

# Zarządzanie innowacjami w MŚP

---



1. Wprowadzenie
2. Czym są innowacje? Czy dotyczą tylko dużych przedsiębiorstw?
3. Skąd się biorą innowacje w MŚP?
4. Przedsiębiorca jako innowator – jak ocenić swój potencjał innowacyjny? Audyty innowacyjności
5. Przedsiębiorca jako innowator – jak ocenić swój potencjał innowacyjny? Zarządzanie innowacjami i benchmarking
6. Jak zarządzać innowacjami? Czy to możliwe?
7. Bariery we wdrażaniu innowacji w MŚP
8. Koncepcja User-Driven-Innovation
9. Czym jest innowacyjny model biznesowy? Część 1
10. Czym jest innowacyjny model biznesowy? Część 2
11. Czy startup zawsze jest innowacyjny?
12. Instytucje wspierające zarządzanie innowacjami w mikro i małym przedsiębiorstwie



Czym są innowacje?  
Czy dotyczą tylko dużych przedsiębiorstw?

---



# Czym są innowacje?

| Autor                  | Definicja                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| P. Drucker             | Szczególne narzędzie przedsiębiorców, za pomocą którego <b>ze zmiany czynią okazję do podjęcia nowej działalności gospodarczej lub do świadczenie nowych usług</b>                                                              |
| Ch. Freeman            | O innowacji możemy mówić wówczas gdy <b>po raz pierwszy stanie się ona przedmiotem handlu</b> czyli inaczej mówiąc zostanie sprzedana                                                                                           |
| J. Schumpeter          | Innowacja to istotna <b>zmiana funkcji produkcji</b> , polegająca na odmiennym niż uprzednio kombinowaniu tzn. łączeniu ze sobą czynników produkcji                                                                             |
| G. Altshuller          | Innowacja jest złożonym zjawiskiem i zbiorem umiejętności, odmiennym sposobem organizowania, syntezy i wyrażania wiedzy, postrzegania świata i <b>tworzenia nowych idei</b> , perspektyw, reakcji i produktów                   |
| Podręcznik Oslo Manual | Zdolność przedsiębiorstw do tworzenia i wdrażania innowacji oraz <b>faktyczną umiejętność wprowadzania nowych i zmodernizowanych wyrobów, nowych lub zmienionych procesów technologicznych lub organizacyjno – technicznych</b> |

Źródło: opracowanie własne na podstawie desk research



1. Celowa zmiana stanu zjawiska o zastosowaniu praktycznym
2. Zmiana pierwszy raz zastosowana w danej społeczności
3. Zmiana dotyczyć może produktów, procesów, organizacji lub koncepcji biznesowej
4. W następstwie zmian uzyskuje się określone efekty ekonomiczne
5. Zmiany wynikać powinny z zastosowania wiedzy naukowej





# Skąd się biorą innowacje w MŚP?

---



## Główne źródła innowacji w przedsiębiorstwie

### Źródła wewnętrzne

- wewnętrzne – badania i rozwój
- wewnętrzne badania i rozwój w ramach grupy firm

### Źródła kombinowane

- odtwarzanie
- potajemne przejęcie technologii/wiedzy
- pozyskanie technologii ze źródeł ogólnie dostępnych
- zlecenie B+R
- strategiczne partnerstwo w zakresie B+R

### Źródła zewnętrzne

- zakup licencji
- zakup praw własności
- wspólne przedsięwzięcie z dostawą technologii
- przejęcie firmy wraz z technologią





| ZASIĘG MIĘDZYNARODOWY                                                                                         |                                                                                               | ZASIĘG KRAJOWY                                                                                         |                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| NIEKOMERCYJNE                                                                                                 | KOMERCYJNE                                                                                    | NIEKOMERCYJNE                                                                                          | KOMERCYJNE                                                                              |
| Spotkania brokerskie                                                                                          | Targi przemysłowe i pokazy handlowe                                                           | Spotkania brokerskie                                                                                   | Targi przemysłowe i pokazy handlowe                                                     |
| Zinstytucjonalizowane służby specjalistycznej informacji technologicznej (UNIDO)                              | Prywatne przedsiębiorstwa świadczące usługi w zakresie międzynarodowej informacji technicznej | Instytucje Otoczenia Biznesu (IOB)                                                                     | Prywatne przedsiębiorstwa świadczące usługi w zakresie krajowej informacji technicznej  |
| Bazy ofert technologicznych – finansowane ze środków publicznych                                              | Bazy ofert technologicznych prowadzone przez podmioty komercyjne                              | Działające przy uczelniach wyższych Centra Transferu Technologii                                       | Bazy ofert technologicznych prowadzone przez podmioty komercyjne                        |
| Bazy informacji patentowej                                                                                    |                                                                                               | Bazy informacji patentowej                                                                             | Dane statystyczne GUS                                                                   |
| Publikacje branżowych, międzynarodowych publicznych agencji promocji (UNIDO, OECD)                            | Publikacje branżowych, międzynarodowych komercyjnych agencji promocji                         | Publikacje branżowych, krajowych agencji promocji opracowane przez instytucje publiczne (PARP, PAIZ)   | Publikacje branżowych, krajowych agencji promocji opracowane przez instytucje prywatne. |
| Dane statystyczne Innovation Union Scoreboard                                                                 | Opracowane dane statystyczne w formie raportów przedsiębiorstw komercyjnych                   | Brokerzy innowacji działający w strukturach jednostek naukowych                                        | Konsultanci i doradcy świadczący usługi komercyjne.                                     |
| Międzynarodowe czasopisma techniczne, wydawnictwa o charakterze przeglądów naukowych, periodyki profesjonalne |                                                                                               | Krajowe czasopisma techniczne, wydawnictwa o charakterze przeglądów naukowych, periodyki profesjonalne |                                                                                         |

# Przedsiębiorca jako innowator. Jak ocenić swój potencjał innowacyjny? Audyty innowacyjności

---



1. Audyt technologiczny

2. Audyt potencjału innowacyjnego



# Przedsiębiorca jako innowator. Jak ocenić swój potencjał innowacyjny? Zarządzanie innowacjami i benchmarking

---



1. IMP<sup>3</sup>rove "Zarządzanie innowacjami w małych i średnich przedsiębiorstwach"
2. Benchmarking



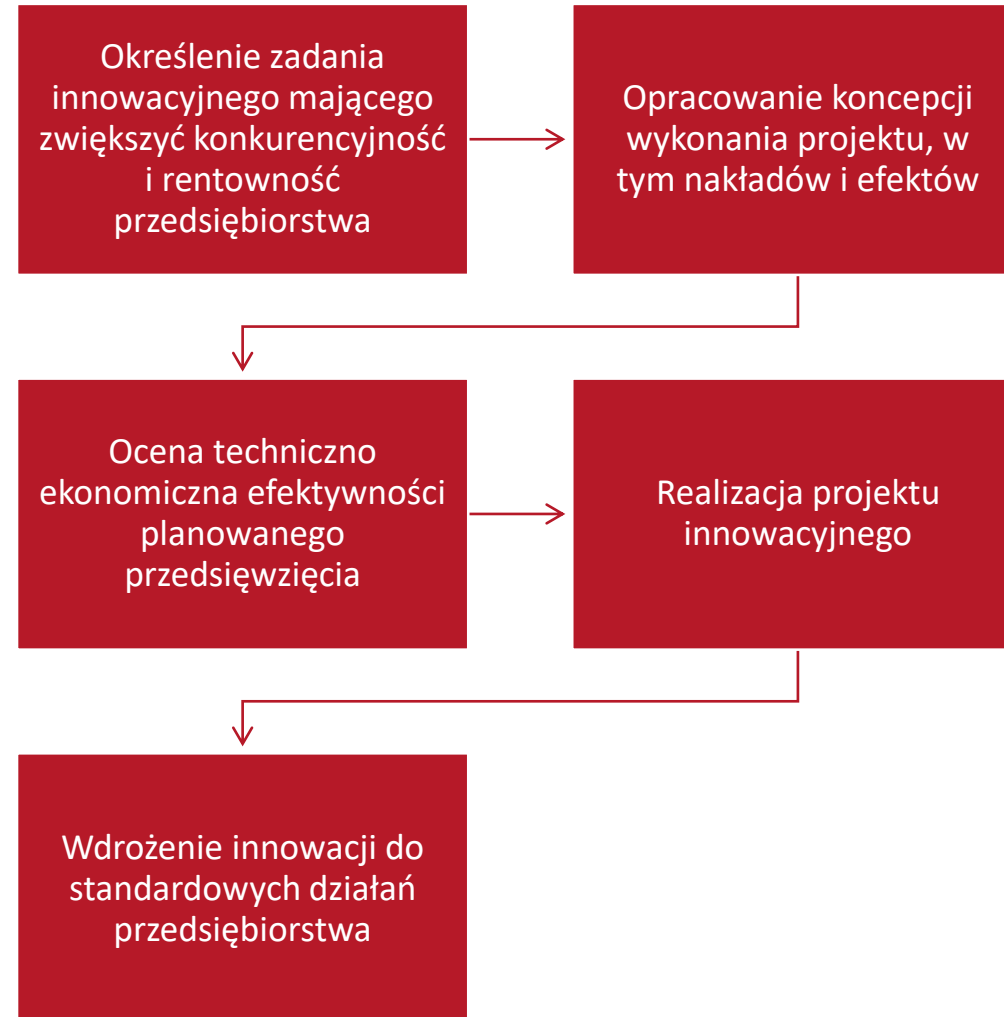
# Jak zarządzać innowacjami? Czy to możliwe?

---



# Jak zarządzać innowacjami? Czy to możliwe?

1. Planowanie
2. Organizowanie
3. Motywowanie
4. Kontrola



# Bariery we wdrażaniu innowacji w MŚP

---





## Faza wstępna

- Brak dostatecznych podstaw rynkowych do wyboru przedmiotu i formy działań innowacyjnych
- Niejasne sprecyzowanie idei i celu przedsięwzięcia

## Faza realizacji

- Uproszczony sposób analizy koncepcji innowacyjnej, często z założoną z góry tezą finalną
- Niedocenienie techniczno-ekonomicznych aspektów wdrożenia innowacji

## Faza zakończenia

- Zupełny brak lub skromne nakłady marketingowe, zaniechane szkolenia personelu.



# Koncepcja User-Driven-Innovation

---



*UDI to proces wykorzystania wiedzy użytkowników w celu opracowania nowych produktów, usług i koncepcji.*

*Proces UDI opiera się na zrozumieniu prawdziwych potrzeb użytkowników i systematycznym ich angażowaniu.*

UDI dotyczy istniejących i/lub potencjalnych użytkowników, a także procesów polegających na systematycznych działaniach, które poszukują, przyznają, i pozwalają zrozumieć wyraźną, jak i niejawną, wiedzę i pomysły użytkowników



# Koncepcja User-Driven-Innovation

| Nazwa                       | Metoda User-Driven Innovation                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                             |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miejsce tworzenia innowacji | W firmie (wsparcie firm konsultingowych)                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                  | Na zewnątrz                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                             |
| Cel procesu                 | Identyfikacja potrzeb konsumentów                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                  | Identyfikacja rozwiązań                                                                                                                                                     |                                                                                                                                             |
| Charakterystyka             | Głos konsumenta                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                  | Przewodnictwo konsumenta                                                                                                                                                    |                                                                                                                                             |
| Metody/procesy              | Koncentracja na produkcie,<br>-obserwacja i identyfikacja potrzeb konsumenta,<br>-burza mózgów<br>-prototypy i rozwiązania,<br>-regularne testowanie i wdrażanie | Podejście strategiczne<br>(organizacja pracy przy użyciu nowych sposobów)<br>-dostarczenie nowych doświadczeń klientom oraz pracownikom<br>-rozwój infrastruktury i możliwość do podnoszenia kultury organizacji | Współpraca z konsumentem nad nowymi pomysłami<br>tworzenie platformy rozwoju produktu-usługi<br>-rozwój firmy i zainicjowanie procesu współpracy nad lepszymi rozwiązaniami | Poszukiwanie liderów innowacji lub identyfikacja liderów: na zewnątrz<br>-do przygotowania prototypów i testowania oraz kreowania rozwiązań |



# Czym jest innowacyjny model biznesowy?

## Część 1

---



# Czym jest innowacyjny model biznesowy?

| OBSZAR  | TYP INNOWACJI          | CHARAKTERYSTYKA                                      |
|---------|------------------------|------------------------------------------------------|
| FINANSE | MODEL BIZNESOWY        | Na czym firma zarabia                                |
|         | NETWORKING             | W jaki sposób firma współtworzy wartość z partnerami |
| PROCES  | PROCESY UMOŻLIWIAJĄCE  | Kompetencje, które zwykle kupujesz od innych         |
|         | DZIAŁALNOŚĆ PODSTAWOWA | Główne procesy tworzące wartość                      |
| OFERTA  | CECHY PRODUKTU         | Funkcje, parametry, wydajność                        |
|         | SYSTEM PRODUKTÓW       | Portfolio produktów tworzących ofertę                |
|         | OBSŁUGA KLIENTA        | Jak obsługuje się klientów                           |
| DOSTAWA | KANAŁY                 | Jakimi kanałami dociera się do klientów              |
|         | MARKA                  | W jaki sposób prezentuje się klientowi wartość       |
|         | DOŚWIADCZENIE KLIENTÓW | Jak tworzy się końcowe doznanie klientów             |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: R. Amit, Ch. Zott: Creating Value Through Business Model Innovation. „MIT Sloan Management Review” 2012, Vol. 53, No. 3, s. 45.



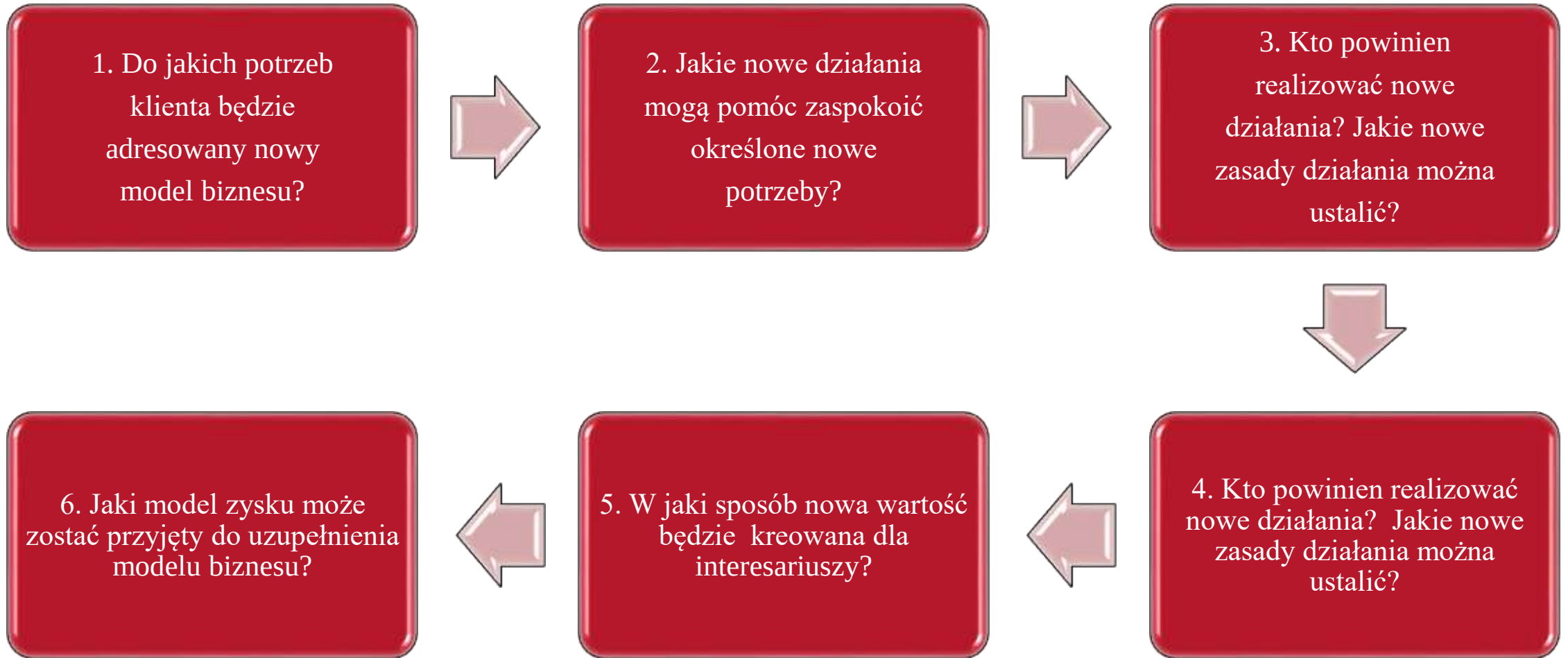
# Czym jest innowacyjny model biznesowy?

## Część 2

---



# Czym jest innowacyjny model biznesowy?





# Czy startup zawsze jest innowacyjny?

---



# Czy startup zawsze jest innowacyjny?

Startupy to takie przedsięwzięcia, które mają potencjał bardzo szybkiego wzrostu: dzięki przewadze technologicznej lub niszy rynkowej, która nie została jeszcze odkryta i zagospodarowana

Startupy to firmy projektowane z myślą o osiągnięciu olbrzymiej skali w krótkim czasie

Stworzenie skalowalnej, szybko rosnącej organizacji to prawdziwy *roller coaster* pasji i porażek, ambicji i kompromisów

Ryzyko porażki, wpisane w naturę prowadzenia eksperymentów startupowych, sprawia, że wśród startupów najszybciej i najpełniej dojrzewa duch niezłomnej, odpowiedzialnej przedsiębiorczości

Startup to nowe przedsiębiorstwo, które nie ma doświadczenia, wiedzy i zaczyna wykorzystywać szanse, wchodzić w coś nowego

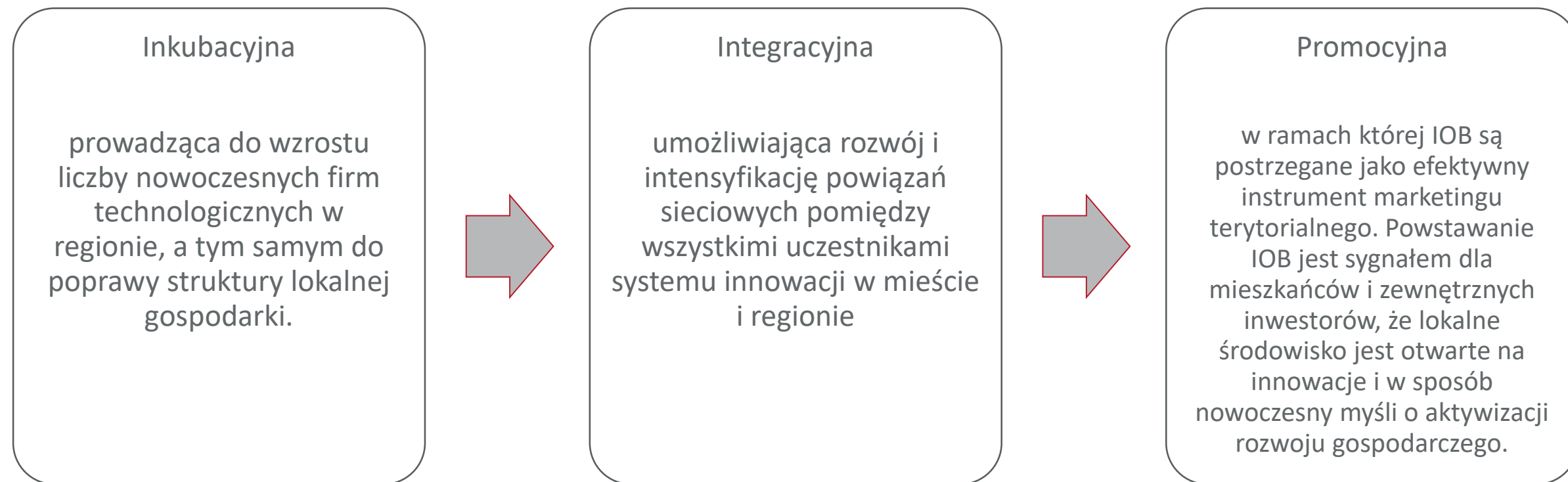


# Instytucje wspierające zarządzanie innowacjami w mikro i małym przedsiębiorstwie

---



# Instytucje wspierające zarządzanie innowacjami w mikro i małym przedsiębiorstwie



# Instytucje wspierające zarządzanie innowacjami w mikro i małym przedsiębiorstwie

| Obszary tematyczne wsparcia technologicznego                                              | Parki technologiczne | Inkubatory technologiczne | Akademickie inkubatory przedsiębiorczości-preinkubatory | Centra transferu technologii (CTT) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Certyfikacja rozwiązań/technologii /produktów                                             | X                    |                           |                                                         |                                    |
| Konsultacja i selekcja innowacyjnych pomysłów                                             | X                    | X                         | X                                                       | X                                  |
| Doradztwo/informacja w zakresie ochrony praw własności intelektualnej                     | X                    | X                         |                                                         | X                                  |
| Audyt technologiczny                                                                      |                      | X                         |                                                         | X                                  |
| Przygotowanie oferty lub zapytania o technologię                                          | X                    | X                         | X                                                       | X                                  |
| Pomoc w nawiązaniu kontaktu z dostawcą lub odbiorcą technologii                           | X                    | X                         | X                                                       | X                                  |
| Analizy rynku i określenie potencjału rynkowego i technicznych możliwości rozwoju pomysłu | X                    | X                         | X                                                       | X                                  |
| Pomoc w opracowaniu prototypu rozwiązania, produktu lub gotowego do testów wyrobu         | X                    | X                         |                                                         | X                                  |
| Pomoc we wdrażaniu technologii                                                            | X                    | X                         | X                                                       | X                                  |
| Poszukiwanie konkretnych technologii na zamówienie                                        | X                    | X                         |                                                         | X                                  |
| Pośrednictwo kooperacyjne z zagranicą, internacjonalizacja                                | X                    | X                         | X                                                       | X                                  |
| Usługi badawczo-rozwojowe                                                                 |                      |                           |                                                         | X                                  |

# Dziękuję za uwagę

---

**dr Zofia Gródek-Szostak**

Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

