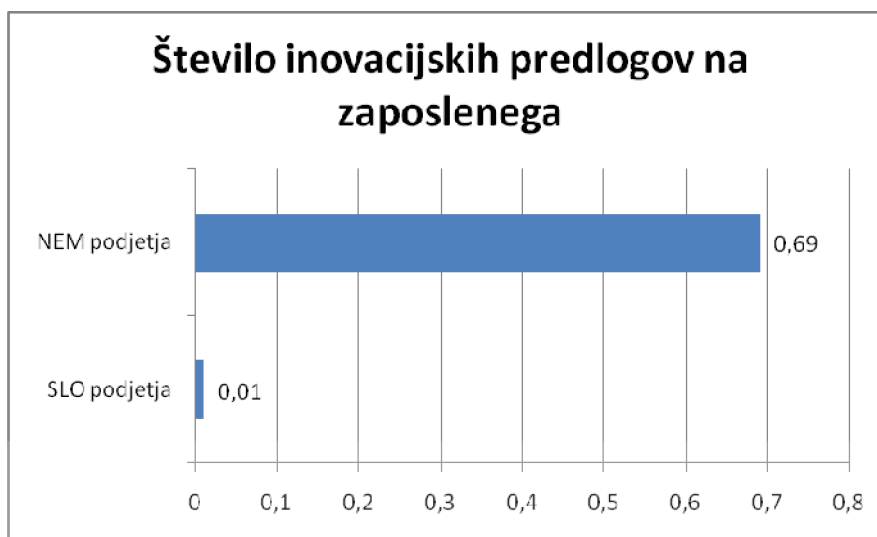
Tabela 33 prikazuje osnovne kazalnike poslovnih rezultatov in njihove povprečne vrednosti.

Tabela 33 Inovacijski rezultati – storitveni sektor

Inovacijski rezultati	Poprečje
Število prijavljenih inov. predlogov v letu 2008 na zaposlenega	0,013
Število odobrenih inov. predlogov v letu 2008 na zaposlenega	0,008
Število realiziranih inov. predlogov v letu 2008 na zaposlenega ⁵⁰	0,005
Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega	438,597
Število uvedenih inovacij izdelkov in storitev na zaposlenega	0,013
RMI - Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	7,545

⁵⁰ Gre za realizirane predloge zaposlenih, kar ne pomeni nujno inovacij izdelkov in storitev.

Storitvena podjetja le nizek delež svojih prihodkov dosegajo s prihodki od inovacij proizvodov (RII). Glede na povprečno vrednost RII inovacijski prihodki predstavljajo povprečno le 8,292 % celotnih prihodkov. Tudi prihodki od inovacij, novih za trg so neznatni – glede na povprečno vrednost RMI je le 7,545 % inovacijskih prihodkov pripisati inovacijam, ki za trg predstavljajo novost. Podatek za RMI kaže na posnemanje obstoječih inovacij proizvodov, namesto razvoja dejansko novih, ki lahko zagotovijo prednost pred konkurenti.



Slika 28 Povprečno število inovacijskih predlogov na zaposlenega: primerjava obravnavanih podjetij z nemškimi (NEM)

Dokaj neznatni učinki v smislu inovacijskih prihodkov se odlikavajo tudi v nizkem številu inovacijskih predlogov. Glede na podatke za nemška podjetja je število podanih inovacijskih predlogov v v storitvenem sektorju celo več kot 50x manjše (Slika 28). Praksa nemških podjetij kaže, da je nenehni napredek možen ob proaktivnem povezovanju z nacionalnimi organizacijami, kjer iščejo podporo v smislu optimalne organiziranosti množične inovacijske dejavnosti, svoje sisteme pa med seboj celo primerjajo v okviru nacionalnega tekmovanja, kar predstavlja še posebno spodbudo. Podatka o številu realiziranih inovacij proizvodov sicer nismo uspeli pridobiti, a glede na RII vsekakor kaže, da so učinki inoviranja majhni in je smiselno stremenje k njihovem povečanju.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Tabela 34 Neposredni rezultati – storitveni sektor

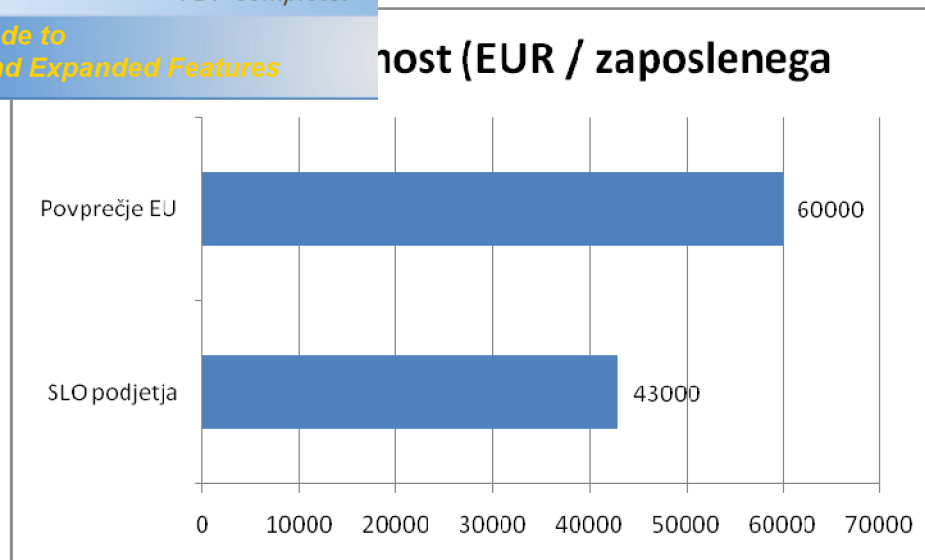
Neposredni poslovni rezultati	Poprečje
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	0,139
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	0,097
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,045
Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS) 06	0,064
Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08 (%) ⁵¹	-0,992
Dodana vrednost na zaposlenega (EUR)	42093,982
Rast ROE 06/08 (%) ⁵²	150,568
Povprečje skupnih koristi od inovacij (1-7)	5,325
Skupna korist za podjetje od: a) Inovacij izdelkov (1-7)	5,024
Skupna korist za podjetje od: b) Inovacij storitev (1-7)	4,965
Skupna korist za podjetje od: c) Inovacij postopkov/procesov (1-7)	5,211
Skupna korist za podjetje od: d) Inovacij na področju organiziranosti (1-7)	4,947
Skupna korist za podjetje od: e) Inovacij na področju trženja (1-7)	4,789
Skupna korist za podjetje od: f) Inovacij poslovnega modela (1-7)	4,298

Podatki iz tabele (Tabela 34) kažejo na precejšnjo rast ROE v letu 2008 glede na 2006. Vendar pa gre za podatek, ki se v precejšnji meri spreminja z dobičkom in je potrebno preveriti tudi dejansko vrednost slednjega. Na voljo smo imeli sorodni podatek o dodani vrednosti, ki pa v evropskem merilu kaže na nekonkurenčnost. Glede na doseženo dodano vrednost na zaposlenega slovenska storitvena podjetja skoraj za faktor 2 zaostajajo od evropskega povprečja. Le-to znaša 60.000 EUR na zaposlenega, v analiziranem slovenskem podzorcju pa ca. 43.000 EUR na zaposlenega (Slika 29). Ob tem moramo imeti v mislih, da slovenski podatek vključuje le inovativna podjetja (t.j. tista, ki so imela kakšno inovacijo), medtem, ko višje EU povprečje zajame celo tiste, ki inovacij sploh niso imela.

⁵¹ Povprečje iz rasti čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 05/06 ter 07/08

⁵² Povprečje iz rasti ROE 05/06 ter 07/08

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)



Slika 29 Povprečna dodana vrednost: obravnavana podjetja in podjetja držav, članic EU

Zanimivo je, da podjetja sama ocenjujejo, da so bile koristi od večine tipov inovacij zanje relativno velike. Omenjeno bi, ob neugodnih finančnih rezultatih, lahko bilo znak, da so bile ocene podane v odnosu do slovenskih podjetij oz. panoge in ne v evropskem / globalnem smislu. Gre zgolj za domnevo. Izpostavimo pa lahko, da podjetja očitno prednosti inovacij poslovnega modela še ne uspejo izkoriščati v polni meri, čeprav gre za tip inovacij, ki ga vse bolj uvajajo vodilna inovativna podjetja v svetovnem merilu (npr. Google). Gre za celovit pristop, kjer ne gre zgolj za inoviranje proizvoda, ampak tudi spremljajočih procesov, kar tekmečem onemogoča posnemanje in zagotavlja dolgoročno konkurenčno prednost.

4.3 Referenčni model za NTP

4.3.1 Opis skupine

Skupina nizko tehnoloških predelovalnih podjetij je najboljšežnejša med panožnimi skupinami, saj zajema več kot polovico vseh v raziskavo vključenih enot (N = 442). Tabela 35 prikazuje njene osnovne poslovne kazalnike.

Tabela 35 Kazalniki uspešnosti poslovanja, celotna panožna skupina NTP

	Mean	Median	N	Std. Deviation
Čisti prihodki od prodaje 06 (EUR)	20.990.885	8.601.054	428	41.060.559
Čisti prihodki na zaposlenega 08	194.671	78.951	394	1.706.449
Bruto dodana vrednost na zaposlenega 08 (EUR)	28.471	24.129	391	17.713
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,03	0,02	415	0,08
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	0,11	0,06	413	0,70
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)	2,33	2,26	403	51,81

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

	5)	-4,74	-3,77	395	22,46
		1,84	1,77	413	0,50
Povprečna letna rast čistih prihodkov na zaposlenega 08/06 (%)		11,31	6,82	393	32,41
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)		7,28	4,75	406	19,07
Povprečna rast ROE 08/06 (%)		-21,30	-15,79	367	398,45
Povprečna rast plač 08/06 (%)		4,84	5,17	408	14,97

4.3.2 Inovacijski dejavniki

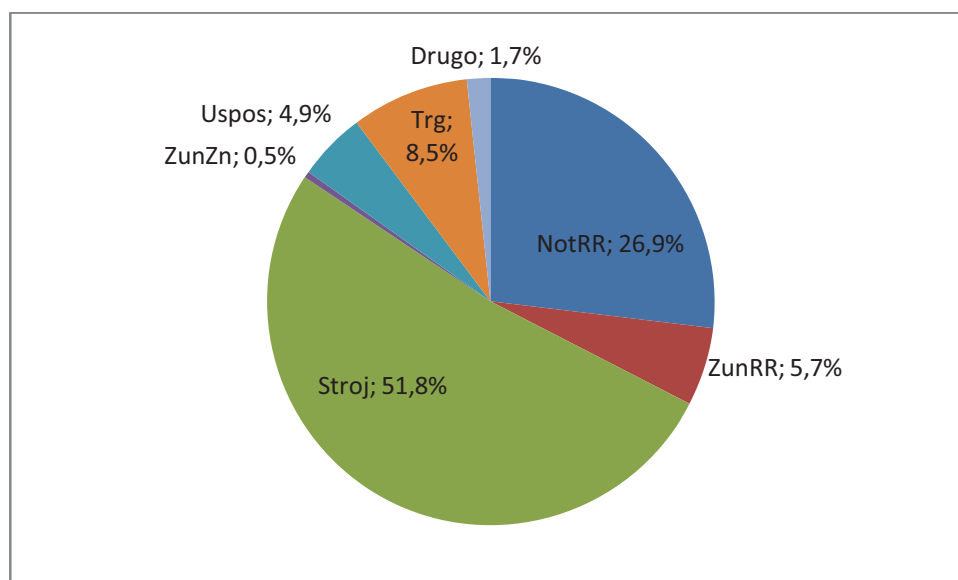
Kot referenčno skupino opredelimo skupino inovacijsko vodilnih podjetij (skupino 2). Ta skupina vlaga v inoviranje v povprečju 3,01 % svojih prihodkov od prodaje. Znatne razlike med povprečji in medianami (celo v skupini sledilcev so mediane štirih kategorij stroškov enake 0) in visoki standardni odkloni sicer nakazujejo, da tudi znotraj inovacijskih skupin obstaja velika razpršenost vzorca glede višine vlaganj.

Tabela 36 prikazuje referenčno namembnost inovacijskih vlaganj. Glavnina vlaganj je usmerjena v tehnologijo, potrebno za industrializacijo inovacij.

Tabela 36: Referenčna (skupina 2) namembnost inovacijskih vlaganj, NTP

Namembnost vlaganj	Odstotni delež
Vlaganja v intelektualno lastnino	1,14%
Vlaganja v tehnologijo	1,61%
Vlaganja v trg	0,26%
Skupaj	3,01%

Slika 30 prikazuje podrobno referenčno strukturo inovacijskih vlaganj. Približno polovica vlaganj je namenjena tehnološki opreми, četrtnina notranjemu RR, 5-10 % trženjskim dejavnostim, notranjemu RR in usposabljanju, preostanek vlaganj pa je razdeljen med manjše dejavnike.



Priloga 2) struktura inovacijskih vlaganj, NTP

Za podjetja skupine NTP se za doseganje gospodarskih rezultatov kaže pomen inovacijskega sodelovanja. Podjetja, ki imajo nižje razmerje med notranjimi in zunanji stroški RR (ki torej več vlagajo v zunanje izvajanje RR dejavnosti), dosegajo (statistično značilno) višji ROE.

V tej panožni skupini se kot najpomembnejši dejavniki inovativnosti kažejo različne oblike prepletanja inovacijskih dejavnosti podjetja z inovacijskimi dejavnostmi drugih podjetij – tu gre tako za sodelovanje celotne oskrbne verige (dobavitelji, kupci) v inovacijskih dejavnostih podjetja kot za sodelovanje z javnimi RR ustanovami (vključujoč univerze in druge visokošolske ustanove ter vladne ali javne raziskovalne ustanove). Šibkost lastnega razvoja v tem industrijskem sektorju narekuje iskanje zunanjih partnerjev; najbrž gre v precejšnji meri za partnerje, ki delujejo na višjih tehnoloških nivojih oz. v panožni skupini VTP, bodisi kot dobavitelji surovin (npr. panoga Proizvodnja kemikalij, kemičnih izdelkov in umetnih vlaken (24)) ali kot dobavitelji proizvodne opreme (npr. panogi Proizvodnja strojev in naprav (29) in Proizvodnja električnih strojev in naprav (31)). Razvojne aktivnosti dobaviteljev oz. njihove inovacije na področju materialov in strojne opreme za podjetje v NTP sektorju predstavljajo osnovo za razvoj lastnih inovacij. Seveda take inovacije praviloma niso prebojne narave, saj so novi materiali in nova oprema sočasno dosegljivi vsem konkurentom v panogi.

4.3.3 Inovacijski rezultati

Prihodki od inovacij v celotnih prihodkih (RII) referenčne skupine inovacijsko vodilnih znašajo 50,4 %, kar je 2,6-krat več kot v skupini sledilcev.

Prihodki od inovacij, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij (RMI) referenčne skupine znašajo 72,9 %, kar je 2,2-krat več kot v skupini sledilcev.

V referenčni skupini znašajo inovacijski stroški 7 % prihodkov od inovacij. Podjetje z enim v inoviranje vložnim evrom v povprečju ustvari 13,4 evrov prihodkov. Vodilna podjetja so v povprečju 8-krat učinkovitejša pri izrabi sredstev za inoviranje od sledilcev.

V obeh skupinah predelovalcev (VTP, NTP) je znesek (€) prihodkov, ki jih podjetje ustvari z enim € inovacijskih stroškov (1/CRIT) pri vodilnih precej višji (ugodnejši) kot pri sledilcih. Za NTP je ta pri vodilnih 8× višji kot pri sledilcih, za VTP pa le 4×. V visoko tehnološkem sektorju prehod iz skupine sledilcev med vodilne torej zahteva višja vlaganja in prinaša skromnejše rezultate kot v nizko tehnološkem sektorju. Napredovanje med vodilne je torej za NTP »lažje« kot za VTP. Kot bomo pokazali v nadaljevanju, imajo v primeru NTP vodilna podjetja ugodnejše poslovne rezultate od sledilcev. To pomeni, da lahko prizadevanja za prehod med inovacijsko vodilne v primeru NTP razmeroma hitreje obrodijo rezultat, tudi finančni.

4.3.4 Gospodarski rezultati inoviranja

Tabela 37 prikazuje referenčne kazalnike uspešnosti poslovanja (mediane) vodilnih in primerjavo z neinovativnimi in sledilci. Podjetja, ki se uvrščajo v skupino inovacijsko vodilnih, so (po čistih prihodkih od prodaje) v povprečju največja med tremi skupinami. Kljub temu, da visoke stopnje rasti

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

podjetjih, pa se tu izkazuje, da so vodilni hkrati veliki in obenem te skupine med vsemi skupinami rastejo najhitreje, v vseh opazovanih obdobjih (07/06, 08/07, povprečna rast 08/06).

Tudi število zaposlenih v obdobju 06-08 pri inovacijsko vodilnih podjetjih raste, medtem ko pri obeh ostalih skupinah upada.

Po prihodkih na zaposlenega se inovacijsko vodilna podjetja uvrščajo pred neinovativna in za inovacijske sledilce, pri čemer je povprečna rast le-teh v obdobju 08/06 med tremi skupinami najnižja. Glede na to, da absolutni znesek prihodkov skupine inovacijsko vodilnih raste, je očitno nižja rast relativnih prihodkov na zaposlenega posledica naraščanja števila zaposlenih. Torej lahko sklepamo, da skupina inovacijsko vodilnih zaposluje v večjem obsegu kot sledilci in neinovativni.

Inovacijsko vodilna podjetja so najdonosnejša (najvišji ROE, ROA), pri čemer ROE v obdobju 06/08 tudi najhitreje rase (s podatki o rasteh ROA ne razpolagamo).

Ne nazadnje, inovacijsko vodilna podjetja dosegajo najvišjo rast plač, skupaj s sledilci pa tudi pa tudi za tretjino višjo bruto dodano vrednost na zaposlenega (2008) od inovacijsko neaktivnih.

Tabela 37 Referenčni (skupina 2) kazalniki uspešnosti poslovanja (mediane) in primerjava z neinovativnimi in sledilci, NTP

	Neinovativni (0)	Sledilci (1)	Vodilni (2) (ref. sk.)
Čisti prihodki od prodaje 06 (EUR)	5.948.850	12.396.325	13.535.754
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,02	0,02	0,03
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	0,06	0,06	0,08
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 07	0,07	0,06	0,06
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	0,04	0,03	0,05
Bruto dodana vrednost na zaposlenega 08 (EUR)	20.746	27.079	27.199
Čisti prihodki na zaposlenega 08 (EUR)	64.774	90.350	80.156
Indeks rasti čistih prihodkov 07/06 (%)	8,54	6,98	10,12
Indeks rasti čistih prihodkov 08/07 (%)	0,26	-0,51	6,02
Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	1,78	1,75	1,82
Povprečna letna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 08/06 (%)	6,86	6,82	5,81
Indeks rasti sredstev 07/06 (%)	6,18	6,03	8,15
Indeks rasti sredstev 08/07 (%)	1,75	2,04	3,35
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)	4,65	4,77	3,37
Indeks rasti kapitala 07/06 (%)	4,44	5,66	2,4
Indeks rasti kapitala 08/07 (%)	1,04	0,93	3,54
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)	1,73	2,39	4
Povprečna rast števila zaposlenih 08/06 (%)	-4,35	-3,6	3,08
Indeks rasti ROE 07/06 (%)	-24,74	-10,29	-16,5
Indeks rasti ROE 08/07 (%)	-29,92	-48,38	-37,51
Povprečna rast ROE 08/06 (%)	-24,17	-7,45	-5,81
Indeks rasti plač 07/06 (%)	5,98	5,08	8,29

4.4 Referenčni model za VTP

4.4.1 Opis skupine

Skupina visoko tehnoloških predelovalnih podjetij zajema 182 enot. Tabela 38 prikazuje njene osnovne poslovne kazalnike.

Tabela 38 Kazalniki uspešnosti poslovanja, celotna panožna skupina VTP

	Mean	Median	N	Std. Deviation
Čisti prihodki od prodaje 06 (EUR)	42.403.384	13.046.838	182	117.096.219
Čisti prihodki na zaposlenega 08 (EUR)	117.281	87.054	175	87.183
Bruto dodana vrednost na zaposlenega 08 (EUR)	34.598	29.188	175	25.378
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,04	0,04	181	0,10
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	-0,18	0,09	180	4,43
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)	-2,20	4,14	176	73,50
Povprečna rast števila zaposlenih 08/06 (%)	4,61	2,55	176	27,74
Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	1,91	1,86	179	0,57
Povprečna letna rast čistih prihodkov na zaposlenega 08/06 (%)	7,76	7,27	175	13,91
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)	9,58	7,99	178	18,10
Povprečna rast ROE 08/06 (%)	29,98	-6,95	170	367,22
Povprečna rast plač 08/06 (%)	8,79	8,35	178	14,66

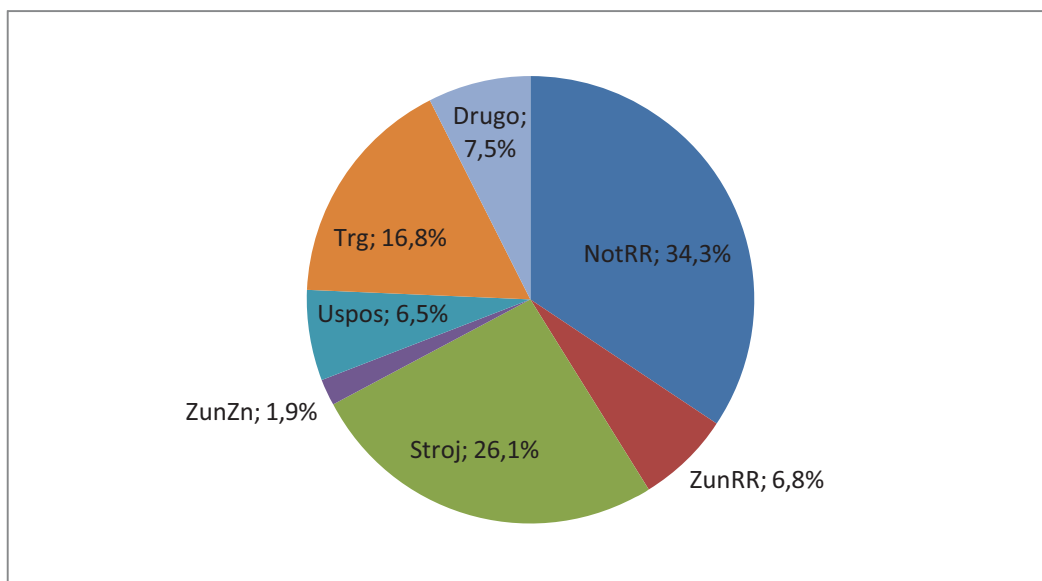
4.4.2 Inovacijski dejavniki

Kot referenčno skupino opredelimo skupino inovacijsko vodilnih podjetij (skupino 2). Ta skupina vlaga v inoviranje v povprečju 6,82 % svojih prihodkov od prodaje. Primerjava relativne strukture stroškov kaže, da z rastjo inovativnosti upada relativni delež (glede na celotne inovacijske stroške) vlaganj v stroje in opremo, narašča pa delež vlaganj v usposabljanje in v trženje inovacij.

Tabela 39 prikazuje referenčno namembnost inovacijskih vlaganj. Glavnina vlaganj ni usmerjena v tehnologijo kot pri NTP, pač pa v ustvarjanje intelektualne lastnine (vlaganja v notranji RR (34,3 % vseh vlaganj), zunanji RR (6,8 % vseh vlaganj), usposabljanje (6,5 % vseh vlaganj) in pridobivanje drugih zunanjih znanj (npr. patenti, licence) (1,9 % vseh vlaganj)). Tudi vlaganja v trženje inovacij imajo precej večji pomen kot pri NTP (1,15 % delež prihodkov od prodaje oz. 16,8 % vseh vlaganj).

Tabela 39: Referenčna (skupina 2) namembnost inovacijskih vlaganj VTP

Namembnost vlaganj	Odstotni delež
Vlaganja v IL	3,38%



Slika 31: Referenčna (skupina 2) struktura inovacijskih vlaganj, VTP

Korelacijska analiza medsebojnih razmerij med posameznimi kategorijami inovacijskih stroškov na eni strani ter poslovnimi rezultati na drugi kaže pomen povečanja vlaganj v tehnološko opremo glede na vlaganja v tvorbo intelektualne lastnine. Povečan delež vlaganj v tehnologijo izboljšuje inovacijske rezultate. V poglavju 2.4.1.2 smo sicer pokazali, da bolj inovativna VTP podjetja manj vlagajo v tehnologijo in več v intelektualno lastnino, kar je na prvi pogled kontradiktorno. Vendar smo v poglavju 2.6.1.2 ugotovili, da imajo bolj inovativna VTP podjetja slabše gospodarske rezultate. Povečanje tehnoloških vlaganj v tej panožni skupini torej sicer zmanjšuje inovativnost (prihodke od inoviranja), a izboljšuje gospodarske rezultate (ROE). Sklepali bi lahko, da VTP svoja inovacijska vlaganja v preveliki meri usmerjajo v ustvarjanje znanj in v premajhni meri v industrializacijo teh znanj. Kot smo pokazali v poglavju 2.4.1, VTP vlagajo v tehnologijo v povprečju 47 % vseh svojih inovacijskih vlaganj, NTP pa kar 72 %.

4.4.3 Inovacijski rezultati

Prihodki od inovacij v celotnih prihodkih (RII) referenčne skupine inovacijsko vodilnih znašajo 50,5 %, kar je 2,4-krat več kot v skupini sledilcev.

Prihodki od inovacij, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij (RMI) referenčne skupine znašajo 76,5 %, kar je 2,7-krat več kot v skupini sledilcev.

V referenčni skupini znašajo inovacijski stroški 13 % prihodkov od inovacij (CRIT). Podjetje z enim v inoviranje vložnim evrom v povprečju ustvari 7,8 evrov prihodkov. Vodilna podjetja so v povprečju 4-krat učinkovitejša pri izrabi sredstev za inoviranje od sledilcev.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

anija

Tabela 40 prikazuje referenčne kazalnike uspešnosti poslovanja (mediane) vodilnih in primerjavo z neinovativnimi in sledilci. Tudi v tej panožni skupini so sicer inovacijsko vodilna podjetja po čistih prihodkih od prodaje v povprečju največja med tremi skupinami. Inovacijsko vodilna podjetja pa so poslovno manj uspešna tako od neinovativnih kot od sledilcev.

Indeks rasti prihodkov in kapitala je v tej skupini najnižji. Po prihodkih na zaposlenega se inovacijsko vodilna podjetja uvrščajo nekoliko nad neinovativna in na približno enak nivo kot inovacijski sledilci, pri čemer kot edina med tremi skupinami beležijo negativno povprečno rast prihodkov na zaposlenega v obdobju 08/06. Vsi NTP beležijo upad ROE v obdobju 06/08, pri čemer je pri inovacijsko vodilnih ta upad največji (ob tem, da je že sama ROE (in tudi ROA) pri inovacijsko vodilnih najnižja). Inovacijsko vodilna podjetja dosegajo podobno bruto dodano vrednost na zaposlenega (2008) kot ostali dve skupini, a najnižjo rast plač. Več kazalnikov (kapital, sredstva, plače) je pri inovacijsko vodilnih v obdobju 06/07 sicer raslo nadpovprečno ali vsaj povprečno, vendar je v celotnem opazovanem obdobju (06/08) ta rast podpovprečna.

O možnih vzrokih za to neskladje med inovacijskimi in poslovnimi rezultati smo diskutirali v poglavju 2.10.3.

Tabela 40 Referenčni (skupina 2) kazalniki uspešnosti poslovanja (mediane) in primerjava z neinovativnimi in sledilci, VTP

	Neinovativni (0)	Sledilci (1)	Vodilni (2) (ref. sk.)
Čisti prihodki od prodaje 06 (EUR)	10.772.921	13.966.046	18.882.458
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,05	0,04	0,04
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	0,12	0,08	0,10
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 07	0,11	0,08	0,08
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	0,10	0,06	0,03
Bruto dodana vrednost na zaposlenega 08 (EUR)	28.400	29.231	28.128
Čisti prihodki na zaposlenega 08 (EUR)	83.917	93.673	92.283
Indeks rasti čistih prihodkov 07/06 (%)	12,77	14,39	8,37
Indeks rasti čistih prihodkov 08/07 (%)	6,22	7,16	-6,75
Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	1,86	1,89	1,76
Povprečna letna rast čistih prihodkov na zaposlenega 08/06 (%)	8,96	7,21	-2,54
Indeks rasti sredstev 07/06 (%)	9,70	9,69	11,47
Indeks rasti sredstev 08/07 (%)	6,68	5,51	4,47
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)	9,75	7,80	9,68
Indeks rasti kapitala 07/06 (%)	7,38	6,06	6,03
Indeks rasti kapitala 08/07 (%)	1,12	4,29	-1,24
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)	3,94	4,42	2,00
Povprečna rast števila zaposlenih 08/06 (%)	3,69	1,17	7,46
Indeks rasti ROE 07/06 (%)	-2,93	-9,74	-38,41
Indeks rasti ROE 08/07 (%)	-31,39	-14,57	-67,76
Povprečna rast ROE 08/06 (%)	-7,74	-2,74	-34,81

9,67	8,54	11,06
8,47	9,17	6,70

4.5 Referenčni model za SNVZ

4.5.1 Opis skupine

Skupina storitvenih podjetij z nizko vsebnostjo znanja zajema 178 enot. Tabela 41 prikazuje njene osnovne poslovne kazalnike.

Omejitev tu predstavlja namenski vzorec podjetij, zajetih v raziskavo. Za razliko od predelovalnega sektorja, kjer so med srednjimi in velikimi podjetji zajeta vsa, pa so v storitvenem sektorju na podlagi metodologije SURS zajete le izbrane panoge.

Tabela 41 Kazalniki uspešnosti poslovanja, celotna panožna skupina SNVZ

	Mean	Median	N	Std. Deviation
Čisti prihodki od prodaje 06 (EUR)	35.805.055	11.634.217	171	75.801.013
Čisti prihodki na zaposlenega 08 (EUR)	240.570	129.044	164	333.339
Bruto dodana vrednost na zaposlenega 08 (EUR)	48.786	34.034	164	40.527
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,02	0,02	167	0,10
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	-1,00	0,06	167	14,57
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)	9,19	4,52	163	43,59
Povprečna rast števila zaposlenih 08/06 (%)	4,66	1,79	164	23,47
Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	1,87	1,78	170	0,51
Povprečna letna rast čistih prihodkov na zaposlenega 08/06 (%)	10,02	6,78	164	16,59
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)	11,58	8,14	166	19,61
Povprečna rast ROE 08/06 (%)	-9,67	-5,80	154	364,79
Povprečna rast plač 08/06 (%)	9,34	8,48	166	12,74

4.5.2 Inovacijski dejavniki

Kot referenčno skupino opredelimo skupino inovacijskih sledilcev (skupino 1) in ne vodilnih (2). Skupina inovacijsko vodilnih podjetij namreč zajema le 4 enote. Inovacijske sledilce zato v tej panožni skupini označujemo kot »inovativna« podjetja.

Referenčna skupina vlaga v inoviranje v povprečju 1,48 % svojih prihodkov od prodaje (Tabela 42, Slika 32). Primerjava relativne strukture stroškov tudi v tej panožni skupini kaže, da z rastjo inovativnosti upada relativni delež (glede na celotne inovacijske stroške) vlaganj v stroje in opremo, narašča pa delež vlaganj v pridobivanje zunanjih znanj (patenti in nepatentirane invencije, strokovna znanja in izkušnje ipd.) in v trženje inovacij.



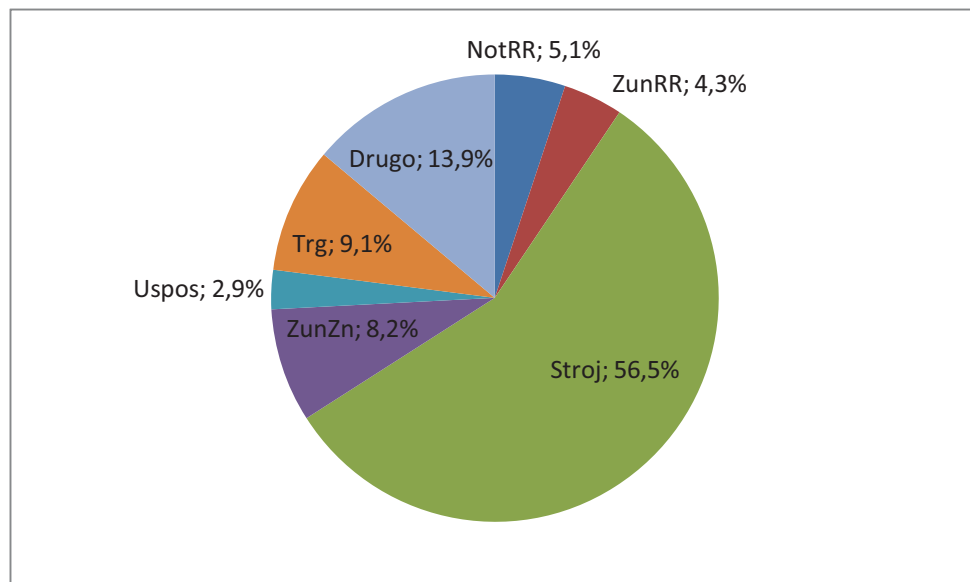
*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Struktura inovacijskih vlaganj, SNVZ

	Odstotni delež
Vlaganja v IL	0,30%
Vlaganja v tehnologijo	1,04%
Vlaganja v trg	0,13%
Skupaj	1,48%



Slika 32: Referenčna (skupina 1) struktura inovacijskih vlaganj, SNVZ

Za SNVZ korelacije nakazujejo prevladujočo potrebo po vlaganjih v trženje inovacij in ne v razvoj letih. Razmerje med stroški za uvajanje inovacij na tržišče na eni strani in stroški za RR na drugi (torej sorazmerno višja vlaganja v trg), korelira z ROE in s čistimi prihodki na zaposlenega. Povečanje vlaganj v trženje inovacij glede na vlaganja v razvoj torej ugodno vpliva na uspešnost.

Regressijska analiza kaže, da so v tej panožni skupini za inovativnost (dvig RII) pomembni zlasti notranji viri, za prave tržne novosti (dvig RMI) pa so potrebna tudi zunanja partnerstva.

Če se pri NTP zunanje partnerstvo oz. zunanji viri znanja kažejo kot pomembni za ustvarjanje inovacijskih prihodkov, pa je pri SNVZ očitno primernejše, da se oprejo na lastne vire. Naslanjanje na informacije od dobaviteljev ima na inovativnost celo negativen vpliv. Predelovalna podjetja so po svoji naravi dejavnosti bistveno bolj vpeta v oskrbno verigo kot storitvena, zato lahko NTP svoj primanjkljaj pri inovacijskih virih nadomeščajo z zunanjimi viri oz. v sodelovanju z zunanjimi partnerji (ki pogosto obvladujejo zahtevnejše tehnologije). SNVZ pa teh »višje-tehnoloških« zunanjih virov nimajo oz. razpoložljivih ne uporabljajo, zato lahko razlikovanje od konkurentov na osnovi inovativnosti ustvarijo zlasti na podlagi notranjih virov.

Če pa želi storitveno podjetje ustvariti inovacije, ki bodo nove na trgu in ne le za podjetje samo (višji RMI), pa so tudi v storitvah pomembne lastne inovacijske in RR aktivnosti in povezovanje z zunanjimi RR organizacijami.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Prihodki od inovacij v celotnih prihodkih (RMI) referenčne skupine inovativnih podjetij znašajo 19,9 %.

Prihodki od inovacij, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij (RMI) referenčne skupine znašajo 19,2 %.

V referenčni skupini znašajo inovacijski stroški 46 % prihodkov od inovacij (CRIT). Podjetje z enim v inoviranje vloženim evrom v povprečju ustvari 2,2 evrov prihodkov.

4.5.4 Gospodarski rezultati inoviranja

Tabela 43 prikazuje referenčne kazalnike uspešnosti poslovanja (mediane) inovativnih in primerjavo z neinovativnimi.

Inovativna SNVZ podjetja so poslovno uspešnejša od neinovativnih. Podjetja iz skupine inovativnih so po čistih prihodkih od prodaje v povprečju večja od podjetij iz skupine neinovativnih. Prav tako so večja tudi po prihodkih na zaposlenega in tudi po rasti le-teh. Ob tem jim intenzivneje raste tudi število zaposlenih, kapital in sredstva. Po donosnosti (ROA, ROE) je skupina inovativnih uspešnejša, hkrati pa dosega nižji povprečni upad donosnosti (ROE); le-ta namreč v opazovanem obdobju v celotni panožni skupini upada. Ne nazadnje, inovativna podjetja v tej panožni skupini dosegajo višjo bruto dodano vrednost na zaposlenega (2008) in višjo rast plač.

Tabela 43 Referenčni (skupina 1) kazalniki uspešnosti poslovanja (mediane) in primerjava z neinovativnimi, SNVZ

	Neinovativni (0)	Inovativni (1) (ref. sk.)
Čisti prihodki od prodaje 06 (EUR)	10.824.413	23.679.598
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,01	0,02
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	0,06	0,07
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 07	0,08	0,07
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	0,06	0,06
Bruto dodana vrednost na zaposlenega 08 (EUR)	32.535	41.153
Čisti prihodki na zaposlenega 08 (EUR)	122.222	161.585
Indeks rasti čistih prihodkov 07/06 (%)	8,76	7,97
Indeks rasti čistih prihodkov 08/07 (%)	7,92	10,24
Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	1,78	1,75
Povprečna letna rast čistih prihodkov na zaposlenega 08/06 (%)	6,53	7,01
Indeks rasti sredstev 07/06 (%)	9,46	9,70
Indeks rasti sredstev 08/07 (%)	5,90	4,96
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)	7,93	10,38
Indeks rasti kapitala 07/06 (%)	5,02	9,45
Indeks rasti kapitala 08/07 (%)	2,07	3,31
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)	3,61	7,63
Povprečna rast števila zaposlenih 08/06 (%)	1,47	1,86
Indeks rasti ROE 07/06 (%)	-14,53	-19,86

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

	-31,27	-14,81
	-6,63	-4,79
Indeks rasti plač 07/06 (%)	7,52	5,95
Povprečna rast plač 08/06 (%)	8,29	8,78

4.6 Referenčni model za SVVZ

4.6.1 Opis skupine

Skupina storitvenih podjetij z visoko vsebnostjo znanja zajema le 60 enot. Tabela 44 prikazuje njene osnovne poslovne kazalnike.

Omejitev tudi tu predstavlja namenski vzorec podjetij, zajetih v raziskavo. Za razliko od predelovalnega sektorja, kjer so med srednjimi in velikimi podjetji zajeta vsa, pa so v storitvenem sektorju na podlagi metodologije SURS zajete le izbrane panoge.

Tabela 44 Kazalniki uspešnosti poslovanja, celotna panožna skupina SVVZ

	Mean	Median	N	Std. Deviation
Čisti prihodki od prodaje 06 (EUR)	33.357.092	10.702.875	58	74.553.119
Čisti prihodki na zaposlenega 08 (EUR)	155.267	101.071	57	133.944
Bruto dodana vrednost na zaposlenega 08 (EUR)	63.415	50.608	56	57.678
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,06	0,05	56	0,11
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	0,03	0,12	55	0,74
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)	14,41	5,85	54	43,45
Povprečna rast števila zaposlenih 08/06 (%)	3,92	5,17	57	20,43
Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	2,07	1,87	57	1,58
Povprečna letna rast čistih prihodkov na zaposlenega 08/06 (%)	8,80	5,90	57	19,30
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)	10,25	9,24	55	19,97
Povprečna rast ROE 08/06 (%)	11,82	4,09	55	192,66
Povprečna rast plač 08/06 (%)	9,86	10,91	55	12,28

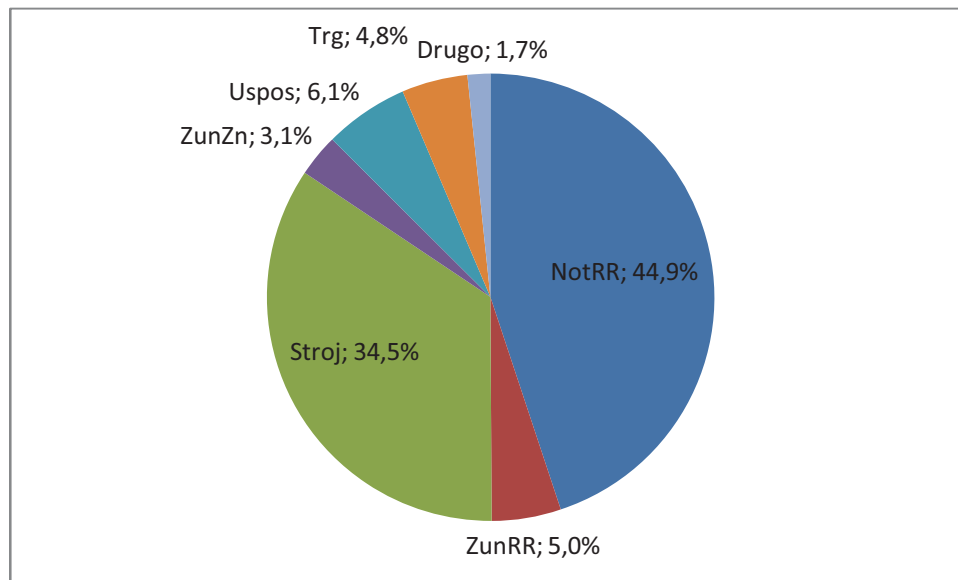
4.6.2 Inovacijski dejavniki

Kot referenčno skupino opredelimo skupino inovacijskih sledilcev (skupino 1) in ne vodilnih (2). Skupina inovacijsko vodilnih podjetij namreč zajema le eno enoto. Inovacijske sledilce zato v tej panožni skupini označujemo kot »inovativna« podjetja. Referenčna skupina vlaga v inoviranje v povprečju 3,77 % svojih prihodkov od prodaje, od tega večinski delež v intelektualno lastnino.

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

onost inovacijskih vlaganj, SVVZ

Namembnost vlaganj	Odstotni delež
Vlaganja v IL	2,23%
Vlaganja v tehnologijo	1,36%
Vlaganja v trg	0,18%
Skupaj	3,77%



Slika 33: Referenčna (skupina 1) struktura inovacijskih vlaganj, SVVZ

Za SVVZ zaznavamo pomen povečanja vlaganj v trženje inovacij glede na vlaganja v ustvarjanje le-teh, tj. močno korelacijo med razmerjem stroškov za uvajanje inovacij na tržišče na eni strani in ostalih stroškov (RR, nakup tehnologije) na drugi ter kazalniki uspešnosti (ROE, rast prihodkov, rast sredstev). Povečanje vlaganj v trženje inovacij glede na vlaganja v ustvarjanje le-teh torej ugodno vpliva na uspešnost.

Regressijska analiza za RII izpostavlja pomen sodelovanja s kupci in trženja inovacij, medtem ko za prave tržne novosti (RMI) potrebna zunanja znanja. Na prihodke od inovacij novih za trg (RMI) v tej panožni skupini razmeroma močno vplivajo informacije z univerz.

4.6.3 Inovacijski rezultati

Prihodki od inovacij v celotnih prihodkih (RII) referenčne skupine znašajo 11,5 %.

Prihodki od inovacij, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij (RMI) referenčne skupine znašajo 45,9 %.

V referenčni skupini znašajo inovacijski stroški 59 % prihodkov od inovacij (CRIT). Podjetje z enim v inoviranje vložnim evrom v povprečju ustvari 1,7 evrov prihodkov.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

anija

Tabela 46 prikazuje referenčne kazalnike uspešnosti poslovanja (mediane) inovativnih in primerjavo z neinovativnimi.

Inovativna SNVZ podjetja so poslovno uspešnejša od neinovativnih. Skupini inovativnih in neinovativnih sta po dodani vrednosti na zaposlenega, po čistih prihodkih od prodaje in njihovi rasti ter po prihodkih na zaposlenega primerljivo veliki. Pač pa prihodki na zaposlenega v skupini inovativnih rastejo precej hitreje. V skupini inovativnih hitreje raste tudi število zaposlenih, sredstva in kapital. Po donosnosti (ROA, ROE) je skupina inovativnih nekoliko uspešnejša, pač pa dosega nižjo povprečno rast donosnosti (ROE). Višji nivo inovativnosti je torej v panožni skupini SVVZ povezan s hitrejšo rastjo podjetij, ne pa tudi s hitrejšo rastjo donosnosti.

Tabela 46 Referenčni (skupina 1) kazalniki uspešnosti poslovanja (mediane) in primerjava z neinovativnimi, SVVZ

	Neinovativni (0)	Inovativni (1) (ref. sk.)
Čisti prihodki od prodaje 06 (EUR)	10.598.100	9.219.267
Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 06	0,04	0,05
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 06	0,14	0,12
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 07	0,17	0,15
Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	0,12	0,14
Bruto dodana vrednost na zaposlenega 08 (EUR)	50.291	50.023
Čisti prihodki na zaposlenega 08 (EUR)	100.606	105.929
Indeks rasti čistih prihodkov 07/06 (%)	14,03	10,78
Indeks rasti čistih prihodkov 08/07 (%)	3,75	4,69
Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	1,88	1,81
Povprečna letna rast čistih prihodkov na zaposlenega 08/06 (%)	3,68	6,59
Indeks rasti sredstev 07/06 (%)	12,42	17,55
Indeks rasti sredstev 08/07 (%)	2,14	11,27
Povprečna rast sredstev 08/06 (%)	4,75	15,22
Indeks rasti kapitala 07/06 (%)	17,34	14,68
Indeks rasti kapitala 08/07 (%)	1,52	3,49
Povprečna rast kapitala 08/06 (%)	4,51	7,08
Povprečna rast števila zaposlenih 08/06 (%)	3,49	8,05
Indeks rasti ROE 07/06 (%)	-5,20	-14,30
Indeks rasti ROE 08/07 (%)	-20,82	2,97
Povprečna rast ROE 08/06 (%)	4,73	2,29
Indeks rasti plač 07/06 (%)	10,69	9,07
Povprečna rast plač 08/06 (%)	10,61	10,91

5.1 Vsa podjetja

- Obstaja povezava med višino tržnih prihodkov od inoviranja in finančnimi rezultati podjetja. Uspešnost poslovanja, merjena kot ROE, je v skupini inovacijsko vodilnih za 40 % višja kot pri sledilcih in neinovativnih.
- Povečanje inovacijskih vlaganj ne vodi (nujno) v povečano inovacijsko uspešnost. Povečevanje vlaganj sovpada s povečanjem produktivnosti vloženih sredstev v tistih podjetjih, ki imajo relativno nizke prihodke od inovacij (RII). Vlaganje z namenom, da povečamo delež »prebojnih« inovacij (delež RMI) pa znižuje produktivnost teh sredstev. V primerih, ko želimo povečati RMI, so vlaganja z vidika izrabe vloženih sredstev torej manj učinkovita, vendar za doseg večjega deleža prebojnih inovacij nujno potrebna.
- Glavni organizacijski dejavniki, ki vplivajo na rast RII, so uvajanje zlasti tehnoloških inovacij (nekoliko manj, a še vedno v veliki meri to velja tudi za organizacijske), inovacijsko sodelovanje z zunanjimi partnerji, zlasti kupci, vlaganja v inovacijske dejavnosti in učinkovita izraba teh sredstev.
- Mala podjetja niso manj inovativna od velikih, kot kažejo nekatere raziskave. Med malimi podjetji je del takih, ki sodijo med vodilne, del pa takih, ki so neinovativna. V kategorijo sledilcev pa se uvrščajo zlasti srednja in velika podjetja.

5.2 Srednja in velika podjetja

- Več kot polovica (56 %) velikih in srednjih podjetij ne beleži prihodkov od inovacij, uvedenih v opazovanem triletnem obdobju, od tega med predelovalnimi slaba polovica, med storitvenimi pa več kot tri četrtine. Le 6 % vseh podjetij se uvršča v kategorijo inovacijsko vodilnih, od tega med predelovalnimi 7,5 %, med storitvenimi pa le 2,1 %. Tu je potrebno upoštevati, da (glede na metodologijo statističnega zbiranja podatkov) celo visoka vrednost RMI in RII ne pomeni (nujno) »prebojne« inovativnosti podjetja.
- Inovativna podjetja večjo pozornost kot neinovativna namenjajo učinkoviti organiziranosti za spodbujanje ustvarjalnosti in načrtnemu iskanju problemov/izzivov. Inovatorji sledilci v značilno večji meri kot vodilna podjetja spodbujajo zaposlene k zahtevnim nalogam / izzivom.
- Podjetja z močnejšo podporo inoviranju imajo od svojih inovacij večje koristi. V obeh sektorjih smo z regresijsko analizo identificirali pozitivni vpliv inovacijske (oz. v storitvenem sektorju inovacijsko-tržne) politike na skupne koristi od inovacij.
- Manj kot tretjina zaposlenih razume inovacijsko politiko podjetij. Obenem pa ugotavljamo, da je odstotek zaposlenih, ki jasno razumejo inovacijsko politiko podjetja pozitivno povezan s številom inovacij na zaposlenega v obeh sektorjih.
- Podjetja prepozno sprejemajo odločitev o razvoju novih proizvodov, ki bodo zamenjale stare. V povprečju vodstvo sprejme takšno odločitev nekoliko pred fazo zrelosti v življenjskem ciklu najpomembnejšega proizvoda.
- Podjetja tako po številu inovacijskih predlogov zaposlenih kot po številu inovacij zaostajajo za EU konkurenti. V predelovalnem sektorju je število podanih predlogov ca. 5x manjše od tistega v nemških podjetjih, v storitvenem sektorju pa celo več kot 50x manjše. Inovacij proizvodov je v slovenskih predelovalnih podjetjih malo: dosegamo ca. 2,5x manj inovacij na zaposlenega od

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

zaposlenega) in več kot 3x manj od nemških podjetij (0,06

- Slovenska inovativna podjetja dosegajo občutno nižjo dodano vrednost na zaposlenega od povprečja držav članic EU.

5.3 Predelovalni in storitveni sektor

5.3.1 Predelovalni sektor - inovativna podjetja

- Podjetja svoje prihodke v zmerni meri dosegajo z inovacijami. 16,5 % celotnih prihodkov pripada inovacijskim prihodkom; od tega inovacije, ki predstavljajo novost za trg, doprinesejo slabo tretjino (RMI=31,3 %). V primerjavi s povprečjem EU predelovalnih podjetij (ca. 62.000 EUR/zaposlenega) slovenska podjetja dosegajo skoraj dvakrat nižjo dodano vrednost (ca. 33.000 EUR / zaposlenega).
- Najmočnejši pozitiven vpliv na množičnost inoviranja, na število invencijskih predlogov in posledično na skupne koristi od inovacij ima inovacijska politika. To pomeni, da priporočamo večjo skrb za: podjetniško-inovacijske sposobnosti zaposlenih, inovacijske cilje, načrtno iskanje dobrih praks, zaposlovanje ustvarjalnih ključnih sodelavcev in njihovo nagrajevanje. Na skupne koristi od inoviranja pozitivno vpliva tudi število uvedenih inovacij proizvodov na zaposlenega.
- Tržna politika podjetij ni dovolj uspešna pri ustvarjanju novih trgov. Podjetja v povprečju precejšnje pozornost namenjajo zadovoljevanju osnovnih, razumskih potreb uporabnika (ocena 6 od možnih 7 točk), opazno manjši poudarek pa dajejo čustvenim potrebam uporabnikov (ocena 4,6 od 7) in razvoju povsem novih tržišč (ocena 4,7 od 7).
- Na neposredne finančne rezultate (ROE, povprečna rast čistih prihodkov 2006-2008) šibko negativno vpliva dejavnik zaščite intelektualne lastnine (IL). Kaže se, da so vložki v IL bolj tvegani v primeru podjetij (manjših), ki ne razpolagajo z ustrežno visokim kapitalom. Stopnja zaščite IL je še posebno pomembna pri inovacijah, ki predstavljajo novost za trg, in pozitivno vpliva na delež prihodkov od teh inovacij.

5.3.2 Storitveni sektor - inovativna podjetja

- Podjetja le nizek delež prihodkov dosegajo z inovacijami proizvodov (RII); ti prihodki predstavljajo le 8,3 % celotnih prihodkov. Tudi prihodki od inovacij, novih za trg (RMI), so skromni - le 7,6 % vseh inovacijskih prihodkov. Medtem, ko je EU povprečje dodane vrednosti storitvenega sektorja (srednja in velika podjetja) ca. 60.000 EUR na zaposlenega, obravnavana slovenska podjetja dosegajo le 43.000 EUR na zaposlenega.
- Podjetja v večji meri posnemajo kot razvijajo inovativne proizvode. Ker nismo zaznali pomembnejših vplivov inovacijskih dejavnikov na število inovacij, sklepamo, da inovacije (kot rezultat posnemanja) niso plod načrtnega spodbujanja inoviranja, ampak se pojavljajo neodvisno od teh aktivnosti.
- Doseganje inovacij, novih za trg, je razmeroma neučinkovito organizirano. Ugotavljamo, da je na ugodnejše inovacijske rezultate (npr. na št. realiziranih invencijskih predlogov) možno vplivati s podporo inovacijski in tržni politiki, ki sta tesno povezani (skrb za: zaposlovanje ustvarjalnih sodelavcev, inovacijske sposobnosti ključnih zaposlenih, zadovoljevanje razumskih potreb uporabnikov, razvoj novih tržišč, nagrajevanje inovativnih sodelavcev). Vendar spodbujanje dejavnikov ni ustrezno usklajeno. Podjetja kljub zaposlovanju relativno ustvarjalnih sodelavcev (ocena 5,4 od 7) napore usmerjajo predvsem v zadovoljevanje osnovnih, razumskih potreb

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

o ocene za težnjo k razvijanju novih tržišč (4,8 od 7). Tako politike ugotavljamo približno enak, srednje močan vpliv dejavnika primerjave s konkurenco (skrb za ustreznost inovacijskih ciljev, politike in naklonjenost k tveganju v primerjavi s konkurenco).

- Inovacijski rezultati vplivajo na neposredne poslovne rezultate; večje število inovacij/zaposlenega pomeni večjo dobičkovnost kapitala (srednje močan pozitiven vpliv na ROE) in večjo skupno korist od inovacij. Na poslovne rezultate podjetja (rast ROE) smo zaznali srednje močan pozitiven vpliv avtonomije zaposlenih pri delu..
- Na gospodarsko korist predlogov/zaposlenega (srednje močan vpliv) in na delež inovacijskih prihodkov v celotnih prihodkih (močan vpliv) vpliva tudi odnos do IL. Ker IL korelira z iskanjem dobrih praks iz drugih panog, se izkazuje, da zaposleni na podlagi tega iskanja podajajo predloge z višjo gospodarsko koristjo. To kaže na strategijo inovacijskih sledilcev.

5.4 Rezultati podrobnejše panožne delitve

- Velike strukturne razlike glede inovacijskih dejavnikov in rezultatov med skupinami podjetij nakazujejo, da je za podrobnejšo analizo potrebna ločena obravnava, na le na nivoju predelovalnih/storitvenih dejavnosti, ampak tudi na nivoju panožnih skupin. Za različne panožne skupine morajo biti različne tudi politike in ukrepi za spodbujanje večje inovativnosti.
- Z linearno regresijo smo podrobneje preučili vplivne dejavnike na inovacijske rezultate. Kljub razmeroma nizkim pojasnjevalnim močem regresijskih modelov je mogoče ugotoviti, da med panožnimi skupinami obstojijo razlike v vsebini dejavnikov, ki vplivajo na inovacijske rezultate.
- S korelacijsko analizo smo podrobneje preučili medsebojna razmerja med posameznimi kategorijami stroškov in poslovnimi rezultati. Za doseganje gospodarskih rezultatov nizko tehnoloških predelovalcev je pomembno inovacijsko sodelovanje, v primeru visoko tehnoloških predelovalcev pa povečanje deleža vlaganj v tehnološko opremo glede na vlaganja v tvorbo intelektualne lastnine. V storitvah pa je za doseganje gospodarskih rezultatov pomembno povečanje deleža vlaganj v trženje inovacij glede na vlaganja v ustvarjanje le-teh.
- Inovativna podjetja v vseh štirih panožnih skupinah v inoviranje vlagajo bistveno višje deleže sredstev kot neinovativna. Na prihodke od inovacij pa poleg višine vlaganj vpliva tudi učinkovitost izrabe teh sredstev. Inovacijsko vodilna podjetja vlaganja učinkoviteje pretvarjajo v prihodke. V skupini inovacijskih sledilcev podjetje z enim v inoviranje vloženim evrom v povprečju ustvari 1,7 evra prihodkov, v skupini inovacijsko vodilnih pa 11 evrov.
- Struktura inovacijskih vlaganj kaže, da vodilni v primerjavi s sledilci več vlagajo v ustvarjanje intelektualne lastnine (indeks 1,48) in v trženje inovacij (2,27), nižji pa je delež tehnoloških vlaganj (0,84).
- Inovacijsko vodilna podjetja iz nizko tehnoloških panog so poslovno uspešnejša tako od neinovativnih kot od sledilcev. V visoko tehnoloških panogah pa so manj uspešna. Možna vzroka za neuspešnost sta prevelika vlaganja v razvoj (in prenizka v industrializacijo inovacij) ter nizek razvojni nivo visoko tehnološke industrije v Sloveniji. Inovativna podjetja v storitvenih dejavnostih so poslovno uspešnejša od neinovativnih.
- Inovativnost je v nizko »tehnoloških« predelovalnih in storitvenih panogah povezana z višjo dodano vrednostjo na zaposlenega, česar pa pri visoko »tehnoloških« panogah ne beležimo. Sklepati je moč, da so za dvig dodane vrednosti potrebne bolj prebojne inovacije, pogoj za to pa so primerne kompetence zaposlenih, ustrezna inovacijska kultura in klima ter s tem povezana organiziranost inovacijskih procesov, česar pa Raziskava na podatkih SURS ne vključuje.

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B. (1990) *Innovation and Small Firms*, Cambridge: MIT Press.
- Alam, I. (2006) 'Service innovation strategy and process: a cross - national comparative analysis', *International Marketing Review*, Vol. 23, No. 3, str. 234-54.
- Carrier, C. (1994) 'Intrapreneurship in large firms and SMEs: a comparative study', *International Small business Journal*, Vol. 12, No. 3, str. 14-61.
- Carrier, C. (1996) 'Intrapreneurship in Small Businesses: an Exploratory Study', *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 21, No. 1, str. 5-20.
- Carrier, C. (1998) 'Employee Creativity and Suggestion Programs: An Empirical Study', *Creativity and Innovation Management*, Vol. 7, No. 2, str. 62 – 72.
- Covin, J.L., Slevin, D. P. (1991) 'A Conceptual Model of Entrepreneurship as a Firm behaviour', *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 16, No. 1, str. 7-25.
- Dib, (2010) *Dib-Report 2009 - Ideenmanagement in Deutschland*, Frankfurt am Main: Deutscher Institut für Betriebswirtschaft.
- Eurostat, (2011) *Labour productivity by sector and enterprise size-class in the EU-27*. Dosegljivo na: <http://estr.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=0&language=en&pcode=tin00054>.
- Hamel, G. (2003) 'Innovation as a deep capacity', *Leader to Leader Institute*, Vol. 27, str. 19-24.
- Hughes, A., Wood, E. (1999) *Rethinking innovation comparisons between manufacturing and services: the experience of the CBR SME surveys in the UK*, Cambridge: ESRC Centre for Business Research.
- Hornsby, J.S., Naffziger, D.W., Kuratko, D.F., Montagno, R.V. (1993) 'An Interactive Model of the Corporate Entrepreneurship Process', *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 17, No. 2, str. 29-37.
- Johne, A., Storey, C. (1998) 'New service development: a review of the literature and annotated bibliography', *European Journal of Marketing*, Vol. 32, No. 3/4, str. 184–251.
- Jones, O., Conway, S., Steward, F. (2001) *Social interaction and organisational change: Aston perspectives on innovation networks*, UK: World Scientific.
- Kanter, R.M. (1983) *The Change Masters: Innovation for productivity in the American Corporation*, New York: Simon and Schuster.
- Krishnan, V., Eppinger S., Whitney, D. (1997). A model-based framework to overlap product development activities. *Management Science*, 43.
- Likar, B., Kopač, J. (2005) 'The methodology of benchmarking of innovation, technological and research processes', *Les*, Vol. 57, No. 9, str. 251-256.
- Lööf, H., Heshmati, A. (2006) 'On the relationship between innovation and performance: A sensitivity analysis', *Economics of Innovation and New Technology*, Vol. 15, No. 4, str. 317–344.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

A., Mulj N., Potočan V., Prosenak D., Škafar B., Ženko Z.,
nt z uporabo dialektične teorije sistemov (podlaga za
uresničitev ciljev Evropske unije glede inoviranja), Likar B (Urednik), Ljubljana: Korona plus d.o.o. –
Inštitut za inovativnost in tehnologijo.

Ottenbacher, M.C., Harrington, R.J. (2010) 'Strategies for achieving success for innovative versus incremental new services', *Journal of Services Marketing*, Vol. 24, No. 1, str. 3–15.

Stieglitz, N., Heine, K. (2007) 'Innovations and the role of complementarities in a strategic theory of the firm', *Strategic Management Journal*, Vol. 28, No. 1, str. 1-15.

Statistični urad Republike Slovenije (2010) *Inovacijska dejavnost v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih, Slovenija 2006-2008*. Dosegljivo na:
http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3447 in http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3163.

Terwiesch, C., Loch, C. (1998) 'Measuring the effectiveness of overlap development activities', Working Paper No. 98/45/TM, INSEAD

Thomke, S., Fujimoto, T. (2000) 'The effect of "front-loading" problem-solving on product development performance', *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 17, No. 2, str. 128-142.

7.1 Priloga 1: Seznam vključenih spremenljivk z viri

Šifra	Spremenljivka	Razpon	Vir ⁵³
0_00_1	Matična številka	-	PS
0_00_2	Zaporedna številka	-	PS
0_00_3	Regija	- (po šifrantu)	PS
0_00_4	Dejavnost	Nominalna (po šifrantu)	PS
0_00_5	Dejavnost	Nominalna (po šifrantu)	PS
0_00_6	Vrsta lastnine	Nominalna (po šifrantu)	PS
0_00_7	Poreklo kapitala	1....domači 2....mešani 3....tujji	PS
0_00_8	Upravna enota	Nominalna (po šifrantu)	PS
0_00_a	Dejavnost (združene predelovalne dejavnosti)	Opisni	PS
0_00_b	Dejavnost	Opisni	PS
0_00_c	Dejavnost - predelovalna vs. storitvena	Opisni	PS
A_a1_0	Podjetje je del skupine podjetij	1...da 2...ne	INOV
A_a2_0	Država sedeža	Nominalna (po šifrantu)	INOV
A_a2_a	Sedež v Sloveniji, EU ali tretji državi?	1....slo 2....EU 3....tretja država	INOV
A_a3_a	Lokacija prodajnih trgov	1...na lokalnem trgu.....2....na nacionalnem trgu...3...izvozniki	INOV
A_a3_f	Podjetje prodaja na tujih trgih	0...ne 1..da (če "da" pri bodisi A_a3_d ali A_a3_e)	INOV
A_a3_g	Indeks internacionalizacije trženja proizvodov	- (A_a3_b + A_a3_c * 2 + A_a3_f * 5)	INOV
A_b1_1	Uvedli vsaj en nov izdelek	1...da 2...ne	INOV
A_b1_2	Uvedli vsaj eno novo storitev	1...da 2...ne	INOV
A_b1_a	Uvedli vsaj en nov izdelek ali storitev	0...ne 1, če pod B1 vsaj en "da"	INOV
A_b2_0	Kdo je razvil inovacije proizvodov	1...sami 2....v sodelovanju 3....drugi	INOV
A_b4_1	Inovacije proizvodov so nove na tržišču podjetja	1...da 2...ne	INOV
A_b4_2	Inovacije proizvodov so nove le za podjetje	1...da 2...ne	INOV
A_b5_1	Odstotek skupnega prihodka od inovacij proizvodov, ki so novost na trgu	%	INOV
A_b5_2	Odstotek skupnega prihodka od inovacij proizvodov, ki so novost le za podjetje	%	INOV
A_b5_3	Odstotek skupnega prihodka od proizvodov, ki niso bili spremenjeni	%	INOV
A_b5_a	RII - Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih	%	INOV

⁵³ PS – Baza Poslovni subjekti

INOV – Baza INOV-P-S

AJPES – Baza AJPES

SRDAP – Statistični register delovno aktivnega prebivalstva

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

	ij nih	%	
A_b5_b	primodki od inovacij		INOV
A_b5_c	Indeks vodilnosti	$[NT/(SP-NT)]*[(NT+NP)/SP]$	INOV
A_b5_d	Odstotek skupnega prihodka od prodaje od inovacij - nove na vašem tržišču/nove za vaše podjetje	-	INOV
A_c1_1	Podjetje je uvedlo nove postopke predelave ali proizvodnje	1...da 2...ne	INOV
A_c1_2	Podjetje je uvedlo novo logistiko, načine za dostavo ali distribucijo	1...da 2...ne	INOV
A_c1_3	Podjetje je uvedlo nove podporne dejavnosti za svoje procese	1...da 2...ne	INOV
A_c1_a	Podjetje je uvedlo vsaj en nov postopek	0...ne 1...da	INOV
A_c2_0	Kdo je razvil inovacije postopkov	1...sami 2....v sodelovanju 3....drugi	INOV
A_d1_0	V podjetju so potekale ID, ki so opuščene ali niso dokončane	1...da 2...ne	INOV
A_e1_1	Podjetje je izvajalo notranje RR	1...da 2...ne	INOV
A_e1_2	Je podjetje izvajalo notranje RR redno, občasno ali jih ni izvajalo?	1...redno....2..občasno.....3...nikoli	INOV
A_e1_3	Podjetje je izvajalo zunanje RR	1...da 2...ne	INOV
A_e1_4	Podjetje je pridobivalo stroje, opremo ali programsko opremo	1...da 2...ne	INOV
A_e1_5	Podjetje je pridobivalo drugo zunanje znanje	1...da 2...ne	INOV
A_e1_6	Podjetje je izvajalo usposabljanje	1...da 2...ne	INOV
A_e1_7	Podjetje je uvajalo inovacije na trg	1...da 2...ne	INOV
A_e1_8	Podjetje je izvajalo druge priprave za uvajanje inovacij	1...da 2...ne	INOV
A_e2_1	Stroški notranjih RR	1000 SIT	INOV
A_e2_2	Stroški zunanjih RR	1000 SIT	INOV
A_e2_3	Stroški pridobitve strojev, opreme in programske opreme	1000 SIT	INOV
A_e2_4	Stroški pridobitve drugega zunanjega znanja	1000 SIT	INOV
A_e2_5	Delna vsota stroškov (notrRR+zunRR+stroji+zun_znanje)	1000 SIT	INOV
A_e2_6	Stroški usposabljanja	1000 SIT	INOV
A_e2_7	Stroški uvajanja inovacij na tržišče	1000 SIT	INOV
A_e2_8	Stroški drugih priprav za uvajanje inovacij	1000 SIT	INOV
A_e2_9	Inovacijski stroški skupaj	1000 SIT	INOV
A_e2_a	Stroški notranjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	-	INOV
A_e2_b	Stroški zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	-	INOV
A_e2_c	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/čisti prihodki od prodaje 2006	-	INOV
A_e2_d	Stroški pridobitev drugega zunanjega	-	INOV

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

	2006	
A_e2_e	(notrRR+zunRR+stroji+zun_znanje)/čisti prihodki od prodaje 2006	INOV
A_e2_f	Stroški usposabljanja/čisti prihodki od prodaje 2006	INOV
A_e2_g	Stroški uvajanja inovacij na trg/čisti prihodki od prodaje 2006	INOV
A_e2_h	Stroški drugih priprav/Čisti prihodki od prodaje 2006	INOV
A_e2_i	Stroški skupaj / Čisti prihodki od prodaje 2006	INOV
A_e2_j	Stroški notranjih + zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	INOV
A_e2_k	Stroški notranjih RR / Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e2_m	Stroški zunanjih RR / Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e2_n	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e2_p	Stroški pridobitev drugega znanja/Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e2_r	Delna vsota stroškov (notrRR+zunRR+stroji+zun_znanje)/Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e2_s	Stroški usposabljanja/Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e2_t	Stroški uvajanja inovacij na trg/Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e2_u	Stroški drugih priprav/Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e2_v	Stroški skupaj / Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e2_w	Stroški notranjih + zunanjih RR / Število zaposlenih 2006	1000 SIT INOV
A_e3_1	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od lokalne oblasti	1...da 2...ne INOV
A_e3_2	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od države	1...da 2...ne INOV
A_e3_3	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od EU	1...da 2...ne INOV
A_e3_4	Podjetje je sodelovalo v 6. OP	1...da 2...ne INOV
A_e3_a	Nosilec finančne podpore	1...nobene podpore 2...od lokalne/nacionalne oblasti in ne od EU 3..... od EU (in lahko tudi od ostalih) INOV
A_f1_1	Pomen notranjih informacij	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen INOV
A_f1_2	Pomen informacij od dobaviteljev opreme, materialov ali programske	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen INOV

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

A_f1_3	Pomen informacij od strank ali kupcev	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen	INOV
A_f1_4	Pomen informacij od konkurentov ali drugih podjetij	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen	INOV
A_f1_5	Pomen informacij od svetovalcev in zasebnih RR ustanov	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen	INOV
A_f1_6	Pomen informacij z univerz	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen	INOV
A_f1_7	Pomen informacij iz javnih raziskovalnih ustanov	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen	INOV
A_f1_8	Pomen informacij s konferenc in sejmov	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen	INOV
A_f1_9	Pomen informacij iz revij in drugih publikacij	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen	INOV
A_f1_a	Pomen informacij iz strokovnih združenj	4...1 visok...srednji...nizek...neuporabljen	INOV
A_f2_0	Ali je podjetje pri ID sodelovalo z drugimi podjetji ali ustanovami?	1...da 2...ne	INOV
A_f3_a	Partner pri ID: druga podjetja v skupini	1...4 Slovenija...Ostala Evropa...ZDA...Vse druge države	INOV
A_f3_b	Partner pri ID: dobavitelji	1...4 Slovenija...Ostala Evropa...ZDA...Vse druge države	INOV
A_f3_c	Partner pri ID: stranke ali kupci	1...4 Slovenija...Ostala Evropa...ZDA...Vse druge države	INOV
A_f3_d	Partner pri ID: konkurenti ali druga podjetja	1...4 Slovenija...Ostala Evropa...ZDA...Vse druge države	INOV
A_f3_e	Partner pri ID: svetovalci ali zasebne RR ustanove	1...4 Slovenija...Ostala Evropa...ZDA...Vse druge države	INOV
A_f3_f	Partner pri ID: univerze	1...4 Slovenija...Ostala Evropa...ZDA...Vse druge države	INOV
A_f3_g	Partner pri ID: javne raziskovalne ustanove	1...4 Slovenija...Ostala Evropa...ZDA...Vse druge države	INOV
A_f3_h	Partnerji pri ID - Slovenija	0...7 število vrstic z "da" pri Slovenija	INOV
A_f3_i	Partnerji pri ID - tujina	0...7 število vrstic z vsaj enim "da" pri Ne-Slovenija	INOV
A_f3_j	Lokacija partnerjev pri ID	1...slovensko partnerstvo..2..mešano partn.....3..tuje partn.	INOV
A_f3_k	Partner pri ID: druga podjetja v skupini (iz tujine)	0...1 (če pri F3a "da" za katero koli opcijo tujine)	INOV
A_f3_m	Partner pri ID: dobavitelji (iz tujine)	0...1 (če pri F3b "da" za katero koli opcijo tujine)	INOV
A_f3_n	Partner pri ID: stranke ali kupci (iz tujine)	0...1 (če pri F3c "da" za katero koli opcijo tujine)	INOV
A_f3_p	Partner pri ID: konkurenti ali druga podjetja (iz tujine)	0...1 (če pri F3d "da" za katero koli opcijo tujine)	INOV
A_f3_r	Partner pri ID: svetovalci ali zasebne RR ustanove (iz tujine)	0...1 (če pri F3e "da" za katero koli opcijo tujine)	INOV
A_f3_s	Partner pri ID: univerze (iz tujine)	0...1 (če pri F3f "da" za katero koli opcijo tujine)	INOV

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		0...1 (če pri F3g "da" za katero koli opcijo tujine)	INOV
A_14_0	Najkonstnejša vrsta partnerja pri ID	Numerični, po šifrantu	INOV
A_g1_1	Podjetje je uvedlo nove poslovne prakse za organizacijo dela ali postopkov	1...da 2...ne	INOV
A_g1_2	Podjetje je uvedlo nove sisteme upravljanja znanja	1...da 2...ne	INOV
A_g1_3	Podjetje je uvedlo nove metode organizacije delovnega mesta	1...da 2...ne	INOV
A_g1_4	Podjetje je uvedlo nove metode organiziranja zunanjih odnosov	1...da 2...ne	INOV
A_g1_a	Podjetje je uvedlo vsaj eno organizacijsko inovacijo	0...ne 1...da	INOV
A_g2_0	Kdo je nosilec razvoja organizacijskih inovacij	1...sami 2...v sodelovanju 3...drugi	INOV
A_g3_1	Učinek org. inovacij je skrajšan čas za odziv na potrebe strank ali dobaviteljev	4...Zelo pomembno 1...Ni pomembno	INOV
A_g3_2	Učinek org. inovacij je izboljšana kakovost proizvodov	4...Zelo pomembno 1...Ni pomembno	INOV
A_g3_3	Učinek org. inovacij so zmanjšani stroški na enoto proizvoda	4...Zelo pomembno 1...Ni pomembno	INOV
A_g3_4	Učinek org. inovacij je izboljšano zadovoljstvo zaposlenih in/ali zmanjšanje fluktuacije	4...Zelo pomembno 1...Ni pomembno	INOV
A_g3_5	Učinek org. inovacij je izboljšana komunikacija ali izmenjava informacij	4...Zelo pomembno 1...Ni pomembno	INOV
A_x0_a	Število uvedenih inovacij (proizvodov/storitev/organizacijskih)		INOV
A_x0_b	Uvedli vsaj eno inovacijo (proizvodov/storitev/organizacijskih)	da/ne	INOV
A_x0_c	Oblike inoviranja	0...8 (Vsota „da“ pri B1a+B1b+C1a+C1b+C1c+E1a+E1b+vsaj eden od G1 (po 2007 Innobarometer))	INOV
A_x0_d	Nivo tehnološke inovativnosti	0...6 (vsota b1, c1 in d1)	INOV
A_x0_e	Nivo organizacijske inovativnosti	0...4 (vsota g1)	INOV
A_x0_f	Število točk pri vseh tipih inovacij (b1, c1, g1)	0...9 (Vsota "da" pri B1, C1 in G1)	INOV
A_x1_a	CRIM - Delež neposrednih stroškov ID v prihodkih od inovacij	-	INOV
A_x1_b	CRIT - Delež skupnih stroškov ID v prihodkih od inovacij	-	INOV
A_x2_a	Stroški notranjih RR / Celotni inovacijski stroški	-	INOV
A_x2_b	Stroški zunanjih RR / Celotni inovacijski stroški	-	INOV
A_x2_c	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme / Celotni inovacijski stroški	-	INOV
A_x2_d	Stroški pridobitev drugega zunanjšega	-	INOV

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

	ki		
A_x2_e	(noturr+zunrr+stroji+zun_znanje)/ Celotni inovacijski stroški	-	INOV
A_x2_f	Stroški usposabljanja/ Celotni inovacijski stroški	-	INOV
A_x2_g	Stroški uvajanja inovacij na trg / Celotni inovacijski stroški	-	INOV
A_x2_h	Stroški drugih priprav / Celotni inovacijski stroški	-	INOV
A_x2_j	Stroški notranjih + zunanjih RR / Celotni inovacijski stroški	-	INOV
D_00_1	Število zaposlenih 2004	-	SRDAP
D_00_2	Število zaposlenih 2006	-	SRDAP
D_00_3	Število zaposlenih 2008	-	AJPES
D_00_a	Indeks rasti števila zaposlenih 04-06	$\% ((zap06-zap04)/zap04)*100$	SRDAP
D_00_b	Število zaposlenih 2006 (4 velikostne skupine)	Opisni	SRDAP
D_00_c	Število zaposlenih 2006 (4 velikostne skupine)	Opisni	SRDAP
D_00_d	Število zaposlenih 2006 (3 velikostne skupine)	Opisni	SRDAP
D_01_a	Delež starih do 25 let	%	SRDAP
D_01_b	Delež starih od 26 do 35 let	%	SRDAP
D_01_c	Delež starih od 36 do 45 let	%	SRDAP
D_01_d	Delež starih od 46 do 55 let	%	SRDAP
D_01_e	Delež starih nad 55 let	%	SRDAP
D_02_a	Delež žensk	%	SRDAP
D_03_a	Delež zaposlenih, ki imajo delovno razmerje za nedoločen čas	%	SRDAP
D_03_b	Delež zaposlenih, ki imajo delovno razmerje za določen čas	%	SRDAP
D_04_a	Delež pripravnikov	%	SRDAP
D_05_a	Delež zaposlenih doktorjev znanosti	%	SRDAP
D_05_b	Delež zaposlenih magistrov znanosti	%	SRDAP
D_05_c	Delež zaposlenih z visoko strok. izobrazbo	%	SRDAP
D_05_d	Delež zaposlenih z višjo strok. izobrazbo	%	SRDAP
D_05_e	Delež zaposlenih s srednjo strok. izobrazbo	%	SRDAP
D_05_f	Delež zaposlenih z nižjo strok. izobrazbo	%	SRDAP
D_05_g	Delež visoko kvalificiranih zaposlenih	%	SRDAP
D_05_h	Delež kvalificiranih zaposlenih	%	SRDAP
D_05_i	Delež polkvalificiranih zaposlenih	%	SRDAP
D_05_j	Delež nekvalificiranih zaposlenih	%	SRDAP
D_05_k	Delež zaposlenih z višjo ali visoko šolo	%	SRDAP
D_05_m	Delež zaposlenih z magisterijem ali doktoratom	%	SRDAP
D_05_n	Delež zaposlenih z vsaj višjo šolo	%	SRDAP

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

	izobrazbo	%	SRDAP
D_05_r	Delež zaposlenih z družboslovno izobrazbo med visoko izobraženimi	%	SRDAP
D_05_s	Delež zaposlenih z vsaj višjo tehnično izobrazbo (med vsemi zaposlenimi)	%	SRDAP
D_05_t	Delež zaposlenih z vsaj višjo družboslovno izobrazbo (med vsemi zaposlenimi)	%	SRDAP
D_06_a	Splošne izobraževalne aktivnosti/izidi (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
D_06_b	Izobraževalne vede in izobraževanje učiteljev (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
D_06_c	Umetnost in humanistika (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
D_06_d	Družbene, poslovne, upravne in pravne vede (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
D_06_e	Naravoslovje, matematika in računalništvo (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
D_06_f	Tehnika, proizvodne tehnologije in gradbeništvo (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
D_06_g	Kmetijstvo, gozdarstvo, ribištvo, veterinarstvo (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
D_06_h	Zdravstvo in sociala (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
D_06_i	Storitve (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
D_06_j	Neopredeljeno po širokem področju (delež med visoko izobraženimi %)	%	SRDAP
F_00_1	Čisti prihodki od prodaje 2004	1000 SIT	AJPES
F_00_2	Čisti prihodki od prodaje 2006	1000 SIT	AJPES
F_00_3	Čisti prihodki od prodaje 2008	€	AJPES
F_01_1	Kapital 2003	1000 SIT	AJPES
F_01_2	Kapital 2004	1000 SIT	AJPES
F_01_3	Kapital 2005	1000 SIT	AJPES
F_01_4	Kapital 2006	1000 SIT	AJPES
F_01_5	Kapital 2007	1000 SIT	AJPES
F_01_6	Kapital 2008	€	AJPES
F_02_1	Vsa sredstva 2003	1000 SIT	AJPES
F_02_2	Vsa sredstva 2004	1000 SIT	AJPES
F_02_3	Vsa sredstva 2005	1000 SIT	AJPES
F_02_4	Vsa sredstva 2006	1000 SIT	AJPES
F_02_5	Vsa sredstva 2007	1000 SIT	AJPES
F_02_6	Vsa sredstva 2008	€	AJPES
F_03_a	Gospodarnost poslovanja 2006	- (Čisti prihodki od prodaje 06 /	AJPES

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		Poslovni odhodki 06)	
	Pridobitkov	- (Čisti dobiček oz. izguba 06 / Čisti prihodki od prodaje 06)	AJPES
F_03_b	(ROS) 2006		
F_03_c	Kosmata dobičkovnost skupnih prihodkov 2006	- (Celotni dobiček oz. izguba 06 / Čisti prihodki od prodaje 06)	AJPES
F_03_d	Skupni prihodki na zaposlenca 2006	1000 SIT (Čisti prihodki od prodaje 06 /Število zaposlenih 06)	AJPES
F_03_e	Čisti dobiček na zaposlenca 2006	1000 SIT (Čisti dobiček oz. izguba 06/Število zaposlenih 06)	AJPES
F_03_f	Kosmati dobiček na zaposlenca 2006	1000 SIT (Čisti dobiček oz. izguba 06/Število zaposlenih 06)	AJPES
F_03_g	Dobiček iz poslovanja na zaposlenca 2006	1000 SIT (Dobiček oz. izguba iz poslovanja EBIT 06/Število zaposlenih 06)	AJPES
F_03_h	Stroški dela na zaposlenca 2006	1000 SIT (Stroški dela 06/Število zaposlenih 06)	AJPES
F_03_i	Povprečna plača na zaposlenca 2006	1000 SIT (Plače 06 /Število zaposlenih 06)	AJPES
F_03_j	Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 2006	- (Čisti dobiček oz. izguba 2006 / [(Kapital 06 + Kapital 05)/2])	AJPES
F_03_k	Čista dobičkovnost sredstev (ROA) 2006	- (Čisti dobiček oz. izguba 06 / [(Vsa sredstva 06 + Vsa sredstva 05)/2])	AJPES
F_03_m	Proizvodnost sredstev (STA) 2006	- (Čisti prihodki od prodaje 06 / [(Vsa sredstva 06 + Vsa sredstva 05)/2])	AJPES
F_03_n	Kosmata dobičkovnost kapitala (ROEBT) 2006	- (Celotni dobiček oz. izguba 06/[(Kapital 06 + Kapital 05)/2])	AJPES
F_04_a	Rast čistih prihodkov 04/03 (%)	%	AJPES
F_04_b	Rast čistih prihodkov 05/04 (%)	%	AJPES
F_04_c	Rast čistih prihodkov 06/05 (%)	%	AJPES
F_04_d	Rast čistih prihodkov 07/06 (%)	%	AJPES
F_04_e	Povprečna rast čistih prihodkov 03/06 (%)	%	AJPES
F_04_i	Rast čistih prihodkov na tujih trgih 07/06 (%)	%	AJPES
F_04_k	Bruto dodana vrednost na zaposlenega 2008	€	AJPES
F_05_a	O_EBIT_Emp+O_EBT_Emp+O_Tot_Eff+O_ROA	Rezultat faktorske analize	AJPES
F_05_b	O_Lab_Emp+O_Salr_Emp+O_Sal_Emp	Rezultat faktorske analize	AJPES
F_05_c	O_ROS+O_EBT_Sal	Rezultat faktorske analize	AJPES
F_05_d	O_ROE+O_ROEBT	Rezultat faktorske analize	AJPES

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

med spremenljivkama RII oz. RMI in nljvkami (celoten vzorec, vse panoge)

Šifra	Spremenljivka	A_b5_a RII - Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih			A_b5_b RMI - Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij		
		SCC ⁵⁴	Sig.	N	SCC	Sig.	N
A_a1_0	Podjetje je del skupine podjetij	-0,171	0	2503	0,044	0,236	713
A_a2_a	Sedež v Sloveniji, EU ali tretji državi?	0,056	0,005	2503	-0,036	0,334	713
A_a3_a	Lokacija prodajnih trgov	0,077	0	2503	0,007	0,85	713
A_a3_f	Podjetje prodaja na tujih trgih	0,201	0	2503	0,006	0,875	713
A_b2_0	Kdo je razvil inovacije proizvodov	0,034	0,36	721	-0,036	0,336	713
A_b5_a	RII - Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih	1		2503	0,064	0,087	713
A_b5_b	RMI - Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	0,064	0,087	713	1		713
A_b5_1	Odstotek skupnega prihodka od inovacij proizvodov, ki so novost na trgu	0,788	0	2503	0,788	0	713
A_b5_2	Odstotek skupnega prihodka od inovacij proizvodov, ki so novost le za podjetje	0,864	0	2503	-0,592	0	713
A_c1_1	Podjetje je uvedlo nove postopke predelave ali proizvodnje	-0,574	0	2503	0,035	0,356	713
A_c1_2	Podjetje je uvedlo novo logistiko, načine za dostavo ali distribucijo	-0,389	0	2503	-0,024	0,527	713
A_c1_3	Podjetje je uvedlo nove podporne dejavnosti za svoje procese	-0,48	0	2503	-0,008	0,823	713
A_c1_a	Podjetje je uvedlo vsaj en nov postopek	0,62	0	2503	-0,028	0,448	713
A_c2_0	Kdo je razvil inovacije postopkov	-0,184	0	769	0,049	0,257	543
A_d1_0	V podjetju so potekale ID, ki so opuščene ali niso dokončane	-0,511	0	2503	-0,024	0,52	713
A_e1_1	Podjetje je izvajalo notranje RR	-0,747	0	2503	-0,035	0,357	713
A_e1_2	Je podjetje izvajalo notranje RR redno, občasno ali ga ni izvajalo?	-0,752	0	2503	-0,087	0,02	713
A_e1_3	Podjetje je izvajalo zunanje RR	-0,477	0	2503	0,003	0,928	713
A_e1_4	Podjetje je pridobivalo stroje, opremo ali programsko opremo	-0,674	0	2503	0,054	0,149	713
A_e1_5	Podjetje je pridobivalo drugo zunanje znanje	-0,495	0	2503	-0,06	0,107	713
A_e1_6	Podjetje je izvajalo usposabljanje	-0,695	0	2503	-0,007	0,849	713
A_e1_7	Podjetje je uvajalo inovacije na trg	-0,645	0	2503	-0,133	0	713

⁵⁴ SCC; Spearmanov korelacijski koeficient

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		0,685	0	2465	0,076	0,046	683
A_e2_b	Stroški zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	0,408	0	2489	0,05	0,182	702
A_e2_j	Stroški notranjih + zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	0,692	0	2462	0,089	0,02	681
A_e2_i	Stroški skupaj / Čisti prihodki od prodaje 2006	0,745	0	2441	0,065	0,095	672
A_e2_c	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/čisti prihodki od prodaje 2006	0,619	0	2456	-0,039	0,307	685
A_e2_d	Stroški pridobitev drugega znanja/čisti prihodki od prodaje 2006	0,436	0	2487	0,099	0,009	701
A_e2_e	Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/čisti prihodki od prodaje 2006	0,73	0	2443	0,048	0,217	674
A_e2_f	Stroški usposabljanja/čisti prihodki od prodaje 2006	0,803	0	2432	0,111	0,004	668
A_e2_g	Stroški uvajanja inovacij na trg/čisti prihodki od prodaje 2006	0,544	0	2484	0,166	0	696
A_e2_w	Stroški notranjih + zunanjih RR / Število zaposlenih 2006	0,688	0	2475	0,081	0,034	689
A_e2_v	Stroški skupaj / Število zaposlenih 2006	0,731	0	2471	0,065	0,088	687
A_e2_n	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/Število zaposlenih 2006	0,606	0	2480	-0,034	0,369	695
A_e2_r	Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/Število zaposlenih 2006	0,717	0	2472	0,044	0,249	688
A_e2_s	Stroški usposabljanja/Število zaposlenih 2006	0,792	0	2467	0,112	0,003	684
A_e3_1	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od lokalne oblasti	-0,154	0	2503	-0,114	0,002	713
A_e3_2	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od države	-0,367	0	2503	-0,039	0,296	713
A_e3_3	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od EU	-0,264	0	2503	-0,101	0,007	713
A_e3_4	Podjetje je sodelovalo v 6. OP	-0,119	0,246	97	0,211	0,054	84
A_e3_a	Nosilec finančne podpore	0,409	0	2503	0,084	0,025	713
A_f1_1	Pomen notranjih informacij	0,105	0,001	968	0,071	0,059	710
A_f1_2	Pomen informacij od dobaviteljev opreme, materialov ali programske opreme	0,063	0,05	968	-0,05	0,18	710
A_f1_3	Pomen informacij od strank ali kupcev	0,234	0	968	0,021	0,576	710
A_f1_4	Pomen informacij od konkurentov ali drugih podjetij	0,116	0	968	-0,021	0,58	710
A_f1_5	Pomen informacij od svetovalcev in zasebnih RR ustanov	0,142	0	968	0,037	0,321	710
A_f1_6	Pomen informacij z univerz	0,139	0	968	0,097	0,01	710
A_f1_7	Pomen informacij iz javnih raziskovalnih ustanov	0,115	0	968	0,05	0,18	710

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		0,169	0	968	0,038	0,315	710
A_f1_9	Pomen informacij iz revij in drugih publikacij	0,15	0	968	0,002	0,955	710
A_f1_a	Pomen informacij iz strokovnih združenj	0,099	0,002	968	0,026	0,489	710
A_f2_0	Ali je podjetje pri ID sodelovalo z drugimi podjetji ali ustanovami?	-0,119	0	969	-0,05	0,186	711
A_f3_a	Partner pri ID: druga podjetja v skupini	0,06	0,171	518	-0,027	0,588	417
A_f3_b	Partner pri ID: dobavitelji	0,203	0	518	-0,022	0,659	417
A_f3_c	Partner pri ID: stranke ali kupci	0,271	0	518	0,001	0,99	417
A_f3_d	Partner pri ID: konkurenti ali druga podjetja	0,195	0	518	-0,022	0,652	417
A_f3_e	Partner pri ID: svetovalci ali zasebne RR ustanove	0,198	0	518	-0,006	0,9	417
A_f3_f	Partner pri ID: univerze	0,236	0	518	-0,006	0,906	417
A_f3_g	Partner pri ID: javne raziskovalne ustanove	0,145	0,001	518	0,019	0,706	417
A_f3_h	Partnerji pri ID - Slovenija	0,213	0	518	-0,017	0,73	417
A_f3_i	Partnerji pri ID - tujina	0,309	0	518	-0,043	0,381	417
A_f3_j	Lokacija partnerjev pri ID	0,231	0	518	0,021	0,674	417
A_g1_1	Podjetje je uvedlo nove poslovne prakse za organizacijo dela ali postopkov	-0,394	0	2503	-0,02	0,601	713
A_g1_2	Podjetje je uvedlo nove sisteme upravljanja znanja	-0,33	0	2503	-0,044	0,241	713
A_g1_3	Podjetje je uvedlo nove metode organizacije delovnega mesta	-0,384	0	2503	-0,01	0,781	713
A_g1_4	Podjetje je uvedlo nove metode organiziranja zunanjih odnosov	-0,324	0	2503	0,005	0,9	713
A_g1_a	Podjetje je uvedlo vsaj eno organizacijsko inovacijo	0,462	0	2503	-0,018	0,627	713
A_g2_0	Kdo je nosilec razvoja organizacijskih inovacij	-0,017	0,576	1089	0,036	0,388	570
A_g3_1	Učinek org. inovacij je skrajšan čas za odziv na potrebe strank ali dobaviteljev	0,073	0,015	1089	-0,057	0,171	570
A_g3_2	Učinek org. inovacij je izboljšana kakovost proizvodov	0,176	0	1089	0,048	0,249	570
A_g3_3	Učinek org. inovacij so zmanjšani stroški na enoto proizvoda	0,05	0,1	1089	0,021	0,62	570
A_g3_4	Učinek org. inovacij je izboljšano zadovoljstvo zaposlenih in/ali zmanjšanje fluktuacije	-0,007	0,815	1088	0,04	0,336	569
A_g3_5	Učinek org. inovacij je izboljšana komunikacija ali izmenjava informacij	-0,068	0,024	1089	0,003	0,934	570
D_00_a	Indeks rasti števila zaposlenih 04/06	-0,033	0,111	2284	0,099	0,012	650
D_00_2	Število zaposlenih 2006	0,205	0	2205	-0,104	0,013	577
D_02_a	Delež žensk	0,034	0,087	2490	-0,029	0,433	712

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

	s	-0,081	0	2490	-0,015	0,688	712
		0,016	0,606	1081	-0,058	0,247	401
A_x0_f	Število točk pri vseh tipih inovacij (b, c, g)	0,71	0	2503	0,027	0,471	713
F_03_a	Gospodarnost poslovanja	-0,018	0,397	2122	0,062	0,114	652
F_03_b	ROS - Čista dobičkovnost skupnih prihodkov	0,068	0,002	2121	0,05	0,2	652
F_03_d	Skupni prihodki na zaposlenca	0,014	0,518	2172	0,022	0,567	654
F_03_e	Čisti dobiček na zaposlenca	0,042	0,056	2108	0,079	0,045	642
F_03_g	Dobiček iz poslovanja na zaposlenca	0,019	0,38	2140	0,091	0,02	649
F_03_i	Povprečna plača na zaposlenca	0,065	0,003	2106	0,093	0,018	642
F_03_j	ROE - Čista dobičkovnost kapitala	0,019	0,382	2101	0,063	0,111	648
F_03_k	ROA - Čista dobičkovnost sredstev	0,052	0,017	2101	0,059	0,132	648
F_03_m	STA - Proizvodnost sredstev	-0,04	0,067	2101	-0,015	0,7	648
F_04_d	Rast čistih prihodkov 06/07 (%)	0,012	0,576	2154	0,082	0,037	651
F_04_e	Povprečna rast čistih prihodkov (%)	-0,016	0,461	2197	0,073	0,06	663
F_04_i	Rast čistih prihodkov na tujih trgih 06/07 (%)	0,04	0,169	1189	-0,031	0,512	453
F_04_j	Povprečna rast čistih prihodkov na tujih trgih (%)	0,045	0,132	1115	-0,055	0,258	427
A_x0_d	Nivo tehnološke inovativnosti (vsota b1, c1 in d1)	0,869	0	2503	0,03	0,424	713
A_x0_e	Nivo organizacijske inovativnosti (vsota g1)	0,476	0	2503	0,021	0,57	713
D_05_m	Delež zaposlenih z magisterijem ali doktoratom	0,243	0	2490	0,01	0,79	712
D_05_n	Delež zaposlenih z vsaj višjo šolo	0,182	0	2490	0,077	0,04	712
D_05_p	Delež zaposlenih s tehnično izobrazbo med visoko izobraženimi	-0,103	0	2070	-0,042	0,279	661
D_05_r	Delež zaposlenih z družboslovno izobrazbo med visoko izobraženimi	0,102	0	2070	0,043	0,273	661
A_x1_a	CRIM - Delež neposrednih stroškov ID v prihodkih od inovacij	-0,297	0	673	-0,008	0,829	673
A_x1_b	CRIT - Delež skupnih stroškov ID v prihodkih od inovacij	-0,324	0	671	0,011	0,769	671

med spremenljivkama RII oz. RMI in enljivkami (celoten vzorec, predelovalna

podjetja)

Šifra	Spremenljivka	A_b5_a RII - Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih			A_b5_b RMI - Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij		
		SCC ⁵⁵	Sig.	N	SCC	Sig.	N
A_a1_0	Podjetje je del skupine podjetij	-0,209	0	1382	0,038	0,393	495
A_a2_a	Sedež v Sloveniji, EU ali tretji državi?	0,078	0,004	1382	-0,027	0,551	495
A_a3_a	Lokacija prodajnih trgov	-0,001	0,956	1382	-0,021	0,646	495
A_a3_f	Podjetje prodaja na tujih trgih	0,236	0	1382	-0,022	0,624	495
A_b2_0	Kdo je razvil inovacije proizvodov	0,07	0,122	495	-0,047	0,293	495
A_b5_a	RII - Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih	1	.	1382	0,076	0,091	495
A_b5_b	RMI - Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	0,076	0,091	495	1	.	495
A_b5_1	Odstotek skupnega prihodka od inovacij proizvodov, ki so novost na trgu	0,769	0	1382	0,798	0	495
A_b5_2	Odstotek skupnega prihodka od inovacij proizvodov, ki so novost le za podjetje	0,865	0	1382	-0,565	0	495
A_c1_1	Podjetje je uvedlo nove postopke predelave ali proizvodnje	-0,576	0	1382	0,063	0,159	495
A_c1_2	Podjetje je uvedlo novo logistiko, načine za dostavo ali distribucijo	-0,386	0	1382	-0,067	0,137	495
A_c1_3	Podjetje je uvedlo nove podporne dejavnosti za svoje procese	-0,455	0	1382	-0,002	0,965	495
A_c1_a	Podjetje je uvedlo vsaj en nov postopek	0,622	0	1382	-0,036	0,43	495
A_c2_0	Kdo je razvil inovacije postopkov	-0,146	0,001	516	0,022	0,661	387
A_d1_0	V podjetju so potekale ID, ki so opuščene ali niso dokončane	-0,514	0	1382	-0,038	0,405	495
A_e1_1	Podjetje je izvajalo notranje RR	-0,729	0	1382	0,001	0,989	495
A_e1_2	Je podjetje izvajalo notranje RR redno, občasno ali ga ni izvajalo?	-0,729	0	1382	-0,029	0,518	495
A_e1_3	Podjetje je izvajalo zunanje RR	-0,501	0	1382	-0,007	0,877	495
A_e1_4	Podjetje je pridobivalo stroje, opremo ali programsko opremo	-0,676	0	1382	0,062	0,171	495
A_e1_5	Podjetje je pridobivalo drugo zunanje znanje	-0,448	0	1382	-0,046	0,306	495
A_e1_6	Podjetje je izvajalo usposabljanje	-0,684	0	1382	0,049	0,28	495

⁵⁵ SCC; Spearmanov korelacijski koeficient

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		-0,637	0	1382	-0,139	0,002	495
A_e2_a	prihodki od prodaje 2006	0,675	0	1362	0,04	0,384	480
A_e2_b	Stroški zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	0,438	0	1378	0,051	0,256	491
A_e2_j	Stroški notranjih + zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	0,685	0	1361	0,058	0,203	479
A_e2_i	Stroški skupaj / Čisti prihodki od prodaje 2006	0,739	0	1344	0,028	0,546	471
A_e2_c	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/čisti prihodki od prodaje 2006	0,615	0	1352	-0,07	0,129	478
A_e2_d	Stroški pridobitev drugega zunanjskega znanja/čisti prihodki od prodaje 2006	0,392	0	1370	0,071	0,116	486
A_e2_e	Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/čisti prihodki od prodaje 2006	0,723	0	1345	0,013	0,777	472
A_e2_f	Stroški usposabljanja/čisti prihodki od prodaje 2006	0,801	0	1337	0,051	0,272	468
A_e2_g	Stroški uvajanja inovacij na trg/čisti prihodki od prodaje 2006	0,548	0	1373	0,169	0	487
A_e2_w	Stroški notranjih + zunanjih RR / Število zaposlenih 2006	0,683	0	1376	0,042	0,356	489
A_e2_v	Stroški skupaj / Število zaposlenih 2006	0,726	0	1374	0,024	0,595	488
A_e2_n	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/Število zaposlenih 2006	0,602	0	1376	-0,064	0,155	490
A_e2_r	Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/Število zaposlenih 2006	0,709	0	1374	0,004	0,926	488
A_e2_s	Stroški usposabljanja/Število zaposlenih 2006	0,789	0	1372	0,045	0,32	486
A_e3_1	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od lokalne oblasti	-0,115	0	1382	-0,062	0,17	495
A_e3_2	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od države	-0,372	0	1382	-0,013	0,775	495
A_e3_3	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od EU	-0,257	0	1382	-0,092	0,041	495
A_e3_4	Podjetje je sodelovalo v 6. OP	-0,085	0,467	76	0,203	0,103	66
A_e3_a	Nosilec finančne podpore	0,413	0	1382	0,061	0,175	495
A_f1_1	Pomen notranjih informacij	0,106	0,007	641	0,065	0,151	494
A_f1_2	Pomen informacij od dobaviteljev opreme, materialov ali programske opreme	0,084	0,033	641	-0,045	0,313	494
A_f1_3	Pomen informacij od strank ali kupcev	0,228	0	641	0,034	0,456	494
A_f1_4	Pomen informacij od konkurentov ali drugih podjetij	0,092	0,02	641	-0,002	0,956	494
A_f1_5	Pomen informacij od svetovalcev in zasebnih RR ustanov	0,153	0	641	0,02	0,656	494
A_f1_6	Pomen informacij z univerz	0,139	0	641	0,105	0,02	494

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		0,094	0,018	641	0,059	0,187	494
A_f1_8	Pomen informacij s komercialnih sejmov	0,157	0	641	0,019	0,672	494
A_f1_9	Pomen informacij iz revij in drugih publikacij	0,15	0	641	-0,014	0,751	494
A_f1_a	Pomen informacij iz strokovnih združenj	0,127	0,001	641	0,024	0,597	494
A_f2_0	Ali je podjetje pri ID sodelovalo z drugimi podjetji ali ustanovami?	-0,147	0	642	-0,049	0,277	495
A_f3_a	Partner pri ID: druga podjetja v skupini	0,039	0,46	353	-0,036	0,532	300
A_f3_b	Partner pri ID: dobavitelji	0,197	0	353	0,006	0,911	300
A_f3_c	Partner pri ID: stranke ali kupci	0,256	0	353	-0,074	0,204	300
A_f3_d	Partner pri ID: konkurenti ali druga podjetja	0,131	0,014	353	-0,008	0,885	300
A_f3_e	Partner pri ID: svetovalci ali zasebne RR ustanove	0,2	0	353	-0,032	0,583	300
A_f3_f	Partner pri ID: univerze	0,256	0	353	-0,061	0,294	300
A_f3_g	Partner pri ID: javne raziskovalne ustanove	0,145	0,006	353	-0,005	0,935	300
A_f3_h	Partnerji pri ID - Slovenija	0,221	0	353	-0,022	0,707	300
A_f3_i	Partnerji pri ID - tujina	0,259	0	353	-0,087	0,132	300
A_f3_j	Lokacija partnerjev pri ID	0,148	0,005	353	0,021	0,721	300
A_g1_1	Podjetje je uvedlo nove poslovne prakse za organizacijo dela ali postopkov	-0,397	0	1382	-0,018	0,694	495
A_g1_2	Podjetje je uvedlo nove sisteme upravljanja znanja	-0,319	0	1382	-0,01	0,818	495
A_g1_3	Podjetje je uvedlo nove metode organizacije delovnega mesta	-0,376	0	1382	-0,001	0,983	495
A_g1_4	Podjetje je uvedlo nove metode organiziranja zunanjih odnosov	-0,316	0	1382	-0,012	0,797	495
A_g1_a	Podjetje je uvedlo vsaj eno organizacijsko inovacijo	0,48	0	1382	-0,033	0,459	495
A_g2_0	Kdo je nosilec razvoja organizacijskih inovacij	0,029	0,462	648	0,073	0,148	393
A_g3_1	Učinek org. inovacij je skrajšan čas za odziv na potrebe strank ali dobaviteljev	0,078	0,046	648	-0,048	0,342	393
A_g3_2	Učinek org. inovacij je izboljšana kakovost proizvodov	0,167	0	648	0,045	0,378	393
A_g3_3	Učinek org. inovacij so zmanjšani stroški na enoto proizvoda	0,048	0,222	648	0,026	0,602	393
A_g3_4	Učinek org. inovacij je izboljšano zadovoljstvo zaposlenih in/ali zmanjšanje fluktuacije	-0,024	0,545	647	0,039	0,438	392
A_g3_5	Učinek org. inovacij je izboljšana komunikacija ali izmenjava informacij	-0,08	0,041	648	0,003	0,959	393
D_00_a	Indeks rasti števila zaposlenih 04/06	-0,022	0,435	1282	0,067	0,15	469
D_00_2	Število zaposlenih 2006	0,272	0	1188	-0,085	0,095	392

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		0,062	0,021	1374	-0,004	0,931	495
		-0,099	0	1374	-0,01	0,817	495
O_00_7	Poreklo kapitala	-0,011	0,782	617	-0,067	0,256	294
A_x0_f	Število točk pri vseh tipih inovacij (b, c, g)	0,73	0	1382	0,028	0,535	495
F_03_a	Gospodarnost poslovanja	-0,045	0,124	1165	0,041	0,375	460
F_03_b	ROS - Čista dobičkovnost skupnih prihodkov	0,072	0,014	1165	0,036	0,44	460
F_03_d	Skupni prihodki na zaposlenca	0,159	0	1190	0,027	0,565	460
F_03_e	Čisti dobiček na zaposlenca	0,107	0	1154	0,069	0,145	453
F_03_g	Dobiček iz poslovanja na zaposlenca	0,076	0,009	1174	0,068	0,147	458
F_03_i	Povprečna plača na zaposlenca	0,172	0	1154	0,08	0,09	453
F_03_j	ROE - Čista dobičkovnost kapitala	0,013	0,648	1150	0,028	0,55	459
F_03_k	ROA - Čista dobičkovnost sredstev	0,042	0,152	1150	0,013	0,779	459
F_03_m	STA - Proizvodnost sredstev	-0,05	0,093	1150	-0,091	0,05	459
F_04_d	Rast čistih prihodkov 06/07 (%)	0,017	0,564	1178	0,063	0,177	457
F_04_e	Povprečna rast čistih prihodkov (%)	-0,014	0,615	1206	0,071	0,124	468
F_04_i	Rast čistih prihodkov na tujih trgih 06/07 (%)	0,035	0,353	706	-0,051	0,352	341
F_04_j	Povprečna rast čistih prihodkov na tujih trgih (%)	0,059	0,13	669	-0,052	0,35	328
A_x0_d	Nivo tehnološke inovativnosti (vsota b1, c1 in d1)	0,862	0	1382	0,05	0,264	495
A_x0_e	Nivo organizacijske inovativnosti (vsota g1)	0,483	0	1382	0,009	0,834	495
D_05_m	Delež zaposlenih z magisterijem ali doktoratom	0,311	0	1374	-0,004	0,922	495
D_05_n	Delež zaposlenih z vsaj višjo šolo	0,295	0	1374	0,068	0,132	495
D_05_p	Delež zaposlenih s tehnično izobrazbo med visoko izobraženimi	-0,079	0,009	1113	-0,047	0,315	461
D_05_r	Delež zaposlenih z družboslovno izobrazbo med visoko izobraženimi	0,079	0,009	1113	0,047	0,31	461
A_x1_a	CRIM - Delež neposrednih stroškov ID v prihodkih od inovacij	-0,345	0	472	-0,041	0,374	472
A_x1_b	CRIT - Delež skupnih stroškov ID v prihodkih od inovacij	-0,379	0	471	-0,02	0,67	471

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

med spremenljivkama RII oz. RMI in organizacijskimi spremenljivkami (celoten vzorec, storitvena podjetja)

Šifra	Spremenljivka	A_b5_a RII - Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih			A_b5_b RMI - Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij		
		SCC ⁵⁶	Sig.	N	SCC	Sig.	N
A_a1_0	Podjetje je del skupine podjetij	-0,209	0	1121	0,038	0,454	218
A_a2_a	Sedež v Sloveniji, EU ali tretji državi?	0,078	0,123	1121	-0,027	0,355	218
A_a3_a	Lokacija prodajnih trgov	-0,001	0	1121	-0,021	0,295	218
A_a3_f	Podjetje prodaja na tujih trgih	0,236	0,015	1121	-0,022	0,081	218
A_b2_0	Kdo je razvil inovacije proizvodov	0,07	0,617	226	-0,047	0,497	218
A_b5_a	RII - Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih	1	.	1121	0,076	0,644	218
A_b5_b	RMI - Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	0,076	0,644	218	1	.	218
A_b5_1	Odstotek skupnega prihodka od inovacij proizvodov, ki so novost na trgu	0,769	0	1121	0,798	0	218
A_b5_2	Odstotek skupnega prihodka od inovacij proizvodov, ki so novost le za podjetje	0,865	0	1121	-0,565	0	218
A_c1_1	Podjetje je uvedlo nove postopke predelave ali proizvodnje	-0,576	0	1121	0,063	0,258	218
A_c1_2	Podjetje je uvedlo novo logistiko, načine za dostavo ali distribucijo	-0,386	0	1121	-0,067	0,29	218
A_c1_3	Podjetje je uvedlo nove podporne dejavnosti za svoje procese	-0,455	0	1121	-0,002	0,983	218
A_c1_a	Podjetje je uvedlo vsaj en nov postopek	0,622	0	1121	-0,036	0,977	218
A_c2_0	Kdo je razvil inovacije postopkov	-0,146	0	253	0,022	0,217	156
A_d1_0	V podjetju so potekale ID, ki so opuščene ali niso dokončane	-0,514	0	1121	-0,038	0,724	218
A_e1_1	Podjetje je izvajalo notranje RR	-0,729	0	1121	0,001	0,112	218
A_e1_2	Je podjetje izvajalo notranje RR redno, občasno ali ga ni izvajalo?	-0,729	0	1121	-0,029	0,001	218
A_e1_3	Podjetje je izvajalo zunanje RR	-0,501	0	1121	-0,007	0,797	218
A_e1_4	Podjetje je pridobivalo stroje, opremo ali programsko opremo	-0,676	0	1121	0,062	0,782	218
A_e1_5	Podjetje je pridobivalo drugo zunanje znanje	-0,448	0	1121	-0,046	0,309	218
A_e1_6	Podjetje je izvajalo usposabljanje	-0,684	0	1121	0,049	0,058	218

⁵⁶ SCC; Spearmanov korelacijski koeficient

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		-0,637	0	1121	-0,139	0,067	218
A_e2_a	prihodki od prodaje 2006	0,675	0	1103	0,04	0,053	203
A_e2_b	Stroški zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	0,438	0	1111	0,051	0,341	211
A_e2_j	Stroški notranjih + zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	0,685	0	1101	0,058	0,05	202
A_e2_i	Stroški skupaj / Čisti prihodki od prodaje 2006	0,739	0	1097	0,028	0,086	201
A_e2_c	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/čisti prihodki od prodaje 2006	0,615	0	1104	-0,07	0,469	207
A_e2_d	Stroški pridobitev drugega zunanjskega znanja/čisti prihodki od prodaje 2006	0,392	0	1117	0,071	0,049	215
A_e2_e	Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/čisti prihodki od prodaje 2006	0,723	0	1098	0,013	0,111	202
A_e2_f	Stroški usposabljanja/čisti prihodki od prodaje 2006	0,801	0	1095	0,051	0,01	200
A_e2_g	Stroški uvajanja inovacij na trg/čisti prihodki od prodaje 2006	0,548	0	1111	0,169	0,015	209
A_e2_w	Stroški notranjih + zunanjih RR / Število zaposlenih 2006	0,683	0	1099	0,042	0,03	200
A_e2_v	Stroški skupaj / Število zaposlenih 2006	0,726	0	1097	0,024	0,046	199
A_e2_n	Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/Število zaposlenih 2006	0,602	0	1104	-0,064	0,404	205
A_e2_r	Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/Število zaposlenih 2006	0,709	0	1098	0,004	0,066	200
A_e2_s	Stroški usposabljanja/Število zaposlenih 2006	0,789	0	1095	0,045	0,008	198
A_e3_1	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od lokalne oblasti	-0,115	0	1121	-0,062	0,006	218
A_e3_2	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od države	-0,372	0	1121	-0,013	0,028	218
A_e3_3	Podjetje je prejelo javno finančno podporo: od EU	-0,257	0	1121	-0,092	0,026	218
A_e3_4	Podjetje je sodelovalo v 6. OP	-0,085	0,185	21	0,203	0,48	18
A_e3_a	Nosilec finančne podpore	0,413	0	1121	0,061	0,006	218
A_f1_1	Pomen notranjih informacij	0,106	0,059	327	0,065	0,33	216
A_f1_2	Pomen informacij od dobaviteljev opreme, materialov ali programske opreme	0,084	0,923	327	-0,045	0,59	216
A_f1_3	Pomen informacij od strank ali kupcev	0,228	0	327	0,034	0,877	216
A_f1_4	Pomen informacij od konkurentov ali drugih podjetij	0,092	0,007	327	-0,002	0,377	216
A_f1_5	Pomen informacij od svetovalcev in zasebnih RR ustanov	0,153	0,027	327	0,02	0,211	216
A_f1_6	Pomen informacij z univerz	0,139	0,015	327	0,105	0,177	216

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		0,094	0,008	327	0,059	0,686	216
A_f1_8	Pomen informacij s komercialno in sejmov	0,157	0,002	327	0,019	0,144	216
A_f1_9	Pomen informacij iz revij in drugih publikacij	0,15	0,012	327	-0,014	0,514	216
A_f1_a	Pomen informacij iz strokovnih zduženj	0,127	0,248	327	0,024	0,73	216
A_f2_0	Ali je podjetje pri ID sodelovalo z drugimi podjetji ali ustanovami?	-0,147	0,258	327	-0,049	0,321	216
A_f3_a	Partner pri ID: druga podjetja v skupini	0,039	0,265	165	-0,036	0,918	117
A_f3_b	Partner pri ID: dobavitelji	0,197	0,012	165	0,006	0,406	117
A_f3_c	Partner pri ID: stranke ali kupci	0,256	0	353	-0,074	0,009	300
A_f3_d	Partner pri ID: konkurenti ali druga podjetja	0,131	0	353	-0,008	0,428	300
A_f3_e	Partner pri ID: svetovalci ali zasebne RR ustanove	0,2	0,012	353	-0,032	0,533	300
A_f3_f	Partner pri ID: univerze	0,256	0,016	353	-0,061	0,091	300
A_f3_g	Partner pri ID: javne raziskovalne ustanove	0,145	0,043	353	-0,005	0,384	300
A_f3_h	Partnerji pri ID - Slovenija	0,221	0,002	353	-0,022	0,705	300
A_f3_i	Partnerji pri ID - tujina	0,259	0	353	-0,087	0,239	300
A_f3_j	Lokacija partnerjev pri ID	0,148	0	353	0,021	0,387	300
A_g1_1	Podjetje je uvedlo nove poslovne prakse za organizacijo dela ali postopkov	-0,397	0	1382	-0,018	0,735	495
A_g1_2	Podjetje je uvedlo nove sisteme upravljanja znanja	-0,319	0	1382	-0,01	0,175	495
A_g1_3	Podjetje je uvedlo nove metode organizacije delovnega mesta	-0,376	0	1382	-0,001	0,77	495
A_g1_4	Podjetje je uvedlo nove metode organiziranja zunanjih odnosov	-0,316	0	1382	-0,012	0,496	495
A_g1_a	Podjetje je uvedlo vsaj eno organizacijsko inovacijo	0,48	0	1382	-0,033	0,814	495
A_g2_0	Kdo je nosilec razvoja organizacijskih inovacij	0,029	0,113	648	0,073	0,69	393
A_g3_1	Učinek org. inovacij je skrajšan čas za odziv na potrebe strank ali dobaviteljev	0,078	0,109	648	-0,048	0,273	393
A_g3_2	Učinek org. inovacij je izboljšana kakovost proizvodov	0,167	0	648	0,045	0,55	393
A_g3_3	Učinek org. inovacij so zmanjšani stroški na enoto proizvoda	0,048	0,619	648	0,026	0,458	393
A_g3_4	Učinek org. inovacij je izboljšano zadovoljstvo zaposlenih in/ali zmanjšanje fluktuacije	-0,024	0,104	647	0,039	0,975	392
A_g3_5	Učinek org. inovacij je izboljšana komunikacija ali izmenjava informacij	-0,08	0,653	648	0,003	0,546	393
D_00_a	Indeks rasti števila zaposlenih 04/06	-0,022	0,462	1282	0,067	0,061	469
D_00_2	Število zaposlenih 2006	0,272	0,192	1188	-0,085	0,346	392

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

		0,062	0,605	1374	-0,004	0,196	495
		-0,099	0,003	1374	-0,01	0,789	495
O_00_7	Poreklo kapitala	-0,011	0,075	617	-0,067	0,642	294
A_x0_f	Število točk pri vseh tipih inovacij (b, c, g)	0,73	0	1382	0,028	0,767	495
F_03_a	Gospodarnost poslovanja	-0,045	0,103	1165	0,041	0,386	460
F_03_b	ROS - Čista dobičkovnost skupnih prihodkov	0,072	0,002	1165	0,036	0,535	460
F_03_d	Skupni prihodki na zaposlenca	0,159	0,317	1190	0,027	0,64	460
F_03_e	Čisti dobiček na zaposlenca	0,107	0,192	1154	0,069	0,459	453
F_03_g	Dobiček iz poslovanja na zaposlenca	0,076	0,483	1174	0,068	0,15	458
F_03_i	Povprečna plača na zaposlenca	0,172	0	1154	0,08	0,407	453
F_03_j	ROE - Čista dobičkovnost kapitala	0,013	0,005	1150	0,028	0,185	459
F_03_k	ROA - Čista dobičkovnost sredstev	0,042	0,001	1150	0,013	0,071	459
F_03_m	STA - Proizvodnost sredstev	-0,05	0,966	1150	-0,091	0,16	459
F_04_d	Rast čistih prihodkov 06/07 (%)	0,017	0,272	1178	0,063	0,161	457
F_04_e	Povprečna rast čistih prihodkov (%)	-0,014	0,874	1206	0,071	0,446	468
F_04_i	Rast čistih prihodkov na tujih trgih 06/07 (%)	0,035	0,185	706	-0,051	0,863	341
F_04_j	Povprečna rast čistih prihodkov na tujih trgih (%)	0,059	0,696	669	-0,052	0,463	328
A_x0_d	Nivo tehnološke inovativnosti (vsota b1, c1 in d1)	0,862	0	1382	0,05	0,666	495
A_x0_e	Nivo organizacijske inovativnosti (vsota g1)	0,483	0	1382	0,009	0,634	495
D_05_m	Delež zaposlenih z magisterijem ali doktoratom	0,311	0	1374	-0,004	0,824	495
D_05_n	Delež zaposlenih z vsaj višjo šolo	0,295	0	1374	0,068	0,274	495
D_05_p	Delež zaposlenih s tehnično izobrazbo med visoko izobraženimi	-0,079	0,036	1113	-0,047	0,249	461
D_05_r	Delež zaposlenih z družboslovno izobrazbo med visoko izobraženimi	0,079	0,037	1113	0,047	0,244	461
A_x1_a	CRIM - Delež neposrednih stroškov ID v prihodkih od inovacij	-0,345	0,004	472	-0,041	0,434	472
A_x1_b	CRIT - Delež skupnih stroškov ID v prihodkih od inovacij	-0,379	0,001	471	-0,02	0,4	471

SKD ⁵⁷	Nizko in srednje-nizko tehnološki predelovalci (NTP)
DA15	PROIZVODNJA HRANE, PIJAČ IN KRMIL
DB17	PROIZVODNJA TEKSTILIJ
DB18	PROIZVODNJA OBLAČIL, STROJENJE IN DODELAVA KRZNA, PROIZVODNJA KRZNENIH IZDELKOV
DC19	PROIZVODNJA USNJA, OBUTVE IN USNJNIH IZDELKOV, RAZEN OBLAČIL
DD20	OBDELAVA IN PREDELAVA LESA, PROIZVODNJA IZDELKOV IZ LESA, PLUTE, SLAME IN PROTJA, RAZEN POHIŠTVA
DE21	PROIZVODNJA VLAKNIN, PAPIRJA IN KARTONA TER IZDELKOV IZ PAPIRJA IN KARTONA
DE22	ZALOŽNIŠTVO, TISKARSTVO, RAZMNOŽEVANJE POSNETIH NOSILCEV ZAPISA
DF23	PROIZVODNJA KOKSA, NAFTNIH DERIVATOV, JEDRSKEGA GORIVA
DH25	PROIZVODNJA IZDELKOV IZ GUME IN PLASTIČNIH MAS
DI26	PROIZVODNJA DRUGIH NEKOVINSKIH MINERALNIH IZDELKOV
DJ27	PROIZVODNJA KOVIN
DJ28	PROIZVODNJA KOVINSKIH IZDELKOV, RAZEN STROJEV IN NAPRAV
DN36	PROIZVODNJA POHIŠTVA IN DRUGE PREDELOVALNE DEJAVNOSTI
DN37	RECIKLAŽA

SKD	Visoko in srednje-visoko tehnološki predelovalci (VTP)
DG24	PROIZVODNJA KEMIKALIJ, KEMIČNIH IZDELKOV, UMETNIH VLAKEN
DK29	PROIZVODNJA STROJEV IN NAPRAV
DL30	PROIZVODNJA PISARNIŠKIH STROJEV IN RAČUNALNIKOV
DL31	PROIZVODNJA ELEKTRIČNIH STROJEV IN NAPRAV
DL32	PROIZVODNJA RADIJSKIH, TELEVIZIJSKIH IN KOMUNIKACIJSKIH NAPRAV IN OPREME
DL33	PROIZVODNJA MEDICINSKIH, FINOMEHANIČNIH IN OPTIČNIH INSTRUMENTOV TER UR
DM34	PROIZVODNJA MOTORNIH VOZIL, PRIKOLIC IN POLPRIKOLIC
DM35	PROIZVODNJA DRUGIH VOZIL IN PLOVIL

SKD	Storitve z nižjo vsebnostjo znanja (SNVZ)
E40	OSKRBA Z ELEKTRIČNO ENERGIJO, PLINOM, PARO IN TOPLO VODO
E41	ZBIRANJE, ČIŠČENJE IN DISTRIBUCIJA VODE
F45	GRADBENIŠTVO
G51	POSREDNIŠTVO IN TRGOVINA NA DEBELO, RAZEN Z MOTORNIH VOZILI
G52	TRGOVINA NA DROBNO, RAZEN Z MOTORNIH VOZILI, POPRAVILA IZDELKOV ŠIROKE PORABE
H55	GOSTINSTVO
I60	KOPENSKI PROMET, CEVOVODNI TRANSPORT
I63	POMOŽNE PROMETNE DEJAVNOSTI, DEJAVNOST POTOVALNIH IN TURISTIČNIH ORGANIZACIJ

⁵⁷ Šifra kategorije po SKD - Standardna klasifikacija dejavnosti, 2002

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

	nja (SVVZ)
I62	ZRAČNI PROMET
I64	POŠTA IN TELEKOMUNIKACIJE
J65	FINANČNO POSREDNIŠTVO, RAZEN ZAVAROVALNIŠTVA IN DEJAVNOSTI POKOJNINSKIH SKLADOV
J66	ZAVAROVALNIŠTVO IN DEJAVNOST POKOJNINSKIH SKLADOV, RAZEN OBVEZNEGA SOCIALNEGA ZAVAROVANJA
J67	POMOŽNE DEJAVNOSTI V FINANČNEM POSREDNIŠTVU
K72	OBDELAVA PODATKOV, PODATKOVNE BAZE IN S TEM POVEZANE DEJAVNOSTI
K74	DRUGE POSLOVNE DEJAVNOSTI
N85	ZDRAVSTVO IN SOCIALNO VARSTVO

SKD	Panoge, ki niso zajete v raziskavo
A01	KMETIJSTVO IN LOV TER Z NJIMA POVEZANE STORITVE
A02	GOZDARSTVO IN GOZDARSKE STORITVE
B05	RIBIŠTVO IN RIBIŠKE STORITVE
CB13	PRIDOBIVANJE RUD
DA16	PROIZVODNJA TOBAČNIH IZDELKOV
G50	PRODAJA, VZDRŽEVANJE IN POPRAVILA MOTORNIH VOZIL, TRGOVINA NA DROBNO Z MOTORNIMI GORIVI
K70	POSLOVANJE Z NEPREMIČNINAMI
K71	DAJANJE STROJEV IN OPREME BREZ UPRAVLJALCEV V NAJEM, IZPOSOJANJE IZDELKOV ŠIROKE PORABE
K73	RAZISKOVANJE IN RAZVOJ
L75	DEJAVNOST JAVNE UPRAVE IN OBRAMBE, OBVEZNO SOCIALNO ZAVAROVANJE
M80	IZOBRAŽEVANJE
O90	DEJAVNOSTI JAVNE HIGIENE
O91	DEJAVNOSTI ZDRUŽENJ, ORGANIZACIJ
O92	REKREACIJSKE, KULTURNE IN ŠPORTNE DEJAVNOSTI
O93	DRUGE STORITVENE DEJAVNOSTI
P95	ZASEBNA GOSPODINJSTVA Z ZAPOSLENIM OSEBJEM
Q99	EKSTERITORIALNE ORGANIZACIJE IN ZDRUŽENJA

acijsko dejavnost

Stroški za raziskovalno-razvojno dejavnost (RRD):

1 Notranji stroški za raziskovalno-razvojno dejavnost

To so vsi stroški, ki so namenjeni za RRD v podjetju, ne glede na vir financiranja; upoštevani so vsi tekoči in investicijski stroški.

2 Zunanji stroški za raziskovalno-razvojno dejavnost

To so tista sredstva, ki jih je podjetje namenilo za opravljene storitve s področja raziskovalno-razvojne dejavnosti, ki jih je zanj opravilo drugo podjetje ali inštitut.

3 Stroški za nakup strojev in opreme in programske opreme

Ti stroški zajemajo namestitve tistih strojev in opreme, ki izboljšujejo postopke v proizvodnji ali dobavi storitev, in tistih, ki so potrebni zaradi uvedbe novih izdelkov in storitev v podjetju. Izključeni so stroški za opremo za raziskave in razvoj.

4 Stroški za pridobitev drugega zunanjega znanja

Vključujejo stroške za pridobitev licence za patente in nepatentirane invencije, strokovnega znanja in izkušenj in drugih vrst znanja od drugih podjetij ali organizacij.

6 Stroški za usposabljanje

To so stroški za notranje ali zunanje usposabljanje vašega osebja izrecno za razvoj in/ali uvajanje novih ali bistveno izboljšanih proizvodov ali postopkov.

7 Stroški za uvajanje inovacij na tržišče

Ti stroški zajemajo stroške za dejavnosti, povezane z uvajanjem vaših novih ali bistveno izboljšanih izdelkov ali storitev, vključno z raziskavo trga in oglaševanjem ob lansiranju ter vsemi notranjimi in zunanjimi aktivnostmi, ki so potrebne za uvedbo novih ali bistveno izboljšanih izdelkov in storitev.

8 Stroški za druge priprave

Ti zajemajo stroške za postopke in tehnične priprave za uvajanje novih ali bistveno izboljšanih proizvodov in postopkov.

ed posameznimi kategorijami stroškov in
Gospodarskim Rezultati, NTP⁵⁸

		NotrRR / (ZunRR + ZunZn)	(NotrRR + ZunRR + ZunZn) / Stroj	Trg / (NotrRR + ZunRR + Stroj + ZunZn)	Trg / Stroj	Trg / (NotrRR + ZunRR + ZunZn)
partnerji Število področij, kjer ima podjetje partnerstvo	Pearson Correlation	,213	0,095	-0,061	0,022	-0,108
	Sig. (2-tailed)	0,023	0,186	0,359	0,762	0,131
	N	114	197	231	197	198
NotrRR / (ZunRR + ZunZn)	Pearson Correlation	1	,281**	0,014	0,186	0,032
	Sig. (2-tailed)		0,005	0,882	0,065	0,735
	N	114	99	114	99	114
(NotrRR + ZunRR + ZunZn) / Stroj	Pearson Correlation	,281**	1	-0,009	,307**	-0,039
	Sig. (2-tailed)	0,005		0,905	0	0,619
	N	99	197	197	197	164
Trg / (NotrRR + ZunRR + Stroj + ZunZn)	Pearson Correlation	0,014	-0,009	1	,705**	,264**
	Sig. (2-tailed)	0,882	0,905		0	0
	N	114	197	231	197	198
Trg / Stroj	Pearson Correlation	0,186	,307**	,705**	1	0,116
	Sig. (2-tailed)	0,065	0	0		0,139
	N	99	197	197	197	164
Trg / (NotrRR + ZunRR + ZunZn)	Pearson Correlation	0,032	-0,039	,264**	0,116	1
	Sig. (2-tailed)	0,735	0,619	0	0,139	
	N	114	164	198	164	198
kap0607 Rast kapitala 07/06	Pearson Correlation	-0,145	-0,05	0,015	0,024	0,024
	Sig. (2-tailed)	0,138	0,501	0,823	0,744	0,744
	N	106	184	215	184	187
kap0708 Rast kapitala 08/07	Pearson Correlation	0,015	0,049	-0,051	0,001	0,006
	Sig. (2-tailed)	0,882	0,514	0,466	0,987	0,931
	N	103	180	210	180	182
kap0608 Povprečna rast kapitala 08/06	Pearson Correlation	-0,11	-0,07	-0,015	0,012	0,023
	Sig. (2-tailed)	0,262	0,341	0,825	0,867	0,752
	N	106	186	217	186	188
zap0608 D_00_b Indeks rasti števila zaposlenih 06- 08	Pearson Correlation	0,016	0,054	0,044	0,085	0,109
	Sig. (2-tailed)	0,87	0,473	0,521	0,256	0,141
	N	104	182	212	182	183
prih0607 F_04_d Rast čistih prihodkov 07/06 (%)	Pearson Correlation	-0,003	-0,119	-0,01	0,013	0,032
	Sig. (2-tailed)	0,976	0,104	0,879	0,858	0,66
	N	107	188	219	188	189
prih0708 F_04_d Rast čistih prihodkov 08/07 (%)	Pearson Correlation	-0,064	0,05	-0,028	-0,022	0,026
	Sig. (2-tailed)	0,518	0,503	0,687	0,772	0,731
	N	104	182	212	182	183
prih0608 F_04_d Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	Pearson Correlation	-0,053	0,048	0,031	0,023	0,021
	Sig. (2-tailed)	0,588	0,515	0,643	0,75	0,77
	N	107	188	219	188	189

⁵⁸ Oznake stroškov so pojasnjene v 2.4. poglavju (Tabela 10):

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

	on	-0,044	-0,038	-0,048	-0,053	-0,037
		0,66	0,612	0,493	0,475	0,621
06/08		103	181	210	181	181
SP_€ V3.4: A. Čisti prihodki od prodaje 2006 (EUR)	Pearson Correlation	0,062	-0,005	-0,014	0,012	-0,047
	Sig. (2-tailed)	0,52	0,95	0,839	0,867	0,514
	N	111	194	227	194	195
prihzap08 Čisti prihodki na zaposlenega 08	Pearson Correlation	-0,054	-0,02	-0,015	-0,016	-0,016
	Sig. (2-tailed)	0,589	0,784	0,828	0,826	0,833
	N	104	182	211	182	182
sred0607	Pearson Correlation	-0,068	-0,139	-0,02	-0,044	-0,058
	Sig. (2-tailed)	0,486	0,059	0,764	0,551	0,432
	N	106	186	217	186	188
sred0708	Pearson Correlation	-0,107	0,081	-0,05	0,026	0,007
	Sig. (2-tailed)	0,28	0,281	0,474	0,729	0,928
	N	103	180	210	180	182
sred0608	Pearson Correlation	-0,105	-,152	-0,04	-0,031	-0,039
	Sig. (2-tailed)	0,282	0,038	0,562	0,672	0,597
	N	106	186	217	186	188
O_ROE06 F_03_j Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	Pearson Correlation	-0,053	-0,006	-0,046	-0,04	-0,01
	Sig. (2-tailed)	0,584	0,933	0,497	0,587	0,891
	N	109	190	223	190	192
ROE07 ROE 07	Pearson Correlation	-,300**	-0,008	-0,103	-0,042	-0,005
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,913	0,145	0,587	0,942
	N	101	174	202	174	175
ROE08	Pearson Correlation	-0,066	0,037	-0,044	-0,003	0,011
	Sig. (2-tailed)	0,51	0,626	0,523	0,965	0,883
	N	103	180	210	180	182
roe0607 Rast ROE 06/07	Pearson Correlation	0,101	0,033	0,01	-0,002	-0,004
	Sig. (2-tailed)	0,317	0,671	0,884	0,979	0,958
	N	100	172	199	172	172
roe0608 Rast ROE 06/08	Pearson Correlation	0,088	0,021	0,018	-0,001	0,015
	Sig. (2-tailed)	0,384	0,783	0,802	0,99	0,848
	N	101	174	201	174	174
roe0708 Rast ROE 07/08	Pearson Correlation	-0,012	-0,029	0,015	0,001	0,022
	Sig. (2-tailed)	0,903	0,708	0,836	0,987	0,772
	N	101	174	201	174	174
place0607 Rast plač 06/07	Pearson Correlation	0,074	-0,05	0,043	0,077	-,321
	Sig. (2-tailed)	0,448	0,495	0,525	0,295	0
	N	106	186	217	186	188
place0608 Rast plač 06/08	Pearson Correlation	0,001	-0,063	0,131	-,154	-,255
	Sig. (2-tailed)	0,988	0,393	0,055	0,036	0
	N	106	186	217	186	188
DV_zap1 F04_k Bruto dodana vrednost na zaposlenega 2008	Pearson Correlation	-0,14	-,170	0,062	0,121	0,049
	Sig. (2-tailed)	0,159	0,022	0,374	0,107	0,514
	N	103	180	209	180	180
O_ROA F_03_k Čista dobičkovnost sredstev (ROA)	Pearson Correlation	-0,029	0,137	-0,066	0,001	0,055
	Sig. (2-tailed)	0,766	0,059	0,324	0,992	0,45
	N	109	191	224	191	193

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

Med posameznimi kategorijami stroškov in gospodarskimi rezultati, VTP

		NotrRR / (ZunRR + ZunZn)	(NotrRR + ZunRR + ZunZn) / Stroj	Trg / (NotrRR + ZunRR + Stroj + ZunZn)	Trg / Stroj	Trg / (NotrRR + ZunRR + ZunZn)
partnerji Število področij, kjer ima podjetje partnerstvo	Pearson Correlation	0,043	0,019	-0,105	0,128	-0,105
	Sig. (2-tailed)	0,705	0,841	0,235	0,18	0,257
	N	81	111	129	111	119
NotrRR / (ZunRR + ZunZn)	Pearson Correlation	1	-0,042	-0,025	-0,049	-0,038
	Sig. (2-tailed)		0,724	0,825	0,681	0,737
	N	81	72	81	72	81
(NotrRR + ZunRR + ZunZn) / Stroj	Pearson Correlation	-0,042	1	-0,028	,265**	-0,042
	Sig. (2-tailed)	0,724		0,77	0,005	0,677
	N	72	111	111	111	101
Trg / (NotrRR + ZunRR + Stroj + ZunZn)	Pearson Correlation	-0,025	-0,028	1	,878*	,973*
	Sig. (2-tailed)	0,825	0,77		0	0
	N	81	111	129	111	119
Trg / Stroj	Pearson Correlation	-0,049	,265**	,878**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	0,681	0,005	0		0
	N	72	111	111	111	101
Trg / (NotrRR + ZunRR + ZunZn)	Pearson Correlation	-0,038	-0,042	,973*	,832*	1
	Sig. (2-tailed)	0,737	0,677	0	0	
	N	81	101	119	101	119
kap0607 Rast kapitala 07/06	Pearson Correlation	-0,059	0,006	0,039	0,083	0,03
	Sig. (2-tailed)	0,608	0,953	0,664	0,389	0,747
	N	79	109	125	109	115
kap0708 Rast kapitala 08/07	Pearson Correlation	-0,031	0,02	0,009	0,016	-0,031
	Sig. (2-tailed)	0,785	0,835	0,92	0,871	0,74
	N	78	108	124	108	114
kap0608 Povprečna rast kapitala 08/06	Pearson Correlation	-0,054	0,019	0,026	0,051	0,003
	Sig. (2-tailed)	0,638	0,843	0,777	0,598	0,973
	N	79	109	125	109	115
zap0608 D_00_b Indeks rasti števila zaposlenih 06- 08	Pearson Correlation	-0,07	-0,05	-0,045	-0,04	-0,005
	Sig. (2-tailed)	0,538	0,608	0,619	0,677	0,959
	N	79	109	125	109	115
prih0607 F_04_d Rast čistih prihodkov 07/06 (%)	Pearson Correlation	-0,044	-0,007	-0,027	0,02	-0,024
	Sig. (2-tailed)	0,695	0,938	0,763	0,832	0,798
	N	80	110	127	110	117
prih0708 F_04_d Rast čistih prihodkov 08/07 (%)	Pearson Correlation	-0,07	-0,064	0,009	0,092	0,048
	Sig. (2-tailed)	0,542	0,51	0,922	0,342	0,609
	N	79	109	125	109	115
prih0608 F_04_d Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	Pearson Correlation	-0,045	-0,017	0,032	-0,001	0,008
	Sig. (2-tailed)	0,692	0,862	0,72	0,99	0,929
	N	80	110	127	110	117
prihzap0608 Povprečna	Pearson Correlation	-0,043	-0,039	0,05	,193*	0,074

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		0,708	0,686	0,583	0,045	0,433
		79	108	124	108	115
SP_€ V3.4: A. Čisti prihodki od prodaje 2006 (EUR)	Pearson Correlation	-0,065	0,02	-0,036	0,121	-0,045
	Sig. (2-tailed)	0,567	0,837	0,683	0,204	0,624
	N	81	111	129	111	119
prihzap08 Čisti prihodki na zaposlenega 08	Pearson Correlation	-0,105	-0,042	-0,048	-0,011	-0,05
	Sig. (2-tailed)	0,359	0,666	0,596	0,912	0,599
	N	79	108	124	108	115
sred0607	Pearson Correlation	-0,132	-0,111	0,106	0,111	0,124
	Sig. (2-tailed)	0,242	0,248	0,236	0,247	0,183
	N	80	110	127	110	117
sred0708	Pearson Correlation	-0,05	-0,076	-0,027	0,009	-0,016
	Sig. (2-tailed)	0,664	0,435	0,769	0,928	0,869
	N	79	109	125	109	115
sred0608	Pearson Correlation	-0,108	-0,118	0,038	0,069	0,055
	Sig. (2-tailed)	0,34	0,22	0,674	0,477	0,557
	N	80	110	127	110	117
O_ROE06 F_03_j Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	Pearson Correlation	-0,03	-0,073	-0,063	-0,042	-0,063
	Sig. (2-tailed)	0,792	0,446	0,477	0,662	0,499
	N	81	110	128	110	118
ROE07 ROE 07	Pearson Correlation	-0,114	-0,015	0	-0,006	0,006
	Sig. (2-tailed)	0,319	0,878	0,998	0,95	0,953
	N	78	107	123	107	113
ROE08	Pearson Correlation	-0,022	-0,046	-0,033	-0,069	-0,029
	Sig. (2-tailed)	0,847	0,636	0,714	0,474	0,758
	N	79	109	125	109	115
roe0607 Rast ROE 06/07	Pearson Correlation	-0,079	-0,017	-0,034	0,04	-0,036
	Sig. (2-tailed)	0,491	0,86	0,714	0,687	0,706
	N	78	106	122	106	112
roe0608 Rast ROE 06/08	Pearson Correlation	-0,073	-,235	-0,029	-0,03	-0,044
	Sig. (2-tailed)	0,524	0,015	0,751	0,759	0,643
	N	78	107	123	107	113
roe0708 Rast ROE 07/08	Pearson Correlation	-0,018	-,334	-0,003	-0,091	-0,026
	Sig. (2-tailed)	0,879	0	0,972	0,351	0,787
	N	78	107	123	107	113
place0607 Rast plač 06/07	Pearson Correlation	-0,153	-0,045	-0,088	-0,029	-0,025
	Sig. (2-tailed)	0,175	0,639	0,325	0,765	0,787
	N	80	110	127	110	117
place0608 Rast plač 06/08	Pearson Correlation	-0,102	-0,066	-0,071	-0,022	-0,029
	Sig. (2-tailed)	0,367	0,496	0,431	0,818	0,755
	N	80	110	127	110	117
DV_zap1 F04_k Bruto dodana vrednost na zaposlenega 2008	Pearson Correlation	-0,078	-0,04	0,001	0,015	0,001
	Sig. (2-tailed)	0,493	0,682	0,996	0,879	0,989
	N	79	108	124	108	115
O_ROA F_03_k Čista dobičkovnost sredstev (ROA)	Pearson Correlation	-0,052	-0,132	-0,154	0,005	-0,134
	Sig. (2-tailed)	0,643	0,167	0,082	0,962	0,145
	N	81	111	129	111	119

ed posameznimi kategorijami stroškov in
GOSPODARSKIMI REZULTATI, SNVZ

		NotrRR / (ZunRR + ZunZn)	(NotrRR + ZunRR + ZunZn) / Stroj	Trg / (NotrRR + ZunRR + Stroj + ZunZn)	Trg / Stroj	Trg / (NotrRR + ZunRR + ZunZn)
partnerji Število področij, kjer ima podjetje partnerstvo	Pearson Correlation	,521	0,096	-0,156	-0,182	-0,149
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,585	0,261	0,296	0,339
	N	31	35	54	35	43
NotrRR / (ZunRR + ZunZn)	Pearson Correlation	1	-0,135	-0,112	0,233	-0,107
	Sig. (2-tailed)		0,58	0,548	0,337	0,568
	N	31	19	31	19	31
(NotrRR + ZunRR + ZunZn) / Stroj	Pearson Correlation	-0,135	1	-0,107	-0,096	-0,157
	Sig. (2-tailed)	0,58		0,542	0,582	0,463
	N	19	35	35	35	24
Trg / (NotrRR + ZunRR + Stroj + ZunZn)	Pearson Correlation	-0,112	-0,107	1	,980	,509
	Sig. (2-tailed)	0,548	0,542		0	0
	N	31	35	54	35	43
Trg / Stroj	Pearson Correlation	0,233	-0,096	,980	1	,716
	Sig. (2-tailed)	0,337	0,582	0		0
	N	19	35	35	35	24
Trg / (NotrRR + ZunRR + ZunZn)	Pearson Correlation	-0,107	-0,157	,509	,716	1
	Sig. (2-tailed)	0,568	0,463	0	0	
	N	31	24	43	24	43
kap0607 Rast kapitala 07/06	Pearson Correlation	-0,196	0,049	-0,018	-0,034	,349
	Sig. (2-tailed)	0,308	0,787	0,902	0,851	0,025
	N	29	33	51	33	41
kap0708 Rast kapitala 08/07	Pearson Correlation	-0,103	0,122	0,014	0,018	-0,024
	Sig. (2-tailed)	0,594	0,507	0,926	0,921	0,881
	N	29	32	50	32	41
kap0608 Povprečna rast kapitala 08/06	Pearson Correlation	-0,19	0,108	-0,002	-0,008	0,171
	Sig. (2-tailed)	0,323	0,55	0,989	0,967	0,284
	N	29	33	51	33	41
zap0608 D_00_b Indeks rasti števila zaposlenih 06- 08	Pearson Correlation	-0,022	0,192	0,071	-0,013	-0,046
	Sig. (2-tailed)	0,904	0,277	0,615	0,94	0,77
	N	31	34	53	34	43
prih0607 F_04_d Rast čistih prihodkov 07/06 (%)	Pearson Correlation	-0,199	-0,011	-0,044	-0,171	-0,098
	Sig. (2-tailed)	0,282	0,949	0,752	0,327	0,532
	N	31	35	54	35	43
prih0708 F_04_d Rast čistih prihodkov 08/07 (%)	Pearson Correlation	0,146	0,205	-0,078	-0,038	-0,108
	Sig. (2-tailed)	0,435	0,245	0,578	0,829	0,49
	N	31	34	53	34	43
prih0608 F_04_d Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	Pearson Correlation	-0,199	-0,065	-0,059	-0,149	-0,098
	Sig. (2-tailed)	0,282	0,712	0,67	0,393	0,532
	N	31	35	54	35	43
prihzap0608 Povprečna	Pearson Correlation	0,03	-0,004	-0,179	-0,163	-0,153

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		0,871	0,981	0,2	0,358	0,328
		31	34	53	34	43
SP_€ V3.4: A. Čisti prihodi od prodaje 2006 (EUR)	Pearson Correlation	-0,122	0,058	0,209	0,237	,357
	Sig. (2-tailed)	0,512	0,742	0,13	0,171	0,019
	N	31	35	54	35	43
prihzap08 Čisti prihodi na zaposlenega 08	Pearson Correlation	-0,165	0,042	,320	,363	,679
	Sig. (2-tailed)	0,376	0,815	0,02	0,035	0
	N	31	34	53	34	43
sred0607	Pearson Correlation	-0,03	-0,013	-0,12	-0,121	-0,129
	Sig. (2-tailed)	0,878	0,943	0,397	0,494	0,421
	N	29	34	52	34	41
sred0708	Pearson Correlation	0,166	0,084	0,08	0,126	-0,095
	Sig. (2-tailed)	0,389	0,641	0,578	0,485	0,555
	N	29	33	51	33	41
sred0608	Pearson Correlation	0,063	0,028	-0,051	-0,035	-0,155
	Sig. (2-tailed)	0,746	0,877	0,72	0,843	0,333
	N	29	34	52	34	41
O_ROE06 F_03_j Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	Pearson Correlation	-0,205	-0,036	0,038	0,041	,340
	Sig. (2-tailed)	0,285	0,839	0,789	0,818	0,03
	N	29	34	52	34	41
ROE07 ROE 07	Pearson Correlation	-0,173	0,164	0,138	0,155	,386
	Sig. (2-tailed)	0,371	0,363	0,335	0,39	0,013
	N	29	33	51	33	41
ROE08	Pearson Correlation	-0,016	-0,08	-0,007	-0,026	0,005
	Sig. (2-tailed)	0,935	0,66	0,961	0,885	0,976
	N	29	33	51	33	41
roe0607 Rast ROE 06/07	Pearson Correlation	0,207	-0,003	-0,02	-0,015	-0,063
	Sig. (2-tailed)	0,281	0,986	0,889	0,935	0,698
	N	29	33	50	33	40
roe0608 Rast ROE 06/08	Pearson Correlation	0,171	0,06	0,036	0,052	-0,019
	Sig. (2-tailed)	0,376	0,739	0,802	0,774	0,907
	N	29	33	50	33	40
roe0708 Rast ROE 07/08	Pearson Correlation	0,107	0,063	0,042	0,057	0,014
	Sig. (2-tailed)	0,579	0,732	0,776	0,756	0,932
	N	29	32	49	32	39
place0607 Rast plač 06/07	Pearson Correlation	-0,147	0,17	0,034	-0,098	-0,163
	Sig. (2-tailed)	0,446	0,337	0,809	0,581	0,309
	N	29	34	52	34	41
place0608 Rast plač 06/08	Pearson Correlation	-0,06	0,209	-0,033	-0,115	-0,263
	Sig. (2-tailed)	0,756	0,236	0,815	0,518	0,097
	N	29	34	52	34	41
DV_zap1 F04_k Bruto dodana vrednost na zaposlenega 2008	Pearson Correlation	-0,081	0,3	-0,058	-0,069	-0,109
	Sig. (2-tailed)	0,664	0,085	0,679	0,698	0,485
	N	31	34	53	34	43
O_ROA F_03_k Čista dobičkovnost sredstev (ROA)	Pearson Correlation	-0,051	0,057	0,002	0,042	-0,073
	Sig. (2-tailed)	0,795	0,75	0,988	0,812	0,648
	N	29	34	52	34	41

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features

ed posameznimi kategorijami stroškov in SVVZ

		NotrRR / (ZunRR + ZunZn)	(NotrRR + ZunRR + ZunZn) / Stroj	Trg / (NotrRR + ZunRR + Stroj + ZunZn)	Trg / Stroj	Trg / (NotrRR + ZunRR + ZunZn)
partnerji Število področij, kjer ima podjetje partnerstvo	Pearson Correlation	0,26	0,311	-0,259	-0,098	-0,276
	Sig. (2-tailed)	0,254	0,195	0,175	0,691	0,155
	N	21	19	29	19	28
NotrRR / (ZunRR + ZunZn)	Pearson Correlation	1	0,271	0,112	0,114	0,008
	Sig. (2-tailed)		0,329	0,629	0,685	0,974
	N	21	15	21	15	21
(NotrRR + ZunRR + ZunZn) / Stroj	Pearson Correlation	0,271	1	-0,087	0,302	-0,168
	Sig. (2-tailed)	0,329		0,722	0,209	0,506
	N	15	19	19	19	18
Trg / (NotrRR + ZunRR + Stroj + ZunZn)	Pearson Correlation	0,112	-0,087	1	,727	,709
	Sig. (2-tailed)	0,629	0,722		0	0
	N	21	19	29	19	28
Trg / Stroj	Pearson Correlation	0,114	0,302	,727	1	,595
	Sig. (2-tailed)	0,685	0,209	0		0,009
	N	15	19	19	19	18
Trg / (NotrRR + ZunRR + ZunZn)	Pearson Correlation	0,008	-0,168	,709	,595	1
	Sig. (2-tailed)	0,974	0,506	0	0,009	
	N	21	18	28	18	28
kap0607 Rast kapitala 07/06	Pearson Correlation	0,124	-0,062	0,021	0,064	-0,066
	Sig. (2-tailed)	0,592	0,799	0,913	0,796	0,739
	N	21	19	29	19	28
kap0708 Rast kapitala 08/07	Pearson Correlation	-0,181	0,111	-0,245	-0,297	-0,264
	Sig. (2-tailed)	0,433	0,652	0,199	0,217	0,174
	N	21	19	29	19	28
kap0608 Povprečna rast kapitala 08/06	Pearson Correlation	0,035	-0,017	-0,084	-0,045	-0,158
	Sig. (2-tailed)	0,881	0,946	0,666	0,856	0,421
	N	21	19	29	19	28
zap0608 D_00_b Indeks rasti števila zaposlenih 06- 08	Pearson Correlation	0,226	-0,104	0,061	0,066	0,192
	Sig. (2-tailed)	0,324	0,673	0,752	0,788	0,327
	N	21	19	29	19	28
prih0607 F_04_d Rast čistih prihodkov 07/06 (%)	Pearson Correlation	-0,139	-0,175	0,083	-0,224	0,05
	Sig. (2-tailed)	0,547	0,475	0,668	0,357	0,799
	N	21	19	29	19	28
prih0708 F_04_d Rast čistih prihodkov 08/07 (%)	Pearson Correlation	-0,036	-0,186	0,02	0,212	,528
	Sig. (2-tailed)	0,876	0,445	0,919	0,383	0,004
	N	21	19	29	19	28
prih0608 F_04_d Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	Pearson Correlation	-0,139	-0,175	0,083	-0,224	0,05
	Sig. (2-tailed)	0,547	0,475	0,668	0,357	0,799
	N	21	19	29	19	28
prihzap0608 Povprečna letna rast čistih prihodkov	Pearson Correlation	-0,267	-0,239	0,008	-0,1	0,318
	Sig. (2-tailed)	0,243	0,325	0,967	0,683	0,099

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

		21	19	29	19	28
oa prodaje 2006 (EUR)	Pearson Correlation	0,051	-0,225	-0,062	-0,077	-0,002
	Sig. (2-tailed)	0,828	0,354	0,75	0,755	0,993
	N	21	19	29	19	28
prihzap08 Čisti prihodki na zaposlenega 08	Pearson Correlation	0,073	-0,127	0,086	0,101	0,315
	Sig. (2-tailed)	0,752	0,604	0,657	0,68	0,102
	N	21	19	29	19	28
sred0607	Pearson Correlation	0,129	-0,421	,789	-0,023	,452
	Sig. (2-tailed)	0,577	0,073	0	0,925	0,016
	N	21	19	29	19	28
sred0708	Pearson Correlation	0,102	-0,216	-0,126	-0,201	0,029
	Sig. (2-tailed)	0,659	0,375	0,514	0,41	0,882
	N	21	19	29	19	28
sred0608	Pearson Correlation	0,134	-0,392	,625	-0,131	,405
	Sig. (2-tailed)	0,562	0,097	0	0,592	0,032
	N	21	19	29	19	28
O_ROE06 F_03_j Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	Pearson Correlation	0,024	0,263	-0,034	,658	0,043
	Sig. (2-tailed)	0,917	0,276	0,862	0,002	0,829
	N	21	19	29	19	28
ROE07 ROE 07	Pearson Correlation	-0,059	-0,101	0,07	0,132	0,063
	Sig. (2-tailed)	0,798	0,68	0,72	0,589	0,749
	N	21	19	29	19	28
ROE08	Pearson Correlation	-0,222	-0,089	-0,072	-0,056	0,001
	Sig. (2-tailed)	0,334	0,718	0,711	0,819	0,994
	N	21	19	29	19	28
roe0607 Rast ROE 06/07	Pearson Correlation	-0,248	-0,257	0,106	-0,242	-0,002
	Sig. (2-tailed)	0,278	0,288	0,584	0,319	0,991
	N	21	19	29	19	28
roe0608 Rast ROE 06/08	Pearson Correlation	-0,036	0,177	0,096	-0,008	0,041
	Sig. (2-tailed)	0,877	0,469	0,621	0,974	0,837
	N	21	19	29	19	28
roe0708 Rast ROE 07/08	Pearson Correlation	0,143	0,334	0,022	0,152	0,046
	Sig. (2-tailed)	0,536	0,162	0,909	0,534	0,817
	N	21	19	29	19	28
place0607 Rast plač 06/07	Pearson Correlation	0,115	0,228	0,143	0,361	0,165
	Sig. (2-tailed)	0,618	0,347	0,46	0,129	0,4
	N	21	19	29	19	28
place0608 Rast plač 06/08	Pearson Correlation	0,016	-0,029	-0,063	-0,133	-0,113
	Sig. (2-tailed)	0,947	0,906	0,746	0,587	0,567
	N	21	19	29	19	28
DV_zap1 F04_k Bruto dodana vrednost na zaposlenega 2008	Pearson Correlation	0,063	-0,223	0,354	,459	,814
	Sig. (2-tailed)	0,785	0,36	0,059	0,048	0
	N	21	19	29	19	28
O_ROA F_03_k Čista dobičkovnost sredstev (ROA)	Pearson Correlation	-0,068	0,406	-0,069	,521	-0,134
	Sig. (2-tailed)	0,77	0,085	0,72	0,022	0,497
	N	21	19	29	19	28

7.11 Priloga 11: Test razlik za upravičenost delitve podjetij v panožne skupine

7.11.1 Predelovalna podjetja

	NTP				VTP				Anova	
	Mean	Median	N	Std. Deviation	Mean	Median	N	Std. Deviation	F	Sig.
INOVACIJSKI DEJAVNIKI										
Exp_mark A_a3_g Indeks internacionalizacije trženja proizvodov	6,7896	8,0000	442	2,13567	7,2473	8,0000	182	1,67179	6,672	0,010
b2 A_b2_0 Kdo je razvil inovacije proizvodov	1,39	1,00	207	,587	1,27	1,00	113	,500	3,433	0,065
c2 A_c2_0 Kdo je razvil inovacije postopkov	1,69	2,00	208	,682	1,55	1,00	115	,625	3,525	0,061
g2 A_g2_0 Kdo je nosilec razvoja organizacijskih inovacij	1,38	1,00	256	,531	1,38	1,00	127	,576	0,002	0,960
PP1 Razvoj inovacij	1,4686	1,3333	303	,51987	1,3867	1,3333	150	,46154	2,683	0,102
CRIM A_x1_a Delež neposrednih stroškov ID v prihodkih od inovacij	,5030	,0828	204	1,95047	,3618	,1077	113	,83037	0,538	0,464
CRIT A_x1_b Delež skupnih stroškov ID v prihodkih od inovacij	,5424	,0930	204	2,01306	,4671	,1339	113	1,02762	0,138	0,711
pe2_1a A_e2_a Stroški notranjih	,0036	,0000	442	,01401	,0109	,0015	182	,02328	23,098	0,000

RR / Čisti prihodi od prodaje 2006	,0004	,0000	442	,00171	,0023	,0000	182	,00678	31,003	0,000
pe2_3 A_e2_c Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/čisti prihodi od prodaje 2006	,0136	,0000	442	,04493	,0154	,0009	182	,04203	0,204	0,651
pe2_4 A_e2_d Stroški pridobitev drugega zunanjega znanja/čisti prihodi od prodaje 2006	,0002	,0000	442	,00111	,0004	,0000	182	,00157	1,461	0,227
pe2_5a A_e2_e Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/čisti prihodi od prodaje 2006	,0178	,0002	442	,05003	,0289	,0083	182	,05203	6,212	0,013
pe2_6 A_e2_f Stroški usposabljanja/čisti prihodi od prodaje 2006	,0006	,0000	442	,00214	,0012	,0001	182	,00511	4,407	0,036
pe2_7a A_e2_g Stroški uvajanja inovacij na trg/čisti prihodi od prodaje 2006	,0007	,0000	442	,00338	,0036	,0000	182	,01833	10,135	0,002
pe2_8a A_e2_h Stroški drugih priprav/čisti prihodi od prodaje 2006	,0002	,0000	442	,00169	,0010	,0000	182	,00505	9,151	0,003
pe2_9a A_e2_i Stroški skupaj / Čisti prihodi od prodaje 2006	,0194	,0006	442	,05182	,0348	,0111	182	,06190	10,162	0,002
pe2_12a A_e2_j Stroški notranjih + zunanjih RR / Čisti prihodi od prodaje 2006	,0040	,0000	442	,01433	,0132	,0023	182	,02666	31,118	0,000
se2_1a A_x2_a Stroški notranjih	,2663	,1111	240	,31969	,3547	,2582	133	,31774	6,569	0,011

/ Celotni inovacijski stroški	0,491	,0000	240	,14867	,0681	,0034	133	,14971	1,395	0,238
se2_3a A_x2_c Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme / Celotni inovacijski stroški	,4998	,5596	240	,38768	,3930	,3115	133	,35900	6,839	0,009
se2_4a A_x2_d Stroški pridobitev drugega znanega znanja / Celotni inovacijski stroški	,0305	,0000	240	,10316	,0156	,0000	133	,04168	2,552	0,111
se2_5a A_x2_e Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/ Celotni inovacijski stroški	,8457	,9507	240	,23627	,8326	,9463	130	,25912	0,241	0,624
se2_6 A_x2_f Stroški usposabljanja/ Celotni inovacijski stroški	,0656	,0134	240	,12503	,0547	,0166	133	,13494	0,611	0,435
se2_7a A_x2_g Stroški uvajanja inovacij na trg / Celotni inovacijski stroški	,0677	,0000	240	,17798	,0735	,0000	133	,16198	0,094	0,760
se2_8a A_x2_h Stroški drugih priprav / Celotni inovacijski stroški	,0212	,0000	240	,08534	,0407	,0000	133	,14084	2,752	0,098
se2_12a A_x2_j Stroški notranjih + zunanjih RR / Celotni inovacijski stroški	,3153	,1508	240	,34389	,4228	,3948	133	,34031	8,411	0,004
pp2 Pomen informacij - strokovna raven	1,9549	2,0000	255	,69264	1,9946	2,0000	138	,67304	0,299	0,585
pp3 Pomen informacij - poslovna raven	3,0557	3,2000	255	,55829	3,1681	3,2000	138	,56374	3,607	0,058

2,7468	2,0000	154	1,99857	3,1485	3,0000	101	1,85680	2,606	0,108
f3_tuj_A_f3_i Partnerji pri ID - tujina									
2,7013	2,0000	154	2,09927	3,3465	3,0000	101	2,69606	4,585	0,033
zap_izobr_67 D_05_k Delež zaposlenih z višjo ali visoko šolo									
10,3942	8,2192	439	8,50528	15,7079	12,3246	180	11,77345	39,364	0,000
zap_izobr_89 D_05_m Delež zaposlenih z magisterijem ali doktoratom									
,3374	,0000	439	,76434	,8766	,2220	180	1,46209	35,869	0,000
zap_teh D_05_p Delež zaposlenih s tehnično izobrazbo med visoko izobraženimi									
47,4028	50,0000	430	24,23261	37,4456	36,2021	180	17,54344	24,914	0,000
zap_soc D_05_r Delež zaposlenih z družboslovno izobrazbo med visoko izobraženimi									
52,5972	50,0000	430	24,23261	62,5544	63,7979	180	17,54344	24,914	0,000
zap_teh_vsi D_05_s Delež zaposlenih z vsaj višjo tehnično izobrazbo									
5,4933	3,9548	439	6,61835	5,9999	4,5235	180	5,85926	0,798	0,372
zap_soc_vsi D_05_t Delež zaposlenih z vsaj višjo družboslovno izobrazbo									
5,2383	4,3860	439	4,11213	10,5846	7,4739	180	8,84335	105,176	0,000
stroski_1vs24									
8,4814	1,5607	114	15,62099	22,6506	5,0000	81	73,77933	3,963	0,048
stroski_124vs3									
5,9152	,2290	197	31,59479	9,8783	,8891	111	39,77832	0,923	0,337
stroski_7vs1234									
,0539	,0000	435	,32133	,4144	,0000	182	3,05134	5,929	0,015
stroski_7vs3									
,2621	,0000	431	1,54423	,7709	,0000	174	3,18072	6,973	0,008
stroski_7vs124									
,6172	,0000	198	3,02737	,8357	,0131	119	4,16701	0,290	0,591
partnerji Število področij, kjer ima									
1,2262	,0000	442	2,00983	2,1319	2,0000	182	2,28717	24,106	0,000

1,4344	1,0000	442	1,57114	2,0549	2,0000	182	1,63432	19,642	0,000
O_Count_Org A_x0_e Nivo organizacijske inovativnosti (vsota g1)	1,0000	442	1,43475	1,7143	1,5000	182	1,49242	7,689	0,006
O_Ind_Act A_x0_c Oblike inoviranja (kompleksni kazalnik)	3,0000	442	2,33298	4,2143	5,0000	182	2,32527	23,380	0,000
INOVATIVCI A_x0_f Število točk pri vseh tipih inovacij (b, c, g)	2,0000	442	2,69217	3,7637	4,0000	182	2,80769	15,112	0,000
FINANČNI REZULTATI									
O_Ind_Earn F_04_e Povprečna rast čistih prihodkov (%)	9,3340	425	31,17872	15,5120	13,0993	181	18,92385	0,278	0,598
O_Ind_Earn_Exp F_04_j Povprečna rast čistih prihodkov na tujih trgih (%)	3,5433	378	189,24358	4,2943	3,7044	172	5,35006	0,481	0,488
kap0607 Rast kapitala 07/06	4,4068	398	70,32406	-3,7269	6,3716	176	82,20801	1,171	0,280
kap0708 Rast kapitala 08/07	1,0995	385	74,97683	-,4222	3,5306	174	118,42469	0,123	0,726
kap0608 Povprečna rast kapitala 08/06	2,2579	403	51,80858	-2,1995	4,1399	176	73,50425	0,717	0,397
zap0608 D_00_b Indeks rasti števila zaposlenih 06-08	-3,7736	395	22,45778	4,6060	2,5513	176	27,74096	18,144	0,000
prih0607 F_04_d Rast čistih prihodkov 07/06 (%)	7,7656	413	19,66989	13,9933	13,1798	179	20,23933	8,337	0,004

prih0608 F_04_d Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	1,8391	,0144	394	21,20528	5,1910	6,1092	176	27,22690	4,855	0,028
prih0608 Povprečna letna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08	11,30624	6,82241	393	32,410899	7,76271	7,27029	175	13,911544	1,932	0,165
SP_€ V3.4: A. Čisti prihodki od prodaje 2006 (EUR)	20.990.885	8.601.054	428	41.060.559	42.403.384	13.046.838	182	117.096.219	11,118	0,001
prih0608 Čisti prihodki na zaposlenega 08	194.671	78.951	394	1.706.449	117.281	87.054	175	87.183	0,359	0,549
sred0607	10,2592	6,2907	406	24,36985	11,0684	9,7496	178	21,60702	0,146	0,703
sred0708	4,8727	2,2212	387	27,46711	8,2907	5,5062	175	26,17726	1,921	0,166
sred0608	7,2829	4,7508	406	19,06785	9,5840	7,9947	178	18,10454	1,858	0,173
O_ROE06 F_03_j Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	,11212	,06282	413	,703080	-,17694	,09396	180	4,429032	1,666	0,197
ROE07 ROE 07	,0807	,0670	369	1,64976	,0684	,0983	171	,69293	0,009	0,925
ROE08	,00261	,03315	389	1,449283	,17085	,06658	175	,766803	2,093	0,149
roe0607 Rast ROE 06/07	56,8839	-20,5587	359	509,98141	66,2037	-11,8161	169	603,03474	0,034	0,854
roe0608 Rast ROE 06/08	-21,3012	-15,7948	367	398,45389	29,9781	-6,9536	170	367,21953	2,020	0,156
roe0708 Rast ROE 07/08	-93,0157	-37,3747	366	586,47115	-4,8704	-22,3639	170	425,58252	3,084	0,080
place0607 Rast plač 06/07	6,1765	5,4795	408	19,56930	9,9778	9,2804	178	14,23087	5,455	0,020
place0608 Rast plač 06/08	4,8381	5,1723	408	14,96714	8,7907	8,3489	178	14,66500	8,749	0,003

	SNVZ				SVVZ				Anova	
	Mean	Median	N	Std. Deviation	Mean	Median	N	Std. Deviation	F	Sig.
b2 A_b2_0 Kdo je razvil inovacije proizvodov	1,25	1,00	28	,441	1,81	2,00	31	,749	11,755	0,001
c2 A_c2_0 Kdo je razvil inovacije postopkov	1,65	2,00	26	,629	1,89	2,00	53	,670	2,195	0,143
g2 A_g2_0 Kdo je nosilec razvoja organizacijskih inovacij	1,24	1,00	34	,431	1,50	1,00	82	,593	5,546	0,020
PP1 Razvoj inovacij	1,3902	1,0000	41	,48535	1,6580	2,0000	96	,58708	6,594	0,011
Exp_mark A_a3_g Indeks internacionalizacije trženja proizvodov	5,5500	6,5000	60	2,63886	4,2809	3,0000	178	3,06240	8,237	0,004
CRIM A_x1_a Delež neposrednih stroškov ID v prihodkih od inovacij	,5045	,1174	26	1,05580	,2508	,0178	30	,39353	1,496	0,227
CRIT A_x1_b Delež skupnih stroškov ID v prihodkih od inovacij	,5674	,1554	26	1,07167	,3970	,0308	30	,81786	0,454	0,503
pe2_1a A_e2_a Stroški notranjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	,0086	,0000	60	,02313	,0003	,0000	178	,00158	22,867	0,000
pe2_2a A_e2_b Stroški zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	,0016	,0000	60	,00556	,0002	,0000	178	,00112	10,035	0,002
pe2_3 A_e2_c Stroški pridobitev strojev, opreme in programske opreme/čisti prihodki od prodaje	,0058	,0000	60	,02551	,0042	,0000	178	,02883	0,143	0,706

pe2_4 A_e2_d Stroški pridobitev drugega zunanega znanja/čisti prihodki od prodaje 2006	,0005	,0000	60	,00143	,0002	,0000	178	,00141	2,446	0,119
pe2_5a A_e2_e Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/čisti prihodki od prodaje 2006	,0166	,0000	60	,03743	,0050	,0000	178	,02902	6,169	0,014
pe2_6 A_e2_f Stroški usposabljanja/čisti prihodki od prodaje 2006	,0012	,0000	60	,00382	,0002	,0000	178	,00076	10,920	0,001
pe2_7a A_e2_g Stroški uvajanja inovacij na trg/čisti prihodki od prodaje 2006	,0007	,0000	60	,00221	,0002	,0000	178	,00222	2,615	0,107
pe2_8a A_e2_h Stroški drugih priprav/čisti prihodki od prodaje 2006	,0003	,0000	60	,00135	,0003	,0000	178	,00301	0,031	0,861
pe2_9a A_e2_i Stroški skupaj / Čisti prihodki od prodaje 2006	,0188	,0000	60	,03839	,0057	,0000	178	,02929	7,586	0,006
pe2_12a A_e2_j Stroški notranjih + zunanjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	,0102	,0000	60	,02564	,0005	,0000	178	,00197	25,273	0,000
se2_1a A_x2_a Stroški notranjih RR / Celotni inovacijski stroški	,3267	,2151	29	,31169	,2017	,0393	56	,32503	2,904	0,092
se2_2a A_x2_b Stroški zunanjih RR / Celotni inovacijski stroški	,1227	,0000	29	,22722	,1332	,0000	56	,25862	0,034	0,854

44	se2_4a A_x2_d Stroški pridobitev drugega zunanjega znanja / Celotni inovacijski stroški	,1153	29	,32057	,4130	,2980	56	,41112	1,832	0,180
	se2_5a A_x2_e Skupni znesek izdatkov (4 kategorije)/ Celotni inovacijski stroški	,0000	29	,06913	,0653	,0000	56	,19410	0,299	0,586
	se2_6 A_x2_f Stroški usposabljanja/ Celotni inovacijski stroški	,9146	29	,25883	,8098	,9571	55	,26470	0,123	0,727
	se2_7a A_x2_g Stroški uvajanja inovacij na trg / Celotni inovacijski stroški	,0286	29	,20357	,0946	,0025	56	,17961	0,196	0,659
	se2_8a A_x2_h Stroški drugih priprav / Celotni inovacijski stroški	,0000	29	,16702	,0465	,0000	56	,15584	0,796	0,375
	se2_12a A_x2_j Stroški notranjih + zunanjih RR / Celotni inovacijski stroški	,0000	29	,04801	,0457	,0000	56	,16306	0,770	0,383
	pp2 Pomen informacij - strokovna raven	,3472	29	,33849	,3349	,1528	56	,38352	1,839	0,179
	pp3 Pomen informacij - poslovna raven	2,0000	33	,78817	2,0444	2,0000	62	,75819	0,010	0,922
	f3_slo A_f3_h Partnerji pri ID - Slovenija	3,0000	33	,58666	2,7774	2,8000	62	,53483	1,711	0,194
	f3_tuj A_f3_i Partnerji pri ID - tujina	3,0000	25	2,09603	2,9032	2,0000	31	2,15027	0,532	0,469
		1,0000	25	3,13422	,9677	,0000	31	1,51622	4,754	0,034

95	44,0604	60	20,39093	20,9356	17,6471	178	16,86206	58,264	0,000
zap_izobr_89 D_05_m Delež zaposlenih z magisterijem ali doktoratom	1,9854	60	4,42558	1,2873	,0000	178	3,05553	20,290	0,000
zap_teh D_05_p Delež zaposlenih s tehnično izobrazbo med visoko izobraženimi	40,0000	60	23,26028	52,3129	50,3731	174	27,36922	4,135	0,043
zap_soc D_05_r Delež zaposlenih z družboslovno izobrazbo med visoko izobraženimi	60,0000	60	23,26028	47,6871	49,6269	174	27,36922	4,135	0,043
zap_teh_vsi D_05_s Delež zaposlenih z vsaj višjo tehnično izobrazbo	16,2281	60	16,59912	11,0094	7,6296	178	9,69242	25,540	0,000
zap_soc_vsi D_05_t Delež zaposlenih z vsaj višjo družboslovno izobrazbo	20,4164	60	18,93660	11,2135	6,8028	178	14,10917	35,289	0,000
stroski_1vs24	2,0408	21	3,47964	1,0848	,2726	31	2,00729	6,249	0,016
stroski_124vs3	,5385	19	2,81558	1,0700	,0770	35	2,25465	1,876	0,177
stroski_7vs1234	,0000	60	,45054	,0149	,0000	177	,08870	6,364	0,012
stroski_7vs3	,0000	55	,36270	,0104	,0000	173	,07876	7,469	0,007
stroski_7vs124	,0000	28	1,37837	,1841	,0000	43	,78163	1,048	0,310
partnerji Število področij, kjer ima podjetje partnerstvo	,0000	60	2,11104	,4944	,0000	178	1,35816	16,985	0,000
O_Intd_Proc A_c1_a Podjetje je uvedlo vsaj en nov postopek	,0000	60	,49972	,2978	,0000	178	,45856	3,747	0,054

72	2,00	60	,454	1,93	2,00	178	,251	21,122	0,000
O_intd_Serv A_b1_2 Uvedli vsaj eno novo storitev									
1,58	2,00	60	,497	1,87	2,00	178	,343	23,798	0,000
O_Intd_Prod A_b1_a Uvedli vsaj en nov izdelek ali storitev									
1,53	2,00	60	,503	1,83	2,00	178	,380	22,354	0,000
O_Intd_Prod_Mkt A_b4_1 Inovacije proizvodov so nove na tržišču podjetja									
1,29	1,00	28	,460	1,58	2,00	31	,502	5,500	0,023
O_Intd_Prod_Cmp A_b4_2 Inovacije proizvodov so nove te za podjetje									
1,32	1,00	28	,476	1,10	1,00	31	,301	4,800	0,033
Rll A_b5_a Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih									
6,12	,00	60	13,208	4,26	,00	178	16,670	0,615	0,434
RMI A_b5_b Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij									
20,81	,00	60	36,680	4,38	,00	178	17,489	21,397	0,000
O_Indx_Intd_Prod A_b5_c Indeks vodilnosti									
,0564	,0000	59	,41637	,0042	,0000	177	,03029	2,754	0,098
O_Count_Tech A_x0_d Nivo tehnološke inovativnosti (vsota b1, c1 in d1)									
1,3167	1,0000	60	1,46706	,4944	,0000	178	,96403	24,567	0,000
O_Count_Org A_x0_e Nivo organizacijske inovativnosti (vsota g1)									
1,4333	1,0000	60	1,52234	,9888	,0000	178	1,29313	4,837	0,029
O_Ind_Act A_x0_c Oblike inoviranja (kompleksni kazalnik)									
3,5833	4,0000	60	2,49264	2,1573	1,0000	178	1,88001	21,706	0,000

67	2,0000	60	2,83616	1,6461	1,0000	178	2,03181	14,185	0,000
O_Ind_Earn F_04_e Povprečna rast čistih prihodkov (%)	19,2458	58	23,77646	19,5012	8,6775	177	44,03843	0,002	0,966
O_Ind_Earn_Exp F_04_j Povprečna rast čistih prihodkov na tujih trgih (%)	23,5881	42	99,64962	47,4758	3,6075	116	458,91450	0,111	0,739
kap0607 Rast kapitala 07/06	27,6482	53	49,72881	13,1811	5,4701	163	56,00918	2,813	0,095
kap0708 Rast kapitala 08/07	2,2297	54	51,39348	4,8465	2,1195	157	64,16050	0,074	0,787
kap0608 Povprečna rast kapitala 08/06	14,4129	54	43,45334	9,1860	4,5186	163	43,56529	0,584	0,445
zap0608 D_00_b Indeks rasti števila zaposlenih 06-08	3,9217	57	20,42644	4,6551	1,7899	164	23,47213	0,044	0,834
prih0607 F_04_d Rast čistih prihodkov 07/06 (%)	23,0477	57	75,54387	11,3472	8,5887	170	21,14076	3,328	0,069
prih0708 F_04_d Rast čistih prihodkov 08/07 (%)	8,0497	57	38,25761	9,3114	8,0525	164	20,80858	0,097	0,756
prih0608 F_04_d Povprečna rast čistih prihodkov 08/06 (%)	2,0674	57	1,57619	1,8727	1,7751	170	,50653	1,995	0,159
prihzap0608 Povprečna letna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08	8,79618	57	19,300025	10,01887	6,78128	164	16,586520	0,211	0,647
SP_€ V3.4: A. Čisti prihodki od prodaje 2006 (EUR)	10.702.875	58	74.553.119	35.805.055	11.634.217	171	75.801.013	0,046	0,831
prihzap08 Čisti prihodki na zaposlenega 08	101.071	57	133.944	240.570	129.044	164	333.339	3,526	0,062

sred0608	10,2477	62	13,1425	55	23,95426	15,2672	9,4685	166	28,45588	0,068	0,795
O_ROE06 F_03_j dobičkovnost kapitala (ROE)	,03363	92	4,9152	55	28,92074	7,5425	5,8534	160	19,53131	0,119	0,730
ROE07 ROE 07	,1995		9,2421	55	19,97263	11,5767	8,1411	166	19,61383	0,188	0,665
ROE08	,28921		,12024	55	,739954	-,99929	,06214	167	14,569068	0,275	0,600
roe0607 Rast ROE 06/07	40,7307		,1498	55	,20366	,1907	,0792	158	,78522	0,007	0,934
roe0608 Rast ROE 06/08	11,8191		,12383	55	,931966	,09254	,05680	160	,415512	4,535	0,034
roe0708 Rast ROE 07/08	-18,1119		-6,5613	54	189,37539	29,0728	-15,3870	152	300,91015	0,071	0,790
place0607 Rast plač 06/07	9,6422		4,0901	55	192,65708	-9,6740	-5,7985	154	364,78805	0,173	0,678
place0608 Rast plač 06/08	9,8588		-14,7782	55	346,40426	-47,0528	-24,5020	152	682,59736	0,090	0,764
DV_zap1 F04_k Bruto dodana vrednost na zaposlenega 2008	63,415		9,7630	55	15,24443	8,9187	7,0828	166	16,27202	0,084	0,772
O_ROA F_03_k Čista dobičkovnost sredstev (ROA)	,05827		10,9119	55	12,28034	9,3447	8,4841	166	12,74285	0,068	0,794
			50.608	56	57.678	48.786	34.034	164	40.527	4,321	0,039
			,04826	56	,105976	,01752	,01502	167	,095320	7,242	0,008

odeli

7.12.1 Nizko in srednje-nizko tehnološki predelovalci, RII

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,278 ^a	,078	,073	22,273	,078	17,065	1	203	,000
2	,377 ^b	,142	,133	21,534	,064	15,172	1	202	,000
3	,428 ^c	,183	,171	21,066	,041	10,072	1	201	,002
4	,430 ^d	,185	,169	21,093	,002	,493	1	200	,483

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1												
(Constant)	10,298	2,046			5,032	,000						
Af4_b Pomen partnerstva s kupci	,316	,077	,278		4,131	,000	,278	,278	,278	1,000	1,000	
2												
(Constant)	5,560	2,322			2,394	,018						
Af4_b Pomen partnerstva s kupci	,297	,074	,262		4,006	,000	,278	,271	,261	,996	1,004	
A_f4_d Pomen partnerstva z RR ustanovami	,285	,073	,254		3,895	,000	,272	,264	,254	,996	1,004	
3												
(Constant)	,980	2,692			,364	,716						
Af4_b Pomen partnerstva s kupci	,292	,073	,257		4,022	,000	,278	,273	,256	,995	1,005	
A_f4_d Pomen partnerstva z RR ustanovami	,315	,072	,281		4,361	,000	,272	,294	,278	,979	1,022	
Af4_e Pomen partnerstva z dobavitelji	,179	,056	,204		3,174	,002	,171	,218	,202	,983	1,017	

ološki predelovalci, RMI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,266 ^a	,071	,066	34,709	,071	15,440	1	203	,000
2	,375 ^b	,140	,132	33,463	,070	16,402	1	202	,000
3	,381 ^c	,145	,132	33,458	,005	1,066	1	201	,303

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1												
(Constant)	17,545	3,228			5,435	,000						
Af4_e Pomen partnerstva z dobavitelji	,363	,092	,266		3,929	,000	,266	,266	,266	,266	1,000	1,000
2												
(Constant)	9,379	3,708			2,529	,012						
Af4_e Pomen partnerstva z dobavitelji	,408	,090	,299		4,551	,000	,266	,305	,297	,984	,984	1,016
A_f4_c Pomen partnerstva z javnimi RR ustanovami	,687	,170	,266		4,050	,000	,229	,274	,264	,984	,984	1,016
3												
(Constant)	9,377	3,708			2,529	,012						
Af4_e Pomen partnerstva z dobavitelji	,399	,090	,293		4,430	,000	,266	,298	,289	,975	,975	1,026
A_f4_c Pomen partnerstva z javnimi RR ustanovami	,647	,174	,251		3,714	,000	,229	,253	,242	,934	,934	1,070
pe2_7a A_e2_g Stroški uvajanja inovacij na trg/čisti prihodki od prodaje 2006	600,770	581,909	,069		1,032	,303	,143	,073	,067	,945	,945	1,058

Modeloški predelovalci, RII

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,234 ^a	,055	,046	23,218	,055	6,557	1	113	,012
2	,315 ^b	,099	,083	22,766	,044	5,528	1	112	,020
3	,421 ^c	,177	,155	21,854	,078	10,548	1	111	,002

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-5,774	10,921		-5,529	,598						
	f1_1 A_f1_1 Pomen notranjih informacij	7,763	3,032	,234	2,561	,012	,234	,234	,234	1,000	1,000	1,000
2	(Constant)	-30,802	15,099		-2,040	,044						
	f1_1 A_f1_1 Pomen notranjih informacij	8,043	2,975	,243	2,703	,008	,234	,247	,242	,998	,998	1,002
	g3_1 A_g3_1 Učinek org. inovacij je skrajšan čas za odziv na potrebe strank ali dobaviteljev	6,777	2,882	,211	2,351	,020	,201	,217	,211	,998	,998	1,002
3	(Constant)	-36,503	14,600		-2,500	,014						
	f1_1 A_f1_1 Pomen notranjih informacij	7,447	2,862	,225	2,602	,011	,234	,240	,224	,994	,994	1,006
	g3_1 A_g3_1 Učinek org. inovacij je skrajšan čas za odziv na potrebe strank ali dobaviteljev	7,725	2,782	,241	2,777	,006	,201	,255	,239	,987	,987	1,013
	zap_izobr_89 D_05_m Delež zaposlenih z magisterijem ali doktoratom	3,969	1,222	,282	3,248	,002	,271	,295	,280	,984	,984	1,016

Modeli inološki predelovalci, RMI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,265 ^a	,070	,061	33,494	,070	7,341	1	97	,008
2	,302 ^b	,091	,073	33,284	,021	2,227	1	96	,139

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1												
(Constant)	27,400	3,608			7,593	,000						
se2_4a A_x2_d Stroški pridobitev drugega zunanjsega znanja / Celotni inovacijski stroški	197,546	72,910	,265		2,709	,008	,265	,265	,265	1,000	1,000	1,000
2												
(Constant)	21,399	5,388			3,971	,000						
se2_4a A_x2_d Stroški pridobitev drugega zunanjsega znanja / Celotni inovacijski stroški	205,371	72,642	,276		2,827	,006	,265	,277	,275	,995	,995	1,005
A_f4_d Pomen partnerstva z RR ustanovami	,195	,131	,146		1,492	,139	,126	,151	,145	,995	,995	1,005

Model Summary

Model	R Square				Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
	R	R Square	Adjusted R Square			R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,362 ^a	,131	,101		24,664	,131	4,385	1	29	,045
2	,510 ^b	,260	,207		23,167	,129	4,869	1	28	,036
3	,527 ^c	,277	,197		23,316	,017	,644	1	27	,429

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,638	4,889			1,358	,185					
pe2_6 A_e2_f Stroški usposabljanja/čisti prihodki od prodaje 2006	6458,540	3084,309	,362		2,094	,045	,362	,362	1,000	1,000	1,000
2 (Constant)	55,100	22,438			2,456	,021					
pe2_6 A_e2_f Stroški usposabljanja/čisti prihodki od prodaje 2006	6159,984	2900,258	,346		2,124	,043	,362	,373	,345	,998	1,002
f1_2 A_f1_2 Pomen informacij od dobaviteljev opreme, materialov ali programske opreme	-14,813	6,713	-,359		-2,207	,036	-,375	-,385	-,359	,998	1,002
3 (Constant)	48,238	24,147			1,998	,056					
pe2_6 A_e2_f Stroški usposabljanja/čisti prihodki od prodaje 2006	5362,006	3083,624	,301		1,739	,093	,362	,317	,284	,894	1,119
f1_2 A_f1_2 Pomen informacij od dobaviteljev opreme, materialov ali programske opreme	-13,392	6,984	-,325		-1,917	,066	-,375	-,346	-,314	,934	1,071
A_f4_c Pomen partnerstva z javnimi RR ustanovami	,211	,263	,143		,802	,429	,323	,153	,131	,838	1,194

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,385 ^a	,148	,135	17,221	,148	11,152	1	64	,001
2	,485 ^b	,235	,211	16,451	,087	7,125	1	63	,010
3	,514 ^c	,264	,228	16,265	,029	2,456	1	62	,122

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics			
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2,413	2,273	1,061	,292							
	pe2_1a A_e2_a Stroški notranjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	4533,582	1357,595	3,339	,001	,385	,385	,385	1,000	1,000	1,000	1,000
2	(Constant)	,600	2,275	,264	,793							
	pe2_1a A_e2_a Stroški notranjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	3183,717	1392,047	2,287	,026	,385	,277	,252	,868	,868	1,152	1,152
	A_f4_c Pomen partnerstva z javnimi RR ustanovami	,427	,160	2,669	,010	,414	,319	,294	,868	,868	1,152	1,152
3	(Constant)	,957	2,261	,423	,674							
	pe2_1a A_e2_a Stroški notranjih RR / Čisti prihodki od prodaje 2006	4728,057	1692,692	2,793	,007	,385	,334	,304	,574	,574	1,743	1,743
	A_f4_c Pomen partnerstva z javnimi RR ustanovami	,410	,158	2,585	,012	,414	,312	,282	,864	,864	1,158	1,158
	Af4_b Pomen partnerstva s kupci	-,290	,185	-1,567	,122	,076	-,195	-,171	,643	,643	1,555	1,555

znanja, RII

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,412 ^a	,169	,148	14,037	,169	7,955	1	39	,008
2	,557 ^b	,310	,274	12,962	,141	7,741	1	38	,008

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	Zero-order			Partial	Part	Tolerance	VIF		
1												
(Constant)	7,175	2,281			3,146	,003						
stroski_7vs1234	11,588	4,109	,412	,412	2,820	,008	,412	,412	,412	,412	1,000	1,000
2												
(Constant)	1,463	2,941			,497	,622						
stroski_7vs1234	13,074	3,831	,464	,464	3,412	,002	,412	,484	,460	,460	,981	1,020
partnerji Število področij, kjer ima podjetje partnerstvo	2,555	,918	,379	,379	2,782	,008	,314	,411	,375	,375	,981	1,020

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,433 ^a	,187	,152	40,787	,187	5,305	1	23	,031
2	,478 ^b	,228	,158	40,642	,041	1,165	1	22	,292
3	,496 ^c	,246	,138	41,118	,018	,494	1	21	,490

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,766	17,623		,214	,833					
	f1_6_A_f1_6 Pomen informacij z univerz	16,971	7,369	,433	2,303	,031	,433	,433	,433	1,000	1,000
2	(Constant)	-8,789	21,063		-,417	,681					
	f1_6_A_f1_6 Pomen informacij z univerz	17,901	7,393	,457	2,421	,024	,433	,459	,454	,986	1,014
	Af4_b Pomen partnerstva s kupci	,511	,474	,204	1,079	,292	,150	,224	,202	,986	1,014
3	(Constant)	-9,150	21,316		-,429	,672					
	f1_6_A_f1_6 Pomen informacij z univerz	12,664	10,559	,323	1,199	,244	,433	,253	,227	,495	2,021
	Af4_b Pomen partnerstva s kupci	,664	,526	,264	1,262	,221	,150	,265	,239	,818	1,223
	A_f4_c Pomen partnerstva z javnimi RR ustanovami	,473	,673	,203	,703	,490	,327	,152	,133	,431	2,322

Poleg predstavljenega osrednjega dela projekta smo dodatno uporabili podatke za dve zanimivi analizi, ki interdisciplinarno obravnavata področje inoviranja v povezavi z drugima temama. Prva je povezana z varnostjo informacijskih sistemov, druga pa s turističnim sektorjem. Rezultati obeh so zanimivi in relevantni in so bili že delno publicirani oz. so v fazi recenzije.

7.13.1 Apliciranje raziskave na varnost informacijskih sistemov

7.13.1.1 Kratak opis raziskave izvedene s pomočjo raziskave (podatkov) projekta

Področje inovativnosti smo uspeli interdisciplinarno povezati s področjem varnosti informacijskih sistemov. Osredotočili smo se na tri ključna vprašanja povezana z varnostjo informacijskih sistemov in pa uporabo tehnik inovativnosti za izboljšanje le te. Ta vprašanja se nanašajo na frekvenco predlogov za izboljšanje varnosti informacijskih sistemov, delež realiziranih tovrstnih predlogov in pa oceno škode, ki jo je dotično podjetje utrpelo iz naslova problemov z varnostjo informacijskih sistemov. Nato smo postavili tri hipoteze (navajamo v angleščini):

- Bolj ko je podjetje inovativno, večje je število predlogov za izboljšanje varnosti IS (hipoteza 1, H1).
- Bolj ko je podjetje inovativno, večji je delež predlogov za izboljšanje varnosti IS, ki se realizira v praksi (hipoteza 2, H2).
- Bolj ko je podjetje inovativno, večja je škoda, ki jo je v zadnjih treh letih podjetje utrpelo iz naslova internih in eksternih vdorov v IS (hipoteza 3, H3).

S pomočjo dobljenih podatkov smo uspeli identificirati deset faktorjev, iz katerih smo tvorili kompozitne spremenljivke in preverjali prvenstveno korelacije. Dobili smo sledeče rezultate:

Za predelovalna podjetja:

- H1 moramo zavreči.
- Pri H2 velja, da je število realiziranih predlogov za izboljšanje varnosti IS pozitivno korelirano z številom majhnih inovacij na zaposlenega.
- H3 moramo zavreči.

Za storitvena podjetja:

- H1 je delno potrjena (frekvenca predlogov za izboljšanje varnosti IS šibko korelira s povprečnimi koristmi iz naslova inovacij v obdobju 2006-2008 in s številom realiziranih inovacij na zaposlenega).
- H2 je prav tako le delno potrjena na podoben osnovi kot H1.
- Tudi H3 je delno potrjena in sicer je število vdorov v IS šibko korelirano z številom malih inovacijskih predlogov na zaposlenega.

7.13.1.2 Ključni rezultati

a) objavljeno poglavje v monografiji

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

raziskovalni procesi - predelovalna in lesno-predelovalna
IKAR, Borut (ur.), FATUR, Peter (ur.). *Inovacijski, tehnološki
in raziskovalni procesi v predelovalni in lesni industriji*, (Znanstvene monografije Fakultete za
management Koper). Koper: Fakulteta za management, 2010, str. 31-37, ilustr. [COBISS.SI-ID
[3822807](#)]

b) članek v postopku recenzije za SCI revijo

Trček D., Likar B., *Computers and Information Systems Security – How Is It (and Can It Be) Driven by
Innovations?*, 2011.

7.13.2 Apliciranje raziskave na turistični sektor

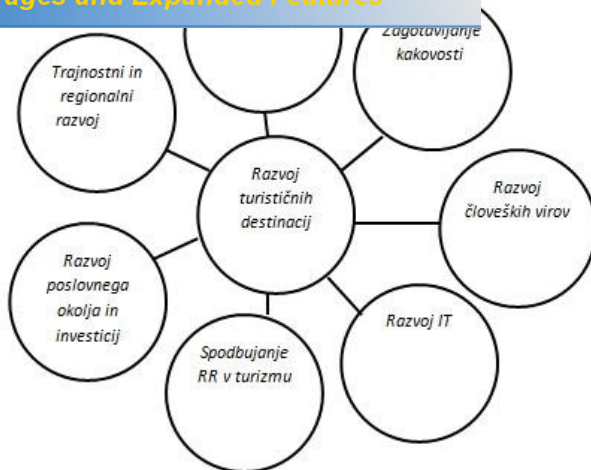
7.13.2.1 Uvod

Pridobljene podatke lastne raziskave smo uspeli interdisciplinarno prenesti v panogo turističnih podjetij, ki se sooča z vse večjim problemom nizke konkurenčnosti. Slovenija namreč po aktualnih podatkih Svetovnega gospodarskega foruma kot turistična destinacija ne dosega zavidljivih rezultatov (Blanke in Chiesa, 2009). Krovni turistični razvojni dokument (Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011 - RNUST) potencial mehkih dejavnikov za konkurenčnost slovenskega turizma izpostavi le deloma (prioritetni področji: razvoj človeških virov, zagotavljanje kakovosti), medtem ko sistematična obravnava inovacijskih dejavnikov ni del njegovih temeljnih ciljev. Zato smo dokument RNUST skušali ustrezno dopolniti na podlagi nabora dodatnih inovacijskih dejavnikov iz projekta, predvsem v smislu relevantnih dodatnih vsebin, kakor tudi spremljajoče metodologije, katero je bilo potrebno ustrezno uskladiti z obstoječo metodologijo RNUST. Oboje predstavlja pomemben korak za vzpostavitev sinergij med inovacijskimi in že obstoječimi dejavniki RNUST, omogočiti pa smo želeli tudi prenos rezultatov na snovalce aktualnega razvojnega načrta in odgovorne v podjetjih. Prispevek tako lahko predstavlja nabor uporabnih ugotovitev za izboljšanje obstoječega stanja.

7.13.2.2 Metodologija

Glede na skladnost ciljev RNUST in temeljnega projekta smo relevantne inovacijske dejavnike temeljnega projekta skušali aplicirati na posamezne politike RNUST (slika 9), v okviru katerih bi bila možna njihova sistematična obravnava (in implementacija) po obstoječi metodologiji RNUST.

Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features



Slika 9: ključna področja - politike po RNUST 2007-2011 (vir: Ministrstvo za gospodarstvo Republike Slovenije, 2006)

V celotnem vzorcu je bilo 173 podjetij. Skladno z vsebino prispevka v nadaljevanju obravnavamo le podvzorec podjetij, ki opravljajo turistične in podporne storitve (skupno 20 enot). Analitični del je obsegal študijo povezav med vhodnimi dejavniki in kazalniki izhodov - rezultatov inovacijskih dejavnosti. Pri vseh gre za ordinalne spremenljivke (večinoma 7-stopenjska Likertova lestvica). Vhodne dejavnike opredeljuje 22 trditev v lastnem vprašalniku. Pri odločitvi o relevantnem naboru kazalnikov izhodov pa smo izhajali iz klasifikacije tipov inovacij, skladne z metodologijo inovacijskega vprašalnika INOV-P-S 2006 (Statistični urad RS, 2007). Le-ta je osnovan na harmonizirani metodologiji celotne EU, glede na trende managementa inovativnosti pa dodajamo tudi kazalnik koristi od inovacij poslovnega modela (Johnson, Christensen in Kagermann, 2008).

Glede na mali vzorec in ordinalnost spremenljivk smo kot mero povezav med vhodnimi dejavniki in indikatorji izhodov uporabili Spearmanov koeficient korelacije rangov (v nadaljevanju: SCC). Skupno je bilo izvedenih 22 (vhodni dejavniki) x 6 (indikatorji izhodov) = 132 izračunov SCC.

7.13.2.3 Rezultati

Identificirali smo vrsto statistično značilnih povezav, ki kažejo na pozitivne učinke vhodnih inovacijskih dejavnikov. Ugotovitve kažejo na značilne povezave med inovacijskimi dejavniki z večine področij RNUST (gre za politike: Zagotavljanje kakovosti, Razvoj človeških virov, Razvoj IT, Trženje in promocija) in doseženimi koristmi za podjetja. Največje število pozitivnih povezav s koristmi za podjetja izkazuje dejavnik razvoja človeških virov, ki meri raven spodbujanja medgeneracijskega sodelovanja v podjetju. Tesno mu sledi dejavnik področja zagotavljanja kakovosti, s katerim opredeljujemo raven aktivnosti za razreševanje odkritih problemov. V manjšem obsegu so bile pozitivne statistično značilne povezave z rezultati odkrite za inovacijske dejavnike področja IT (dejavnik pogostosti predlogov za izboljšave in dejavnik stopnje njihove realizacije) in področja trženja in promocije (dejavnik razvijanja tržišč in dejavnik ponujanja neizvedljivih idej drugim). V nasprotju z obstoječimi ugotovitvami pa nismo uspeli potrditi pozitivnih učinkov dejavnikov s področja trajnostnega in regionalnega razvoja ter dejavnikov s področja spodbujanja raziskav in razvoja v turizmu. Rezultati nakazujejo na pomembnost vključevanja inovativnosti v nacionalnih

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

h nalog pristojnih institucij, managementu v podjetjih pa retnih pomembnih aktivnosti za celovito obvladovanje inovacijskih procesov. Strateško načrtovanje njihove implementacije v okviru turističnih razvojnih dokumentov vsekakor postavlja potrebne temelje razvoju.

7.13.2.4 Ključni rezultati

- a) ROPRET, Marko, LIKAR, Borut. Inovacijski dejavniki Razvojnega načrta in usmeritev slovenskega turizma = Innovation factors of the development plan and policies of Slovene tourism. ROPRET, Marko, LIKAR, Borut. V: BREZOVEC, Aleksandra (ur.), MEKINC, Janez (ur.). *Management, izobraževanje in turizem : družbena odgovornost za trajnostni razvoj : 2. znanstvena konferenca z mednarodno udeležbo.*

- b) članek v postopku recenzije za revijo s faktorjem vpliva ROPRET, Marko, LIKAR, Borut, The Role of Innovation in Tourism Development Policies – The Case of Slovenia, 2011.

Inovacija proizvoda je uvedba novega ali bistveno izboljšanega izdelka (ali storitve).

Inovacija procesa/postopka je uveljavitev novega ali bistveno izboljšanega proizvodnega postopka, načina za distribucijo vaših surovin, izdelkov ali storitev ali pa podporne dejavnosti za vaše izdelke ali storitve.

Organizacijska inovacija pomeni izvajanje novih organizacijskih metod v poslovnih praksah vašega podjetja (vključno z upravljanjem znanja), organizaciji delovnega mesta ali zunanjih odnosih, ki jih vaše podjetje pred tem še ni uporabilo.

Inovacija (nova ali izboljšana) mora biti nova za podjetje, ni pa nujno, da je nova tudi za vaše področje ali tržišče. (Vir: Statistični urad RS - vprašalnik INOV-P-S/2006)

Inovacija na področju trženja je uveljavitev novega koncepta ali strategije trženja, ki se bistveno razlikuje od obstoječih metod trženja vašega podjetja in ki še ni bila uporabljena. (Vir: Statistični urad RS. 2009. Metodološko gradivo, št. 11)

Inovacije poslovnega modela opredeljujejo celovit pristop podjetja, ki rezultira v novih ali bistveno izboljšanih: temeljnih zmožnostih podjetja, omrežjih partnerjev, stroškovni strukturi, vrednosti za kupca, odnosih s kupci, distribucijskih kanalih in tržiščih. (Vir: spletna enciklopedija Wikipedia).

Z geografsko označbo se zavarujejo oznake, ki označujejo izvor blaga z nekega geografskega območja, če je kakšna značilnost tega blaga bistveno odvisna od njegovega geografskega porekla. (Vir: Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino)

Kot **znamka** se sme registrirati znak ali kombinacija znakov, ki omogočajo razlikovanje blaga ali storitev enega podjetja od blaga ali storitev drugega podjetja in jih je mogoče grafično prikazati.

(Vir: Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino)

Patent je izključna pravica fizične ali pravne osebe za izum, ki je nov, na inventivni ravni in je industrijsko uporabljen. (Vir: Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino)

Model je izključna pravica fizične ali pravne osebe, s katero se zavaruje videz izdelka, ki je nov in ima individualno naravo. (Vir: Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino)

Poslovni izid (dobiček ali izguba) je razlika med prihodki in odhodki v obračunskem obdobju. (Vir: Slovenski računovodski standard 19-2006)

Prihodki so povečanja gospodarskih koristi v obračunskem obdobju v obliki povečanj sredstev (na primer denarja ali terjatev zaradi prodaje blaga) ali zmanjšanj dolgov (na primer zaradi opustitve njihove poravnave). Prek poslovnega izida vplivajo na velikost kapitala. (Vir: Slovenski računovodski standard 18-2006)

Prihodke od prodaje sestavljajo prodajne vrednosti prodanih proizvodov oziroma trgovskega blaga in materiala ter opravljenih storitev v obračunskem obdobju (razen finančnih prihodkov na tej podlagi). Razčlenjujejo se na prihodke od prodaje lastnih poslovnih učinkov (proizvodov in storitev) ter prihodke

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Zneski, zbrani v korist tretjih oseb, kot so obračunani davek sestavina prihodkov od prodaje. Podobno tudi zneski, zbrani v korist zastopanege, niso sestavina prihodkov od prodaje (prihodek od prodaje je le storitev zastopnika). (Vir: Slovenski računovodski standard 18-2006)

Sredstva so v denarni merski enoti izraženi stvari, pravice in denar, s katerimi premoženjskopravno razpolaga podjetje. Gledano iz finančnega zornega kota so povezani z naložbenjem podjetja. (Vir: Slovenski računovodski standard 24-2006)

Kapital je obveznost do lastnikov podjetja kot financerjev podjetja, ki zapade v plačilo, če

podjetje preneha delovati ali če se sprejme sklep o dekapitalizaciji podjetja zaradi zmanjšanja njegovega delovanja. Če se gleda nanj iz finančnega zornega kota, se imenuje tudi lastniški kapital, da se razlikuje od dolgovanega kapitala (upniškega kapitala). (Vir: Slovenski računovodski standard 24-2006)

Dohodek (dodana vrednost) kot na novo ustvarjena vrednost je razlika med seštevkom vseh prihodkov in seštevkom vseh odhodkov razen plač in povračil, ki pripadajo zaposlencem v okviru poslovnih odhodkov, razen obresti in drugih nadomestil, ki pripadajo posojilodajalcem in kreditorjem v okviru odhodkov, ter razen davkov, ki pripadajo državi. To je poslovni izid, ki se deli a) zaposlencem s plačami in povračili; b) posojilodajalcem in kreditorjem z obrestmi in drugimi nadomestili; c) lastnikom z

dividendami in drugimi vrstami nadomestil; č) podjetju z oblikovanjem rezerv in zadržanim čistim dobičkom ter d) državi z davki. (Vir: Slovenski računovodski standard 19-2006)

Srednje veliko podjetje: 50-249 zaposlenih (definicija po Eurostat)

Veliko podjetje: 250 in več zaposlenih (definicija po Eurostat).



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*


**Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features**

Anektni vprašalnik raziskave je dosegljiv na spletni strani:
<https://ssl.fmkp.si/anketiranje/index.php?sid=81162&newtest=Y&lang=sl>

7.16.1 Opisne statistike spremenljivk, ki niso bili del osnovnih analiz

	Vrsta podjetja	Povprečje	Std. Odklon
V_27_1 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo formalno izobraženi	predelovalno	4,66	1,693
	storitveno	5,39	1,250
V_27_2 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo neformalno izobraženi	predelovalno	4,81	1,430
	storitveno	5,33	1,367
V_27_3 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo timski	predelovalno	5,15	1,552
	storitveno	5,19	1,505
V_27_4 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo vztrajni	predelovalno	5,64	1,348
	storitveno	5,67	1,504
V_27_5 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo prilagodljivi	predelovalno	5,42	1,462
	storitveno	5,51	1,465
V_38_0 (S14) Faza sprejema odločitve o razvoju novih proizvodov	predelovalno	2,94	,843

	storitveno	2,88	,851
V_45_0 Zaposleni delo opravljajo z velikim zadovoljstvom	predelovalno	4,26	1,257
	storitveno	4,51	1,337
V_46_0 Odobranje posebnih, nekonvencionalnih sodelavcev	predelovalno	4,34	1,334
	storitveno	4,60	1,289
V_50_1 Odstotek inovativnih v vodstvu podjetja (%)	predelovalno	48,16	30,584
	storitveno	57,98	29,069
V_50_2 Odstotek inovativnih nevodstvenih zaposlenih (%)	predelovalno	24,77	20,466
	storitveno	23,51	16,770
V_51_1 Odstotek ustvarjalno porabljenega delovnega časa v a) razvojno-tehnološkem delu podjetja (%)	predelovalno	36,22	24,229
	storitveno	28,87	24,532
V_51_2 Odstotek ustvarjalno porabljenega delovnega časa v b) trženjskem delu podjetja (%)	predelovalno	27,79	23,494
	storitveno	26,85	20,943
V_52_0 Odstotek zaposlenih (%), ki jasno razumejo inovacijsko politiko podjetja in z njo povezane cilje ter aktivnosti	predelovalno	28,32	23,442
	storitveno	30,03	25,825



Your complimentary
 use period has ended.
 Thank you for using
 PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
 Unlimited Pages and Expanded Features](#)

odstvenega delavca v 2008 za ti in inoviranju	predelovalno	3,19	1,410
	storitveno	2,97	1,482

niso bile del osnovnih analiz, s posrednimi rezultati (predelovalni sektor)

	V_18_c Število v obdobju 2006-2008 uvedenih inovacij izdelkov in storitev na zaposlenega	V_34_f Indikator dimenzije Inovacijski predlogi na zaposlenega	A_b5_b RMI - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	A_b5_a RII - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih	V_35_a Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega
Spremenljivka⁵⁹					
V_27_1 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo formalno izobraženi	-0,062	-0,122	-0,176	0,094	-0,220
V_27_2 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo neformalno izobraženi	0,157	0,048	-0,021	-0,228	-0,255*
V_27_3 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo timski	0,107	-0,170	-0,154	0,079	-0,111
V_27_4 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo vztrajni	0,240*	0,059	0,027	0,207	0,147
V_27_5 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo prilagodljivi	0,235*	0,019	0,031	0,170	0,138
V_38_0 (S14) Faza sprejema odločitve o razvoju novih proizvodov	-0,151	-0,052	-0,088	-0,226	-0,297*
V_45_0 Zaposleni delo opravljajo z velikim zadovoljstvom	0,119	0,167	0,258*	0,070	0,071
V_50_1 Odstotek inovativnih v vodstvu podjetja (%)	0,209	0,175	-0,063	-0,095	0,113
V_50_2 Odstotek inovativnih nevodstvenih zaposlenih (%)	0,136	0,083	0,021	-0,122	-0,059
V_51_1 Odstotek ustvarjalno porabljenega delovnega časa v a) razvojno-tehnološkem delu podjetja (%)	0,155	-0,058	-0,051	-0,122	0,037


⁵⁹ Statistično značilnost posamezne povezave (Pearsonov korelacijski koeficient) označuje znak *.

kovnega časa v b)	0,181	-0,039	0,040	-0,230*	0,047
V_52_0 Odstotek zaposlenih (%), ki jasno razumejo inovacijsko politiko podjetja in z njo povezane cilje ter aktivnosti	0,268*	0,177	-0,028	-0,055	0,027
V_54_0 (S14) Povprečno število ur na vodstvenega delavca v 2008 za izobraževanja/usposabljanja o ustvarjalnosti in inoviranju	0,268*	0,053	0,044	-0,037	0,229*

niso bile del osnovnih analiz, z neposrednimi rezultati (predelovalni sektor)

	F_06_e Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	F_06_j Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	F_03_b Indikator Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS)	F_03_k Indikator Čista dobičkovnost sredstev (ROA)	V_aj_a Dodana vrednost na zaposlenega	Rast ROE 06/08	Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08	V_17_a Povprečje skupnih koristi od inovacij
Spremenljivka⁶⁰								
V_27_1 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo formalno izobraženi	0,000	-0,128	-0,121	-0,140	-0,060	0,029	-0,010	0,059
V_27_2 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo neformalno izobraženi	0,024	-0,049	-0,055	0,018	-0,106	0,131	0,151	0,131
V_27_3 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo timski	0,139	0,076	-0,092	-0,089	-0,043	-0,207	0,076	0,178
V_27_4 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo vztrajni	0,168	0,006	-0,220	-0,199	-0,075	-0,114	-0,095	0,308*
V_27_5 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo prilagodljivi	0,227	0,035	-0,182	-0,121	-0,020	-0,138	0,100	0,129
V_38_0 (S14) Faza sprejema odločitve o razvoju novih proizvodov	0,071	0,097	-0,069	0,010	-0,019	0,032	0,183	-0,180
V_45_0 Zaposleni delo opravljajo z velikim zadovoljstvom	-0,065	-0,118	-0,181	-0,118	-0,035	-0,046	-0,017	0,184
V_50_1 Odstotek inovativnih v vodstvu podjetja (%)	0,028	0,062	-0,141	-0,077	-0,063	-0,083	0,124	0,063
V_50_2 Odstotek inovativnih nevodstvenih zaposlenih (%)	-0,082	-0,051	-0,029	-0,110	0,115	-0,037	-0,096	0,124
V_51_1 Odstotek ustvarjalno porabljenega delovnega časa v a) razvojno-tehnološkem delu podjetja (%)	-0,002	0,113	0,078	-0,064	0,035	-0,211	-0,142	0,357*
V_51_2 Odstotek ustvarjalno porabljenega delovnega časa v b)	-0,120	-0,015	0,039	-0,064	0,191	-0,089	-0,090	0,285*

⁶⁰ Statistično značilnost posamezne povezave (Pearsonov korelacijski koeficient) označuje znak *.



Your complimentary
 use period has ended.
 Thank you for using
 PDF Complete.

Click Here to upgrade to
 Unlimited Pages and Expanded Features

	0,196	0,202	-0,082	-0,121	0,021	-0,308*	-0,127	0,360*
zumejo inovacijsko politiko podjetja in z njo povezane cije ter aktivnosti								
V_54_0 (S14) Povprečno število ur na vodstvenega delavca v 2008 za izobraževanja/usposabljanja o ustvarjalnosti in inoviranju	0,029	0,138	0,104	-0,005	-0,032	-0,160	0,009	0,349*

niso bili del osnovnih analiz, s posrednimi rezultati (storitveni sektor)

	V_18_c Število v obdobju 2006-2008 uvedenih inovacij izdelkov in storitev na zaposlenega	V_34_f Indikator dimenzije Inovacijski predlogi na zaposlenega	A_b5_b RMI - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov, novih za trg, v celotnih prihodkih od inovacij	A_b5_a RII - Indikator Delež prihodkov od inovacij proizvodov v celotnih prihodkih	V_35_a Letna gospodarska korist inovacijskih predlogov na zaposlenega
Spremenljivka⁶¹					
V_27_1 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo formalno izobraženi	0,053	0,041	-0,005	0,179	0,184
V_27_2 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo neformalno izobraženi	0,015	-0,043	0,090	0,024	-0,220
V_27_3 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo timski	-0,172	0,105	0,061	-0,037	0,170
V_27_4 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo vztrajni	0,055	0,043	-0,031	-0,040	-0,050
V_27_5 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo prilagodljivi	-0,055	0,028	-0,069	-0,001	-0,036
V_38_0 (S14) Faza sprejema odločitve o razvoju novih proizvodov	-0,004	-0,210	0,004	-0,051	-0,149
V_45_0 Zaposleni delo opravljajo z velikim zadovoljstvom	0,051	0,056	0,151	0,030	0,049
V_50_1 Odstotek inovativnih v vodstvu podjetja (%)	0,036	0,045	0,039	0,011	0,114
V_50_2 Odstotek inovativnih nevodstvenih zaposlenih (%)	0,164	0,179	0,104	0,014	0,171
V_51_1 Odstotek ustvarjalno porabljenega delovnega časa v a) razvojno-tehnološkem delu podjetja (%)	0,176	0,179	0,062	-0,023	0,163


⁶¹ Statistično značilnost posamezne povezave (Pearsonov korelacijski koeficient) označuje znak *.

Ime	0,126	0,176	0,044	-0,098	-0,024
kovnega časa v b)					
V_52_0 Odstotek zaposlenih (%), ki jasno razumejo inovacijsko politiko podjetja in z njo povezane cilje ter aktivnosti	0,184	0,242*	0,120	0,010	0,227
V_54_0 (S14) Povprečno število ur na vodstvenega delavca v 2008 za izobraževanja/usposabljanja o ustvarjalnosti in inoviranju	0,092	0,166	-0,035	-0,048	0,163

niso bili del osnovnih analiz, z neposrednimi rezultati (storitveni sektor)

	F_06_e Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE) 08	F_03_j Indikator Čista dobičkovnost kapitala (ROE)	F_03_b Indikator Čista dobičkovnost skupnih prihodkov (ROS)	F_03_k Indikator Čista dobičkovnost sredstev (ROA)	V_aj_a Dodana vrednost na zaposlenega	Rast ROE 06/08	Povprečna rast čistih prihodkov od prodaje na zaposlenega 06/08	V_17_a Povprečje skupnih koristi od inovacij
Spremenljivka⁶²								
V_27_1 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo formalno izobraženi	0,159	0,089	-0,034	0,033	-0,066	-0,111	0,242	0,306*
V_27_2 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo neformalno izobraženi	0,286	0,246	0,166	0,304	-0,064	-0,047	0,052	0,235
V_27_3 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo timski	-0,052	-0,045	0,154	-0,011	-0,027	-0,038	-0,099	0,369*
V_27_4 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo vztrajni	0,266	0,186	0,286	0,216	0,044	-0,121	0,223	0,416*
V_27_5 Najuspešnejši inovatorji v podjetju so zelo prilagodljivi	-0,228	-0,292	0,160	-0,352	-0,024	-0,053	-0,214	0,185
V_38_0 (S14) Faza sprejema odločitve o razvoju novih proizvodov	0,041	-0,197	0,183	-0,081	0,120	0,039	-0,329	0,028
V_45_0 Zaposleni delo opravljajo z velikim zadovoljstvom	0,030	-0,074	0,103	0,071	0,036	0,136	-0,090	0,240*
V_50_1 Odstotek inovativnih v vodstvu podjetja (%)	-0,136	-0,030	-0,076	0,219	-0,039	-0,295	0,125	0,089
V_50_2 Odstotek inovativnih nevodstvenih zaposlenih (%)	-0,186	0,116	-0,103	0,170	0,064	-0,250	-0,009	0,181
V_51_1 Odstotek ustvarjalno porabljenega delovnega časa v a) razvojno-tehnološkem delu podjetja (%)	0,153	-0,278	0,032	-0,037	0,076	-0,115	-0,233	0,214*
V_51_2 Odstotek ustvarjalno porabljenega delovnega časa v b)	0,176	-0,177	-0,050	0,092	-0,116	-0,174	-0,250	0,225*

⁶² Statistično značilnost posamezne povezave (Pearsonov korelacijski koeficient) označuje znak *.



Your complimentary
 use period has ended.
 Thank you for using
 PDF Complete.

Click Here to upgrade to
 Unlimited Pages and Expanded Features

	0,132	0,190	0,010	0,198	0,191	-0,271	0,100	0,216*
zumejo inovacijsko politiko podjetja in z njo povezane cije ter aktivnosti								
V_54_0 (S14) Povprečno število ur na vodstvenega delavca v 2008 za izobraževanja/usposabljanja o ustvarjalnosti in inoviranju	0,064	-0,121	-0,082	-0,040	-0,136	-0,112	-0,096	0,113



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)