



Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo, Tehnološka agencija Slovenije,
Inovacijsko-razvojni Inštitut Univerze v Ljubljani ter
Gospodarska zbornica Slovenije

Vabijo na dogodek, posvečen Evropskemu letu kreativnosti in inovativnosti

5. strateška konferenca Tehnoloških platform Inoviranje kot konkurenčna prednost "Open Innovation" - kakšna je dodana vrednost za podjetja?

Datum: 26.11.2009

Dvorana A, Gospodarska zbornica Slovenije

Okvirni program dogodka:

- | | |
|---------------|---|
| 8.30-9.00 | Registracija udeležencev, kava, mreženje |
| 9.00-9.30 | Uvodne predstavitve – inoviranje kot potreba države, podjetij
Gregor Golobič, minister, MVZT
Radovan Stanislav Pejovnik, rektor UL
Samo Hribar Milič, direktor, GZS
Franc Gider, direktor, TIA |
| 9.30-10.15 | Pomen inovacij – novi pristopi, ki jih uspešna podjetja
uporabljajo pri iskanju novih idej in oblikovanju izdelkov
John Hill, direktor, Pera Innovation Network |
| 10.15-11.00 | Pristop odprtega inoviranja – pametnejši načini za razvoj novih
izdelkov in za nastop na mednarodnih trgih
Celia Gavaud, Vodja mednarodnega partnerstva, Pera Inn. Netw. |
| 11.00-11.30 | Odmor |
| 11.30–13.00 | Predstavitev dobrih praks na področju OI v Sloveniji, sodelujejo:
<ol style="list-style-type: none">1. Simona Novak (GZS) – analiza učinkov tehnoloških platform2. Franc Gider (GZS) - nadaljnji razvoj TP na ravni EU, poročilo iz ETP Conference3. K. Pečanac & T. Frelj (Singularis)–Brezmejnik; od Slovenije do Silicijeve doline4. Polona Briški (TRIMO) – OI kot orodje za razvoj industrijskih izdelkov5. Bojan Likar (IskraTel) – primer dobre prakse TELSIMA6. Janez Bešter (UL FE) OpenLab – ekosistem talentov |
| 13.00 – 13.15 | Slavko Dolinšek (IRI UL) – Sistemi za podporo inovacijam v Srednji
Evropi (projekt CERIM); podporna struktura - prednosti in slabosti |
| 13.15 – 14.00 | Diskusija na temo OI v Sloveniji, oblikovanje sporočila za javnost. |
| 14.30 | Zaključek (pogostitev, mreženje) |

Kako najuspešnejša podjetja uporabljajo inovacije za pospeševanje mednarodnega poslovanja in dvig prodaje

"The secret to creativity is knowing how to hide your sources." Albert Einstein

Ta Einsteinova trditev je v skladu s **»staro inovacijsko paradigmo«** 20-tega stoletja, ko so predpostavljali, da je za doseganje inovativnosti potreben velik obseg notranjih RR aktivnosti. Danes smo priča premiku paradigme v smeri **»odprtega inoviranja«**. Organizacije močno povečujejo tako obseg medsebojnega sodelovanja in izmenjave znanj kot tudi sodelovanja z odjemalci in različnimi institucijami znanja. Tak pristop, ki kombinira lastne (notranje) in tuje (zunanje) ideje in marketinške poti (do trga) naj bi bil nova paradigma, ki se bo uveljavila v 21-tem stoletju. Meje med podjetjem in njegovim okoljem postajajo manj izrazite in bolj prepustne; pot inovacij v podjetja ali iz njih je lažja. Osrednja ideja paradigme odprtega inoviranja je v tem, da se v svetu prostega pretoka znanja podjetja ne morejo zanašati le na svoje lastno raziskovanje in razvoj ampak morajo tudi kupovati ali licencirati postopke in inovacije (npr. patente) drugih podjetij.

Z inovacijo ne označujemo samo proces, kjer nastaja nekaj novega (kar je invencija, izum, odkritje); inovacije vključujejo kreativnost in uspešno vpeljavo tega v proizvodnjo ali v storitve in imajo vedno tržno vrednost. Zato je inoviranje vsakdanja potreba družbe in organizacij, ki zahteva sistematičen in organiziran pristop. Ne samo v tujini, tudi v Sloveniji lahko v zadnjih letih opazimo izrazito pozornost, namenjeno inovativnosti kot sredstvu za oblikovanje in vzdrževanje konkurenčne prednosti. Vendar vse bolj govorimo **»inoviranju vrednosti«** (innovation of value - value innovation), cilj je odjemalcem zagotavljati unikatne prednosti, ki imajo visoko, praktično vrednost, ob nizkih stroških poslovanja, kar zagotavlja večje profite. Medtem, ko inovacije dodajajo vrednost, pa imajo lahko tudi negativen ali destruktiven vpliv, saj razvoj običajno spreminja ali ukinja stare organizacijske forme in prakse.

V predstavitvah bodo predstavljeni novi trendi, ki se porajajo v Severni Ameriki in Evropi in podjetjem omogočajo ustvarjati bolj atraktivne izdelke in storitve, saj z njimi:

- zaradi vpliva recesije zagotavljamo večji delež na čedalje manjših trgih,
- zagotavljamo vstop v nove sektorje, segmente in mednarodna tržišča,
- ponujamo edinstveno vrednost za kupca in ustvarjamo nova tržna okolja.

Na praktičnih primerih dobro znanih izdelkov in organizacij bo prikazano, da so inovacije realen in oprijemljiv poslovni proces in da uspešna podjetja ne proizvajajo zmagovalnih izdelke naključno, ampak s kombiniranjem lastnega osebja z dobavitelji in strankami v neizprosni procesu imenovanem "inoviranje vrednosti".

Nadalje bo prikazano kako na tisoče malih evropskih podjetij uspešno izkorišča izpopolnjene nacionalne in evropske podporne strukture, ki jim pomagajo poiskati in zagotoviti:

- najboljše tehnološke rešitve za realizacijo novih idej in izdelkov,
- najboljše dobavitelje tehnologij in priskrbijo partnerje, ki lahko to izpeljejo,
- najboljšo obliko financiranja razvoja izdelka, ki lahko pokrije 95 % njihovih stroškov, s tem da: ne odstopijo svojega premoženja zunanjim investitorjem, ne izgubijo lastništva in nadzor nad intelektualno lastnino in ne vračajo denarja (npr. posojil),
- najboljše partnerje za distribucijo izdelka in najboljše kupce.

Prek študij primerov dobre prakse malih podjetij, ki so že lansirala uspešne nove

produkte ob podpori mednarodne inovacijske mreže, bo PERA pokazala, da je za razvoj pristopa odprtega inoviranja pri malih podjetjih, najboljša pot uporaba financiranja Evropske komisije.

Zakaj je ta dogodek pomemben?

Ustvarjanje novih izdelkov in storitev, ki so prepričljivo boljši od ponudbe obstoječe konkurence, je redko preprosto in poceni. Zato uspešna in iznajdljiva podjetja uporabljajo nove pristope, izdelke in storitve in jih razvijajo vzporedno z poslovnimi omrežji, ki bodo izdelke in storitve pripeljale na visoko donosne globalne trge. Spoznali boste, kako s kombiniranjem sredstev EU in novimi pristopi za ustvarjanja izdelkov, storitveno razvojnega partnerstva in poslovno razvojnih omrežij, lahko za dvajsetkrat izkoriščamo investicije v razvoj novih produktov.

Komu je dogodek namenjen?

Lastnikom, direktorjem in managerski strukturi malih in srednjih podjetij, kot na primer:

- mladim podjetjem z izdelki v zgodnji fazi, ki potrebujejo večje tržne deleže, saj bi z boljšo dostopnostjo do mednarodnih trgov in do večjega števila kupcev imela koristi,
- uveljavljenim podjetjem znotraj tradicionalnih branž, ki so jih nizko-cenovni uvoženi izdelki mednarodnih konkurentov iztisnili iz uveljavljenih tržišč in ki potrebujejo ponudbo novih in boljših oblik vrednosti za kupca,
- organizacije, ki ponujajo proizvodne storitve znotraj dobaviteljskih verig velikih podjetij, a z ustvarjanjem lastnih izdelkov iščejo bolj gotove in stabilne trge.

Kaj se boste naučili?

Videli bomo, kako so nekatera podjetja z uporabo poslovnih procesov »**odprtega inoviranja in inoviranja vrednosti**« v kombinaciji z finančnimi sredstvi EU uspešno začela izvajati pristope za razvoj novih proizvodov in poslovnih praks. Ugotovili bomo, kakšna podpora in svetovanje je na voljo, da lahko podobno storimo v našem podjetju. Ob tem bomo lahko s strokovnjaki diskutirali ideje o novih izdelkih in storitvah, hkrati pa bodo svetovali, kako pridobiti sredstva EU in privabiti ustrezne partnerje v svojo evropsko poslovno razvojno mrežo.

Prijava

Dogodek je brezplačen. Podjetja in posamezniki, ki želijo pridobiti več informacij s področja "Open Innovation" in »Value innovation«, spoznati primere dobre prakse in aktivno sodelovati v izmenjavi izkušenj, naj se do 24.11.2009 prijavijo na spletni strani XXXXXXX ali elektronski pošti XXXXXXX. Organizacijski odbor vam bo tudi z veseljem odgovarjal na dodatna vprašanja.

Kontaktne osebe

Borut Lazar (IRI UL) – borut.lazar@iri.uni-lj.si
Simona Rataj (GZS) – simona.rataj@gzs.si