Innovaatiot ja kaupallistaminen osana arkea

26.4.2018

Silta kaupallistamiseen -hankkeen yhtenä tavoitteena on mahdollistaa korkeakoululähtöisten tutkimustulosten sekä uusien ideoiden kaupallistuminen myytäviksi tuotteiksi tai palveluiksi. Otsikossa mainitut innovaatiot ja kaupallistaminen toivotaan osaksi korkeakoulun arkea. Hankkeessa pyritään tunnistamaan korkeakouluissa syntyneitä innovatiivisia tutkimustuloksia ja ideoita, jotka voivat olla lähtöisin joko henkilöstöltä tai opiskelijoilta. Mutta idean eteenpäin viemiseksi tarvitaan selkeä suunnitelma ja kaupallistumisprosessia varten tarvitaan toimintamalleja, tietoa ja osaamista. Hankkeessa näitä kehitetään ja kokeillaan.

Mistä innovaatiot tulevat? Kuinka niitä voi jalostaa?

Innovaatio on uusi idea, joka on viety käytäntöön – monesti usean kokeilukierroksen kautta. Innovaatio tuottaa hyötyä niin sen kehittäjille kuin käyttäjillekin. Silta kaupallistamiseen -hankkeen yksi tavoite on vahvistaa kaupallistamiskulttuuria korkeakoulussa selkeänä osana tutkijoiden, opiskelijoiden ja opettajien työskentelyä ja tutkimustyötä. Yhtenä innovaatio-osaamisen tehostamiskeinona on hankkeessa toteutettu kymmenen luennon sarja, jonka tarkoituksena on ollut antaa tukea ja neuvoa heille, jotka suunnittelevat innovatiivisten ideoidensa jatkojalostamista.

Pitching, digimarkkinointi, osaamisen suojaaminen ja innovaatioiden rahoitus

Ohjelmaa on toteutettu syksyn 2017 ja alkuvuoden 2018 aikana. Luentosarja alkoi oman osaamisen tunnistamisella. Seuraavat luennot käsittelivät innovaatiomenetelmiä ja sitä, miten ideasta edetään innovaatioon. Jatkoluennot käsittelivät kaupallistamisvaihtoehtoja, tuotteistamista sekä palvelumuotoilua. Innovaatioprosessissa seuraava vaihe näiden jälkeen on innovaation kaupallistaminen myytäväksi ja markkinoitavaksi tuotteeksi tai palveluksi. Ja niinpä luentosarjan viimeisten luentojen otsikot olivat pitching, digimarkkinointi, osaamisen suojaaminen ja innovaatioiden rahoitus.

Luentoja ja työpajoja

Luennoilla on käyty vilkasta keskustelua ja osa luennoista on ollut työpajatyyppisiä. Yhtenä esimerkkinä mainittakoon pitchaus (kahden minuutin myyntipuhe), jota kaikki luennolle osallistujat saivat vuorollaan harjoitella. Pitchausten jälkeen luennoitsija arvioi jokaisen esityksen. Hänen hyvä neuvonsa oli se, että

pystyäkseen pitchaamaan parissa minuutissa, täytyy ymmärtää hyvin oman tuotteen tai ratkaisun asiakastarpeet.

Luentosarjaan osallistuneiden yhteenlaskettu lukumäärä lähenteli kahtasataa. Suurin osa osallistujista oli tutkijoita, TKI-henkilöstöä, opettajia, SeAMKin tai Yliopistokeskuksen opiskelijoita sekä muita kiinnostuneita. Myös yritysedustajia vieraili luennoilla ilahduttava määrä. Luennoitsijat olivat puolestaan SeAMKin ja Yliopistokeskuksen asiantuntijoita sekä muiden organisaatioiden, kuten elinkeinotoimen asiantuntijoita. Näyttää siltä, että tämän tyyppiselle toiminnalle on tarvetta myös jatkossakin.

Pirjo-Leena Ketola
korkeakouluasiamies SeAMK

Seliina Päällysaho
tutkimuspäällikkö SeAMK

Pertti Wathen
projektipäällikkö Seinäjoen Yliopistokeskus UCS

Kirjoittajat työskentelevät Silta kaupallistamiseen –hankkeessa.

Hankkeen päärahoittajana on Euroopan aluekehitysrahasto (Pirkanmaan liito ja Etelä-Pohjanmaan liitto). Hankkeen toteuttajia ovat Seinäjoen ammattikorkeakoulu sekä Seinäjoen yliopistokeskus/Tampereen yliopiston johtamiskorkeakoulu. Hankeaika on 1.10.2016 – 30.6.2018.