

Innowacyjność za trzy dwunasta

## Chcemy robić wszystko sami

Rozmowa z Lukiem Palmenem, prezesem zarządu firmy doradczej InnoCo z Katowic, specjalistą od zarządzania innowacjami, Belgiem mieszkającym od 11 lat w Polsce

– **PRZYJECHAŁ pan do Szczecina na zaproszenie Regionalnego Centrum Innowacji i Transferu Technologii ZUT, by poprowadzić warsztaty pod szyldem „Okno na świat innowacji”. Czym zajmuje się pana firma na co dzień?**

– Pomagamy firmom w przygotowaniu nowych produktów i wymyślaniu nowych rozwiązań w oparciu o identyfikację trendów oraz powiązanie z innymi firmami w łańcuchach wartości.

– **Proszę o najkrótszą definicję innowacyjności.**

– To umiejętność kreowania wartości firmy wokół zasobów, jakie mamy do dyspozycji, w celu zwiększenia przychodów lub znacznego obniżenia kosztów.

– **Ale czy nie uważa pan, że od mówienia o innowacjach nie przybędzie nowych projektów? Najlepszym przykładem jest to, że w centrach handlowych sprzedających sprzęt RTV i AGD rzadko kiedy natrafimy na produkt oparty o polską technologię.**

– Niezupełnie podzielam pański punkt widzenia. Są przykłady z polskiego podwórka, które temu zaprzeczają. Jesteśmy społeczeństwem o sporej inwencji. Gdy mieszkańcy innych krajów europejskich martwią się za pięć dwunasta problemem, który za chwilę nadejdzie, Polak nie przejmując się tym, co może się wydarzyć, za trzy dwunasta przychodzi z gotowym rozwiązaniem i wyskakuje do przodu.

Ale jeżeli świat z dużym wyprzedzeniem złapie, o co chodzi w danym problemie, będzie dalej, gdyż potrafi lepiej wiązać się z innymi, znajdować w ten sposób odpowiednie zasoby i kreować wokół nich nowe wartości.

W Polsce co prawda ostatnio po-

wstają duże grupy kapitałowe, które wchłaniają małe. Ale wciąż nie mamy zdolności kreowania czegoś większego z tego, co mamy rozdrobnione.

– **Czyli pana zdaniem innowacje w życie mogą wprowadzać tylko duże firmy?**



Jesteśmy społeczeństwem o sporej innowacyjności – uważa Luk Palmen.

Fot. Robert STACHNIK

– Nie, broń Boże! Każdy może je wprowadzać. Najważniejsze jest wyczuwanie własnego otoczenia, czy jest ono gotowe wchłonąć nowe rozwiązania. Mamy w Polsce firmy, które eksportują ponad 80 proc. swojej produkcji do innych krajów, gdzie rynek jest chłonny. Na przykład firma PREVAC w Rogowie pod Raciborzem jest wiodącym na świecie producentem aparatury naukowo-badawczej wykorzystywanej do badań w warunkach wysokiej i ultrawysokiej próżni. W naszym

regionie też są firmy zajmujące się branżą informatyczną czy też budową jachtów, które dostarczają produkty o światowej jakości.

– **Takich przykładów znaleźlibyśmy więcej.**

– Zauważyłem jednak, że w Polsce

– **To tak jak ze stoczniovcami. Czy koniecznie muszą oni produkować statki?**

– No właśnie: czy Nokia była skazana dożywotnio na wytwarzanie papieru, gumy i kabli? Nie, i dzięki takiemu myśleniu stała się światowym liderem w telekomunikacji. Mamy w Polsce spory potencjał i cała sztuka polega na tym, by ten potencjał dobrze wykorzystać. Najpierw trzeba ocenić, jak firma stoi, jakie mamy zasoby, a następnie określić, jakie zjawiska pojawią się w naszym otoczeniu.

– **Na prowadzonych przez pana w Szczecinie warsztatach próbuje rozwiązywać takie sprawy na konkretnych przykładach.**

– Zastanawiamy się nad tym, dlaczego firmy, których reprezentanci uczestniczą w warsztatach, nigdy do tej pory ze sobą nie współpracowały. Często są to firmy, które na pierwszy rzut oka nie mają z sobą nic wspólnego i w takim przekonaniu spędziłyby resztę biznesowego życia. A tak, dzięki wymianie myśli, przedsiębiorcy zastanawiają się nad tym, jakie nowe usługi i produkty mogłyby stworzyć wspólnie. W ten sposób w ciągu 45 minut powstają nowe pomysły, nowe rozwiązania, które otwierają kłapki na oczach.

– **Czy można prosić o jakiś przykład?**

– Poruszyliśmy sprawę inwestycji w portach jachtowych i szukaliśmy nowych wyzwań. Jachty są często wynajmowane przez amatorów i w związku z tym często zdarzają się uszkodzenia jachtów przy cumowaniu. Grupa przedstawicieli branży IT, branży gumowej i turystycznej wymyśliła w trakcie naszych warsztatów cały łańcuch produktów, które mogą stać się przedmiotem nowych inwestycji

w segmencie budowy i eksploatacji jachtów. Grupa pomyślała też o systemie monitorowania cumowania takich jachtów. I o to chodzi, bo żyjemy w epoce kontaktów i musimy budować nowe powiązania i relacje, dzięki którym powstaną nowe projekty, które wykreują nowe wartości.

– **A my ciągle chcemy być samo-wystarczalni.**

– Zazwyczaj odbywa się to tak: powstaje pomysł, następnie tworzymy biznesplan na kolanach tylko po to, by dostać kredyt lub dotację z unijnych funduszy strukturalnych. Za mało zaś myślimy o kreowaniu odpowiedniego modelu biznesowego. Chcemy robić wszystko sami. A trzeba odpowiedzieć na pytania: czy sam zajmę się tylko zarządzaniem danym projektem, a wykonają to inni, czy sam zarządzam procesem produkcyjnym, zaś produkt sprzedaję firmom dystrybucyjnym. Ale o takich problemach rzadko się myśli na etapie budowania projektów, gdyż uważa się to za stratę czasu.

Często przeważa myślenie tego typu. Zarabiam 10 mln zł rocznie i starczy. A jeśli potencjał danego produktu lub usługi wynosi 300 mln zł? Stworzyłem więc portfel licencyjny. Niech inni zagospodarują pozostałe 290 mln zł na rynku, a my zgarniemy dodatkowo 3 do 8 proc. opłaty licencyjnej.

– **Uważa pan, że nasz biznes myśli krótkowzrocznie?**

– Na ogół tak. Ale jest już sporo osób w Polsce, które czują nowoczesny biznes, szybko reagują i wykorzystują każdą szansę. Coraz więcej jest przykładów na to, że biznesmeni otwierają się na wspólne możliwości rozwoju.

– **Dziękuję za rozmowę.**

Rozmawiał  
Włodzimierz ABKOWICZ