



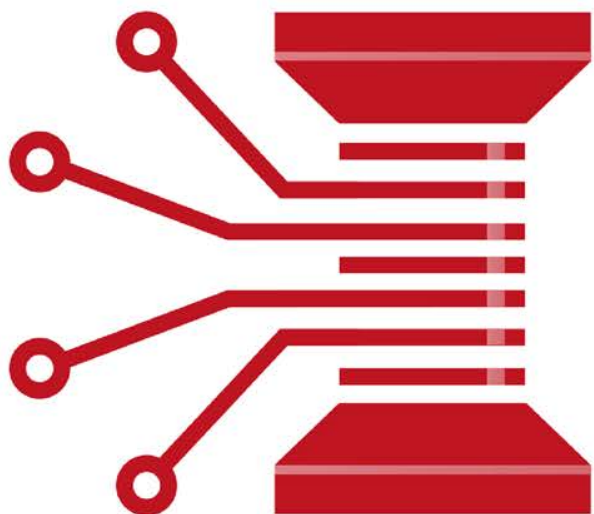
KAPITAŁ LUDZKI
CZŁOWIEK – NAJLEPSZA INWESTYCJA!



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



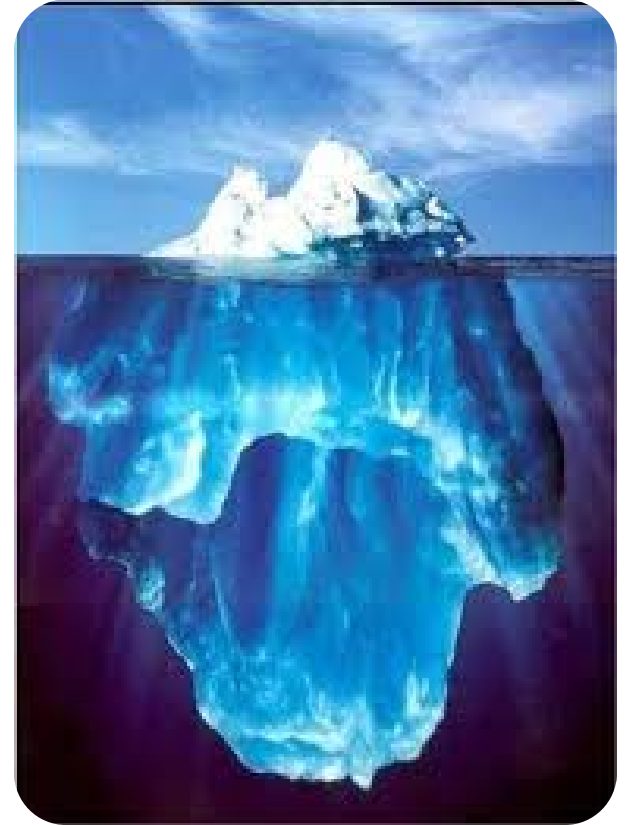
PROJEKT WSPÓŁFINANSOWANY ZE ŚRODKÓW UNII EUROPEJSKIEJ W RAMACH EUROPEJSKIEGO FUNDUSZU SPOŁECZNEGO



INTELIGENTNE TEKSTYLIA

dla regionu łódzkiego

JEDYNĄ STAŁĄ JEST ZMIANA



Założenia projektowe:

Cel:

Poprawa konkurencyjności i innowacyjności 75 MMSP branży tekstylnej i odzieżowej w zakresie inteligentnych tekstyliów w oparciu o transfer doświadczeń hiszpańskich.

Formy wsparcia:

32 h warsztatów w zakresie Modelu Otwartych Innowacji dla BTO

6 h doradztwa w wyniku, którego powstaną Strategie Wdrażania Innowacji

Wizyta studyjna

Oczekiwane rezultaty:

Wyposażenie firm w narzędzia i umiejętności poszukiwania i wdrażania innowacji jako części codziennej praktyki.

Przedstawienie benchmarkingowej bazy hiszpańskich firm operujących w segmencie otwartych innowacji



O czym będziemy rozmawiali:

- ➔ Paradygmat Otwartych Innowacji
- ➔ Ecosystem dla OI - jak zmienią się konsumenci, jakie będą innowacje za 10 lat
- ➔ Sposoby diagnozy potencjału innowacyjnego firmy według modelu hiszpańskiego
- ➔ Moc tkwiąca w społecznościach
- ➔ Jak współpracować z nauką?
- ➔ ...



Jakie będą innowacje za 10 lat?

"The Future of Innovation Management: The Next 10 Years" - raport z badanie firmy Arthur D. Little

„Firmy będą musiały coraz bardziej koncentrować się na radykalnych innowacjach, aby utrzymać się w czołówce. Przewidywany jest dwukrotny wzrost sprzedaży innowacyjnych produktów w nowych obszarach działalności. Taki wzrost będzie mieć fundamentalne konsekwencje dla charakteru zarządzania innowacjami. Nastąpi również przyspieszenie tempa transferu innowacji do gospodarek rozwijających się, co będzie stanowić poważne źródło wyzwań dla zarządzania.”

Najważniejsze wnioski z badania to:

- Udział produktów i usług w nowych obszarach biznesowych podwoi się z 20 proc. w 2010 r. do 40 proc. w 2020 r.
- Udział przychodów z nowych produktów i usług wzrośnie z 30 proc. w 2010 r. do 40 proc. w 2020 r.
- Obniżenie kosztów jednostkowych dzięki innowacjom wzrośnie o 50 proc. w ciągu najbliższych dziesięciu lat.
- Najważniejszym obszarem dla inwestycji innowacyjnych w dalszym ciągu będzie coraz głębsze zrozumienie potrzeb klienta.
- Rozwój innowacji oraz nowatorskich rozwiązań, przede wszystkim na rynkach wschodzących, przyczyni się do znacznego wzrostu inwestycji w ciągu najbliższych dziesięciu lat.
- Europejskie firmy coraz bardziej będą przenosić swoje proinnowacyjne operacje z Europy i USA do Azji i Ameryki Południowej. Ich udział w całości operacji zwiększy się z 12 proc. w 2010 do 25 proc. w 2020 r.

Badanie przedstawia nowe modele zarządzania innowacją:

1. Innowacje bazujące na kliencie
2. Proaktywny model biznesowy innowacji
3. Oszczędne innowacje
4. Szybko przy niskim ryzyku
5. Integracja innowacji





Jeden z systemów podziału strategii wdrażania innowacji:

Atakująca ofensywa – polega na wprowadzaniu nowych produktów, dzięki czemu możliwe jest wyprzedzenie konkurentów oraz przywództwo technologiczne i rynkowe.

Obronna defensywa – stosowana przez firmy, które nie chcą być liderami, ale też nie odstają od nich zbyt wiele i za nimi podążają (tzw. followers). Wynikać to może z braku niektórych zasobów lub kompetencji, ale mimo to firmy te starają się udoskonalać i modyfikować istniejące produkty.

Imitująca – firma stosująca tę strategię nie posiada zasobów ani kompetencji do wprowadzania innowacji, ale poszukuje przewag w innym zakresie np. skuteczne zarządzanie, niskie koszty. Mimo to docenia rolę innowacji, polegając w większym stopniu na jej dyfuzji (przede wszystkim edukacji).

Zależna – firmy modyfikują swój produkt w oparciu o sygnały z otoczenia (np. moda), ale nie zmieniają technologii.

Jeden z systemów podziału strategii wdrażania innowacji:

Tradycyjna – dotyczy tradycyjnych gałęzi z elementami rękodziela (np. rzemiosło, restauratorstwo), w których firmy starają się nie wprowadzać większych zmian.

Oportunistyczna – stosowana przez firmy, które próbują ominąć niektóre przepisy, w tym nielegalnie kopiują produkty innych firm.

Przedstawione strategie innowacji bazują przede wszystkim na wyborze:

czy **samemu tworzyć** innowacje ???

czy **naśladować technologię** innych???

Oba podejścia mają swoje zalety.

Według pierwszego, firma osiąga korzyści z pierwszeństwa na rynku - chronione patentami i licencjami technologie ograniczają konkurencję oraz dają możliwość uzyskania akceptacji rynku i lojalności klientów.

Z kolei naśladowcy, którzy szybko podążają za liderami, mogą znacznie obniżyć koszty prac B+R i zmniejszyć ryzyko niskiego popytu na nowe rozwiązanie.



Nowe strategie innowacji odpowiadające na nowe trendy:

Strategia „błękitnego oceanu” - jest pewnego rodzaju przeciwwagą dla strategii "czerwonego oceanu" (czyli zajmowania tych rynków, które są już zagospodarowane). Podstawą definicji "błękitnego oceanu" jest kreowanie przez przedsiębiorstwa wolnej i niezagospodarowanej jeszcze przestrzeni rynkowej. Dzięki temu konkurencja przestaje być istotna oraz przedsiębiorstwa wykorzystują w pełni innowacyjność do kształtowania swojej pozycji. Istotą tej strategii jest Innowacja wartości, której celem jest koncentrowanie się na wytwarzaniu nowych wartości dla klientów i własnego przedsiębiorstwa.

* *W. Chan Kim & Renée Mauborgne, Blue Ocean Strategy, Harvard Business School Press, 2005*

Nowe strategie innowacji odpowiadające na nowe trendy:

Strategia sieci innowacji – forma organizacji przedsiębiorstw, osób, instytucji wspólnie przyczyniających się do rozwoju innowacji, często skupia się na organizacji wirtualnych sieci współpracy przy zastosowaniu technologii informacyjnych umożliwiających realizację wspólnych celów.

Narzędziami i czynnikami zapewniającymi trwałość sieci powiązań są:

- ✓ więź interesów potwierdzonych umowami kooperacyjnymi,
- ✓ więzi wynikające z przyjaźni i zaufania,
- ✓ więzi kapitałowe i majątkowe (udziały we współwłasności, wzajemna własność).

Sieci rozpadają się, gdy:

- ✓ któreś z ogniw nie spełnia oczekiwań pozostałych ("wyrzucenie"),
- ✓ sieć nie spełnia wymagań któregoś z ogniw ("porzucenie")



Nowe strategie innowacji odpowiadające na nowe trendy

Strategia otwartych innowacji*

Cechy tradycyjnego podejścia - model „zamkniętych” innowacji:

- oparty na wewnętrznych działach badawczo-rozwojowych,
- wymagający dużych nakładów na badania i rozwój, przez co dostępny i wdrażany jedynie przez duże, silne finansowo organizacje,
- silnie skoncentrowany na ochronie własności intelektualnej oraz tajemnicy handlowej przedsiębiorstw.



Podejście to wydaje się być zdominowane przez przekonanie, że innowacje wymagają kontroli. Przedsiębiorstwa muszą generować nowe pomysły, oceniać je, rozwijać, wprowadzać na rynek, dystrybuować, finansować. I - co najważniejsze - muszą to robić samodzielnie, wewnątrz organizacji, wykorzystując jej własne zasoby.

*Źródło: <http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/24/id/539>

Nowe strategie innowacji odpowiadające na nowe trendy

Strategia otwartych innowacji*

Henry W. Chesbrough opisuje tę zorientowaną wewnątrznie logikę „zamkniętych innowacji” za pomocą kilku specyficznych dla niej zasad:

- powinniśmy zatrudnić najlepszych, błyskotliwych pracowników, tak by najbardziej inteligentni ludzie w branży pracowali u nas;
- chcąc wprowadzić na rynek nowe produkty lub usługi, powinniśmy sami je wymyślać i rozwijać;
- jeśli sami je wymyślimy, osiągniemy efekt pierwszeństwa na rynku;
- firma, która pierwsza wprowadza na rynek produkt, zazwyczaj wygrywa;
- jeśli będziemy liderami w naszej branży pod względem nakładów inwestycyjnych na B+R, będziemy autorami największej liczby, najlepszych pomysłów, co w konsekwencji doprowadzi do osiągnięcia pozycji lidera rynkowego;
- powinniśmy mieć kontrolę nad naszą własnością intelektualną, tak by nasi konkurenci nie czerpali zysków z naszych pomysłów.

*Źródło: <http://www.e-mentor.edu.pl/arttykul/index/numer/24/id/539>

Nowe strategie innowacji odpowiadające na nowe trendy

Strategia otwartych innowacji*

Dlaczego zamknięty system nie działa sprawnie?

- ✘ Powszechny dostęp do informacji
- ✘ Migracja pracowników
- ✘ Rozwój netweringu
- ✘ Aktywizacja małych firm korzystających z odrzuconych prac
- ✘ Podczas gdy z jednej strony na rynku jest mnóstwo wolnego kapitału, który może być przeznaczony na rozwój nowatorskich przedsięwzięć, firmy realizujące jedynie wewnętrznymi siłami procesy innowacyjne, cierpią na niedobór kapitału, aby rozwijać nowe, pojawiające się możliwości.

*Źródło: <http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/24/id/539>

Nowe strategie innowacji odpowiadające na nowe trendy

Strategia otwartych innowacji*

Na czym polega otwarty system innowacji?

Otwarcie się przez organizacje na otoczenie i interesariuszy, poprzez jak najgłębsze zaangażowanie ich w procesy innowacji.

Dzięki większej otwartości procesów innowacyjnych w organizacjach nowe firmy zaczynają zagrażać dotychczasowym potentatom innowacyjności. Wykorzystują one prace i projekty badawcze rozwijane wcześniej - i porzucone jako mało perspektywiczne - w innych firmach. Dzięki temu nie muszą inwestować w zbudowanie wielkich własnych laboratoriów badawczych czy prowadzenie prac nad wieloma, potencjalnie obiecującymi projektami, a raczej opierają się na tym, co odkrył już ktoś inny, aczkolwiek nie potrafił (lub nie miał odpowiednich zasobów) tego skomercjalizować. Na tym właśnie polega istota innowacji.

Nowe strategie innowacji odpowiadające na nowe trendy

Strategia otwartych innowacji*

Na czym polega otwarty system innowacji?

Wartość dodana dla klienta jest współtworzona przez niego wraz z firmą. Klient staje się zarazem współproducentem końcowego produktu. Co ważne, współtworzenie wartości nie sprowadza się tylko do kustomizacji produktu na końcowym etapie procesu jego dostarczania klientowi (np. wybór koloru i dobór wyposażenia dodatkowego w samochodzie), ale rozpoczyna się już na etapie projektowania produktów. Cały zaś proces tworzenia wartości skoncentrowany jest wokół klientów i ich indywidualnych doświadczeń.

Dla efektywnego funkcjonowania tego podejścia - obok kulturowej gotowości organizacji na włączenie klientów w wewnętrzne procesy - niezbędna jest oczywiście odpowiednia infrastruktura przygotowana przez firmę, umożliwiającą użytkownikom interakcje zarówno z firmą, jak i między sobą.

Nowe strategie innowacji odpowiadające na nowe trendy

Strategia otwartych innowacji*

Na czym polega otwarty system innowacji?

Model biznesowy „otwartych innowacji” wykorzystuje zarówno zewnętrzne jak i wewnętrzne źródła pomysłów bez obawy, że wyprowadzenie poza mury firmy pomysłów powstałych wewnątrz pozbawi ją możliwości czerpania korzyści z tych idei. Przeciwnie, wobec braku możliwości rozwijania wszystkich nadarzających się idei wewnętrznymi siłami, firmy stosujące otwarte podejście w procesach innowacji chętnie dzielą się tą wiedzą z otoczeniem, co prowadzi do powstawania większej liczby innowacyjnych produktów niż byłoby to możliwe w warunkach „zamkniętych” procesów.



*Źródło: <http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/24/id/539>

Rozumieć nowego klienta = znać trendy konsumenckie

Firma 4P RESEARCH GROUP przeprowadziła badania, w ramach których zidentyfikowała 10 masowych trendów konsumenckich, które wpływają na to jak kupują, czego szukają i o czym marzą konsumenci, a także, czego się obawiają i pragną unika

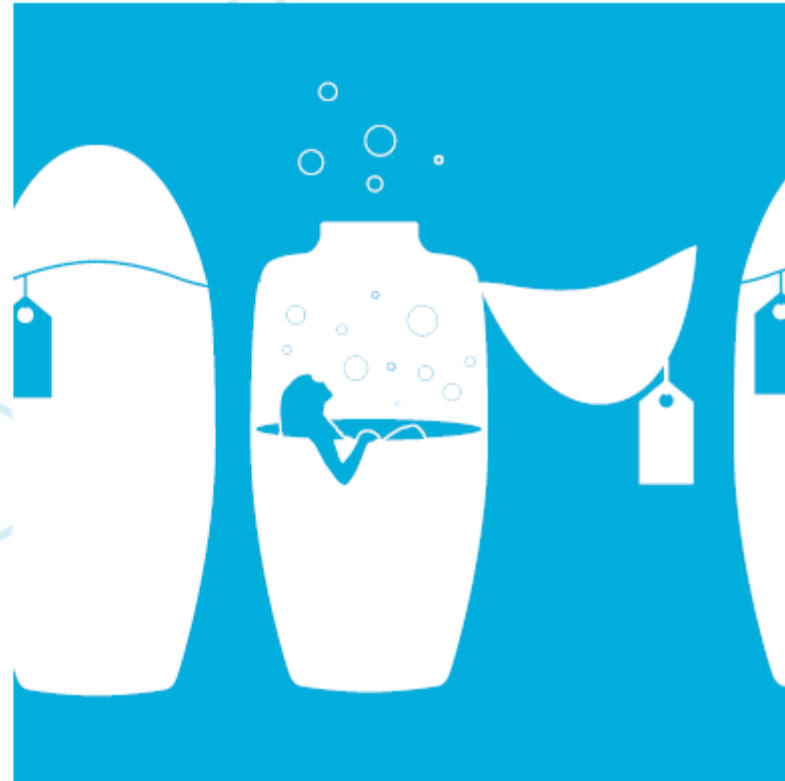
<http://www.slideshare.net/4Presearchmix/teczka-trendow-2012-4p-research-mix>

SPRYTNY KONSUMENT



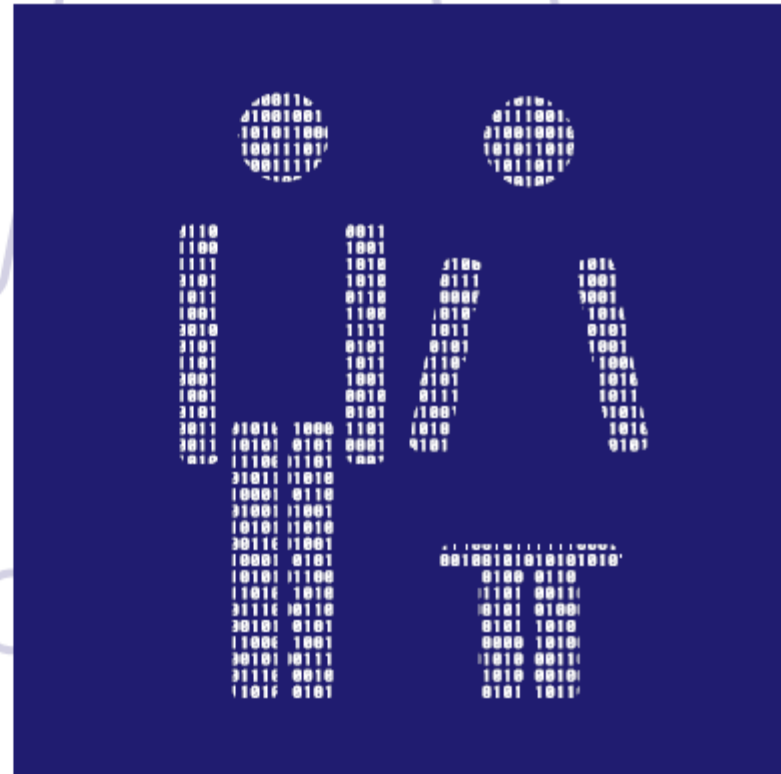
ZAKUPOWE SAFARI

2

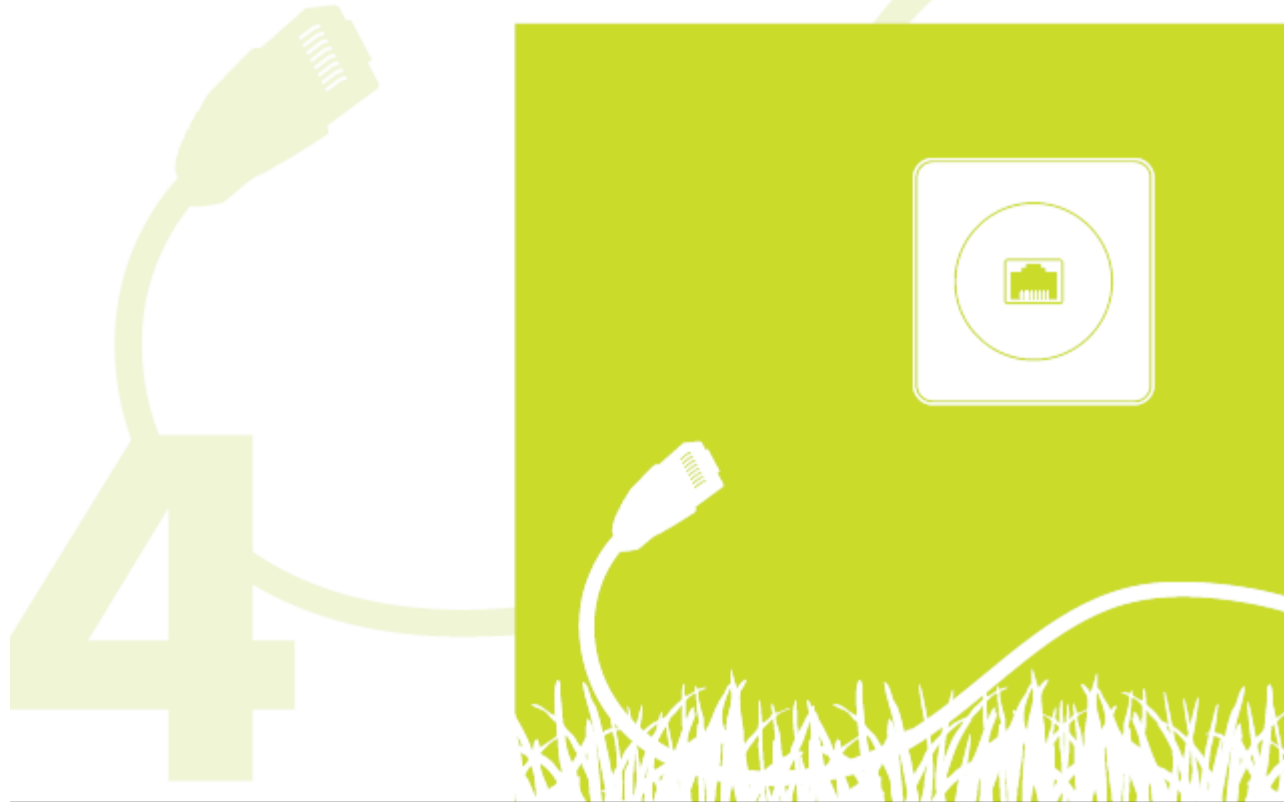


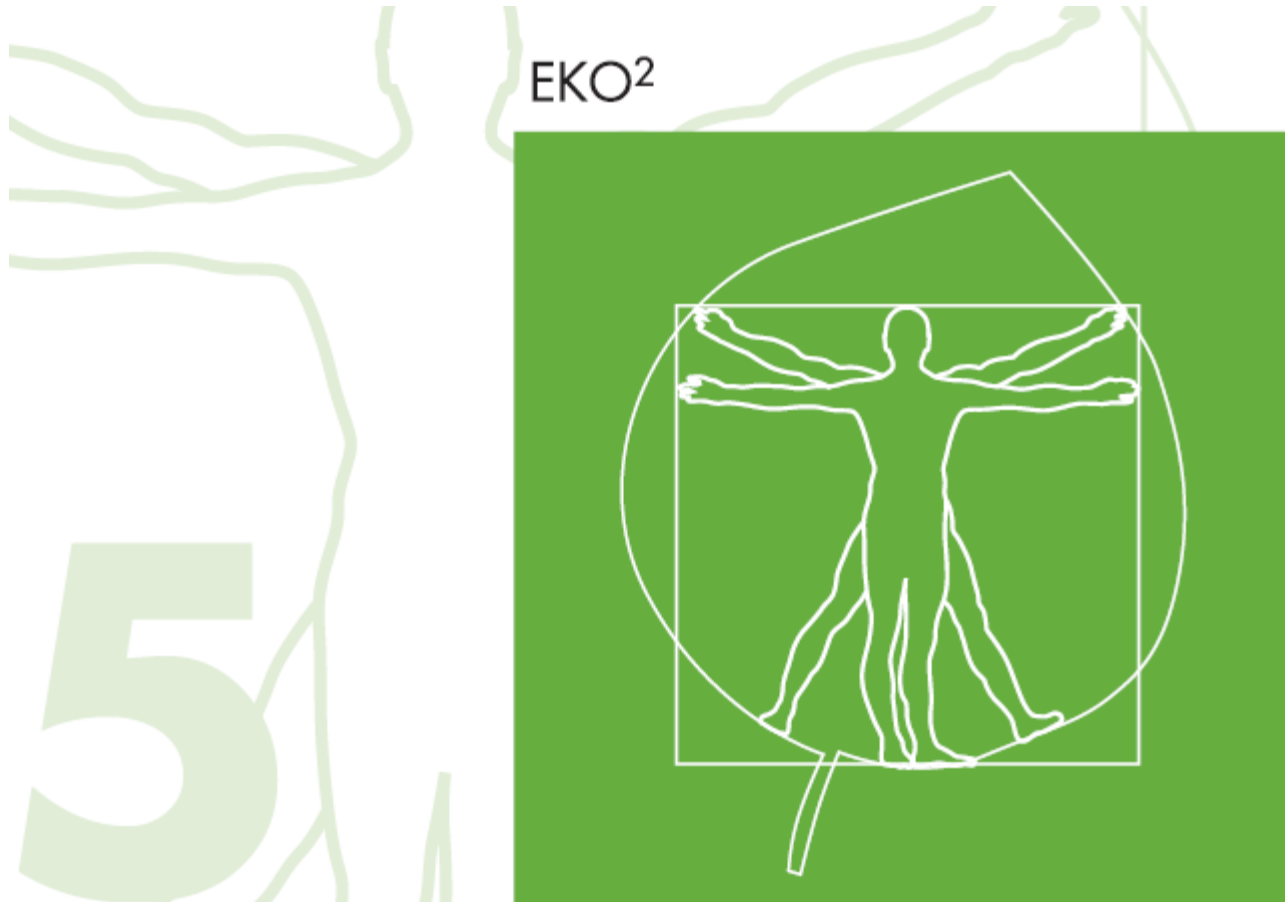
SCYFROWANI

3



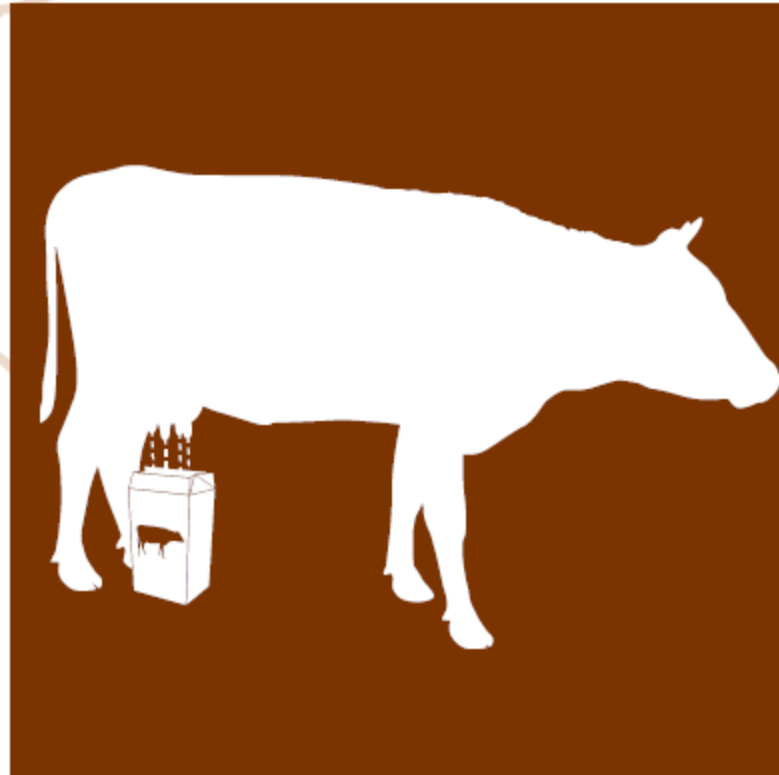
WYLOGOWANI





LOKALNIE IDEALNIE

6

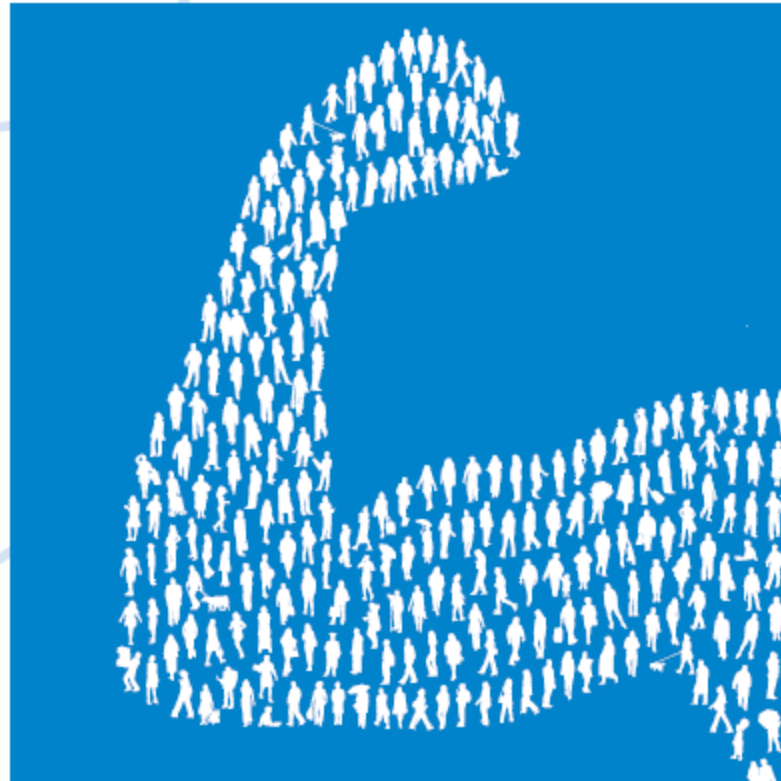


RETRONOWOCZEŚNI

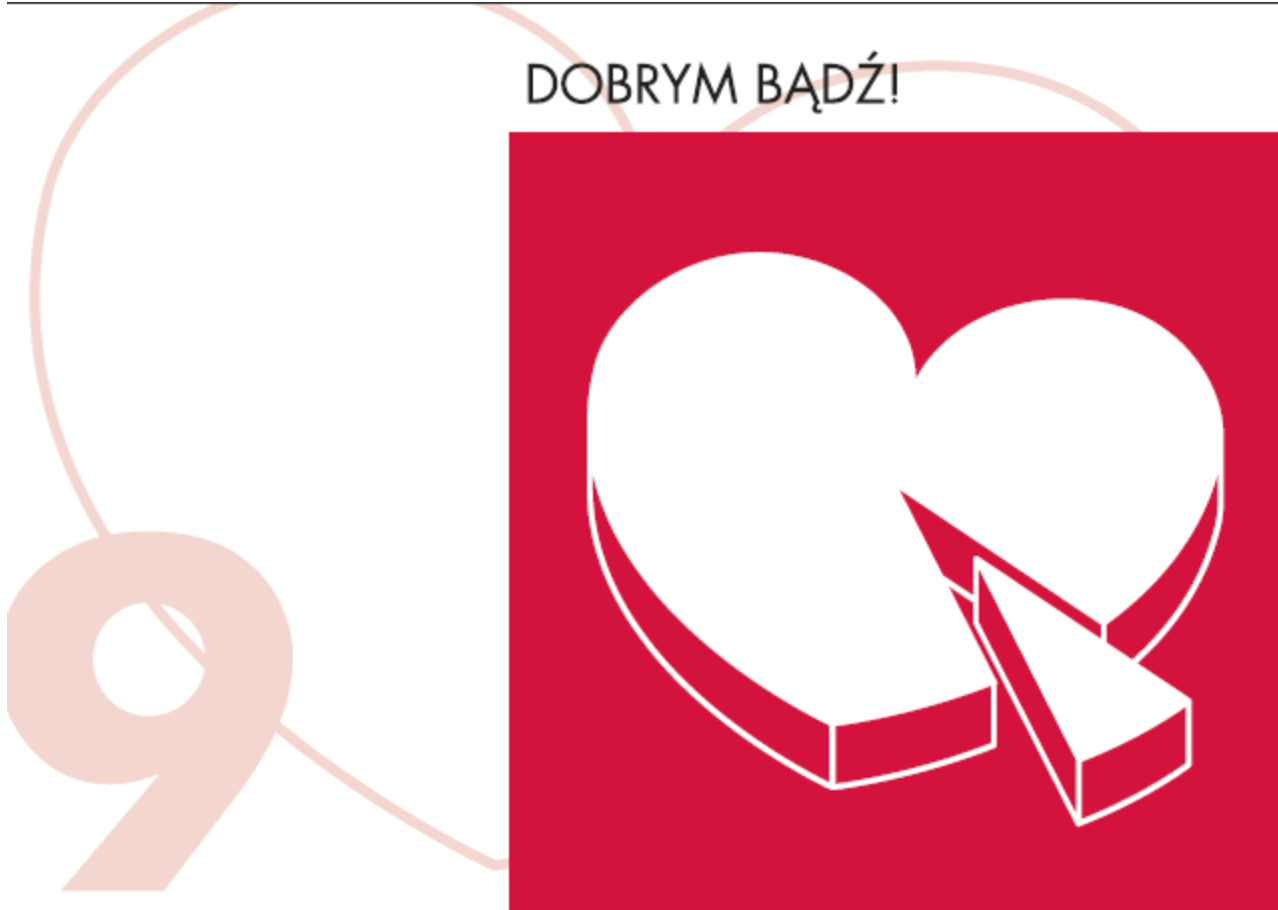


SPOŁEM

8



DOBRYM BĄDŹ!



NIEGRZECZNI

10



Dziękuję

iwona.adamkiewicz@proakademia.eu