**Warszawa, 03.11.2022**

**Rozwój produktu w przedsiębiorstwie produkcyjnym – jak zrealizować nowatorską wizję?**

Rozwój produktu, który ma szansę stać się prawdziwą innowacją i odmienić rynek, jest niezwykle wymagającym przedsięwzięciem. Nawet najwspanialsza wizja nie wystarczy, by zrealizować projekt. A od stworzenia biznesplanu – nawet bardzo szczegółowego – do wprowadzenia innowacyjnego produktu na rynek, droga jest bardzo daleka. Jak więc zabrać się za realizację nowatorskiej wizji i doprowadzić do sytuacji, w której wytworzona koncepcja, zamiast skończyć w szufladzie, przerodzi się w pełnoprawny produkt?

**Brak środków to najmniejszy problem**

Wielu przedsiębiorców planujących wdrożenie innowacji w formie nowego produktu lub usługi wychodzi z założenia, że największym (a wręcz jedynym) problemem stojącym na drodze do realizacji projektu, jest brak wystarczających środków. Sytuacja często jest jednak nieco bardziej skomplikowana.

Co stoi na przeszkodzie, by rozwinąć produkt i wprowadzić innowację na rynek? **–** *Choć oczywiście elementów negatywnie wpływających na możliwość wprowadzenia innowacji do obiegu jest wiele, trzy z nich są szczególnie istotne. Mowa o nieprzemyślanym produkcie, braku know-how oraz wspomnianych już wcześniej niewystarczających środkach* – wylicza Grzegorz Putynkowski z CBRTP.

**(Nie do końca) nowatorska wizja**

Aby upewnić się, że droga, jaką przedsiębiorstwo chce obrać w celu rozwoju swojego produktu, jest właściwa, potrzebna jest szczegółowa analiza wizji i jej weryfikacja. Pominięcie tego kroku może nieść ze sobą poważne konsekwencje dla przedsiębiorstwa – przede wszystkim straty finansowe i wizerunkowe, ale także stratę czasu, tak istotnego w kontekście wprowadzania innowacji na rynek. Roboczogodziny spędzone nad opracowywaniem projektu, który nie ma szans na realizację, to czas, który inni wykorzystują na pracę nad konkurencyjnymi projektami.

Rozwiązaniem tego problemu może być skierowanie projektu do weryfikacji w niezależnych instytucjach. Warto zacząć od państwowych, bezpłatnych instrumentów, dostępnych dla wszystkich przedsiębiorców. Mowa o projekcie STEP (Sprawdzimy Twój Eksperymentalny Pomysł na Projekt) oraz programie Innovation Coach.

Wypełnienie i wysłanie odpowiedniego formularza w [STEP](http://www.poir.gov.pl/step) pozwala przedsiębiorcy uzyskać pomoc eksperta, który przeanalizuje projekt pod kątem jego zalet i wad oraz zasugeruje zmiany mające wesprzeć przedsiębiorcę w dalszych etapach procesu ubiegania się o pomoc finansowaną ze środków publicznych.

**Jak zdobyć know-how?**

Nawet, jeżeli projekt okaże się faktycznie innowacyjny, szanse na doprowadzenie go do szczęśliwego finału znacząco wzrosną, ale sprawa nie będzie jeszcze przesądzona. Kolejną rzeczą, o którą warto zadbać, jest know-how, czyli zestaw kompetencji, które umożliwią dalsze efektywne zaangażowanie w rozwój produktu.

– *Optymalizacja procesów i kosztów, pomoc w pozyskiwaniu środków czy doradztwo podatkowe ułatwiające skorzystanie z ulg badawczo-rozwojowych i Innovation Box – to wszystko jest możliwe dzięki ścisłej współpracy firm z sektora prywatnego z jednostkami naukowymi. Instytuty badawcze nie tylko dzielą się swoją wiedzą, ale także przeprowadzają kompletne badania na zlecenie inwestorów i wspierają firmy w komercjalizacji rezultatów przeprowadzonych analiz* – podpowiada Paweł Uss z Centrum Badań i Rozwoju Technologii dla Przemysłu.

**Sposoby pozyskiwania środków finansowych**

Ostatnim krokiem w przygotowaniach do dalszego rozwoju produktu, jest pozyskanie środków finansowych. Jeżeli firma jest odpowiednio przygotowana, a więc posiada zweryfikowany, przetestowany i poprawiony projekt, a także odpowiednie zaplecze do uruchomienia procesu rozwoju produktu, łatwiej będzie jej pozyskać środki na realizację projektu.

Czy to dotacje z Funduszy Europejskich, fundusze Venture Capital czy prywatne inwestycje aniołów biznesu – każdy inwestor wymaga jak najlepiej przygotowanego projektu. Im więcej danych, analiz, przeprowadzonych badań rynku, przetestowanych prototypów (czy choćby MVP – minimum viable product), tym większe szanse na pozyskanie finansowania. Właśnie dlatego kluczowe jest przejście poprzednich etapów przed próbą wnioskowania o środki finansowe na realizację innowacyjnego projektu. Należy przy tym pamiętać, że podmioty inwestujące w innowacje mają dwa główne cele: jednym jest wsparcie danej branży i wprowadzenie innowacyjnego produktu na rynek, ale drugim – nie mniej ważnym – jest wypracowanie konkretnego zysku.

Kontakt dla mediów:

Małgorzata Knapik-Klata

PR Manager

m.knapik-klata@commplace.com.pl

+ 48 509 986 984