

## Esej z cyklu mity w zarządzaniu!

### Innowacja –nadużywane, puste słowo?

**Innowacja i innowacja, ale gdzie ona jest?** Smartfon, telewizor do którego mówimy? A może słuchawka prysznicowa zużywająca mało wody a tak samo nawilżająca? Różnice widać od razu. Różni te innowacje poziom technologii. Czym jest innowacja? Gdyby przytoczyć definicje, okazałoby się, że innowacja ma różne poziomy i różny zasięg. Jednak te definicje wyjaśnimy za chwilę. Innowacja dla nas to coś przełomowego, najchętniej nazwalibyśmy innowacją lek na raka, albo teleporter. Dla przedsiębiorcy innowacją może być zmiana krzywką w silniku by ten mniej kosztował. Dla nas klientów będzie to tylko tańszy produkt, o tej samej funkcjonalności, czyli postęp (stąd Biznes, Postęp, Innowacje - BPI), a nie od razu innowacja. Mamy więc różnice w postrzeganiu innowacji. Kolejnym **problemem jest nadużywanie słowa innowacja** przez przedsiębiorców przy składaniu wniosków o dotacje UE lub przy promowaniu swojej usługi, produktu. Nie używa się słów postęp czy optymalizacja, bo nie są tak nośne. Dodatkowo dotacje UE wymagają innowacji więc przedsiębiorcy ją (lub piszący projekty UE) ot tak wymyślają. Tylko wtedy **jest to tylko słowo, opis, nie produkt, usługa**. Nic za tą innowacją nie idzie, nikt jej nie wdraża, nikt nie kupuje. Pozostawmy nadużywane, puste słowo innowacja i zastanówmy się co ono powinno oznaczać, i czy może nieść realną wartość dla firmy.

Na początek musimy spojrzeć na innowacje poprzez punkty odniesienia – geograficzny.

- Dla małego miasta innowacją będzie tramwaj, dla dużego, metro, dla bardzo dużego tunel pod miastem (Elon Musk, Las Vegas USA), dla Europy kolej wysokich prędkości. To spojrzenie geograficzne.

Istnieje jeszcze podział innowacji ze względu na obszar którego dotyczy:

- Innowacja produktowa (przykład: silnik z nową krzywką)
- Innowacja procesowa (przykład: zarządzanie produkcją silnika z nową krzywką)
- Innowacja technologiczna (robot montujący krzywkę w silniku, używający fal elektromagnetycznych do lokalizacji i spasowania)

Tak więc słowo innowacja może dla każdego oznaczać coś innego. **Unikajmy jednak nadużywania słowa innowacja** dla zwykłych zmian. Czy zmiana koloru może być innowacją? I tak i nie. Nie jeśli to tylko estetyka. Tak, jeśli okaże się, że ten kolor jest precyzyjnie określony, gdyż absorbuje i rozprzodza ciepło ogrzewając urządzenie, a co za tym idzie smarowanie nie wymaga podgrzewania. Co jest zatem najważniejszym kryterium dla innowacji - jej opłacalność – dla firmy, dla klienta. Jeśli innowacja powoduje realne oszczędności lub sprawia, że klienci chcą jej używać wtedy jest to prawdziwa

innowacja. Czyli puste słowo innowacja jest tam gdzie służyło tylko jako opis. **Tylko innowacja**, którą firma chce wdrożyć, używać, sprzedać, a **klient chce kupować jest taką która przynosi wartość**. Tym powinniśmy nazywać innowacje. Czy jest możliwe by taką innowację sztucznie wygenerować. Tak w 80% przypadków (firm). Wymaga to jednak poznania potencjału firmy, ludzi w niej pracujących, systemu w jakim pracują. Wtedy **doświadczony specjalista powinien móc wskazać** w jakich aspektach firma może wytworzyć **realną innowację, która da przewagę biznesową**. Dla wdrożenia innowacji zapewne potrzebne będzie zaangażowanie świata nauki, ale tym dobry specjalista też powinien się zająć.

Nie tworzymy opisów innowacji, które chowa się do szuflady. Po co one komu? Czy nie lepiej tworzyć innowacje które przynoszą korzyści?!

Autor

Dariusz Przybył

[www.bpi.biz.pl](http://www.bpi.biz.pl)