

IDENTYFIKACJA BARIER WSPÓŁPRACY W SIECIACH INNOWACJI

dr hab. DOROTA JELONEK prof. PCz

WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA
POLITECHNIKA CZĘSTOCHOWSKA

CELE

Identyfikacja barier przy podejmowaniu decyzji o współpracy w ramach sieci innowacji.

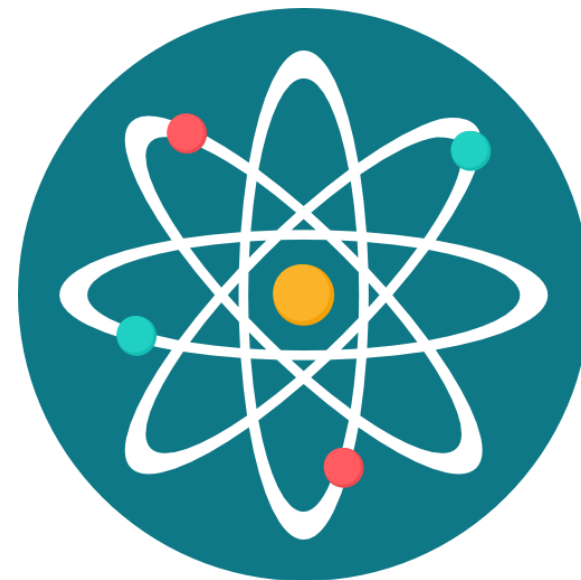
Ocena poziomu innowacyjności badanych przedsiębiorstw w porównaniu z innymi z tej samej branży.



PARADYGMAT SIECI

**MODEL OTWARTY
TWORZENIA INNOWACJI**

SIECI INNOWACJI



PARADYGMAT SIECI

W literaturze przedmiotu temat sieci międzyorganizacyjnych jest szeroko dyskutowany w publikacjach: E. Stańczyk- Hugiet (2012), K. Perechuda (2007), J. Niemczyk i M. Organa i K. Piórkowska (2012), S. Lachiewicz i A. Zakrzewska-Bielawska (2012)...

J. Lichtarski (1993) w definicji sieci **akcentuje różny stopień trwałości, spójności i otwartości sieci**, M. Romanowska i M. Trocki (2002) podkreślają **różne wymiary współpracy**, M. Bratnicki (2000) dla sieci używa określenia wiązka odrębnych przedsiębiorstw, **koordynowanych za pomocą mechanizmów rynkowych**.

Główny motyw powstawania sieci to **synergia** i dążenie do **zmniejszenia niepewności działania**.

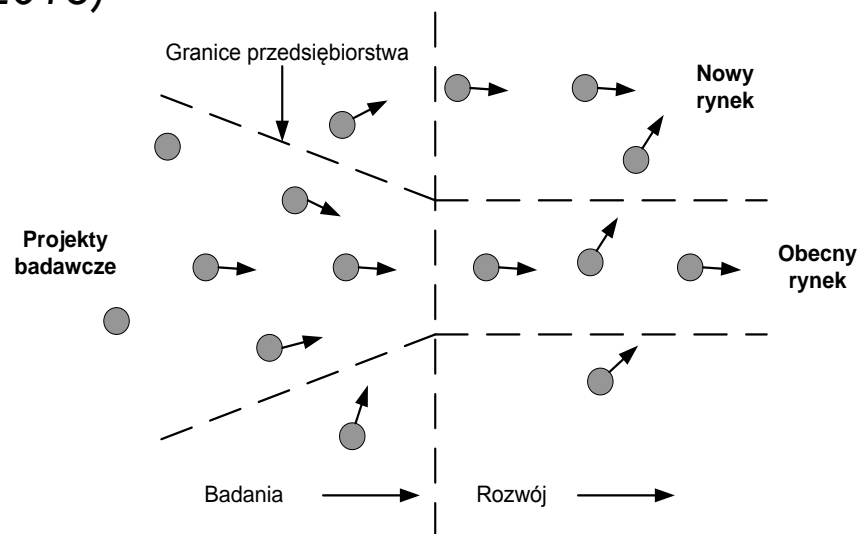
W rozwoju sieci międzyorganizacyjnych istotne są także trendy **wirtualizacji** i wykorzystanie **rozwiązań ITC** w komunikacji.

Powszechność występowania sieci jako nowego, efektywnego modelu funkcjonowania przedsiębiorstw skłania wielu autorów do rozważań o nowym paradygmacie zarządzania strategicznego określanym jako **paradygmat sieci lub paradygmat sieciowy** (Czakoń 2011; Niemczyk 2011)

INNOWACJE

Coraz częściej innowacje tworzone są w ramach **modelu otwartego** (Chesbrough, 2003; Jelonek, 2012)

we współpracy z **innymi podmiotami** (Bojar, 2009; Knop, 2013; Grabowska, 2015) czy z **klientami - prosumentami** (Jelonek, 2013)

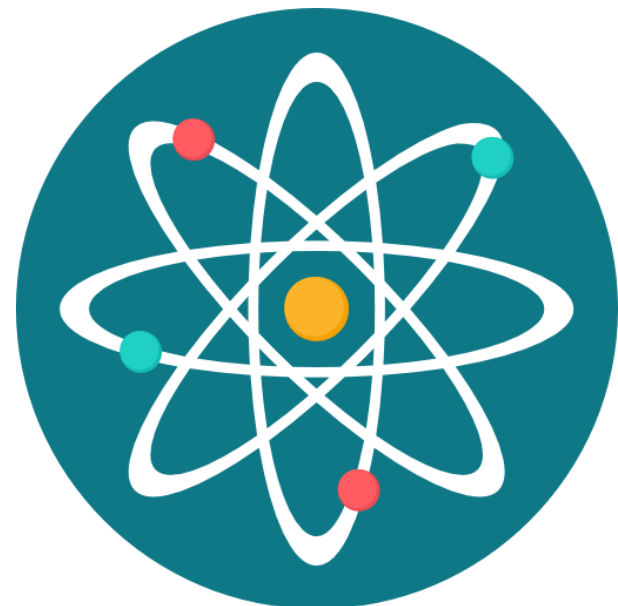


INNOWACJE OTWARTE – WYBRANE NURTY BADAWCZE:

- wirtualne społeczności - *virtual community* (Rheingold 2000),
- innowacje bazujące na mądrości „tłumu” - *crowdsourcing* (Howe 2008; Sopińska 2013)
- współtworzenie wartości - *value co-creation* (Prahalad, Ramaswamy 2003),
- wspólna inteligencja - *collective intelligence* (Glen 2009),
- *user-driven innovations* (De Moor i inni 2010; Wise, Hogenhaven 2008),
- zaangażowanie konsumentów - *consumer involvement* (Muncy, Hunt 1994),
- koncepcja *experience innovation*, której źródłem są doświadczenia klientów (Prahalad, Ramaswamy 2003)
- *mass customization* (Bandulet, Morasch 2005),
- ...

WSPÓŁPRACA W SIECI INNOWACJI JEST EGZEMPLIFIKACJĄ MODELU OTWARTYCH INNOWACJI, KTÓRY ZAKŁADA, ŻE:*

- firma nie może zatrudnić wszystkich najlepszych specjalistów, dlatego powinna poszukiwać partnerów z różnych środowisk i dziedzin,
- istotne są zewnętrzne prace badawczo-rozwojowe,
- firma nie musi sama zapoczątkować badań, aby móc czerpać z nich korzyści – może czerpać z zewnętrznych pomysłów,
- ważniejsze niż bycie pierwszym, jest zbudowanie efektywnego modelu biznesowego,
- sukces można osiągnąć dzięki kombinacji wewnętrznych i zewnętrznych idei,
- można czerpać korzyści z wykorzystania własności intelektualnej poza firmą, jak i korzystać z zewnętrznej wiedzy, jeśli tylko usprawni ona działanie firmy.

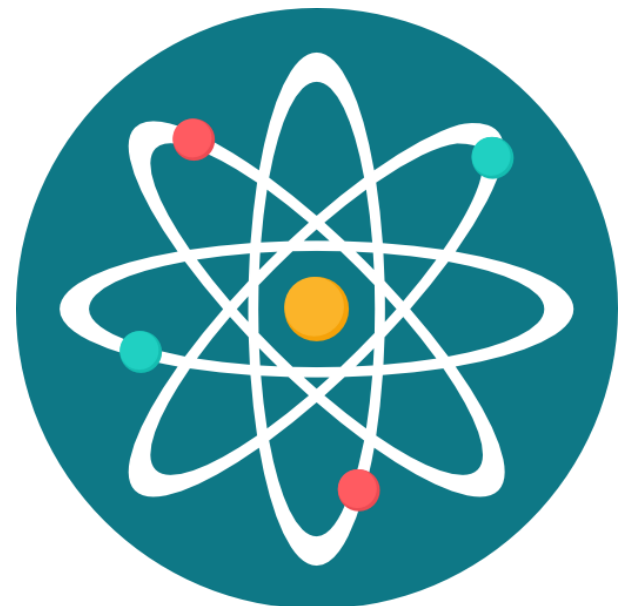


ISTOTA SIECI INNOWACJI

Sieć innowacji to:

- wielopodmiotowa konfiguracja organizacji (minimum trzy podmioty) oraz relacji między nimi,
- zorientowana na tworzenie, pozyskiwanie, rozprzestrzenianie i wykorzystywanie wiedzy,
- ukierunkowana na realizację procesów wzajemnego uczenia się, procesów B+R, a także procesów komercjalizacji wiedzy i informacji,
- niezależne firmy realizują wspólne cele ukierunkowane na badania i rozwój, praktyczne wykorzystanie posiadanych i wspólnie rozwijanych zasobów wiedzy, a następnie wdrożenie i dyfuzję innowacji (Dilk, Gleich, Wald 2008; Czakon 2012; Dolińska 2013; Klimas 2011)

Wyróżnikiem sieci innowacji spośród pozostałych typów sieci międzyorganizacyjnych jest podporządkowanie interesów współdziałania sieciowego szeroko rozumianym innowacjom i innowacyjności.



PARTNERZY PRZEDSIĘBIORSTW W SIECI INNOWACJI

przedsiębiorstwa
tej samej lub innej
branży

firmy
konsultingowe,
świadczące
usługi sprzedaży
i promocji
innowacji

jednostki
naukowo -
badawcze

klastry, parki
naukowo-
technologiczne

inni dostawcy
wiedzy np.
organizacje non-
profit, org.
przedsiębiorców,
kluby
innowatorów

instytucje
wspierające
finansowo
innowacje

władze
zaangażowane
w poprawę
efektywności
regionalnych
systemów
innowacji

klienci
instytucjonalni
oraz indywidualni
inspirowani do
aktywnego
udziału w
tworzeniu
innowacji

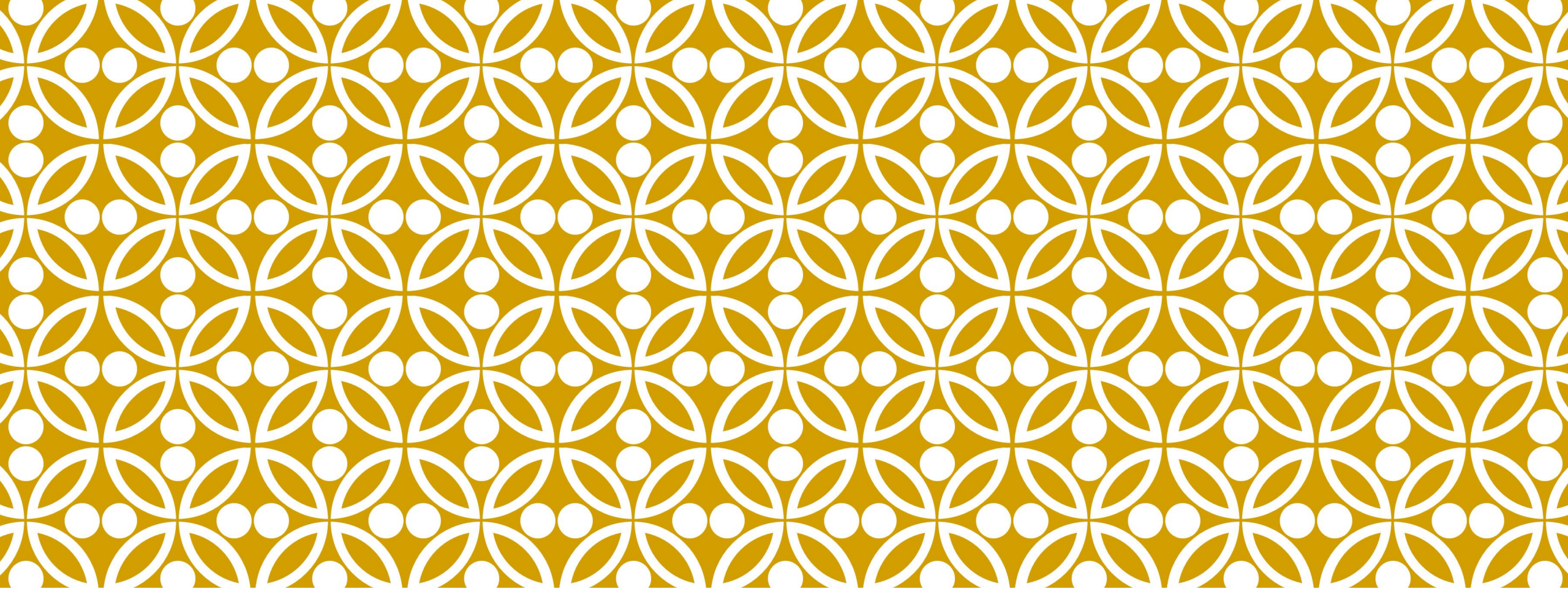
centra transferu
technologii i
innowacji

KORZYŚCI DLA PRZEDSIĘBIORSTW W SIECI INNOWACJI

- dostęp do większej bazy pomysłów
- dostęp do źródeł finansowania innowacji
- rozłożenie kosztów działalności innowacyjnej
- skrócenie czasu praktycznego wykorzystania innowacji



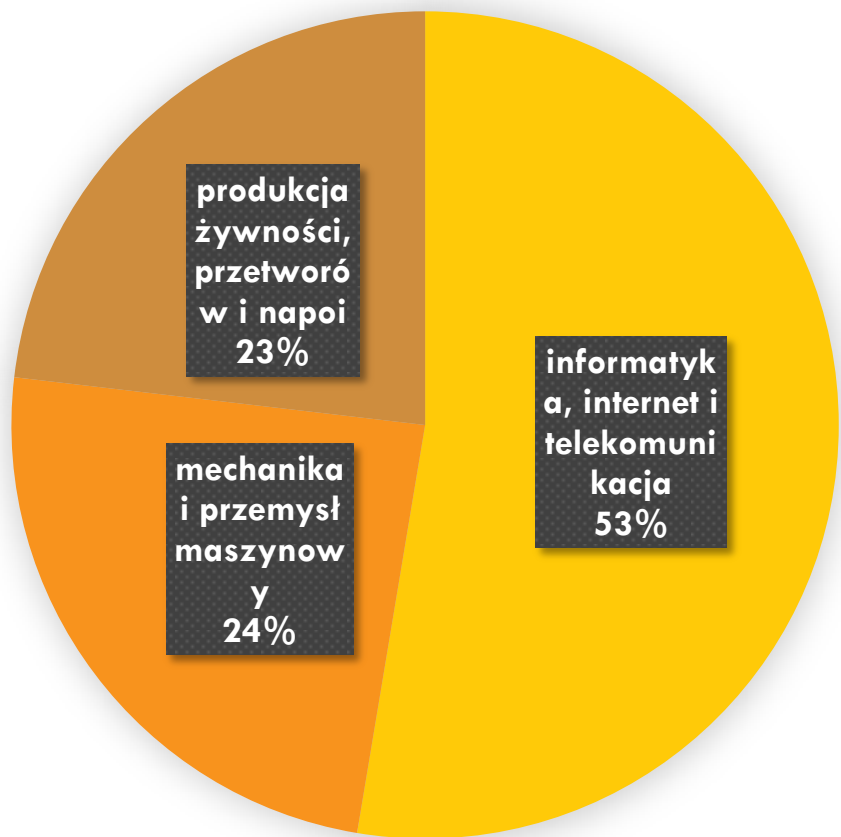
- dostęp do nowych rynków i technologii
- kreowanie rynków innowacji
- pobudzanie przedsiębiorczości
- dynamizacja modeli biznesowych
- korzystanie z efektu synergii
- dzielenie się ryzykiem



BARIERY WSPÓŁPRACY W SIECI INNOWACJI

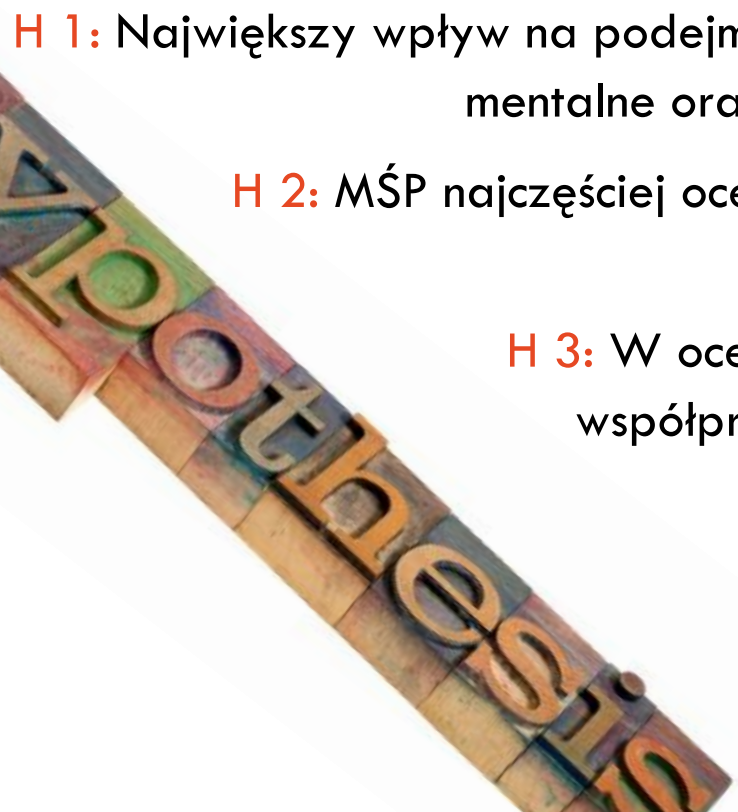
Wyniki badań własnych

STRUKTURA RESPONDENTÓW

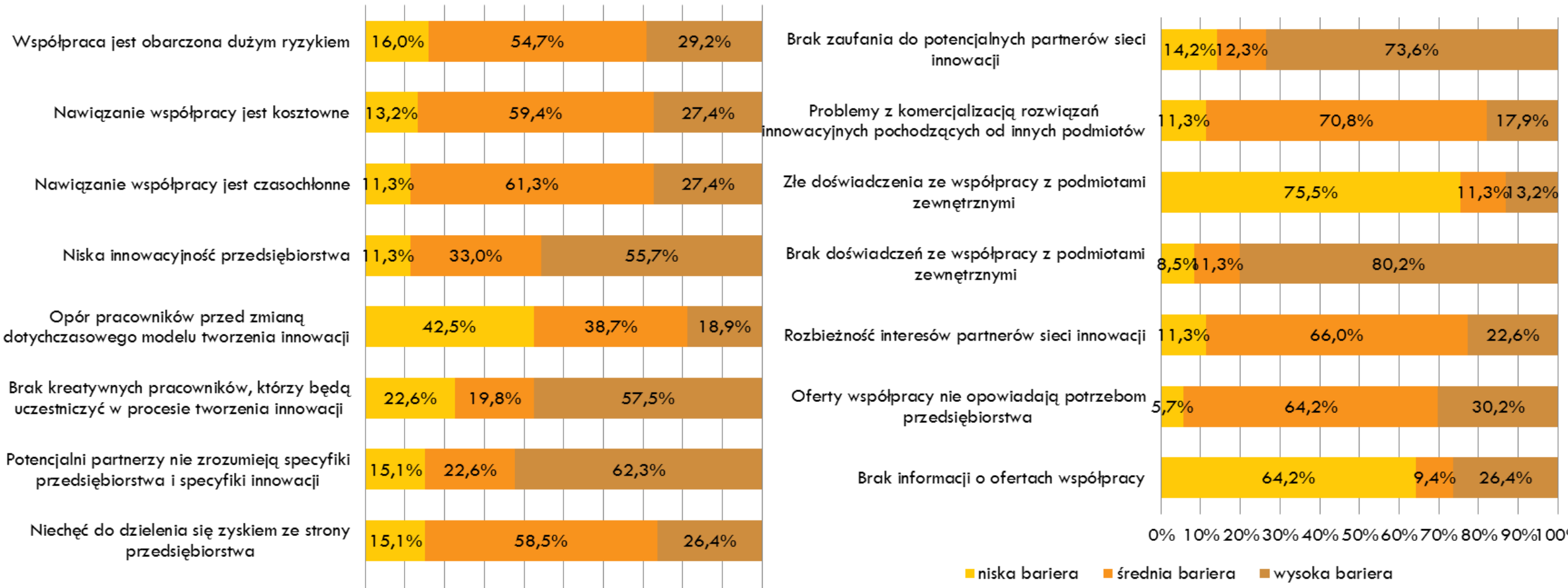


- badania przeprowadzono od listopada 2015 do stycznia 2016 wśród MŚP z wojew. Śląskiego
- w badaniach uczestniczyło 27 przedsiębiorstw, w tym 12 małych i 15 średnich przedsiębiorstw
- każde przedsiębiorstwo było reprezentowane przez 4 respondentów (2 menedżerów szczebla strategicznego, kierownika działu produkcji lub działu bezpośrednio związanego z produkcją, kierownika działu związanego bezpośrednio z obsługą klienta lub działalnością finansowo-księgową)
- odpowiedzi uzyskano od 106 respondentów
- średnia wieku respondentów: 39 lat
- wykształcenie: wyższe (98% respondentów)

HIPOTEZY BADAWCZE

- 
- H 1:** Największy wpływ na podejmowanie decyzji o współpracy w ramach sieci innowacji mają bariery mentalne oraz niska samoocena przedsiębiorstwa jako partnera w sieci innowacji.
- H 2:** MŚP najczęściej oceniają swoją innowacyjność na poziomie zbliżonym do innowacyjności przedsiębiorstw tej samej branży.
- H 3:** W ocenie kierownictwa szczebla strategicznego istotną barierą w podjęciu współpracy w sieci innowacji jest niski potencjał innowacyjny przedsiębiorstw i brak doświadczeń realizacji procesów współpracy.
- H 4:** W ocenie menedżerów szczebla taktycznego istotne bariery w podjęciu współpracy w sieci innowacji są związane z brakiem informacji o możliwościach współpracy oraz obawami przed współpracą np. z konkurencyjnymi przedsiębiorstwami.

OCENA WPŁYWU BARIERY NA PODJĘCIE DECYZJI O WSPÓŁPRACY W SIECI INNOWACJI



TYPY BARIER

Informacyjne

Brak informacji o ofertach współpracy

Oferty współpracy nie opowiadają potrzebom przedsiębiorstwa

Rozbieżność interesów partnerów sieci innowacji

Związane z doświadczeniem

Brak doświadczeń ze współpracy z podmiotami zewnętrznymi

Złe doświadczenia ze współpracy z podmiotami zewnętrznymi

Problemy z komercjalizacją rozwiązań pochodzących od innych podmiotów

Mentalne

Brak zaufania do potencjalnych partnerów sieci innowacji

Niechęć do dzielenia się zyskiem ze strony przedsiębiorstwa

Potencjalni partnerzy nie rozumieją specyfiki przedsiębiorstwa i specyfiki innowacji

Związane z oceną przedsiębiorstwa

Brak kreatywnych pracowników, którzy będą uczestniczyć w procesie tworzenia innowacji

Opór pracowników przed zmianą dotychczasowego modelu tworzenia innowacji

Niska innowacyjność przedsiębiorstwa

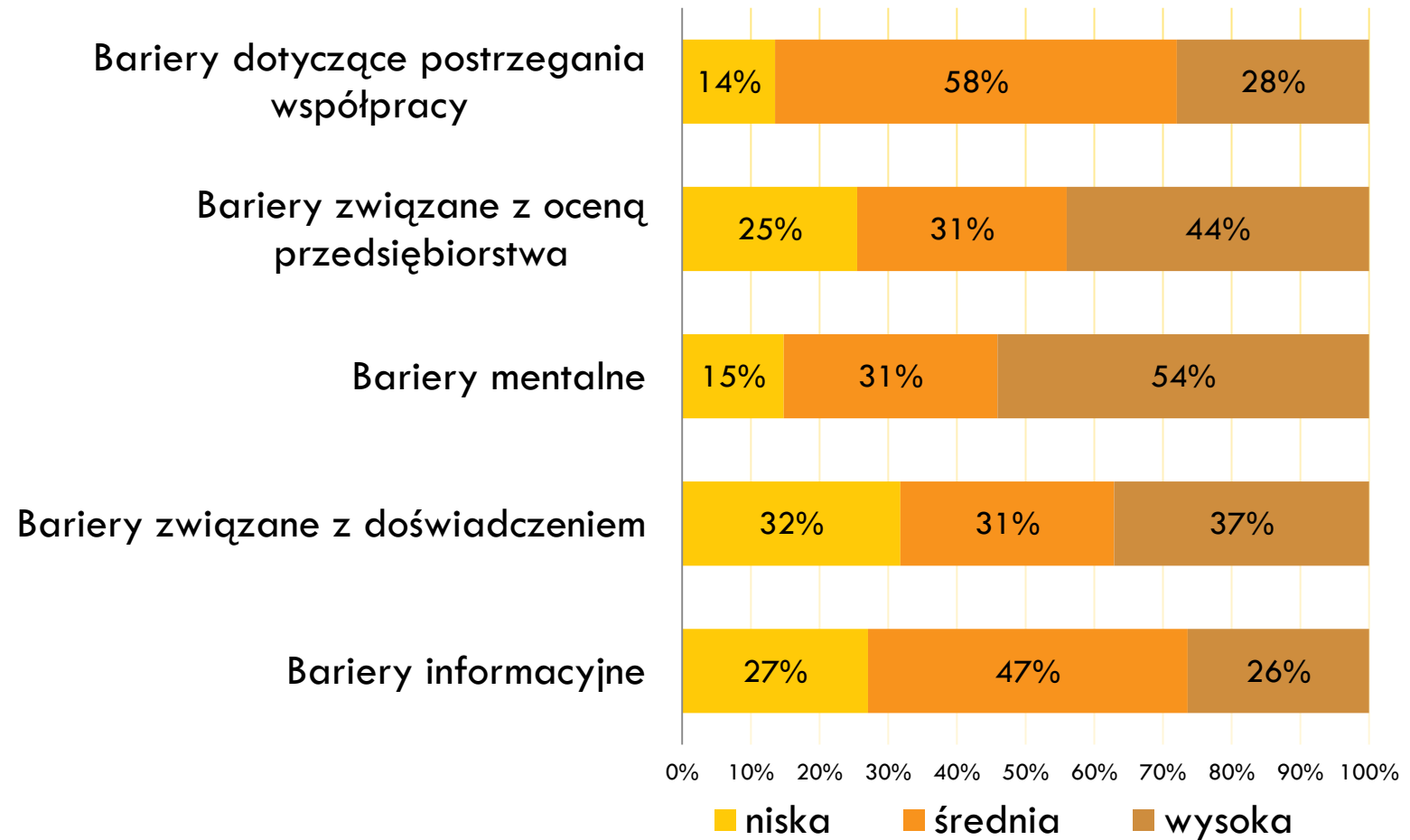
Dotyczące postrzegania współpracy

Nawiązanie współpracy jest czasochłonne

Nawiązanie współpracy jest kosztowne

Współpraca jest obciążona dużym ryzykiem

ZESTAWIENIE OCEN BARIER



ZESTAWIENIE WSKAZAŃ „WYSOKA BARIERA”

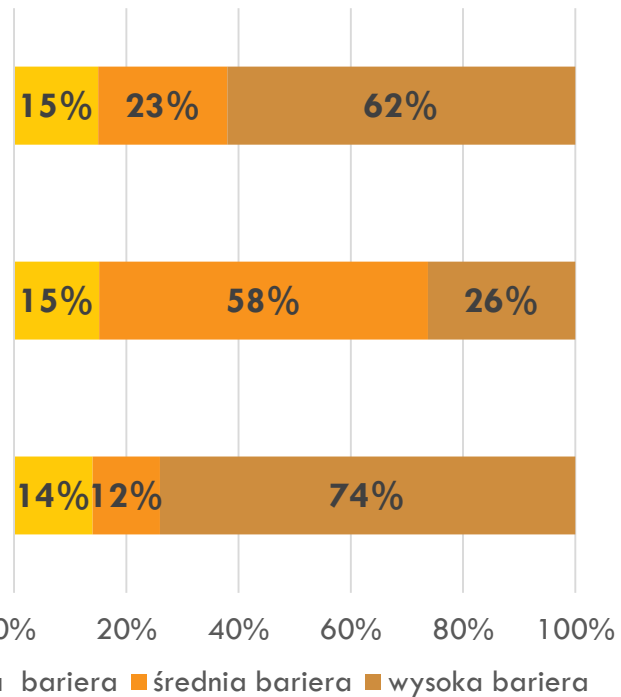


OCENA BARIER PODJĘCIA WSPÓŁPRACY W RAMACH SIECI INNOWACJI

29%

Bariery mentalne

Potencjalni partnerzy nie rozumieją specyfiki przedsiębiorstwa i specyfiki innowacji



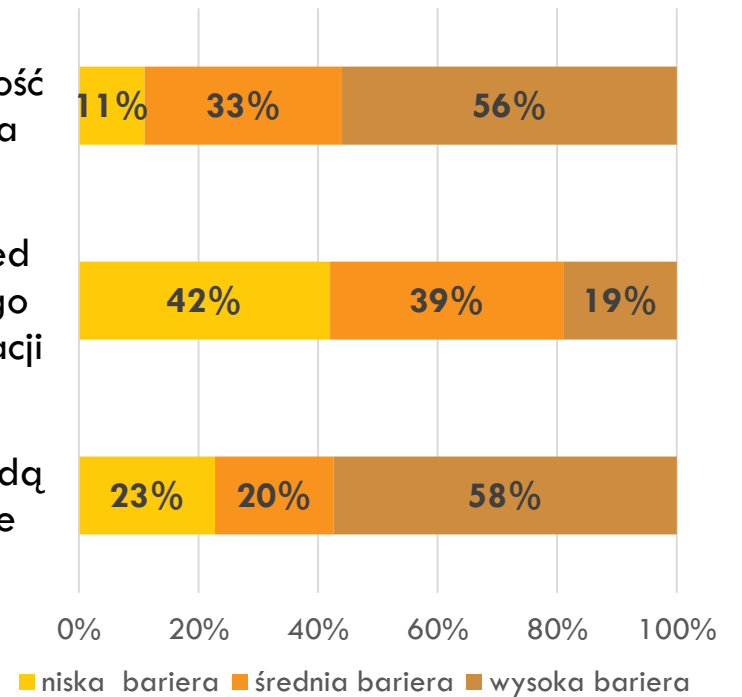
23%

Bariery związane z oceną przedsiębiorstwa

Niska innowacyjność przedsiębiorstwa

Opór pracowników przed zmianą dotychczasowego modelu tworzenia innowacji

Brak kreatywnych pracowników, którzy będą uczestniczyć w procesie tworzenia innowacji

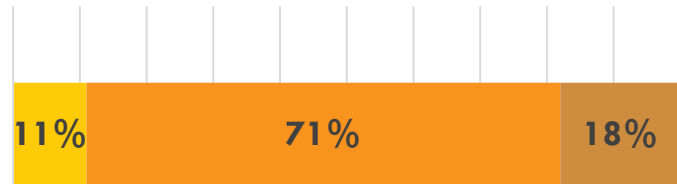


OCENA BARIER PODJĘCIA WSPÓŁPRACY W RAMACH SIECI INNOWACJI

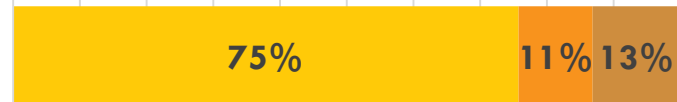
20%

Bariery związane z doświadczeniem

Problemy z komercjalizacją rozwiązań innowacyjnych pochodzących od innych podmiotów



Złe doświadczenia ze współpracy z podmiotami zewnętrznymi



Brak doświadczeń ze współpracy z podmiotami zewnętrznymi



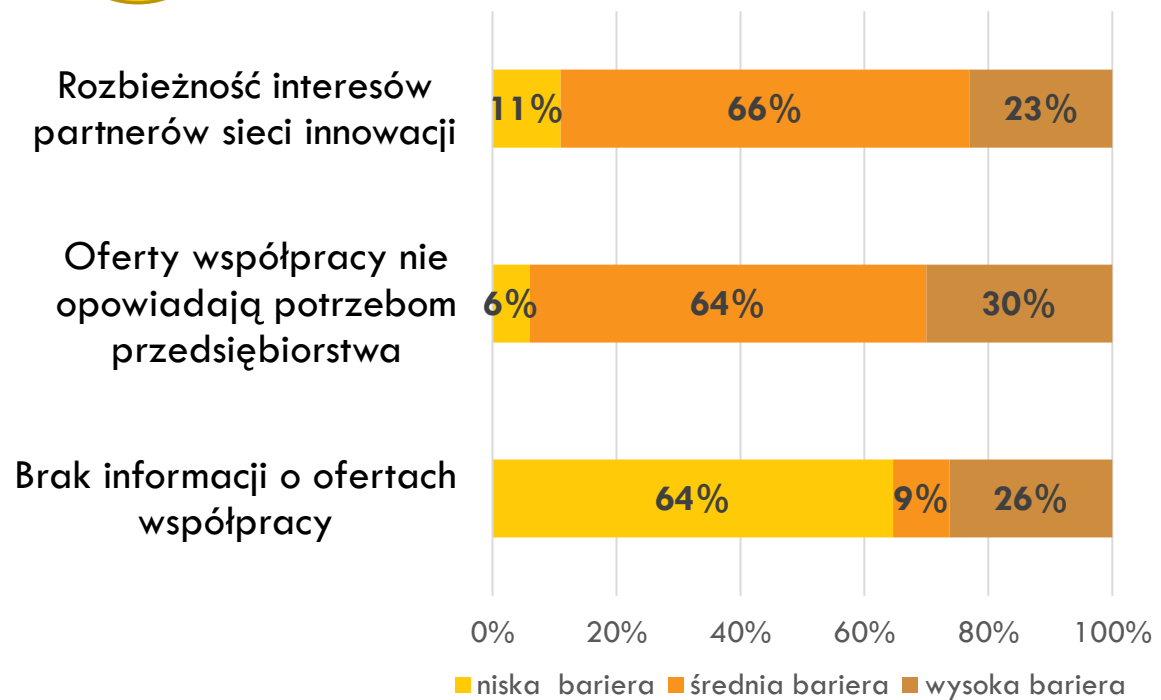
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

■ niska bariera ■ średnia bariera ■ wysoka bariera

OCENA BARIER PODJĘCIA WSPÓŁPRACY W RAMACH SIECI INNOWACJI

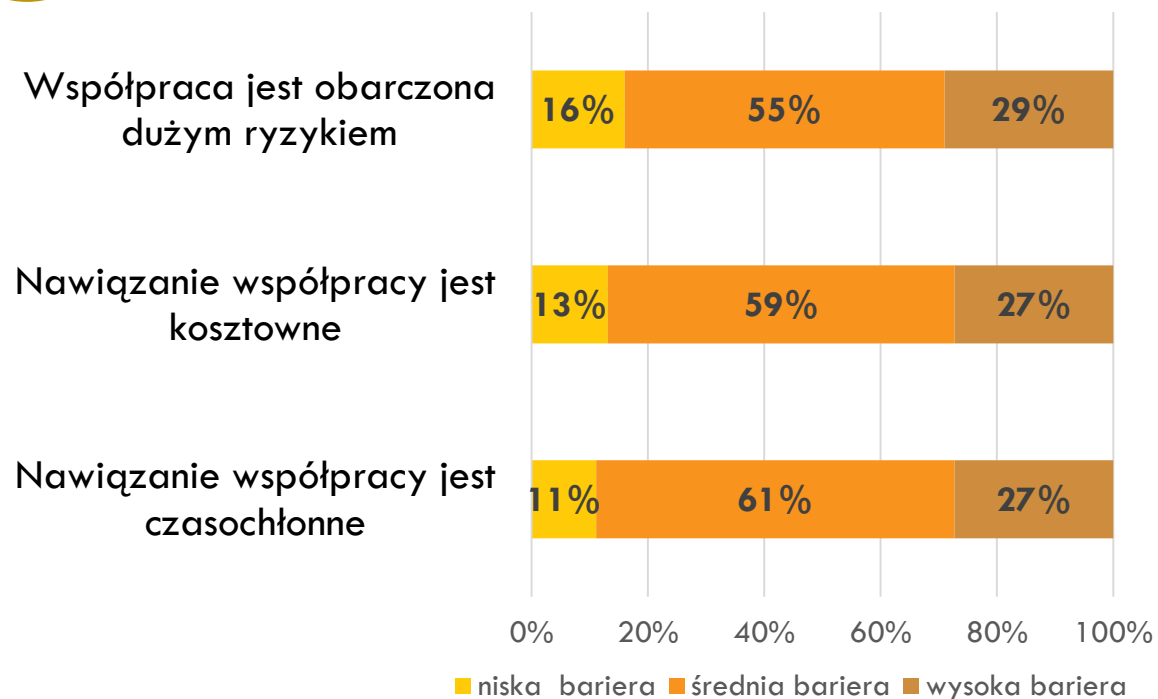
14%

Bariery informacyjne



14%

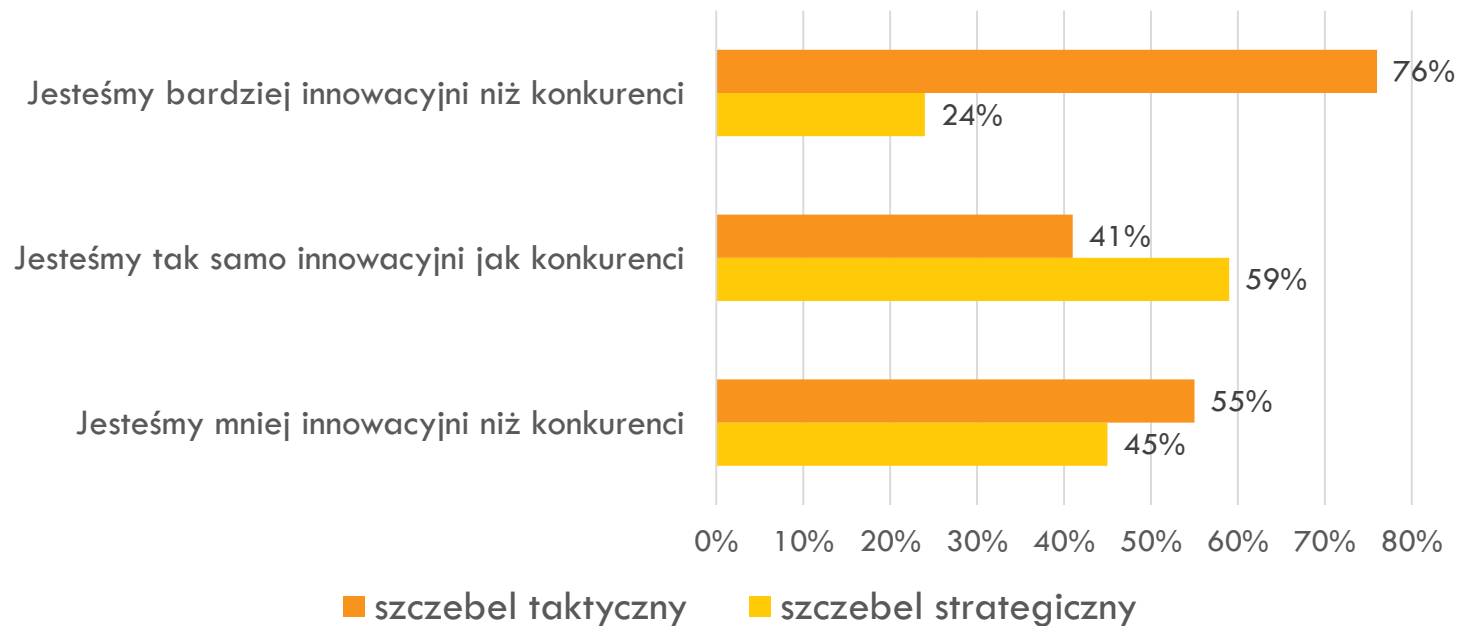
Bariery dotyczące postrzegania współpracy



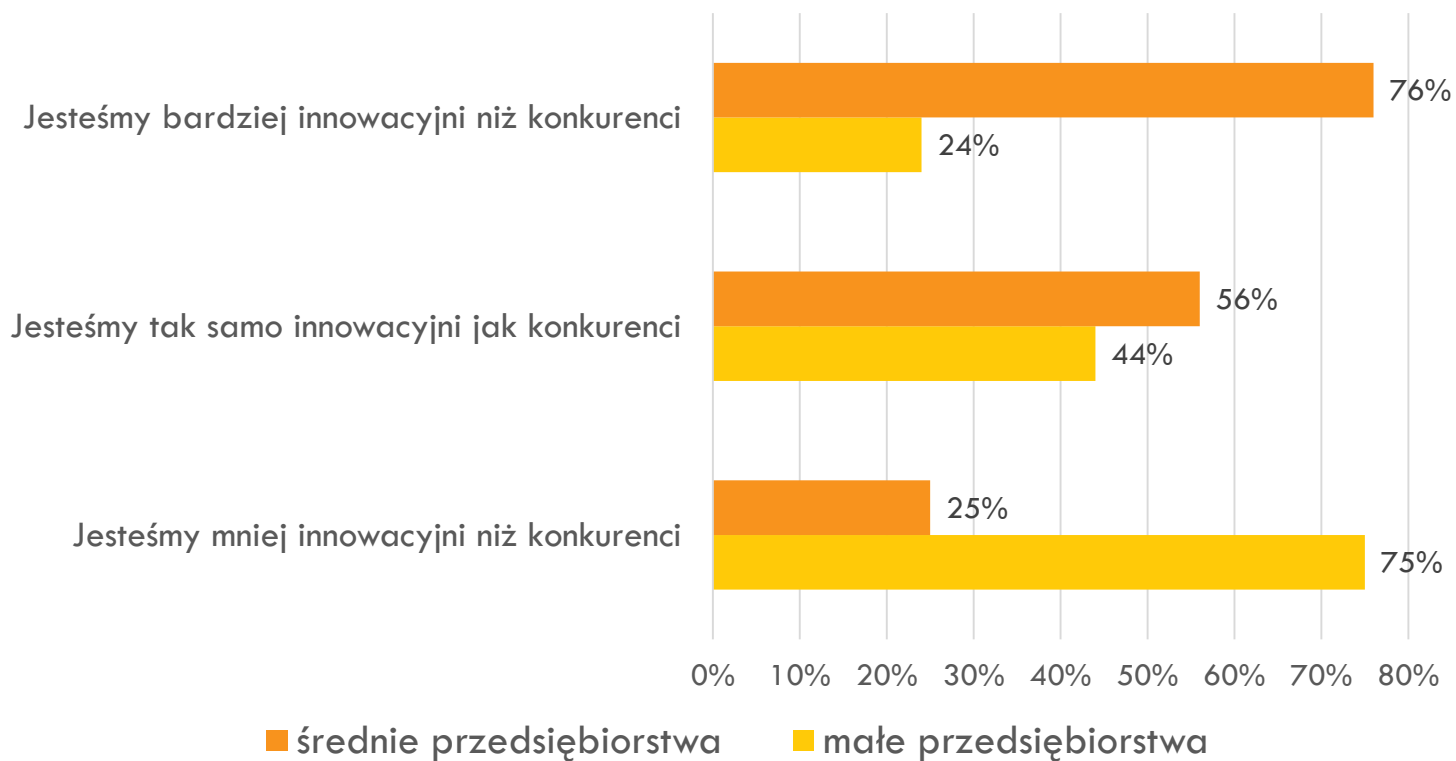
OCENA INNOWACYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W PORÓWNANIU Z PRZEDSIĘBIORSTWAMI TEJ SAMEJ BRANŻY



- Jesteśmy bardziej innowacyjni niż konkurenci
- Jesteśmy tak samo innowacyjni jak konkurenci
- Jesteśmy mniej innowacyjni niż konkurenci

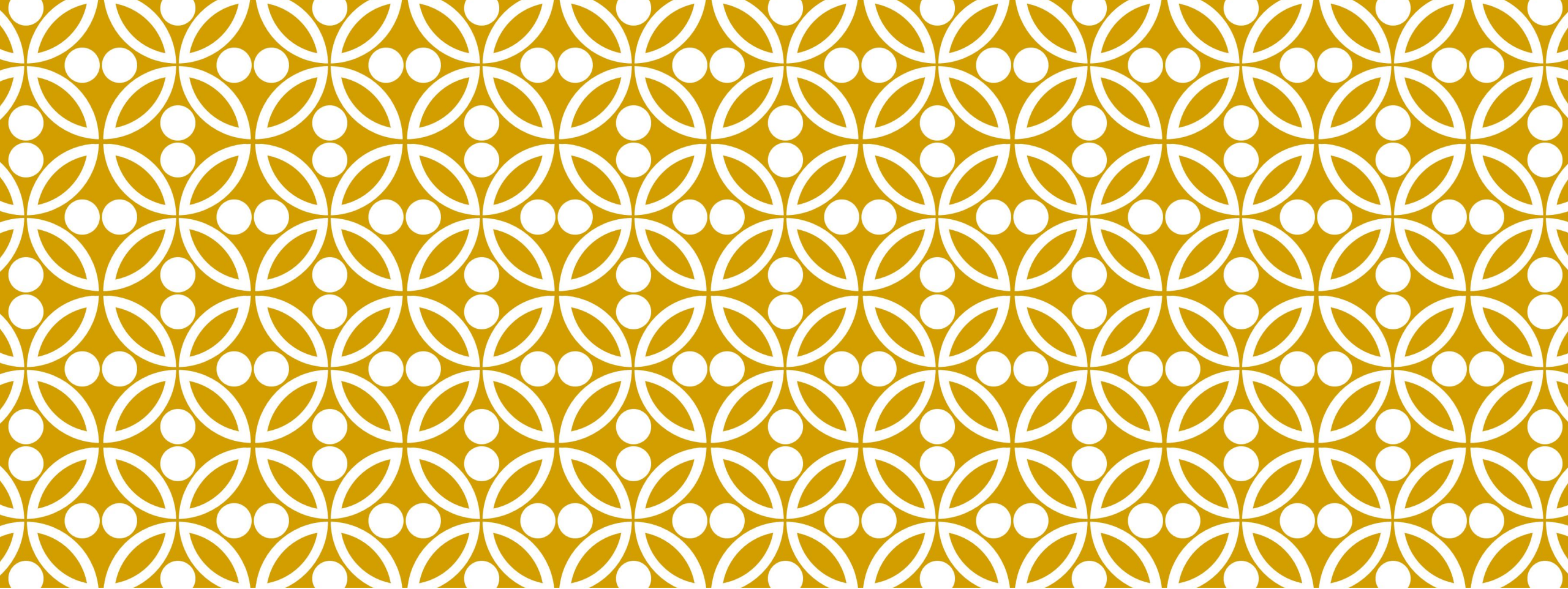


OCENA INNOWACYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W PORÓWNANIU Z PRZEDSIĘBIORSTWAMI TEJ SAMEJ BRANŻY



WNIOSKI

- Jako silne przeszkody postrzegane są bariery mentalne, w tym brak zaufania do potencjalnych partnerów, niechęć do dzielenia się zyskiem oraz bariery związane z niską samooceną przedsiębiorstwa jako partnera w sieci innowacji oraz bariery związane z doświadczeniem lub jego brakiem.
- W ocenie kierownictwa szczebla strategicznego istotną barierą w podjęciu współpracy w sieci innowacji jest niski potencjał innowacyjny przedsiębiorstw i brak doświadczeń realizacji procesów współpracy
- W ocenie menedżerów szczebla taktycznego istotne bariery w podjęciu współpracy w sieci innowacji są związane z brakiem informacji o możliwościach współpracy oraz obawami przed współpracą np. z konkurencyjnymi przedsiębiorstwami.
- Małe i średnie przedsiębiorstwa najczęściej oceniają swoją innowacyjność na poziomie zbliżonym do innowacyjności przedsiębiorstw tej samej branży (58%).
- Mała liczba respondentów (24%) ocenia poziom innowacyjności swoich przedsiębiorstw nawet wyżej niż innowacyjność pozostałych przedsiębiorstw, ale na tą ocenę składają się przede wszystkim odpowiedzi kierownictwa szczebla taktycznego (76%), natomiast menedżerowie szczebla strategicznego w większości oceniali innowacyjność jako podobną (59%) lub poniżej (45%) poziomu innowacyjności przedsiębiorstw w branży.



DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ |