

Startup hype vs innováció

Magyar startup-ok sikerének titka

/szinopszis/

Napjaink gazdasága jelentős átalakuláson megy keresztül: a digitális eszközök gyors elterjedése új üzleti lehetőségeket teremtnek, illetve az innovációs lehetőségeket is megsokszorozzák. Ezzel együtt új vállalkozási forma jelent meg: a startup-ok.

A startup-ok globális piacokat céloznak meg és innovatív szolgáltatásuk (termékük) révén nagy növekedési potenciállal rendelkeznek. Minden esetben egy adott problémára nyújtanak új vagy újszerű (hatékonyabb) megoldást, amit innovációnak nevezünk. A fenti modell leginkább az USA-ból, a Szilícium völgyből indult ki.

Eközben Európa a kiváló oktatási rendszer és magas szintű kutatási eredmények (és költség) ellenére nem sikeres az innovációban, az üzleti hasznosításban. Ezt a jelenséget hívjuk kiterjesztett Európai paradoxon-nak, ami azt írja le, hogy az Európai cégek K+F költsége magas, azonban alig van Európai cég a világ leginnovatívabb cégei között.

Sok vállalat a nyílt innováció modelljét alkalmazza a K+F tevékenysége során, ami azt jelenti, hogy a belső és külső forrásokat összevonva arra törekszik, hogy a szellemi tulajdonban rejlő gazdasági értéket minél jobban kihasználja. A saját/belső K+F-tevékenység mellett egyre inkább a piac felé fordulnak, megkeresik és megveszik a szükséges tudást, és ezzel szereznek előnyt.

Hogy lehet serkenteni az innovációt? Életciklushoz illeszkedő támogató struktúrák kialakításával. A modell használható nagyvállalatok innovációs aktivitásának növelésére, a középvállalatok termékfejlesztési mechanizmusainak hatékonyabbá tételéhez, illetve a város/régió KKV fejlesztési stratégiájához is lehet alkalmazni.

A digitális technológiák segítségével gyorsabb, könnyebb céget indítani és könnyebb globális piacra lépni. Az IVSz felméréséből kiderül, hogy az IKT export 60%-os növekedést ért el az elmúlt 3 év alatt, aminek 50%-a volt a KKV-k részaránya. A magyar startup-ok nemzetközileg is sikeresek voltak, ebben közrejátszott, hogy a JEREMIE források 50%-a az IKT szektor felé mentek.

A Szilícium-völgyből indult startup kultúra mára globális jelenséggé nőtte ki magát, ezért kritikus, hogy minél több magyar vállalatok induljon az innováció és nemzetközi terjeszkedés irányába.