

TAKING
COOPERATION
FORWARD

 T3.1.3. On-line SME Capacity Building

 **Zarządzanie w zakresie odpowiedzialnych innowacji**



Dr Aneta Karasek, ekspert projektu ROSIE

Redakcja: Elżbieta Szulc-Wałęcka, Ewa Paszkiewicz-Tomasiak

TAKING
COOPERATION
FORWARD



Moduł 3 - Koncepcja



Odpowiedzialnych Innowacji dla MŚP



Organizacja procesu innowacyjnego w Twoim przedsiębiorstwie

Zastanów się...

- *Jakie znaczenie dla Ciebie ma wdrażanie innowacji?*
- *Jak w Twojej firmie wygląda proces wdrażania innowacji?*
- *Kto jest odpowiedzialny za wdrażanie innowacji?*
- *Czym kierujesz się przy wdrażaniu innowacji?*
- *Jakie zasoby są niezbędne w Twojej opinii do wdrażania procesu innowacyjnego?*



Rodzaje innowacji w sektorze MŚP



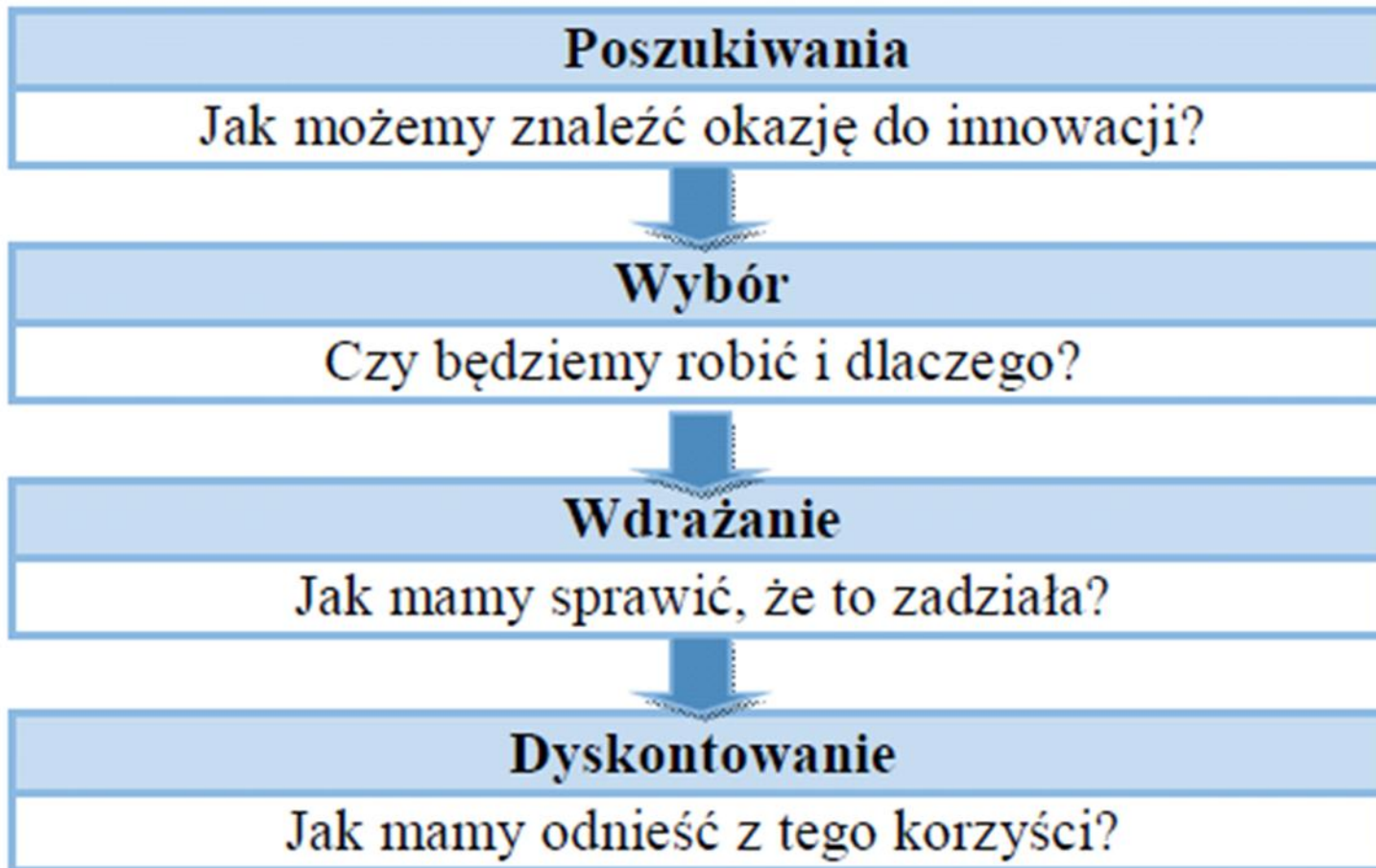
Kryterium klasyfikacji: przedmiot

Kryterium klasyfikacji - skala zmian:

- ✓ Przyrostowe - usprawniające produkcję (mniejsze ryzyko)
- ✓ Przetłomowe - nieciągłe, rewolucjonizujące produkcję (duże ryzyko)
- ✓ Przekształcające - zmieniające sposób zastosowania, funkcji danego rozwiązania (np. wykorzystując metodę *design thinking*)



Fazy procesu innowacji



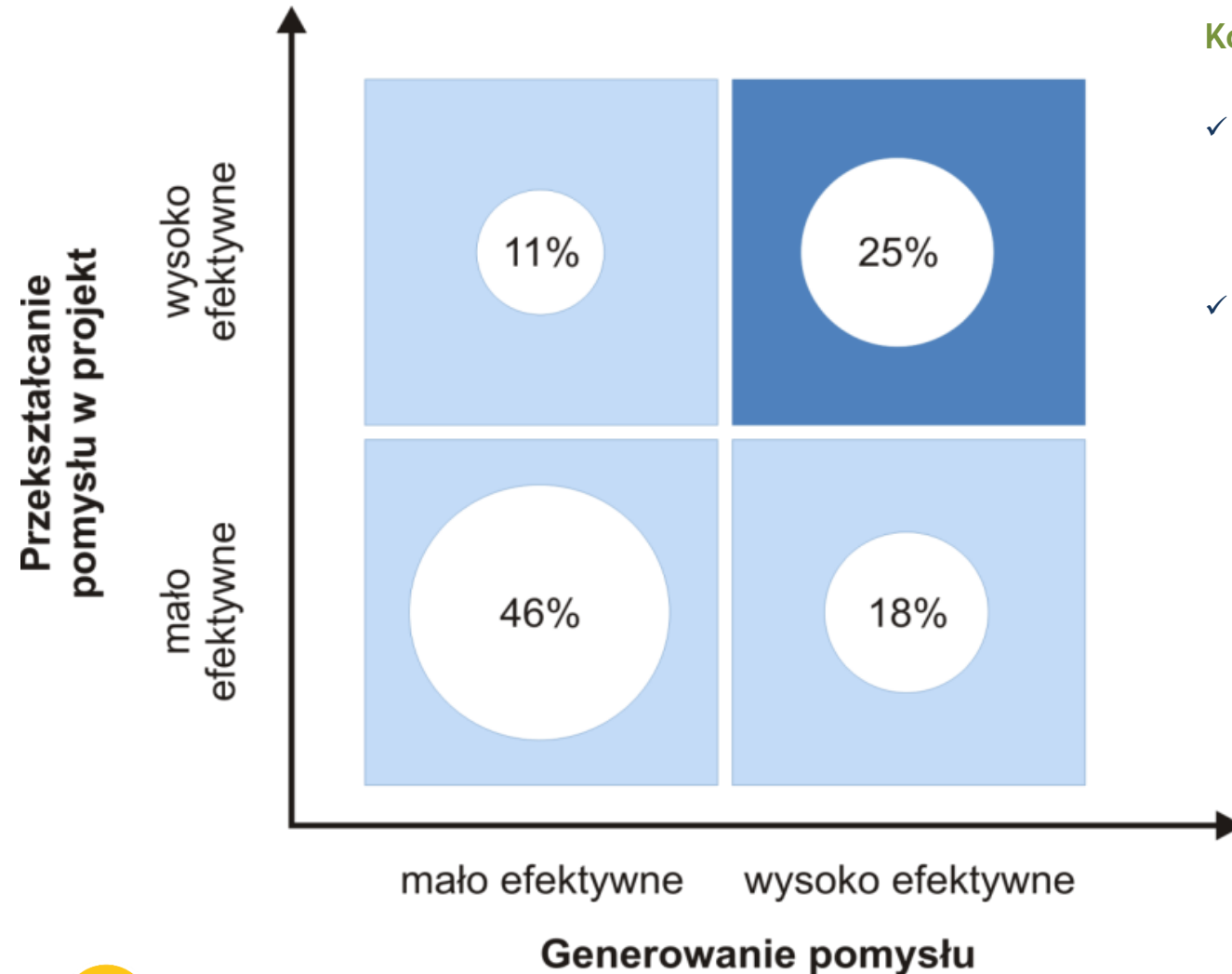
Komentarz eksperta:

- ✓ Realizacja procesu innowacyjnego wymaga wykonania szeregu różnorodnych czynności, do których potrzebne są **skuteczne procedury zarządzania innowacjami**.
- ✓ Można wyodrębnić 4 fazy procesu, z których każda jest istotna i w każdej z nich niezbędne jest **posiadanie odpowiednich zasobów, podejmowanie właściwych decyzji oraz zaangażowania interesariuszy**.

J. Tidd, J. Bessant, Zarządzanie innowacjami. Integracja zmian technologicznych, rynkowych i organizacyjnych, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2011, s. 128



Efektywność procesu innowacyjnego



Komentarz eksperta:

- ✓ Istotne znaczenie ma **generowanie pomysłów**, selekcjonowanie ich, a następnie przekształcanie w projekt, prototypowanie i wdrażanie.
- ✓ Ważne są **kompetencje pracowników w zakresie kreatywności**, innowacyjności i komercjalizacji pomysłów.



Poziom dojrzałości przedsiębiorstw w Polsce (badanie KPMG)

- 12% przedsiębiorstw wskazało, że innowacyjność jest istotna, bo firmy te potrafią prowadzić skutecznie działalność innowacyjną i odnoszą z niej znaczące korzyści,
- 33% przedsiębiorstw stwierdziło, że innowacyjność jest istotna, ponieważ firmy te są w stanie skutecznie prowadzić działalność innowacyjną, ale odnoszą z niej (do tej pory) umiarkowane korzyści,
- 27% przedsiębiorstw podkreśliło, że innowacyjność jest istotna, ale dopiero firmy te uczą się, jak prowadzić działalność innowacyjną i nie odnoszą z niej znaczących korzyści,
- 16% przedsiębiorstw wskazało, że innowacyjność jest mało istotna i dopiero firmy te uczą się, jak prowadzić działalność innowacyjną, dlatego jeszcze nie odnoszą z niej znaczących korzyści,
- 12% przedsiębiorstw nie pracuje nad innowacjami i ich nie wdraża.



Innowacje a Odpowiedzialne Innowacje

INNOWACJE	ODPOWIEDZIALNE INNOWACJE
<ul style="list-style-type: none"> • Odpowiedzialność za ryzyko 	<ul style="list-style-type: none"> • Odpowiedzialność za pozytywne wyniki badań i innowacji
<ul style="list-style-type: none"> • Nieskończony wzrost 	<ul style="list-style-type: none"> • „zrównoważony rozwój”
<ul style="list-style-type: none"> • z natury dobre (zysk- sukces rynkowy) 	<ul style="list-style-type: none"> • Odpowiada na podstawowe potrzeby, bierze pod uwagę podstawowe wartości (preferencje konsumentów)
<ul style="list-style-type: none"> • Im szybciej, tym lepiej 	<ul style="list-style-type: none"> • Innowacja jest „zarządzana”
<ul style="list-style-type: none"> • Orientacja badań i innowacji na technologii 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientacja badań i innowacji na temacie
<ul style="list-style-type: none"> • Zwykle w procesie innowacyjnym biorą udział pracownicy 	<ul style="list-style-type: none"> • Podkreśla znaczenie szerokiego uczestnictwa interesariuszy w procesie innowacyjnym



Przejrzysty, interaktywny proces, w którym podmioty społeczne i innowatorzy wzajemnie reagują na siebie, mając na względzie (etyczną) akceptowalność, trwałość i potrzeby społeczne w procesie innowacyjnym i jego produktach przeznaczonych do sprzedaży (aby umożliwić właściwe włączenie osiągnięć naukowych i technologicznych do społeczeństwa)

Von Schomberg (2013)



Wymiary Odpowiedzialnych Innowacji

- Przewidywanie:** przewidywanie oznacza opisywanie i analizowanie tych zamierzonych i potencjalnie niezamierzonych wpływów, które mogą się pojawić w aspekcie ekonomicznym, społecznym, środowiskowym lub innym.
- Refleksyjność:** zastanawianie się nad wartościami i przekonaniami w trakcie prac badawczo-rozwojowych
- Rozważania:** włączenie otwartych wizji, celów, pytań i dylematów do szerokiej, zbiorowej debaty poprzez procesy dialogu, zaangażowania i debaty, zapraszania i słuchania szerszej perspektywy od społeczeństwa i zróżnicowanych interesariuszy
- Chęć współpracy:** zdolność do zmiany rutyny, struktur i systemów w celu dostosowania się do zmieniających się okoliczności i nowych spostrzeżeń



Przeciętny ołówek wyprodukowany jest z:

- **grafitu** do pisania, który pochodzi z Brazylii lub Meksyku
- **drewna** ze Szwecji
- **gumki** z Tajlandii lub Malezji
- i **metal** do łączenia gumki, który pochodzi z Chin lub Mozambiku



Zastanów się...

- ✓ *Jak może wyglądać odpowiednik przeciętnego ołówka, spełniający jego funkcje i wykorzystujący inne niż w/w surowce jako jego elementy składowe, tak by spełniał kryteria koncepcji odpowiedzialnych innowacji (środowiskowe, społeczne, etyczne, inne)?*



Case study - przykład rozwiązania

- Odpowiednik przeciętnego ołówka może być wyprodukowany w **80%** z **grafitu pochodzącego z recydingu**
- **Nie zawiera drewna i nie brudzi rąk.**
- Jest **nietoksyczny**, można go zatemperować oraz jest **odporny na wstrząsy.**
- **nie ulega zniszczeniu** w razie przypadkowego upuszczenia i pisze także po złamaniu na dwie części
- Wyposażony jest w **naturalną gumkę do ścierania**, która nie zawiera kleju.

Opisane rozwiązanie zostało wypracowane we Włoszech i jest dostępne na rynku.



Korzyści dla MŚP wynikające z zastosowania koncepcji Odpowiedzialnych Innowacji

Umiejętności w zakresie:

- wprowadzania na rynek bardziej zrównoważonych produktów i usług,
- skutecznego reagowania na potrzeby klienta, rozwijania możliwości poszukiwania pomysłów na innowacyjne produkty i usługi w odpowiedzi na pojawiające się potrzeby i/lub wyzwania społeczne;
- osiągnięcia wyższego poziomu akceptacji ryzyka, przejrzystości i dialogu w środowisku biznesowym oraz lepszych relacji z instytucjami;
- przygotowania się do przestrzegania nowych, obowiązkowych wymogów w zakresie zrównoważonego rozwoju i/lub dobrowolnych standardów;
- budowania większej świadomości wśród nabywców i zwiększania lojalności klientów;
- rozwijania podejścia do już istniejącej strategii firmy zorientowanej na zrównoważone i/lub społecznie odpowiedzialne innowacje, a następnie komunikowania swojego podejścia w sposób godny zaufania;
- przygotowania się do ubiegania o dotacje na innowacje finansowane przez UE, w których odpowiedzialne innowacje stają się coraz ważniejszym aspektem,
- budowania dobrej reputacji i lojalności wśród interesariuszy/firm



Koniec Modułu 3 przejdź do Modułu 4

