

Możliwości zwiększania efektywności wykorzystania zasobów polskich MSP

EDIT VALUE

nowoczesne narzędzie wspierające decyzje gospodarcze

16.10. 2014, Konstantynów Łódzki



EDIT VALUE TOOL

**Narzędzie dla zwiększenia efektywności
wykorzystania zasobów
w małych i średnich przedsiębiorstwach**

1. Kierunki wzrostu efektywności użytkowania zasobów naturalnych w dokumentach Unii Europejskiej
2. Wpływ potencjału środowiska naturalnego na innowacyjność
3. EDIT VALUE – kompleksowe narzędzie poprawiające efektywność
4. Narzędzia zwiększania efektywności i podnoszenia innowacyjności w przedsiębiorstwach



Komunikat /Sygnatura COM(2011) 571/:
**Plan działań na rzecz Europy
efektywnie korzystającej z zasobów**

Do 2020 roku Komisja Europejska planuje osiągnięcie następujących celów:

- Wprowadzić „minimalne normy w zakresie efektów działalności środowiskowej”, co oznaczać będzie zakaz stosowania produktów najmniej efektywnie wykorzystujących zasoby;
- Wprowadzić „sygnały cenowe” i spopularyzować informacje o ich wpływie na środowisko, w tym efektywność wykorzystania zasobów przez produkty i usługi w trakcie ich życia („ślad ekologiczny”). Ma to skłonić do wybierania tych wersji produktu, które najbardziej efektywnie wykorzystują zasoby;
- Uniezależnić wzrost gospodarczy i koniunkturę od wykorzystania zasobów, co oznacza konieczność wdrożenia do praktyki gospodarczej narzędzi monitorowania i podnoszenia efektywności zużycia zasobów i poszukiwania nowych technologii, sprzyjających powszechnemu recyklingowi.

Aby osiągnąć powyższe cele w roku 2020, Komisja Europejska wzywa do:

- rozszerzenia zakresu obowiązywania Dyrektywy Ekoprojektowej (Parlament Europejski, 2009) na produkty nie związane z energią;
- zaostrzenia wymogów dotyczących wykorzystania produktów i usług przyjaznych środowisku w zamówieniach publicznych;
- stworzenia metody porównywania „śladów ekologicznych” produktów;
- zmniejszenia ilości wytwarzanych odpadów w przeliczeniu na mieszkańca;
- zarządzania odpadami jako wartościowymi zasobami, co oznacza zwiększenie ilości odzyskiwanych odpadów do tego stopnia, by praktycznie wyeliminować składowiska;
- wprowadzenia minimalnych współczynników materiałów z recyklingu oraz zwiększenia popytu na materiały pochodzące z odzysku przez wprowadzeniu zachęt ekonomicznych.

Polityka ochrony środowiska i zwiększenie efektywności wykorzystania zasobów naturalnych w przemyśle opiera się na europejskich zasadach ochrony środowiska:

- zrównoważony rozwój;
- przewidywanie ewentualnych negatywnych skutków działania;
- profilaktyka i zapobieganie zanieczyszczeniom oraz ich eliminowanie u źródła;
- zanieczyszczający płaci - koszty likwidacji szkód w środowisku powinni ponosić ich sprawcy;
- włączenie wymogów ochrony środowiska do wszystkich strategii i planów rozwoju biznesu;
- lokalności - problemy środowiskowe powinny być rozstrzygane na możliwie najniższym poziomie;
- partnerstwo – konieczność podjęcia przez wszystkie podmioty wspólnych wysiłków na rzecz ochrony środowiska.



Narzędzie EDIT Value zostało opracowane w ramach projektu PRESOURCE, który ma na celu promocję efektywności wykorzystania zasobów w sektorze MŚP w Europie Centralnej.

Projekt jest realizowany przez międzynarodowe konsorcjum złożone z instytucji rządowych, przedsiębiorstw, organizacji badawczych i firm konsultingowych z 6 państw Europy Centralnej.

Projekt PRESOURCE i narzędzie EDIT VALUE mają na celu zwiększenie wydajności zasobów w MSP sektora produkcyjnego w Europie Centralnej promując ponadnarodowe zachęty do stosowania ekologicznych innowacji.

Ocena możliwości i barier wdrażania innowacji przez mikro, małe i średnie firmy w kontekście zarządzania zasobami



- Innovatis /łac./ – odnowienie lub kreacja czegoś nowego
- Innowacja – „twórcza destrukcja” – zastępowanie starych technologii nowymi;
- Innowacyjność – zdolność i motywacja firm do ustawicznego poszukiwania i wykorzystywania w praktyce wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków

Otwarte źródła informacji zapewniają ogólnie dostępne informacje, nie wymagające zakupu technologii czy praw własności intelektualnej ani też interakcji ze źródłem informacji.

Nabywanie wiedzy i technologii jest skutkiem **zakupu zewnętrznej wiedzy** i dóbr inwestycyjnych (maszyn, urządzeń, oprogramowania) oraz usług uosabianych przez nową wiedzę lub technologię, gdzie nie ma potrzeby wchodzenia w interakcję ze źródłem.

Współpraca w sferze innowacji wymaga natomiast aktywnego współdziałania w zakresie działalności innowacyjnej z innymi firmami lub publicznymi instytucjami badawczymi i może wiązać się z zakupem wiedzy i technologii.

Typy innowacji:

- Produktowa
- Procesowa
- Organizacyjna
- Marketingowa

Innowacyjność

- Wprowadzanie nowych produktów
- Wprowadzanie nowych metod produkcji
- Otwarcie nowych rynków zbytu
- Ukształtowanie nowych źródeł dostaw surowców lub innych środków
- Tworzenie nowych struktur rynkowych w ramach danego rodzaju działalności

Joseph Alois Schumpeter, *Model powstania innowacji*, 1934

Podstawą powstawania innowacji w przedsiębiorstwie jest nauka wewnętrzna, czyli posiadanie własnych zakładów badawczych i laboratoriów.

Nauka zewnętrzna (jednostki naukowo-badawcze poza przemysłem), będąca elementem otoczenia, ma mały wpływ na wdrażanie innowacji, niemniej wymienia informacje z placówkami innowacyjnymi wewnątrz modelu. Siłą napędową tworzenia innowacji w przedsiębiorstwie są procesy zarządzania.

Zgodnie z Oslo Manual przez innowację rozumie się:

Wprowadzenie do praktyki w przedsiębiorstwie nowego lub znacząco ulepszonego rozwiązania w odniesieniu do produktu (towaru lub usługi), procesu, marketingu lub organizacji. Istotą innowacji jest wdrożenie nowości do praktyki. Wdrożenie nowego produktu (towaru lub usługi) polega na zaoferowaniu go na rynku. Wdrożenie nowego procesu, nowych metod marketingowych lub nowej organizacji polega na ich zastosowaniu w bieżącym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa.



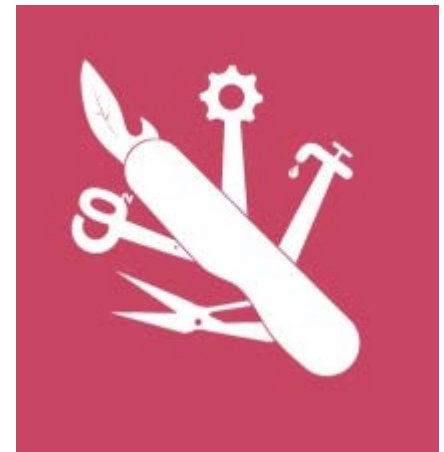
- **Innowacja produktowa** oznacza wprowadzenie na rynek przez dane przedsiębiorstwo nowego towaru lub usługi, lub znaczące ulepszenie oferowanych uprzednio towarów lub usług w odniesieniu do ich charakterystyk lub przeznaczenia. Ulepszenie może dotyczyć charakterystyk technicznych, komponentów, materiałów, wbudowanego oprogramowania, bardziej przyjaznej obsługi przez użytkownika oraz innych cech funkcjonalnych.
- **Innowacja procesowa** oznacza wprowadzenie do praktyki w przedsiębiorstwie nowych lub znacząco ulepszonych, metod produkcji lub dostaw.
- **Innowacja marketingowa** oznacza zastosowanie nowej metody marketingowej obejmującej znaczące zmiany w wyglądzie produktu, jego opakowaniu, pozycjonowaniu, promocji, polityce cenowej lub modelu biznesowym, wynikającej z nowej strategii marketingowej przedsiębiorstwa.
- **Innowacja organizacyjna** oznacza zastosowanie w przedsiębiorstwie nowej metody organizacji jego działalności biznesowej, nowej organizacji miejsc pracy lub nowej organizacji relacji zewnętrznych.

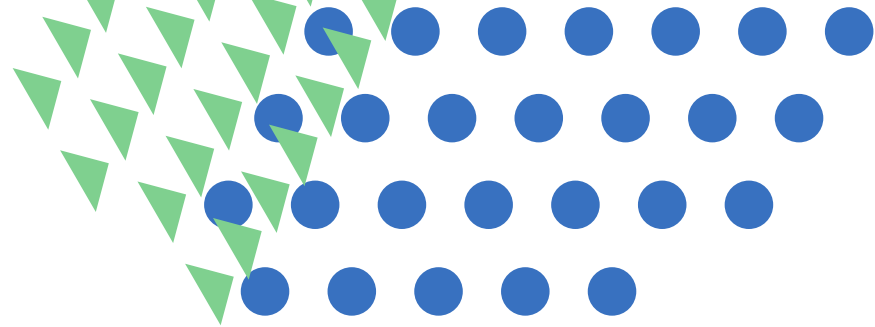
Cechy innowacji:

- Niepewność
- Inwestycje
- Transfer
- Wykorzystywanie nowej wiedzy (nowych zastosowań) lub połączenie nowej wiedzy
- Przewaga konkurencyjne (zachowanie konkurencyjności)

Kreowanie i wdrażanie innowacji wymaga:

- Tworzenia nowych modeli wartości
- Nowych technologii
- Kreowania nowych rozwiązań zarządczych i organizacyjnych
- Nowych strategii, opartych o zróżnicowane formy finansowania
- Koordynacji całego łańcucha nowatorskich rozwiązań





Centrum Badań i Innowacji Pro-Akademia

Ul. Piotrkowska 238
90-360 Łódź

ewa.kochanska@proakademia.eu

tel. +48 42 636-12-59; +48 42 636-12-48

fax +48 42 636-12-26

www.proakademia.eu