



# Ustvarjalni in podjetni



Od ustvarjalnega učitelja do inovativnega učenca







## Od ustvarjalnega učitelja do inovativnega učenca

Odgovorni urednik: doc. dr. Borut Likar, univ. dipl. inž.

### Avtorji

Peter Fatur, univ.dipl.inž. (Fakulteta za management Koper)

doc.dr.Borut Likar, univ.dipl.inž. (Inštitut za inovativnost in tehnologijo, Fakulteta za management Koper)

Igor Kristan, univ.dipl.soc. (Inštitut za inovativnost in tehnologijo)

Strip: Ciril Horjak

Oblikovanje in postavitve: Ciril Horjak, Zuhra Handanović

Lektorica: Slavica Likar, univ. dipl. germ.,slav.

Izdala in založila: Korona plus d.o.o. - Inštitut za inovativnost in tehnologijo

Tisk: Tiskarna Januš, Ljubljana

© Vse pravice pridržane.

Ljubljana, 2004

CIP - Kataložni zapis o publikaciji  
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

001.895:65.011.8(082)

LIKAR, Borut, 1962-

Ustvarjalni in podjetni : od ustvarjalnega učitelja do inovativnega učenca / Borut Likar, Peter Fatur, Igor Kristan ; [slike in risbe Ciril Horjak]. - Ljubljana : Inštitut za inovativnost in tehnologijo - Korona plus, 2004

ISBN 961-90592-3-9

1. Fatur, Peter 2. Kristan, Igor

129261568

Ta publikacija je bila pripravljena s pomočjo Evropske unije. Vsebina publikacije je izključna odgovornost Inštituta za inovativnost in tehnologijo Korona plus d.o.o. in v nobenem primeru ne odraža mnenj in pogledov Evropske unije.

*This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication is the sole responsibility of Institute for innovation and technology - Korona plus d.o.o. and can in no way be taken to reflect the views of the European Union.*

Projekt izvajajo:





## Vsebina

**Inovativnost? Zakaj pa to? 5**

**Ustvarjalno razmišljanje 7**

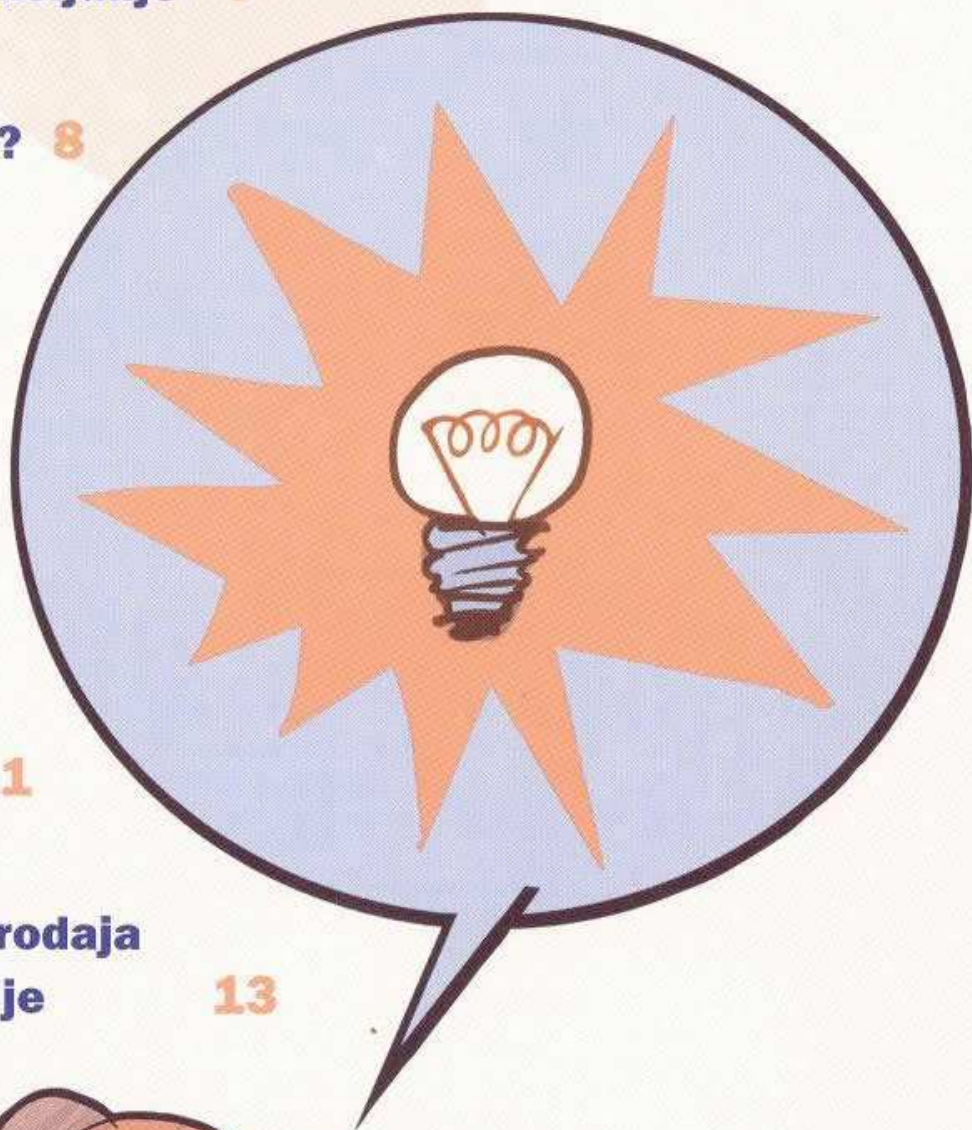
**Kako izbrati »Pravo« idejo? 8**

**Razvoj ideje 9**

**Podporno okolje 10**

**Intelektualna lastnina 11**

**Predstavitev in prodaja  
invencije/inovacije 13**





## S KNJIŽICO NA POT

V okviru krovnega projekta **Inovativnost in podjetnost mladih** že nekaj let poteka vrsta projektov, ki so usmerjeni k spodbujanju podjetniške inovativnosti v šolah. Temu področju pa v zadnjem času vse več pozornosti posveča tudi širša javnost. Zato smo avtorji te knjižice zadovoljni, da se naše poslanstvo izkazuje za pravilno in naše večletno delo potrjuje kot uspešno.

Knjižica, ki je pred vami, je v prvi meri namenjena učiteljem, ki pri pedagoškem delu opazate, da nekateri dijaki in študenti pristopajo k reševanju vsakdanjih izzivov na bolj inovativen in manj konvencionalen način. Namenjena pa je tudi dijakom in študentom samim. Glavni cilj knjižice je prikazati celoten inovacijski proces na zabaven, a hkrati dovolj strokoven način, ter svetovati, kje in kako pridobiti dodatne informacije in znanja. Vsebuje pa tudi vrsto konkretnih nasvetov, kako dobro idejo tudi uresničiti.

Odločili smo se, da tematiko prikažemo na nekoliko drugačen način. Ravno tako kot inovativne ideje si tudi strip po večini težko utre pot do širših množic. Po drugi strani pa stari rek pravi, da slika pove več kot tisoč besed. Tako smo se v ustvarjalnem duhu projekta odločili za inovativen korak in pisani besedi dodali še risano ter obe povezali v zaključeno celoto.

Upamo, da vas bodo informacije, ki so pred vami, spodbudile, da naredite naslednji korak sami - da pričnete pri vsakodnevni srečanjih z dijaki še aktivneje prepoznavati, spodbujati in uresničevati dobre zamisli, da inovativno poučujete in obenem usmerjate inovativnost svojih dijakov. Da, za prvo spodbudo pripravite tematsko šolsko uro o inovativnosti in jo navežite na svoje pedagoško področje. Res je, da informacije v tako zgoščeni obliki, kot jih podaja ta knjižica, še zdaleč ne morejo odgovoriti na vsa vprašanja. Lahko pa predstavljajo kažipot, kam se usmeriti po podrobnejše odgovore.

Vse, ki se vam bo zdela knjižica uporabna in vas obravnavana tematika zanima, vabimo tudi na spletno stran **[www.inovativnost.net](http://www.inovativnost.net)**, kjer boste našli več informacij o projektu in o priložnostih za poglobljenejše inovativno delo.



## **Inovativnost? Zakaj pa to?**

Ste se že kdaj vprašali, kaj vse bi pogręšili, če bi se lepega dne zbudili goli in bosih nekje v temačnih gozdovih predzgodovinske Olševe, kjer bi se vam ves smisel življenja v trenutku skrčil na mrzlično iskanje hladnega zavetja Potočke zijalke, iz katerega bi seveda pred tem morali še izgnati dotedanjega stanovalca, jamskega kosmatinca z orjaškimi čekani?

Danes se do Potočke zijalke mimogrede sprehodite v čisto navadnih čevljih, za katere pa je moral Nekdo izumiti postopek vulkanizacije gume, pletenja vezalk in strojenja usnja, škarje za njegovo krojenje, stroj za brušenje teh škarij in tehnologijo kovanja jekla, postopek pridobivanja železove rude pa seveda tudi električno vtičnico in železobetonski jez za elektrarno, ki je poganjala tisti brusilni stroj, prometne znake za cesto, po kateri so vam čevlje pripeljali v trgovino, in blagajno, v katero je trgovec pospravil bankovce, ki jih je nekdo drug pred tem natisnil in nekdo tretji zamešal barvo zanje.

Vsaka, danes še tako **samoumevna dobrina**, je bila nekoč **revolucionaren izum**.

**Da. Inovativnost poganja svet.**



ŠREDNJEŠOLCA MICA IN MARČE STA SI PRIVOŠČILA  
ROBINZONŠKE POČITNICE NA OTOKU.

DOBRO, DA SEM  
SE SPOMNIL  
IN VZEL TRNEK!

SUPER.  
LE ENO TEŽAVO  
IMAVA ...  
POZABILA SVA  
VŽIGALICE  
...







## Ustvarjalno razmišljanje

Najprej nekaj definicij. **Invencija** je vsaka nova zamisel, ki obeta. **Inovacija** iz nje nastane, ko jo kdo razvije do uporabne vrednosti in jo odjemalci sprejmejo, kupijo in uporabijo in s tem inovatorju omogočijo korist ali zaslužek. Pogoji, da inovacija ugleda luč sveta, je torej ideja, invencija. Porajanju - ustvarjanju novih idej pa pravimo ustvarjalnost. Torej je ustvarjalnost tisto gonilo, ki premika ta naš neznanstveno kompleksni sklop vrtečih se, preskakajočih in prehitvajočih se, včasih bolj in včasih manj usklajenih zobnikov in zobničkov kolesja, ki mu pravimo sodobna družba. Ustvarjalnost pa ni pri vsakem človeku enako samoumevna. Nekateri je imajo v neizmernih količinah, drugi pa se zadovoljijo z veliko skromnejšo košarico. Je pa ustvarjalnost pri vsakem človeku mogoče spodbuditi, jo, pogosto že zelo polenjeno in zaspano, prebuditi in ji dati nov polet.

Strokovnjaki so iznašli vrsto **tehnike ustvarjalnega razmišljanja**, s katerimi je moč prebuditi zaspane možgane. Nekatere tehnike lahko uporabimo, ko

smo sami, druge izkoriščajo ustvarjalno moč skupine. Gotovo ste že slišali za imena možganska nevihta, metoda 635, Gordonova tehnika, zapisovanje idej ali prisilne povezave. Nemara ste katero od njih tudi že uporabili. Verjetno ste bili presenečeni, koliko ustvarjalnejši ste bili ob pomoči teh preprostih pomagal. Še največkrat pa pridejo prav "prebliski idej", ki pridejo na dan čisto naključno, ko beremo revijo, ko slišimo dobro šalo, ko kolesarimo po razdrapanem makadamu, ko sanjamo, ali pa ko nas nekdo pohvali, da smo talentirani na nekem področju, ki se ga sploh nismo zavedali.

Prof. Vid Pečjak ponuja učiteljem, ki bi želeli biti ustvarjalnejši in s svojo ustvarjalnostjo nalesti tudi učence, vrsto drobnih trikov. Samo za pokušino: neobičajna vprašanja za neobičajne odgovore. Namesto: "Naštev mesta v Sloveniji" raje: "Preimenuj jih - Barjanka namesto Ljubljana ipd.". Fantazijske naloge: "Nariši, kako bi izgledalo pohištvo v sobi, kjer ne bi delovala težnost." Naloge predvidevanja: "Kakšni bodo svinčniki čez sto let?".



JESENI V ŠOLI UCENCI Z UCITELJEM PRETRESAJO IDEJO MICE IN MARETA.



## Kako izbrati »Pravo« idejo?

V okviru šole inovativnosti pa se ne bomo šli ustvarjalnosti zaradi ustvarjalnosti. Naš namen je, da poskusimo ustvarjalne ideje privedi preko celotne invenijske inovacijske verige do uporabnih rezultatov, ki bi bili lahko zanimivi tudi za koga drugega. Tak uporaben izdelek za šolsko rabo je lahko nov učni pripomoček za trigonometrijo, slovarček narečnih izrazov z iskalnikom na internetu ali pa terarij s povečevalnim steklom za opazovanje njegovih najmanjših naseljencev. Morda pa si upamo še kaj dalj? Lahko ustvarimo tak izdelek, ki bi ga lahko prodajali na trgu? Glavni smisel podjetniškega ustvarjanja je namreč **ponuditi izdelek ali storitev trgu** in tako zaslužiti denar. Zato se zdaj malce razglejmo po trgu. Od ideje do izdelka ali storitve, ki jo lahko ponudimo kupcem, je pot ponavadi dolga in ovinkasta. Znano je, da si le vsaka četrta tehnološka novost najde svoje mesto na trgu. Ostale propadejo ali pa jih je potrebno korenito spremeniti. Pri mnogih proizvodih, ki so preveč oddaljeni od dejanskih potreb kupcev, to sploh ni možno. Ideje so sicer brezplačna dragocenost, a do njih moramo biti skrajno kritični. Pred

odločitvijo o resničnem začetku inovacijskega projekta je potrebno skrbno preveriti vse dejavnike uspešnosti.

Kritično pretresanje naših idej bomo pričeli z dobro staro **zdravo pametjo**. Najprej: Ali smo dovolj pogumni in vztrajni, da si želimo našo idejo pripeljati preko celotne inovacijske verige vse do kupca? Seveda. Zdaj pa se vživimo v vlogo kupca (kupca »za šolsko rabo« razumimo denimo kot učitelja iz sosednjega kabineta). Ali je naš izdelek res tisto, za kar bi bil kupec pripravljen v samopostrežbi razvezati mošnjicek? Koliko bi smel stati? Pod koliko podobnimi ali še boljšimi, funkcionalnejšimi in lepšimi izdelki bi se šibile police v trgovini? Ali lahko našo idejo sploh uresničimo? Katere tehnične pomanjkljivosti bi morali prej odpraviti? Bi jo lahko izdelali sami, lahko poiščemo sodelavce v sosednjem podjetju / v tehničnem, fizikalnem ... kabinetu? Koliko denarja imamo na voljo in koliko bi ga lahko še priskrbeli? Skratka, idejo moramo **sis-tematično oceniti** z več vidikov: tehnološkega, ekonomskega, časovnega, strateškega. Pomemben sestavni del vsakega resnega predloga nove zamisli je poslovni načrt s finančnim predračunom pa s tistimi elementi, ki jih ne moremo finančno vrednotiti ali prikazati s številkami.





## Razvoj ideje

Tako. Naše reševanje idej je pokazalo, katera izmed nabora zbranih invencij je dovolj obetavna, da bi se je lahko resneje lotili. Odločili smo se, da jo bomo pričeli razvijati proti končnemu proizvodu. Tudi »poslovni načrt« že imamo. Prvo vprašanje, s katerim se tako kot v podjetju tudi v šoli ponavadi srečamo, ko pričenjamo z razvojem invencije, je pomanjkanje znanja o obravnavanem področju ali pa še ne dovolj dodelana rešitev, da bi jo bilo moč kar uporabiti v končnem izdelku. Tu obstajata dve poti. Do potrebnega znanja lahko pridemo sami ali pa ta del inovacijskega procesa prepustimo drugim. **Lastna inovacijska dejavnost** je torej prva pot. Inovator se odloči, da bo invencijo razvijal sam. V podjetju bi to pomenilo vključitev lastne razvojno-tehnološke skupine. V šoli pa povezovanje učiteljev, znanj in pripomočkov z različnih predmetnih področij. Glede na potrebna znanja sestavimo projektni tim. Vanj vključimo poleg dijakov, ki razvijajo izdelek, npr. še profesorja tehnične vzgoje, laboranta pri fiziki, hišnika, dijaka, ki se v prostem času ukvarja z oblikovanjem spletnih strani, in podobne. Zelo prav je, da že čisto na začetku vključimo tudi

potencialne uporabnike izdelka, ki nam bodo lahko že med snovanjem prispevali kup koristnih idej. Nato ocenimo, katere segmente naše invencije je potrebno obdelati. Poiščemo ustrezno literaturo in si razdelimo naloge. Določimo projektne vodje, ki naj ves čas drži v rokah glavne niti projekta, pazi na časovne okvire in na medsebojno koordiniranje članov tima.

Druga pot je, da dopolnilna znanja poiščemo **izven šole**. Poiščemo obrtnika, ki bi nam bil pripravljen izdelati posamezne sestavne dele. Na ustreznem inštitutu, na fakulteti, še raje pa na srednji šoli druge stroke si poiščemo sodelavce ali znanja za naloge, ki jim nismo kos sami.

Pravo podjetje ima tudi možnost nakupa tehnološkega znanja ali pravic industrijske lastnine (patenta, licence) ali pa kar celega podjetja, ki ima v lasti znanje, ki ga potrebuje za razvoj svoje invencije. Ena od pogosto uporabljenih možnosti je tudi posnemanje konkurence. Posnemati pa je moč večinoma le tisto, kar je že na trgu, ne pa tudi razvojnih projektov, ki jih konkurenca še ljubo-sumno skriva v laboratorijih. Seveda se lahko podjetje odloči tudi, da bo tržni sledilec in bo posnemalo rezultate konkurentov, vendar se s takimi neinovativnimi pristopi tukaj ne bomo ukvarjali.





## Podporno okolje

Tako kot vsakdo, ki želi uspeti, se mora tudi inovator zanesti predvsem na lastne sile. Vendar pa inovatorji pri svojem ustvarjalnem snovanju niso sami. Tudi v Sloveniji v zadnjih letih nastaja **mreža institucij podpornega okolja**, katerih osrednji cilj je, da bi kar največ zamisli ugledalo luč sveta v obliki tržno uspešnih izumov ali uresničenih podjetniških idej. Seveda so institucije podpornega okolja v prvi vrsti namenjene podjetnikom, marsikaj uporabnega pa lahko pri njih dobi tudi inovativni učitelj.

Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport ter Ministrstvo za gospodarstvo s svojimi razpisi usmerjata in financirata raziskovalne dejavnosti, spodbujanje podjetništva in vlaganj v tehnološki razvoj ter pretok znanja iz šolstva v gospodarstvo. Programi in projekti Evropske unije, na čelu s 6. okvirnim programom, ter programi, namenjeni mednarodnemu sodelovanju v izobraževanju in znanosti (Socrates, Erasmus, Leonardo da Vinci), so v Sloveniji vse bolj aktualni. Regionalni in lokalni pospeševalni centri v okviru Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo

(PCMG) nudijo mrežo strokovnjakov-podjetniških svetovalcev preko vavčerskega sistema financiranja. Euro info centri nudijo malim podjetjem celovite informacije za čim lažje vključevanje v skupni gospodarski prostor EU. Na Gospodarski zbornici Slovenije deluje več oddelkov, povezanih z inovacijsko dejavnostjo, kot na primer informacijsko središče Infolink in Služba za tehnološki razvoj. Inovacijski relejni center vam lahko preko vseevropskega omrežja IRC pomaga poiskati interesenta za nakup tehnologije, ki ste jo razvili. Tudi pri nas so se že pojavili prvi, v tujini zelo razviti skladi tveganega kapitala, ki vlagajo kapital v inovativno usmerjene projekte in obetavne podjetniške ideje. Za manjše zneske pa so še posebno zanimivi poslovni angeli, ki delujejo v okviru PCMG. Tehnološki parki in podjetniški inkubatorji nudijo novim podjetjem, predvsem takim z visoko tehnološkimi in inovativnimi programi, podporo že v samem startu. Nad pravnimi vidiki varovanja intelektualne lastnine pa bdi Urad RS za intelektualno lastnino; več o tem v nadaljevanju. Vse institucije se podrobno predstavljajo na svojih spletnih straneh. Inovativni učitelj pa lahko za začetek pobrska kar po **www.inovativnost.net**.





## Intelektualna lastnina

Intelektualna lastnina je oznaka za ustvarjalne aktivnosti človeka na industrijskem, znanstvenem in umetniškem področju. V grobem jo lahko ločimo na avtorske pravice in industrijsko lastnino. Zakaj sploh zaščita intelektualne lastnine? Ideje ni mogoče zavarovati pred tatvino tako kot predmet. Lahko bi jo sicer zapisali na listek in ga zaklenili v predal, vendar bi tako ostala le mrtva črka na papirju. (Veliko idej je sicer zares shranjenih tako - temu pravimo poslovna skrivnost). Ideja pa oživi šele, ko se uresniči. Prevedeno v naš jezik - ko se pretvori v (gospodarsko) uporaben proizvod ali storitev. Intelektualna lastnina na eni strani varuje pravico avtorja do gospodarskega izkoriščanja lastne ustvarjalnosti, po drugi strani pa, ker ima omejen rok trajanja (za patent običajno 20 let), omogoča, da postane vsak dosežek po preteku tega časa prosto dostopen javnosti in s tem prispeva k dobrobiti vsega človeštva.

Za nas najzanimivejši element industrijske lastnine je **patent**. S patentom se zavaruje izum (to je tehnična rešitev tehničnega problema), ki je »nov, dosežen z ustvarjalnim delom na ravni izumiteljstva in je industrijsko uporabljiv«. Stroški prijave patenta so precej visoki, zato patentno zaščito običajno zahtevamo v državah, ki so za naš izum tržno zanimive. Preden pričnemo razmišljati o patentni zaščiti, pa temeljito preverimo, ali ni morda naše ideje zaščitil že kdo drug. Še bolj pomembno pa je, da to preverimo, preden pričnemo s proizvodnjo svoje inovacije. Če se izkaže, da smo prodajali že zaščiteno tujo idejo v dobri veri, da je naša, nas utegne to drago stati. Prvo informacijo o obstoječih patentih lahko pridobimo kar iz javno dostopnih patentnih baz na internetu, za temeljitejša preverjanja pa se obrnemo na patentnega zastopnika (ta nam lahko pomaga izpeljati tudi celoten proces zaščite izuma). V šoli pa lahko za vajo iz patentnih baz samo izbrskamo sorodne (ali celo enake) izume, ki rešujejo naš tehnični problem.



ČEZ NEKAJ TEDNOV ...

Patent  
1235956689  
"SONBRELA"

IMAMO PATENTI!  
POŠLJIMO  
PONUDBE  
PODJETJEM!

MI ŠMO  
VAM ŽE  
PRPRAVL  
POKOTBO!

POZDRAVLJENI!  
SEM TONE TOVARNIK,  
LASTNIK TOVARNE.  
PREBRALI SMO  
VAŠ DOPIŠ IN  
RADI BI  
SODELOVALI  
Z VAMI!

WE  
LAHKU TAKOJ  
ZACNEMO  
WORKAT  
!

POČASI...  
IZBRATI  
MORAMO  
NAJBOLJŠO  
PONUDBO.

KMALU ...

SONBRE

UAV! RATALO  
NAM JE!  
PRODALI SMO  
PATENTI!

TODA ČAKA  
NAS ŠE VELIKO  
DELA - TRŽENJE  
ZA EVROPO SMO  
PREVZELI MI.

SONBRELA





IN RES ...



## Predstavitev in prodaja invencije/inovacije

Verjetno smo si že ob začetku razvoja ideje izdelali precej jasno sliko, komu bo naš izdelek namenjen. Invencije ali inovacije ni mogoče tržiti na enak način kot tradicionalnega blaga. Prodajne poti še niso utečene, kupec izdelka ne pozna, do kakršnekoli novosti je pogosto zelo skeptičen. Zaradi pomanjkljivih informacij se lahko zanese le na lastno presojo, zato čaka na potrditev, kako se bo novost obnesla na trgu.

V takih okoliščinah mora izumitelj uporabiti **vse možne prodajne poti**. Za šolsko rabo bo verjetno čisto dovolj, da izdelek kratkomalo predstavimo uporabnikom in jim ga predamo v uporabo. Najosnovnejša pot za pravega izumitelja, ali pa, če želimo »šolski« izdelek spraviti na »pravi« trg, je pot iskanja **osebnih stikov** z možnimi partnerji. Pri tem je internet kot vir podatkov (splošne poslovne in specializirane inovacijske baze) in komunikacijsko orodje (lastne spletne strani, e-pošta) nenadomestljiv. Ena od učinkovitih prodajnih poti

so tudi **poslovne predstavitve**. Ker so namenjene predvsem specializiranemu občinstvu, nudijo inovatorju priložnost, da v razgovoru poglobljeno predstavi vse prednosti svojega izdelka. Zelo veliko pomeni, če ima inovator že pripravljen **delujoč model** in ne le skic na papirju. Če osebna iniciativa ni učinkovita, se lahko inovator obrne na poklicne inovacijske **posrednike**, ki ponavadi delujejo v okvirih mednarodnih združenj in si za svoje storitve izgovorijo delež dobička. Slovenski inovatorji se uspešno predstavljajo tudi na specializiranih **inovacijskih sejmih** (Ženeva, Nuernberg, Pittsburg). Tudi v slovenskih okvirih je za predstavitev na voljo kar nekaj primernih sejmov, začenši s celjskim, kjer se vsako leto predstavljajo tako inovatorji kot tudi posamezne šole. In kaj pravzaprav poleg samega izdelka še lahko prodajamo? Lahko samo patent, licenco, lahko pa razvijemo in prodajamo celoten know-how od tehničnih risb, pogodb z dobavitelji, drobnih trikov iz tehnoloških postopkov za izdelavo izdelka pa do že utečenih marketinških in prodajnih poti. V tem primeru bo imel kupec najmanj skrbi, nam pa bo zato v zameno kanil v žep največji kupček denarja.





MARE,  
VZEMIVA SI  
SPET ČAS ZASE  
IN SI PRIVOŠČIVA  
ROBINZONŠKE  
POČITNICE.

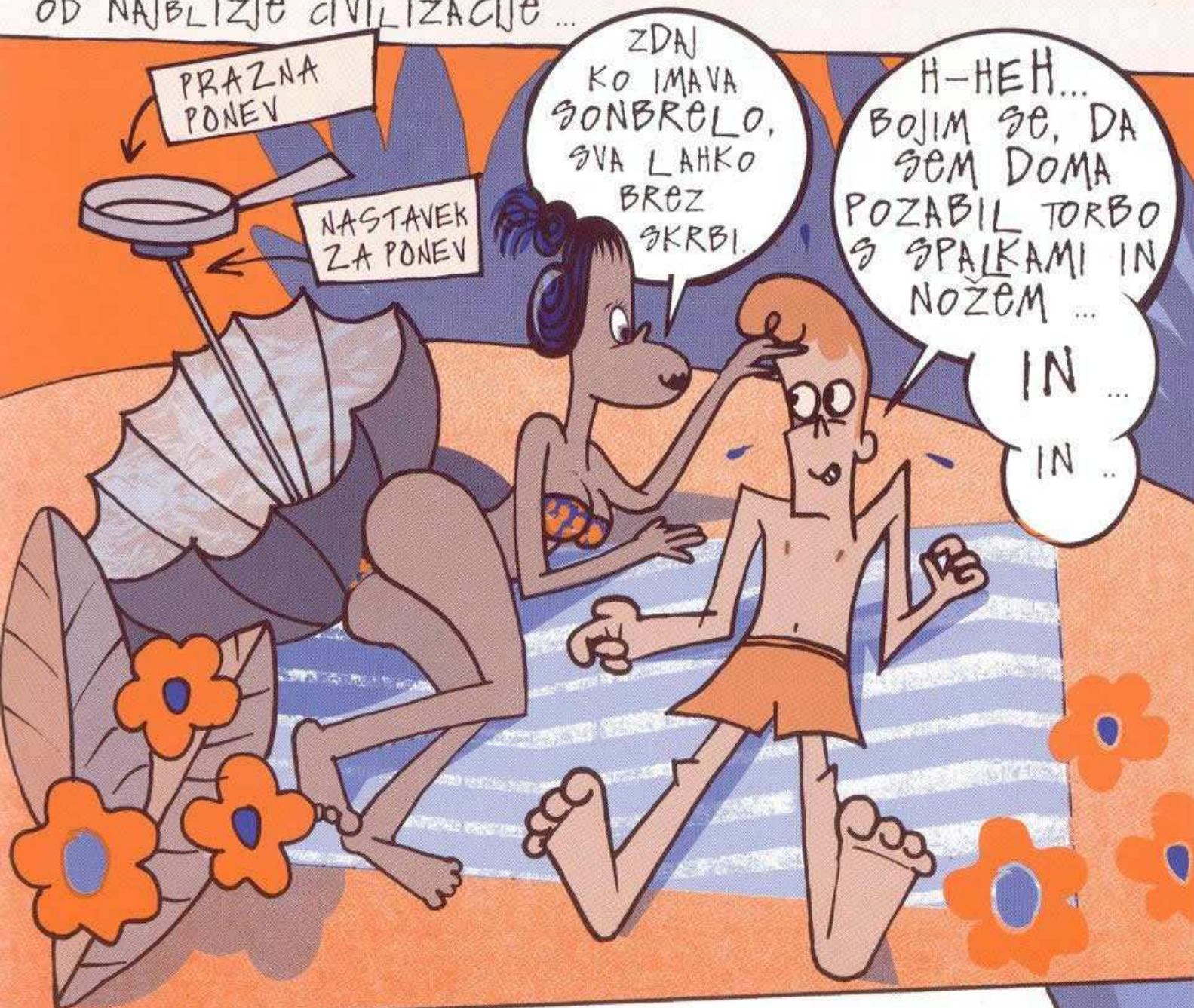
VRNIVA  
SE NA  
SAMOTNI  
OTOK V  
NAJNO  
LAGUNO.

OD VSEGA  
TEGA SEM  
KAR UTRUJEN.

LAGUNA?  
DOBRA  
IDEJA!



NA SAMOTNEM TIHOMORSKEM OTOKU, TISOČE KILOMETROV  
OD NAJBLIŽJE CIVILIZACIJE ...



... IN TRNEK JE BIL TUDI NOTRI ...





# Natečaj za najbolj inventivne in podjetniško usmerjene projekte

Dragi inventorji in mladi raziskovalci, spoštovani mentorji!

Tudi letos vas vabimo k sodelovanju na nagradnem natečaju. Namen le-tega je **spodbujanje mladih k inovativnosti**, vse od ustvarjalnega razmišljanja pa prek raziskovalno razvojnega dela do prototipa ter končnega rezultata - **novega tržnega proizvoda, nove storitve, izboljšane načina dela, novega učnega pripomočka, prihranka...** Pri tem so dobrodošle tako naloge s področja tehnike kot tudi z drugih področij, npr.: medicine, trgovine, šolstva, športa, javne uprave pa s področja humanističnih in drugih ved.

**Osnova kakovostne prijave je seveda dobra ideja.** Prav tako pa so pomembni **podjetniški vidiki!** Tudi če gre v osnovi za delo raziskovalne narave, vas želimo spodbuditi, da jo nadgradite v podjetniški smeri - kako bo naloga postala koristna - v šoli, v podjetju ali doma. Morda ste storili že kaj v tej smeri, naredili delujoč prototip, tržno analizo ali pa razmišljate o proizvodnji? Mogoče že iščete partnerje pri proizvodnji ali uvajanju nove storitve? Do roka za oddajo je še dovolj časa. Če se boste lotili tudi teh vidikov, se jih lotite predvsem zaradi sebe, da bo vaše ustvarjalno delo postalo koristna novost!

Moto natečaja je:

**Dobra ideja, ki naj postane koristna!**

Izmed vseh prispelih prijav bomo tudi letos izbrali nekaj deset dijakov in študentov, ki bodo svoje modele predstavili javnosti na razstavi, na katero bodo vabljeni tudi predstavniki državnih organizacij, ministrstev, različnih podjetij, podjetniki in obrtniki. V preteklih letih so bile nekatere odlične naloge pripravljene v tesnem sodelovanju z gospodarstvom! Pomemben del te prireditve bodo tako kot prejšnja leta medsebojno srečanje, izmenjava izkušenj in borza znanja ter medijska promocija.

**Nagrade so prijetne** (npr. polet z balonom, izlet v Benetke s Prince of Venice), **pa tudi izredno koristne** (štipendija za poletno šolo 'Discover Management' - IEDC Bled, enoletna šolnina na enem izmed oddelkov italijanske šole oblikovanja Istituti Callegari, udeležba na različnih umetniških delavnicah, en semester za podiplomski študij na Fakulteti za management Koper, knjižne nagrade...) in **uporabne** (torbe, blokci, svinčniki). Posebno pomembno bo tudi v letošnjem letu **priznanje Gospodarske zbornice Slovenije**.

Več o vsebini projektov lahko najdete na: **www.inovativnost.net**

**Rok za prijavo:** 30. september 2004.

**Ciljna skupina:** srednješolci, dodiplomski in podiplomski študenti

**Prijavni obrazec in vzorčna navodila:**

Dosegljiva sta na spletnih straneh:

www.inovativnost.net (oglasna deska)

Obrazec shranite na disk, ga izpolnite in ga vrnite na e-naslov: phare.inovacije@guest.arnes.si.

Ker želimo vam in vašim mentorjem ponuditi čim več možnosti za stik z inovativnostjo in podjetništvom, smo pripravili omenjene **spletne strani**. Prek njih in **prek e-pošte** boste lahko v bodoče prejeli tako **informacije, povezane z razpisom**, več drugih **zanimivosti o inova-**

**tivnosti**, raziskovalni dejavnosti in podjetništvu, **se vključevali v Šolo inovativnosti in internetno klepetali s strokovnjaki!**

**Včlanite se še danes** - članstvo v klubu je brezplačno! [www.inovativnost.net](http://www.inovativnost.net) (vpis)



**Inštitut za inovativnost in tehnologijo**

Korona plus d.o.o., Staretova 11,  
p.p. 3411, 1001 Ljubljana, Slovenija  
tel.: +386 (0)1 283 90 53,  
fax: +386 (0)1 283 90 55  
e-mail: [phare.inovacije@guest.arnes.si](mailto:phare.inovacije@guest.arnes.si)