

Kontakt dla mediów:

Luiza Nowicka, PARP

e-mail: [luiza\\_nowicka@parp.gov.pl](mailto:luiza_nowicka@parp.gov.pl)

tel.: 880 524 959

Informacja prasowa

Warszawa, 05.06.2023 r.

## Przepis na sukces: wdrożenie strategii wzorniczej

Wdrożenie rekomendacji audytu wzorniczego, [a o którym była mowa w pierwszej części artykułu](#), pozwala na uzyskanie ogromnej przewagi konkurencyjnej firmy. Taka perspektywa otwiera zupełnie nowe możliwości rozwoju zarówno na polskim, jak i światowym rynku. Liczne przykłady przedsiębiorstw, które wprowadziły ściśle określone zmiany w oferowanym przez siebie produkcie, potwierdzają, że we współcześnie popyt na dany produkt idzie w parze z jego odpowiednim zaprojektowaniem.

Obecnie istnieje możliwość pozyskania dofinansowania na przeprowadzenie audytu wzorniczego w ramach działania 1.4 Wzornictwo w MŚP. O wsparcie mogą się ubiegać mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa prowadzące działalność gospodarczą na terenie Polski Wschodniej, tj. województw: lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego, świętokrzyskiego, warmińsko-mazurskiego oraz część województwa mazowieckiego (z wyłączeniem regionu warszawskiego stołecznego oraz powiatów: grodzkiego, legionowskiego, mińskiego, nowodworskiego, otwockiego, piaseczyńskiego, pruszkowskiego, warszawsko-zachodniego i wołomińskiego). Wnioski w ramach działania można składać od 9 maja do 29 sierpnia 2023 r. do godz. 16:00. Budżet na ten nabór to 100 mln zł, a maksymalne dofinansowanie projektu może wynieść nawet 3 mln zł. Minimalna wartość kosztów kwalifikowalnych to 200 tys. zł. Wkład własny uzależniony jest od wyboru sposobu finansowania projektu oraz zaplanowanych działań, może wynieść od 15 do 50% dla usług doradczych oraz zgodnie z mapą pomocy regionalnej dla części inwestycyjnej.

[Więcej na temat konkursu Wzornictwo w MŚP można przeczytać tutaj.](#)

### Innowacyjność to podstawa!

Projekt musi obejmować wdrożenie w przedsiębiorstwie innowacji produktowej. Dodatkowo możliwe jest jej wprowadzenie w procesie biznesowym. Innowacja w procesie biznesowym musi być bezpośrednio związana z wdrożeniem innowacji produktowej. Konieczne jest jej wprowadzenie na rynek najpóźniej w ostatnim dniu realizacji projektu.

Do oceny kryterium przyjmuje się definicję innowacji określoną w podręczniku OECD Podręcznik Oslo wydanie 4, 2018: „innowacja to nowy lub ulepszony produkt lub proces (lub ich połączenie), który różni się znacząco od poprzednich produktów lub procesów danej jednostki, i który został udostępniony potencjalnym użytkownikom (produkt) lub

wprowadzony do użytku przez jednostkę (proces)”. Zgodnie z przywołaną definicją można rozróżnić: a) innowację produktową – nowy lub ulepszony wyrób lub usługę, który różni się znacząco od dotychczasowych wyrobów lub usług przedsiębiorstwa i który został wprowadzony na rynek, b) innowację w procesie biznesowym – nowy lub ulepszony proces biznesowy dla jednej lub wielu funkcji biznesowych, który różni się znacząco od dotychczasowych procesów biznesowych przedsiębiorstwa i który został wprowadzony do użytku przez przedsiębiorstwo.

Końcowymi etapami opracowywania strategii wzorniczej jest wyznaczenie harmonogramu realizacji poszczególnych celów wraz z kosztorysem i przygotowanie briefu projektowego, na podstawie którego przedsiębiorca będzie mógł wdrożyć swój pomysł.

## **Smak korzyści**

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości od wielu lat promuje wdrażanie strategii wzorniczej w firmach poprzez realizację licznych konkursów w tym zakresie. Potwierdzają to zakończone sukcesem projekty beneficjentów dofinansowane w ramach konkursów takich jak „Design dla przedsiębiorców”, „Granty na dizajn” czy „Wzór na konkurencję”.

W tym miejscu warto przytoczyć historię jednego z beneficjentów – przedsiębiorstwa PL Sp. z o.o. Celem firmy było podniesienie jej konkurencyjności w branży oświetleniowej ze szczególnym uwzględnieniem segmentu oświetlenia biurowego. Zaplanowano wprowadzenie na rynek nowej marki, opracowano jej niepowtarzalną identyfikację wizualną, przygotowana została również strategia skutecznej komunikacji oraz responsywna strona internetowa. Dzięki współpracy z zewnętrznymi podmiotami doradczymi przeprowadzono profesjonalne badania rozwojowe, które przyczyniły się do opracowania strategii wzorniczej i harmonogramu działań koniecznych do uruchomienia nowej linii innowacyjnych projektów opraw oświetleniowych Like at Home. Zakupiono giętarzkę 3D do drutu, zgrzewarkę doczołową, zgrzewarkę do drutu oraz prościarkę. W wyniku realizacji projektu udało się wypracować serię opraw oświetleniowych pod nowym brandem. Wartość dofinansowania zgłoszonego projektu wyniosła 256 296, 00 zł.

Z kolei jeden z zakładów przetwórstwa tworzyw sztucznych zaprojektował i wdrożył innowacyjne pojemniki ażurowe z recyklingu. „Oddychające” doniczki ażurowe OXY wykonane są z tworzyw biodegradowalnych. Składają się z dwóch części – filcowego wkładu i ażurowej osłonki. Taka budowa zapewnia roślinom, a zwłaszcza ich korzeniom, dostęp do powietrza. Ponadto ich konstrukcja zapobiega skręcaniu się korzeni, jak ma to miejsce w zwykłych plastikowych doniczkach. Doniczki OXY to innowacja na rynku krajowym i zagranicznym. Projekt otrzymał dofinansowanie w ramach programu POPW „Wzór na konkurencję” w wysokości 2 952 820,00 zł.

Studio projektowe KABO & PYDO było jednym z kilku partnerów merytorycznych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w programie POPW „Wzór na konkurencję”, w którym odpowiadało za wdrożenie strategii wzorniczej i przeprowadzenie procesu projektowego u beneficjentów programu. „Zdarzało nam się realizować audyty dla firm, które już miały

doświadczenia z wzornictwem, i dla firm, które nie miały żadnych doświadczeń. Więcej było tych drugich. Większą gotowość mają na pewno te firmy bardziej doświadczone, ponieważ one już znają smak korzyści, które niesie ze sobą wzornictwo” – opisuje swoje spostrzeżenia Katarzyna Borkowska z KABO & PYDO. Projektantka zauważa, że przedsiębiorcy, którzy mają styczność z procesem wzorniczym po raz pierwszy, początkowo są bardziej nieufni. Przekonują się o jego korzyściach dopiero wtedy, gdy dostrzegają, że produkt, który wcześniej wyglądał inaczej, miał inne funkcje – po zmianie cieszy się zainteresowaniem i jest pożądanym przez klientów. Podkreśla, że wdrożenie strategii wzorniczej daje ogromną przewagę konkurencyjną.

[Rozmowa z KABO & PYDO dostępna na stronie.](#)



Fundusze Europejskie  
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



 **PARP**  
Grupa PFR