



NOWE PRODUKTY. INNOWACYJNOŚĆ, KTÓREJ NIE TRZEBA SIĘ BAĆ!

– Za 10 lat będziemy inaczej się komunikować, leczyć, podróżować. Zmiany już się zaczęły, aby nadażyć, trzeba mieć oczy szeroko otwarte – podkreślał Jan Bury, wiceminister skarbu państwa i szef Rady Programowej Forum Innowacji w Rzeszowie, podczas dyskusji i prezentacji m.in. innowacji produktowych.

Forum Innowacji od 2010 roku organizowane jest w stolicy Podkarpacia. Tu spotykają się setki fachowców od innowacji z Europy Środkowo-Wschodniej. I nie bez powodu wybrali Rzeszów. Województwo Podkarpackie w swojej strategii przyjęło innowację jako najważniejszy czynnik rozwoju. To tu mieści się dynamiczny, innowacyjny klaster Dolina Lotnicza, na który składa się 100 firm, 20 tysięcy zatrudnionych, miliard dolarów sprzedaży. Tu samorząd województwa realizuje projekt o wartości 68 mln zł – na 48 hektarach obok portu lotniczego w Jasionce, rozwija się Park Naukowo-Technologiczny. Tu działają liczne innowacyjne firmy w branży samochodowej, energetycznej czy IT. Przedstawiciele uczelni zobowiązali się do dalszego reformowania szkolnictwa wyższego na potrzeby firm inwestujących w regionie.

Jedną z atrakcji Forum było Miasteczko Innowacji, w którym prezentowano najnowsze rozwiązania technologiczne, m.in. B-Link umożliwiający niepełnosprawnym obsługę komputera czy Asystent NN, telefon dla niewidomych wyposażony m.in. w głosowe odczytywanie sms-ów.

To są tak zwane innowacje produktowe, które pomagają rozwinąć skrzydła nie tylko wielkim firmom. Wystarczy, że innowacja zmieni jedną z cech produktu. Bo może nią być też nowy smak jogurtu, dodatki (kawałki owoców) czy ich brak (cukier, tłuszcz). Albo zmiany w usługach, choćby dodanie czegoś nowego – np. mobilnego Internetu do kawiarni, sklepu spożywczego do stacji paliw, zabawki do czekoladki. Nowe produkty wcale nie muszą być pionierskie, przeważająca większość to modyfikacje produktu, o której może myśleć każda firma. Warto, bo każda zmiana ma główny cel – rozwój przedsiębiorstwa, a zatem zysk i pomnażanie kapitału. Dzięki niej firmy podnoszą jakość produktu i konkurencyjność, ponieważ zwiększają asortyment, „odmładzają” produkty i procesy, a w efekcie zwiększają swe zdolności produkcyjne, obniżają koszty pracy itp. Zwiększają także swój udział w rynku i wchodzą na nowe. Innowacyjne firmy – jak wynika z badań Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) (materiał do kampanii „Świat potrzebuje Twoich pomysłów”) – zwiększają obroty przeciętnie o 1,11 mln zł, uzyskując dużo lepsze wyniki ekonomiczne od pozostałych. Szkoda, że wciąż działalność innowacyjną prowadzi zaledwie 23 proc. z około 1,7 mln małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce.

Opracowanie PARP „Innowacyjność 2010” pokazuje, że wśród firm prowadzących działalność innowacyjną największy odsetek innowacji produktowych wdrożyły duże firmy podlaskie (90 proc.)

i... podkarpackie (85 proc.). W podkarpackiem 16% firm przemysłowych w 2008 r. wprowadziło wyroby nowe lub istotnie ulepszone, co daje drugą pozycję w kraju (na tym samym poziomie co mazowieckie, pomorskie i świętokrzyskie; najwyższy wynik zanotowano w woj. opolskim – 17%). Warto stać się jedną z nich.

Co hamuje pozostałe firmy? Zdaniem ekspertów: brak wiedzy o możliwościach i korzyściach płynących z innowacji, zaś na drugim miejscu – koszty. A przecież przedsiębiorcy w procesie

Innowacją produktową mogą być tak samo towary, jak i usługi. Jak powstaje innowacja produktowa? Na ogół odpowiada na potrzebę rynku. Jej źródła trzeba więc szukać w otoczeniu, ale też we własnych zasobach.

Innowacja to celowe zastępowanie produktu jego nowymi wersjami lub kreowanie zupełnie nowych, które zaspokajają potrzeby klienta. Firma Booz, Allen & Hamilton podzieliła nowe produkty na kilka kategorii:

- nowe na świecie, a zatem tworzące zupełnie nowy rynek,
- nowe linie produktów, czyli pierwszy raz wchodzące na rynek,
- uzupełniające dotychczasowe linie produktów firmy,
- udoskonalenia dotychczasowych towarów i usług, czyli nowe z udoskonalonym działaniem, o większej wartości postrzeganej, zastępujące dotychczasowe produkty,
- redukujące koszty, czyli tańsze nowe produkcje spełniające podobne funkcje co poprzednie.

innowacyjności nie są sami, mają wiele możliwości! Mogą realizować wspólne projekty z innymi firmami i tworzyć klastry (grupy przedsiębiorstw, instytucji i organizacji, które ułatwiają dostęp do nowych technologii, wymianę doświadczeń i zwiększają szansę zaistnienia z produktem lub usługą na rynku). Mogą zlecać wykonanie prac jednostkom naukowo-badawczym i współpracować z uczelniami. Mają też instytucje otoczenia biznesu, takie jak parki naukowo-technologiczne, podobne do tego w Jasionce, w których można korzystać ze specjalistycznego wyposażenia laboratoryjnego, aparatury technicznej, powierzchni na działalność firmy.

– Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości stara się ułatwiać tworzenie powiązań pomiędzy sferą biznesu a nauką – wspiera przedsiębiorców w realizacji prac badawczo-rozwojowych i wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań do praktyki. Wspiera również instytucje okołobiznesowe (m.in. klastry, parki technologiczne, inkubatory), które są niezbędnym ogniwem w tym procesie – podkreśla Prezes PARP Bożena Lublińska-Kasprzak. – Zwiększenie transferu wiedzy, wyników badań i technologii z jednostek naukowych do firm, to ważne wyzwanie stojące przed polskimi przedsiębiorcami – jest bowiem kluczem do sukcesu.

