

2015

Innowacyjna przedsiębiorczość w Polsce

Odkryty i ukryty potencjał
polskiej innowacyjności



Redakcja
Paulina Zadura-Lichota

Innowacyjna przedsiębiorczość w Polsce

Odkryty i ukryty potencjał polskiej innowacyjności

Redakcja
Paulina Zadura-Lichota

Innowacyjna przedsiębiorczość w Polsce

Odkryty i ukryty potencjał polskiej innowacyjności

Redakcja: Paulina Zadura-Lichota

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2015

ISBN 978-83-7633-203-1

Wydanie I

Nakład: 700 egzemplarzy

Przygotowanie do druku, druk i oprawa:



Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB

ul. K. Pułaskiego 6/10, 26-600 Radom, tel. centr. (48) 364-42-41, fax (48) 364-47-65

e-mail: instytut@itee.radom.pl <http://www.itee.radom.pl>

Spis treści

Przedmowa. Potencjał innowacyjności w przedsiębiorstwach i otoczeniu społeczno-gospodarczym. Dobre przykłady, słabości, perspektywy na przyszłość	5
<i>Bożena Lublińska-Kasprzak</i>	
Część I. Innowacyjność w liczbach: przedsiębiorcy, mikroprzedsiębiorcy i beneficjenci pomocy publicznej	9
Rozdział 1. Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce na tle krajów Europy	11
<i>Melania Nieć</i>	
Rozdział 2. (Nie)oczekiwana mikroinnowacyjność	47
<i>Anna Tarnawa</i>	
Rozdział 3. Zbyt małe, żeby współpracować? – analiza współpracy w mikrofirmach	63
<i>Dorota Węclawska</i>	
Rozdział 4. Budowanie potencjału innowacyjnego firm w Polsce – wyniki Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka	73
<i>Jacek Pokorski</i>	
Część II. Nowe obszary innowacyjności – obserwacje i niewiadome	89
Rozdział 5. Białe plamy na mapie, czyli o ukrytych potencjałach innowacyjności	91
<i>Edwin Bendyk</i>	
Rozdział 6. Trendy, które budują innowacyjność	109
<i>Paulina Zadura-Lichota</i>	

PRZEDMOWA

Potencjał innowacyjności w przedsiębiorstwach i otoczeniu społeczno-gospodarczym. Dobre przykłady, słabości, perspektywy na przyszłość

Tegoroczny raport PARP na temat innowacyjności koncentruje się w dużej mierze na przedsiębiorstwach, tj. na pokazaniu poziomu, potencjału, a nawet perspektyw rozwojowych sektora prywatnego w obszarze innowacyjności. Staramy się zarysować ten obraz w sposób maksymalnie kompleksowy, przede wszystkim poprzez wypełnienie luk w wiedzy na temat poszczególnych grup firm. Naszą analizę rozpoczynamy od opisu statystycznego innowacyjności polskich przedsiębiorstw na tle pozostałych krajów europejskich na podstawie danych GUS i Eurostat. Takie ujęcie pozwala nam powiedzieć nieco więcej o tym, czy przykładowy spadek udziału innowacyjnych firm w Polsce jest cechą właściwą tylko nam, czy też jest to prawidłowość dotycząca inne kraje regionu. Z kolei spojrzenie na innowacyjność z perspektywy kolejnych lat dostarcza informacji na temat nakładów polskich firm na innowacje – ciekawych – bo te wydatki bardzo dynamicznie rosną, ale czy rzeczywiście tak szybko, jak w innych krajach, które starają się dogonić liderów?

Analiza danych Eurostatu pokazuje, że w latach 2010–2012 w większości krajów UE nastąpił zauważalny odpływ przedsiębiorców od działalności innowacyjnej, w tym w Polsce z 28% w latach 2009–2011 do 23% w latach 2010–2012. Ostatnie dane GUS za lata 2011–2013 to ponowne niewielkie odbicie, ale tylko w przypadku przedsiębiorstw przemysłowych (wzrost udziału innowatorów z 17,7% do 18,4%). Przedsiębiorstwa usługowe ponownie zmniejszają swój udział wśród innowacyjnych firm (z 13,9% do 12,8%). W przypadku, gdy spada odsetek innowacyjnych firm w gospodarkach wysokorozwiniętych ze zakumulowanym potencjałem innowacyjnym, nie stanowi to takiego zagrożenia jak w przypadku krajów – takich jak Polska – gdzie taki zwrot może być trudny do nadrobienia. Mimo spadającego odsetka innowacyjnych firm **obserwujemy wzrost nakładów na jedno przedsiębiorstwo wśród tych polskich przedsiębiorstw, które są innowacyjne, do poziomu 1 mln EUR w 2012 r. wobec 785 tys. EUR w 2010 r.** Przy tym średni poziom nakładów innowacyjnych na firmę w Polsce jest nieco niższy od średniej dla 28 krajów UE (1,15 mln EUR w 2012 r.). Niestety, najnowsze dane GUS w tym przypadku nie są optymistyczne. W 2013 r. roku przedsiębiorstwa przemysłowe wydały na innowacje mniej o 2,7% niż w 2012 r., a firmy usługowe aż o 21% mniej¹.

Zbiorczo dane te prezentują jednak ciekawe zjawisko, które jest szerzej opisane w rozdziale 1. Od kilku lat wyraźnie widać, że formuje się w Polsce niewielka grupa innowacyjnych firm, która stale zwiększa nakłady na działalność innowacyjną, w tym także na działalność badawczo-rozwojową. Ponadto ponoszone nakłady znajdują się na bardzo przyzwoitym poziomie w porównaniu ze średnią UE, co pozwala sądzić, że firmy te są konkurencyjne nie tylko na poziomie kraju, ale też poza nim. W innym wypadku nie miałyby takiej motywacji, by zwiększać swoje nakłady, mając za „przeciwnika” tylko krajową konkurencję.

Również dane prezentowane w rozdziale 4 na temat efektów Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka potwierdzają, że jeśli już firmy w Polsce zajmują się innowacjami, to rzeczywiście im to

¹ Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013, GUS, Warszawa 2015.

wychodzi. Grupa beneficjentów PO IG okazała się grupą pozytywnie wyselekcjonowaną. Jak pokazują różne ewaluacje, w tym ewaluacja on-going „Barometr Innowacyjności” PARP, po innowacyjne instrumenty w PO IG sięgały firmy, które już miały w swojej historii styczność z innowacjami. W efekcie ich wyniki po realizacji projektu i w okresie jego trwałości są bardzo dobre – począwszy od wzrostu liczby wprowadzanych innowacji po zakończeniu projektu, przez rozwój działów B+R, a nawet wzrost zatrudnienia².

Mamy więc już silną choć niewielką grupę innowatorów, identyfikowaną przez statystykę publiczną. W tym mieści się jeszcze mniejsza grupa beneficjentów wsparcia publicznego, która osiąga ponadprzeciętne wyniki jeśli chodzi o działalność innowacyjną na tle populacji przedsiębiorstw ogółem. Ta grupa i jej podgrupa-beneficjentów to nasz niewielki, ale wydaje się bardzo obiecujący potencjał w obszarze innowacyjności. Firmy te są innowacyjne i konkurencyjne na skalę europejską lub światową i zasadniczym pytaniem jest – jak wzmocnić ekosystem innowacji w Polsce, by grono tych przedsiębiorstw się zwiększyło. Oczywiście to pytanie wymaga szerszego omówienia i analizy, które z działań mają charakter podstawowy, a które wspierający, co wykracza poza ramy obecnego raportu³.

Szukając potencjału polskiej innowacyjności, na potrzeby raportu postanowiliśmy zmierzyć się również z innowacyjnością przedsiębiorstw na poziomie mikrofirm. Ta grupa przedsiębiorstw generalnie nie jest objęta statystyką publiczną mierzącą poziom innowacyjności przedsiębiorstw. Nie oznacza to bynajmniej, że wśród najmniejszych firm nie ma innowatorów. Obecnie nawet potoczna wiedza na temat rozwoju rynku start-upowego pozwala na uzasadnione przekonanie, że spora część innowacji rodzi się wśród najmniejszych podmiotów gospodarczych i również spora część nowych, niewielkich podmiotów jest zakładana w celach realizacji innowacyjnego pomysłu biznesowego. Innowacyjności na poziomie mikroprzedsiębiorstw (a *de facto* mikropracodawców, bo próba badawcza nie obejmowała osób samozatrudnionych) poświęcone są kolejno rozdziały 2 i 3, w których prezentowane są analizy z badania przeprowadzonego przez PARP w 2014 r.

Zaskakująco w zderzeniu z danymi na temat innowacyjności większych firm wyglądają wyniki dla najmniejszych podmiotów, wśród których prawie 60% deklaruje prowadzenie działalności innowacyjnej w ostatnich 3 latach. Można się zastanawiać na ile trafnie przedsiębiorcy oceniają swoją innowacyjność, czy jej nie przeszacowują. Zapytani o skojarzenia z terminem „innowacyjna firma”, odpowiadają, że chodzi tu przede wszystkim o nowoczesność, przyszłość, podążanie za duchem czasu (23% wskazań), nowe technologie (22,5%), rozwój i doskonalenie przedsiębiorstwa (17%). W przypadku nowych produktów i usług oraz nowatorskich rozwiązań wskazania są już niższe (po niespełna 10%). Innowacyjność kojarzy się przedsiębiorcom prawidłowo z nowoczesnością, przyszłością i nowoczesnymi technologiami i tak też mogą (nieco na wyrost) oceniać innowacyjność swoich firm – jako takich, które dobrze funkcjonują na dzisiejszym rynku, tworzą nowoczesne produkty i mają perspektywy na przyszłość. Natomiast czy jest to wystarczające do określenia firmy jako innowacyjnej – to właśnie zależy od tego, czy firma sama coś tworzy albo udoskonala. Na te kwestie respondenci wskazują jednak rzadziej.

Taka hipoteza wymaga sprawdzenia w kolejnych badaniach, natomiast można założyć, że mikroprzedsiębiorca jest specyficznym typem respondenta. Może występować w roli „firma to ja”, ponieważ z racji jej niewielkich zasobów wymaga ona bardzo mocnego zaangażowania właściciela w działalność przedsiębiorstwa. Właściciel może więc przenosić swoje przekonania co do własnej osoby – że

² Więcej na ten temat w rozdziale 4 autorstwa J. Pokorskiego w tym tomie.

³ Problematyka ta będzie przedmiotem osobnego raportu PARP na temat innowacyjności w administracji publicznej i rozwoju narodowego systemu innowacyjności (raport w przygotowaniu).

sam jest pomysłowy/innovacyjny – na firmę, a ta w odbiorze zewnętrznym czy rzeczywistych działaniach i efektach nie musi wcale taka być. To po części wyjaśniałoby tak liczne deklaracje mikroprzedsiębiorców co do własnej innowacyjności. Trzeba jednak pamiętać, że odpowiedzi dotyczyły bardzo konkretnego pytania o wprowadzenie lub nie innowacji w ostatnich trzech latach, więc uzyskane odpowiedzi powinny być miarodajne.

Innym ciekawym zagadnieniem, a także ważnym elementem aktywności w ramach działalności gospodarczej i innowacyjnej jest współpraca z otoczeniem zewnętrznym prezentowana w rozdziale 3 w tym tomie. Najmniejsze firmy, podobnie jak większe podmioty (co wynika z innych badań, np.: w ramach międzynarodowego projektu Global Entrepreneurship Monitor, w którym bierze udział PARP) przede wszystkim współpracują z innymi partnerami biznesowymi – czyli z przedsiębiorstwem z tej samej grupy kapitałowej lub z inną, niepowiązaną kapitałowo firmą. Dotyczy to zarówno bieżącej współpracy, jak i współpracy przy tworzeniu innowacji. Natomiast jeśli chodzi o plany współpracy w przyszłości, to choć przedsiębiorcy nadal zamierzają głównie współpracować z innymi firmami, to częściej niż obecnie chcą podjąć współpracę ze szkołami wyższymi (teraz współpracuje 7%, planuje 12%) i inkubatorami technologicznymi (teraz współpracuje 2%, planuje 8%)⁴. Rzadziej natomiast niż obecnie planują podjęcie współpracy z krajowymi i zagranicznymi jednostkami naukowymi. Może to świadczyć o tym, że przedsiębiorcy coraz wyraźniej widzą zależność rozwoju swojej firmy od jakości posiadanego kapitału ludzkiego. Z pewnością część firm w Polsce dotarła już do granicy swoich możliwości rozwojowych w dotychczasowym kształcie (np. dalsze obniżanie kosztów nie przyniesie żadnych efektów, a wręcz pogorszy sytuację firmy) i wie, że bez dobrych pracowników ich konkurencyjność zacznie spadać. Jeśli taka świadomość zaczyna się też przedostawać do mikrofirm, na co może wskazywać chęć zwiększonej współpracy ze szkołami wyższymi i inkubatorami, to stoimy przed szansą na rzeczywisty rozwój tego sektora i oczekiwaną innowacyjność w działaniu.

Te rozważania można podsumować następującym stwierdzeniem – dane ilościowe pochodzące ze statystyki publicznej, jak i badania realizowane przez PARP, wskazują na istnienie znaczącego potencjału innowacyjnego wśród wąskiej grupy firm zajmujących się innowacjami (ok. 23% firm zidentyfikowanych w ramach statystyki publicznej, co przekłada się na ok. 17 tys. firm małych, średnich i dużych). Ponadto bardzo dobre wyniki, jeśli chodzi o wybrane parametry innowacyjności osiągają firmy korzystające ze wsparcia publicznego (dane z Barometru Innowacyjności). Przy tym trzeba pamiętać, że ta grupa firm (poza mikro, które również są finansowane ze środków publicznych) zasila także szeregi grupy zidentyfikowanej w ramach statystyki publicznej. I wreszcie mamy znaczącą grupę mikropracodawców, wśród których 3 na 5 deklaruje wprowadzanie innowacji. Mikropracodawcy to w Polsce znacząca grupa – blisko 700 tys. firm, wspominane 60% deklarujących innowacje to prawie 420 tys. podmiotów.

Druga strona medalu to potencjał, którego nie wykorzystujemy bądź nie widzimy albo go po prostu nie mamy. W dyskusji publicznej na temat polskiej innowacyjności jest już pewien stały, wspólny element przekazu mówiący o tym, że nie będziemy się dalej rozwijać wykorzystując najłatwiejsze zasoby – tj. tanią siłę roboczą i imitowanie technologii, nawet tych najlepszych. To tego należy dołożyć drugie stwierdzenie – nie wystarczy również samo zwiększanie nakładów na działalność badawczo-rozwojową – bo sama tego typu aktywność nie przełoży się na rynkowe produkty i usługi⁵. Kluczem i ogromnym wyzwaniem dla obecnej polityki rozwojowej jest przemodelowanie obecnego paradygmatu

⁴ Więcej na ten temat w rozdziale 3 autorstwa D. Węclawskiej w tym tomie.

⁵ Więcej na ten temat w rozdziale 5 autorstwa E. Bendyka w tym tomie.

rozwojowego w kierunku dużych cywilizacyjnych projektów, angażujących partnerów z wielu stron i przede wszystkim odpowiadających na identyfikowane potrzeby społeczne. Tu powstaje pytanie – jak taki system zbudować, czy istniejące obecnie schematy da się przemodelować, czy trzeba zaproponować zupełnie nowe podejście? Ograniczenia, którym w tej chwili podlegamy opisuje Edwin Bendyk w rozdziale *Białe plamy na mapie, czyli o ukrytych potencjałach innowacyjności*. My – w rozumieniu instytucji publicznych, obywateli, podmiotów gospodarczych i instytucji pozarządowych spajających system społeczno-gospodarczy – musimy na te ograniczenia odpowiedzieć, uruchamiając „w masowej skali krajowy potencjał kreatywności i innowacyjności”⁶.

⁶ E. Bendyk, *Białe plamy...*, s. 91 w tym tomie.

Część I

**Innowacyjność w liczbach:
przedsiębiorcy, mikroprzedsiębiorcy
i beneficjenci pomocy publicznej**

Rozdział 1

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE NA TLE KRAJÓW EUROPY

Wprowadzenie

Opisując w poprzedniej edycji Raportu część statystyczną obejmującą lata 2008–2010 wskazywałam, że gospodarka Europy była pod wpływem turbulencji gospodarczych, co stanowiło ogromne wyzwanie ekonomiczne dla przedsiębiorstw. Wówczas wyniki badania innowacyjności nie były imponujące, ale wydawało się, że będzie to raczej stan przejściowy. Kolejne dwa lata w kontekście ekonomicznym nie przyniosły znacznej poprawy, a raczej był to czas „odrabiania strat”. Wyniki najnowszego badania innowacyjności przedsiębiorstw 2010–2012 przeprowadzonego we wszystkich krajach Unii Europejskiej (28) i kilku innych wybranych – nie napawają zbyt dużym optymizmem.

Nasuwa się pytanie *Czy innowacje i nowe technologie przestały być motorem wzrostu?* Wydawałoby się, że świat, w tym Europa ma idealne warunki do rozwoju – chociażby dzięki nowym technologiom, że nie będzie brakować pomysłów, które znajdą sposób na komercjalizację i tym samym wprowadzenie na rynek innowacyjnych rozwiązań. Statystyki przedstawiają innowacyjność jednak w innym świetle. Obserwujemy niższe odsetki innowacyjnych przedsiębiorstw w większości analizowanych krajów, zarówno wśród tych, które do tej pory były w czołówce, jak i wśród tych z końca stawki. Nasuwa się pytanie: *Czy bardziej rozwinięte gospodarki (tam spadki są największe) nasyciły się innowacjami? Czy bycie innowacyjnym staje się coraz bardziej kosztowne – stąd te rosnące nakłady na jedno przedsiębiorstwo innowacyjne?* Przedsiębiorstwa współpracują na tym samym poziomie, a nawet częściej niż w poprzednich latach – ale jak się okazuje ta współpraca nie zawsze jest dobrze oceniana. Przedsiębiorstwa tworzą strategie, wyznaczają sobie cele, a mimo to istnieje wiele barier, które są przeszkodami w osiągnięciu zakładanych celów.

Z pewnością w tej części Raportu poprzez prezentację danych statystycznych nie uda mi się w pełni odpowiedzieć na te wszystkie pytania – niemniej jednak – materiał ten dostarczy szczegółowych informacji na temat działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej. Do zobrazowania innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce na tle innych krajów Europy wykorzystano dane z Eurostatu (Community Innovation Survey 2012). Analiza danych statystycznych prezentuje wyniki w następujących obszarach: (1) innowacyjność przedsiębiorstw, (2) działalność badawczo-rozwojowa, (3) nakłady na działalność innowacyjną, (4) sprzedaż wyrobów nowych lub istotnie ulepszonych, (5) współpraca w zakresie innowacji, (6) źródła informacji dla innowacji, (7) cele działalności innowacyjnej, (8) strategie dla osiągnięcia celów, (9) metody utrzymania lub zwiększania konkurencyjności, (10) przeszkody dla realizacji celów oraz (11) wsparcie publiczne stanowiące integralne obszary analityczne prezentowanej analizy.

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw

Oceniając poziom innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce na tle krajów europejskich wykorzystano ogólne podejście prezentujące odsetek firm prowadzących działalność innowacyjną bieżącą lub zaniechaną (w zakresie produktów, procesów, metody marketingowej czy metody organizacyjnej) na tle przedsiębiorstw ogółem.

Tabela 1. Odsetek firm prowadzących działalność innowacyjną bieżącą i działalność zaniechaną w latach 2008–2012

	2008 (%)	2010 (%)	2012 (%)	Różnica 2011–2010 (p.p)	Różnica 2012–2008 (p.p)
UE (28)	bd	bd	48,9	-4,0*	-2,7*
EU (27)	51,6	52,9	bd	bd	bd
Islandia	74,8	63,8	bd	bd	bd
Niemcy	79,9	79,3	66,9	-12,4	-13,0
Luksemburg	64,7	68,1	66,1	-2,0	1,4
Irlandia	56,5	59,5	58,7	-0,8	2,2
Włochy	53,2	56,3	56,1	-0,2	2,9
Szwecja	53,7	59,6	55,9	-3,7	2,2
Belgia	58,1	60,9	55,6	-5,3	-2,5
Portugalia	57,8	60,3	54,6	-5,7	-3,2
Austria	56,2	56,5	54,4	-2,1	-1,8
Francja	50,2	53,5	53,4	-0,1	3,2
Finlandia	52,2	56,2	52,6	-3,6	0,4
Grecja	bd	bd	52,3	bd	bd
Holandia	44,9	56,7	51,4	-5,3	6,5
Dania	51,9	54,7	51,1	-3,6	-0,8
Malta	37,4	41,5	51,1	9,6	13,7
W. Brytania	45,6	44,2	50,3	6,1	4,7
Estonia	56,4	56,8	47,6	-9,2	-8,8
Słowenia	50,3	49,4	46,5	-2,9	-3,8
Norwegia	49,2	43,5	44,7	1,2	-4,5
Czechy	56,0	51,7	43,9	-7,8	-12,1
Cypr	56,1	46,2	42,1	-4,1	-14,0
Chorwacja	44,2	42,4	37,9	-4,5	-6,3
Słowacja	36,1	35,6	34,0	-1,6	-2,1
Hiszpania	43,5	41,4	33,6	-7,8	-9,9
Litwa	30,3	34,5	32,9	-1,6	2,6
Węgry	28,9	31,1	32,5	1,4	3,6
Łotwa	24,3	29,9	30,4	0,5	6,1
Bułgaria	30,8	27,1	27,4	0,3	-3,4
Polska	27,9	28,1	23,0	-5,1	-4,9
Rumunia	33,3	30,8	20,7	-10,1	-12,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis6_type], [inn_cis7_type], [inn_cis8_type].

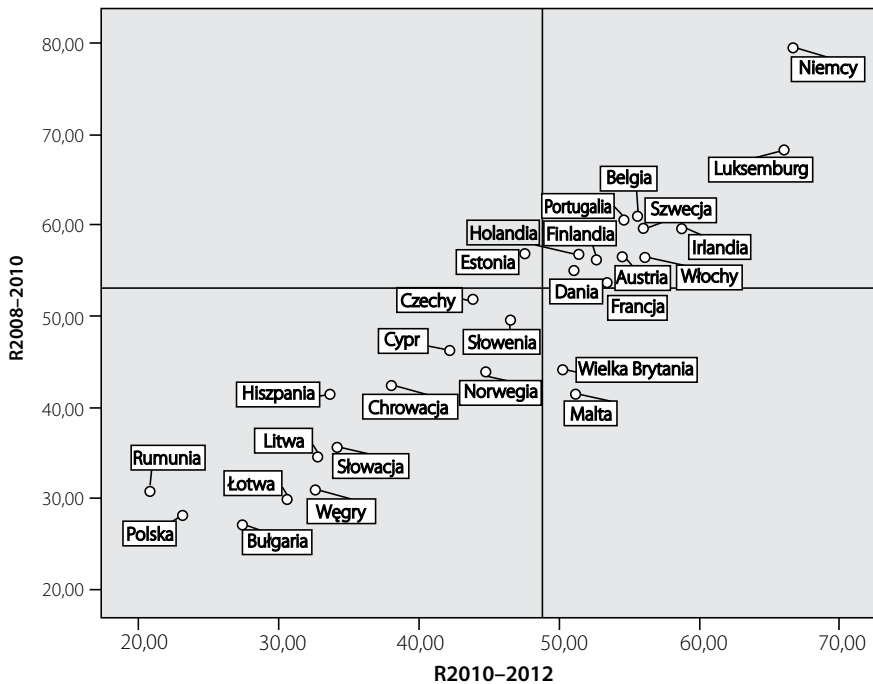
Wyniki pokazują, że wśród 29 prezentowanych krajów (28 krajów UE i Norwegia) można wyróżnić cztery grupy¹ pod względem udziału aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw: liderów, doganiających, średnich innowatorów i słabych innowatorów. Liderzy w 2012 r. w zakresie aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw to Niemcy, Luksemburg, Irlandia, Włochy, Szwecja, Belgia, gdzie udział aktywnych firm mieści się w przedziale <55,6; 66,9>. Kraje doganiające o wysokim odsetku aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw należą do drugiej grupy, a wśród nich: Portugalia, Austria, Francja, Finlandia, Grecja, Holandia, Dania, Malta, Wielka Brytania, Estonia, Słowenia, Norwegia i Czechy. W krajach należących do drugiej grupy odsetek przedsiębiorstw prowadzących działalność innowacyjną wśród przedsiębiorstw ogółem znajduje się w przedziale <43,8; 55,35>. Trzecią grupę krajów – średnich innowatorów – stanowią: Cypr, Chorwacja, Słowacja, Hiszpania, Litwa i Węgry, gdzie udział aktywnych przedsiębiorstw w obszarze innowacyjności mieści się w przedziale <32,25; 43,8>. Polska razem z Łotwą, Bułgarią i Rumunią należą do krajów o niskim udziale

¹ Grupy utworzono, obliczając równe przedziały na bazie minimalnej i maksymalnej wielkości odsetka przedsiębiorstw innowacyjnych.

innowacyjnej aktywności wśród przedsiębiorstw ogółem i stanowią czwartą grupę, w której odsetek aktywnych innowacyjnych przedsiębiorstw mieści się w przedziale <20,7; 32,25>.

Poziom przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie w Polsce ogółem, jak i w innych prezentowanych krajach w porównaniu z wynikami badań z poprzedniej edycji CIS-7 2008–2010 uległ znaczącym zmianom. Największe negatywne zmiany dotyczyły lidera innowacyjności – Niemiec, gdzie zanotowano spadek udziału innowacyjności firm o ponad 12 p.p. w porównaniu z poprzednią edycją badania. Niższe wskaźniki innowacyjności w porównaniu z wynikami badania 2008–2010 (tj. spadek powyżej 5 p.p.) można było zaobserwować w Belgii, Portugalii, Holandii, Estonii, Hiszpanii, Polsce i Rumunii.

Wykres 1. Odsetek firm prowadzących działalność innowacyjną bieżącą i działalność zaniechaną (w zakresie produktów, procesów, metody marketingowej czy metody organizacyjnej) w latach 2008–2010 i 2010–2012

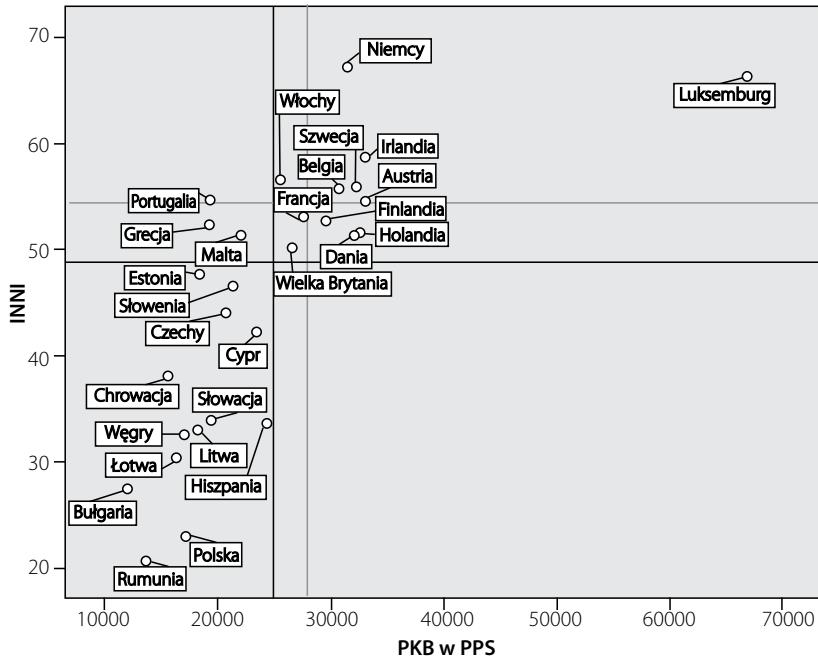


Źródło: Statistics Database [inn_cis7_type] i [inn_cis8_type], linie referencyjne oznaczają średnią dla UE 28.

Porównując wyniki dla Polski z innymi państwami, należy wziąć pod uwagę również stopień rozwoju danego kraju. Z pewnością imponujące są wyniki takich krajów jak Niemcy czy Luksemburg pod względem odsetka przedsiębiorstw prowadzących działalność innowacyjną, ale historia gospodarki rynkowej rozwiniętych Niemiec czy Luksemburga jest znacznie dłuższa od gospodarki Polski. Dlatego też w pierwszej kolejności wyniki dla Polski powinny być zestawiane głównie z krajami podobnymi głównie pod względem rozwoju gospodarczego. Na wykresie graficznym poniżej zostały zaprezentowane wyniki aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw w krajach Europy z poziomem PKB na 1 mieszkańca, który jest obliczany wg parytetu siły nabywczej walut (PPP – ang. *Purchasing Power Parity*) i wyrażony we wspólnej umownej walucie PPS (ang. *Purchasing Power Standard*).

Linia pionowa i pozioma oznaczają poziomy średnie dla 28 i 15 krajów UE (wynoszą one odpowiednio: dla UE (28): 48,9; 25 500 (linia czarna) oraz dla UE(15): 54,3; 27 900 (linia szara).

Wykres 2. Produkt Krajowy Brutto na 1 mieszkańca w PPS w 2012 r. i udział przedsiębiorstw prowadzących działalność innowacyjną w latach 2010–2012



Źródło: Statistics Database [inn_cis8_type] i [nama_gdp_c], linie referencyjne oznaczają średnią dla UE(28): 48,9; 25 500 linia czarna i dla UE(15): 54,3; 27 900 (linia szara).

Na uwagę zasługują kraje, których poziom rozwoju gospodarczego mierzony PKB na 1 mieszkańca w PPS jest poniżej średniej, a odsetek firm prowadzących działalność innowacyjną powyżej średniej. Taka sytuacja ma miejsce w przypadku Portugalii, Grecji i Malty. Co ciekawe i to jest bardzo pozytywne, żaden z analizowanych krajów nie znalazł się w ćwiartce, gdzie innowacyjność była poniżej średniej dla 28 krajów UE oraz powyżej średniego poziomu PKB. W badaniu 2008–2010 tę pozycję miała jedynie Wielka Brytania, której słaba pozycja uległa poprawie na tle pozostałych krajów. Polska, pod względem rozwoju gospodarczego mierzony PKB na 1 mieszkańca w PPS, znajduje się w pierwszej ćwiartce wśród takich krajów jak: Bułgaria, Łotwa, Węgry, Rumunia, Słowacja, Hiszpania, Cypr, Słowenia, Czechy i Estonii. Analiza danych na podstawie wykresu pokazuje, że kraje o średnim poziomie rozwoju gospodarczego mogą osiągać dobre wyniki pod względem innowacyjności. Biorąc pod uwagę powyższe, należy szukać źródeł przewag innowacyjności w tych krajach i czerpać wzorce, uwzględniając specyfikę kraju.

Działalność aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw w Polsce (tabela 2) przedstawia się bardziej korzystnie w poszczególnych grupach wielkości firm. Można zauważyć, że aktywność w działalności innowacyjnej jest domeną dużych przedsiębiorstw, co warunkowane jest ich większym potencjałem ekonomicznym. Liderem w grupie dużych przedsiębiorstw jest Luksemburg, gdzie innowacyjne przedsiębiorstwa stanowią 92,8% wszystkich firm objętych badaniem. Na tle krajów europejskich duże polskie przedsiębiorstwa prezentują średni poziom – 63,9%. Niższy udział dużych innowacyjnych firm w porównaniu z Polską mają takie kraje jak: Cypr (62,2%), Słowacja (62,1%), Bułgaria (59%), Wielka Brytania (56,2%) i Rumunia (40,1%). Z kolei udział innowacyjnych średnich przedsiębiorstw w Polsce wynosi 35,8%; wyprzedzamy jedynie Rumunię (26,6%). Wśród analizowanych 28 krajów

odsetek innowacyjnych małych przedsiębiorstw w Polsce stanowi 17,4% przedsiębiorstw ogółem i daje to nam ostatnie miejsce.

Oceniając działalność innowacyjną polskich przedsiębiorstw, należy wskazać także na znaczny udział przedsiębiorstw, które w badanym czasie nie podejmowały żadnej działalności innowacyjnej. Dla Polski jest to 77% badanych przedsiębiorstw, a dla lidera Niemiec 33%, co oznacza, że co trzecie przedsiębiorstwo w Niemczech nie prowadziło takiej działalności, a w Polsce ponad ¾.

Tabela 2. Odsetek firm prowadzących działalność innowacyjną bieżącą i działalność zaniechaną (w zakresie produktów, procesów, metody marketingowej czy metody organizacyjnej) wg wielkości firm

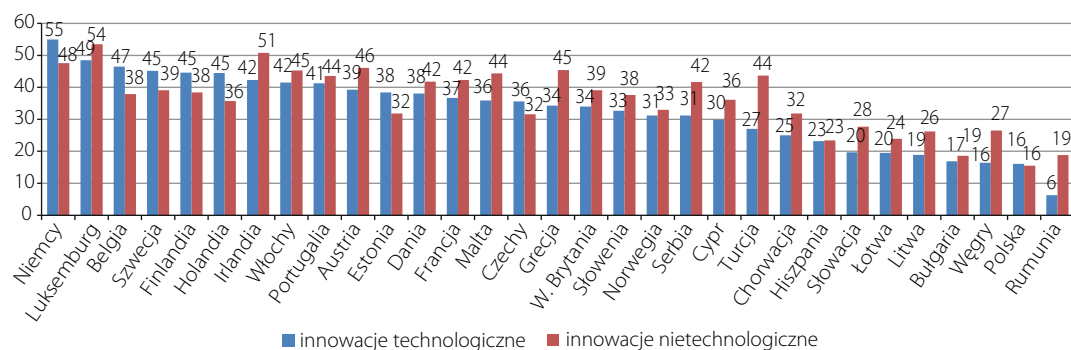
Ogółem		10–49 (%)		50–249 (%)		>249 (%)	
UE(28)	48,9	UE(28)	45,2	UE(28)	60,5	UE(28)	76,4
UE(15)	54,3	UE(15)	50,6	UE(15)	66,8	UE(15)	80,6
Niemcy	66,9	Luksemburg	63,4	Irlandia	74,5	Luksemburg	92,8
Luksemburg	66,1	Niemcy	63,3	Niemcy	74,3	Niemcy	92,2
Irlandia	58,7	Irlandia	54,0	Włochy	71,4	Portugalia	87,2
Włochy	56,1	Włochy	53,4	Austria	70,9	Słowenia	87,0
Szwecja	55,9	Szwecja	52,8	Luksemburg	69,2	Malta	86,7
Belgia	55,6	Portugalia	51,3	Malta	69,2	Irlandia	84,5
Portugalia	54,6	Belgia	50,9	Belgia	68,8	Włochy	84,4
Austria	54,4	Grecja	50,7	Portugalia	66,8	Austria	84,0
Francja	53,4	Francja	49,1	Francja	66,2	Belgia	83,5
Finlandia	52,6	Austria	48,7	Holandia	65,7	Szwecja	81,9
Grecja	52,3	W. Brytania	48,7	Szwecja	65,6	Francja	81,0
Holandia	51,4	Finlandia	48,1	Finlandia	65,0	Dania	79,4
Dania	51,1	Dania	47,5	Estonia	64,3	Czechy	78,7
Malta	51,1	Holandia	47,4	Słowenia	62,0	Estonia	78,3
W. Brytania	50,3	Malta	45,5	Grecja	60,7	Hiszpania	78,2
Estonia	47,6	Estonia	42,6	Cypr	59,5	Finlandia	77,7
Słowenia	46,5	Słowenia	40,5	Czechy	57,6	Chorwacja	77,2
Czechy	43,9	Cypr	39,1	Dania	57,5	Grecja	75,6
Cypr	42,1	Czechy	38,2	W. Brytania	56,7	Litwa	72,8
Chorwacja	37,9	Chorwacja	33,1	Hiszpania	55,7	Holandia	68,5
Słowacja	34,0	Słowacja	29,8	Chorwacja	51,5	Węgry	67,2
Hiszpania	33,6	Hiszpania	29,0	Litwa	45,1	Łotwa	64,8
Litwa	32,9	Węgry	28,4	Łotwa	43,3	Polska	63,9
Węgry	32,5	Litwa	28,3	Węgry	42,8	Cypr	62,2
Łotwa	30,4	Łotwa	26,5	Bułgaria	40,4	Słowacja	62,1
Bułgaria	27,4	Bułgaria	22,7	Słowacja	40,0	Bułgaria	59,0
Polska	23,0	Rumunia	18,3	Polska	35,8	W. Brytania	56,2
Rumunia	20,7	Polska	17,4	Rumunia	26,6	Rumunia	40,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_type].

Prezentowana powyżej analiza aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw nie dostarcza wyczerpujących informacji nt. ich innowacyjności mającej istotny wpływ na konkurencyjność. Nie wystarczy po-
bieżna analiza innowacyjności, konieczne jest jej poszerzenie o wiedzę o tym, jakie zachodzą procesy
w firmach i jakie typy innowacji są w nich wdrażane.

Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych w zakresie innowacji technologicznych² (produktowych
i procesowych) w Polsce jest na poziomie 16%³, a w zakresie innowacji nietechnologicznych na po-
ziomie 15,5%⁴ (wykres 3). Największy odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych w zakresie nowych
lub znacząco ulepszonych produktów lub procesów odnotowujemy w Niemczech. W kraju tym 55%
przedsiębiorstw prowadzi działalność innowacyjną w obrębie innowacji technologicznych, nie biorąc
pod uwagę działalności w zakresie działalności innowacyjnej marketingowej czy organizacyjnej. Li-
derem w zakresie innowacji nietechnologicznych jest Luksemburg, gdzie co drugie przedsiębiorstwo
wdraża innowacje w zakresie nowych metod organizacyjnych lub marketingowych. Zdecydowanie
najmniej firm innowacyjnych w obrębie innowacji nietechnologicznych działa w Polsce (15,5%) oraz
w Bułgarii (18,6%).

**Wykres 3. Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych ogółem w zakresie innowacji technologicznych
i nietechnologicznych**



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_type], średnia dla UE(28): inno-
wacje technologiczne – 36%, innowacje nietechnologiczne – 37% oraz dla UE(15): innowacje technolo-
giczne – 41%, oraz innowacje nietechnologiczne – 41%.

W zależności od wielkości firmy wyniki są bardziej zróżnicowane. Polskie małe przedsiębiorstwa za-
trudniające od 10 do 49 osób charakteryzują się niemal najniższą innowacyjnością zarówno technolo-
giczną (11%), jak i nietechnologiczną (12%) na tle prezentowanych krajów (wykres 4).

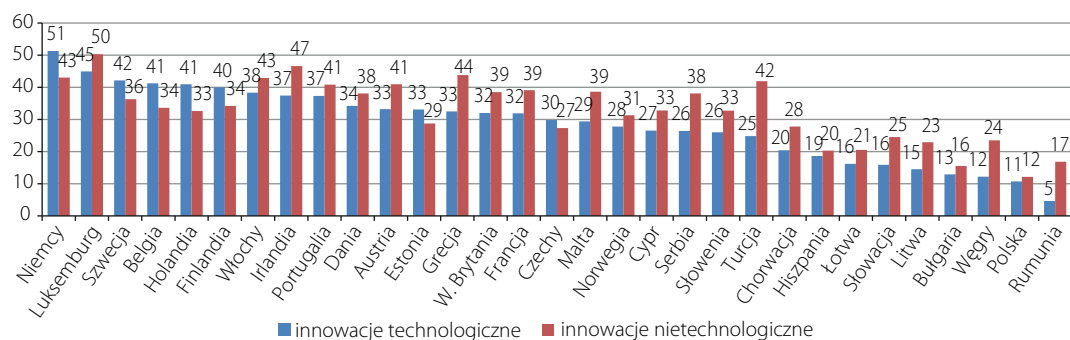
² Według Eurostatu **przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji technologicznych** to takie przedsiębiorstwa, które wdrożyły, są w trakcie albo zaniechały działalności innowacyjnej w badanym czasie. Z kolei **przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji nietechnologicznych** to takie, które wdrożyły innowacje marketingowe i/lub organizacyjne.

³ Przy czym nie jest wykluczone, że przedsiębiorstwa te prowadziły również działalność innowacyjną w obrębie innowacji nietechnologicznych.

⁴ Dotyczy przedsiębiorstw, których działalność innowacyjna dotyczyła innowacji nietechnologicznych (marketingowych i organizacyjnych) i nie jest wykluczone, że przedsiębiorstwa te prowadziły również działalność innowacyjną w obrębie innowacji technologicznych.

Wyższe pozycje pod względem innowacyjności technologicznej osiągają przedsiębiorstwa średnie zatrudniające od 50 do 249 osób (28%) (wykres 5) i przedsiębiorstwa duże zatrudniające powyżej 249 osób (56%) (wykres 6). W przypadku innowacji w zakresie metod marketingowych i organizacyjnych 22% przedsiębiorstw średnich w Polsce angażuje się w ten obszar działalności innowacyjnej.

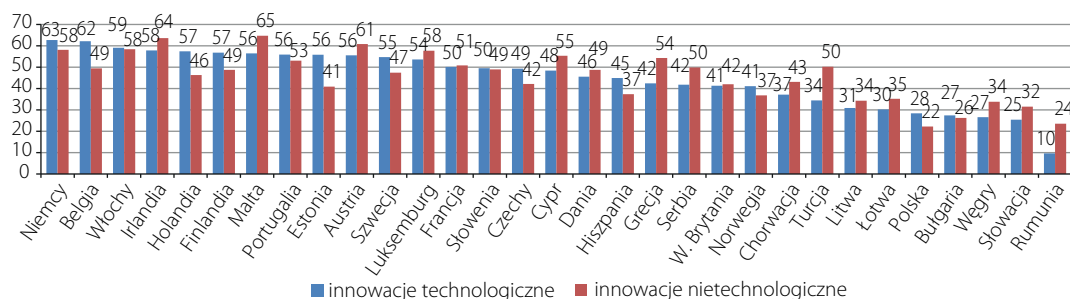
Wykres 4. Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych małych w zakresie innowacji technologicznych i nie-technologicznych



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_type], średnia dla UE(28): innowacje technologiczne – 32%, innowacje nietechnologiczne – 34% oraz dla UE(15): innowacje technologiczne – 37% oraz innowacje nietechnologiczne – 38%.

W przypadku dużych przedsiębiorstw udział firm, które wdrożyły nową metodę marketingową lub dokonały zmiany organizacyjnej stanowił 46%.

Wykres 5. Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych średnich w zakresie innowacji technologicznych i nietechnologicznych

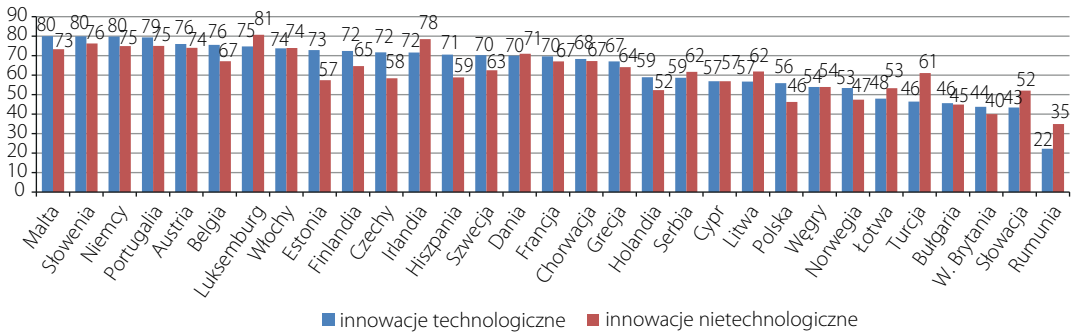


Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_type], średnia dla UE(28): innowacje technologiczne – 48%, innowacje nietechnologiczne – 46% oraz dla UE(15): innowacje technologiczne – 54% oraz innowacje nietechnologiczne – 52%.

Można wnioskować, iż innowacje nietechnologiczne stanowią zwykle dopełnienie działalności innowacyjnej w zakresie produktów czy procesów w przedsiębiorstwach dużych.

Oceniając poziom innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce, należy także wykorzystać ujęcie analityczne oparte o podstawową klasyfikację działalności przedsiębiorstw (PKD). Najbardziej innowacyjną

Wykres 6. Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych dużych w zakresie innowacji technologicznych i nie-technologicznych



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_type], średnia dla UE(28): innowacje technologiczne – 65%; innowacje nietechnologiczne – 61% oraz dla UE(15): innowacje technologiczne – 70% oraz innowacje nietechnologiczne – 65%.

sekcją w krajach europejskich⁵ jest sekcja J – *Informacja i komunikacja*. Średnio w 15 starych krajach UE – 68% przedsiębiorstw w tej sekcji prowadzi działalność innowacyjną w zakresie produktów, procesów, marketingu czy organizacji. Liderem w tej branży są Niemcy, a na drugim miejscu jest Portugalia, gdzie 87% i 76,6% odpowiednio przedsiębiorstw w tej branży prowadzi działalność innowacyjną. Wysoką innowacyjnością w krajach UE charakteryzują się również firmy z sekcji K – *Działalność finansowa i ubezpieczeniowa*, z sekcji C – *Przetwórstwo przemysłowe* oraz z sekcji D – *Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatycznych*. Średni udział przedsiębiorstw innowacyjnych w Sekcji C w starych krajach UE wynosi 58%, natomiast we wszystkich 28 krajach – 52%. Najwyższym odsetkiem innowacyjnych przedsiębiorstw w Sekcji C charakteryzują się przedsiębiorstwa z Niemiec – 71,8% i Irlandii – 68%. Z kolei liderem w Sekcji K jest Luksemburg – 77,6%. Średnio w Sekcji D w starych krajach UE innowacyjnych przedsiębiorstw jest 58%, przy czym liderem jest Cypr, gdzie każde przedsiębiorstwo zajmujące się wytwarzaniem i zaopatrywaniem w energię elektryczną etc. jest innowacyjne. W Polsce zarówno przedsiębiorstwa z branży finansowej, jak i ubezpieczeniowej oraz związanej z dostawą wody znacznie wyprzedzają pozostałe krajowe branże pod względem innowacyjności. Niemniej jednak dystans do średniej UE (15) czy też UE (28) jest znaczny. Najmniej innowacyjną sekcją spośród badanych jest sekcja – *Transport i gospodarka magazynowa*. Odsetek w Polsce innowacyjnych przedsiębiorstw w tej sekcji stanowi – 14%, a średnia w 28 krajach Unii Europejskiej – 33%. Liderem w tej branży jest Luksemburg, gdzie 54,4% przedsiębiorstw tej sekcji prowadzi działalność innowacyjną. Dla porównania w tabeli 3 prezentuję wyniki innowacyjności w poszczególnych sekcjach w pozostałych krajach Grupy Wyszehradzkiej. Niestety Polska na tle Czech, Węgier i Słowacji również nie wypada najlepiej.

Z najnowszych badań prezentowanych przez GUS dotyczących działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w Polsce w latach 2010–2012 wynika, że odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych zwiększył się w porównaniu z wynikami z poprzedniej edycji badań 2009–2011 zarówno wśród przedsiębiorstw z sektora przemysłu – 16,5% (było 16,1%), jak i z sektora usług – 12,4% (było 11,6%). Udział innowacyjnych przedsiębiorstw w przemyśle, jak i w usługach w latach 2010–2012 był wśród małych firm odpowiednio na poziomie 9,6% i 9,5%. Średnich innowacyjnych przedsiębiorstw przemysłowych było

⁵ Z uwagi na brak niektórych średnich wielkości przy porównaniach do krajów UE stosuje się wielkości znane dla UE(28) lub UE(15) w zależności od sekcji.

29,4%, a usługowych 20,9%. Duże firmy podobnie jak w latach ubiegłych cechowały się najwyższym odsetkiem innowacyjnych przedsiębiorstw zarówno wśród przedsiębiorstw przemysłowych – 56,2%, jak i usługowych – 44,7%. Największy udział innowacyjnych firm w przemyśle jest w sekcji *Produkcja koksu i produktów rafinacji ropy naftowej* – 52,3% oraz w sekcji *Produkcja wyrobów farmaceutycznych* – 44,8%. W sektorze usług największym odsetkiem innowacyjnych firm cieszą się takie sekcje jak: *Ubezpieczenia, reasekuracja i fundusze emerytalne* – 64,9% i *Badania naukowe i prace rozwojowe* – 43,3%.

Tabela 3. Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce oraz średnia dla 28 i 15 krajów UE w wybranych sekcjach, w latach 2010–2012, w %

	Sekcja C	Sekcja D	Sekcja E	Sekcja G	Sekcja H	Sekcja J	Sekcja K	Sekcja M
UE (15)	58	58	46	bd	37	68	56	bd
UE (28)	52	49	bd	bd	33	bd	54	bd
Czechy	48	36	34	42	19	65	56	39
Słowacja	33	28	25	38	21	46	60	33
Węgry	32	40	30	34	18	49	43	37
Polska	24	34	19	22	14	33	39	27

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_type], Sekcja C – Przetwórstwo przemysłowe, Sekcja D – Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatycznych, Sekcja E – Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją, Sekcja G – Handel hurtowy z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi, Sekcja H – Transport i gospodarka magazynowa, Sekcja J – Informacja i komunikacja, Sekcja K – Działalność finansowa i ubezpieczeniowa, Sekcja M – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna.

Wyniki pokazują, że przedsiębiorstwa przemysłowe częściej wprowadzają innowacyjne procesy (12,4%) niż produkty (11,2%). Z kolei zdecydowanie mniej jest takich przedsiębiorstw przemysłowych, które jednocześnie wprowadzają innowacje produktowe i procesowe (7,1%). Przedsiębiorstwa z sektora usług wykazują się mniejszą innowacyjnością od prezentowanych firm z sektora przemysłowego. Tylko 9 firm usługowych na 100 wprowadziło innowacje procesowe w swojej firmie, a tylko 7 na 100 innowacje produktowe. Niespełna 4 firmy na 100 z sektora usługowego wdrożyły oba typy innowacji jednocześnie. W zakresie innowacji organizacyjnych i marketingowych lepiej wypadają przedsiębiorstwa z sektora usługowego, osiągając udziały odpowiednio 10,5% i 11,1%. W przemyśle 10,4% przedsiębiorstw wprowadziło innowacje organizacyjne i 10,2% wprowadziło innowacje marketingowe. W porównaniu z wynikami badania z poprzedniej edycji można zauważyć, że zarówno w sektorze przemysłowym, jak i usługowym udział przedsiębiorstw wprowadzających innowacje organizacyjne był wyższy, natomiast w przypadku innowacji marketingowych był o kilka punktów procentowych niższy.

Ekonomiczne aspekty działalności innowacyjnej: nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw

Działalność przedsiębiorstwa w szczególności w obszarze innowacyjności jest związana z ponoszeniem określonych nakładów, gdyż z nią często związana jest działalność naukowo-badawcza, która wymaga kosztownej specjalistycznej aparatury naukowo-badawczej oraz wykwalifikowanych pracowników naukowych. Nowe innowacyjne produkty wymagają zastosowania nowoczesnych technologii,

zakupu wiedzy ze źródeł zewnętrznych, oprogramowania, zewnętrznego wsparcia specjalistycznego, które pociągają za sobą znaczne koszty, dużo większe w początkowej fazie wdrażania niż utrzymanie linii technologicznych znanych i wykorzystywanych od lat. Kształtowanie się całkowitych nakładów na działalność innowacyjną na jedno przedsiębiorstwo w Polsce oraz w innych krajach europejskich przedstawia tabela 4 z zobrazowaniem graficzno-przestrzennym (wykresy 7 i 8).

Według Eurostatu liderem w wielkości zaangażowania środków na działalność innowacyjną przypadającą na jedno przedsiębiorstwo jest Dania, z nakładami przekraczającymi 2,4 mln EUR. Niewiele mniej przeznaczają przeciętne innowacyjne szwedzkie przedsiębiorstwo – 2,2 mln EUR.

Tabela 4. Całkowite nakłady na jedno przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną w zakresie innowacji technologicznych (produktowych i procesowych) wg wielkości firm w 2012 r. (w tys. EUR)

Ogółem		10–49		50–249		>249	
Dania	2 434	Irlandia	381	Belgia	2 151	Szwecja	31 366
Szwecja	2 275	Belgia	379	Węgry	1 858	Dania	24 475
Francja	1 825	Finlandia	356	Irlandia	1 263	Niemcy	21 950
Niemcy	1 804	Francja	329	W. Brytania	1 117	Francja	16 565
Finlandia	1 620	Szwecja	315	Francja	1 057	Holandia	16 038
Belgia	1 558	W. Brytania	308	Dania	1 049	Finlandia	15 088
Irlandia	1 268	Dania	282	Szwecja	985	Belgia	11 378
Austria	1 190	Litwa	230	Austria	877	Irlandia	10 265
Węgry	1 137	Austria	217	Holandia	876	Austria	9 021
Słowacja	1 028	Estonia	197	Finlandia	840	W. Brytania	7 392
Holandia	1 010	Holandia	178	Niemcy	783	Chorwacja	7 192
Polska	1 005	Malta	154	Włochy	704	Włochy	7 025
Chorwacja	918	Węgry	153	Hiszpania	630	Hiszpania	6 773
W. Brytania	800	Hiszpania	152	Polska	627	Słowacja	5 914
Hiszpania	752	Słowacja	150	Słowacja	611	Grecja	5 600
Luksemburg	656	Niemcy	147	Luksemburg	588	Luksemburg	5 580
Malta	522	Włochy	140	Grecja	586	Polska	5 068
Czechy	498	Cypr	136	Malta	577	Estonia	4 113
Włochy	476	Polska	120	Łotwa	450	Węgry	4 017
Litwa	455	Czechy	117	Słowenia	447	Łotwa	3 250
Estonia	452	Grecja	111	Estonia	442	Malta	3 127
Łotwa	397	Luksemburg	103	Czechy	433	Portugalia	3 082
Grecja	371	Chorwacja	103	Chorwacja	380	Czechy	3 009
Rumunia	362	Rumunia	92	Litwa	371	Słowenia	2 979
Portugalia	281	Łotwa	89	Rumunia	367	Litwa	2 248
Cypr	230	Portugalia	82	Portugalia	350	Cypr	1 651
Bułgaria	206	Bułgaria	40	Cypr	272	Bułgaria	1 036
Słowenia	bd	Słowenia	10	Bułgaria	bd	Rumunia	bd
UE(28)	1 150	UE(28)	181*	UE(28)	255	UE(28)	4 556
UE(15)	1 238	UE(15)	152	UE(15)	667	UE(15)	15 178
Norwegia	1 514	Norwegia	491	Norwegia	1 799	Norwegia	10 963
Serbia	66	Serbia	8	Serbia	35	Serbia	531
Turcja	1 625	Turcja	382	Turcja	4 357	Turcja	9 423

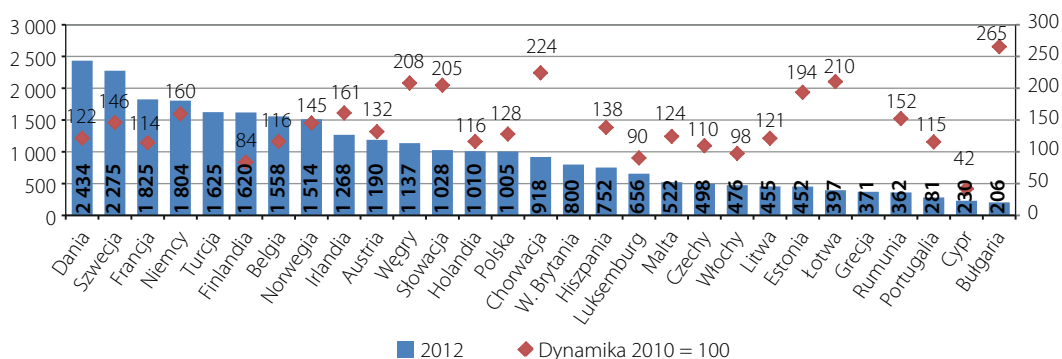
Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_exp], *obliczenia własne.

Polska zajmuje 12 miejsce wśród prezentowanych krajów pod względem średniej wielkości nakładów innowacyjnych przypadających na firmę prowadzącą działalność innowacyjną w zakresie produktów lub procesów (bez znaczenia, czy firma prowadziła działalność w zakresie innowacji marketingowych czy organizacyjnych). Nakłady, jakie przeznaczają polscy przedsiębiorcy na działalność innowacyjną są zbliżone, ale nieco niższe od średniej dla krajów UE(28) – 1005 tys. EUR. Pozycja polskich przedsiębiorstw w porównaniu z innymi krajami w grupie małych (miejsce 19 z 28), średnich (miejsce 14 z 28) i dużych firm (17 miejsce z 28) kształtuje się dość przeciętnie.

W porównaniu z wynikami badania CIS-7 (2008–2010) nakłady na działalność innowacyjną firm w badaniu CIS-8 2010–2012, w Polsce wzrosły o 28%, tj. podobnie jak średnio dla krajów prezentowanych na wykresie 7. Kraje, które zanotowały wyraźny wzrost nakładów na działalność innowacyjną to wszystkie prezentowane z wyjątkiem Finlandii, Luksemburga, Włoch i Cypru. W grupie krajów, które zanotowały wyraźne spadki nakładów na działalność innowacyjną, znalazły się głównie te o wysokim odsetku innowacyjnych firm.

W Polsce fakt poziomu nakładów na działalność innowacyjną na 1 firmę zbliżoną do średniej dla krajów UE, jak i wzrost wielkości tych nakładów powinien być postrzegany pozytywnie. Trzeba zwrócić uwagę na kraje, które niemal dwukrotnie zwiększyły średnie nakłady na jedna firmę – w grupie tych państw znajdują się: Węgry, Słowacja, Chorwacja, Estonia, Łotwa i Bułgaria.

Wykres 7. Nakłady na jedno przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną w zakresie innowacji technologicznych (produktowe i procesowe) wg wielkości firm w 2012 r. (w tys. EUR) oraz dynamika tej wielkości w Polsce i wybranych krajach (2008–2010 = 100)



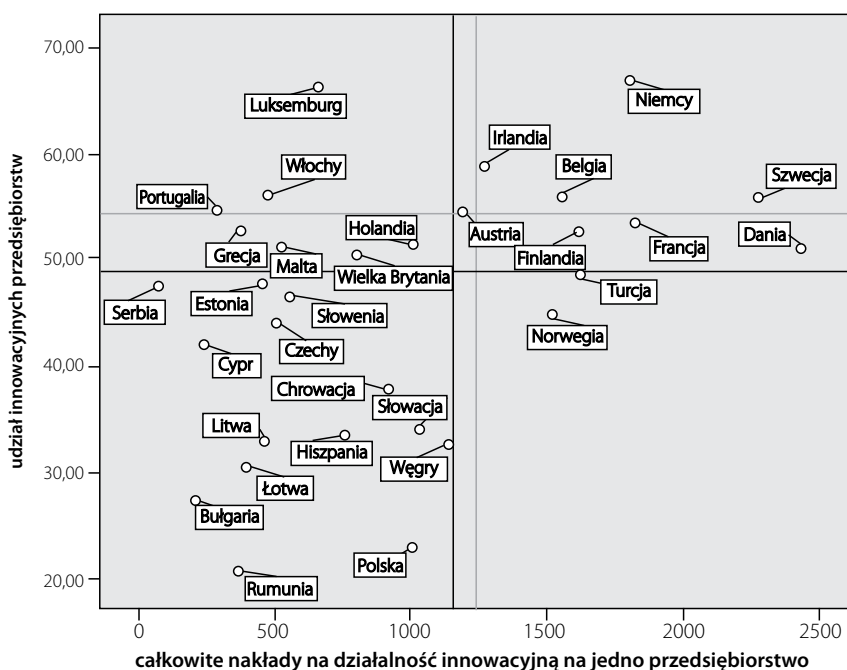
Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_exp], [inn_cis7_exp].

Analiza danych dotycząca nakładów na działalność innowacyjną zestawiona z udziałem innowacyjnych firm (wykres 8) każe patrzeć na innowacyjność w Polsce przez pryzmat niewielkiej grupy przedsiębiorstw, ale dobrze doinwestowanej – na wysokim poziomie. Wśród prezentowanych krajów taka sytuacja stanowi pewnego rodzaju ewenement, niewystępujący w żadnym innym kraju.

W pierwszej ćwiartce znajdują się kraje, których udział innowacyjnych firm, jak i całkowite nakłady przypadające na 1 firmę są poniżej średniej dla krajów UE(28). W tej ćwiartce znajduje się wszystkie nowe kraje, które przystąpiły do UE oraz Hiszpania. Druga ćwiartka z krajami jak: Wielka Brytania, Malta, Grecja, Holandia, Włochy, Portugalia czy Luksemburg stanowi interesujący przykład z wysokim odsetkiem innowacyjnych przedsiębiorstw przy stosunkowo niewysokich nakładach na działalność

innowacyjną przypadającą na jedną firmę. Można wnioskować, że te kraje bardzo efektywnie wykorzystują środki przeznaczane na działalność innowacyjną. Trzecią ćwiartkę reprezentują kraje o ponadprzeciętnym udziale innowacyjnych firm i jednocześnie z wysokimi nakładami przypadającymi na innowacyjną firmę. Do tej grupy należą: Irlandia, Austria, Finlandia, Belgia, Francja, Niemcy, Szwecja i Dania.

Wykres 8. Wykres rozrzutu całkowite nakłady na działalność innowacyjną na jedno przedsiębiorstwo vs (udział przedsiębiorstw innowacyjnych w zakresie innowacji produktowych i procesowych (bez znaczenia, jeśli chodzi o marketingowe i organizacyjne)



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_exp], [inn_cis8_type].

Najnowsze wyniki GUS wskazują, że nakłady przedsiębiorstwa przemysłowych w Polsce w 2013 r. wyniosły 21,0 mld zł, tj. o 2,7% mniej niż w 2012 r., natomiast w sektorze przedsiębiorstw usługowych – 12,0 mld zł, tj. o 20,9% mniej niż przed rokiem⁶.

Największych cięć nakładów na działalność innowacyjną dokonały przedsiębiorstwa średnie i duże z sektora usług. W porównaniu z nakładami z poprzedniego roku nakłady zmniejszono o 56% w przypadku średnich firm i o 25% w przypadku dużych firm. Wśród tych spadków odnotowano spektakularny wzrost nakładów wśród małych firm i to zarówno z sektora przemysłowego (wzrost o 15,8%), jak i usługowego (wzrost o 135,6%). Interesujące jest to, że w ostatnich latach małe przedsiębiorstwa z sektora usług na tle pozostałych przedsiębiorstw sukcesywnie przeznaczają coraz większe nakłady na innowacyjność, w porównaniu z 2011 r. – jest to już wzrost o ponad 244%.

⁶ Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013, GUS, Warszawa 2014.

Działalność badawczo-rozwojowa przedsiębiorstw

Inwestycje w prace badawczo-rozwojowe odgrywają istotną rolę w procesach innowacyjnych, są ważnym elementem w działalności firmy, gdyż dzięki pracom B+R następuje rozwój produktów, technologii i usług. Wyróżniamy działalność B+R zewnętrzną i wewnętrzną. Wewnętrzna działalność B+R obejmuje całość działalności B+R realizowanej w ramach przedsiębiorstwa. Obejmuje ona zarówno działalność B+R, która ma w założeniu przyczynić się do rozwoju i wdrożenia innowacji w obrębie produktów lub procesów bądź innowacji marketingowych czy organizacyjnych, jak również badania podstawowe niezwiązane bezpośrednio z tworzeniem konkretnej innowacji. Z kolei zewnętrzna działalność B+R przedsiębiorstw obejmuje przede wszystkim nabycie usług badawczo-rozwojowych dostępnych na rynku.

W Polsce wśród przedsiębiorstw, które prowadzą działalność innowacyjną w zakresie produktów lub procesów, 31% prowadzi wewnętrzną działalność badawczo-rozwojową (tabela 5). Jest to wynik identyczny w porównaniu z badaniem 2008–2010, ale z jedną zmianą – mianowicie zwiększyły się znacznie nakłady na przeciętne przedsiębiorstwo prowadzące taką działalność z 322 tys. EUR do 710 tys. EUR. Jeśli chodzi o odsetek firm prowadzących wewnętrzną działalność B+R, to jest to jeden z najniższych wyników wśród prezentowanych krajów. Słowenia jest liderem (78%) w zakresie odsetka przedsiębiorstw innowacyjnych z własnym zapleczem badawczo-rozwojowym i prowadzących wewnętrzną działalność B+R. Natomiast najniższy udział takich przedsiębiorstw jest w Bułgarii – 11%. Udział przedsiębiorstw prowadzących wewnętrzną działalność B+R w takich krajach jak Czechy, Słowacja, Węgry jest na poziomie odpowiednio: 47%, 44%, 51%.

Analiza przedsiębiorstw pod względem ich wielkości dostarcza bardziej szczegółowych informacji, jeśli chodzi o odsetek firm, które prowadzą działalność B+R. Wydaje się naturalne, iż małe przedsiębiorstwa na mniejszą skalę i rzadziej prowadzą taką działalność. Z kolei duże firmy ze względu na strukturę organizacyjną, potencjał ekonomiczny, a tym samym możliwość wyodrębnienia dodatkowych komórek organizacyjnych częściej korzystają z własnego wewnętrznego działu B+R.

Krajem, który posiada największy odsetek małych przedsiębiorstw prowadzących wewnętrzną działalność B+R jest Słowenia (74%). Porównując polskie przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 49 pracowników z liderem, prezentowane wielkości znacznie odbiegają od tej najwyższej. Udział przedsiębiorstw małych w Polsce prowadzących wewnętrzną działalność B+R stanowi 23% ogólnej liczby firm prowadzących działalność innowacyjną. Bardzo wysokim udziałem firm małych zajmujących się wewnętrzną działalnością badawczo-rozwojową charakteryzują się oprócz wspomnianej Słowenii (74%) również Finlandia (75%), Holandia (73%) i Norwegia (71%).

Dane prezentowane w tabeli 5 dotyczące odsetka przedsiębiorstw prowadzących wewnętrzną działalność B+R wśród firm średnich wskazują, iż w większości krajów odsetek przedsiębiorstw zaangażowanych w działalność B+R jest o około 10 p.p. wyższy od statystyki w tej kategorii w porównaniu z firmami małymi. Największy odsetek firm średnich prowadzących działalność B+R jest w Czechach (84%) i, co ciekawe, w Polsce (81%). Na kolejnych miejscach z odsetkiem 79% i 78% znajdują się Dania i Hiszpania. Wynik dla Polski zaskakuje głównie dlatego, że w poprzednim badaniu kształtował się na poziomie 33%. Najniższy odsetek firm średnich innowacyjnych prowadzących wewnętrzną działalność B+R odnotowujemy na Węgrzech, gdzie zaledwie co dziesiąte przedsiębiorstwo prowadzi wewnętrzną działalność B+R.

Tabela 5. Odsetek firm prowadzących wewnętrzną działalność B+R w ogólnej liczbie firm prowadzących działalność innowacyjną w zakresie produktów i procesów, bez znaczenie, czy prowadziły działalność nietechnologiczną oraz przeciętne nakłady na wewnętrzną działalność B+R na jedno przedsiębiorstwo prowadzące taką działalność w wybranych krajach w 2012 r. (w tys. EUR)

Ogółem	W tys. euro	%	10–49	W tys. euro	%	50–249	W tys. euro	%	>249	W tys. euro	%
Dania	3 181	45	Słowenia	bd	74	Węgry	2 521	10	Szwecja	23 481	80
Szwecja	2 047	64	Norwegia	451	68	Belgia	1 662	47	Dania	20 141	72
Francja	1 683	65	Dania	428	40	Norwegia	1 357	67	Finlandia	13 063	92
Finlandia	1 603	75	Irlandia	340	61	Dania	1 193	79	Francja	12 895	79
Niemcy	1 601	48	Belgia	318	51	Szwecja	1 018	51	Niemcy	12 771	74
Austria	1 529	51	Finlandia	312	72	Irlandia	940	70	Holandia	11 759	84
Belgia	1 433	57	Hiszpania	286	36	Austria	863	69	Turcja	9 356	64
Norwegia	1 305	71	Francja	272	60	Francja	817	60	Austria	8 809	73
Węgry	1 120	51	Szwecja	268	62	Holandia	777	73	Norwegia	8 189	84
Chorwacja	1 102	56	Rumunia	212	17	Hiszpania	702	78	Belgia	7 721	83
Turcja	1 020	41	Austria	208	44	Turcja	673	55	Chorwacja	7 693	72
Irlandia	1 005	64	Malta	156	33	Niemcy	594	47	Irlandia	6 495	78
Hiszpania	889	43	Turcja	146	37	Finlandia	586	57	Luksemburg	6 089	69
Holandia	851	73	Litwa	138	45	Polska	561	81	Włochy	5 410	63
Luksemburg	832	47	Włochy	132	34	Grecja	501	36	Hiszpania	4 497	65
Polska	710	31	Portugalia	132	29	Włochy	480	48	Estonia	2 882	83
Bułgaria	553	11	Niemcy	126	43	Rumunia	465	50	Węgry	2 848	55
Włochy	520	37	Holandia	124	71	Słowacja	316	31	Słowenia	2 128	89
Rumunia	452	25	Bułgaria	113	10	Słowenia	267	46	Polska	2 107	46
Słowenia	411	78	Węgry	110	52	Czechy	264	84	Portugalia	2 063	75
Portugalia	364	35	Luksemburg	85	44	Portugalia	259	55	Grecja	1 987	70
Słowacja	300	44	Polska	81	23	Luksemburg	253	48	Czechy	1 045	66
Estonia	298	54	Czechy	78	40	Malta	229	48	Słowacja	1 017	58
Czechy	278	47	Estonia	75	50	Litwa	152	44	Rumunia	820	41
Grecja	278	34	Słowacja	64	41	Estonia	134	40	Litwa	792	44
Malta	265	39	Chorwacja	49	51	Chorwacja	107	59	Malta	713	71
Litwa	202	43	Grecja	48	30	Łotwa	75	61	Cypr	261	52
Łotwa	54	24	Łotwa	18	22	Cypr	10	29	Łotwa	215	34
Cypr	39	23	Cypr	15	19	Bułgaria	bd	32	Bułgaria	bd	16
Średnia UE(27)	874	X	Średnia UE(27)	161	X	Średnia UE(27)	605	X	Średnia UE(27)	6142	X

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_exp], średnia dla 27 krajów UE nie obejmuje Wielkiej Brytanii.

Duże przedsiębiorstwa prowadzące działalność innowacyjną stawiają zdecydowanie na rozwój wewnętrznej działalności B+R. W Finlandii (92%) i Słowenii (89%) niemal każda firma prowadzi wewnętrzną działalność B+R. Polskie duże przedsiębiorstwa w stosunku do małych przedsiębiorstw mają zdecydowanie wyższy udział – 46%, choć jest to jeden z pięciu najniższych wyników wśród analizowanych krajów.

Dopełnieniem analitycznym obszaru związanego z odsetkiem firm innowacyjnych prowadzących wewnętrzną działalność B+R jest średnia wielkość nakładów, jaka jest przeznaczana na taką działalność w przedsiębiorstwach (tabela 5). Najwyższe nakłady na tę działalność przeznaczają firmy w krajach skandynawskich: w Danii (3 181 tys. EUR) i w Szwecji (1 471 tys. EUR). Można stwierdzić, że kraje o wysokim poziomie nakładów na tę działalność charakteryzują się ponadprzeciętnym odsetkiem przedsiębiorstw prowadzących wewnętrzną działalność B+R. Jednocześnie liderzy w zakresie wielkości wewnętrznych nakładów na B+R przeznaczają na tę działalność 3,5 razy więcej niż średnio w 27 krajach UE. Polskie firmy innowacyjne pod względem wielkości nakładów wewnętrznych przeznaczanych na B+R ogółem znajdują się w połowie stawki, jednak z niższą wielkością nakładów niż przeciętna.

Z badań CIS-8 wynika, że odsetek przedsiębiorstw prowadzących działalność B+R na zewnątrz firmy (tabela 6) jest znacznie niższy niż w przypadku działalności wewnętrznej (tabela 5). Największy odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych korzystających z zewnętrznych usług w zakresie B+R występuje w Finlandii (52%), w Słowenii (41%) i w Holandii (40%). W Polsce co piąte przedsiębiorstwo prowadzi zewnętrzną działalność badawczo-rozwojową, zajmując 20 miejsce z prezentowanych 29 krajów. Najmniejszy udział firm innowacyjnych, które prowadzą działalność B+R poza firmą charakteryzuje Maltę (5%) i Rumunię (3%).

Pod względem wielkości średnich nakładów na przeciętne przedsiębiorstwo prowadzące zewnętrzną działalność B+R polskie przedsiębiorstwa zajmują 17 pozycję na 29 krajów, z wynikiem 259 tys. EUR. Średnia wartość dla prezentowanych krajów wynosi 519 tys. EUR, a liderem pod względem środków na działalność B+R jest Dania (3,5 mln EUR). Nakłady polskich firm we wszystkich grupach wielkości są znacznie niższe od średnich dla krajów UE prezentowanych w tabeli 6.

Tabela 6. Odsetek firm prowadzących zewnętrzną działalność B+R w ogólnej liczbie firm prowadzących działalność innowacyjną w zakresie produktów lub procesów oraz przeciętne nakłady na zewnętrzną działalność B+R na jedno przedsiębiorstwo prowadzące taką działalność w wybranych krajach w 2012 r. (w tys. EUR)

Ogółem	W tys. euro	%	10–49	W tys. euro	%	50–249	W tys. euro	%	>249	W tys. euro	%
Dania	3 504	20	Turcja	224	16	Dania	840	23	Dania	17 774	45
Szwecja	1 729	27	Norwegia	175	30	Norwegia	497	42	Szwecja	13 898	54
Francja	1 169	34	Irlandia	138	29	Irlandia	437	35	Holandia	8 146	59
Słowacja	961	22	Dania	126	16	Belgia	371	43	Francja	7 155	60
Niemcy	861	19	Malta	125	4	Holandia	341	47	Niemcy	4 495	49
Hiszpania	766	21	Belgia	121	28	Hiszpania	318	28	Hiszpania	4 467	39
Norwegia	736	35	Francja	115	28	Francja	278	43	Norwegia	4 326	59
Holandia	640	40	Hiszpania	104	16	Węgry	274	26	Irlandia	4 096	42
Belgia	637	34	Finlandia	83	47	Włochy	241	21	Belgia	3 977	56
Irlandia	590	31	Holandia	74	37	Austria	229	32	Słowacja	3 648	43
Turcja	432	18	Włochy	64	10	Luksemburg	215	24	Włochy	2 356	35
Austria	418	26	Austria	60	20	Turcja	201	19	Turcja	2 280	36
Węgry	391	22	Węgry	52	15	Niemcy	165	25	Czechy	1 725	43
Czechy	388	23	Litwa	46	21	Finlandia	161	57	Finlandia	1 607	78

cd. →

cd. tabeli 6

Ogółem	W tys. euro	%	10–49	W tys. euro	%	50–249	W tys. euro	%	>249	W tys. euro	%
Włochy	337	12	Estonia	46	23	Polska	152	22	Austria	1 594	57
Finlandia	283	52	Czechy	39	17	Słowacja	135	26	Węgry	1 040	45
Polska	259	19	Niemcy	38	14	Grecja	112	24	Grecja	851	45
Rumunia	176	3	Polska	35	12	Czechy	109	29	Luksemburg	695	42
Luksemburg	143	27	Rumunia	28	2	Słowenia	74	54	Polska	659	37
Malta	127	5	Portugalia	24	17	Rumunia	62	3	Portugalia	593	56
Słowenia	126	41	Bułgaria	18	6	Portugalia	58	32	Malta	431	8
Grecja	119	16	Grecja	18	14	Estonia	51	37	Słowenia	383	72
Portugalia	102	22	Luksem- burg	15	26	Litwa	43	20	Estonia	340	67
Estonia	80	29	Cypr	14	19	Chorwacja	42	35	Chorwacja	232	53
Chorwacja	60	31	Słowacja	14	16	Cypr	14	34	Cypr	171	71
Litwa	51	22	Chorwacja	11	26	Łotwa	10	20	Łotwa	133	31
Cypr	35	24	Łotwa	9	10	Malta	8	7	Litwa	85	35
Bułgaria	33	8	Słowenia	bd	30	Bułgaria	bd	9	Bułgaria	bd	15
Łotwa	27	14	Szwecja	bd	24	Szwecja	bd	32	Rumunia	bd	8
Średnia UE(27)	519	×	średnia UE(27)	57	×	średnia UE(27)	189	×	średnia UE(27)	3222	×

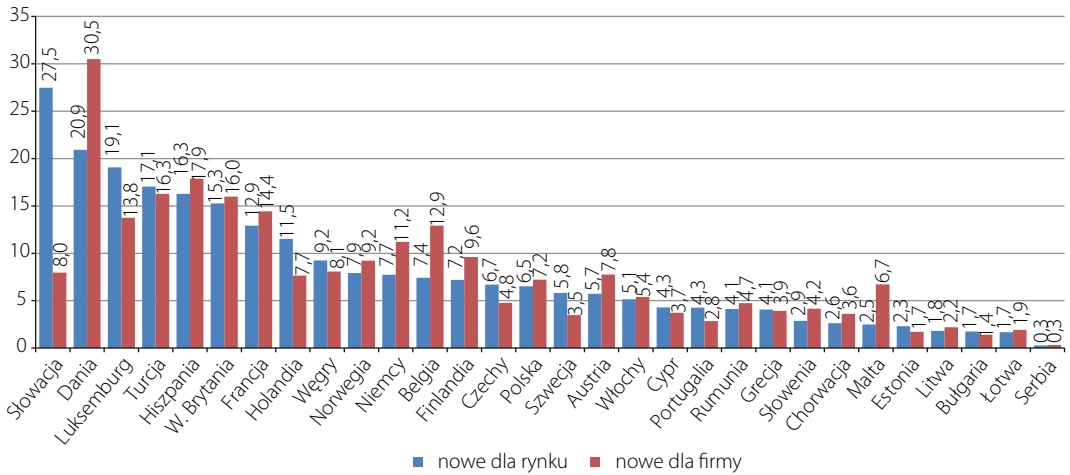
Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_exp] Innovation activities and expenditures in 2012.

Sprzedż wyrobów nowych lub istotnie ulepszonych

Produkcja sprzedana produktów nowych dla firmy, jak i dla rynku kształtuje się w Polsce na stosunkowo wysokim poziomie. Średnia wartość ze sprzedaży produktów nowych dla firmy przypadająca na 1 przedsiębiorstwo, które wdrożyło taki nowy produkt w UE(28) znajduje się na poziomie 10,1 mln EUR. Niższą wartość ze sprzedaży firmy otrzymują z produktów nowych dla rynku – 8,8 mln EUR. Przedsiębiorstwa w Polsce, które wprowadziły produkt nowy z punktu widzenia firmy osiągają wartość ze sprzedaży tych produktów w wysokości 7,2 mln EUR, czyli o 2,9 mln EUR poniżej średniej UE(28). Z kolei wartości sprzedaży produktów nowych dla rynku wynosi 6,5 mln EUR i jest niższa od średniej UE(28) o 2,3 mln EUR. Prezentowane wyniki sprzedaży dla firm w Polsce, ze względu na stopień nowości względem rynku czy firmy, kształtuje się odmiennie w porównaniu z wynikami z poprzedniej edycji. Wielkość sprzedaży wyrobów nowych z punktu widzenia rynku znacznie zmalała – o ok. 20% z kolei wartość sprzedaży produktów nowych dla firmy – wzrosła o 34%.

Liderem w zakresie wartości sprzedaży produktów nowych dla firmy jest Dania z wynikiem – 30,5 mln EUR na przeciętne przedsiębiorstwo sprzedające takie innowacyjne produkty. Na drugim miejscu w tej kategorii, osiągając niemal połowę niższe rezultaty są przedsiębiorstwa z Hiszpanii – 17,9 mln EUR. Przedsiębiorstwa wdrażające innowacje nowe dla rynku najwyższe wartości ze sprzedaży tych produktów osiągają w Słowacji – 27,5 mln EUR oraz w Danii – 20,9 mln EUR.

Wykres 9. Wartość sprzedaży produktów nowych dla firmy lub nowych dla rynku w przeliczeniu na jedno przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną w zakresie produktów lub procesów w latach 2010–2012 (w mln EUR)



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_prod].

Współpraca w zakresie innowacji

Innowacyjność przedsiębiorstw opiera się w dużej mierze na współpracy firm z innymi podmiotami. Współpraca w zakresie innowacji umożliwia przedsiębiorstwom dostęp do wiedzy i technologii. Przy współpracy występuje również duży potencjał synergii, ponieważ partnerzy uczą się od siebie nawzajem. Współpraca w sferze innowacji może zachodzić wzdłuż łańcucha dostaw, obejmować klientów i dostawców w ramach wspólnych prac nad tworzeniem nowych produktów, procesów, jak również może dotyczyć współpracy środowiska naukowego z przedsiębiorcami. Współpraca przedsiębiorstw obejmować może podmioty w ramach jednego kraju, a także partnerów z krajów Europy, Stanów Zjednoczonych, Chin czy Indii.

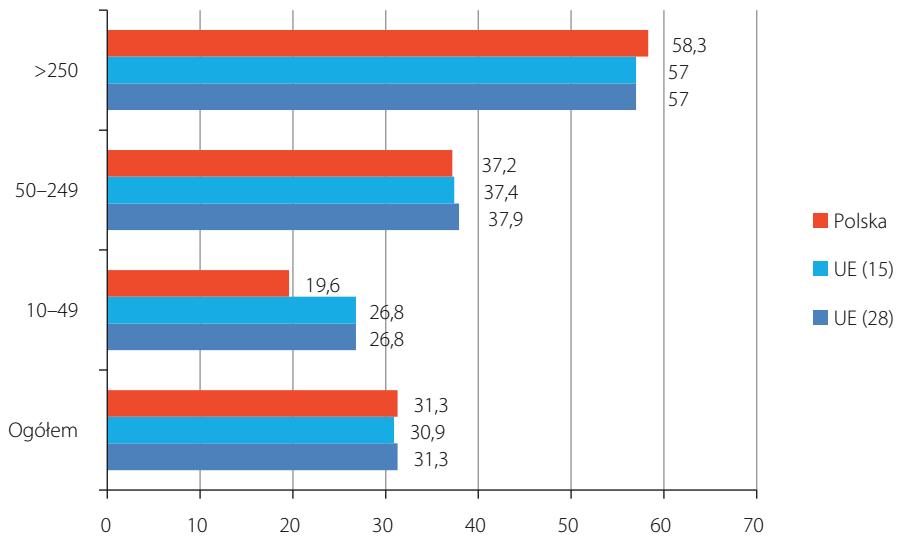
Badając współpracę przedsiębiorstw w zakresie działalności innowacyjnej, bierze się pod uwagę również ich skłonność do współpracy w zakresie inicjatywy klastrowej⁷.

W latach 2010–2012 średnio w 28 krajach UE współpracowało z innymi podmiotami 31,3% przedsiębiorstw innowacyjnych⁸ (wykres 10). Udział innowacyjnych przedsiębiorstw w Polsce współpracujących w zakresie innowacji z innymi podmiotami odnotowano na tym samym poziomie. Co ciekawe – średni odsetek przedsiębiorstw współpracujących w Polsce w poszczególnych kategoriach wielkości przedsiębiorstw jest na tym samym poziomie, co średnio w 28, a nawet 15 krajach Unii Europejskiej. Wyjątkiem jest tylko kategoria małych przedsiębiorstw, gdzie odsetek współpracujących firm jest wyraźnie niższy dla UE (28) czy UE (15) (wykres 10).

⁷ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa 2013, s. 92.

⁸ W zakresie produktów lub usług (bez znaczenia, czy firma prowadziła działalność innowacyjną w zakresie metody marketingowej czy organizacyjnej).

Wykres 10. Współpraca przedsiębiorstw w zakresie innowacji według wielkości przedsiębiorstw, w %



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_coop].

Szczegółowe informacje na temat podmiotów, z którymi kooperują przedsiębiorstwa prezentowane są w tabeli 7.

Polskie przedsiębiorstwa zaangażowane we współpracę ze wszystkimi prezentowanymi grupami generalnie plasują się na poziomie średniej dla krajów UE. Istotna różnica dotyczy współpracy z dostawcami wyposażenia, materiałów, komponentów i oprogramowania UE(28)-18%, PL-21% oraz współpracy z przedsiębiorstwami zaangażowanymi we współpracę z partnerami z krajów UE, EFTA lub kandydatami do UE (z wyjątkiem partnerów krajowych) UE(28)-13%, PL-16%. Niższy odsetek innowacyjnych przedsiębiorstw w Polsce niż średnio w krajach UE(28) kooperuje z konkurentami (28)-9, PL-7% i z uniwersytetami UE(28) – 13%, PL – 11%.

Analiza danych nt. firm współpracujących z innymi podmiotami w różnych krajach dostarcza wielu ciekawych informacji. Wielka Brytania jest liderem, jeśli chodzi o poziom współpracy z innymi podmiotami (67%), przy czym w największym stopniu jest realizowana z partnerami krajowymi (51%), w kooperacji z klientami z tego samego sektora (45%) i w co trzecim przypadku z przedsiębiorstwami należącym do tej samej grupy. Obraz współpracy Wielkiej Brytanii wskazuje na znaczne zaangażowanie firm krajowych (prawdopodobnie w formie klastra) oraz klientów, co oznacza, że wdrażane innowacje odpowiadają na potrzeby klienta. Kolejnym krajem, którego poziom zaangażowania we współpracę z innymi podmiotami jest na wysokim poziomie, mierzony odsetkiem firm współpracujących z innymi podmiotami jest Cypr (53%). Współpraca innowacyjnych przedsiębiorstw w Cypru opiera się głównie na współpracy z przedsiębiorstwami z krajów UE, EFTA lub kandydatami do UE. Są to przede wszystkim dostawcy wyposażenia, materiałów, komponentów i oprogramowania (46%). Istotną rolę we współpracy odgrywają firmy konsultingowe, (27%) ale również konkurenci (26%). Ważnym

ogniwem we współpracy są klienci (32%). Na Cyprze firmy rzadko są zaangażowane we współpracę z rządem (5%), uniwersytetami (5%) czy choćby z innymi przedsiębiorstwami należącymi do tej samej grupy.

Przykładem kraju, w którym firmy w dużej mierze współpracują z rządem, uniwersytetami, ale i z klientami w dość zrównoważonym zakresie jest Finlandia i Słowenia. Prawdopodobnie taka zależność wynika z niewielkich rozmiarów tych krajów i zrównoważonym i efektywnym systemie innowacji. Analiza danych dotyczących współpracy krajów europejskich wskazuje, że innowacyjne przedsiębiorstwa częściej współpracują z partnerami z USA niż z Chin czy Indii. W Irlandii częściej, niż co dziesiąte przedsiębiorstwo innowacyjne współpracuje z partnerami z USA (podobne zaangażowanie obserwujemy w Holandii, Szwecji i Finlandii).

Porównując odsetek firm współpracujących w Polsce z innymi podmiotami z odsetkiem firm krajów Grupy Wyszehradzkiej (Słowacja, Czechy, Węgry), wszystkie obszary współpracy powinny zostać wzmocnione. W przypadku krajów słabiej rozwiniętych, takich jak Polska istotne jest rozwijanie umiejętności rozpoznawania rynku i współpracy z uczestnikami rynku jako podstawowej wiedzy niezbędnej do konkurowania z innymi przedsiębiorstwami.

Badanie innowacyjności przedsiębiorstw za lata 2011–2013 wskazuje, że w Polsce 28,4% aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw przemysłowych współpracowało z innymi podmiotami w zakresie działalności innowacyjnej i był to wynik niższy o 5,4 p.p. w porównaniu z wynikami z badania 2010–2012. W sektorze usługowym nastąpiło ograniczenie współpracy w latach 2011–2013 do 23% (spadek o 4,3 p.p.). Analiza danych z punktu widzenia wielkości przedsiębiorstwa wskazuje, że we wszystkich grupach przedsiębiorstw z sektora przemysłu notujemy zmniejszenie odsetka przedsiębiorstw współpracujących z innymi podmiotami. W sektorze usługowym obserwujemy wzrost przedsiębiorstw współpracujących z innymi podmiotami jedynie wśród małych firm (wzrost z 16% do 20,2%).

Biorąc pod uwagę skłonność do współpracy w zakresie inicjatyw klastrowych w latach 2011–2013, udział przedsiębiorstw współpracujących w klastrach w ogólnej liczbie podmiotów współpracujących w zakresie działalności innowacyjnej odnotowano na zbliżonym poziomie w porównaniu z wynikami z badania 2010–2012. Wśród przedsiębiorstw z sektora usług – 13,2% (wobec 13,1% w latach 2010–2012) i wśród przedsiębiorstw przemysłowych – 16,1% (wobec 18,3%). Współpraca w ramach inicjatywy klastrowej najchętniej podejmowana jest w podmiotach o liczbie pracujących powyżej 250 osób. W tej klasie wielkości współpracę w ramach klastrów deklarowało częściej niż co piąte przedsiębiorstwo, zarówno z sektora przemysłowego, jak i usługowego⁹.

⁹ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013*, GUS, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa 2015, s. 96–97.

Tabela 7. Odsetek przedsiębiorstw, które współpracowały z następującymi grupami podmiotów w wybranych krajach w roku 2012

Przedsiębiorstwa współpracujące z innymi podmiotami ogółem (%)	Przedsiębiorstwa należące do tej samej grupy (%)	Konkurencji i inne firmy z tego samego sektora (%)	Klienci z sektora prywatnego (%)	Dostawcy wyposażenia, materiałów, komponentów i oprogramowania (%)	Uniwersytety lub inne instytucje edukacji wyższej (%)	Rządy albo publiczne lub prywatne instytucje naukowe (%)	Firmy konsultingowe (konsultanci), laboratoria prywatne, prywatne instytucje B+R (%)	Przedsiębiorstwa współpracujące z partnerni z Chin i Indii (%)	Przedsiębiorstwa zaangażowane we współpracę z partnerni z krajów UE, EFTA lub kandydatami do UE (z wyjątkiem partnerów krajowych) (%)	Przedsiębiorstwa zaangażowane we współpracę z partnerni z krajów UE, EFTA lub kandydatami do UE (łącznie z partnerni z krajowymi) (%)	Przedsiębiorstwa współpracujące z partnerni z USA (%)								
UE(28)	31	13	UE(28)	18	UE(28)	13	UE(28)	11	UE(28)	13	UE(28)	27	UE(28)	27	UE(28)	bd	UE(28)	bd	
UE(15)	31	12	UE(15)	18	UE(15)	13	UE(15)	11	UE(15)	12	UE(15)	27	UE(15)	27	UE(15)	bd	UE(15)	bd	
W. Brytania	67	W. Brytania	45	Cypr	46	Finlandia	23	Cypr	27	Dania	6	Słowenia	39	W. Brytania	51	Cypr	53	Irlandia	11
Cypr	53	Estonia	23	Słowenia	39	W. Brytania	19	Dania	25	Szwecja	6	Cypr	34	Cypr	49	Słowenia	50	Holandia	10
Belgia	52	Belgia	23	Cypr	38	Słowenia	32	Finlandia	23	Słowenia	5	Estonia	31	Słowenia	44	Belgia	48	Szwecja	10
Słowenia	50	Słowacja	23	W. Brytania	36	W. Brytania	20	W. Brytania	23	Finlandia	5	Słowacja	31	Belgia	42	Litwa	44	Finlandia	10
Litwa	45	Słowenia	21	Szwecja	32	Grecja	19	Grecja	21	Holandia	5	Belgia	31	Litwa	40	Estonia	43	Dania	9
Estonia	43	Finlandia	20	Litwa	32	Litwa	19	Austria	20	Litwa	5	Austria	28	Węgry	39	Austria	43	Belgia	8
Austria	43	Austria	20	Grecja	32	Litwa	19	Litwa	19	Słowenia	4	Litwa	26	Dania	38	Dania	41	Słowenia	8
Dania	43	Dania	19	Chorwacja	31	Finlandia	22	Finlandia	19	Hiszpania	12	Belgia	25	Austria	37	Węgry	41	Austria	7
Węgry	41	Serbia	18	Austria	30	Szwecja	18	Dania	18	Szwecja	18	Irlandia	4	Dania	35	Słowacja	38	Litwa	7
Słowacja	38	Litwa	17	Łotwa	22	Chorwacja	29	Dania	18	Austria	4	W. Brytania	25	Grecja	34	Grecja	38	Słowacja	7
Grecja	38	Szwecja	17	Węgry	28	Chorwacja	22	Węgry	16	Łotwa	4	Chorwacja	24	Czechy	33	Czechy	37	Norwegia	6
Czechy	37	Grecja	17	Estonia	26	Czechy	21	Austria	15	Grecja	4	Grecja	21	Estonia	32	Finlandia	36	Grecja	6
Finlandia	36	Węgry	17	Belgia	26	Niemcy	14	Niemcy	15	Chorwacja	3	Czechy	21	Francja	32	Chorwacja	35	Chorwacja	5
Chorwacja	35	Irlandia	17	Luksemburg	25	Austria	13	Norwegia	13	Słowacja	3	Szwecja	21	Chorwacja	32	Chorwacja	34	Łotwa	5
Francja	35	Holandia	15	Słowacja	24	Estonia	13	Francja	12	Węgry	3	Irlandia	20	Słowacja	31	Holandia	32	Francja	5
Holandia	34	Francja	15	Dania	24	Holandia	12	Holandia	12	Norwegia	3	Węgry	19	Holandia	29	Polska	31	Luksemburg	5
Polska	31	Norwegia	15	Holandia	21	Francja	12	Holandia	12	Francja	2	Luksemburg	18	Szwecja	29	Szwecja	30	Cypr	5
Irlandia	31	Łotwa	14	Norwegia	21	Holandia	11	Rumunia	12	Luksemburg	2	Łotwa	16	Hiszpania	28	Hiszpania	29	Czechy	4

cd. ↓

cd. tabeli 7

Przedsiębiorstwa współpracujące z innymi podmiotami ogółem (%)	Przedsiębiorstwa należące do tej samej grupy (%)	Konkurencji i inne firmy z tego samego sektora (%)	Klienci z sektora prywatnego (%)	Dostawcy wyposażenia, materiałów, komponentów i oprogramowania (%)	Uniwersytety lub inne instytucje edukacji wyższej (%)	Rząd albo publiczne lub prywatne instytucje naukowe (%)	Firmy konsultingowe (konsultanci), laboratoria prywatne, instytucje B+R (%)	Przedsiębiorstwa współpracujące z partnerami z Chin i Indii (%)	Przedsiębiorstwa zaangażowane we współpracę z partnerami z krajów UE, EFTA lub kandydatami do UE (z wyjątkiem partnerów krajowych) (%)	Przedsiębiorstwa zaangażowane w jakąkolwiek współpracę z partnerami z krajowymi (%)	Przedsiębiorstwa zaangażowane we współpracę z partnerami z krajów UE, EFTA lub kandydatami do UE (łącznie z partnerami krajowymi) (%)	Przedsiębiorstwa współpracujące z partnerami z USA (%)											
Szwecja	30	14	Czechy	8	Izrael	14	Izrael	14	Łotwa	20	Estonia	11	Cypr	2	Polska	16	Polska	27	Irlandia	29	Węgry	4	
Hiszpania	29	13	Francja	7	Irlandia	18	Polska	11	Węgry	7	Łotwa	11	Polska	2	Polska	16	Norwegia	26	Norwegia	28	Polska	4	
Norwegia	28	12	Polska	7	Rumunia	18	Hiszpania	10	Portugalia	7	Luksemburg	11	Bulgaria	2	Francja	14	Irlandia	23	Łotwa	24	Estonia	4	
Serbia	27	Polska	12	Turcja	7	Łotwa	11	Norwegia	17	Portugalia	10	Czechy	6	Estonia	2	Malta	12	Niemcy	21	Rumunia	24	Bulgaria	3
Łotwa	25	Turcja	11	Hiszpania	7	Portugalia	10	Luksemburg	15	Łotwa	8	Turcja	5	Rumunia	9	Rumunia	12	Rumunia	20	Niemcy	24	Portugalia	3
Rumunia	24	Cypr	9	Bulgaria	6	Hiszpania	9	Hiszpania	13	Luksemburg	7	Słowacja	5	Hiszpania	8	Turcja	2	Holandia	11	Łotwa	20	Luksemburg	2
Niemcy	24	Hiszpania	9	Portugalia	6	Portugalia	9	Portugalia	13	Turcja	7	Estonia	5	Turcja	8	Portugalia	1	Bulgaria	10	Luksemburg	18	Portugalia	2
Luksemburg	21	Niemcy	7	Niemcy	5	Bulgaria	9	Bulgaria	11	Włochy	6	Irlandia	5	Portugalia	7	Hiszpania	1	Portugalia	9	Portugalia	18	Serbia	2
Portugalia	19	Portugalia	7	Irlandia	5	Turcja	9	Turcja	11	Malta	5	Cypr	5	Niemcy	6	Rumunia	1	Serbia	9	Turcja	16	Malta	2
Turcja	17	Malta	7	Włochy	4	Malta	6	Niemcy	10	Rumunia	5	Włochy	3	Włochy	6	Włochy	1	Hiszpania	8	Serbia	15	Malta	2
Bulgaria	17	Rumunia	7	Malta	4	Malta	4	Malta	9	Cypr	5	Bulgaria	3	Bulgaria	5	Malta	0	Niemcy	7	Bulgaria	13	Bulgaria	1
Malta	16	Bulgaria	6	Rumunia	3	Serbia	0	Włochy	7	Bulgaria	5	Malta	3	Malta	5	Serbia	0	Turcja	5	Włochy	12	Włochy	0
Włochy	13	Włochy	3	Serbia	0	Polska	bd	Serbia	0	Serbia	0	Serbia	0	Serbia	0	Włochy	bd	Włochy	4	Malta	12	Włochy	bd

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8...].

Źródła informacji dla innowacji

Analizując źródła pochodzenia informacji dla działalności innowacyjnej, można wymienić podstawowe obszary, które mają znaczenie dla przedsiębiorstwa innowacyjnego, zawierające informacje, które:

- znajdują się wewnątrz danego przedsiębiorstwa lub w innym przedsiębiorstwie należącym do grupy przedsiębiorstw,
- można otrzymać od dostawców, klientów, konkurentów czy od firm konsultingowych,
- mają swe źródła instytucjonalne, tzn. szkoły wyższe, instytuty badawcze, zagraniczne publiczne instytucje badawcze,
- wynikają z zaangażowania w targi, wystawy, konferencje, towarzystwa i stowarzyszenia branżowe, jak również ze śledzenia informacji z czasopism, publikacji naukowych czy branżowych.

Znaczenie poszczególnych źródeł informacji dla przedsiębiorstw jest zróżnicowane w poszczególnych krajach (tabela 8). Przedsiębiorstwa z Cypru zajmują najwyższą pozycję pod względem udziału firm (97,7%), które oceniły własne zaplecze (zarówno infrastrukturalne, jak i kadrowe) jako źródło informacji o największym znaczeniu dla innowacji. W Polsce to źródło informacji jest oceniane jako wysokie przez ponad 48% przedsiębiorstw innowacyjnych. Należy zaznaczyć, że „przedsiębiorstwo” – jako źródło informacji jest wskazywane najczęściej spośród możliwej kafeterii odpowiedzi. W ocenie przedsiębiorstw do najważniejszych źródeł informacji dla działalności innowacyjnej po źródłach płynących z wewnątrz przedsiębiorstwa są źródła rynkowe, takie jak: dostawcy wyposażenia, materiałów, komponentów i oprogramowania, klienci, konsumenci, a także konkurenci. Przedsiębiorstwa w krajach takich jak Cypr, Słowenia, Malta i Rumunia w największym stopniu doceniają to źródło informacji. W Polsce spośród zewnętrznych źródeł informacji najczęściej oceniane jako mające wysokie znaczenia jest źródło: dostawcy wyposażenia (...) 22,3%, w dalszej kolejności klienci i konsumenci z sektora prywatnego – 11,2% oraz konkurenci – 10,1%. Kraje, które wysoko oceniają zinstytucjonalizowane źródła dla innowacji, takie jak: placówki naukowe czy szkoły wyższe to przede wszystkim Słowenia (53,1%; 8%), Rumunia (18,2%; 20%), Polska (8,9%; 8%), ale również Węgry i Austria. Z kolei kraje, które doceniają źródła informacji, które wynikają z zaangażowania w targi, wystawy, towarzystwa i stowarzyszenia naukowe, ale również związane ze śledzeniem czasopism i publikacji naukowych to: Cypr, Austria i Rumunia.

Zidentyfikowanie ważnych źródeł informacji dla działalności innowacyjnej tworzy obraz struktury przepływu wiedzy wewnątrz przedsiębiorstwa, jak również wskazuje na istotne powiązania z obszarem badania dotyczącym współpracy w zakresie innowacji. Można zauważyć, że odsetek przedsiębiorstw, który wskazywały na dane źródło informacji dla innowacji jako „wysokie” wskazywały również na współpracę z tym podmiotem w zakresie innowacji.

Tabela 8. Przedsiębiorstwa prowadzące działalność innowacyjną w zakresie innowacji produktowych lub procesowych, które oceniły znaczenie danego źródła jako „wysokie” w krajach europejskich

Klienci i konsumenci sektor prywatny	Klienci i konsumenci sektor publiczny	Konkurenci i inne przedsiębiorstwa z tej samej dziedziny działalności	Konferencje, targi, wystawy	Przedsiębiorstwa		Placówki naukowe	Firmy konsultingowe, laboratoria komercyjne, prywatne instytucje B+R	Czasopisma i publikacje naukowe/techniczne/handlowe		Towarzystwa i stowarzyszenia naukowo-techniczne, specjalistyczne i zawodowe	Dostawy wyposażenia, materiałów, komponentów i oprogramowania		Szkoły wyższe i uniwersytety
				Cypr	Słowenia			Cypr	Rumunia		Cypr	Rumunia	
Cypr	Rumunia	Cypr	Cypr	36,7	97,7	Słowenia	38,8	27,5	29,6	71,6	Rumunia	20,0	
Norwegia	Malta	Słowenia	Austria	23,1	67,1	Rumunia	31,9	23,2	12,2	37,1	Węgry	12,5	
Słowenia	Cypr	Rumunia	Rumunia	20,4	65,0	Polska	22,7	14,0	10,8	32,6	Austria	10,3	
Austria	Norwegia	Malta	Słowenia	20,2	62,9	Hiszpania	14,3	Polska	9,7	29,3	Polska	8,0	
Węgry	Słowenia	Austria	Norwegia	18,7	62,4	Norwegia	11,1	12,1	9,2	28,6	Słowenia	8,0	
Niemcy	Portugalia	Węgry	Malta	17,1	58,2	Austria	11,0	11,4	8,7	27,9	Norwegia	7,5	
Malta	Austria	Norwegia	Turcja	16,3	54,7	Litwa	10,9	11,4	8,1	27,6	Litwa	7,4	
Turcja	Turcja	Niemcy	Bulgaria	16,1	54,4	Portugalia	9,3	10,7	7,9	26,7	Niemcy	7,3	
Holandia	Serbia	Słowacja	Węgry	15,8	53,2	Finlandia	8,3	10,2	7,8	26,6	Portugalia	6,8	
Portugalia	Chorwacja	Turcja	Grecja	15,7	53,0	Malta	8,2	9,7	6,9	26,0	Hiszpania	6,6	
Słowacja	Litwa	Chorwacja	Słowacja	15,4	52,4	Cypr	8,1	Luksemburg	9,1	25,7	Malta	6,1	
Szwecja	Litwa	Grecja	Luksemburg	15,1	52,1	Słowacja	8,1	8,8	6,6	25,5	Finlandia	5,6	
Belgia	Węgry	Bulgaria	Polska	14,6	51,7	Serbia	7,5	8,8	6,5	24,2	Belgia	5,5	
Chorwacja	Portugalia	Portugalia	Portugalia	14,4	48,9	Węgry	7,1	8,6	6,4	23,5	Słowacja	5,5	
Finlandia	Szwecja	Hiszpania	Chorwacja	13,9	48,6	Belgia	7,0	8,4	6,4	23,2	Grecja	5,2	
Bulgaria	Belgia	Belgia	Niemcy	13,4	46,3	Grecja	6,2	8,2	5,3	23,2	Serbia	5,1	
Hiszpania	Niemcy	Holandia	Litwa	12,7	44,1	Turcja	6,0	7,9	5,3	22,9	Cypr	4,8	
Grecja	Finlandia	Litwa	Serbia	12,1	41,2	Niemcy	5,9	7,8	4,7	22,3	Estonia	4,4	
Serbia	Bulgaria	Luksemburg	Belgia	11,6	35,4	Holandia	5,9	7,1	4,6	21,6	Turcja	4,3	
Litwa	Luksemburg	Polska	Estonia	10,2	33,8	Bulgaria	5,6	5,5	3,9	19,7	Bulgaria	3,9	
Luksemburg	Estonia	Finlandia	Finlandia	9,4	32,7	Włochy	5,6	4,2	3,5	16,8	Holandia	3,9	
Włochy	Grecja	Serbia	Włochy	9,3	32,7	Luksemburg	4,5	4,0	3,1	16,7	Chorwacja	3,5	
Rumunia	Włochy	Estonia	Holandia	8,5	28,8	Estonia	4,5	3,3	3,1	15,3	Włochy	2,9	
Polska	Hiszpania	Szwecja	Hiszpania	8,4	20,5	Chorwacja	3,5	3,2	2,4	14,1	Luksemburg	1,9	
Estonia	Holandia	Włochy	Szwecja	8,4	5,3	Szwecja	bd	bd	bd	10,3	Szwecja	bd	

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_1]

Cele działalności innowacyjnej

Firmy dążące do rozwoju swojej działalności zakładają sobie określone cele i do najczęstszych, ale jednocześnie najbardziej ogólnych można zaliczyć: zmniejszenia kosztów, wzrost udziału w rynku, wzrost marży czy wzrost przychodów ze sprzedaży. Prezentowane poniższe zestawienie (tabela 9) zawiera odpowiedzi zarówno innowacyjnych, jak i nieinnowacyjnych firm, które wskazały, że poszczególne cele mają dla nich wysokie znaczenie. Wyniki przedstawiają się dość interesująco. Krajem, w którym priorytetem, w 8 na 10 przedsiębiorstwach, jest zmniejszenie kosztów są Węgry. Co ciekawe – nie ma zbyt wielkiej różnicy w odsetku firm, jeśli chodzi o firmy innowacyjne (79,8%) i nieinnowacyjne (78,3%). Wydaje się zatem prawdopodobne, że budowanie przewagi konkurencyjnej niezależnie od specyfiki przedsiębiorstwa jest mocno związane z dążeniem do jak najniższych kosztów. Bardziej szczegółowo, na przykładzie firm innowacyjnych, w tabeli 10 przedstawione są rozwinięcia ogólnych celów poprzez

Tabela 9. Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych i nieinnowacyjnych w latach 2010–2012, dla których wysokie znaczenie miały następujące cele

Zmniejszenie kosztów		Wzrost udziału w rynku		Wzrost marży		Wzrost przychodów ze sprzedaży					
	Innowacyjne	Nieinnowacyjne		Innowacyjne	Nieinnowacyjne		Innowacyjne	Nieinnowacyjne			
Węgry	79,8	78,3	Cypr	70,5	49,9	Węgry	83,1	79,0	Węgry	86,5	83,0
Cypr	77,1	60,8	Węgry	69,4	55,6	Malta	66,8	39,1	Cypr	80,1	63,1
Portugalia	75,7	64,2	Malta	64,8	30,4	Estonia	61,4	51,8	Malta	78,6	45,4
Słowenia	72,0	68,3	Litwa	62,2	41,6	Łotwa	61,3	52,9	Słowenia	77,0	67,1
Malta	71,1	42,8	Turcja	56,5	43,9	Chorwacja	59,0	52,1	Chorwacja	74,7	68,5
Chorwacja	70,4	64,0	Łotwa	55,8	35,6	Cypr	58,9	45,4	Słowacja	74,0	67,4
Grecja	64,6	55,1	Portugalia	55,8	39,7	Niemcy	58,8	52,2	Portugalia	72,9	61,4
Słowacja	61,0	56,9	Chorwacja	53,9	37,6	Litwa	58,6	40,4	Łotwa	71,7	51,9
Litwa	60,2	49,2	Słowenia	53,9	47,3	Austria	58,0	51,4	Litwa	70,1	59,3
Włochy	60,0	59,0	Bułgaria	53,2	33,1	Słowenia	53,5	44,9	Estonia	66,6	55,5
Austria	59,6	57,6	Słowacja	53,0	41,8	Portugalia	53,0	41,2	Polska	66,5	55,1
Łotwa	56,8	47,8	Grecja	52,7	46,0	Belgia	52,9	42,1	Serbia	65,2	49,2
Serbia	55,2	44,7	Austria	48,6	30,4	Holandia	51,4	40,4	Bułgaria	65,1	44,9
Polska	54,8	44,9	Estonia	47,2	32,6	Turcja	50,3	47,7	Holandia	64,3	44,4
Holandia	53,0	48,8	Polska	47,1	34,1	Grecja	47,0	38,2	Grecja	62,1	56,6
Belgia	52,9	48,4	Serbia	46,2	34,0	Serbia	45,3	34,4	Austria	60,8	48,9
Niemcy	52,8	51,9	Holandia	45,4	27,9	Włochy	44,5	35,5	Niemcy	60,0	52,1
Turcja	50,6	47,2	Belgia	43,3	26,6	Szwecja	44,1	37,5	Turcja	59,8	51,6
Bułgaria	48,3	33,8	Włochy	40,5	26,3	Słowacja	41,5	33,8	Włochy	57,8	48,1
Estonia	44,8	43,9	Szwecja	38,1	25,8	Bułgaria	35,7	24,1	Belgia	57,3	44,0
Szwecja	36,1	34,4	Niemcy	35,0	24,5	Polska	32,9	25,0	Szwecja	50,3	33,2
Rumunia	4,4	5,0	Rumunia	3,0	6,5	Rumunia	5,4	6,9	Rumunia	0,9	2,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_obj].

Tabela 10. Jak ważna była każda z następujących strategii dla osiągnięcia celów państwa przedsiębiorstwa w latach 2010–2012?

Budowanie aliansów itp. z innymi przedsiębiorstwami i instytucjami	Redukcja kosztów materiałów, komponentów lub usług		Wzrost elastyczności działania i reakcji przedsiębiorstwa		Redukcja wewnętrznych kosztów działania		Wprowadzanie nowych lub istotnie ulepszonych wyrobów i usług		Rozwój nowych rynków w Europie		Rozwój nowych rynków poza Europą		Intensyfikacja lub udoskonalenie marketingu wyrobów i usług										
	Wysokie znaczenie	Bez znaczenia	Wysokie znaczenie	Bez znaczenia	Wysokie znaczenie	Bez znaczenia	Wysokie znaczenie	Bez znaczenia	Wysokie znaczenie	Bez znaczenia	Wysokie znaczenie	Bez znaczenia	Wysokie znaczenie	Bez znaczenia									
Węgry	47,6	7,4	Węgry	65,6	6,0	Słowenia	60,8	1,4	Węgry	77,1	1,4	Niemcy	57,4	5,9	Węgry	45,9	18,0	Węgry	31,1	32,7	Słowenia	48,4	4,0
Serbia	41,8	11,9	Słowenia	65,2	1,9	Węgry	57,6	3,6	Cypr	70,7	4,4	Słowenia	48,8	2,3	Słowenia	44,6	18,3	Portugalia	31,1	31,8	Bulgaria	46,4	12,9
Niemcy	33,3	8,9	Portugalia	61,4	3,2	Cypr	57,1	6,8	Portugalia	66,8	1,7	Chorwacja	44,9	9,2	Litwa	38,6	25,3	Lotwa	25,4	31,4	Cypr	42,2	13,3
Litwa	31,4	10,5	Cypr	52,8	7,1	Malta	50,5	10,8	Słowenia	62,2	1,5	Malta	42,2	16,6	Lotwa	33,5	23,2	Słowenia	23,5	28,7	Niemcy	38,4	10,0
Cypr	21,8	46,4	Słowacja	52,3	3,3	Chorwacja	49,5	7,6	Malta	58,8	8,5	Portugalia	40,9	5,7	Portugalia	30,2	27,0	Węgry	20,3	30,2	Słowacja	36,5	10,7
Rumunia	20,1	41,1	Chorwacja	52,0	6,5	Słowacja	49,2	7,9	Grecja	55,4	1,7	Cypr	39,4	52,4	Holandia	29,4	25,8	Turcja	20,2	47,8	Malta	35,4	18,1
Malta	18,1	32,9	Malta	46,7	16,6	Estonia	45,3	4,0	Litwa	53,5	1,8	Lotwa	36,8	11,2	Chorwacja	28,2	36,2	Francja	19,9	50,0	Litwa	33,4	9,6
Grecja	16,2	23,2	Litwa	46,6	5,6	Holandia	44,8	6,2	Chorwacja	53,3	7,1	Węgry	36,7	9,0	Francja	28,1	38,2	Włochy	19,9	53,6	Turcja	32,1	18,6
Portugalia	15,9	24,7	Grecja	44,8	3,7	Litwa	44,6	5,4	Słowacja	53,3	2,7	Litwa	36,2	8,9	Estonia	26,5	27,9	Malta	19,8	47,7	Węgry	29,7	7,6
Słowenia	15,6	14,3	Lotwa	44,5	8,4	Francja	43,8	9,4	Francja	50,3	7,5	Francja	34,1	16,7	Słowacja	25,8	34,6	Grecja	18,2	46,3	Serbia	27,8	13,2
Holandia	15,2	24,4	Serbia	44,4	9,1	Grecja	42,4	1,7	Włochy	48,4	6,4	Polska	33,3	12,7	Bulgaria	25,4	35,5	Holandia	17,6	43,8	Grecja	27,7	7,5
Turcja	14,0	42,3	Włochy	43,9	8,2	Bulgaria	41,8	12,3	Lotwa	46,7	5,4	Serbia	33,3	12,2	Belgia	25,0	33,9	Belgia	17,5	49,9	Portugalia	27,7	9,6
Belgia	12,0	29,0	Estonia	41,9	5,5	Serbia	41,7	6,9	Niemcy	45,9	5,0	Słowacja	32,8	8,7	Malta	24,1	43,7	Cypr	17,5	76,0	Lotwa	27,6	9,6
Francja	11,3	39,9	Niemcy	41,5	7,5	Belgia	39,3	7,2	Belgia	44,5	5,3	Belgia	32,5	13,3	Polska	23,5	37,8	Bulgaria	17,1	43,6	Estonia	26,9	14,0
Polska	10,2	40,2	Francja	40,4	14,8	Portugalia	37,3	4,7	Holandia	42,0	5,9	Holandia	32,5	11,4	Serbia	21,9	38,1	Chorwacja	15,9	48,5	Chorwacja	26,2	17,3
Szwecja	8,0	23,8	Turcja	37,2	17,8	Lotwa	36,0	10,8	Serbia	39,6	7,6	Turcja	29,3	23,5	Grecja	20,8	37,9	Polska	14,3	51,7	Holandia	25,4	10,7
Włochy	7,5	7,5	Polska	36,6	11,5	Włochy	33,1	10,3	Bulgaria	39,2	9,8	Bulgaria	29,1	19,4	Włochy	20,4	44,3	Niemcy	14,2	53,7	Francja	24,0	19,9
Chorwacja	7,4	47,7	Belgia	36,1	9,0	Belgia	31,4	10,4	Estonia	38,3	2,8	Grecja	28,8	8,5	Niemcy	20,1	38,0	Estonia	14,0	45,2	Polska	22,8	17,2
Bulgaria	6,6	47,7	Bulgaria	34,1	12,2	Niemcy	23,1	13,2	Polska	37,4	8,7	Szwecja	26,3	7,8	Cypr	17,6	70,5	Rumunia	14,0	56,5	Szwecja	19,8	9,4
Słowacja	5,1	52,4	Holandia	30,3	9,1	Szwecja	20,7	6,5	Turcja	30,9	22,1	Włochy	26,2	16,0	Turcja	17,3	50,7	Serbia	13,4	49,5	Belgia	19,3	17,3
Estonia	4,5	38,9	Szwecja	24,8	8,3	Turcja	18,4	27,3	Szwecja	24,1	7,1	Estonia	23,6	12,8	Rumunia	11,5	48,1	Słowacja	10,7	55,3	Włochy	16,1	23,1
Lotwa	2,8	48,8	Rumunia	7,1	4,8	Rumunia	17,9	12,2	Rumunia	7,8	7,8	Rumunia	15,0	6,5	Szwecja	9,5	38,9	Szwecja	10,1	47,6	Rumunia	8,9	5,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_strat].

bardziej szczegółowe strategię firm. Najważniejszą pozycję związaną z redukcją kosztów i to nie tylko w przywołanych Węgrzech prezentuje większość krajów. Zauważyć można również, że dla większego odsetka firm strategia redukcji kosztów odnosi się najczęściej najpierw do redukcji wewnętrznych kosztów działania. Na drugim wysokim miejscu znajduje się strategia związana z redukcją kosztów materiałów, komponentów czy usług. Większe różnice w podejściu do przyjmowanych celów występują między firmami innowacyjnymi i nieinnowacyjnymi w przypadku wzrostu udziału w rynku, wzrostu marży i wzrostu przychodów ze sprzedaży. W Polsce cel, jakim jest wzrost przychodów ze sprzedaży wskazywany jest przez ponad 66% innowacyjnych firm. Kolejny co do ważności, tj. zmniejszenie kosztów deklaruje 55% firm. Dla mniej niż połowy przedsiębiorstw innowacyjnych wysokie znaczenie ma wzrost udziału w rynku. W Polsce tylko dla 1/3 firm innowacyjnych ważny jest wzrost marży. Jeśli porównamy kraje, w których presja na osiągnięcie prezentowanych w tabeli celów jest wysoka z rankingiem najbardziej innowacyjnych krajów (mierzonych odsetkiem innowacyjnych przedsiębiorstw), to okaże się, że nie ma tam krajów, które są pod tym względem w czołówce pod względem innowacyjnych firm, ale te kraje, które aspirują do kręgu bardziej innowacyjnych.

Metody utrzymania lub zwiększenia konkurencyjności w przedsiębiorstwach

Badanie CIS-8 obejmujące lata 2010–2012 zostało po raz pierwszy rozszerzone o pytanie dotyczące metod utrzymania lub zwiększenia konkurencyjności. Poniższe wyniki prezentują odsetki firm w krajach, dla których poszczególne metody miały wysokie znaczenie. Kafeteria dostępnych odpowiedzi obejmowała podstawowe przewagi jak: prawa autorskie, złożoność produktów i usług, znaki towarowe, patenty, rejestracja wzoru przemysłowego, tajemnica handlowa (włącznie z umową poufności) oraz przewagą opartą na czasie. Ze względu na przyśpieszenie procesów gospodarczych i spadek trwałości przewag bazowych okazało się, że właśnie ta ostatnia przewaga związana z czasem okazała się najbardziej istotna. Przedsiębiorstwo, które pierwsze wprowadza na rynek dany produkt lub sposób jego sprzedaży, umacnia swoją pozycję nawet wtedy, kiedy nie jest on ani tańszy, ani lepszy od produktów substytucyjnych¹⁰. Do takich wniosków doszły przedsiębiorstwa z Austrii (45,2%), Finlandii (45%) czy Niemiec (40,1%). W Polsce zaledwie co piąte przedsiębiorstwo innowacyjne uważa tę metodę jako efektywną dla utrzymania lub poprawy konkurencyjności.

Na drugim miejscu pod względem odsetka firm, które uważają daną metodę jako efektywną w celu utrzymania bądź poprawy konkurencyjności swoich produktów, przedsiębiorstwa wskazały – złożoność produktów i usług. W Austrii niemal 40% innowacyjnych firm uważa, że jest to bardzo ważna i efektywna metoda do utrzymania bądź zwiększenia konkurencyjności. Nieco mniejszy odsetek ze Słowacji (36,7%) czy Słowenii (34,3%) też tak sądzi. W Polsce 19% innowacyjnych firm wskazało tę metodę jako ważną i efektywną. Interesujące jest to, że znaki towarowe uzyskały większe uznanie niż patenty, wzory przemysłowe czy prawa autorskie. W niektórych krajach, również w Polsce (19%) za stosunkowo ważne i efektywne uznano umowy handlowe (włącznie z umową poufności).

¹⁰ M. Romanowska, *Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 2004, s. 289.

Tabela 11. Przedsiębiorstwa, które oceniły następujące metody do utrzymania lub zwiększenia konkurencyjności swoich innowacji jako bardzo ważne i efektywne

Prawa autorskie	Złożoność produktów i usług	Znaki towarowe	Przewaga czasowa nad konkurencją	Patenty	Rejestracja wzoru przemysłowego	Tajemnica handlowa (włącznie z umową poufności)							
Serbia	15,7	Austria	38,3	Turcja	32,4	Austria	45,2	Turcja	20,1	Serbia	16,1	Węgry	24,5
Rumunia	12,2	Słowacja	36,7	Słowenia	23,2	Finlandia	45,0	Niemcy	17,0	Malta	11,4	Serbia	23,7
Turcja	11,8	Słowenia	34,3	Szwecja	21,9	Niemcy	40,1	Serbia	16,2	Turcja	10,8	Niemcy	21,3
Malta	10,7	Niemcy	25,7	Austria	20,5	Norwegia	37,8	Austria	12,0	Rumunia	9,1	Austria	18,8
Niemcy	9,8	Serbia	23,8	Serbia	18,6	Turcja	35,8	Finlandia	10,1	Słowacja	8,7	Polska	18,8
Polska	9,4	Węgry	23,6	Niemcy	16,6	Serbia	32,2	Słowenia	9,3	Holandia	8,5	Finlandia	18,3
Austria	7,9	Litwa	23,5	Finlandia	15,4	Słowenia	31,8	Polska	8,9	Polska	8,1	Bulgaria	18,1
Norwegia	7,9	Holandia	23,5	Norwegia	15,4	Szwecja	29,5	Szwecja	8,7	Bulgaria	6,0	Luksemburg	17,9
Cypr	7,8	Grecja	22,1	Cypr	15,1	Portugalia	25,9	Rumunia	8,5	Niemcy	6,0	Holandia	17,6
Bulgaria	7,7	Chorwacja	21,9	Bulgaria	14,0	Malta	23,2	Portugalia	8,3	Portugalia	5,9	Słowenia	17,5
Węgry	6,9	Finlandia	20,3	Portugalia	13,7	Holandia	22,8	Bulgaria	8,0	Austria	5,7	Malta	17,1
Finlandia	6,9	Norwegia	20,3	Estonia	12,9	Grecja	22,5	Norwegia	7,6	Norwegia	5,3	Litwa	16,9
Luksemburg	6,6	Polska	19,0	Grecja	12,1	Słowacja	22,3	Malta	7,5	Cypr	5,2	Norwegia	15,1
Słowacja	6,1	Belgia	17,2	Malta	12,1	Cypr	21,8	Belgia	7,2	Chorwacja	5,0	Turcja	15,1
Grecja	5,9	Portugalia	16,5	Luksemburg	11,6	Chorwacja	19,1	Słowacja	6,7	Słowenia	4,6	Portugalia	14,6
Słowenia	5,8	Rumunia	15,0	Litwa	10,9	Polska	18,7	Luksemburg	6,6	Finlandia	4,0	Szwecja	13,6
Szwecja	5,6	Turcja	14,5	Słowacja	10,3	Węgry	17,9	Holandia	6,4	Włochy	3,8	Grecja	12,6
Litwa	4,9	Malta	14,3	Holandia	10,0	Luksemburg	17,2	Węgry	5,9	Węgry	3,6	Rumunia	12,6
Portugalia	4,9	Szwecja	13,0	Polska	9,9	Litwa	16,6	Grecja	5,8	Estonia	3,4	Chorwacja	11,7
Estonia	4,3	Estonia	12,3	Rumunia	8,6	Włochy	16,1	Litwa	4,8	Litwa	3,2	Cypr	11,4
Chorwacja	3,7	Cypr	12,2	Węgry	7,5	Rumunia	15,8	Włochy	4,5	Belgia	2,7	Słowacja	11,0
Holandia	3,6	Luksemburg	12,2	Belgia	7,1	Belgia	15,5	Cypr	3,6	Luksemburg	2,7	Belgia	10,2
Belgia	1,8	Włochy	11,9	Włochy	7,1	Estonia	13,8	Chorwacja	3,2	Grecja	2,5	Włochy	6,2
Włochy	1,3	Bulgaria	7,3	Chorwacja	4,0	Bulgaria	13,1	Estonia	3,1	Szwecja	bd	Estonia	5,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostat Statistics Database [inn_cis8_comp].

Istotne przeszkody dla realizacji celów przedsiębiorstwa

Przeszkody dla realizacji celów przedsiębiorstwa bywają różne, zależnie od celów i typu wprowadzanych innowacji. Niektóre przeszkody dotyczą wszystkich typów innowacji, z kolei inne odnoszą się do podzbioru typów innowacji. Mogą istnieć powody niepodjęcia żadnej działalności innowacyjnej, a także przyczyny spowalniające taką działalność lub powodujące, że nie przynosi ona oczekiwanych rezultatów.

W analizowanym okresie największą przeszkodą w realizacji celów wśród przedsiębiorstw innowacyjnych według badanych przedsiębiorstw w poszczególnych krajach była silna konkurencja cenowa. W największym stopniu odczuwały to przedsiębiorstwa innowacyjne z Cypru – 65,4%, Austrii – 65,3%, Portugalii – 63,1%, Malty – 62,3%, Estonii – 61,3, Niemiec – 61,2% i Słowenii – 60,7%. W Polsce niemal co drugie innowacyjne przedsiębiorstwo – 48,6%, uważało, że konkurencja cenowa jest istotną przeszkodą dla realizacji celów.

Na drugim miejscu pod względem wielkości odsetka firm, które uznały daną przeszkodę za istotną i oceniły stopień wpływu na „wysoki” jest – silna konkurencja dotycząca jakości produktu, opinii o nim lub marki. Firmy z Malty – 43%, Litwy – 36,8% i Węgier – 34,5% w największym stopniu odczuwają, że te czynniki mają istotny wpływ i stanowią przeszkodę w realizacji zakładanych celów. W Polsce co czwarta innowacyjna firma wskazuje ten czynnik jako istotną przeszkodę.

Nie bez znaczenia dla przedsiębiorstw są wysokie koszty dostosowania do regulacji rządowych i prawnych. Przede wszystkim na tę przeszkodę wskazują firmy z Serbii – 42,6%, Włoch – 39,9%, Turcji – 34,4%. W Polsce dla 20% firm jest to istotna przeszkoda w realizacji zamierzonych celów.

Wysokie koszty dostępu do nowych rynków to czynniki związane z brakiem wystraczających środków finansowych. Polskie firmy na tle pozostałych krajów znajdują się w połowie rankingu. Istotniejszą przeszkodą dla firm z Polski jest brak popytu – 23,5%, choć firmy z Grecji i Włoch wskazują na ten problem jeszcze częściej (odpowiednio 42% i 41,5%).

Na tle prezentowanych krajów w Polsce (9,7%) dość pozytywnie kształtują się wyniki w kontekście przeszkody, jaką jest brak wykwalifikowanego personelu. W krajach takich jak: Rumunia, Estonia, Turcja, ale i Austria czy Niemcy to czynnik, który w znacznym stopniu stanowi utrudnienie w realizacji celów przedsiębiorstwa.

Analizując wyniki badania, czynnik, jakim jest wprowadzanie innowacji przez konkurentów nie jest wyjątkową przeszkodą, o ile udział konkurenta w rynku nie jest dominujący. Dla przykładu w Polsce istotną przeszkodą dla 17% innowacyjnych przedsiębiorstw jest dominujący udział w rynku konkurenta, ale już tylko dla 13% przeszkodą jest samo wprowadzanie innowacji przez konkurenta.

Tabela 12. Odsetek przedsiębiorstw, które uznały stopień wpływu poszczególnych czynników utrudniających działalność innowacyjną za „wysoki”

Wysokie koszty dostępu do nowych rynków	5	Wprowadzanie innowacji przez konkurentów	8	Dominujący udział w rynku konkurencji	9	Brak wystarczających funduszy, środków finansowych	6	Brak popytu	4	Silna konkurencja cenowa	1	Brak wykwalifikowanego personelu	7	Silna konkurencja dotycząca jakości produktu, opinii o nim lub marki	2	Wysokie koszty dostosowania do regulacji rządowych i prawnych	3
Serbia	41,4	Rumunia	31,3	Litwa	28,5	Serbia	39,4	Grecja	41,9	Cypr	65,4	Rumunia	33,4	Malta	43,0	Serbia	42,6
Portugalia	33,9	Litwa	19,5	Węgry	27,3	Grecja	37,7	Włochy	41,5	Austria	65,3	Estonia	28,1	Litwa	36,8	Włochy	39,9
Turcja	32,6	Turcja	14,9	Malta	23,6	Cypr	34,1	Serbia	39,3	Portugalia	63,1	Turcja	26,2	Węgry	34,5	Turcja	34,4
Słowenia	27,5	Malta	13,3	Turcja	23,5	Słowenia	31,5	Portugalia	37,2	Malta	62,3	Litwa	22,4	Portugalia	31,9	Portugalia	32,9
Estonia	26,9	Polska	13,0	Serbia	22,9	Chorwacja	29,5	Cypr	34,7	Estonia	61,3	Austria	19,0	Turcja	29,8	Słowenia	30,9
Bulgaria	26,7	Estonia	11,6	Estonia	21,2	Turcja	29,1	Słowenia	34,4	Niemcy	61,2	Niemcy	18,8	Estonia	29,5	Austria	27,9
Cypr	26,6	Serbia	11,6	Rumunia	19,9	Portugalia	28,7	Węgry	32,3	Słowenia	60,7	Serbia	16,5	Niemcy	27,4	Węgry	27,8
Grecja	25,7	Węgry	10,5	Bulgaria	18,8	Litwa	27,5	Słowacja	31,5	Węgry	59,7	Bulgaria	15,2	Serbia	26,6	Cypr	26,3
Węgry	25,7	Słowacja	10,2	Cypr	18,4	Rumunia	24,5	Chorwacja	30,8	Słowacja	56,5	Słowenia	12,3	Polska	26,1	Chorwacja	26,2
Chorwacja	25,3	Bulgaria	8,4	Polska	17,3	Włochy	22,7	Holandia	25,5	Włochy	55,1	Malta	12,1	Austria	26,0	Grecja	25,5
Litwa	23,9	Portugalia	8,2	Austria	17,2	Węgry	22,6	Turcja	24,3	Litwa	53,2	Portugalia	11,5	Chorwacja	25,5	Rumunia	24,5
Malta	23,6	Austria	7,1	Słowacja	17,0	Estonia	22,2	Bulgaria	24,2	Chorwacja	50,5	Polska	9,7	Słowenia	25,2	Malta	22,6
Rumunia	20,5	Niemcy	6,0	Chorwacja	17,0	Bulgaria	20,3	Polska	23,5	Turcja	49,5	Chorwacja	9,5	Słowacja	24,8	Bulgaria	22,4
Polska	17,8	Grecja	6,0	Portugalia	15,6	Polska	20,2	Malta	21,4	Polska	48,6	Węgry	9,3	Bulgaria	23,3	Niemcy	19,5
Słowacja	17,7	Cypr	5,9	Niemcy	15,5	Słowacja	17,9	Litwa	19,6	Grecja	47,8	Szwecja	8,9	Cypr	22,6	Polska	19,5
Włochy	17,3	Chorwacja	5,7	Włochy	14,1	Malta	15,1	Niemcy	15,6	Bulgaria	46,0	Holandia	8,6	Holandia	20,6	Słowacja	18,8
Austria	17,0	Słowenia	5,0	Szwecja	13,2	Holandia	13,6	Rumunia	15,2	Serbia	43,4	Cypr	7,9	Grecja	20,5	Estonia	17,4
Niemcy	14,6	Holandia	4,3	Słowenia	13,2	Austria	10,2	Szwecja	14,9	Holandia	42,6	Grecja	6,2	Szwecja	17,4	Litwa	17,2
Holandia	7,8	Włochy	3,8	Grecja	12,3	Niemcy	10,0	Estonia	13,0	Szwecja	33,2	Słowacja	5,4	Rumunia	13,6	Holandia	11,9
Szwecja	6,9	Szwecja		Holandia	11,4	Szwecja	7,3	Austria	12,3	Rumunia	8,0	Włochy	5,1	Włochy	12,7	Szwecja	6,0

Wsparcie publiczne

Pomoc publiczna obejmuje wiele narzędzi skierowanych do przedsiębiorstw, w tym także różnego rodzaju mechanizmy wsparcia działalności innowacyjnej mające na celu tworzenie lepszych warunków do wprowadzania innowacji dla przedsiębiorstw. Wsparcie publiczne dla działalności innowacyjnej może pochodzić od jednostek szczebla lokalnego lub regionalnego, od jednostek szczebla centralnego, z Unii Europejskiej oraz z programów ramowych (np. 7 Programu Ramowego). W Polsce znaczenie tego źródła finansowania działalności innowacyjnej na tle krajów UE nie jest zbyt duże. W latach 2010–2012 publiczne wsparcie finansowe na działalność innowacyjną otrzymało 25,9% aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw przemysłowych (wobec 25,5% w latach 2009–2011) oraz 18,7% z sektora usług (wobec 17,6%)¹¹. Ogółem ze wsparcia publicznego w Polsce korzystało 23,2% przedsiębiorstw innowacyjnych.

Tabela 13. Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych, które otrzymały publiczne wsparcie, w wybranych krajach w 2012 roku

Ogółem		Od jednostek samorządu terytorialnego lub terenowych organów administracji rządowej		Od jednostek rządowych szczebla centralnego (ministerstwa, agencje rządowe itp.)		Z Unii Europejskiej		Z Programu Ramowego	
Francja	49,4	Austria	21,0	Holandia	44,3	Węgry	33,8	Słowenia	5,2
Holandia	46,9	Włochy	15,8	Austria	33,2	Polska	19,5	Słowacja	4,3
Węgry	45,6	Belgia	15,4	Finlandia	28,4	Litwa	19,2	Estonia	3,9
Austria	39,7	Hiszpania	14,7	Cypr	27,1	Czechy	17,1	Polska	3,8
Cypr	36,8	Cypr	13,2	Słowenia	24,3	Bułgaria	14,4	Niemcy	3,7
Finlandia	34,9	Francja	11,8	Węgry	23,3	Estonia	14,3	Węgry	3,5
Estonia	31,4	Luksemburg	10,7	Estonia	22,3	Słowacja	13,3	Czechy	3,2
Serbia	28,6	Finlandia	9,3	Turcja	22,0	Słowenia	12,8	Grecja	3,2
Portugalia	28,5	Serbia	8,4	Portugalia	21,9	Malta	12,5	Austria	3,1
Słowenia	28,3	Holandia	8,2	Serbia	21,6	Rumunia	11,1	Belgia	3,0
Hiszpania	28,0	Niemcy	7,4	Chorwacja	21,2	Portugalia	10,5	Finlandia	2,9
Belgia	26,4	Chorwacja	5,1	Francja	19,1	Austria	8,5	Litwa	2,4
Malta	25,4	Polska	4,6	Hiszpania	17,5	Cypr	7,7	Hiszpania	2,2
Chorwacja	24,9	Portugalia	3,9	Niemcy	17,1	Francja	7,2	Francja	2,2
Czechy	24,8	Turcja	3,6	Malta	16,8	Finlandia	5,9	Portugalia	2,2
Turcja	24,0	Rumunia	3,5	Grecja	15,2	Grecja	5,8	Rumunia	2,1
Niemcy	23,7	Czechy	2,8	Belgia	13,8	Szwecja	5,8	Holandia	1,6
Polska	23,2	Grecja	2,5	Czechy	13,0	Holandia	5,5	Bułgaria	1,5
Włochy	22,0	Węgry	2,1	Bułgaria	11,0	Niemcy	5,2	Luksemburg	1,5
Litwa	21,1	Słowenia	2,1	Luksemburg	10,2	Belgia	5,1	Chorwacja	0,9
Bułgaria	20,3	Litwa	1,9	Szwecja	8,8	Hiszpania	4,1	Włochy	0,8
Luksemburg	19,5	Estonia	1,6	Polska	8,4	Włochy	3,6	Serbia	0,8
Grecja	18,2	Bułgaria	1,5	Rumunia	7,0	Serbia	3,4	Turcja	0,6
Rumunia	17,5	Słowacja	1,4	Włochy	6,6	Chorwacja	3,1	Cypr	0,4
Słowacja	16,0	Malta	bd	Litwa	6,6	Luksemburg	1,9	Malta	0,4
Szwecja	13,0	Szwecja	bd	Słowacja	3,8	Turcja	1,8	Szwecja	bd

Źródło: Public funding for innovation activities [inn_cis8_pub].

¹¹ Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012, Warszawa 2013, s. 79.

W takich krajach jak Holandia, Austria, Cypr i Finlandia, gdzie ze wsparcia publicznego korzystało ponad 35% innowacyjnych przedsiębiorstw pomoc ta w zdecydowanej większości pochodziła od jednostek szczebla centralnego. Dodatkowo przedsiębiorstwa z takich krajów jak Cypr (13,2%) czy Austria (21%) w znaczący sposób korzystały ze wsparcia samorządu terytorialnego. W Polsce sytuacja prezentuje się odmiennie – ze wsparcia publicznego działalności innowacyjnej korzystało co piąte innowacyjne przedsiębiorstwo, przy czym najczęściej przedsiębiorstwa korzystały ze środków UE – 19,5% oraz ze wsparcia rządowego – 8,4%. Pod względem udziału przedsiębiorstw korzystających z pomocy publicznej pochodzącej z UE Polska znalazła się na drugim miejscu – ustępując przedsiębiorstwom z Węgier (33,8%). Należy zauważyć, że ze wsparcia publicznego pochodzącego od jednostek ze szczebla lokalnego korzystało w Polsce 4,6% innowacyjnych przedsiębiorstw, co w porównaniu z wynikami ubiegłej edycji uległo podwyższeniu. Wsparcie dla przedsiębiorstw ze środków ramowych uzyskało 3,8% przedsiębiorstw innowacyjnych. Tak wysoka pozycja polskich firm wskazuje, że są one w stanie z powodzeniem konkurować z firmami z krajów UE o środki z programów ramowych.

Podsumowanie

W celu próby zidentyfikowania pewnych prawidłowości zachodzących w zakresie działalności innowacyjnej w krajach o różnym natężeniu innowacyjnych firm wykorzystano do podsumowania kilkanaście zmiennych jednocześnie z następujących obszarów: 1) innowacyjność przedsiębiorstw, (2) działalność badawczo-rozwojowa, (3) nakłady na działalność innowacyjną, (4) sprzedaż wyrobów nowych lub istotnie ulepszonych, (5) współpraca w zakresie innowacji, (6) źródła informacji dla innowacji, (7) cele działalności innowacyjnej, (8) metody utrzymania lub zwiększania konkurencyjności.

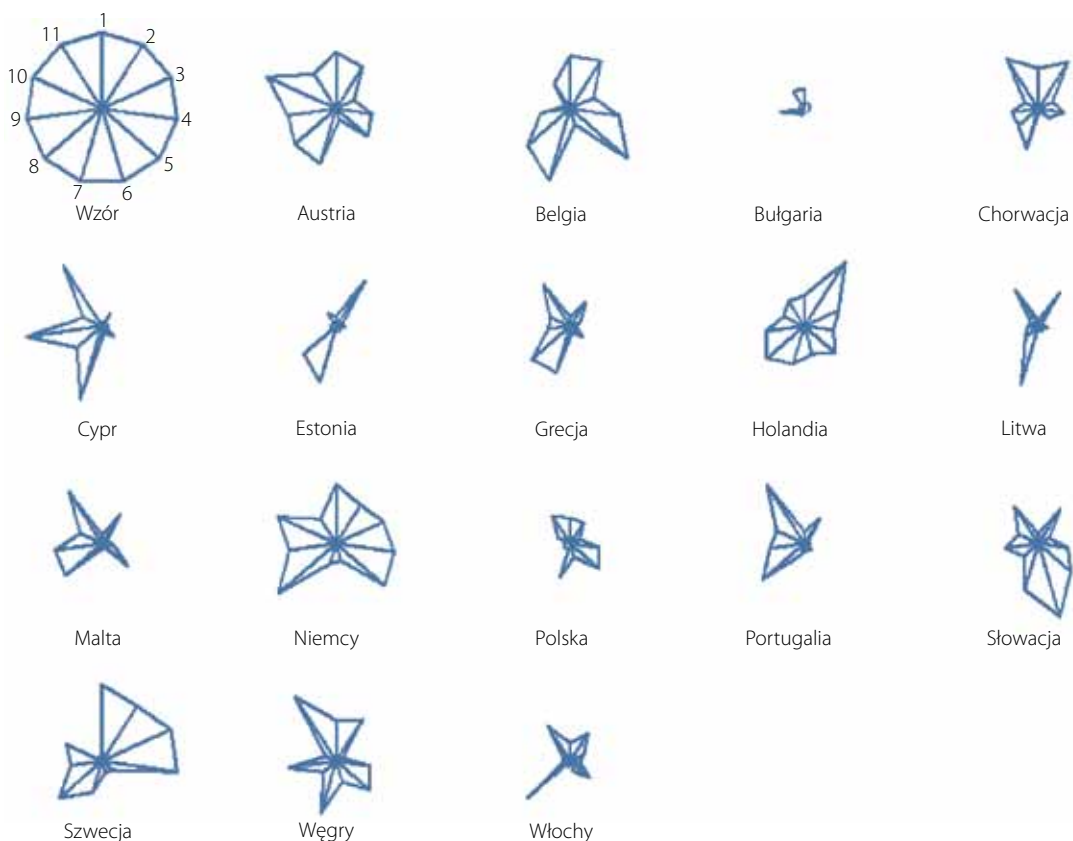
Dla ujęcia wielu wymiarów, które składają się na działalność innowacyjną przedsiębiorstw wykorzystano prezentacje danych w postaci wykresów obrazkowych – gwiazdy. Wykresy obrazkowe przedstawiają przypadki (obserwacje) w postaci wielowymiarowych symboli i są ciekawą, chociaż niełatwą w użyciu techniką eksploracyjną. Podstawową ideą tej metody jest wykorzystanie zdolności człowieka do „automatycznego” postrzegania złożonych związków między wieloma cechami (zmiennymi).

Na wykresie obrazkowym dla każdego kraju¹² (wykres 11) przedstawiony jest oddzielny obrazek o kształcie gwiazdy. Względne wartości wybranych 11 zmiennych dla każdego przypadku reprezentowane są przez długości ramion gwiazdy (zgodnie z ruchem wskazówek zegara, począwszy od godziny 12:00). Końce ramion są połączone linią. W prezentowanym przykładzie zmienna na godzinie 12:00 oznaczona jest w legendzie jako 1.

Analiza graficzna gwiazd pozwala dostrzec znaczną różnorodność krajów, a przez to badanych przedsiębiorstw w zakresie działalności innowacyjnej. Prosta obserwacja obiektów pozwala jednoznacznie wskazać, że niektóre obiekty są „w jakimś stopniu podobne” do siebie. Podczas dogłębnej analizy obserwator jest w stanie określić, które zmienne odpowiadają za widoczną niejednorodność, a dalsza analiza intuicyjnie dostrzeżonej struktury może doprowadzić do wykrycia natury istotnych zależności między zmiennymi. Prezentowany wzór określa wartości maksymalne w poszczególnych zmiennych (trzeba zaznaczyć, że kraj najbardziej innowacyjny nie musi przypominać prezentowanego wzoru – innowacyjność często jest kombinacją kilku zmiennych i niekoniecznie wszystkie obszary muszą osiągać maksymalne wartości).

¹² Do analizy zostało wybranych 17 krajów, które posiadały kompletne dane w każdym z analizowanych obszarów.

Wykres 11. Wykres obrazkowy w postaci gwiazd umożliwiający analizę danych wielowymiarowych. Prezentowany obszar dotyczy działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w wybranych krajach europejskich



Legenda: prawoskrętnie:

- 1 – Przeciętne nakłady na wewnętrzną działalność B+R.
- 2 – Odsetek firm prowadzących wewnętrzną działalność B+R.
- 3 – Całkowite nakłady na jedno przedsiębiorstwo duże prowadzące działalność innowacyjną w zakresie innowacji technologicznych (produkcyjne i procesowe, nie zważając na innowacje marketingowe i organizacyjne) według wielkości firm w 2012 r.
- 4 – Całkowite nakłady na działalność innowacyjną na firmę ogółem.
- 5 – Wartość sprzedaży wyrobów nowych dla firmy.
- 6 – Wartość sprzedaży wyrobów nowych dla rynku.
- 7 – Przedsiębiorstwa współpracujące z innymi podmiotami ogółem (%).
- 8 – Odsetek firm prowadzących działalność innowacyjną ogółem (%).**
- 9 – Odsetek przedsiębiorstw, które oceniły znaczenie źródła informacji: klienci i konsumenci jako wysokie (%).
- 10 – Przedsiębiorstwa, które oceniły przewagę czasową jako bardzo efektywną i ważną metodę do utrzymania lub zwiększenia konkurencyjności (%).
- 11 – Odsetek przedsiębiorstw, dla których wysokie znaczenie miał cel: zmniejszenie kosztów (%).

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CIS8.

Tak więc obiekty stanowią wizualne reprezentacje konfiguracji wartości zmiennych, które mogą zostać łatwo rozpoznane przez obserwatora. Analiza takich obrazków może być pomocna przy wykrywaniu **grup krajów** cechujących się prostymi zależnościami, jak również interakcjami pomiędzy zmiennymi.

Krajem najbardziej zbliżonym do określonego wzoru są Niemcy. Kraj ten razem ze Szwecją, Belgią, Holandią i Austrią reprezentuje grupę państw **o wysokim odsetku innowacyjnych przedsiębiorstw**, a także w tych krajach obszary działalności innowacyjnej rozwijane są w miarę równomiernie. Charakterystyczną cechą innowacyjnych firm w tej grupie jest wysokie zaangażowanie we współpracę z innymi podmiotami, docenianie rynkowych źródeł informacji dla innowacji w postaci klientów i konsumentów. Jednocześnie bardzo wiele firm z tej grupy prowadzi wewnętrzną działalność B+R i przeznacza znaczne nakłady na działalność innowacyjną. Uzupełnieniem charakterystyki tej grupy (wyłączając Belgię) jest podejście firm co do efektywnej metody prowadzącej do utrzymania lub poprawy konkurencyjności swoich innowacyjnych produktów w postaci przewagi opartej na czasie. W ten sposób przedsiębiorstwo, które pierwsze wprowadza na rynek dany produkt umacnia swoją pozycję, nawet jeśli nie jest on ani tańszy, ani lepszy od produktów substytucyjnych.

Druga grupa krajów to Malta, Cypr, Portugalia, Grecja wyróżniające się średnim poziomem innowacyjności firm przy niskich przeciętnych nakładach na innowacyjność zarówno ogółem, jak i w dużych firmach. Grupę tę określa przede wszystkim wysoki odsetek innowacyjnych firm, których celem jest zmniejszenie kosztów. Co ciekawe, nie ma zbyt wielkiej różnicy w odsetku firm innowacyjnych czy nieinnowacyjnych w zakresie przyjętego celu, co może oznaczać, że impulsem wśród nieinnowacyjnych firm do „stania się” innowacyjną firmą jest presja zmniejszenia kosztów, a więc poszukiwanie nowych, tańszych rozwiązań zarówno w produkcji, produktach, ale i w metodach organizacji firmy czy też w marketingu. Z kolei dla innowacyjnych firm jest to związane z utrzymaniem pozycji konkurencyjnej. Charakterystyczne dla tej grupy choć w mniejszym stopniu niż w poprzedniej jest znaczenie przewagi czasowej dla utrzymania konkurencyjności oraz znaczenie źródła informacji dla innowacji w postaci klientów i konsumentów. Obszarem działalności innowacyjnej, który nie jest widocznie rozpowszechniony jest wewnętrzną działalność B+R. Ponieważ grupa ta nie cechuje się znacznymi nakładami na wewnętrzną działalność rozwojową, można przypuszczać, że specyfika badań i rozwoju sprowadza się do poszukiwania innowacji niskim kosztem.

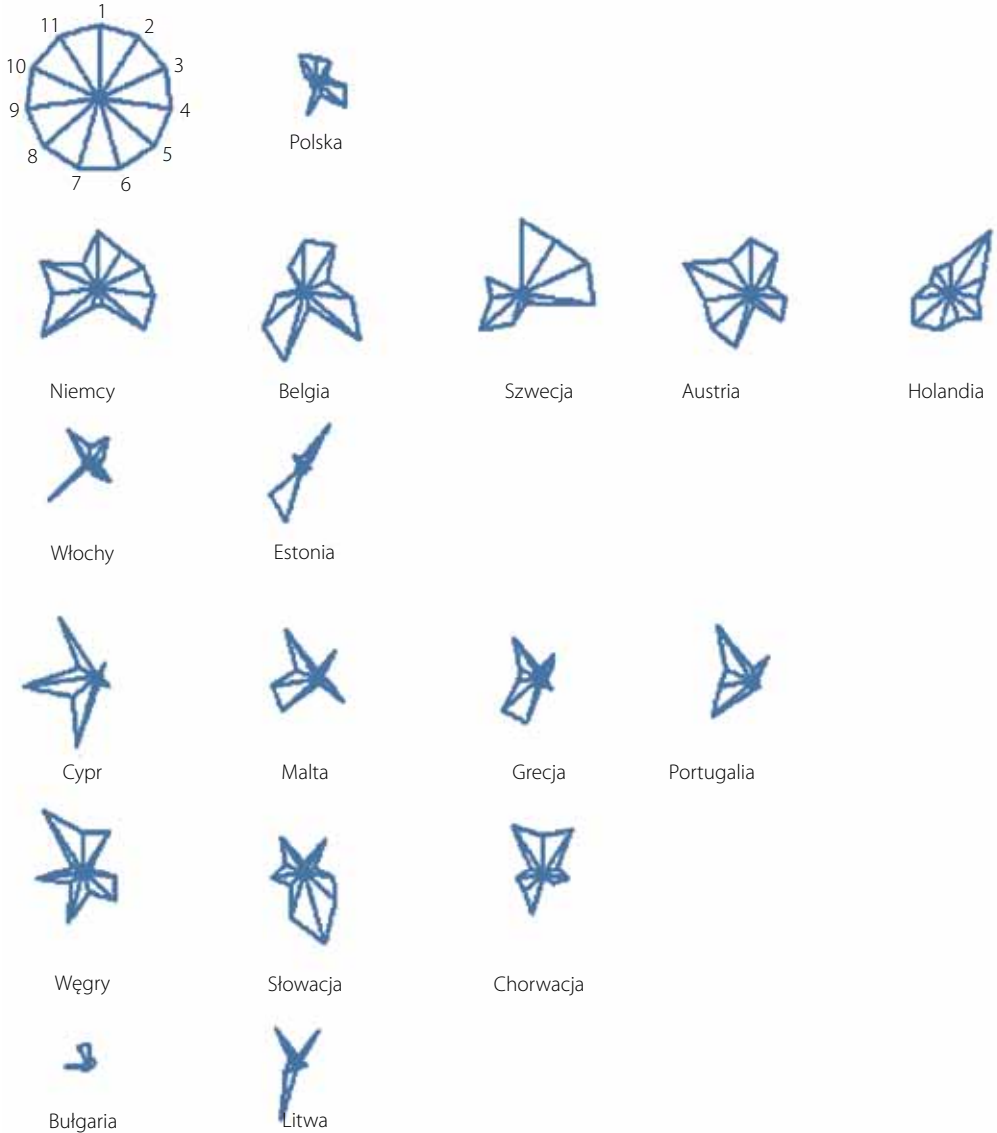
Ciekawym przykładem są Włochy czy Estonia, gdzie wysokiej innowacyjności współtowarzyszy działalność innowacyjna rozwijana zaledwie w 2–3 zakresach. W przypadku Włoch innowacyjne firmy stawiają sobie za istotny cel zmniejszenie kosztów przy średnim udziale firm prowadzących wewnętrzną działalność B+R opartą o średni poziom nakładów na tę działalność. W Estonii, kraju sklasyfikowanym jako doganiający lider innowacyjności – działania innowacyjne opierają się praktycznie o aktywność B+R wewnątrz firmy.

Kolejną grupą krajów, podobną w pewnym sensie do pierwszej grupy, a więc tej, w której obszary działalności innowacyjnej rozwijają się wielotorowo, ale o niskim udziale innowacyjnych przedsiębiorstw są takie kraje jak Chorwacja, Węgry i Słowacja.

Kraje trudne do sklasyfikowania to Bułgaria i Litwa – jedyna ich wspólna cecha to niski udział innowacyjnych firm.

Polska na tle krajów i stworzonych grup raczej nie prezentuje się wzorcowo. Można ją, choć pewnie awansem, określić jako „wschodzącą gwiazdę”. W zarysie wykresu – gwiazdy dla Polski można dostrzec 7 ramion, które odzwierciedlają poziom – przeciętnych nakładów na wewnętrzną działalność

Wykres 12. Wykres obrazkowy w postaci gwiazd – grupy krajów



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CIS 8.

B+R (1), odsetek firm prowadzących wewnętrzną działalność na B+R (2), całkowite nakłady na jedno przedsiębiorstwo duże prowadzące działalność innowacyjną w zakresie innowacji technologicznych (produktowe i procesowe, nie zważając na innowacje marketingowe i organizacyjne) (3), wartość sprzedaży produktów nowych dla firmy (4), wartość sprzedaży produktów nowych dla rynku (5), przedsiębiorstwa współpracujące z innymi podmiotami ogółem (%) (6) i odsetek przedsiębiorstw, dla których wysokie znaczenie miał cel: zmniejszenie kosztów (7). Działalność innowacyjna polskich firm jest rozwijana w wielu obszarach, jednak na małą skalę, efektów w postaci większego odsetka

innowacyjnych firm jak na razie nie ma. Innowacyjne firmy współpracują, choć może brakuje sieci powiązań ze strony dużych firm, które mogłyby pociągnąć inne mniejsze firmy w kierunku innowacyjnym.

Podobieństwo gwiazdy dla Polski z grupą gwiazd reprezentowanych przez Chorwację, Słowację, Węgry jest bardzo duże ze względu na rozwój wielu obszarów, co sprawia, że w końcu musi pojawić się więcej innowacyjnych firm. Z kolei gdy porównamy dokładnie obszary rozwijane w Polsce, to nasza gwiazda mocno przypomina gwiazdę dla Belgii, choć jest w mniejszym rozmiarze!

Polska ma potencjał to tego, aby działalność innowacyjna firm prezentowała się na wyższych poziomach niż dotychczas. Obserwując dane statystyczne, dobrym przykładem również pod względem zbliżonego poziomu rozwoju gospodarczego są Węgry, gdzie odsetek innowacyjnych firm systematycznie rośnie od badania 2006–2008. Aby odpowiadać na zapotrzebowanie rynku, wydaje się, że większe znaczenie należy przypisywać klientom i konsumentom – firmy na Węgrzech przypisują wysokie znaczenie temu źródłu informacji dla prowadzenia działalności innowacyjnej. Również z roku na rok rośnie odsetek firm współpracujących z przedsiębiorstwami należącymi do tej samej grupy. Kierunkiem, w którym powinny zmierzać polskie firmy jest m.in. większa otwartość na klienta i konsumenta, czyli firmy powinny słuchać potencjalnych klientów, a być może innowacyjnych pomysłów wynikających z potrzeby konsumentów zaczniesz przybywać. Nie bez znaczenia są prace badawczo-rozwojowe prowadzone wewnątrz firmy. Dla całej gospodarki ważnym elementem rozwoju działalności innowacyjnej jest innowacyjność dużych firm i ich współpraca z mniejszymi podmiotami.

Rozdział 2

(NIE)OCZEKIWANA MIKROINNOWACYJNOŚĆ

Wprowadzenie

Mikroprzedsiębiorstwa to w większości osoby prowadzące działalność na własny rachunek, firmy rodzinne zajmujące się rzemiosłem lub inną działalnością, a także spółki lub stowarzyszenia prowadzące regularną działalność gospodarczą. Zatrudniają one w zależności od definicji: do 9 pracowników¹ lub mniej niż 10 pracowników i osiągają roczny obrót lub roczną sumę bilansową do 2 milionów EUR². Według ostatnich dostępnych danych tego typu podmiotów jest w Polsce 1,75 mln (95,6% wszystkich przedsiębiorstw). Większość z nich (93,7% – 1,64 mln firm) to jednostki należące do osób fizycznych. Mikroprzedsiębiorstwa to miejsce pracy dla 3,4 mln osób (37,9% pracujących w przedsiębiorstwach) mieszkających w Polsce³. Wytwarzają 29,7% wartości dodanej brutto przedsiębiorstw⁴, 27,6% produkcji przedsiębiorstw⁵. Ich nakłady inwestycyjne stanowią 16,3% nakładów ogółu przedsiębiorstw.

O znaczeniu mikroprzedsiębiorstw dla gospodarki decydują przytoczone powyżej liczby, które z kolei zależą od czynnika ludzkiego, czyli przede wszystkim od założyciela-właściciela i jego pracowników. Według F. Heunksa człowiek, który decyduje się rozpocząć własną działalność gospodarczą z założenia jest przedsiębiorcą i innowatorem. W początkowej fazie rozwoju firmy innowacyjność jest tożsama z przedsiębiorstwem jako takim i kombinacją jego wyrobów/usług oraz rynku, który się dla nich tworzy. Na tym etapie najważniejsze jest utrzymanie się na rynku. Rozwój firmy to wyzwanie kolejnej fazy wzrostu, wówczas także założyciel staje przed koniecznością kreowania nowych pomysłów⁶. W 2010 roku czterech z pięciu właścicieli mikroprzedsiębiorstw (83,4%), którzy wzięli udział w badaniu PARP, stwierdziło, że obecny model prowadzenia firmy jest docelowym modelem działania⁷. Przedsiębiorcy wydawali się wówczas nie być gotowi do zaakceptowania potrzeby wprowadzenia zasadniczych zmian w prowadzeniu firmy. Nawet w momencie zaistnienia sytuacji kryzysowej preferowane były działania mieszczące się w zakresie strategii pasywnej, zaś najliczniejsza grupa respondentów (25,4%) stwierdziła, że nie są podejmowane żadne działania⁸. Przy takim podejściu pozytywnie zastanawia fakt, że jednak ponad połowa (54,4%) właścicieli mikrofirm w latach 2007–2009 deklarowała wprowadzenie w swojej firmie innowacyjnego rozwiązania⁹.

¹ Definicja używana przez GUS i najczęściej wykorzystywana w badaniach na przedsiębiorcach.

² Rozporządzenie Komisji (UE) nr 651/2014 z 17 czerwca 2014 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu.

³ *Działalność gospodarcza przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2013 r.*, GUS, Warszawa 2015 oraz *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w Polsce w 2013 r.*, GUS, Warszawa 2014.

⁴ *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2012–2013*, PARP, 2014 r., s. 15.

⁵ *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w Polsce w 2013 r.*, GUS, Warszawa 2014.

⁶ F.J. Heunks, *Innovation, creativity and success*, *Small Business Economics* 10, s. 263–272, 1998.

⁷ P. Raźniewski, M. Juchniewicz, U. Tomczyk, J. Byczkowska-Słężak, *Raport końcowy z badania: Strategia niszy rynkowej jako specyficzny element potencjału rozwojowego mikroprzedsiębiorstw*, PARP, 2010.

⁸ Ibidem, s. 6.

⁹ Wśród osób deklarujących wprowadzenie zmian przeważały wskazania na udoskonalenie produktu lub usługi (36,8%) oraz wprowadzenie nowego produktu lub usługi (18,8%), a także udoskonalenie procesu produkcyjnego lub świadczenia usług (16,0%).

Jak zatem interpretować powyższe wyniki – czy oznaczają one, że wprowadzane zmiany nie miały charakteru rozwojowego, czy to raczej przedsiębiorcy, koncentrując się na bieżącym działaniu firmy nie dostrzegają zmian, jakie są ich udziałem i czy przez ostatnie lata zmieniły się postawy proinnowacyjne mikrofirm? Pytanie to stało się przyczynkiem do zrealizowania przez PARP w 2014 roku badania na temat innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce. Niniejszy rozdział przedstawia najważniejsze wyniki dotyczące tego obszaru działania najmniejszych i najliczniejszych podmiotów w naszym kraju¹⁰.

O skojarzeniach i innowacyjności mikroprzedsiębiorstw

Z czym kojarzy się właścicielom prawie 96%¹¹ przedsiębiorstw działających w Polsce termin „innowacyjna firma”? Większość odpowiedzi mikroprzedsiębiorców oscyluje wokół słowa *n o w o ś ć*, rozumianego jako nowe technologie/produkty/usługi/pomysły oraz z określeniami z nim związanymi – nowoczesnością, rozwojem i udoskonalaniem. Najwięcej, **bo prawie 23% respondentów innowacyjność firmy utożsamia z nowoczesnością, podążaniem z duchem czasu oraz myśleniem przyszłościowym**. Podobna grupa¹² termin ten wiąże z nowymi technologiami, nieco mniej (bo ok. 17%) z działaniami, które mają na celu rozwój i udoskonalanie przedsiębiorstwa. Co dziesiątemu przedsiębiorcy innowacyjność firmy kojarzy się przede wszystkim z nowymi produktami i usługami oraz nowatorskimi rozwiązaniami. Inne skojarzenia występują znacznie rzadziej. Na przykład innowacyjność rozumianą jako konkurencyjność firmy lub kierowanie się potrzebami klientów wskazuje ok. jeden na stu badanych właścicieli mikrofirm. Jeszcze rzadziej, co jest dość zaskakującym rezultatem, biorąc pod uwagę fakt, że termin innowacyjność wszedł do potocznej mowy wraz z pojawieniem się środków przed- i poakcesyjnych, występują u respondentów skojarzenia dotyczące Unii Europejskiej i funduszy unijnych (0,6%). Inne sporadyczne odpowiedzi to: dobre wyposażenie, sprawnie i pręźnie działające przedsiębiorstwo, wyróżniające się, zbilansowane pod względem technologii i zasobów ludzkich; a także lepsza jakość produktów, poprawa warunków pracy, przedsiębiorstwo inwestujące w badania czy przyjmujące proekologiczną postawę.

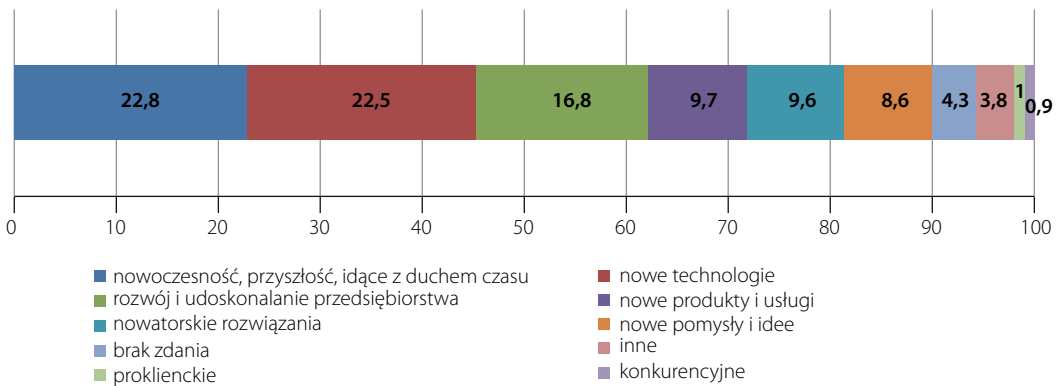
Powyższe wyniki można uznać za dobry rezultat z dwóch powodów. Po pierwsze świadczą one o tym, że innowacyjność nie jest jedynie terminem właściwym dla języka dokumentów związanych ze środkami europejskimi. Co ważniejsze jednak, potwierdza ono właściwe rozumienie istoty innowacyjności, jaką jest tworzenie nowych rozwiązań i daje pewną podstawę do oczekiwania rozwoju aktywności mikroprzedsiębiorców w tym obszarze.

¹⁰ Badanie w części dotyczącej mikroprzedsiębiorstw zostało przeprowadzone na ogólnopolskiej próbie 1277 mikroprzedsiębiorstw (bez samozatrudnionych). Efektywnie zostało przebadanych 1277 mikroprzedsiębiorstw-mikropracodawców. Populacją generalną do badania innowacyjności były przedsiębiorstwa zarejestrowane w Polsce pochodzące z działów PKD zgodnych z metodologią i wytycznymi Eurostatu. Respondentami byli właściciele/współwłaściciele firm, względnie zarządzający przedsiębiorstwami – pod warunkiem faktycznego uczestniczenia w życiu firmy i podejmowania w niej kluczowych decyzji. Badanie terenowe zostało zrealizowane techniką CAPI w listopadzie i grudniu 2014 r. przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR Sp. z o.o.

¹¹ Dane nt. liczby mikroprzedsiębiorstw w realizacji do ogólnej liczby aktywnych przedsiębiorstw w Polsce pochodzą z publikacji GUS *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2013 r.*, Warszawa 2014.

¹² 22,5%.

Wykres 1. Skojarzenia mikroprzedsiębiorców z terminem „innovacyjna firma” (w %)



N = 1277.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Zobaczmy zatem, jak wygląda aktywność innowacyjna najliczniejszej grupy podmiotów gospodarczych działających w Polsce. **W ciągu ostatnich trzech lat innowacje w swojej firmie wprowadziło prawie 60% mikroprzedsiębiorstw**¹³. W przypadku prawie co trzeciego podmiotu były to innowacje produktowe, polegające na opracowaniu nowych lub znacząco udoskonalonych w zakresie swoich cech lub zastosowań wyrobów lub usług. Również sporo, bo ponad jedna piąta (21%) mikrofirm podjęła się w tym czasie innowacji procesowych, polegających na wdrożeniu nowej lub znacząco udoskonalonej metody produkcji, dostawy lub świadczenia usługi. Innowacjami marketingowymi oznaczającymi wdrożenie nowej metody marketingowej, zmiany w zakresie produktu lub opakowania, dystrybucji, promocji lub ceny, zajmowało się ponad 17% respondentów. Najmniejszą grupę (13,6%) stanowią mikroprzedsiębiorcy, którzy wprowadzili w swoich firmach innowacje o charakterze organizacyjnym, zapewniające nowe metody organizacyjne odnoszące się do zasad działania firmy.

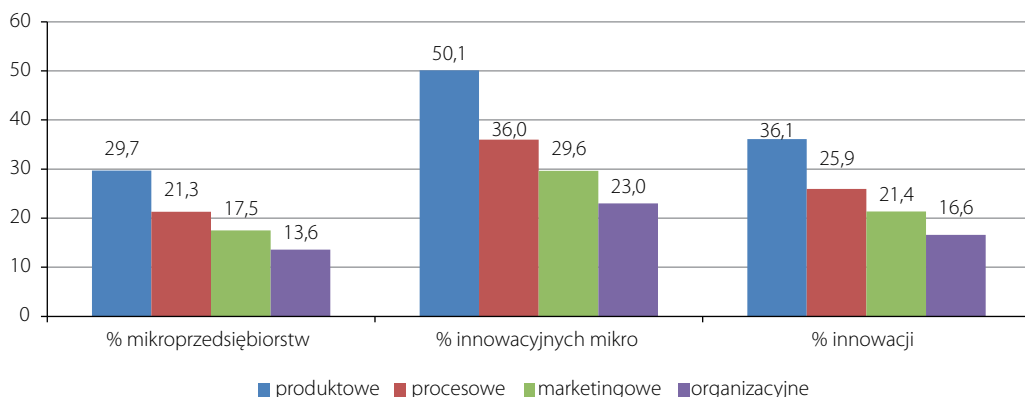
Powyższe dane zostały zobrazowane na wykresie 2, który dodatkowo przedstawia również wyniki aktywności innowacyjnej mikroprzedsiębiorstw w odniesieniu do grupy innowacyjnych respondentów (którzy wprowadzili w swoich firmach innowacje w okresie ostatnich trzech lat, tj. jak można przyjąć, biorąc pod uwagę czas realizacji badania – w latach 2012–2014), jak również strukturę ogółu wprowadzonych innowacji¹⁴. Jeśli chodzi o przedsiębiorstwa innowacyjne, tutaj przy zachowanej strukturze rodzajowej innowacji odsetki innowacji w poszczególnych kategoriach rodzajowych są oczywiście wyższe niż dla ogółu mikroprzedsiębiorstw.

Pod względem skali wprowadzanych innowacji **dominują innowacje na poziomie firmy – 38% mikroprzedsiębiorstw zrealizowało w ostatnich trzech latach projekty tego typu**. O ponad połowę mniej (**16,6%**) przedsiębiorców mikro wprowadziło w tym czasie innowację w skali kraju, zaś ok. **8%** – w skali globalnej. Wyniki dla innowacyjnych mikroprzedsiębiorstw są odpowiednio

¹³ Dokładnie 59,2% respondentów wprowadziło w ostatnich trzech latach innowacje w swojej firmie. Nie wprowadzono innowacji w 40,8% podmiotów biorących udział w badaniu.

¹⁴ Ogół innowacji w próbie to suma wskazań mikroprzedsiębiorców dotyczących poszczególnych rodzajów innowacji (produktowych, procesowych, marketingowych i organizacyjnych) wprowadzonych przez nich w okresie ostatnich 3 lat, przy czym badanie PARP było realizowane na przełomie listopada/grudnia 2014 r.

Wykres 2. Działalność innowacyjna mikroprzedsiębiorstw według rodzaju innowacji (innowacje wdrożone w firmie w ciągu ostatnich trzech lat)



N = 1277 w przypadku mikroprzedsiębiorstw, N = 756 w przypadku przedsiębiorstw innowacyjnych mikro, N = 1049 w przypadku ogółu innowacji.

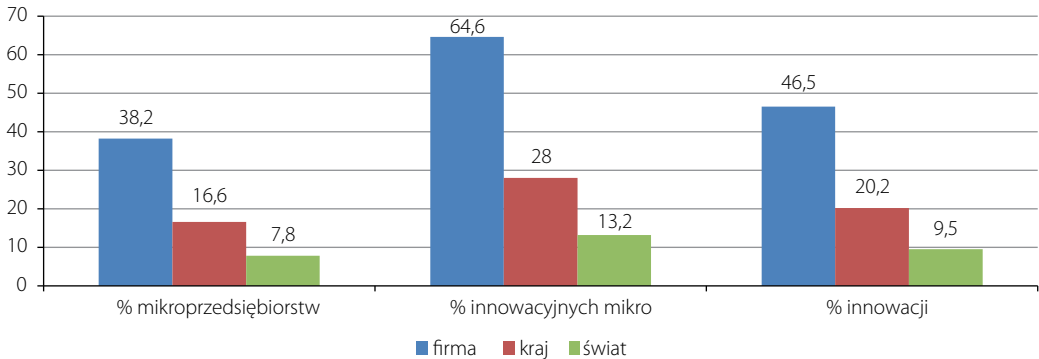
Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

wyższe: prawie 65% z nich wprowadziło innowację na poziomie swojej firmy, 28% – kraju i 13% – świata. Jeśli chodzi o ogół innowacji, prawie połowa (45%) to innowacje na skalę przedsiębiorstwa, jedna piąta – kraju, a prawie co dziesiąta – świata. Jak widać, przewaga innowacji na najniższym poziomie zaawansowania jest znacząca. Jeśli dodatkowo uwzględnimy fakt, że jedna piąta (20,8%) respondentów to podmioty, które wprowadziły innowacje wyłącznie na poziomie firmy i nie angażowały się w projekty o wyższej skali innowacyjności w ciągu ostatnich trzech lat, to okaże się że wynik 60% innowacyjnych mikroprzedsiębiorstw należy potraktować jako punkt startowy do dalszej dyskusji. Niewątpliwie, biorąc pod uwagę możliwości i potencjał mikropodmiotów do podejmowania działalności innowacyjnej, wynik ten jest bardzo dobry. Świadczy on o wysokiej aktywności mikrofirm – na jedną innowacyjną mikrofirmę w badanej próbie przypada 1,4 wprowadzonych innowacji. Również wybór relatywnie mniej ryzykownych projektów (na poziomie firmy) wydaje się być działaniem wskazującym na pewną ostrożność, jeśli chodzi o indukowanie zmian w przedsiębiorstwie, co po części wynika z niepewności dotyczącej sytuacji w strefie euro czy na wschodzie Europy w ostatnich latach.

Mniej korzystnie w porównaniu z działalnością innowacyjną przedstawia się aktywność badawczo-rozwojowa (B+R) mikroprzedsiębiorstw, rozumiana jako systematyczne prace twórcze podjęte dla zwiększenia zasobu wiedzy, jak również znalezienia nowych zastosowań dla tej wiedzy, np. w postaci nowych lub ulepszonych produktów, usług lub rozwiązań. **Większość firm mikro (72,1%) nie prowadzi lub nie prowadziła w ostatnich trzech latach działalności badawczo-rozwojowej.** Spośród tych, którzy byli lub są zaangażowani w ten rodzaj działalności, prawie **16% realizuje projekty B+R samodzielnie, a 8,4% we współpracy z innymi podmiotami.**

Wykres 3. Działalność innowacyjna mikroprzedsiębiorstw według skali innowacji (innowacje wdrożone w firmie w ciągu ostatnich trzech lat, tj. 2012–2014)

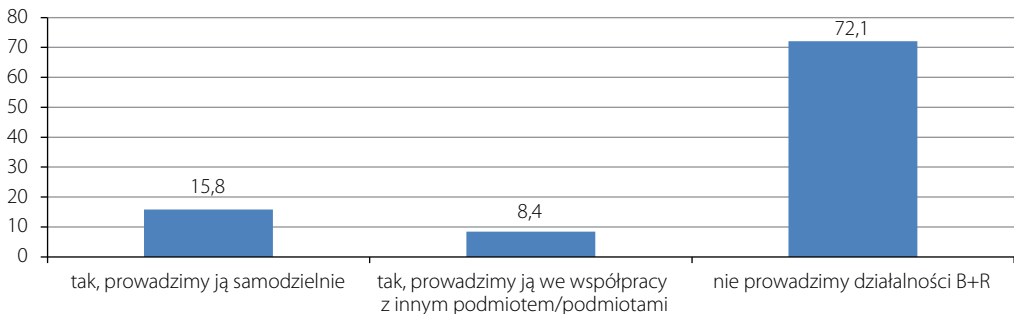


N = 1277 w przypadku mikroprzedsiębiorstw, N = 756 w przypadku przedsiębiorstw innowacyjnych mikro, N = 1049 w przypadku ogółu innowacji.

Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Wykres 4. Działalność badawczo-rozwojowa mikroprzedsiębiorstw (%)



N = 1277.

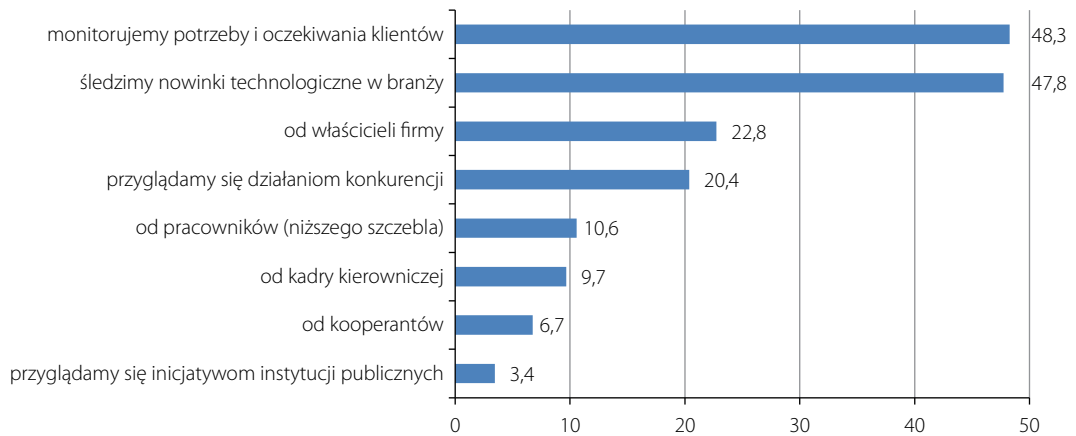
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 roku.

Dokąd na łowy, czyli skąd czerpać pomysły na innowacje, jak je finansować i czy w ogóle warto

Ciekawych informacji dostarczają dane na temat tego, skąd mikroprzedsiębiorcy czerpią pomysły na innowacje. Jak się okazuje, **ponad 48% podmiotów, które wdrożyły w ostatnich trzech latach innowację, monitoruje potrzeby i oczekiwania klientów.** Podobna grupa (47,8%) **śledzi pojawiające się w branży nowe rozwiązania technologiczne.** Kolejnym **ważnym źródłem pomysłów na innowacje są osoby pracujące w danej firmie** – począwszy od właścicieli (prawie 23%), poprzez pracowników niższego szczebla (10,6%) i kończąc na kadrze kierowniczej (9,7%). Znacznie rzadziej

przedsiębiorcy mikro czerpią pomysły od kooperantów (6,7%) czy przyglądając się inicjatywom instytucji publicznych (3,4%).

Wykres 5. Źródła pomysłów na innowacje w innowacyjnych mikroprzedsiębiorstwach (% innowacyjnych mikroprzedsiębiorstw)



N = 756.

Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

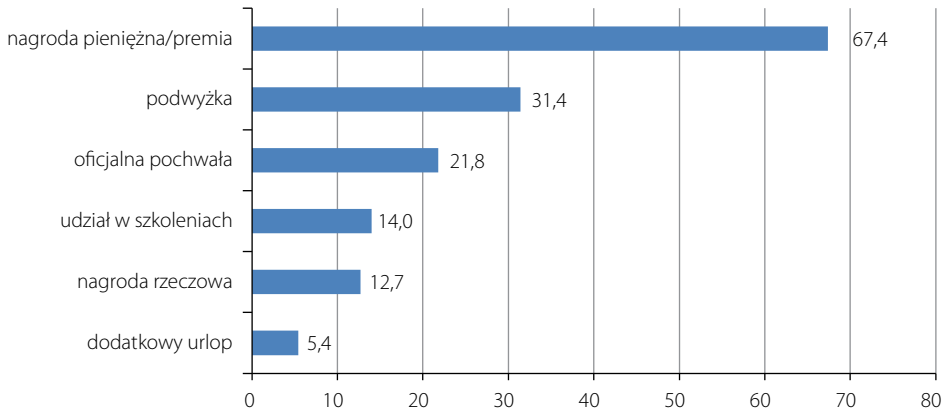
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Wśród wyżej opisanych źródeł pomysłów na innowacje uwagę zwracają wyniki dla pracowników. Przy oczywistej, z uwagi na specyfikę zarządzania mikroprzedsiębiorstwami, dominacji właścicieli i niskim wyniku dla kadry kierowniczej (która często nie występuje w firmach mikro), odnotowujemy relatywnie wysoki wynik dla pracowników szeregowych (są oni źródłem pomysłów w jednej na dziesięć innowacyjnych mikrofirm biorących udział w badaniu). Zaprzecza on dotychczasowemu przekonaniu o braku podejścia bottom-up, jeśli chodzi o innowacje w mniejszych przedsiębiorstwach, gdzie dominuje raczej przekonanie właścicieli o posiadaniu przez nich samych wystarczającej mocy sprawczej, w związku z czym rzadko angażują pracowników w projekty innowacyjne firmy¹⁵. Badanie PARP wskazuje także na występowanie dodatkowych zachęt w firmie. **W prawie dwóch z pięciu badanych podmiotów (ponad 39%) istnieje jakiś rodzaj systemu zachęcającego pracowników do zgłaszania swoich pomysłów dotyczących usprawnień w firmie, jej produktach, świadczonych usługach.** Pracownicy zgłaszający swoje pomysły nt. usprawnień w firmie mogą liczyć na nagrodę pieniężną (67% przedsiębiorstw posiadających system motywacyjny), w dalszej kolejności na podwyżkę (31,4%) czy oficjalną pochwałę (ok. 22%). Jedynie w przypadku kilkunastu procent innowacyjnych mikroprzedsiębiorstw posiadających system motywacyjny uwzględnią on propozycję szkolenia czy nagrody rzeczowej, a jeszcze mniej (5%) – dodatkowego urlopu.

¹⁵ P. Andries, D. Czarnitzki, *Small firm innovation performance and employee involvement*, *Small Business Economics* (2014) 43:21-38.

Powyższe dane potwierdzające docenianie kreatywności pracowników przez sporą część mikroprzedsiębiorców pozwalają mieć nadzieję na coraz lepsze wyniki tej grupy firm. Podstawę do takich oczekiwań dają także wyniki badania przeprowadzonego przez P. Andreies i D. Czarnitzkiego, według których wykorzystywanie pomysłów kadry kierowniczej i pracowników niższego szczebla ma pozytywny wpływ na wyniki innowacyjnej działalności przedsiębiorstwa¹⁶.

Wykres 6. Systemy motywacyjne dla pomyslowych pracowników według rodzajów dostępnych nagród (% mikroprzedsiębiorstw, które mają system motywacyjny zachęcający pracowników do zgłaszania pomysłów dotyczących usprawnień w firmie i jej ofercie)



N = 370.

Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

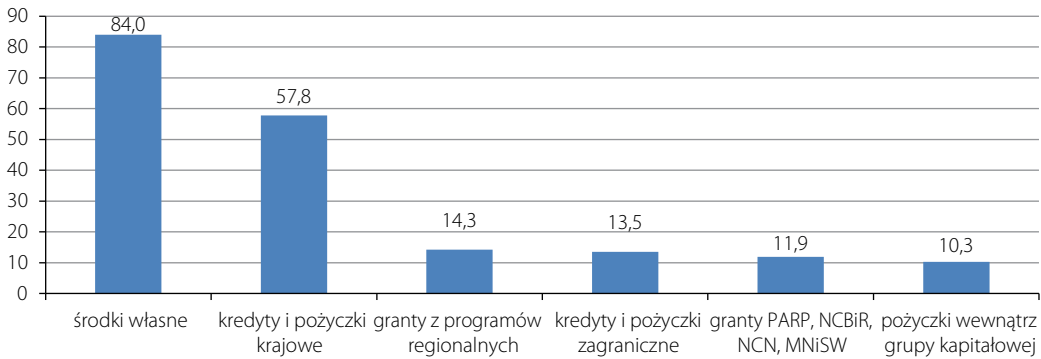
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Struktura źródeł finansowania działalności innowacyjnej mikroprzedsiębiorstw nie różni się znacząco od struktury finansowania inwestycji przez sektor małych i średnich przedsiębiorstw czy całą populację przedsiębiorstw. **Zdecydowana większość (84%) mikroprzedsiębiorstw pokrywa wszelkie nakłady związane z innowacyjnymi projektami ze środków własnych, również sporo mikrofirm korzysta w tym celu z kredytów i pożyczek krajowych (ok. 58%).** Zdecydowanie mniej respondentów posiłkuje się grantami: 14,3% pozyskało wsparcie z programów regionalnych, niecałe 12% ze środków będących w dyspozycji PARP, NCBiR, NCN czy MNiSW. Kredyty i pożyczki zagraniczne stanowią źródło finansowania innowacyjnych projektów dla 13,5% innowacyjnych mikrofirm, zaś pożyczki wewnątrz grupy kapitałowej – dla co dziesiątego podmiotu. Warto przy tym dodać, że 22,1% respondentów finansuje innowacje wyłącznie ze środków własnych.

Prawie połowa (47,6%) właścicieli mikrofirm, którzy w ciągu ostatnich trzech lat wprowadzili innowacje w swoim przedsiębiorstwie uważa, że im się to opłaciło. Ponad jedna piąta twierdzi, że jest jeszcze zbyt wcześnie, aby to określić. Jedyne ośmiu na stu mikroprzedsiębiorców uważa, że nakłady poniesione przez nich na wprowadzenie innowacji w firmie nie opłaciły się, a nieco ponad 18% nie wie, ponieważ nie jest w stanie zmierzyć ewentualnego efektu wprowadzonej zmiany.

¹⁶ Tamże.

Wykres 7. Źródła finansowania innowacji w mikroprzedsiębiorstwach (% innowacyjnych mikrofirm)

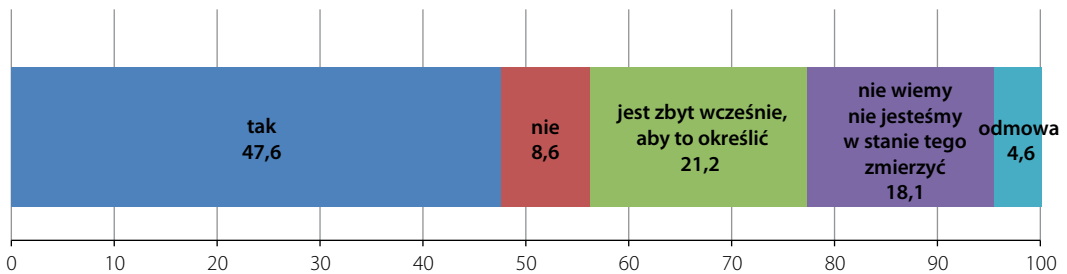


N = 756.

Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Wykres 8. Czy nakłady na innowacje poniesione przez Pana(i) przedsiębiorstwo opłaciły się? (% innowacyjnych mikrofirm)



N = 756.

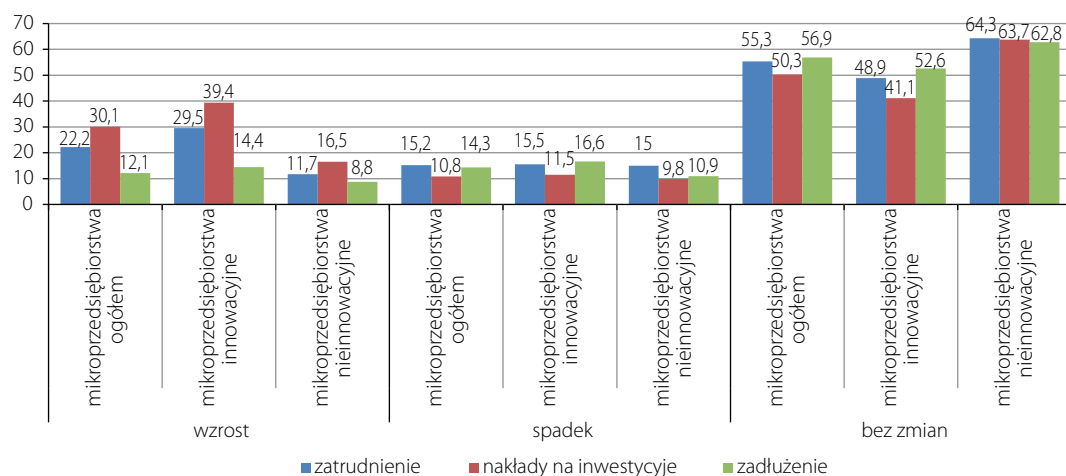
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Więcej światła na kwestię opłacalności działalności innowacyjnej rzucają dane dotyczące wybranych parametrów obrazujących sytuację przedsiębiorstwa. Mowa tu o zatrudnieniu, nakładach na inwestycje i zadłużeniu i o zmianach w ich poziomach w ciągu ostatnich trzech lat. Przy czym innowacyjni mikroprzedsiębiorcy zostali w tym przypadku zestawieni z przedsiębiorcami mikro, którzy w ostatnich trzech latach nie wprowadzili innowacji oraz z ogółem mikrofirm. Jak się okazuje w porównaniu z ogółem mikroprzedsiębiorców i jeszcze bardziej firmami nieinnowacyjnymi, więcej respondentów innowatorów odnotowało w okresie 2012–2014 wzrost zatrudnienia, nakładów na inwestycje i nieznacznie – zadłużenia (zatrudnienie: 2,5-krotnie więcej innowacyjnych firm w porównaniu z firmami nieinnowacyjnymi, nakłady: 2,4-krotnie, zadłużenie: 1,6).

Jeśli chodzi o spadki tych parametrów, w innowacyjnych firmach zaobserwowano ich wystąpienie na bardzo podobnych poziomach jak w całej grupie respondentów oraz tych nieinnowacyjnych (poza zadłużeniem, którego spadek odnotowano w większej liczbie firm, które nie wdrożyły innowacji

– 10,9% niż w innowacyjnych – 16,6%). Z kolei brak zmiany w wartościach tych trzech wskaźników zaobserwowano w największym stopniu wśród nieinnowacyjnych respondentów (odsetki powyżej 62%), wśród ogółu mikrofirm i tych innowacyjnych braki zmian odnośnie do wartości zatrudnienia, nakładów inwestycyjnych i zadłużenia w latach 2012–2014 odnotowano w ok. co drugiej firmie. Jeśli chodzi o konkretne wartości, widać, że w prawie 30% mikroprzedsiębiorstw innowacyjnych w ostatnich trzech latach nastąpił wzrost zatrudnienia, zaś w prawie 40% tych firm wzrost nakładów na inwestycje. Zadłużenie wzrosło w 14,4% innowacyjnych mikrofirm w tym okresie. Spadek zatrudnienia dotyczył 15,5% innowacyjnych respondentów, 11,5% doświadczyło spadku wydatków inwestycyjnych, a 16,6% – zadłużenia. W co drugiej innowacyjnej mikrofirmie nie odnotowano zmian w zakresie zatrudnienia i zadłużenia, nakłady nie zmieniły się w przypadku 41% podmiotów w tej grupie. **Choć oczywiście analiza tych trzech parametrów nie daje podstaw do całościowej oceny opłacalności angażowania się w działalność innowacyjną, niemniej w połączeniu z ogólną oceną efektów dokonaną przez właścicieli mikrofirm pozwala ona na stwierdzenie, że innowacyjność jest korzystna.**

Wykres 9. Wybrane parametry dot. działalności mikroprzedsiębiorstw, które w latach 2012–2014 wprowadziły oraz nie wprowadziły innowacji



N = 1277 w przypadku mikroprzedsiębiorstw, N = 756 w przypadku przedsiębiorstw innowacyjnych mikro, N = 521 w przypadku przedsiębiorstw nieinnowacyjnych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

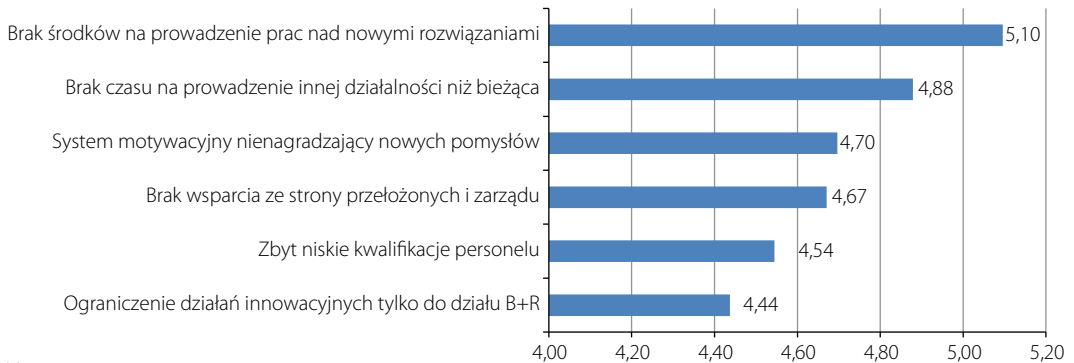
Bariery, motywacje i plany na bliską przyszłość

Przyjrzyjmy się czynnikom, które mogą stanowić przeszkodę w podejmowaniu i prowadzeniu aktywności innowacyjnej przez najmniejsze podmioty. Zdaniem właścicieli mikrofirm **najpoważniejszą barierą innowacyjności przedsiębiorstw jest brak środków na prowadzenie prac nad nowymi rozwiązaniami oraz brak czasu na prowadzenie innej działalności niż bieżąca**¹⁷. Problemem są też kwestie związane z organizacją firmy, takie jak **stosowanie systemów motywacyjnych niena-**

¹⁷ Średnia dla mikroprzedsiębiorstw odpowiednio: 5,09 i 4,88 przy skali 1–7, gdzie 1 oznacza „to nie jest bariera dla innowacyjności przedsiębiorstw”, 7 – „bardzo duża bariera dla innowacyjności przedsiębiorstw”.

gradzących pomysłodawców nowych rozwiązań. Kolejną grupę barier działalności innowacyjnej tworzą kwestie związane z czynnikiem ludzkim, tj. **brak wsparcia ze strony przełożonych i zarządu** oraz ogólnie **niskie kwalifikacje pracowników.** Ograniczenie działalności innowacyjnej wyłącznie do działu B+R uzyskało najniższy wynik, choć wciąż powyżej 4 – „średnio ważna bariera” w ocenie badanych przedsiębiorców.

Wykres 10. Bariery innowacyjności przedsiębiorstw w ocenie mikroprzedsiębiorców (średnia ze wskazań przy skali od 1 do 7, gdzie 1 – to nie jest bariera, 7 – bardzo duża bariera)



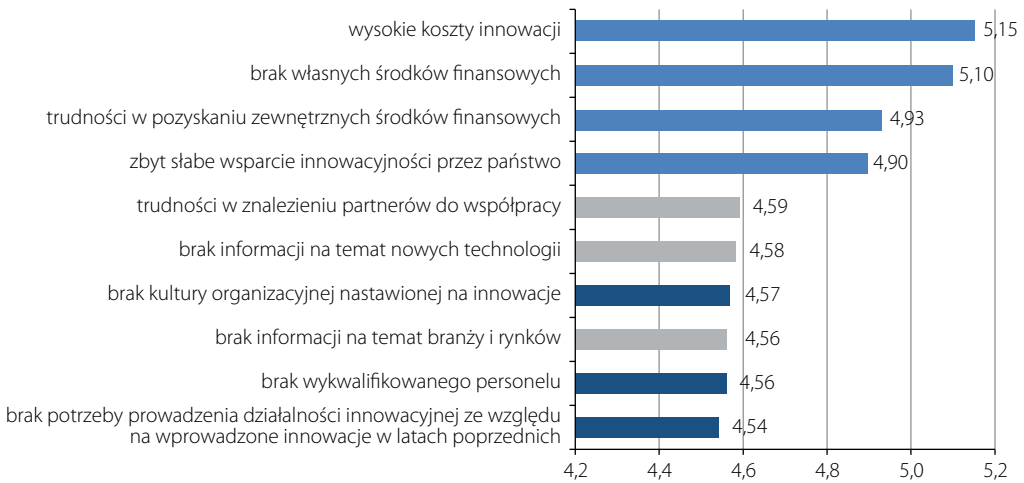
N = 1277.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Dodatkowych informacji na temat trudności prowadzenia działalności innowacyjnej dostarcza ocena dokonana przez mikroprzedsiębiorców, którzy mają na tym polu doświadczenie. Poza kwestiami o charakterze finansowym, takimi jak: wysokie koszty innowacji, brak środków własnych, trudności w pozyskaniu zewnętrznego finansowania czy niewystarczająco rozwinięte wsparcie innowacyjności ze strony państwa, wskazują oni na występowanie dwóch dodatkowych grup czynników. Pierwsza z nich wiąże się z potrzebą znalezienia partnera do współpracy czy pogłębienia wiedzy w zakresie nowych technologii, branży i rynku. Druga dotyczy wewnętrznych aspektów działania firmy – braku kultury organizacyjnej nastawionej na innowacje, odpowiednio wykwalifikowanego personelu i wreszcie – zupełnie prozaicznie – braku potrzeby prowadzenia działalności innowacyjnej ze względu na innowacje wdrożone w latach poprzednich.

Co zatem **skłania** mikroprzedsiębiorców do wprowadzania innowacji? W największym stopniu są to **rosnące koszty prowadzenia działalności** (wskazało tak prawie 28% respondentów, którzy wprowadzili w swojej firmie innowację w ostatnich trzech latach) oraz **fakt wejścia na nowe rynki zbytu w celu pozyskania nowych klientów** (ok. 25%). Co piąty mikroprzedsiębiorca wdraża innowacje z powodu chęci zdobycia uznania czy potrzeby rozszerzenia oferty wyrobów i usług. Podobna grupa decyduje się na taką działalność w odpowiedzi na działania konkurencyjnych firm, które zdążyły już wprowadzić innowacje lub zwiększoną konkurencję na rynku zamówień publicznych. 15% mikrofirm innowatorów chce sprostać w ten sposób wymaganiom kontrahentów, będących często warunkiem dalszej współpracy. Nieco mniej respondentów motywują nowe rozwiązania technologiczne, które pojawiają się w kraju i na świecie (12–13%). Podobny odsetek właścicieli mikrofirm decyduje się na realizację projektu innowacyjnego z uwagi na możliwość otrzymania wsparcia ze środków publicznych czy też reorganizację w firmie.

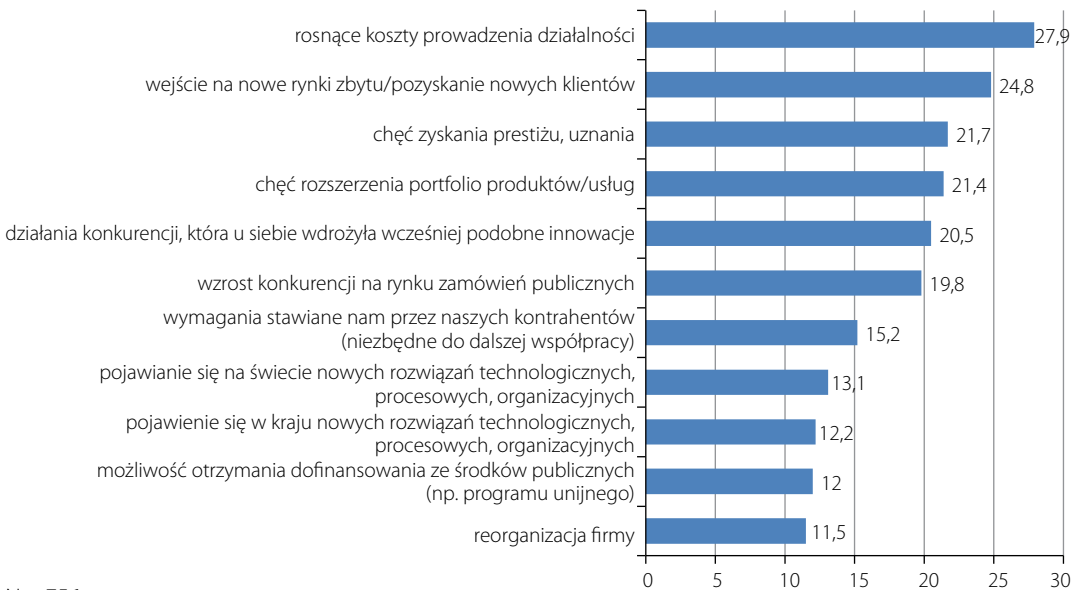
Wykres 11. Czynniki utrudniające prowadzenie działalności innowacyjnej w ocenie innowacyjnych mikroprzedsiębiorców (średnia ze wskazań przy skali od 1 do 7, gdzie 1 – czynnik nie ma zna, 7 – ma bardzo duże znaczenie)



N = 756.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Wykres 12. Motywacje, czyli czynniki skłaniające do wprowadzenia innowacji w firmie (% odpowiedzi innowacyjnych mikroprzedsiębiorstw)



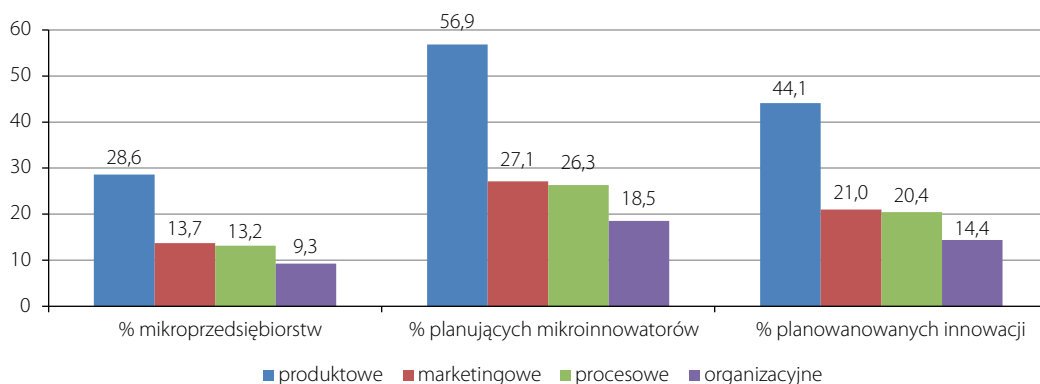
N = 756.

Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Nieco **ponad połowa mikroprzedsiębiorców, którzy wzięli udział w badaniu PARP (50,3%) planuje wprowadzić innowacje w swojej firmie w ciągu najbliższych 12 miesięcy**. 49,7% nie ma takich zamiarów. Jeśli chodzi o strukturę rodzajową planowanych innowacji, podobnie jak w przypadku tych już zrealizowanych, wyraźnie dominują innowacje produktowe (ponad 28% respondentów chce, aby to były projekty mające na celu wprowadzenie nowych lub znacząco udoskonalonych produktów lub usług). O połowę mniejszym zainteresowaniem mikroprzedsiębiorców cieszą się dwie kolejne grupy rozwiązań innowacyjnych – procesowe i marketingowe (ich realizacja planowana jest przez odpowiednio 14% i 13% respondentów). Innowacje o charakterze organizacyjnym planuje realizować 9,3% mikrofirm. Odniesienie planowanych innowacji według rodzaju do podstawy, jaką są mikroprzedsiębiorcy planujący wprowadzenie tych innowacji, przekłada się na odpowiednio wyższe odsetki przedsiębiorstw zainteresowanych prowadzeniem działalności innowacyjnej: produktowej – 56,9%, marketingowej – 27,1%, procesowej – 26,3% i organizacyjnej – 18,5%. Struktura ogółu planowanych innowacji według rodzaju wygląda następująco: produktowe – 44%, marketingowe – 21%, procesowe – 20,4%, organizacyjne – 14,4%.

Wykres 13. Plany mikroprzedsiębiorstw dotyczące wprowadzania innowacji w najbliższych 12 miesiącach (%)



N = 1277 w przypadku mikroprzedsiębiorstw, N = 642 w przypadku mikroprzedsiębiorstw planujących innowacje (planujący mikroinnowatorzy), N = 827 w przypadku ogółu planowanych innowacji.

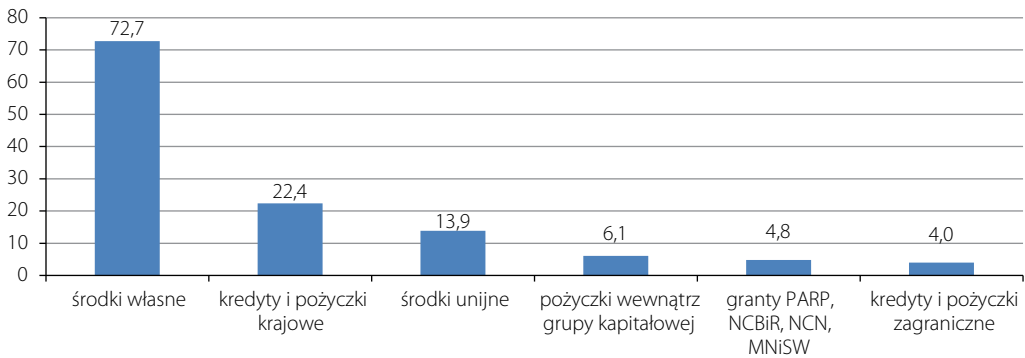
Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Większość, bo siedmiu na dziesięciu mikroprzedsiębiorców, którzy planują wprowadzić w swoich firmach innowacje w ciągu najbliższych 12 miesięcy, zamierza sfinansować związane z tym wydatki ze środków własnych. Jeśli chodzi o zewnętrzne źródła finansowania, najwięcej mikroprzedsiębiorców chce w tym roku skorzystać z kredytów i pożyczek krajowych (22,4%), środków unijnych (ok. 14%) oraz środków publicznych pozostających w dyspozycji m.in. PARP, NCBiR, NCN czy MNiSW. Jak widać, struktura źródeł finansowania dotycząca planowanych wdrożeń innowacyjnych przypomina układ źródeł, z których pochodziły środki na innowacyjne projekty zrealizowane przez mikroprzedsiębiorców w ostatnich trzech latach, czyli w okresie 2012–2014. Przy czym stosunkowo mniejsze zainteresowanie w zestawieniu ze stanem faktycznym budzą kredyty i pożyczki krajowe i zagraniczne, co niewątpliwie jest związane z niepewną sytuacją strefy euro i we wschodniej Europie. Również spadek udziału respondentów chcących finansować innowacje z grantów PARP, NCBiR, NCN

czy MNiSW to prawdopodobnie efekt oczekiwania w czasie, kiedy przypadła realizacja badania, na kształt nowych instrumentów dostępnych w ramach perspektywy 2014–2020.

Wykres 14. Źródła finansowania planowanych innowacji w mikroprzedsiębiorstwach (% mikroprzedsiębiorstw planujących wprowadzenie innowacji)



N = 642.

Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

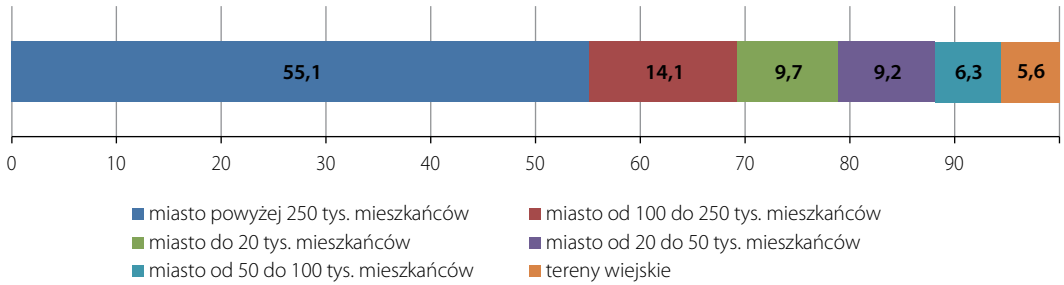
Rys innowacyjnych mikrofirm

Podsumowując aktywność innowacyjną mikroprzedsiębiorstw w Polsce, warto zaprezentować kilka informacji związanych z profilem tych podmiotów. **Ponad połowa mikroprzedsiębiorców (55,1%) ma swoją siedzibę w dużych miastach (powyżej 250 tys. mieszkańców).** W miastach o liczbie mieszkańców od 100 do 250 tys. mieszkańców zlokalizowanych jest 14% mikroprzedsiębiorów. Co ciekawe, **nieznacznie więcej przedsiębiorców na główne miejsce prowadzenia działalności wybiera miasta do 20 tys. mieszkańców (9,7%) niż te stosunkowo większe – od 20 do 50 tys. mieszkańców (9,2%) i od 50 do 100 tys. (6,3%).** Tylko ok. sześciu na stu mikroprzedsiębiorców ma siedzibę na terenach wiejskich. **Firmy, które wprowadziły w ostatnich trzech latach innowacje lokalizują się podobnie jak ogół mikroprzedsiębiorców w próbie – 53,6% w miastach powyżej 250 tys. mieszkańców, 46,4% w mniejszych miastach.**

Skłonność do angażowania się w działalność innowacyjną jest zdecydowanie większa wśród mikrofirm zlokalizowanych w miastach o liczbie mieszkańców powyżej 250 tys. – 53,2% spośród mikropodmiotów z dużych miast zamierza w 2015 roku wprowadzić innowacje w swojej firmie wobec 46,8% z siedzibą na wsi i w miastach do 250 tys. mieszkańców.

Lokalizacja przedsiębiorstwa okazuje się być istotnym czynnikiem sukcesu podejmowanych decyzji rozwojowych. Jak pokazują wyniki badania PARP, **wśród mikroprzedsiębiorców mających siedzibę w mniejszych ośrodkach (na wsi i w miastach do 250 tys. mieszkańców) jest więcej takich, którzy uważają, że nakłady poniesione na innowacje opłaciły się, niż ma to miejsce w przypadku respondentów z dużych miastach (powyżej 250 tys. mieszkańców) – 53,1% wobec 42,7% (różnica 10,4%).** Różnica ta może się jednak zmienić, jako że sporo podmiotów, w tym więcej tych z siedzibą w dużych miastach niż w mniejszych (odpowiednio 25,2% vs. 16,5%) uważa, że jest za wcześnie, aby oszacować efekty wdrożonych działań innowacyjnych.

Wykres 15. Lokalizacja mikroprzedsiębiorstw (%)

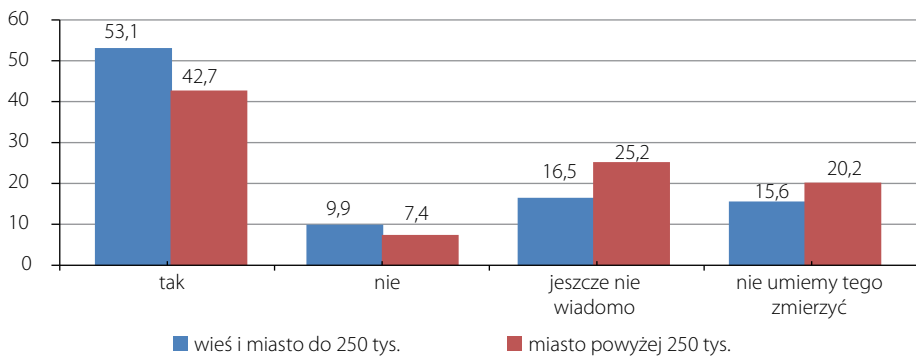


N = 1277.

Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Wykres 16. Ocena opłacalności zrealizowanych innowacji przez mikroprzedsiębiorców, którzy je wprowadzili według lokalizacji firmy



N = 756.

Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

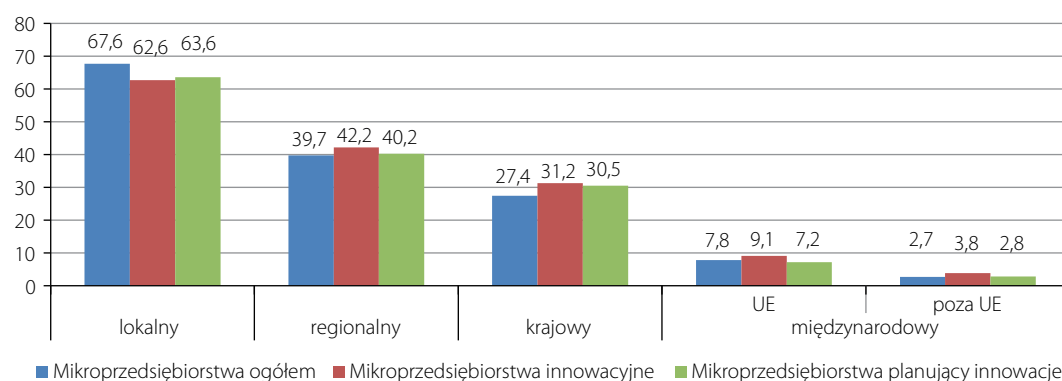
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Niewiele ponad jedna trzecia mikroprzedsiębiorców w badaniu to poddostawcy (35,8%), ok. 31% to producenci wyrobów finalnych, a nieco ponad 21% to zarówno poddostawcy, jak i producenci wyrobów finalnych. **Struktura mikroprzedsiębiorstw, które wdrożyły w ostatnich trzech latach innowacje w swojej firmie, jak i tych, którzy planują innowacje w okresie najbliższych 12 miesięcy jest podobna: jedna trzecia z nich to poddostawcy (odpowiednio 33,7% i 33,2%), podobnie – producenci wyrobów finalnych (30,7% i 31,8%), a jedna czwarta to zarówno firmy będące jednocześnie poddostawcami, jak i producentami wyrobów finalnych (25,7% i 26,9%).** W której grupie jest największy odsetek planujących innowacje? Jak można się domyślić, wśród tych, którzy są jednocześnie poddostawcą i producentem wyrobów finalnych – 63,4%, wśród producentów – 51,8% i najmniej wśród poddostawców – 46,5%, choć niewątpliwie sporo.

Ponad sześć na dziesięć mikroprzedsiębiorstw innowacyjnych lub planujących wprowadzanie innowacji w firmie to przedsiębiorcy działający na rynku lokalnym, ponad cztery na dziesięć – na rynku

regionalnym, a ok. co trzeci to firma o zasięgu krajowym. **Aż 91,5% mikrofirm koncentruje się wyłącznie na polskim rynku.** Na rynku UE obecnych jest 9% innowacyjnych mikrofirm i 7% planujących, zaś na rynkach pozaunijnych ok. 3,8% innowacyjnych i 2,8% planujących. **Działalność eksportową¹⁸ prowadzi 8,5% mikroprzedsiębiorstw i 10,3% mikrofirm, które wprowadziły innowacje w ciągu ostatnich trzech lat, a także 7,9% planujących. Spośród 8,5% eksportujących mikroprzedsiębiorstw 6,5%** (ponad sześć na sto) prowadzi działalność międzynarodową wyłącznie w krajach Unii Europejskiej bądź poza nią, zaś 2% mikroprzedsiębiorców jest obecna zarówno na rynku unijnym, jak i poza UE. **Spośród tych mikroprzedsiębiorców, którzy prowadzą działalność gospodarczą poza Polską 71,6% respondentów wprowadziło innowacje w ciągu ostatnich trzech lat.**

Wykres 17. Aktywność innowacyjna mikroprzedsiębiorstw a ich zasięg działania



N = 1277 w przypadku mikroprzedsiębiorstw ogółem, N = 756 w przypadku innowacyjnych mikroprzedsiębiorstw, N = 642 w przypadku mikroprzedsiębiorstw planujących innowacje.

Dane pochodzą z pytań wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Podsumowanie

Zamykając niniejszy rozdział, chcemy zwrócić uwagę na pewne zmiany, jakie zachodzą w postawach mikroprzedsiębiorców. Porównanie ich planowanej działalności innowacyjnej z faktycznie realizowaną w ostatnich trzech latach pokazuje, że jeśli chodzi o strukturę rodzajową:

- nadal podobny odsetek mikroprzedsiębiorstw planuje wprowadzać innowacje produktowe (ok. 29% firm),
- mniej mikrofirm niż dotychczas planuje wprowadzać pozostałe rodzaje innowacji (różnica ok. 7–4% w zależności od rodzaju innowacji),
- powyższe zmiany przekładają się na niewielki spadek skłonności do innowacji z dotychczas wprowadzanych ok. 1,4 innowacji na mikrofirmę do ok. 1,3,
- zmienia się nieco kolejność obrazująca zainteresowanie mikroprzedsiębiorców poszczególnymi rodzajami innowacji: więcej mikrofirm planuje realizować innowacje marketingowe niż procesowe; dotychczas więcej przedsiębiorców wprowadziło innowacje procesowe niż marketingowe,

¹⁸ Działalność eksportowa obejmuje podmioty, które prowadzą działalność na rynku UE lub poza UE oraz te, które są obecne na rynku unijnym i poza nim jednocześnie.

- w strukturze innowacji: planuje się więcej innowacji produktowych i mniej innowacji procesowych niż było to dotychczas obserwowane.

Widać także, że skłonność do podejmowania działalności innowacyjnej związana jest z doświadczeniem w tej dziedzinie. Ponad 71% (siedmiu na dziesięciu) respondentów, którzy wprowadzili w ostatnich trzech latach innowacje w swoich firmach planuje zrealizować kolejny projekt innowacyjny w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Dla porównania spośród tych, którzy nie wprowadzili w latach 2012–2014 innowacji, zdecydowanie mniej, choć wciąż sporo, bo jedna piąta (20%), zamierza podjąć działalność innowacyjną. Jeśli spojrzymy na kwestię doświadczenia przez pryzmat planujących, okazuje się, że tylko 16% z nich to firmy nowo wchodzące w obszar innowacyjności, pozostałe 84% zdobyło w ostatnich trzech latach doświadczenie w tym obszarze.

Wyniki badania GUS w zakresie innowacyjności zrealizowanego na przedsiębiorstwach o liczbie pracujących 10 i więcej wskazują, że w latach 2011–2013 aktywność innowacyjną wykazało 18,4% przedsiębiorstw przemysłowych i 12,8% przedsiębiorstw z sektora usług¹⁹. Niewątpliwie wynik 60% podmiotów wdrażających innowacje wśród mikrofirm jest zaskakujący, a nawet zastanawiający dobry.

Przyjrzyjmy się zatem przez chwilę pozytywnym i negatywnym aspektom innowacyjności mikrofirm, a właściwie mikropracodawców, odkrytym w trakcie badania PARP. Do pozytywów należy to, że ewidentnie innowacyjność się opłaca, przynosi wzrost zatrudnienia. Źródłem pomysłów na innowacje są klienci i ich potrzeby i pracownicy firm, wiele mikrofirm ma systemy motywacyjne nagradzające pomysłów pracowników. Do angażowania się w innowacyjność motywuje chęć wejścia na nowe rynki. 16% mikrofirm prowadzi działalność B+R samodzielnie, zaś ponad 8% we współpracy z innymi podmiotami. Negatywne, a może w wielu aspektach racjonalne ze względu na uwarunkowania zewnętrzne i ograniczenia wewnętrzne jest natomiast to, że mikroprzedsiębiorcom brakuje środków i czasu na angażowanie się w działalność innowacyjną. Jedna piąta to respondenci, którzy są innowacyjni, ale jedynie na poziomie firmy. Mikrofirmy koncentrują się na polskim rynku (ponad 90%), mało z nich prowadzi działalność poza krajem, relatywnie rzadko korzystają z zewnętrznych źródeł finansowania oraz brakuje im wiedzy nt. rynków i branż.

Niewątpliwie wiemy więcej o innowacyjności mikroprzedsiębiorstw – o jej dobrych i tych wymagających poprawy aspektach. Wracając do pytania zadanego we wprowadzeniu, wydaje się, że obecna działalność innowacyjna mikroprzedsiębiorstw w znacznie większym stopniu niż cztery lata temu nosi znamiona rozwojowej. A to, czy tak, jak pisał *The Economist* już w 2011 r.²⁰ umożliwimy firmom mikro warunki do wzrostu i sprawimy, że więcej podmiotów niż obecnie zaryzykuje bardziej i zaangażuje się w projekty o skali innowacyjności na poziomie kraju czy wręcz świata, zależy także od nas, instytucji, które będą wspierać przedsiębiorców w tym procesie.

¹⁹ Na podstawie informacji sygnałnej *Działalność innowacyjna w Polsce*, GUS, Warszawa 2014. Badanie GUS obejmuje przedsiębiorstwa z wyłączeniem mikroprzedsiębiorstw. Sekcje PKD 2007 objęte badaniem PARP i GUS są łącznie.

Przedsiębiorstwo aktywne innowacyjnie wg GUS to takie, które w badanym okresie wprowadziło przynajmniej jedną innowację produktową lub procesową lub realizowało w tym okresie przynajmniej jeden projekt innowacyjny, który został przerwany lub zaniechany w trakcie badanego okresu (niezakończony sukcesem) lub nie został do końca tego okresu ukończony (tzn. jest kontynuowany).

²⁰ *Schumpeter. Big and clever. Why large firms are often more inventive than small ones.* *The Economist*, 17 December 2011.

Rozdział 3

ZBYT MAŁE, ŻEBY WSPÓŁPRACOWAĆ? – ANALIZA WSPÓŁPRACY W MIKROFIRMACH

W teorii rozwiązywania konfliktów (TKI *Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument*¹) współpraca wydaje się jednym z najbardziej efektywnych stylów rozwiązywania sytuacji spornej. Istotą tego podejścia jest postrzeganie każdej ze stron jako równie ważnej oraz uwzględnianie potrzeb każdej z nich. Dla porównania kompromis zakłada, że każda ze stron musi z czegoś zrezygnować, aby osiągnąć porozumienie.

Jednak o współpracy zwykło się myśleć nie tylko w sytuacji spornej. Okazję do szeroko pojętej współpracy można napotkać na każdym kroku, ale jej główne założenia pozostają te same: chodzi o to, aby uwzględnić potrzeby wszystkich zaangażowanych, co prowadzi do synergii działań, czyli wytworzenia wartości dodanej.

Dlatego temat współpracy przedsiębiorstw jest podejmowany w różnych publikacjach, również tych przygotowanych przez PARP, dość często. Niniejszy artykuł jest kolejną cegiełką, która sprawia, że obraz przedsiębiorczości jest bardziej kompletny. W tej odsłonie tematu koncentrujemy się na zagadnieniu współpracy w mikroprzedsiębiorstwach, szczególnie przyglądając się ich działalności innowacyjnej.

Artykuł w głównej mierze bazuje na danych zgromadzonych w ramach badania innowacyjności mikrofirm, które PARP przeprowadziła w 2014 roku. W badaniu zbadano losową próbę 1277 firm mikro (zatrudniających od 1 do 9 pracowników) techniką CAPI.

Współpraca firm

Okazuje się, że poziom współpracy przedsiębiorstw w Polsce na tle innych krajów wygląda pozytywnie, choć współpraca w zakresie działalności innowacyjnej nie wygląda już tak dobrze. Na przykład w zakresie produkcji w Polsce w 2012 roku współpracowało prawie 64% przedsiębiorców, a w zakresie zakupów aż 66% przedsiębiorców. Za to przy tworzeniu nowych produktów lub usług współpracę podjęło ok. 27% przedsiębiorstw². Najnowsze badanie PARP dotyczące mikrofirm pokazuje, że w momencie badania 22% firm nie prowadziło współpracy, czyli aż 78% taką współpracę prowadziło. Zdecydowana większość współpracuje obecnie z innymi przedsiębiorstwami krajowymi (42%) lub z przedsiębiorstwem z tej samej grupy kapitałowej (23%). Współpraca z sektorem nauki i instytucjami otoczenia biznesu jest stosunkowo rzadka – najczęściej mikrofirmy współpracowały z krajowymi ośrodkami B+R (4%) (wykres 1). W większości przypadków obecna współpraca ma charakter ciągły (58%). Dodatkowo, 13% firm twierdzi, że ich współpraca jest ciągła, a jej natężenie się zwiększa. Dla 29% współpraca miała charakter jednorazowy (wykres 2).

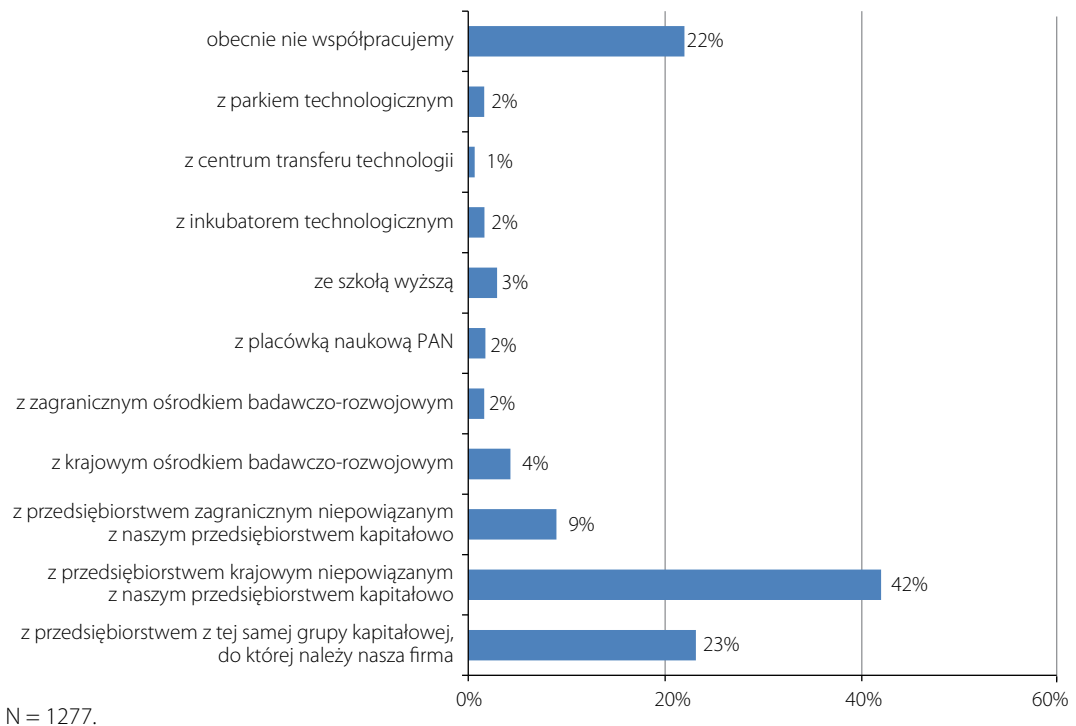
¹ <https://www.cpp.com/Pdfs/smp248248.pdf> (pobrane 10.03.2015).

² D. Węclawska, P. Zbierowski, A. Tarnawa, M. Bratnicki, *Global Entrepreneurship Monitor. Polska*, PARP 2013, s. 53.

Zaufanie

Zatem można śmiało stwierdzić, że przedsiębiorcy współpracują i to dużo. Może się to wydawać zaskakujące w kontekście wyników badań kapitału społecznego, a szczególnie jednej jego składowej – zaufania, które przekłada się zwykle na skłonność do współpracy. Profesor Czapiński w cyklicznie prowadzonym badaniu *Diagnoza Społeczna* szacuje, że zaufanie w Polsce od lat utrzymuje się na poziomie ok. 12%³⁴. Jak się jednak okazuje, przedsiębiorcy, którzy stanowią kilkanaście procent różnią się znacznie od reszty społeczeństwa. Badania prof. Gardawskiego pokazują, że wśród przedsiębiorców zaufanie do innych ludzi jest na poziomie ok. 40%⁵.

Wykres 1. Partnerzy bieżącej współpracy mikrofirm



Pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

W badaniu firm mikro również podjęto próbę zmierzenia poziomu zaufania. Poproszono respondentów o ocenę czy zaufanie do partnerów się opłaca (1) czy się źle kończy (7). Średnio przedsiębiorcy ocenili to zaufanie na poziomie 3,35 (im wartość wyższa, tym zaufanie niższe), czyli nieznacznie powyżej wartości środkowej. Zauważono istotne różnice pomiędzy firmami, w zależności od tego, czy prowadzą (lub prowadziły) czy nie współpracę z innymi przedsiębiorstwami. W grupie firm, które nie

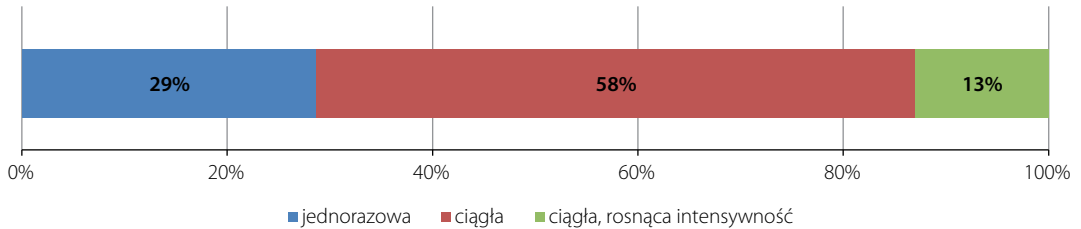
³ W badaniu European Social Survey, które ma bardziej czułą skalę poziom zaufania szacowany jest na poziomie 16%.

⁴ J. Czapiński (red), T. Panek, *Diagnoza Społeczna 2013*, Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego 2013.

⁵ J. Gardawski (red.); *Rzemieślnicy i biznesmeni. Właściciele małych i średnich przedsiębiorstw prywatnych* Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2013, s. 192.

współpracowały zaufanie średnio było na poziomie 3,55 (czyli powyżej wartości średniej dla wszystkich firm), a wśród firm, które taką współpracę próbowaly nawiązać średnia wyniosła 2,94. Czyli potwierdza to, że poziom zaufania ma pozytywny wpływ na poziom współpracy w mikrofirmach. Jest to spójne z wynikami profesora Gardawskiego.

Wykres 2. Charakter bieżącej współpracy



N = 971.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Współpraca przy wdrażaniu innowacji

Jak już zostało na wstępie zaznaczone, współpraca firm generuje powstawanie wartości dodanej, która może służyć wszystkim partnerom. Przejdźmy do tego, czym ta współpraca może być i gdzie współpraca może okazać się szczególnie cenna dla przedsiębiorstwa.

Temat współpracy przy wdrażaniu innowacji staje się w ostatnich latach coraz bardziej aktualny. Statystycznie – im więcej pomysłów na innowacje, tym lepsza jest jakość tych najlepszych⁶. We współczesnym świecie nie jest wystarczające, aby wdrażać jak najwięcej innowacji, ponieważ mogą one być zbyt drogie, ryzykowne, a w rezultacie mogą nie wpływać pozytywnie na funkcjonowanie firmy. Chodzi o to, aby innowacje wdrażać efektywniej⁷. Ponieważ wartość najlepszego pomysłu rośnie wraz z różnorodnością otrzymanych pomysłów, dlatego tak ważny jest dostęp do jak najszerszej ich bazy⁸.

Gdzie zatem szukać tych pomysłów? Prawo Joy'a głosi, że większość mądrych ludzi pracuje dla kogoś innego⁹. Dlatego też pomysłów warto szukać poza własną firmą. Jest to podstawa koncepcji otwartych innowacji (*open innovation*). Jest to też kluczowy argument za tym, że przy wdrażaniu innowacji warto współpracować. Dodatkowe argumenty za tym są szczególnie istotne w przypadku MSP, w tym firm mikro. Firmy te, ze względu na swój rozmiar (a co za tym idzie ograniczone zasoby materialne i ludzkie), nie mogą zająć się wszystkimi działaniami, które są niezbędne, aby z sukcesem wdrożyć

⁶ A. King, K.R. Lakhani, *Using Open Innovation to Identify the Best Ideas* in: *MIT Sloan Management Review*, Fall 2013, s. 42.

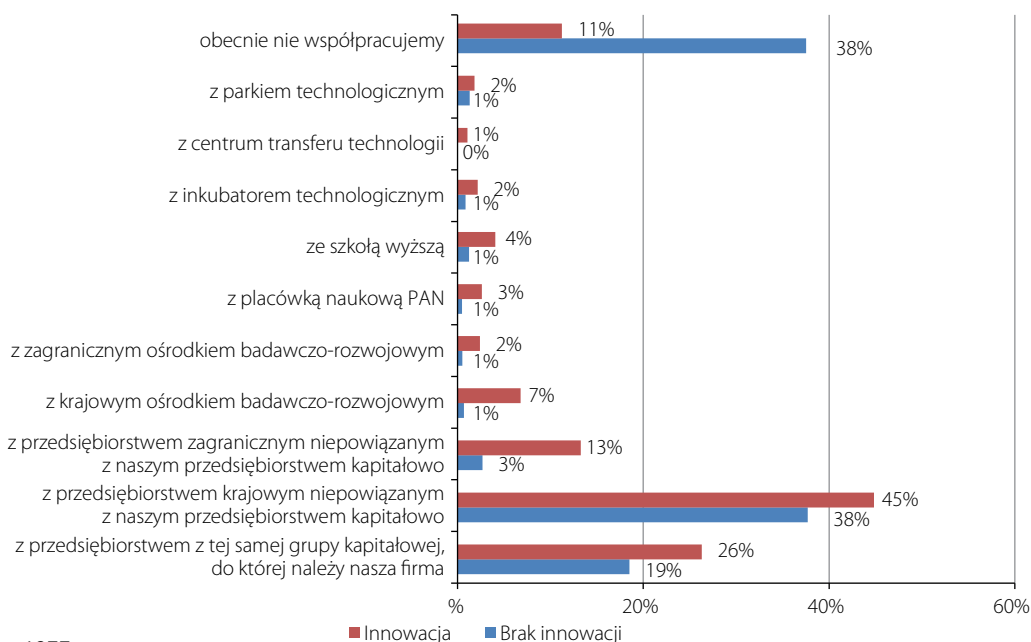
⁷ D. Irvine, J. Wilson, *Lessons from water and lemons: Open Innovation*, http://www.huffingtonpost.co.uk/dominic-irvine/open-innovation_b_6553108.html, dostęp: 29.01.2015.

⁸ A. King, op.cit.

⁹ Stwierdzenie „Nieważne, kim jesteś, większość najbystrzejszych ludzi pracuje dla kogoś innego” przypisywane jest Billowi Joy'owi – założycielowi Sun Microsystems. Twierdzenie takie łączy się z wysnutymi przez F. Hayek'a w 1954 roku wnioskami, według których na poziomie makro wiedza jest rozłożona w gospodarce nierówno (F. Hayek, *The Use of Knowledge in Society*, w: *The American Economic Review*, 1945) za: K.R. Lakhani, J.A. Panetta, *The Principles of Distributed Innovation*, The Berkman Center For Internet & Society At Harvard Law School, Research Publication No. 2007-7, s. 2.

innowacje¹⁰. Dodatkowo MSP są silniej związane siecią nieformalnych kontaktów, którą mogą wykorzystać we wdrożeniu innowacji¹¹. Przedsiębiorcy częściej współpracują z siecią bliższą (czyli współmałżonkami, członkami rodzin, przyjaciółmi itp.) niż z siecią dalszą¹². Sieć bliższa zapewnia wsparcie emocjonalne, wrażliwe informacje rynkowe czy dostęp do zasobów finansowych. Badania pokazują też, że MSP należące do sieci są też bardziej innowacyjne¹³. Potwierdza to również badanie PARP na mikrofirmach. Analizując wyniki badania w rozbiciu na firmy, które w ostatnich trzech latach wdrożyły lub nie innowacje, pierwsze, co rzuca się w oczy, to fakt, że wśród firm, które wdrożyły innowacje poziom współpracy jest zdecydowanie wyższy (89% do 62%). Inna wyraźna różnica dotyczy współpracy z przedsiębiorstwem zagranicznym (o 10 p.p. przeważa wśród firm, które innowacje wdrożyły) (wykres 3). Zatem nie tylko poziom współpracy jest wyższy w firmach innowacyjnych, ale również ta współpraca jest bardziej „zaawansowana”. Powyższe rozważania pokazują, że współpraca daje mikrofirmom lepsze możliwości wdrożenia bardziej efektywnych innowacji, co z kolei pozwala na uzyskanie przewagi rynkowej.

Wykres 3. Współpraca bieżąca wśród mikrofirm, które wdrożyły lub nie wdrożyły innowacji w ostatnich 3 latach



N = 1277.

Różnica między grupami jest istotna statystycznie (statystyka p dla testu Chi-kwadrat wyniosła 0,000).

Pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

¹⁰ S. Brunswicker, V. Van de Vrande, *Exploring Open Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises*, w: *New Frontiers in Open Innovation*, red: Chesbrough H., Vanhaverbeke W., West J., Oxford University Press 2014, s. 136.

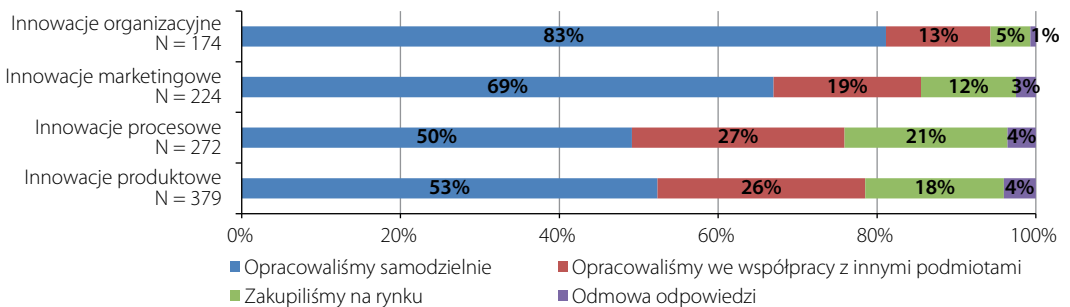
¹¹ A. Macpherson, R. Holt, *Knowledge, learning and small firm growth: A systematic review of the evidence*, w: *Research policy* 36(2), 2007, ss. 172–192.

¹² D. Węclawska i in. op.cit. s. 38.

¹³ F. Ceci, D. Lubatti, *Personal relationships and innovation diffusion in SME networks: A content analysis approach*, w: *Research policy* 41(3), 2012, ss. 565–579.

Ale czy firmy mikro korzystają z zalet współpracy w tym zakresie? Jak wynika z badania PARP, w zależności od typu innowacji z innymi podmiotami współpracowało od 13 do 26% firm, innowacje zakupiło od 5 do 21% mikrofirm. Mikrofirmy były zdecydowanie najmniej otwarte na współpracę w przypadku innowacji organizacyjnych, a najbardziej procesowych i produktowych (wykres 4). Przy wdrażaniu innowacji firmy współpracowały najczęściej z innymi przedsiębiorstwami. 45% mikrofirm współpracowało z firmami krajowymi niepowiązanymi, 30% z firmami z tej samej grupy kapitałowej, a 14% z przedsiębiorstwami zagranicznymi. Ośrodki naukowe zdecydowanie rzadziej były partnerami mikrofirm przy wdrażaniu innowacji (wykres 5).

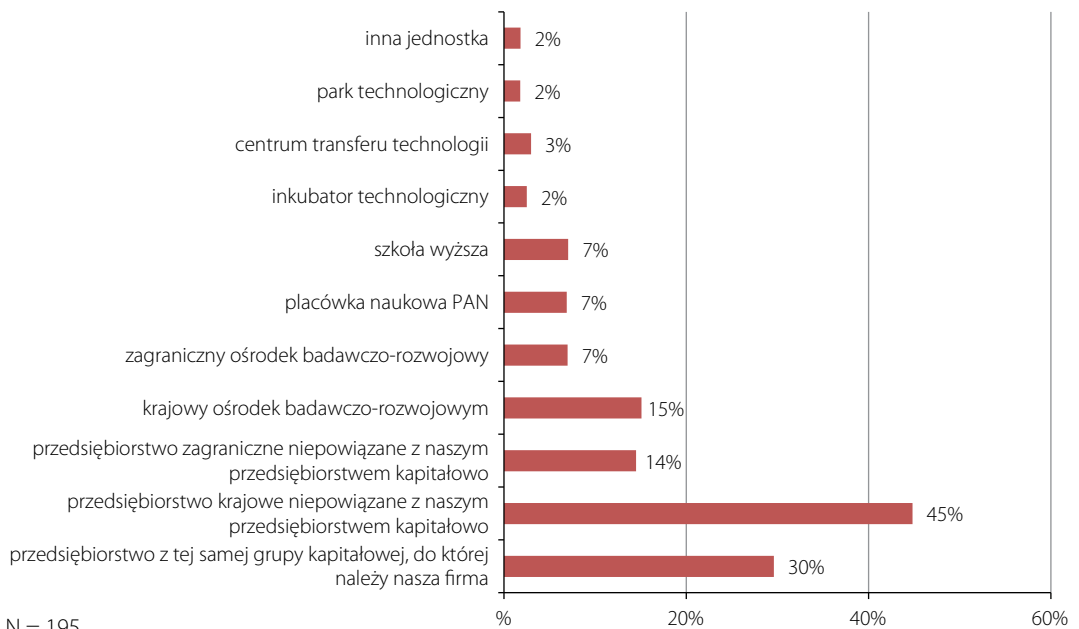
Wykres 4. Współpraca mikrofirm przy wdrażaniu poszczególnych typów innowacji (innowacje wdrożone w ostatnich 3 latach)



Pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Wykres 5. Partnerzy mikrofirm przy wdrażaniu innowacji (innowacje wdrożone w ostatnich 3 latach)

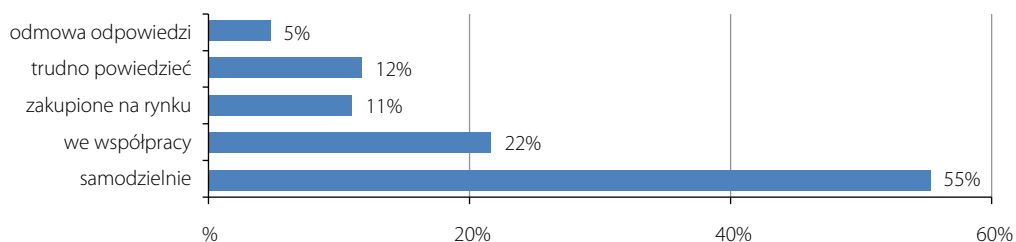


Pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Spośród mikrofirm planujących wprowadzać innowacje w kolejnym roku ponad połowa chce to zrobić samodzielnie, a niecała ¼ we współpracy (wykres 6). Współpracę najchętniej podejmą z innym przedsiębiorstwem krajowym (50%), z przedsiębiorstwem z tej samej grupy kapitałowej (27%) lub z przedsiębiorstwem zagranicznym (19%) (wykres 7). Warto również zauważyć, że w porównaniu z partnerami, którzy współpracowali już z mikrofirmami przy wdrażaniu innowacji w ostatnich trzech latach (por. wykres 5), częściej (o 5 p.p.) wymieniane były szkoły wyższe, inkubatory technologiczne i firmy zagraniczne, a rzadziej krajowe ośrodki B+R.

Wykres 6. Plany mikrofirm w zakresie współpracy przy wdrażaniu innowacji

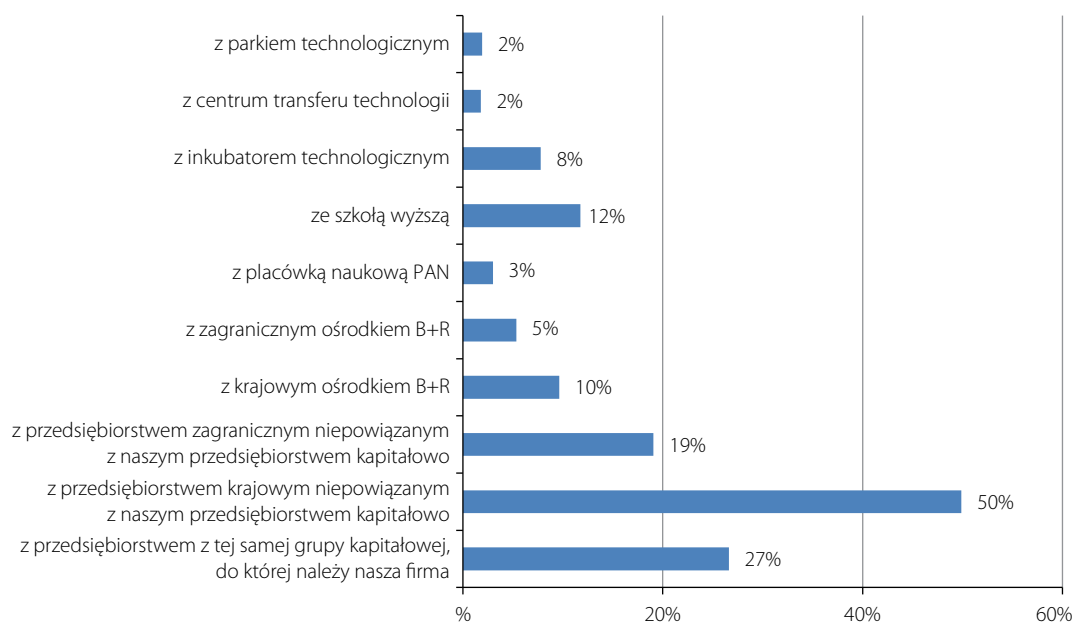


N = 124.

Pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Wykres 7. Planowani partnerzy współpracy przy wdrażaniu innowacji w mikrofirmach



N = 124.

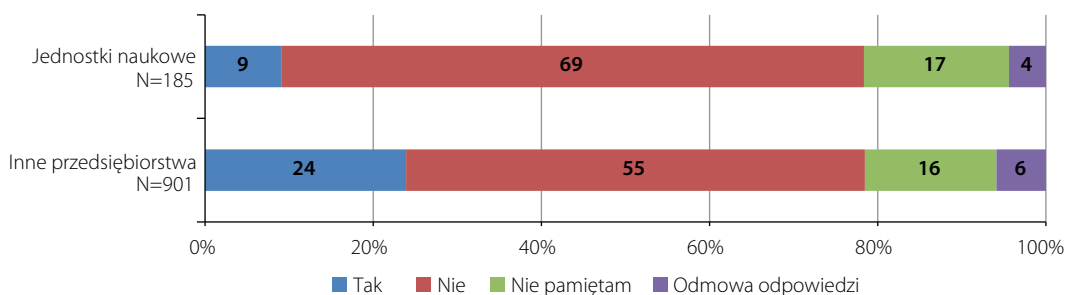
Pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Ocena przebiegu współpracy

Wiemy już, że firmy mikro powinny współpracować i dlaczego. Wiemy też, że część z nich ma tego świadomość i rzeczywiście współpracuje. Wiemy również, że firmy współpracują głównie z innymi przedsiębiorstwami, znacznie rzadziej z jednostkami naukowymi. Przyjrzyjmy się teraz, jak ta współpraca przebiega. Okazuje się, że aż ¼ mikrofirm doświadczyła barier w nawiązywaniu i trwaniu współpracy z innymi przedsiębiorstwami. Dla porównania w przypadku współpracy z jednostkami naukowymi barier doświadczyło jedynie 9% firm (wykres 8). Główne bariery to trudności w znalezieniu odpowiedniego partnera (52%), trudności w koordynacji współpracy (46%) i nieuczciwość partnera (40%) (wykres 9). Zatem niedobory kapitału społecznego w postaci niedostrzegania obopólnych korzyści ze współpracy, braku wzajemnego zaufania czy wręcz nieuczciwość wpływają wciąż na poziom współpracy pomiędzy mikrofirmami.

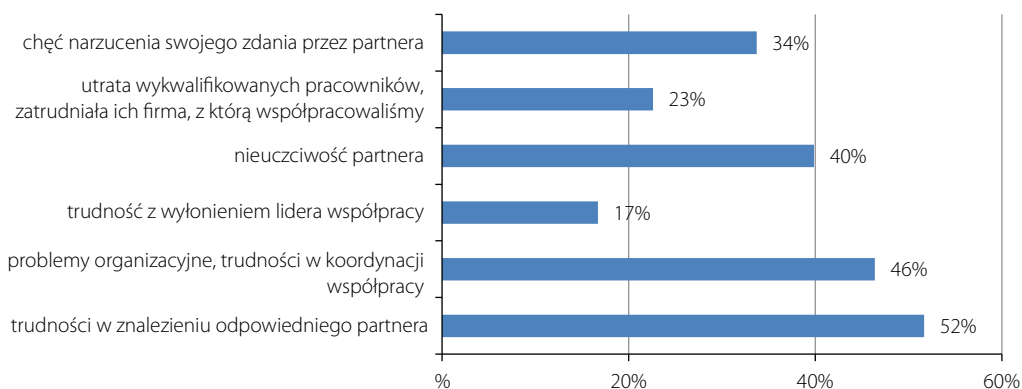
Wykres 8. Bariery napotkane przez mikrofirmy przy nawiązywaniu i trwaniu współpracy (%)



Pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Wykres 9. Rodzaje napotkanych barier we współpracy z innymi przedsiębiorstwami¹⁴



N = 215.

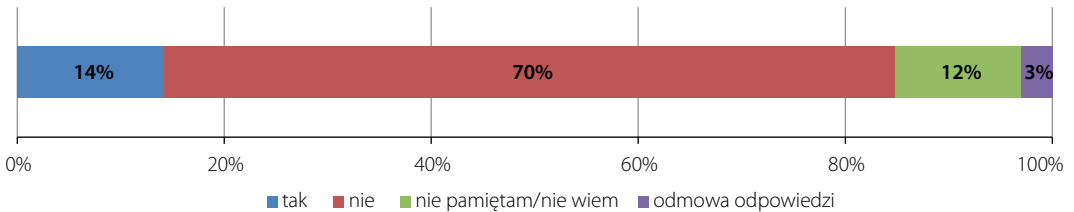
Pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

¹⁴ Liczba firm (N), które odpowiedziały na pytanie o rodzaje napotkanych barier we współpracy z jednostkami naukowymi jest zbyt niska.

Spośród firm, które nie współpracowały dotychczas z innymi firmami, aż 70% w ogóle nie próbowało takiej współpracy nawiązać, głównie z braku takiej potrzeby (80%), a w drugiej kolejności ponieważ uważało się za zbyt małe (wykres 10 i 11). Zatem nie tylko braki w kapitale społecznym, ale również braki świadomości z korzyści, jakie taka współpraca może przynieść wpływają na obniżenie poziomu współpracy w mikrofirmach.

Wykres 10. Próby nawiązania współpracy z innymi przedsiębiorstwami

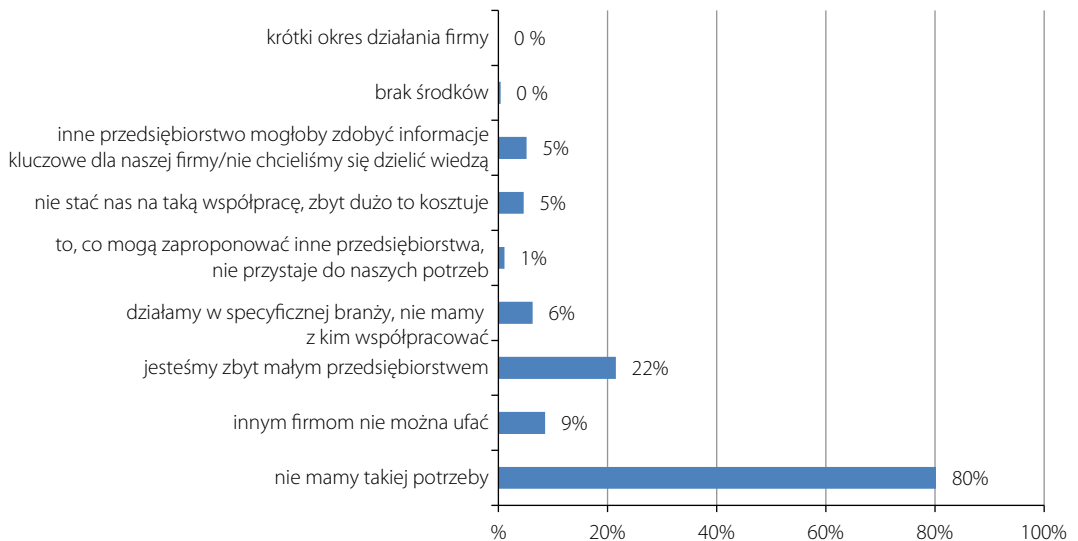


N = 412.

Pytanie zadane firmom, które do tej pory nie podjęły współpracy z innymi przedsiębiorstwami.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Wykres 11. Powody braku zainteresowania współpracą z innymi przedsiębiorstwami



N = 290.

Pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce zrealizowanego na zlecenie PARP w 2014 r.

Podsumowanie

Po pierwsze należy zauważyć i podkreślić, że polscy przedsiębiorcy wyróżniają się na tle społeczeństwa wysokim poziomem zaufania, które przekłada się na wysoki poziom współpracy.

Po drugie firmy (również mikro) w mniejszym zakresie współpracują przy działalności innowacyjnej. W przypadku firm mikro współpracę przy innowacjach podejmowało 13–26% (w zależności od typu innowacji), a ogólnie podejmowanie współpracy deklarowało prawie 80% firm.

Po trzecie mikrofirmy współpracują głównie z innymi przedsiębiorstwami, rzadziej z jednostkami naukowymi, choć zdecydowanie lepiej oceniają współpracę z tymi drugimi.

Co również ważne, mikrofirmy nie współpracują, ponieważ nie widzą takiej potrzeby lub uważają się za zbyt małe. Jest to wręcz paradoksalne myślenie, ponieważ właśnie ich mały rozmiar i ograniczone zasoby powodują, że dla własnego rozwoju najmniejsze podmioty powinny podejmować się współpracy. Podstawową zaletą współpracy jest bowiem to, że dzięki niej tworzy się coś więcej niż partnerzy stworzyliby niezależnie. Paradoks wynika też z niskiej świadomości korzyści płynących ze współpracy i pokazuje, że jest to wciąż aktualny temat dla instytucji wspierających przedsiębiorczość w kraju. Tym bardziej aktualny, że wiele wskazuje na to, że przyszłe modele innowacyjności w coraz większym zakresie będą się opierać na zasobach znajdujących się w otoczeniu firmy, a nie w samej firmie.

Z drugiej strony wśród firm, które współpracę prowadziły na czoło wysuwają się problemy organizacyjno-komunikacyjne oraz nieuczciwość partnera.

Obrazem problemów, z którymi borykają się mikrofirmy będzie następująca historia z życia wzięta: firma jednoosobowa: nazwijmy ją A, na stałe współpracuje z mikrofirmą B (zatrudniającą ok. 5 osób) przy realizacji wspólnych projektów. Pewnego dnia ogłoszono konkurs na realizację projektu X. Firma B decyduje się na udział w konkursie. Jednocześnie firma A porozumiała się z firmą C (która jest własnością bliskiego znajomego właściciela A), że firmy razem staną do konkursu. Muszą jednak zrobić to pod marką A, ponieważ ta ma niezbędne do udziału w konkursie doświadczenie. Firmy A i C umawiają się, że A udostępni swoją nazwę i doświadczenie, a C zajmuje się przygotowaniem projektu do konkursu. Samodzielnie firmy A i C nie wzięłyby udziału w konkursie (A brakowało czasu na przygotowanie projektu konkursowego, a C brakowało wymaganego doświadczenia). Jednocześnie A ustala z B, że nie przeszkadza im, że w tym wypadku za sobą konkurują.

Zwycięzcą w konkursie zostają A i C. I w tym momencie zamiast radości z pozyskania zlecenia pojawiają się komplikacje. Okazuje się, że firmy A i C nie omówiły, co będzie, gdy wygrają i w jaki sposób podzielą się pracą. Okazało się również, że firmy mają sprzeczne oczekiwania – C uważa, że powinna być stroną umowy z inwestorem, a nie jedynie podwykonawcą. Z tym nie zgadza się A. Pojawiają się również kwestie podziału wynagrodzenia. Jak się kończy ta historia? Na dzień dzisiejszy nie wiadomo, spór na razie trwa.

Jaki jest z tego morał dla rozważań o współpracy mikroprzedsiębiorstw? Po pierwsze widzimy, że mikrofirmy potrafią jednocześnie współpracować i konkurować (jak A i B). Po drugie potwierdza się, że razem mikrofirmy mogą więcej (jak A i C). Wreszcie widać, że mikrofirmy współpracują, tu w ramach sieci bliższej, jednak brak im wiedzy i narzędzi, jak taką współpracę zorganizować i jak nią zarządzać.

Rozdział 4

BUDOWANIE POTENCJAŁU INNOWACYJNEGO FIRM W POLSCE – WYNIKI PROGRAMU OPERACYJNEGO INNOWACYJNA GOSPODARKA

Dotacje na innowacje

Gdy w latach 2005–2007 w Polsce programowano wsparcie w ramach „nowej perspektywy”, przed instytucjami nowego systemu wdrażania funduszy europejskich na lata 2007–2013 stało – wydać by się mogło – niewyobrażalne zadanie trafnego i efektywnego zagospodarowania ogromnej na ówczesne czasy puli środków przyznanych na realizację polityki spójności Unii Europejskiej w Polsce¹. Szczególnie trudnym zadaniem okazać się miało odpowiednie zaplanowanie instrumentów proinnowacyjnych i efektywne przetransferowanie ponad 10 mln EUR do sektorów nauki i gospodarki oraz ich otoczenia w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007–2013 (PO IG). Zaprojektowana paleta instrumentów była niespotykaną dotąd ofertą finansowania zewnętrznego dla przedsiębiorstw w Polsce. Była szansą na pozyskanie stosunkowo taniego kapitału (głównie w postaci bezzwrotnych dotacji) – zarówno dla tych planujących wejść na ścieżkę innowacyjnego rozwoju jak również dla firm, które od lat z powodzeniem wdrażały innowacje. Z jednej strony oferta ta odzwierciedlała pełny cykl życia innowacji² a z drugiej – była dostosowana do możliwości określonych grup docelowych i aktualnych potrzeb rozwojowych polskiej gospodarki.

Znaczna część przygotowanych narzędzi wsparcia nie była dotąd testowana na polskim gruncie. Były to niejednokrotnie rozwiązania zaadaptowane, z powodzeniem funkcjonujące od wielu lat w krajach „starej piętnastki” (np. paszport do eksportu, wsparcie sieci *business angels* czy ponadregionalnych sieci kooperacyjnych) lub zupełnie innowacje – eksperymenty w krajowym systemie innowacji, trudne do weryfikacji *ex ante* w jaki sposób sprawdzą się na polskim gruncie. Postawione ambitne cele (*goals*) i wartości wskaźników wykonania (*targets*) z jednej strony nie miały w Polsce adekwatnych narzędzi pomiarowych, z drugiej – wymagały precyzyjnego zoperacjonalizowania w kontekście szerszej teorii Programu³. Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości – funkcjonującej jako instytucja wdrażająca również w poprzedniej unijnej perspektywie wsparcia przedsiębiorstw⁴ – powierzono do realizacji największą liczbę proinnowacyjnych instrumentów i środków pomocowych PO IG adresowanych

¹ Alokacja środków w ramach Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia na lata 2007–2013 wynosiła ponad 100 mld EUR, z czego ok. 85% stanowiły środki pochodzące z funduszy europejskich.

² Koncepcja ekosystemu proinnowacyjnego (por. *Research and innovation as sources of renewed growth – Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic And Social Committee and the Committee Of The Regions*, Bruksela, 2014, s. 10 – <http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/state-of-the-union/2013/research-and-innovation-as-sources-of-renewed-growth-com-2014-339-final.pdf> z 18 lutego 2015 r.).

³ Por. *Theory-Based Impact Evaluation: Principles and Practice*, Howard White, International Initiative for Impact Evaluation, June 2009 (http://www.3ieimpact.org/media/filer_public/2012/05/07/Working_Paper_3.pdf z 18 lutego 2015 r.).

⁴ Por. *System wdrażania Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw, 2004–2006*.

bezpośrednio do firm i instytucji otoczenia biznesu⁵. Po wypracowaniu szczegółowych reguł udzielania dofinansowania i uruchomieniu pierwszych konkursów PARP zaprojektowała również odpowiedni system ewaluacji on-going – „Barometr Innowacyjności”⁶. Miał on za zadanie na bieżąco dostarczać (w trakcie postępu Programu) informacji zwrotnej o wynikach projektów realizowanych przez przedsiębiorstwa i o skuteczności proinnowacyjnych Działań PO IG w realizacji założonych celów.

Główny cel Programu zdefiniowano jako „Rozwój polskiej gospodarki w oparciu o innowacyjne przedsiębiorstwa”. Realizacja działań wspierających przedsiębiorstwa miała przyczynić się do budowy gospodarki opartej na wiedzy przez wzmocnienie sektora B+R działającego na rzecz rozwoju gospodarki i przedsiębiorstw wprowadzających innowacyjne rozwiązania. Cele szczegółowe PO IG to m.in. „zwiększenie innowacyjności przedsiębiorstw, zwiększenie roli nauki w rozwoju gospodarczym, zwiększenie udziału innowacyjnych produktów polskiej gospodarki w rynku międzynarodowym, tworzenie trwałych i lepszych miejsc pracy”⁷. Strategia realizacji celów szczegółowych Programu koncentrowała się na inwestycjach w B+R i innowacje, jednak była realizowana w ramach szerszego systemu wspierania konkurencyjności polskiej gospodarki⁸ (poprzez wzmocnianie innowacyjności przedsiębiorstw i ich otoczenia oczekiwano wzrostu konkurencyjność całej gospodarki).

Operacyjną definicję innowacji w ramach PO IG zapożyczono z Podręcznika Oslo⁹, gdzie innowacja to „wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem”. „W PO IG podkreślona została największa rola inwestycji, w wyniku których powstają nowe lub znacząco ulepszone produkty. Uwaga została więc zwrócona ku innowacjom produktowym i procesowym. Warto podkreślić, że wspomniana publikacja (Podręcznik Oslo) za minimalny wymóg zaistnienia innowacji uważa sytuację, w której wprowadzany produkt, proces, metoda marketingowa lub metoda organizacyjna są nowe dla firmy. Możliwe jest więc nie tylko zaliczenie w poczet innowacji rozwiązań, które dana firma opracowała jako pierwsza, ale także takich, które zostały przyswojone od innych firm czy podmiotów. Zapisy PO IG pozostają z tym w zgodzie,

⁵ Por. http://www.poig.2007-2013.gov.pl/OrganizacjaFunduszyEuropejskich/Documents/wykres_02012014.pdf z dnia 12 marca 2015 r.

⁶ Projekt „Barometr Innowacyjności – ewaluacja on-going Działań PO IG skierowanych do przedsiębiorstw” jest realizowany przez PARP w latach 2011–2015 w oparciu o technikę *Computer Assisted Web Interviewing*. Projekt obejmuje działania Programu wdrażane przez PARP, bezpośrednio skierowane do przedsiębiorstw (1.4-4.1, 3.3.2, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1, 8.1 i 8.2). Co do zasady, wszyscy beneficjenci Programu zapraszani są do udziału w badaniu dwukrotnie: w trakcie realizacji (pomiar początkowy, po ok. jednej trzeciej okresu realizacji projektu) oraz 2 lata po zakończeniu projektu (pomiar końcowy, w okresie trwałości projektu). Badanie jest realizowane w cyklach półrocznych w oparciu o przyjęty schemat doboru. Dotychczas zakończono realizację siedmiu półrocznych edycji ewaluacji (od września 2011 r. do grudnia 2014 r.). W ramach badań w pomiarze końcowym dotychczas zrealizowano 1861 wywiadów, a w pomiarze początkowym 6089. Wykonawcą badania jest konsorcjum spółek ARC Rynek i Opinia oraz Exacto. Metodologia została opracowana przez PARP we współpracy z The Gallup Organization Poland Sp. z o.o. oraz CASE-Doradcy Sp. z o.o. Więcej informacji o projekcie na stronie PARP www.parp.gov.pl w zakładce Badania i ewaluacje/Ewaluacja PARP/Barometr Innowacyjności (por. J. Pokorski, *Innowacyjne przedsiębiorstwa Innowacyjnej Gospodarki. Wnioski z Barometru Innowacyjności PARP* w: P. Zadura-Lichota (red.), *Świt innowacyjnego społeczeństwa. Trendy na najbliższe lata*, PARP 2013).

⁷ Por. Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007–2013, październik 2013.

⁸ Por. Cel strategiczny Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia, na lata 2007–2013 – „tworzenie warunków dla wzrostu konkurencyjności gospodarki polskiej opartej na wiedzy i przedsiębiorczości, zapewniającej wzrost zatrudnienia oraz wzrost poziomu spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej” (Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007–2013 wspierające wzrost gospodarczy i zatrudnienie, MRR, Warszawa, 2007)

⁹ *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, OECD&EUROSTAT 2006.

bowiem wskazują, że innowacyjność »nie ma charakteru obiektywnego, lecz relatywny, w odniesieniu do konkretnego przedsiębiorstwa, które wdrażając u siebie innowację staje się – w danym okresie – przedsiębiorstwem innowacyjnym«. (...) Jednocześnie w dokumencie PO IG wskazano, że wspierane będą zarówno innowacje o charakterze przełomowym (*radical*), jak i innowacje polegające na ulepszaniu (*incremental*). (...) Sądzić można, że intencją autorów PO IG było podkreślenie zamiaru wspierania najbardziej innowacyjnych w szerszej skali (co najmniej krajowej) rozwiązań. Z drugiej strony pozostawiono, z racji stanu rozwoju polskiej innowacyjności, otwartą drogę do absorpcji innowacji, czyli realizacji strategii imitacyjnej¹⁰. Wskazywano, że konieczna jest poprawa innowacyjności przedsiębiorstw (w szczególności MSP) „we wszelkich jej aspektach”¹¹.

Na początku 2015 r.¹² – ostatnim roku ponoszenia wydatków współfinansowanych w ramach Programu – oraz w roku, w których co najmniej co piąty dofinansowany projekt PO IG zrealizowany przez przedsiębiorców przekroczył połowę swojego okresu trwałości efektów, warto sformułować pierwsze podsumowanie skuteczności udzielanych dotacji na innowacje. W ramach niniejszego opracowania skoncentrowano się na 3 wymiarach skuteczności PO IG – 1) aktywności przedsiębiorstw na polu innowacji i 2) stanu potencjału proinnowacyjnego beneficjentów PO IG oraz 3) rozwoju ekonomicznego dofinansowanych firm w długim horyzoncie czasu, odnoszącego się do strategicznych celów i oczekiwanego oddziaływania wsparcia (wpływu na konkurencyjność przedsiębiorstw wdrażających innowacje).

Omówione poniżej dane odwołują się do wyników ewaluacji on-going Działań PO IG skierowanych do przedsiębiorstw, realizowanych przez PARP w ramach projektu „Barometr Innowacyjności”. Badanie realizowano począwszy od 2011 r. w ramach siedmiu kolejnych półrocznych edycji (pomiarów) na populacji przedsiębiorstw korzystających z dofinansowania Działań 1.4-4.1, 3.3.2, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 8.1 i 8.2 PO IG¹³, z każdą kolejną edycją dostarczając pełniejszego obrazu pokazującego rezultaty udzielonego wsparcia. Co do zasady, w rozdziale przedstawiano wyniki zbiorcze odnoszące się do wszystkich Działań PO IG wdrażanych przez PARP, z których bezpośrednio korzystali przedsiębiorcy. Jednak szczególnie nacisk w przedstawionej analizie położony został na działania o charakterze inwestycyjnym (z dominującym komponentem inwestycji wdrożeniowych)¹⁴, realizowane przez PARP w ramach IV osi priorytetowej PO IG (tytuł osi – *Inwestycje w innowacyjne przedsięwzięcia*):

- Działaniu 4.4 – *Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym* – zakładającym intensywne wsparcie inwestycji w przełomowe innowacje technologiczne (w skali światowej, o niewielkim rozprzestrzenieniu w branży, o pozytywnym oddziaływaniu na środowisko);
- Działaniu 4.2 – *Stymulowanie działalności B+R przedsiębiorstw oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego* – zakładającym dofinansowanie inwestycji firm w infrastrukturę laboratoriów badawczo-rozwojowych (w tym przyszłych Centrów Badawczo-Rozwojowych) oraz dostosowanie procesów wytwórczych na potrzeby wdrożenia innowacyjnego wzornictwa dla produktu;

¹⁰ Ocena wpływu Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na zwiększenie innowacyjności przedsiębiorstw. Raport końcowy, Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju 2014, s. 38–39 (<http://www.poiig.2007-2013.gov.pl/AnalizyRaportyPodsumowania/Strony/default.aspx#strona=1&zakladka=2> z 18 lutego 2015 r.).

¹¹ Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007–2013, październik 2013, s. 35.

¹² Niniejsze opracowanie powstało w I kwartale 2015 r.

¹³ Por. przypis nr 6.

¹⁴ Przedmiot dofinansowania, poza zasadniczą częścią inwestycyjną (np. zakupów środków trwałych, wartości niematerialnych i prawnych) uwzględniał specjalistyczne usługi doradcze lub szkoleniowe, ściśle związane z przedmiotem inwestycji. Natomiast w przypadku Działania 1.4 stanowił on przede wszystkim badania przemysłowe lub prace rozwojowe, poprzedzające wdrożenia finansowane w Działaniu 4.1.

- Działaniu(-ach) 1.4-4.1 – to *de facto* tandem dwóch instrumentów¹⁵ – *Wsparcie projektów celowych* i *Wsparcie wdrożeń wyników prac B+R* – w II etapie (4.1) finansujących inwestycje wdrożeniowe dotyczące innowacji, będących wynikiem prac B+R prowadzonych przez firmy w I etapie (1.4 PO IG lub Inicjatywa Technologiczna I).

Zarówno zakres możliwego finansowania¹⁶, grupa docelowa, która mogła korzystać ze wsparcia (przedsiębiorstwa wysokiego wzrostu¹⁷ – MSP, jak również duże) oraz wspólne cele na poziomie osi priorytetowej były zbieżne dla trzech przedstawionych Działań. Ponadto budżet powyższych instrumentów stanowił główną część środków PO IG, którymi PARP dysponowała dla innowacyjnych przedsiębiorstw w perspektywie 2007–2013. Łączny budżet powyższych Działań IV osi PO IG stanowił 61% ogółu alokacji Działań PO IG, powierzonych do realizacji PARP (wliczając w to również budżet projektów systemowych i pilotażowych, wsparcia budowy infrastruktury parków naukowo-technologicznych, rozwoju innowacyjnych klastrów czy innych ośrodków innowacyjności). Natomiast w porównaniu z łącznym budżetem Działań Programu adresowanych bezpośrednio do przedsiębiorstw (w ramach konkursów organizowanych przez PARP w Działaniach 1.4-4.1, 3.3.2, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 8.1 i 8.2) – budżet „czwórek” (Działań 1.4-4.1, 4.2 i 4.4) stanowił ponad 3/4 tych środków (blisko 11 mld zł).

Aktywność innowacyjna

Aby sformułować wnioski dotyczące rozwoju aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw korzystających z dofinansowania PO IG, w pierwszej kolejności porównano ich działalność innowacyjną z dwóch okresów – przed dofinansowaniem i po uzyskaniu wsparcia. Wśród podmiotów, które skorzystały z dotacji na innowacje¹⁸ najwięcej innowatorów przyrastało w obszarze procesów biznesowych (firm wdrażających innowacje procesowe), w mniejszym stopniu udział w PO IG sprzyjał inicjowaniu w przedsiębiorstwach działalności innowacyjnej w wymiarze produktowym (wprowadzania innowacyjnych wyrobów bądź usług). W znacznym stopniu wynikało to z faktu, że trzy piąte firm przystępujących do Programu już wcześniej (w ciągu 3 lat przed złożeniem wniosku o dofinansowanie) wprowadzało innowacje produktowe. W przypadku aktywności w obszarze innowacji procesowych (tj. wprowadzania nowych lub istotnie ulepszonych metod wytwarzania, logistyki czy metod wspierających pozostałe procesy w przedsiębiorstwie) przed dofinansowaniem dotyczyła ona wyraźnie mniejszej liczby beneficjentów (51%). W związku z powyższym możliwości przyrostu nowych innowacyjnych podmiotów w większym stopniu wiązały się z obszarem innowacji procesowych niż produktowych. Wniosek ten koresponduje również ze spostrzeżeniami płynącymi z innych badań wpływu PO IG na innowacyjność, realizowanych w Polsce – większość firm, przystępujących do Programu była innowacyjna (w różnym wymiarze), a Program oddziaływał przede wszystkim na podniesienie intensywności i jakości procesów innowacyjnych wspartych przedsiębiorstw¹⁹.

¹⁵ Beneficjenci otrzymywali wsparcie na prace B+R oraz wdrożenia ich wyników w ramach jednego projektu – por. Szczegółowy opis priorytetów Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007–2013, Warszawa, wersja z 11 września 2014 r., s. 89).

¹⁶ Oparty przede wszystkim na ogólnym rozporządzeniu w sprawie wyłączeń blokowych, tj. Rozporządzenie Komisji (WE) nr 800/2008 z 6 sierpnia 2008 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne ze wspólnym rynkiem w zastosowaniu art. 87 i 88 Traktatu (Dz. Urz. UE L 214 z 09.08.2008 r., z późn. zm.).

¹⁷ W przeciwieństwie do wsparcia III Priorytetu PO IG, adresowanego do przedsiębiorstw w początkowych etapach wzrostu.

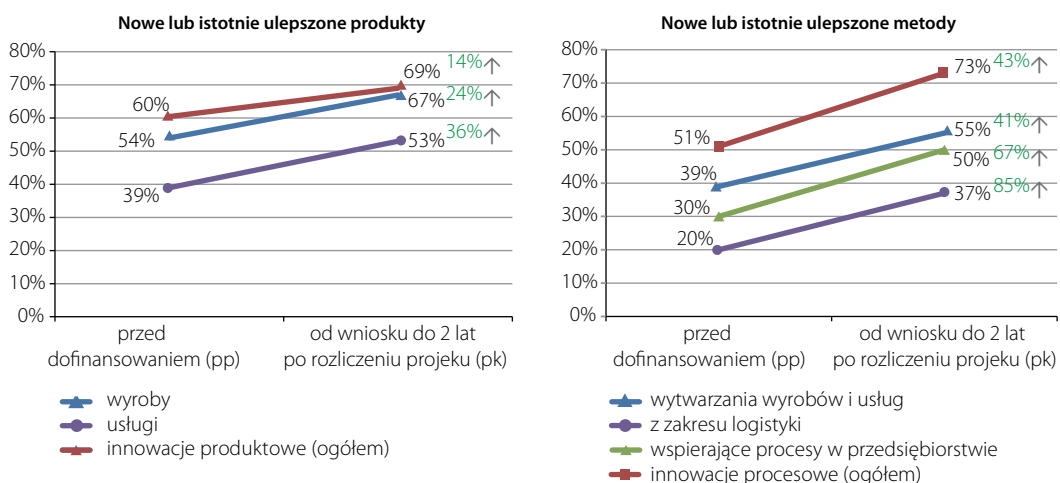
¹⁸ Dotyczy Działań 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 i 8.2.

¹⁹ Por. Raport „Ocena wpływu Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na zwiększenie innowacyjności przedsiębiorstw”, Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, 2014.

W przypadku innowacji procesowych 2 lata po rozliczeniu projektów (w stosunku do okresu przed dofinansowaniem) o 43% wzrosła liczba firm, które wprowadzały ten rodzaj innowacji – z poziomu 51% ogółu beneficjentów wprowadzających innowacje procesowe przed dofinansowaniem do 73% w okresie po dofinansowaniu. Najwyższy przyrost liczby firm innowacyjnych w analizowanym okresie odnotowano w przypadku wprowadzania nowych lub istotnie ulepszonych metod z zakresu logistyki (przyrost o 85% z 20% przed dofinansowaniem do 37% po dofinansowaniu). Nieznacznie niższy wzrost dotyczył innowacji (systemów) wspierających pozostałe procesy w przedsiębiorstwie (o 67% z 30% do 50%) oraz innowacji w procesach wytwarzania wyrobów i usług (przed dofinansowaniem ten rodzaj innowacji procesowych wdrażał największy odsetek beneficjentów PO IG – 39%, a odnotowany przyrost po dofinansowaniu wyniósł 41% – do poziomu 55%).

Zdaniem przedsiębiorców, którzy deklarowali prowadzenie działalności innowacyjnej w obszarze procesów, przed dofinansowaniem rzadziej były to procesy nowe lub istotnie ulepszone dla rynku, na którym działa przedsiębiorstwo (43% firm przed PO IG wprowadzało nowości w obszarze procesów na skalę rynku, na którym działało) niż po dofinansowaniu (54%). Odnotowany w analizowanym okresie przyrost liczby firm wprowadzających innowacje procesowe będące nowością na rynku, na którym prowadzą działalność, wyniósł 26%.

Wykres 1. Beneficjenci PO IG wdrażający innowacje produktowe i procesowe



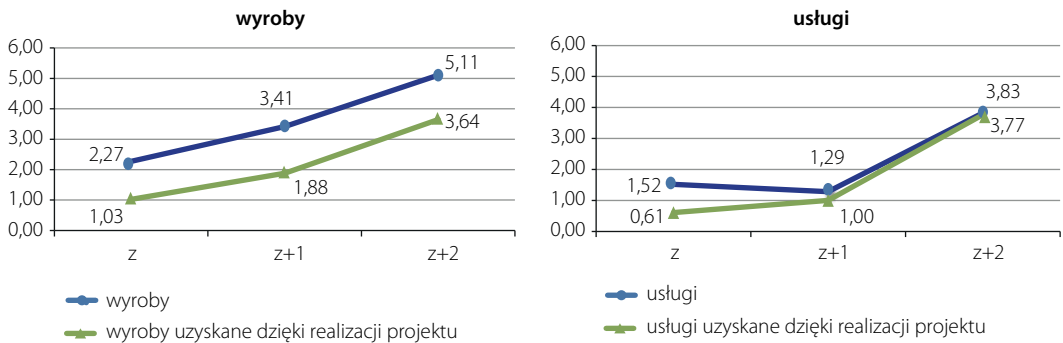
Źródło: BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – ewaluacja on-going Działań PO IG skierowanych do przedsiębiorstw (wyniki pomiaru końcowego po 7 edycjach badania, 2011–2014; dane na wykresach dotyczą Działań 1.4-4.1, 3.3.2, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 i 8.2 PO IG, n = 1347).

W przypadku liczby firm wprowadzających nowe lub istotnie ulepszone produkty (innowacje produktowe) – jak wcześniej wspomniano – przyrost w analizowanym okresie był wyraźnie niższy niż dla innowacji procesowych i wyniósł 15% (z 60% przed dofinansowaniem do 69% po). Przy tym przyrost innowacyjnych przedsiębiorstw był wyższy w usługach (36%) niż wyrobach (24%), co wiązało się również z większą „masą krytyczną na wejściu do Programu” w przypadku grupy firm wprowadzających innowacje w obszarze wyrobów (54%) niż usług (39%). Podsumowując, przyrost liczby firm wprowadzających innowacje produktowe po dofinansowaniu w większym stopniu był zasługą grupy firm wprowadzających nowe lub istotnie ulepszone usługi niż innowacyjne wyroby, między innymi

z uwagi na to, że odsetek podmiotów, które wprowadzały innowacyjne wyroby był wysoki zarówno przed, jak i po udziale w Programie.

Powyższe wyniki w znacznym zakresie korespondują także z danymi o liczbie wprowadzanych innowacji w kolejnych latach od zakończenia projektu PO IG. Liczba nowych usług wprowadzonych dzięki realizacji projektu i dynamika ich wzrostu w kolejnych latach w pełni odzwierciedlała te wartości dla innowacyjnych usług ogółem (por. wykres poniżej).

Wykres 2. Średnia liczba wprowadzanych innowacji produktowych (w okresie po dofinansowaniu)



Źródło: BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – ewaluacja on-going Działów PO IG skierowanych do przedsiębiorstw (wyniki pomiaru końcowego po 7 edycjach badania, 2011–2014; dane na wykresach dotyczą Działów 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5.4.1 i 8.2 PO IG, n = 775).

Największy wzrost odnotowano w drugim roku po rozliczeniu projektu (z poziomu ok. jednej innowacyjnej usługi wprowadzanej w firmie w poprzednim roku, do blisko czterech tego typu innowacji). Zgodnie z informacjami przekazanymi przez beneficjentów efekty w obszarze innowacyjnych usług w tym okresie prawie w całości (77–98%) były zasługą realizacji projektu. Inaczej było w przypadku innowacyjnych wyrobów uzyskanych dzięki realizacji projektu, gdzie miały one swój względnie niższy i stabilny udział w liczbie innowacyjnych wyrobów wprowadzanych ogółem przez firmy w tym okresie (55–71% – por. wykres powyżej). Odnotowany przyrost liczby innowacji wprowadzanych dzięki PO IG w drugim roku po rozliczeniu projektu wyniósł niecałe 2 szt. (z poziomu 1,88 w roku poprzednim do 3,64).

Z kolei liczba innowacji procesowych wprowadzanych przez firmy w okresie dwóch lat po rozliczeniu projektów nie notowała wzrostu, utrzymując się na stałym poziomie – 0,25–0,5 szt. rocznie w przypadku procesów zmodyfikowanych dzięki realizacji projektu i 0,70–0,78 innowacji procesowych ogółem.

Podmioty, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone produkty (innowacje produktowe), częściej (71%) po udziale w Programie wskazywały, że były to innowacje dla rynku, na którym działa przedsiębiorstwo niż tylko na poziomie firmy (59%). Warto podkreślić, że w analizowanym okresie (przed i po dofinansowaniu) w niewielkim stopniu zmienił się udział firm, wprowadzających innowacje na poziomie przedsiębiorstwa (wzrost tylko o 5% z poziomu 56% przed dofinansowaniem), natomiast istotnie przyrósł odsetek podmiotów, które deklarują wdrażanie innowacji na poziomie rynku (wzrost o 29% z 55% przed udziałem w Programie aż do poziomu 71% po dofinansowaniu).

Jako uzupełniające, względem pierwszoplanowych „twardych” innowacji produktowych i procesowych, w ramach Programu mogły być również wprowadzane nowości o charakterze „miękkim” – w marketingu i organizacji przedsiębiorstwa. W okresie realizacji projektów i dwóch lat po ich zakończeniu 3/4 beneficjentów wprowadziło innowacje organizacyjne, a 2/3 podmiotów marketingowe. Firmy wdrażające nowości o charakterze organizacyjnym najczęściej zmieniały przyjęte zasady działania (modele biznesowe) – 57% i relacje z otoczeniem – 55%. Nieco rzadziej (49%) innowacje organizacyjne dotyczyły podziału zadań i uprawnień decyzyjnych wśród pracowników. Z kolei innowacje marketingowe obejmowały nowe metody w zakresie dystrybucji produktów (43%), nowe media lub techniki promocji produktów (41%), znaczące zmiany w produkcji, konstrukcji lub opakowaniu (31%) oraz nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług (29%).

Zdaniem ponad 1/3 beneficjentów innowacje marketingowe wprowadzone w firmach w analizowanym okresie były bezpośrednim efektem realizacji dofinansowanego projektu. Odsetek beneficjentów łączących efekty realizacji projektu z wprowadzonymi innowacjami organizacyjnymi był jeszcze wyższy (49%).

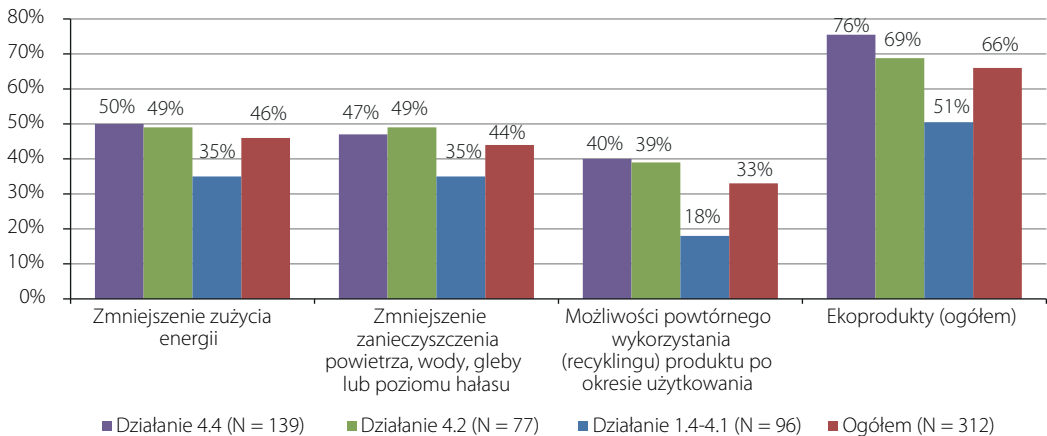
Główne cele wprowadzanych innowacji organizacyjnych stanowiły: poprawa jakości produktów (29%), poprawa zdolności do rozwoju nowych produktów lub procesów (15%), poprawa komunikacji lub dostępu do informacji wewnątrz przedsiębiorstwa (lub w relacjach z innym przedsiębiorstwem lub instytucjami) (14%), obniżenie kosztów na jednostkę produktu (13%) oraz skrócenie czasu reakcji na potrzeby klientów lub dostawców (12%). Pierwsze 3 cele najsilniej występowały w przypadku beneficjentów Działań 1.4-4.1 (wskazywane odpowiednio przez 33%, 18% i 22% beneficjentów tego Działania).

Z kolei najczęściej wskazywanymi celami wdrażanych innowacji marketingowych były: zwiększenie lub utrzymanie udziału w rynku (35%), zwiększenie prestiżu firmy, budowa marki (30%), wprowadzenie produktów dla nowej grupy klientów (30%) oraz na nowy rynek geograficzny (20%). We wszystkich przypadkach zdecydowanie najsilniej z grupy badanych pod tym względem Działań (1.4-4.1, 4.2 i 4.4 PO IG) wybijały się wskazania beneficjentów Działania 4.2 (odpowiednio 65%, 62%, 60% i 47%), którego przedmiot dofinansowania – związany z wzornictwem przemysłowym i rozwojem potencjału B+R dla nowo tworzonej produktów – bezpośrednio oddziaływał na innowacyjność marketingową przedsiębiorstw.

Poza klasycznymi typami innowacji w przypadku działań inwestycyjnych (1.4-4.1, 4.2 i 4.4) w „Barometrze Innowacyjności” oceniano również oddziaływanie zrealizowanych przedsięwzięć na środowisko naturalne, pytając beneficjentów o wprowadzone ekoinnowacje (ekoprodukty i technologie środowiskowe). Zdaniem 66% badanych przedsiębiorców w wyniku realizacji projektu firma wprowadziła innowację w postaci ekoproduktu, który przyniósł korzyści dla środowiska (uzyskane w okresie użytkowania zakupionego wyrobu lub korzystania z usługi przez użytkowników końcowych). W przypadku 46% beneficjentów specyfika wprowadzonych ekoproduktów polegała na zmniejszeniu zużycia energii, 44% – zmniejszeniu zanieczyszczenia powietrza, wody, gleby lub poziomu hałasu i 33% – możliwości powtórnego wykorzystania (recyclingu) produktu po okresie użytkowania.

W największym stopniu (tj. powyżej ww. odsetka dla ogółu badanych) ekoprodukty były wdrażane w wyniku realizacji projektów Działań 4.4 i 4.2 (wskazywało na ich wprowadzenie odpowiednio 76% i 69% beneficjentów), a w mniejszym – w przypadku prac badawczo-rozwojowych i wdrożeń podejmowanych w ramach Działań 1.4-4.1 PO IG (51%).

Wykres 3. Beneficjenci wprowadzający ekoprodukty



Źródło: BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – ewaluacja on-going Działań PO IG skierowanych do przedsiębiorstw (wyniki pomiaru końcowego po 7 edycjach badania, 2011–2014; dane na wykresie dotyczą Działań 1.4-4.1, 4.2 i 4.4 PO IG, n = 312).

Z kolei technologie środowiskowe (tj. innowacje technologiczne, które przyniosły korzyści dla środowiska, uzyskane w trakcie wytwarzania produktów) wprowadzone w wyniku realizacji projektu dotyczyły jeszcze większej (78%) liczby beneficjentów Działań 1.4-4.1, 4.2 i 4.4 PO IG niż w przypadku ekoproduktów. Technologie środowiskowe występowały w zdecydowanej większości projektów Działania 4.4 (93%) oraz niemal w czterech na pięć (79%) projektów Działania 4.2. Podobnie jak w przypadku ekoproduktów beneficjenci Działań 1.4-4.1 technologie środowiskowe wprowadzali wyraźnie rzadziej (54%). Wdrażane innowacje technologiczne korzystne dla środowiska najczęściej dotyczyły obniżenia energochłonności na jednostkę produktu (58%), obniżenia materiałochłonności na jednostkę produktu (56%) oraz zmniejszenia zanieczyszczenia gleby, wody, powietrza lub poziomu hałasu (52%). Nieco rzadziej technologie środowiskowe polegały na użyciu materiałów mniej zanieczyszczających lub niebezpiecznych dla środowiska (41%) i obniżenia emisji dwutlenku węgla przez przedsiębiorstwo (33%). Rozkład ww. typów technologii środowiskowych wprowadzanych przez poszczególnych beneficjentów Działań IV osi PO IG był odwzorowaniem wyników ogólnych – co do zasady prymat pod względem każdego typu technologii środowiskowych notowały podmioty dofinansowane w ramach Działań 4.4 i 4.2 (jedynie w przypadku obniżenia materiałochłonności na jednostkę produktu udział projektów wdrażających tego typu technologię niemal się zrównał pomiędzy oboma Działaniami), a zdecydowanie mniejszy udział w tym wymiarze dotyczył beneficjentów Działania 1.4-4.1.

Głównymi powodami, dla których firmy zdecydowały się wprowadzić innowację korzystną dla środowiska były: obecny lub spodziewany popyt ze strony klientów na innowacje korzystne dla środowiska (65%), obowiązujące już regulacje dotyczące środowiska (lub podatki związane z zanieczyszczeniem środowiska) (55%). Mniejsze znaczenie miały natomiast dobrowolne kodeksy lub porozumienia branżowe dotyczące dobrych praktyk ekologicznych (36%), regulacje dotyczące środowiska (lub podatki związane z zanieczyszczeniem środowiska, których wprowadzenie beneficjenci przewidują w przyszłości) (35%) oraz dostępność rządowych grantów, subsydiów lub innych finansowych zachęt do wprowadzania innowacji korzystnych dla środowiska (31%).

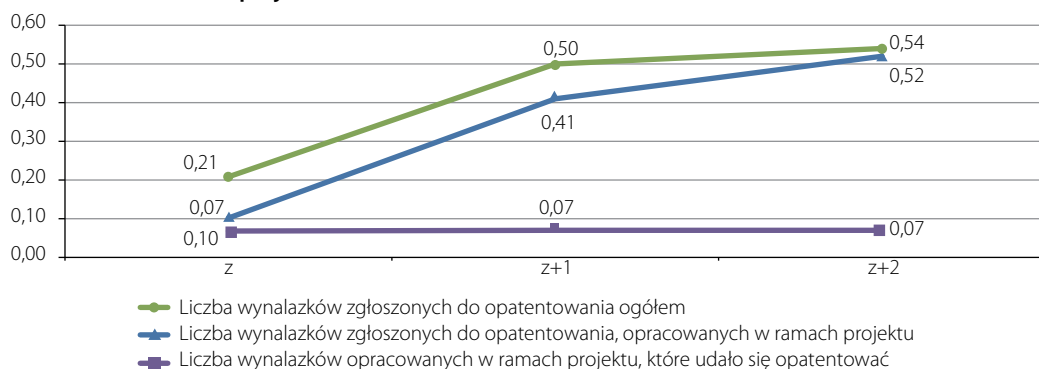
Warto odnotować, że mimo tendencji wzrostowych w liczbie wprowadzanych innowacji produkcyjnych i względnie stabilnego poziomu liczby innowacji procesowych wdrażanych w kolejnych latach

po zakończeniu projektów, w tym samym okresie przyrost nakładów na działalność innowacyjną w firmach beneficjentów wyraźnie wyhamował (dotyczy beneficjentów Działań inwestycyjnych – 1.4-4.1, 4.2 i 4.4 PO IG). Chociaż wartość tych nakładów dwa lata po rozliczeniu projektów jest o 62 pkt proc. wyższa niż ich wartość w roku rozliczenia projektów, dynamika wskaźnika rok do roku wyniosła zaledwie 14%, podczas gdy we wcześniejszych latach realizacji projektów wynosiła kolejno 73%, 34% i 46%. Można przypuszczać, że bez utrzymania wzrostowej tendencji wskaźnika dynamiki nakładów na działalność innowacyjną w kolejnych latach liczba wprowadzanych innowacji również może wyhamować (w szczególności w obszarze nowych produktów i procesów).

Warto podkreślić, że w przypadku beneficjentów Działań 1.4-4.1, 4.2 i 4.4 nakłady na działalność innowacyjną stanowią blisko 1/3 wartości ogółu przychodów ze sprzedaży produktów, co pokazuje, że firmy te zdecydowanie „postawiły na” inwestycje w innowacje (w pierwszym i drugim roku po zakończeniu projektów udział ten wzrósł o dodatkowe pkt. proc. z poziomu 25% w roku rozliczenia dofinansowania). Zatem w tej grupie beneficjentów dalszy intensywny rozwój innowacyjności wydaje się niezagrożony. Z pewnością sprzyjał mu będzie względnie wysoki udział nakładów na środki trwałe (inwestycje te stanowiły między 11% a 17% udziału w wartości przychodów w latach następujących bezpośrednio po zakończeniu projektu) oraz względnie wysokie nakłady wewnętrzne na działalność badawczo-rozwojową (5–7% wartości rocznych przychodów).

Obserwowany wzrost działalności innowacyjnej w okresie następującym po udziale w Programie, idzie w parze z aktywnością w obszarze ochrony własności przemysłowej beneficjentów realizujących innowacyjne projekty w ramach Działań 1.4-4.1, 4.2 i 4.4 PO IG. W tym przypadku również można odnotować wyraźną tendencję wzrostową w ciągu dwóch lat po rozliczeniu projektów. Średnia liczba wynalazków zgłaszanych do opatentowania ogółem wśród beneficjentów analizowanych Działań IV osi priorytetowej PO IG wzrosła z poziomu 0,21 szt. (średnia na jedną firmę) w roku rozliczenia projektu do 0,50 szt. w pierwszym roku po rozliczeniu projektu i rosła w kolejnym roku (do poziomu 0,54 szt.). Wzrost wskaźnika zgłoszeń patentowych ogółem był zbliżony z rezultatami PO IG w tym obszarze. Zdecydowana większość wynalazków zgłoszonych do opatentowania (w szczególności w pierwszym i drugim roku po rozliczeniu projektu), zgodnie z deklaracjami beneficjentów, była wcześniej opracowana w ramach projektu.

Wykres 4. Średnia liczba zgłoszeń patentowych i patentów na firmę beneficjenta (względem roku rozliczenia projektu – z)



Źródło: BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – ewaluacja on-going Działań PO IG skierowanych do przedsiębiorstw (wyniki pomiaru końcowego po 7 edycjach badania, 2011–2014; dane na wykresie dotyczą Działań 1.4-4.1, 4.2, 4.4 i 5.4.1 PO IG, n = 313).

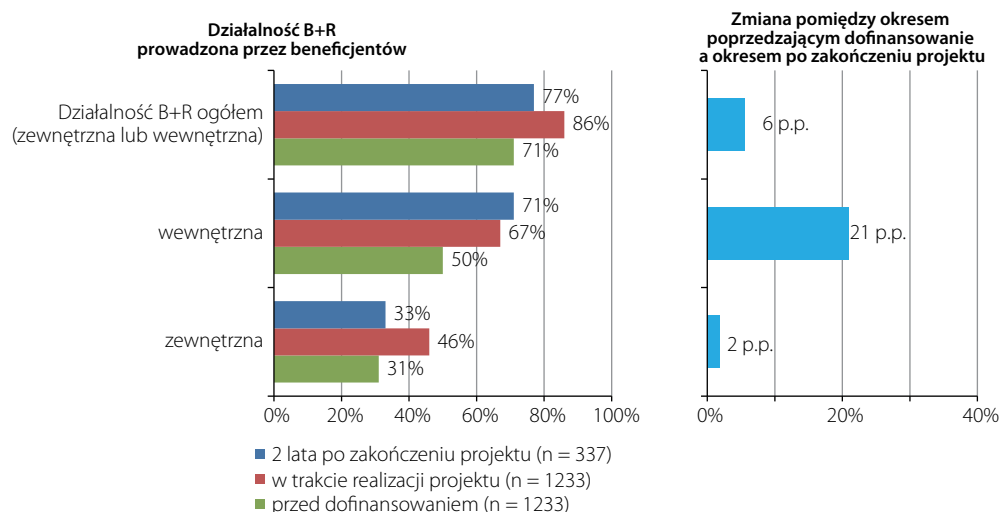
Wydaje się, że upłynął jeszcze zbyt krótki okres od zakończenia projektów i pierwszych zgłoszeń patentowych beneficjentów, aby jednoznacznie stwierdzić rezultaty projektów PO IG (lub ich brak) w postaci uzyskanych patentów na wynalazki opracowane dzięki dofinansowaniu. Wskaźnik ten w okresie następującym bezpośrednio po zakończeniu projektów utrzymuje się na stałym, stosunkowo niskim poziomie (średnio 0,07 patentów na firmę).

Nieznacznie mniejszą dynamikę wzrostu w okresie po realizacji projektów odnotowywano we wskaźnikach dotyczących wzornictwa przemysłowego. W przypadku wzorów użytkowych, podobnie jak w odniesieniu do zgłoszeń patentowych, największy wzrost (dwukrotny) dotyczył pierwszego roku po zakończeniu projektów (z poziomu 0,11 szt. – średnio na firmę – do poziomu 0,22, a w kolejnym roku – do poziomu 0,29). Liczba wzorów przemysłowych w analogicznym okresie notowała wyraźnie niższy progres, natomiast na dużo wyższym pułapie (z 0,38 w roku rozliczenia projektów do 0,43 i 0,44 w dwóch kolejnych latach następujących po udziale w PO IG).

Budowa potencjału do tworzenia innowacji

Istotnym czynnikiem utrwalającym postawę proinnowacyjną w przedsiębiorstwach, które skorzystały ze wsparcia Programu jest ich potencjał w zakresie działalności badawczo-rozwojowej. Rozwój tego potencjału w ramach „Barometru Innowacyjności” PARP obserwowano w szczególności w przypadku beneficjentów Działów 1.4-4.1, 4.2, 4.4 i 5.4.1 PO IG. Dwa lata po zakończeniu projektów (w stosunku do okresu przed dofinansowaniem) o 6 pkt proc. wzrosła liczba firm, które prowadzą działalność badawczo-rozwojową. W momencie badania 77% beneficjentów Działów 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5.4.1 prowadziło działalność B+R (wewnętrzną lub zewnętrzną), podczas gdy przed udziałem w Programie prowadziło ją 71% tych podmiotów. Wyraźny przyrost wskaźnika odnotowano przede wszystkim w okresie realizacji projektu – wówczas prowadzenie działalności B+R deklarowało 86% beneficjentów analizowanych Działów.

Wykres 5. Działalność B+R beneficjentów

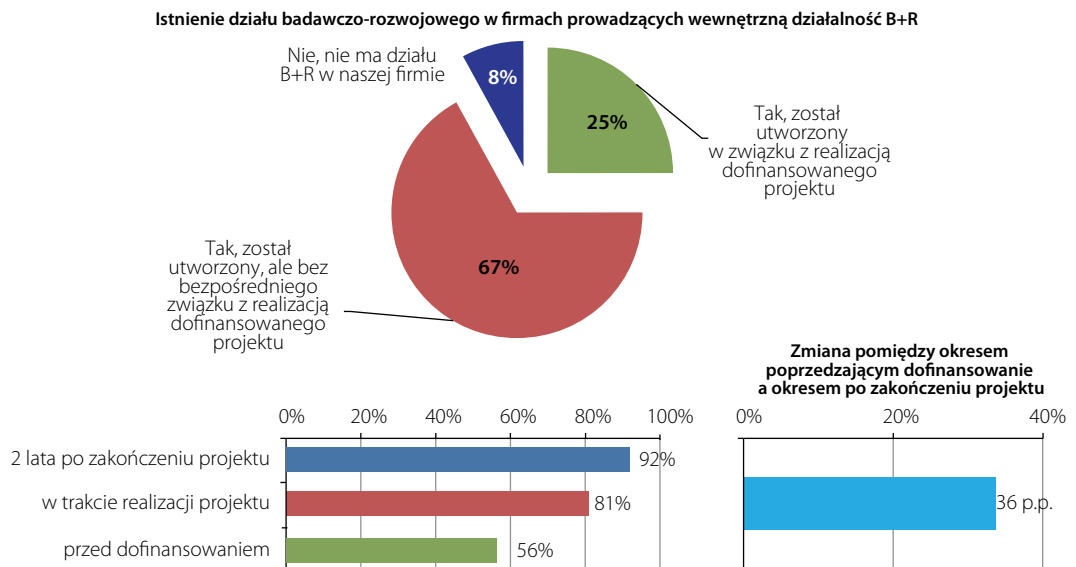


Źródło: BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – ewaluacja on-going Działów PO IG skierowanych do przedsiębiorstw (wyniki pomiaru końcowego po 7 edycjach badania, 2011–2014; dane na wykresie dotyczą Działów 1.4-4.1, 4.2, 4.4 i 5.4.1 PO IG, n = 337).

Największy wzrost (21 pkt proc.) zarejestrowano w obszarze wewnętrznej działalności B+R przedsiębiorstw. Przed skorzystaniem ze wsparcia PO IG wewnętrzne prace badawczo-rozwojowe prowadziła połowa beneficjentów, ich udział wzrósł do 67% w okresie realizacji projektu, a dwa lata po zakończeniu projektu osiągnął poziom 71%.

Nieznaczny wzrost w analizowanym okresie zarejestrowano także w przypadku zewnętrznej działalności badawczo-rozwojowej (2 pkt proc.). Jednak w tym przypadku punkt kulminacyjny stanowił okres realizacji projektów (w tym okresie blisko połowa dofinansowanych firm zlecała prace B+R, podczas gdy przed i po dofinansowaniu około 1/3). Po części brak przyrostu zlecających prace B+R po zakończeniu projektu wynika z umocnienia wewnętrznego potencjału badawczo-rozwojowego tych przedsiębiorstw, dzięki realizacji projektu PO IG. Przed dofinansowaniem zaledwie 56% beneficjentów Działów 1.4-4.1, 4.2, 4.4 i 5.4.1 PO IG prowadzących wewnętrzną działalność B+R posiadało własny dział badawczo-rozwojowy lub laboratorium prowadzące prace B+R²⁰. W okresie realizacji projektu i w ciągu dwóch lat po jego zakończeniu odsetek ten wzrósł o 36 pkt proc. do poziomu 92%. Dwa lata po realizacji projektu zaledwie 8% beneficjentów analizowanych Działów PO IG deklarowało, że w ich firmach nie istnieje odpowiedni dział B+R. Natomiast spośród pozostałych 1/4 twierdziła, że ich dział B+R został utworzony bezpośrednio w związku z realizacją dofinansowanego projektu.

Wykres 6. Dział B+R w firmach beneficjentów



Źródło: BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – ewaluacja on-going Działów PO IG skierowanych do przedsiębiorstw (wyniki pomiaru końcowego po 7 edycjach badania, 2011–2014; dane na wykresie dotyczą Działów 1.4-4.1, 4.2, 4.4 i 5.4.1 PO IG, n = 337).

Niewątpliwie powstanie i utrzymanie działów B+R nawet dwa lata po rozliczeniu projektów należy uznać za wynik potwierdzający obrany w PO IG proinnowacyjny kierunek rozwoju dofinansowanych firm. Kolejny wskaźnik, który na to wskazuje stanowi poziom zatrudnienia w działach B+R beneficjentów. Podczas gdy w momencie składania wniosku o dofinansowanie pracowało w nich średnio

²⁰ Wyodrębnioną wewnątrz firmy jednostkę organizacyjną, której pracownicy zajmują się działalnością badawczo-rozwojową.

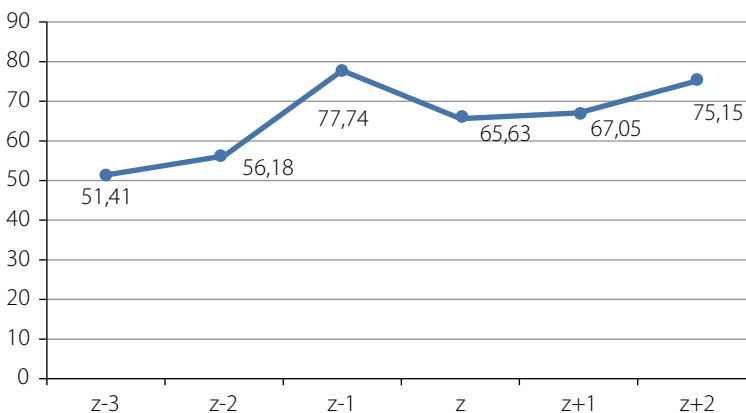
niecałe 6 osób, dwa lata po rozliczeniu projektów poziom zatrudnienia wzrósł do 11 (przyrost o 85%). Warto dodatkowo podkreślić, że największy wzrost w tym przypadku odnotowano nie w trakcie realizacji projektu (z 5,96 do 6,79), ale w ciągu kolejnych dwóch lat po zakończeniu udziału w Programie (z 6,79 do 11,00). Zatem jest to kolejny wynik przedsiębiorstw, które skorzystały ze wsparcia Programu, pokazujący istotny wzrost potencjału do dalszego tworzenia innowacji.

Konkurencyjność innowacyjnych

Firmy, które otrzymały dotacje na innowacje PO IG, nie tylko zwiększyły aktywność innowacyjną i swój potencjał do dalszego tworzenia innowacji, ale przede wszystkim – w świetle wyników badań ewaluacyjnych „Barometru Innowacyjności” – trwale umocniły swoją pozycję konkurencyjną. Wskazują na to wyniki w zakresie najważniejszych parametrów ekonomicznych obserwowanych w okresie dwóch lat następujących bezpośrednio po zakończeniu udziału w Programie. Najbardziej obiecująco, biorąc pod uwagę długofalowe skutki interwencji, prezentują się po tym względem wyniki finansowe i zatrudnienia.

W dwa lata po rozliczeniu projektów poziom zatrudnienia w firmach beneficjentów wzrósł o 14% (w odniesieniu do poziomu w roku zakończenia projektu). Mimo że najwyższy średni poziom zatrudnienia firmy notowały w okresie realizacji projektów (77,74 etatów w roku poprzedzającym zakończenie projektów), w dwa lata po udziale w Programie poziom zatrudnienia wynosił 75,15 etatów, co było średnio o 25 etatów więcej niż 5 lat temu. W grupie przedsiębiorstw badanych dwa lata po zakończeniu projektów największy przyrost zatrudnienia przypada na rok 2013, co poza oddziaływaniem efektów interwencji zbiega się również z dalszym ożywieniem gospodarczym obserwowanym w sektorze prywatnym od roku 2012. Średni przyrost w drugim roku po zakończeniu projektu wyniósł 12% (średnio przybyło 8 etatów na 1 firmę), wyraźnie odrabiając dziewięcioprocentowy spadek w roku zakończenia projektu i stagnację zatrudnienia w pierwszym roku po zakończeniu udziału w Programie (por. wykres poniżej).

Wykres 7. Średnie zatrudnienie (w etatach) w firmach beneficjentów (względem roku zakończenia projektu – z)



Źródło: BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – ewaluacja on-going Działan PO IG skierowanych do przedsiębiorstw (wyniki pomiaru końcowego po 7 edycjach badania, 2011–2014; dane na wykresie dotyczą Działan 1.4-4.1, 3.3.2, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1, 8.1 i 8.2 PO IG, n = 1861).

W ciągu dwóch lat następujących po rozliczeniu projektów, najwyższy przyrost zatrudnienia w grupie Działań IV osi PO IG, odnotowało Działanie 4.4 (24%). W pozostałych Działaniach (4.2 i 1.4-4.1) wzrost zatrudnienia w przedsiębiorstwach beneficjentów w analizowanym okresie mieścił się w przedziale 10–12%. Działanie 4.4 miało największy udział, w grupie Działań PO IG skierowanych do przedsiębiorstw, które wdrażała PARP, w generowaniu efektu zatrudnieniowego. Biorąc pod uwagę, że 1/3 dofinansowanych w Działaniu 4.4. stanowiły duże, a ponad 40% średnie przedsiębiorstwa, ponaddwudziestoprocentowy wzrost w ciągu dwóch lat po zakończeniu projektów w praktyce oznaczał utworzenie przez beneficjentów Działania 4.4. łącznie blisko 12 tys. nowych miejsc pracy (średnio 54 etaty na firmę przyrosło tylko w drugim roku po zakończeniu udziału w Programie). Stanowi to ok. 1/3 wszystkich etatów utworzonych w tym okresie w grupie analizowanych Działań PO IG (1.4-4.1, 3.3.2, 4.2, 5.4.1, 6.1, 8.1 i 8.2) (por. poniżej – 36 tys. nowo utworzonych miejsc pracy ogółem).

Analizując skumulowaną wartość zatrudnienia beneficjentów PARP (w przeliczeniu na etaty), w przypadku których upłynęło już dwa lata od udziału w PO IG, od roku rozliczenia dofinansowania w firmach tych przybyło ogółem blisko 36 tys. nowych miejsc pracy²¹. W drugim roku po zakończeniu realizacji projektów zwiększył się także udział zatrudnienia kobiet w ogóle zatrudnionych z poziomu 22–27% przed dofinansowaniem i w okresie realizacji projektów do poziomu 33%. W opinii beneficjentów fakt realizacji dofinansowanego projektu miał bezpośredni wpływ na poziom zatrudnienia. Zdaniem 44% przedsiębiorców, ankietowanych dwa lata po udziale w Programie, bez projektu poziom zatrudnienia byłby niższy.

Zgodnie z deklaracjami beneficjentów średnia liczba miejsc pracy utworzonych dzięki realizacji projektu PO IG wyniosła 6,86 etatu na firmę. Ponadto w przypadku Działań 1.4-4.1, 4.2 i 4.4 dzięki realizacji projektu PO IG utworzone zostało 1,7 nowego miejsca pracy w dziale badawczo-rozwojowym. Miejsca pracy utworzone dzięki dofinansowaniu beneficjenci planują w całości utrzymać w okresie trwałości projektu, a nawet po jego upływie.

Rosnący przeciętny poziom zatrudnienia (w przeliczeniu na etaty) w firmach beneficjentów jest tendencją przeciwną do obserwowanego spadku liczby osób zatrudnianych w oparciu o umowy cywilnoprawne. Podczas gdy największa średnia liczba osób, z którymi beneficjenci podpisywali przynajmniej 1 umowę cywilnoprawną przypadała na rok rozliczenia projektu (ponad 22 osoby na firmę), w drugim roku po zakończeniu projektu wskaźnik tej formy zatrudnienia współpracowników wyniósł 17,4 (spadek o 22%). Jedną z interpretacji spadających wartości wskaźników zatrudnienia w ujęciu umów cywilnoprawnych i jednocześnie wzrostu zatrudnienia na etat może wskazywać na lepszą kondycję ekonomiczną firm, większy potencjał do dalszego wzrostu i stabilizację w dwa lata po udziale w Programie. Wskazywałby na to również rozwój wewnętrznej działalności B+R, wzrost liczby wprowadzanych innowacji i poziom nakładów inwestycyjnych obserwowany w tym samym okresie.

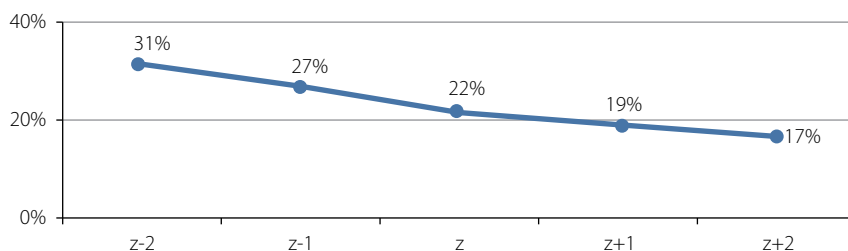
Jeśli chodzi o wyniki finansowe, ich analiza wydaje się dużo bardziej złożona i zróżnicowana pomiędzy poszczególnymi Działaniami PO IG. W ogólnym ujęciu wypada jednak niewiele mniej optymistycznie niż wyniki zatrudnienia. W okresie dwóch lat po rozliczeniu projektów w firmach beneficjentów przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów wzrosły o 39% w odniesieniu do roku zakończenia projektu. Największy średni wzrost notowali beneficjenci Działania 8.1 (119%) rozwijający swoją działalność w oparciu o nowo powstałe serwisy www. W działaniach inwestycyjnych (1.4-4.1,

²¹ Wartość szacowana na podstawie ankietowania CAWI w ramach „Barometru Innowacyjności” realizowanego w latach 2011–2014. Objęło ono firmy 2 lata po zakończeniu projektów (RR = 49%, n = 1861 po 7 edycjach badania).

4.2 i 4.4 PO IG), których beneficjenci reprezentowali w większości sektor przemysłowy i dużo większe przedsiębiorstwa wzrost był kilkunastoprocentowy.

Analizując dynamikę wskaźnika przychodów ze sprzedaży ogółem, można zaobserwować wyraźne wyhamowywanie wzrostu rok do roku. Spadek dynamiki wzrostu wydaje się jednak niezależny od faktu realizacji projektu PO IG. Występuje on bowiem w całym analizowanym okresie – od dwóch lat przed do dwóch lat po zakończeniu projektu. Notowany wzrost z każdym kolejnym rokiem był mniejszy, wynosząc 31%, 27% i 22% w roku rozliczenia projektu oraz 19% i 17% w dwóch kolejnych latach następujących po zakończeniu projektu²².

Wykres 8. Dynamika przychodów netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów rok do roku (względem roku zakończenia projektu – z)



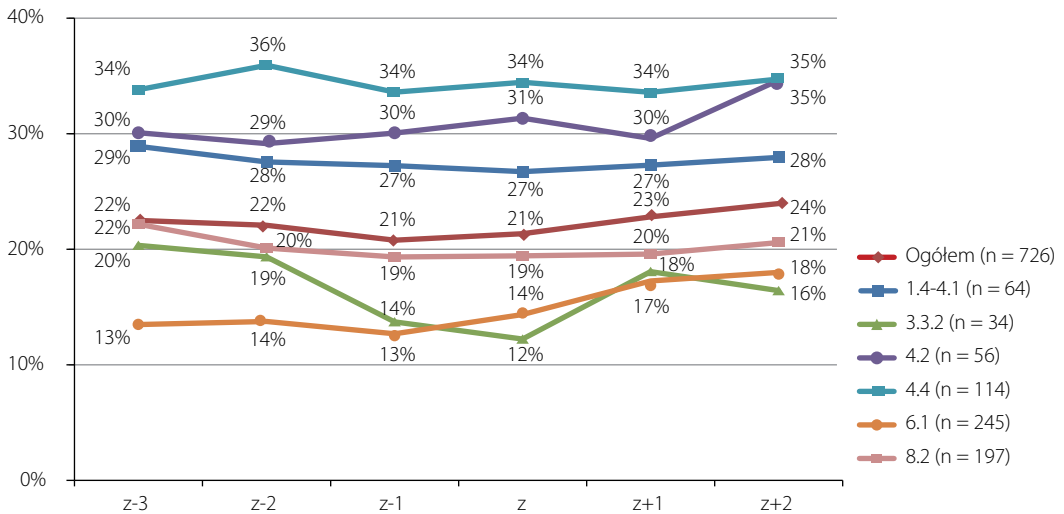
Źródło: BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – ewaluacja on-going Działań PO IG skierowanych do przedsiębiorstw (wyniki pomiaru końcowego po 7 edycjach badania, 2011–2014; dane na wykresie dotyczą Działań 1.4-4.1, 3.3.2, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 i 8.2 PO IG, n = 1347).

Wskaźnik udziału przychodów ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów na eksport (uwzględniając sprzedaż do krajów UE) w przychodach ogółem w okresie realizacji projektów i dwóch lat po ich zakończeniu charakteryzuje się stosunkowo dużą stabilnością. Dla ogółu beneficjentów analizowanych Działań (1.4-4.1, 4.2, 4.4, 3.3.2, 6.1, 8.1 i 8.2) wynosił on średnio 11%, natomiast uwzględniając tylko te firmy, które prowadzą działalność eksportową (wykluczając te podmioty, w przypadku których wartość przychodów z eksportu wynosiła 0 zł) w całym analizowanym okresie mieści się w przedziale 21–24%. Przy czym należy podkreślić, że najwyższy udział przychodów z eksportu w przychodach ogółem odnotowano w drugim roku po zakończeniu projektów (wzrost o 3 pkt proc. od roku zakończenia udziału w Programie).

Należy podkreślić również, że wskaźnik udziału eksportu w przychodach o wartościach ponadprzeciętnych (w porównaniu ze wskaźnikiem dla ogółu beneficjentów eksportujących) notują przedsiębiorstwa, które skorzystały ze wsparcia inwestycyjnego Działań 1.4-4.1 (27–29%), 4.2 (29%–35%) oraz 4.4 (34–36%). Z kolei największy przyrost udziału eksportu w przychodach w okresie dwóch lat po zakończeniu projektu uzyskali beneficjenci Działania 4.2 (przyrost o 4 pkt proc. z 31% do 35%) oraz beneficjenci Działania 6.1 – instrumentu bezpośrednio zorientowanego na promocję eksportu przedsiębiorstw (przyrost o 4 pkt proc. z 14% do 18%).

²² Przytoczone wartości dynamiki przychodów nie obejmują Działania 8.1, z którego korzystały start-upy ICT, charakteryzujące się całkowicie odmienną dynamiką wskaźników ekonomicznych w początkowej fazie wzrostu. Niemniej, nawet uwzględniając te podmioty, ogólna tendencja pozostaje taka sama (spadek dynamiki wzrostu wskaźnika przychodów ze sprzedaży w całym analizowanym okresie o ok. 10 pkt proc.).

Wykres 9. Udział przychodów ze sprzedaży na eksport (uwzględniając sprzedaż do krajów UE) w przychodach ogółem w firmach beneficjentów (względem roku zakończenia projektu –z)



Źródło: BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – ewaluacja on-going Działań PO IG skierowanych do przedsiębiorstw (wyniki pomiaru końcowego po 7 edycjach badania, 2011–2014; dane na wykresie dotyczą Działań 1.4-4.1, 3.3.2, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 i 8.2 PO IG, uwzględniono wyłącznie firmy prowadzące sprzedaż na eksport, n = 726).

Zgodnie z deklaracjami przedsiębiorców fakt realizacji dofinansowanego projektu miał bezpośredni wpływ na poziom rocznych przychodów netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów ogółem oraz na eksport. Zdaniem ponad połowy beneficjentów (52%) bez projektu przychody ze sprzedaży ogółem w firmie byłyby niższe niż są obecnie (tj. 2 lata po udziale w Programie). Blisko jedna czwarta (23%) beneficjentów twierdzi, że bez projektu niższy byłby poziom rocznych przychodów ze sprzedaży na eksport. Co ciekawe, w przypadku obu wskaźników, pomiędzy okresem realizacji projektu a momentem pomiaru końcowego (2 lata po), odnotowano przyrost opinii beneficjentów wskazujących na pozytywny wpływ Programu. W przypadku przychodów ze sprzedaży ogółem o 10%, a dla przychodów ze sprzedaży na eksport o 3% więcej respondentów dwa lata po udziale w Programie identyfikowało skutki Programu w tym zakresie niż miało to miejsce w okresie realizacji projektów. Potwierdza to silne odczucie po stronie tej grupy beneficjentów co do wpływu dofinansowania na aktualną kondycję finansową ich firm.

Zakończenie

Niewątpliwie wsparcie PO IG uzyskane przez przedsiębiorstwa było silnym impulsem rozwojowym na ścieżce prowadzącej ku kolejnym innowacjom. Miało także wyraźne skutki w kondycji ekonomicznej przedsiębiorstw, wyrażanej w obserwowanych tendencjach wzrostu zatrudnienia czy przychodów w długim okresie. Trudno w oparciu o dostępne dane jednoznacznie stwierdzić na ile rozwój beneficjentów PO IG miał szersze oddziaływanie na innowacyjność i konkurencyjność polskiej gospodarki (np. umiędzynarodowienie sektora przedsiębiorstw oparte na eksporcie innowacyjnych produktów czy wzrost konkurencyjności polskiej nauki i jej silne zorientowanie na dostarczanie potrzebnego

know-how gospodarce). Z pewnością można jednak stwierdzić, że zbudowany dzięki PO IG potencjał do dalszego tworzenia innowacji (*innovation capacity*) – w postaci zaplecza badawczo-rozwojowego i rozwiniętych postaw proinnowacyjnych przedsiębiorców opartych na doświadczeniu realizacji projektów PO IG (*behavioural additionality*) będzie procentować w przyszłości (i promieniować na szersze otoczenie) w postaci nowych, przełomowych projektów o dużym znaczeniu dla gospodarki. Będą one mogły być realizowane przy współpracy wyspecjalizowanych ośrodków innowacji, jak również jednostek sektora nauki, które przy wsparciu PO IG również zwiększyły swoją profesjonalizację i ofertę usług proinnowacyjnych (badawczych, doradczych, finansowych, szkoleniowych czy szeroko pojętego wsparcia technicznego). Zapewne przyszły rozwój w mniejszym stopniu będzie odrabiał zapóźnienia w krajowym potencjale innowacyjnym, a w większym będzie się koncentrował na – już dostrzeganych – polskich przewagach i specjalizacjach w skali globalnej (*smart specialisation strategy*)²³. Sprzyjał temu będzie nowy Program Operacyjny na lata 2014–2020 – „Inteligentny Rozwój”, finansujący badania naukowe, rozwój nowych innowacyjnych technologii oraz działania na rzecz podnoszenia konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw²⁴. Proinnowacyjny kierunek dla rozwoju gospodarczego Polski, wyznaczony na etapie programowania PO IG, pozostanie strategicznym co najmniej do roku 2020.

²³ Por. Krajowa Inteligentna Specjalizacja w ramach Programu Rozwoju Przedsiębiorstw, przyjęta 8 kwietnia 2014 r. przez Radę Ministrów (<http://www.mg.gov.pl/Wspieranie+przedsiębiorczosci/Polityki+przedsiębiorczosci+i+innowacyjnosci/Krajowe+inteligentne+specjalizacje> z 18 lutego 2015 r.).

²⁴ Głównym celem Programu jest pobudzenie innowacyjności polskiej gospodarki poprzez zwiększenie nakładów prywatnych na B+R oraz kreowanie popytu przedsiębiorstw na innowacje i prace badawczo-rozwojowe (Por. Program Inteligentny Rozwój 2014–2020 (wersja uzgodniona z Komisją Europejską, obowiązująca od 21.01.2015 r.).

Część II

Nowe obszary innowacyjności – obserwacje i niewiadome

Rozdział 5

BIAŁE PLAMY NA MAPIE, CZYLI O UKRYTYCH POTENCJAŁACH INNOWACYJNOŚCI

Dryf rozwojowy oraz pułapka średnich dochodów na trwałe weszły do słownika polskiej debaty o rozwoju. Nabrała ona szczególnej intensywności po ogłoszeniu w 2009 r. dwóch dokumentów o charakterze strategicznym. Pierwszy to opracowanie podsumowujące Narodowy Program Foresight Polska 2020¹. Drugi to raport „Polska 2030: wyzwania rozwojowe”² przygotowany przez Zespół Doradców Strategicznych w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów pod kierownictwem Michała Boniego.

Opracowania te, choć powstawały z zastosowaniem odmiennych metodyk, wskazywały wyraźnie, że okres transformacji społeczno-gospodarczej dobiegł końca i Polska potrzebuje nowego modelu rozwojowego, by uniknąć luki technologicznej i dryfu rozwojowego. Jedynym sposobem na uniknięcie tych niekorzystnych zjawisk jest zwiększenie innowacyjności gospodarki. Celu tego jednak nie osiągnie się, koncentrując się jedynie na modernizacji Krajowego Systemu Innowacji. Takie działania jak wzrost nakładów na badania i rozwój, reformy instytucjonalne ułatwiające transfer wiedzy ze środowisk akademickich do gospodarczych oraz zachęcające biznes do inwestowania w badania naukowe to niezbędne, lecz niewystarczające warunki poprawy sytuacji.

Początek dryfu rozwojowego

Konkluzje obu raportów znalazły dwa lata później potwierdzenie w kolejnych opracowaniach, których autorzy mogli w swych analizach uwzględnić kryzys finansowy, jaki wybuchł w 2008 r. oraz narastający kryzys w strefie euro i jego konsekwencje dla Polski. W raporcie „Kurs na innowacje”³ czytamy: „Znajdujemy się w fazie rozwojowego dryfu w sytuacji, gdy po świecie rozlewa się wieloletni kryzys o nierozpoznanej naturze i nieprzewidywalnych konsekwencjach. Bronimy się przed jego skutkami w miarę skutecznie, ale niemalże wyłącznie za pomocą środków odnoszących się do koniunkturalnego wymiaru funkcjonowania gospodarki, zaniedbując działania strukturalne. W efekcie pogłęбилиśmy znacząco deficyt budżetowy i zadłużenie państwa – do poziomu, który musi być uznany za niebezpieczny. To, co nas doraźnie ochroniło, w średnim okresie nam zaszkodzi, zwłaszcza jeśli nie nastąpi globalne ożywienie gospodarcze i światowy kryzys nie zostanie przezwyciężony. A na to się nie zanosz. Przeciwnie, możemy oczekiwać dłuższego okresu globalnej stagnacji gospodarczej”.

Przewidywana trwałość światowego spowolnienia gospodarczego jest symptomem kryzysu systemu, a nie jedynie kryzysem w systemie wynikającym z czynników koniunkturalnych⁴. W związku z tym

¹ M. Kleiber, E. Bendyk, J. Kuciński, *Wyniki Narodowego Programu Foresight Polska 2020*, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Warszawa 2009.

² M. Boni (red.), *Polska 2030: wyzwania rozwojowe*, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009.

³ J. Hausner (red.), *Kurs na innowacje: jak wyprowadzić Polskę z rozwojowego dryfu?* Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, Kraków 2011.

⁴ J. Hausner, *Globalny kryzys: potrzeba nowej polityki gospodarczej*, referat przygotowany na IX Kongres Ekonomistów Polskich, 19 listopada 2013.

nieskuteczne okazują się konwencjonalne instrumenty zarządzania kryzysowego. Teza ta znajduje potwierdzenie w opracowaniach zagranicznych. Najdalej idący autorzy wskazują, że epoka „łatwego wzrostu” w gospodarkach rozwiniętych skończyła się już w latach 70. XX stulecia⁵. Wbrew przekonaniu o „grzmiących latach 90.,” kiedy po upadku systemu realnego socjalizmu świat wkroczył jednocześnie w fazę przyspieszonej globalizacji i rewolucji cyfrowej związanej z pojawieniem się Internetu i telefonii komórkowej, w ciągu ostatnich czterech dekad trudno mówić o rzeczywistym rozwoju. Załamanie roku 2008 przypieczętowało tylko trwający od lat proces erozji – dla obecnego kryzysu rozwiązaniem nie jest ani „zaciskanie pasa”, ani stymulowanie za pomocą „ilościowego luzowania” przekonuje Galbraith.

Utracony dynamizm

W podobnym tonie wypowiada się Edmund Phelps, laureat nagrody Nobla z ekonomii w książce „Mass Flourishing”⁶. Przekonuje w niej, że gospodarki krajów rozwiniętych utraciły dynamizm, który należy odróżnić od zdolności do kreowania wzrostu. Gospodarki znajdujące się na ścieżce szybkiego wzrostu wcale nie muszą być dynamiczne. Dynamizm oznacza bowiem zdolność do rozwoju w oparciu o kreowanie nowych rozwiązań: produktów i usług tworzących nowe rynki. Dynamizm oznacza więc przedsiębiorczość i innowacyjność, które z kolei czerpią siłę z zakorzenionych w społeczeństwie wartości i instytucji. Szybko rosnące gospodarki „doganiające” zazwyczaj nie są dynamiczne, bo ich wzrost polega na wykorzystaniu łatwo dostępnych zasobów relatywnie taniej siły roboczej oraz imitacyjnym nadrobianiu luki technologicznej. Taka strategia umożliwia skracanie dystansu do społeczeństw bardziej rozwiniętych w ramach procesu konwergencji⁷, ma jednak ograniczenie – im mniejszy dystans, tym bardziej spowalnia tempo pościgu. Pojawia się wspomniana już pułapka średnich dochodów – jedynym z niej wyjściem jest zwiększenie dynamizmu, czyli postawienie na endogenny rozwój oparty na innowacjach. Do zmiany strategii nie wystarczy zwiększenie intensywności nakładów na badania i rozwój, konieczne są także zmiany strukturalne i instytucjonalne wspomagające rozwój przedsiębiorczości opartej na innowacjach. To właśnie te zmiany są najtrudniejsze, o czym przekonują liczne przykłady nieudanych modernizacji⁸.

Dodatkowym utrudnieniem dla polityki rozwojowej krajów rozwijających się jest zjawisko przedwczesnej deindustrializacji⁹ ¹⁰. Oznacza ono niemożliwość osiągnięcia takiego samego poziomu udziału przemysłu w strukturze zatrudnienia i PKB, jaki osiągnęły kraje rozwinięte przechodzące industrializację wcześniej. I tak Niemcy największy udział zatrudnienia w przemyśle (*peak industrialization*) – 40% osiągnęły ok. 1970 r., Szwecja – 33% w połowie lat 60. XX wieku. Chiny maksymalne nasycenie osiągnęły w połowie lat 90. na poziomie 15% zatrudnienia w przemyśle, dla Indii nasycenie to osiągnęło

⁵ J.K. Galbraith, *The end of normal: the great crisis and the future of growth*, 2014.

⁶ E.S. Phelps, *Mass flourishing: how grassroots innovation created jobs, challenge, and change*, Princeton University Press, Princeton 2013.

⁷ M. Spence, *The next convergence: the future of economic growth in a multispeed world*, Farrar, Straus and Giroux, New York 2011.

⁸ D. Acemoglu, J.A. Robinson, *Why nations fail: the origins of power, prosperity, and poverty*, Crown Publishers, New York 2012.

⁹ S. Dasgupta, A. Singh, *Manufacturing, services and premature deindustrialization in developing countries: a Kaldorian analysis*, UNU-WIDER, Helsinki 2006. Pobrano z <http://www.wider.unu.edu/publications/rps/rps2006/rp200649.pdf>.

¹⁰ R.H. Wade, *Rethinking Industrial Policy for Low Income Countries*, AFDR African Development Review 2009, 21(2), 352–366.

12%, dla Brazylii 13%. Ważny jest moment, w którym rozpoczął się proces deindustrializacji mierzony wskaźnikiem PKB per capita. W krajach rozwiniętych był to poziom ok. 10 tys. USD, dla Brazylii 5 tys., dla Indii 2 tys.¹¹.

Konsekwencje przedwczesnej deindustrializacji

Zjawisko przedwczesnej deindustrializacji ma liczne konsekwencje. Najważniejsza to obniżenie ufności przekonania o możliwości realnej konwergencji krajów rozwijających się z rozwiniętymi¹². Fakt, że nie osiągną one nigdy poziomu nasycenia przemysłem porównywalnego do krajów rozwiniętych oznacza, że ich gospodarka pozbawiona będzie najważniejszych silników wzrostu – to właśnie w przemyśle odnotowuje się największe wzrosty produktywności, które z kolei wynikają z największej koncentracji nakładów na badania i rozwój (ok. 80% nakładów na B+R związanych jest z przemysłem wytwórczym)¹³.

Bez przemysłu nie ma szansy na rozwój potencjału innowacyjnego odpowiedniej intensywności. Skutki przedwczesnej deindustrializacji są jednak zdaniem Daniego Rodrika o wiele głębsze. Mniejsze maksymalne nasycenie zatrudnieniem w przemyśle oznacza także mniej głęboką modernizację społeczną polegającą na braku struktur gospodarczych wspierających formy nowoczesnego organizowania się w stowarzyszenia i związki zawodowe, które były podstawą strukturalizacji społeczeństw rozwiniętych. To one umożliwiły rozwój i stabilizację ładu demokratycznego¹⁴.

Joseph Stiglitz zwraca także uwagę na bezpośredni związek przemysłu wytwórczego ze zdolnością do budowy „learning society”, społeczeństwa uczącego się. Dlatego też uważa, że kraje rozwijające się i doganiające powinny stosować aktywną politykę przemysłową polegającą także na ochronie rodzimych produkcji przed pułapkami otwartej konkurencji w warunkach globalizacji¹⁵. Zwłaszcza że kraje rozwinięte same odkryły konsekwencje deindustrializacji dla własnych gospodarek i coraz chętniej podnoszą kwestię reindustrializacji jako remedium na trwający kryzys¹⁶.

Czy jednak powrót przemysłu wytwórczego wystarczy, żeby odzyskać utracony gospodarczy dynamizm? Czy nowe fabryki ożywią ducha przedsiębiorczości i innowacyjności? Bruce Nussbaum przypomina, że w Stanach Zjednoczonych w okresie 2006-2008, a więc w czasie dynamicznego przedkryzysowego rozwoju amerykańskiej gospodarki tylko 9% przedsiębiorstw zaangażowało się w opracowanie innowacyjnego produktu lub usługi¹⁷. Z kolei Robert Litan na podstawie swoich badań pokazuje, że od 1977 r. systematycznie maleje udział start-upów w strukturze amerykańskich firm. W 1977 r. mianem start-upów można było określić 15% przedsiębiorstw, w 2012 r. już tylko 8%. Spadek

¹¹ D. Rodrik, *The Perils of Premature Deindustrialization*, 11 października 2013. Pobrano 22 grudnia 2014 z <http://www.project-syndicate.org/commentary/dani-rodrik-developing-economies-missing-manufacturing>

¹² *The third great wave*, The Economist, październik 2014. Pobrano z <http://www.economist.com/news/special-report/21621156-first-two-industrial-revolutions-inflicted-plenty-pain-ultimately-benefited>.

¹³ J. Manyika, *Manufacturing the future the next era of global growth and innovation*, McKinsey Global Institute, Washington D.C. 2012. Pobrano z http://www.mckinsey.com/insights/mgi/research/productivity_competitiveness_and_growth/the_future_of_manufacturing.

¹⁴ D. Rodrik, op.cit.

¹⁵ J.E. Stiglitz, B.C. Greenwald, *Creating a learning society: a new approach to growth, development, and social progress*, 2014.

¹⁶ *Mission Growth: Europe at the Lead of the New Industrial Revolution – Enterprise and Industry*, b.d. Pobrano 22 grudnia 2014 z http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/mission-growth/index_en.htm.

¹⁷ B. Nussbaum, *Creative Intelligence: Harnessing the Power to Create, Connect, and Inspire*, 2013.

widać nie tylko w proporcjach, ale i liczbach bezwzględnych. W 1990 r. powstało 2600 nowych firm w dziedzinie life science, w 2011 r. już tylko 1995. Wzrósł natomiast udział tzw. firm dojrzałych, mających ponad 16 lat (z 23% w 1992 r. do 33% w 2011 r.)¹⁸.

Strukturalne pęknięcie

Nie brakuje innych dowodów strukturalnego niedostosowania – przedsiębiorstwa krajów rozwiniętych gromadzą bezprecedensowe ilości gotówki (zgromadzone środki przekraczają w takich krajach, jak USA, Francja, Wielka Brytania 10% PKB)¹⁹. Jednocześnie bezrobocie wśród młodych, wykształconych ludzi osiąga bezprecedensowe pułapy – w Szwecji ok. 25%. Tak więc dwa kapitały, finansowy i ludzki nie znajdują produktywnego zaangażowania.

Jak zatem przywrócić gospodarce krajów rozwiniętych utracony dynamizm? Prosty powrót nie ma, uprzedza Michael Spence. Dotychczasowy model rozwoju, który doprowadził do załamania w 2008 r. obciążył przyszłe pokolenia kosztami, które mogą okazać się trudne do uniesienia i przez długi czas mogą być barierą dla trwałego rozwoju, czyli rozwoju polegającego na zdolności do zaspokajania zróżnicowanych potrzeb ludzi bez utraty zdolności reprodukcji zasobów rozwojowych, zarówno ludzkich, jak i naturalnych²⁰.

Potrzebny jest powrót aktywnej polityki rozwojowej państw opartej na wielkich projektach cywilizacyjnych, przekonuje Mariana Mazzucato. To właśnie państwo powinno być innowacyjne, angażując się w kreowanie nowych rynków i wspieranie paradygmatów technoekonomicznych, tak jak było we wcześniejszych okresach prosperity²¹. Większość przełomowych innowacji miało swój początek w aktywności państwa finansującego zarówno badania podstawowe, jak i strategiczne. Wiara, że roli tej potrafią podjąć prywatni aktorzy działający na wolnym rynku okazała się złudna²².

Podobnym tropem, jak Mazzucato idzie przedsiębiorca Peter Thiel, który z kolei, mimo swych libertariańskich przekonań obala mit o zaletach wolnej konkurencji. Przekonuje on, że warunkiem umożliwiającym kreowanie przełomowych innowacji są monopole umożliwiające zwrot wieloletnich często inwestycji w nowe, mogące zmienić rzeczywistość i otworzyć nowe rynki technologie²³.

Nie brakuje więc dziś argumentów pokazujących złożoność trwającego kryzysu – narzędzia służące pobudzeniu rozwojowego dynamizmu siłą rzeczy także muszą być odpowiednio złożone, angażujące zarówno państwo, jak i indywidualne zasoby pojedynczych przedsiębiorczych jednostek. Jak przywrócić „ducha modernizmu” polegającego na skłonności do podejmowania wyzwań, zastanawia się Edmund Phelps? Podstawą tego ducha była oddolna inicjatywa i naturalna innowacyjność wpisana w światopogląd i kulturę ludzi nowoczesnych, mieszkańców Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Francji, Niemiec, którzy dokonali przemysłowej rewolucji, wyprowadzając świat ze stanu powszechnej biedy²⁴.

¹⁸ R. Litan, *Start-up Slowdown. How the United States Can Regain Its Entrepreneurial Edge*, Foreign Affairs 2015, 94(1), 47-60.

¹⁹ *Companies must reinvest their cash hoard*, FT.com, 27 listopad 2013. Pobrano 30 listopada 2014 z <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/8653e66e-4de9-11e3-8fa5-00144feabdc0.html#axzz3KXhG6CuB>.

²⁰ M. Spence, op.cit.

²¹ M. Mazzucato, *The entrepreneurial state: debunking public vs. private sector myths*, 2014.

²² M. Mazzucato, *The Innovative State*, Foreign Affairs 2015, 94(1), 61-68.

²³ P. A. Thiel, B. Masters, *Zero to one: notes on startups, or how to build the future*, 2014.

²⁴ E.S. Phelps, op.cit.

Innowacje i kultura

Pytanie Phelps przypomina, że dynamizm rozwojowy nie jest kwestią odpowiednio zaawansowanej infrastruktury technologicznej i potencjału badawczego, lecz także wynika ze stanu umysłu. Dlatego nie mniej ważne, zdaniem amerykańskiego ekonomisty, jak kształcenie inżynierów jest dbanie o stan humanistyki gwarantującej odpowiednią jakość krytycznego myślenia. Bez niego trudno wyobrazić sobie zdolność do innowacji, które w swej istocie polegają na kwestionowaniu zastanego ładu.

Fenomen twórczej i innowacyjnej eksplozji najpierw w niektórych krajach Europy, a potem w Stanach Zjednoczonych ciągle fascynuje badaczy. Czy skok do nowoczesności był jedynie przypadkowym zbiegiem okoliczności, czy też skutkiem wyjątkowych uwarunkowań kulturowo-religijnych?²⁵ Niezwykle ciekawe studium psychologiczne opublikowane w 2014 r. w magazynie „Science” pokazuje, że wpływ na obecny poziom innowacyjności mogły mieć formy rolnictwa rozwijane setki lat temu. Amerykańsko-chiński zespół badawczy przeprowadził wielkoskalowe badania nad poziomem innowacyjności w różnych regionach Chin. Analiza wykazała silne korelacje między innowacyjnością a dominującym rodzajem upraw: uprawa pszenicy sprzyja innowacyjności, ryżu przeciwnie²⁶.

Zdaniem badaczy uprawa ryżu wymaga organizacji produkcji prowadzącej do kolektywnych form instytucjonalnych, tłumiących indywidualną ekspresję. Z kolei uprawy pszenicy sprzyjają produkcji zindywidualizowanej, co przekłada się także na powstanie ładu społecznego nieblokującego indywidualnej ekspresji. W efekcie wieloletnie uzależnienie od form upraw doprowadziło do rozwoju różnych form organizacji społecznej w Chinach. Te zaś z kolei prowadziły do form kultury stabilizujących określone predyspozycje psychologiczne. W efekcie odroczonym skutkiem rolnictwa opartego na pszenicy jest większy indywidualizm i skłonność do podejmowania zindywidualizowanych działań, co z kolei jest warunkiem innowacyjności.

Dietz Vollrath odświeża dyskusję ekonomistów o zależnościach między poziomem zaufania w społeczeństwie a dynamiką rozwoju. Pionierskie prace w tej dziedzinie²⁷ wskazują na bezpośredni związek między kulturą, czyli przekazywanymi w społeczeństwie normami a poziomem zaufania, a dalej na efektywność działalności gospodarczej. Najprostszym wyjaśnieniem znaczenia zaufania jest obniżenie kosztów transakcyjnych, samo jednak zaufanie jest produktem uwarunkowań kulturowych. Vollrath, odwołując się do najnowszej literatury przedmiotu pokazuje, że czynnikiem, który mógł mieć decydujący wpływ na „wybuch” innowacyjności w Europie Północno-Zachodniej był ukształtowany w niej model rodziny. Ukształtowanie tego modelu miało z kolei silny związek m.in. z rozwojem rolnictwa opartego na uprawie zbóż, które zachęcało do rozwoju otwartych struktur rodzinnych i organizacji społecznej sprzyjającej nieustannym kontaktom z „innymi”, osobami spoza najbliższego kręgu krewniaczego. Struktury takie rozwinęły się w latach 800–1100, trwale decydując o wysokim poziomie zaufania, w jakie wyposażeni są przedstawiciele społeczeństw Europy Północno-Wschodniej. W tym kontekście zastanawiać się należy nad trwałością niskiego zaufania w Polsce, utrwalonego

²⁵ D.F. Noble, *The religion of technology: the divinity of man and the spirit of invention*, A.A. Knopf: Distributed by Random House, New York 1997.

²⁶ T. Talhelm, X. Zhang, S. Oishi, C. Shimin, D. Duan, X. Lan, S. Kitayama, *Large-Scale Psychological Differences within China Explained by Rice Versus Wheat Agriculture*, *Science* 2014, 344(6184), 603–608. Doi:10.1126/science.1246850.

²⁷ L. Guiso, P. Sapienza, L. Zingales, *Does Culture Affect Economic Outcomes?*, *Journal of Economic Perspectives* 2006, 20(2), 23–48. Doi:10.1257/jep.20.2.23.

uksztalowanym w okresie długiego historycznego trwania ładem instytucjonalnym opartym na pańszczyźnie i folwarku²⁸.

Innowacyjna dżungla

Przyjmując do wiadomości rezultaty badań nad długim trwaniem struktur społecznych i uwarunkowań kulturowych, które mogą mieć znaczenie dla dynamizmu gospodarczego i innowacyjności, w dalszej części opracowania będę poszukiwał możliwości przeciwstawienia się kulturowemu i historycznemu determinizmowi. Nie będę jednak podejmował prób krytyki wspomnianych badań, lecz skoncentruję się na próbie odpowiedzi na pytanie wynikające z analizy Edmunda Phelps'a wskazującego, że warunkiem dynamizmu gospodarczego jest oddolna energia przedsiębiorczości, kreatywności i innowacyjności. Energię tę stymuluje kształtowany kulturowo system norm sprzyjających podejmowaniu ryzyka, indywidualizmu, współpracy, samorealizacji.

Systematyczną próbą odpowiedzi na wyzwanie Phelps'a jest opracowanie Victora W. Hwanga i Grega Horowitta, *The Rainforest. The Secret to Building the Next Silicon Valley*²⁹. Autorzy przekonują, że w polityce proinnowacyjnej odejść należy od mechanicznego myślenia systemowego i potraktować środowisko sprzyjające innowacjom jak ekosystem lasu tropikalnego. Za tą metaforą kryje się strukturalny konkret: ekosystem lasu tropikalnego to złożony, zróżnicowany, dynamiczny system adaptacyjny o strukturze sieci. Innowacje, czyli wyraz twórczej ewolucji i dostosowań do zmieniającego kontekstu są wyrazem systemowej rezyliencji i jednocześnie skutkiem złożoności.

Hwang i Horowitt operacjonalizują metaforę lasu tropikalnego, pokazując, że system gospodarczy charakteryzujący się dynamizmem, a tym samym dysponujący potencjałem innowacyjnym musi mieć strukturę podobną do lasu tropikalnego, której nie da się zredukować do prostych mechanizmów wyjaśniających, jak rynkowe prawo popytu i podaży. Dynamizm systemu zależy od wielu oddziałujących jednocześnie czynników o charakterze zarówno infrastrukturalnym, jak i kulturowym. Dla rozwoju potrzebna jest zatem dobra infrastruktura techniczna sprzyjająca upowszechnianiu wiedzy i idei, potrzebne są miejsca zagęszczające komunikację między ludźmi i potrzebne są regulacje prawne stabilizujące wytwarzanie i upowszechnianie wiedzy i idei.

Sama ich podaż zależy jednak w dużej mierze od czynników kulturowych: różnorodności środowiska ludzkiego, różnorodności nie tylko kulturowej, ale i psychologicznej – podaży innowacji sprzyjają zróżnicowane motywacje do podejmowania ryzyka: dla jednych będą to pieniądze, dla innych smak przygody, pragnienie samorealizacji. Potrzebne jest wspomniane wielokrotnie zaufanie oraz związana z nim niepisana siatka zasad rządzących „lasem”. Autorzy przekonują, że redukcjonistyczne systemy wspierania innowacji przypominające uporządkowane, hodowane lasy nie mają szansy na osiągnięcie celu. Na przykład rzadko przynosi skutek rozwijanie regionalnych systemów innowacji opartych na idei silnego terytorialnego związku zaplecza akademickiego i gospodarczego. W dobie globalizacji koszt dotarcia do odpowiedniego rozwiązania nie jest funkcją odległości, lecz dostępności informacyjnej. Podobnie jednostki akademickie nie są ograniczone w dystrybucji swych osiągnięć do najbliższego terytorium, tylko mogą działać w globalnej sieci. Stwierdzenie o ograniczonej skuteczności

²⁸ J.T. Hryniewicz, *Polityczny i kulturowy kontekst rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2004.

²⁹ V.W. Hwang, G. Horowitz, *The rainforest: the secret to building the next Silicon Valley*, Calif.: Regenwald, Los Altos Hills 2012.

terytorialnych polityk proinnowacyjnych znajduje potwierdzenie w polskich badaniach Agnieszki Olechnickiej³⁰.

Koncepcja „lasu tropikalnego” sformułowana przez Hwanga i Horowitta nie budzi większych wątpliwości, choć jej realizacja w praktyce nie jest łatwym zadaniem, bo wymaga stosowania złożonych instrumentów, co stanowi wyzwanie dla systemów zarządzania publicznego stworzonych w oparciu o hierarchie i redukcjonistyczne reguły. Analiza możliwości zastosowania rekomendacji „lasu tropikalnego” w Polsce wymagałaby odrębnej analizy. W dalszej części opracowania skoncentruję się na kluczowym aspekcie tworzenia innowacyjnego ekosystemu: rozpoznania proinnowacyjnych zasobów, rozumianych zarówno jako zasoby ludzkie, jak i uwarunkowania kulturowe.

W stronę metakultury innowacyjności

Ciekawych tropów w tych poszukiwaniach dostarcza amerykański antropolog Greg Urban, proponując pojęcie metakultury³¹. Wyjaśnia za jego pomocą, w jaki sposób społeczeństwa nastawione na trwanie zaczęły doceniać nowość jako wartość samą w sobie.

Potrzebna do tego była odpowiednia metakultura, czyli sposób, w jaki kultura mówi sama o sobie. W społeczeństwach tradycyjnych, przednowoczesnych obowiązywała metakultura powtórzenia, w której wartością było przywiązanie do mitu, opowieści fundujących wspólnotę. Kluczowym elementem tej metakultury była technologia reprodukcji i upowszechniania owej opowieści. Polegała ona na jak najwierniejszym powtarzaniu wyuczonej na pamięć historii, a proces reprodukcji i ekspresji łączyły się w jednym akcie twórczym.

Wynalazek druku otworzył nowe perspektywy, bo umożliwił oderwanie procesu reprodukcji od procesu upowszechniania utworów. Do pełnego wykorzystania tej możliwości potrzebna była jednak odpowiednia metakultura, która premiowała wytwarzanie nowych treści. Elementami takiej metakultury z czasem stały się m.in. czasopisma i publikowane w nich recenzje. Periodyczność wymuszała popyt na nowe artykuły krytyczne, ich autorzy z kolei domagali się pretekstu do pisania kolejnych recenzji, omówień. Gazeta codzienna samym swoim istnieniem wymusza „produkcję” wydarzeń politycznych, kulturalnych, naukowych.

Z czasem metakultura nowości rozwinęła się w złożony system promowania produkcji nowości za pomocą konkursów, nagród, festiwali, czyli złożonego ekosystemu zachęt do podejmowania ryzyka, tworzenia i innowacyjności nazwanego przez Jamesa Englisha „ekonomią prestiżu”³². Elementem metakultury nowości, jaki sprzyja powstawaniu innowacji są nagrody za rozwiązania techniczne, które często lepiej stymulują wynalazców niż ochrona patentowa³³.

Greg Urban zwraca uwagę na ciekawy aspekt metakultury nowości wynikający z rozdzielania reprodukcji od upowszechniania. Rozdzielenie to powoduje, że popyt na nowe wytwory kultury i techniki nie musi być zaspokajany za pomocą endogennej wytwórczości. Gotowość do oglądania nowych

³⁰ A. Olechnicka, *Potencjał nauki a innowacyjność regionów*. Wydawnictwo Naukowe Scholar. Warszawa 2012.

³¹ G. Urban, *Metaculture: how culture moves through the world*. University of Minnesota Press. Minneapolis 2001.

³² J.F. English, *Ekonomia prestiżu: nagrody, wyróżnienia i wymiana wartości kulturowej*. (ł. Zaremba, Tłum.). Narodowe Centrum Kultury. Warszawa 2013.

³³ J. Stiglitz, *Policy Innovations – Prizes, Not Patents*. 2007. Pobrano 22 grudnia 2014, z http://www.policyinnovations.org/ideas/commentary/data/prizes_not_patents/pf_printable.

filmów i korzystania z nowych technologii nie musi oznaczać umiejętności ich wytwarzania. Meta-kultura nowości nie determinuje endogennego rozwoju nowoczesnej, opartej na innowacjach i kreatywności gospodarki.

Uwaga ta ma kluczowe znaczenie w warunkach globalizacji, która polega na upowszechnieniu metakultury nowości na całym świecie. Tyle tylko, że kreowany przez tę metakulturę popyt na nowość zaspokajany jest głównie przez, jak pisze Peter Thiel³⁴, innowacje o charakterze horyzontalnym, czyli polegające na drobnych modyfikacjach podstawowego wzoru. W ten sposób można wytłumaczyć paradoksalny rozróż między faktyczną sytuacją polegającą na malejącym dynamizmie i podtrzymywanym przez globalizującą się metakulturę przekonaniu o rosnącym tempie zmiany technologicznej.

Rozrastająca się sfera metakultury (rosnąca liczba źródeł informacji o nowych technologiach, odkryciach naukowych) zachęca do jak najszybszej produkcji wydarzeń, by zaspokoić popyt kreowany w ramach ekonomii prestiżu, nie stwarza jednak odpowiednich zachęt do zaangażowania w projekty o potencjalnie przełomowym znaczeniu, lecz także o odroczonej nagrodzie. W dziedzinie zaawansowanych technologii widać to przesunięcie w energii, jaką młodzi przedsiębiorcy i innowatorzy poświęcają na tworzenie banalnych, lecz modnych aplikacji dla rynku smartfonów.

Znikające społeczeństwo

Szukając odpowiedzi na pytanie o możliwość przywrócenia dynamizmu gospodarce, należy pamiętać nie tylko o metakulturowym aspekcie zagadnienia, lecz również o szybko zmieniającym się kontekście społecznym. Nowoczesna metakultura nowości wspomagająca dynamizm kapitalizmu przemysłowego rozwinęła się w społeczeństwie o strukturze stabilizowanej przez instytucje i kulturę gwarantujące reprodukcję społecznego ładu oraz zasobów rozwojowych. Ten ład już nie istnieje, bo nie istnieją już społeczeństwa w kształcie sprzed kilkudziesięciu lat³⁵. Z jednej strony nastąpił proces indywidualizacji, polegający na emancypacji jednostki spod kurateli kolejnych mających na jej życie elementów struktury społecznej: rodziny i państwa. To skutek odmasowienia wynikającego z malejącej roli przemysłu i związanych z nim form organizacji wytwarzania wartości ekonomicznej.

Z drugiej strony poprzemysłowa transformacja gospodarki zainicjowana na początku lat 70. XX wieku spowodowała wzrost znaczenia kapitalizmu finansowego o zglobalizowanym zasięgu. Jego autonomia wobec struktur państwa narodowego spowodowała kryzys legitymizacji instytucji regulujących życie nowoczesnych społeczeństw. Stają się one kategoriami zombi – ciągle istnieją, mają swoich prezesów i dyrektorów, rośnie jednak ich bezsilność. Podobnie dzieje się z państwem i polityką, gdzie władza odkleiła się od mocy, czyli zdolności realizacji celów³⁶.

Pustki po instytucjach nie musi wypełniać anomia – zindywidualizowany mieszkaniec współczesności pustkę wypełnia coraz intensywniejszą komunikacją możliwą dzięki rozwojowi sieci teleinformatycznych. Staje się tym samym indywidualistą usieciowionym koordynującym swoje działania za pomocą społecznego systemu operacyjnego, jaki tworzy środowisko sieci (infrastruktura technologiczna,

³⁴ P.A. Thiel, B. Masters, *Zero to one: notes on startups, or how to build the future*. 2014.

³⁵ A. Touraine, *La fin des sociétés*. Éd. du Seuil. Paris 2013.

M. Marody, *Jednostka po nowoczesności: perspektywa socjologiczna*. Wydawnictwo Naukowe Scholar. Warszawa 2014.

³⁶ U. Beck, *Władza i przeciwładza w epoce globalnej: nowa ekonomia polityki światowej*. (J. Łoziński, tłum.). Scholar. Warszawa 2005.

urządzenia dostępne i interfejsy logiczne)³⁷. W tak skonstruowanym społeczeństwie, w którym struktura się rozpada i traci oparcie w coraz bardziej zindywidualizowanej i pofragmentowanej kulturze kryzys dotyka także instytucje tworzące metakulturę. W społeczeństwie sieci każdy może być twórcą innowacji kulturowych i technologicznych, każdy też może być autorem sądów metakulturowych oceniających owe innowacje. Oceny profesjonalistów działających w imieniu kiedyś uznanych instytucji konkurować muszą z ocenami ekspertów wyniesionych do roli autorytetów za sprawą mechanizmów uznania w sieci. Działa tu podobny mechanizm, jaki rządzi konkurencją między Wikipedią a klasycznymi encyklopediami.

Jaron Lanier, głośny krytyk takiego modelu rozwoju współczesnej cywilizacji ostrzega przed cyfrowym maoizmem, który powoduje, że cała twórcza energia idzie na produkcję nieistotnych parafernaliów stwarzających pozór innowacji, samych innowacji jednak jak na lekarstwo³⁸. Innymi słowy twórczy i innowacyjny potencjał usieciowionych indywidualistów nie jest optymalnie wykorzystany. Jak już jednak pisaliśmy, brakuje także efektywnych mechanizmów alokacji kapitału do najbardziej kreatywnych miejsc innowacyjnego ekosystemu.

Polska, paradoks innowacji

Sytuacja Polski, kraju doganiającego jest dość szczególna. Z jednej strony przynależność do Unii Europejskiej wiąże się z przemocą strukturalną, tj. presją ze strony państw bardziej rozwiniętych forsujących swoje modele rozwojowe adekwatne do poziomu zaawansowania gospodarczego. Presja ta oznacza szanse wynikające z przyspieszonej modernizacji struktur administracyjnych i zarządczych. Jednocześnie jednak może być źródłem zagrożeń, które wskazują autorzy artykułu „The Power of Market Creation. How Innovation Can Spur Development”³⁹. Dzielą oni innowacje na trzy kategorie. Pierwsza, to innowacje o charakterze efektywnościowym, polegające na ciągłym usprawnianiu metod wytwarzania wartości ekonomicznej, co prowadzi do wzrostu produktywności.

Wzrost produktywności nie musi prowadzić do rozwoju, o ile nie będzie mu towarzyszyła podaż innowacji o charakterze podtrzymującym paradygmat gospodarczy (np. kolejne fale technologii samochodowych, które zapewniają utrzymywanie potencjału sektora motoryzacyjnego). Najważniejsze są jednak innowacje kreujące nowe rynki, czyli zaspokajające nieujawnioną konsumpcję. Wychodząc z tej typologii, autorzy pokazują, że kraje rozwijające się i doganiające często popełniają błąd, kładąc w swych politykach rozwojowych nacisk na inwestycje infrastrukturalne i przyciąganie bezpośrednich inwestycji zagranicznych, a zapominając o kluczowym znaczeniu innowacji kreujących nowe rynki. Nowa infrastruktura oraz inwestycje zagraniczne pełnią w istocie rolę innowacji efektywnościowych, nie zapewniają więc trwałego rozwoju. Bilans rozwojowej efektywności inwestycji infrastrukturalnych dokonanych w Polsce dzięki dostępności funduszy europejskich przed nami. Wstępne oceny ekspertów wskazują, że znaczny ich odsetek nie będzie miał długofalowo efektu rozwojowego, a dotychczasowe wnioski już pozwalają stwierdzić, że inwestycje te nie przyniosły głównego strategicznego celu – nie zwiększyły spójności, przeciwnie – spójność wewnątrz i międzyregionalna zmalała⁴⁰. Jedno-

³⁷ H. Rainie, B. Wellman, *Networked: the new social operating system*. Cambridge, Mass.: MIT Press. 2012.

³⁸ J. Lanier, *You are not a gadget: a manifesto*. Alfred A. Knopf. New York 2010.

³⁹ B.C. Mezue, C.M. Christensen, D. van Bever, The Power of Market Creation. How Innovation Can Spur Development. *Foreign Affairs*, 94(1), 69–76, 2015.

⁴⁰ G. Gorzelak, Różnice będą rosły | Sorry, taki mamy model – Polityka.pl. 2014. Pobrano 30 listopada 2014, z <http://www.polityka.pl/niezbednikinteligenta/1597645,1,roznice-beda-rosly.read>.

cześniej Polska doświadcza procesu deindustrializacji⁴¹, co nie sprzyja wzrostowi intensywności innowacji. Ze względu na powyższe argumenty z ostrożnością należy analizować doniesienia o wyraźnym wzroście aktywności innowacyjnej w Polsce⁴².

Nie jest rolą tego opracowania analiza efektywności różnych instrumentów krajowych polityk proinnowacyjnych, są one przedmiotem licznych analiz i rekomendacji. Warto natomiast zwrócić uwagę na stwierdzenie ze wspomnianego raportu „Kurs na innowacje”: „wyjście z rozwojowego dryfu i otwarcie perspektyw rozwojowych jest uzależnione nie od koniunktury i koniunkturalnych posunięć, parametrycznych korekt, ale od podjęcia politycznie trudnych zmian systemowych – strukturalnych i instytucjonalnych – które pozwolą na uformowanie się nowego modelu rozwoju Polski. Sednem tego modelu musi być wykorzystanie nie tylko szeroko rozumianego potencjału innowacyjnego znajdującego się w sferze prywatnej, ale także tego zakumulowanego, choć w znacznej mierze zamrożonego, w sferze publicznej oraz w sferze obywatelskiej. Tak, aby w rezultacie możliwe było uruchomienie w masowej skali krajowego potencjału kreatywności i innowacyjności. Jeśli to zadanie nie zostanie podjęte lub się nie powiedzie, to w konsekwencji polska gospodarka wejdzie w fazę stagnacji i zostanie na lata sperferyzowana w systemie nowej globalnej architektury gospodarczej, a w każdym razie znajdzie się z pewnością daleko od centrum”⁴³.

Potencjał próżni socjologicznej

Teza o „zamrożonych zasobach” zbliżona jest do wcześniejszej tezy o globalnym nieoptymalnym wykorzystaniu potencjału kreatywnego i innowacyjnego ze względu na przemiany struktury społeczeństwa, fragmentację kultury i dynamiczny rozwój metakultury. Przemiany te powodują, że istniejący ład instytucjonalny nie odpowiada trwającemu procesowi nowej strukturalizacji społeczeństwa odbywającej się w dużym stopniu w paradygmacie usieciowionego indywidualizmu. Jak w takiej sytuacji tworzyć ekosystem innowacyjny o charakterystyce „lasu tropikalnego”? Czy w ogóle próby takie są możliwe ze względu na opisywane wcześniej długie trwanie kształtowanych kulturowo norm i postaw, z zaufaniem na czele (czy raczej w polskim kontekście – z brakiem zaufania)?

Procesy dekompozycji społecznej i wielowymiarowej przemiany struktury oraz kultury niosą wiele zagrożeń, otwierają także szanse na rekonstrukcję społeczną opartą o bardziej efektywny pod względem rozwojowym ład instytucjonalny, zbliżony do postulowanego przez Hwanga i Horowitta lasu tropikalnego. Społeczeństwo polskie podlega podobnym globalnym trendom⁴⁴, ich realizacja przebiega jednak w lokalnym kontekście. Ważnym aspektem tego kontekstu jest „próżnia socjologiczna”, pojęcie wprowadzone w latach 70. XX stulecia przez socjologa Stefana Nowaka⁴⁵. Pisał wówczas: „w Polsce jest próżnia socjologiczna. Istnieją dwa podmioty: naród, który ma charakter wirtualno-moralny, nie sprawczy oraz wspólnota pierwotna, czyli rodzina. Między nimi jest pustka: sąsiad nie ufa sąsiadowi, współpasażer współpasażerowi w autobusie”.

⁴¹ European Commission & Directorate-General for Enterprise and Industry. *Industrial performance scoreboard: a Europe 2020 initiative: Commission staff working document*. Brussels: EU. 2013.

⁴² D. Gołębiowska-Tataj, *Poland: emerging innovation leader of the Visegrad Group*. Central and Eastern Europe Development Institute: EU Economic Department Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Poland. Warszawa 2014.

⁴³ J. Hausner (red.), *Kurs na innowacje: jak wyprowadzić Polskę z rozwojowego dryfu?* Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej. Kraków 2011.

⁴⁴ M. Marody, op.cit.

⁴⁵ S. Nowak, *System wartości społeczeństwa polskiego*. Studia Socjologiczne, (4). 1979.

Jak pamiętamy, rok później wybuchła w Polsce „Solidarność”, ruch określony przez Alaina Touraine’a najważniejszą innowacją społeczną drugiej połowy XX wieku. W jaki sposób „próżnia socjologiczna” wydała taki efekt? Najwyraźniej w pustej przestrzeni między narodem i strukturami rodzinnymi istniały miejsca wytwarzające więź społeczną i kapitał społeczny, których jednak nie ujawniły dostępne w tamtym czasie metody badawcze. Dziś wiemy, z badań prowadzonych już nad polską transformacją, że miejscami takimi były m.in. fabryki. Funkcjonujące w sytuacji gospodarki niedoboru zakłady pracy wymuszały na ich pracownikach współpracę i niestandardowe, kreatywne działania poza normą technologiczną, dzięki którym możliwe jednak było wykonanie zadania⁴⁶.

Pojęcie próżni socjologicznej przywrócił do dyskursu publicznego Janusz Czapiński, autor wielkich, cyklicznych badań społecznych „Diagnoza Społeczna”⁴⁷. Stwierdzenie Czapińskiego o braku społeczeństwa potwierdzają liczne inne badania odnoszące się do różnych aspektów życia społecznego i kulturalnego. I tak, zgodnie z cyklicznym badaniem Edelman Trust Barometer, w Polsce nastąpił w ostatnim okresie wyraźny spadek zaufania społecznego⁴⁸. W tym samym czasie nastąpiło radykalne zmniejszenie intensywności uczestnictwa w kulturze⁴⁹. Wyniki badań nad systemem wartości Polaków pokazują, że największe znaczenie dla mieszkańców Polski mają rodzina oraz zdrowie. Wartości ogólnospołeczne i obywatelskie znajdują się na odległym miejscu⁵⁰. Z kolei niepublikowane badania jakościowe nad tożsamością Polaków w czasach zmiany pokazują głęboką przemianę ram symbolicznych. W ciągu dekady przynależności do Unii Europejskiej zawężeniu uległo rozumienie prywatnej ojczyzny, która rzadko wykracza poza obszar gminy. Nie powiódł się projekt budowy tożsamości regionalnych, miasta wojewódzkie są równie odległe dla mieszkańców gmin, jak stolica kraju, na znaczeniu zyskały natomiast miasta powiatowe. Jednocześnie jednak wzrosła otwartość na zmiany, czego najlepiej dowodzą wyniki wyborów samorządowych w 2014 r.

Rekonstrukcja społeczna

Polskie społeczeństwo jest w trakcie przemian, których kierunek trudno jeszcze jednoznacznie wskazać. Obserwowane oznaki anomii i „próżni socjologicznej” mogą być symptomem kryzysu prowadzącego do regresu, jak i do rekonstrukcji społecznej. Efekt będzie skutkiem złożonych, współoddziałujących na siebie procesów semiozy (tworzenia pojęć określających nową rzeczywistość) i strukturacji. Procesy te wyjaśnia aparat teoretyczny kulturowej ekonomii politycznej (CPE – *Cultural Political Economy*)⁵¹. Jego autorzy zwracają uwagę, że obrazy świata społecznego, jakimi posługujemy się w różnych dyskursach publicznych, od medialnego po dyskurs władzy są wynikiem redukcji złożoności za pomocą pojęć i struktur interpretacyjnych. Nigdy nie będą one w pełni odzwierciedlać całego bogactwa „świata życia”, są jednak niezbędne dla efektywnego koordynowania działań indywidualnych i zbiorowych.

⁴⁶ E.C. Dunn, *Prywatyzując Polskę: o bobofrutach, wielkim biznesie i restrukturyzacji pracy*. (P. Sadura, Tłum.). Wydawnictwo Krytyki Politycznej. Warszawa 2008.

⁴⁷ J. Czapiński, T. Panek, D. Batorski, Polska, Główny Urząd Statystyczny & Zakład Wydawnictw Statystycznych. *Diagnoza społeczna 2013: warunki i jakość życia Polaków: raport*. Zakład Wydawnictw Statystycznych. Warszawa 2013.

⁴⁸ 2014 Edelman Trust Barometer – Global Results. 2014. Pobrano 21 stycznia 2015, z <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/2014-edelman-trust-barometer/about-trust/global-results/>.

⁴⁹ European Commission – PRESS RELEASES – Press release – Survey shows fall in cultural participation in Europe. (2013). Pobrano 30 listopada 2014, z http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-1023_en.htm.

⁵⁰ R. Drozdowski, B. Fatyga, M. Filiciak, M. Krajewski, T. Szlendak, *Praktyki kulturalne Polaków*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2014.

⁵¹ N.-L. Sum, B. Jessop, *Towards a cultural political economy: putting culture in its place in political economy*. 2013.

Wspomniane obrazy świata powstają w procesie semiozy, nazywania aspektów rzeczywistości i uobecniania jej w ten sposób w dyskursie, co umożliwia z kolei proces strukturacji, polegający na krzepnięciu zjawisk ukrytych za pojęciami do postaci instytucji i struktur. Nabierające mocy struktury i instytucje same zaczynają aktywnie uczestniczyć w procesie semiozy i tworzenia wiedzy społecznej, często kierując się intencjami politycznymi. Ich celem nie musi być wcale dążenie do ujawnienia jak największego obszaru rzeczywistości społecznej, o wiele bardziej prawdopodobne jest dążenie do reprodukcji istniejącego ładu. Taka strategia spełnia swe zadanie dopóty, dopóki ład instytucjonalny nie odbiega od rzeczywistości społecznej – zbyt wielka rozbieżność obrazu świata społecznego, jakim posługują się instytucje w procesie swej legitymizacji od tego rzeczywistości społecznej prowadzi do kryzysu.

Przykładem tego jest ewolucja ruchów miejskich w Polsce. Za ich początek uznać należy proces semiozy, kiedy rosnące grono młodych badaczy i jednocześnie mieszkańców miast zaczęło opisywać sytuację miast w odmienny sposób niż wiedza reprodukowana przez strukturę, czyli istniejące instytucje władzy, kultury, nauki. Zainicjowana na marginesie struktury semioza okazała się adekwatnym opisem rzeczywistości dla rosnącej liczby aktorów, którzy współdzieląc ten opis weszli w proces strukturacji: najpierw powstał Kongres Ruchów Miejskich, potem Porozumienie Ruchów Miejskich, które wytworzyły instytucje zdolne do reprodukcji alternatywnej wiedzy, a z czasem także do skutecznego działania w polach zdominowanych przez „tradycyjne” instytucje. Konfrontacja odbywała się i odbywa zarówno na poziomie struktury (walka o władzę za pomocą mechanizmów politycznych, jak i wytwarzanie innowacji politycznych redefiniujących przestrzeń władzy) oraz kultury (wytwarzanie i kontrola dyskursów interpretacyjnych).

Przykładów pokazujących, że „próżnię społeczną” wypełnia potencjalna energia społecznego działania jest więcej. Na przełomie stycznia i lutego 2012 r. wybuchły protesty przeciwko porozumieniu ACTA. Angażowali się w nie głównie ludzie młodzi, sportretowani rok wcześniej w raporcie „Młodzi 2011”⁵². Z opracowania tego nie wynikała możliwość młodzieżowego, masowego protestu. W jeszcze mniejszym stopniu domyślić się można było zdolności młodych ludzi do zorganizowanego działania, innowacji taktycznych, intensywnej pracy z symbolami wyobrażającymi stawkę walki i związane z nią wartości⁵³.

Mapa nie jest terytorium

Analiza tych przypadków prowadzi do hipotezy rozwijającej stwierdzenie o zamrożonym potencjale innowacyjnym z raportu „Kurs na innowacje”. Hipoteza ta powstała w trakcie projektu seminaryjno-badawczego „Kultura i rozwój” realizowanego pod moim kierownictwem przez Narodowe Centrum Kultury oraz Collegium Civitas, a w końcowej fazie także przez Fundację Nowej Kultury „Bęc Zmiana”. Głosi ona, że w polskim dyskursie rozwojowym posługujemy się nieadekwatnym rozpoznaniem zasobów. Potencjalne zasoby mogące mieć wpływ na zwiększenie dynamizmu kryją się w „socjologicznej próżni”, a przez to nie mają szansy stać się przedmiotem odpowiednich polityk oraz celem alokacji środków.

Weryfikacja tej hipotezy stała się przedmiotem ostatniego etapu projektu „Kultura i rozwój” realizowanego w 2014 r. po nazwą „Fraktale”⁵⁴. Na podstawie studiów przypadków oraz metaanalizy innych ba-

⁵² K. Szafraniec, *Młodzi 2011*. (M. Boni, red.), Kancelaria Prezesa Rady Ministrów. Warszawa 2011.

⁵³ E. Bandyk, *Bunt sieci*. Polityka Spółdzielnia Pracy. Warszawa 2012.

⁵⁴ E. Bandyk, SPISEK KULTURY. 2014. Pobrano 22 grudnia 2014, z <http://spisekkultury.wordpress.com/>.

dań ujawniona została złożona struktura czynników, jakie powodują, że „mapy” zasobów używanych w dominujących dyskursach i kształtowanych przez nie politykach publicznych nie odzwierciedlają „terytorium”, czyli rzeczywistego obrazu przestrzeni społecznej i kryjących się w niej rozwojowych potencjałów kreatywności i innowacyjności.

Czynniki te nazwałem, inspirowany pracami filozofa nauki Gastona Bachelarda „przeszkodami epistemologicznymi”⁵⁵. Bachelard pokazał, analizując kształtowanie się nowoczesnego umysłu naukowego, jak trudnym procesem było przestawienie myślenia z przednowoczesnego do współczesnego, posługującego się w codziennym dyskursie kategoriami racjonalnymi i pojęciami naukowymi. Pokonanie przeszkód epistemologicznych umożliwiło nie tylko zaistnienie umysłowi naukowemu – dzięki niemu człowiek inaczej spojrzal na świat, odkrywając w nim zasoby zasłonięte dla umysłu przednowoczesnego. Mobilizacja tych zasobów umożliwiła rewolucję przemysłową.

Dziś stajemy wobec podobnego i jednocześnie odwrotnego procesu. Struktury epistemologiczne stworzone w epoce nowoczesnej nie nadają się do opisu ponowoczesnego „świata życia”, nie można go jednak też opisać w pełnej różnorodności – potrzebna jest nowa rama koncepcyjna umożliwiająca redukcję złożoności do kategorii umożliwiających nową strukturację i budowę ładu instytucjonalnego lepiej sprzyjającego rozwojowi. Proces ten nie jest zdeterminowany, można natomiast spróbować zidentyfikować przeszkody epistemologiczne i strukturalne hamujące jego rozwój, a następnie zaproponować propozycje rozwiązań o charakterze metakulturowym, czyli takich, które będą wewnątrz przestrzeni kultury waloryzować wybrane procesy semiozy, stymulując opartą na nich strukturację i prorozwojową zmianę społeczną oraz instytucjonalną.

Siła rozchwianej tożsamości

Przed wskazaniem zidentyfikowanych barier epistemologicznych warto chwilę zastanowić się nad sposobami, w jaki Polacy tworzą samowiedzę społeczną, czyli w jaki sposób budują wspólną bazę informacyjną i symboliczną służącą podejmowaniu indywidualnych i zbiorowych działań? Odpowiedzi na to pytanie próbują udzielić autorzy tomu „Gabinet luster”⁵⁶, wskazując na złożoność i wielowymiarowość procesu tworzenia społecznej samowiedzy na podstawie negocjowanej w dyskursie publicznym interpretacji różnych źródeł: sondaży (nabierających coraz większego znaczenia), informacji prasowych i medialnych tworzących samopodtrzymujące się dyskursy wyjaśniające, narracji kulturowych stabilizujących elementy zbiorowej tożsamości). Jak bardzo ta mapa odpowiada rzeczywistości?

Nie sposób ocenić tego w sposób ilościowy. W najbardziej radykalnej ocenie problemem jest to, że po prostu mapa posługuje się pojęciami całkowicie oderwanymi od społecznej substancji, do jej powstania używane są fałszywe kody prowadzące do nieadekwatnej symbolizacji. Społeczeństwo w swej masie złożone z chłopów wyobraża siebie jako naród postszlachecki, kultywujący sarmackie i romantyczne tradycje, w zredukowanej na dodatek wersji, bo racjonalizującej dzisiejszą homogeniczność kulturową Polski⁵⁷. W tożsamościowym dyskursie Polaków, w mapie, jaka przedstawia ich tożsamość nie ma miejsca na różnorodność kultur, jaka była cechą historycznej Rzeczypospolitej. Białe plamy po

⁵⁵ G. Bachelard, *Kształtowanie się umysłu naukowego: przyczynek do psychoanalizy wiedzy obiektywnej*. (D. Leszczyński, Tłum.). Słowo/Obraz Terytoria. Gdańsk 2002.

⁵⁶ A. Giza-Poleszczuk (red.), *Gabinet luster: o kształtowaniu samowiedzy Polaków w dyskursie publicznym*. Wydawnictwo Naukowe Scholar. Warszawa 2013.

⁵⁷ J. Sowa, *Fantomowe ciało króla: peryferyjne zmagania z nowoczesną formą*. Tow. Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”. 2011.

Sąsiadach zostały aktywnie wymazane w trakcie bezprecedensowego w dziejach, de facto rewolucyjnego procesu zmiany struktury społecznej i terytorium geograficznego związane z masowymi przemieszczeniami ludności, eksterminacją całych grup⁵⁸.

Czy tak zredukowana i zafałszowana tożsamość może być zasobem rozwojowym? Czy dysonans dyskursywny, owa różnica między społeczną substancją a jej kulturowymi hipostazami jest rozwojową przeszkodą, czy przeciwnie źródłem napięć generujących społeczny dynamizm, powodujących, że Polacy funkcjonują w przestrzeni hybrydowej dłużej, niż istnieje to zaproponowane przez Manuela Castellsa pojęcie⁵⁹? W efekcie też, dzięki temu, że nigdy nie przeszli pełnej modernizacji są bardziej ponowoczesni niż społeczeństwa jawnie wielokulturowe, bo każdy jest nośnikiem „protean self”⁶⁰, proteuszowego „ja” umożliwiającego przełączanie się między kodami: od „chłopskiej” chytryści po ułańską fantazję, a w związku z tym zapewniającego większą reziliencję i zdolność adaptacyjną.

Ta tożsamościowa elastyczność powoduje, że umiejętnie podejmowane działania polegające na korektach obowiązującej mapy przez wprowadzanie do społecznej kartografii obszarów zapomnianych lub aktywnie wymazanych stają się nie tylko źródłem procesu kulturotwórczego, lecz także innowacji organizacyjnych i technologicznych. We wspomnianych studiach przypadków przeanalizowaliśmy kilka obszarów, gdzie kryją się zasoby rozwojowe o dużym potencjale kreatywnym i innowacyjnym. Czas na wskazanie barier powodujących, że ich nie dostrzegamy lub nie chcemy dostrzec.

Przeszkoda I – dane i pojęcia

Banalna wydawałaby się kwestia, wystarczy jednak przeanalizować dowolną dyskusję o przemysłach kreatywnych. Okaze się wówczas, że znaczną jej część zajmie próba definicji dyskutowanego pola, a następnie zmierzenia go za pomocą ilościowych wskaźników. To typowy przykład pogranicza różnych sfer życia społecznego, kulturowego i gospodarczego o olbrzymim potencjale twórczym i innowacyjnym, zafałszowanego jednak i nierozpoznanego ze względu na brak podstawowej bazy informacyjnej. Problem nie dotyczy jedynie danych statystycznych, lecz również ich interpretacji. Dobrą ilustracją są pomiary przemysłu filmowego, który od powstania Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej w 2005 r. rozwija się dynamicznie, czego najlepszą oznaką jest rosnąca liczba sprzedanych biletów do kina w ogóle, a na polskie filmy w szczególności. Tę optymistyczną informację zakłócają jednak niepokojące wnioski z badań socjologicznych mówiące, że jednocześnie maleje liczba osób chodzących do kina. Połączenie tych dwóch informacji oznaczałoby, że malejąca liczba widzów coraz intensywniej korzysta z kina. Co jednak z tymi, którzy przestają do kin chodzić? Jakie są przyczyny ich rezygnacji i czy oznaczają one malejący społeczny popyt na film, czy zmianę jego struktury?

Przeszkoda II – metodologiczna

Kłopoty z podstawową bazą informacyjną i interpretacją istniejących danych są w dużej mierze skutkiem drugiej przeszkody epistemologicznej, wynikającej z trudności metodologicznych. Jak bowiem badać świat *in statu nascendi*, w trakcie głębokich zmian o nieznanym konsekwencjach? Na ile przyjęte założenia metodologiczne odnoszą się do struktur już nieistniejących, co prowadzić może do

⁵⁸ A. Leder, *Prześlona rewolucja ćwiczenie z logiki historycznej*. Wydawn. Krytyki Politycznej. Warszawa 2014.

⁵⁹ M. Castells, *Sieci oburzenia i nadziei: ruchy społeczne w erze internetu*. (O. Siara, tłum.). Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2013.

⁶⁰ R.J. Lifton, *The protean self: human resilience in an age of fragmentation*. NY: BasicBooks. New York 1993.

błędnych wniosków. W zależności bowiem od perspektywy metodologicznej analizowane nowe zjawiska mogą być interpretowane jako nieistotne epifenomeny istniejącej struktury lub jako symptomy zmiany o przełomowym znaczeniu.

Procesy samoorganizacji usieciwionych indywidualistów za pomocą nowych mediów będą w ogóle niedostrzegane przez badaczy, dla których wyrazem społecznej samoorganizacji są konkretne struktury, np. organizacje społeczne. Podobnie badacze przywiązani do analiz procesów innowacyjnych jako zjawisk właściwych dla sfery rozpościerającej się na granicy świata nauki i biznesu nie dostrzegą potencjału innowacyjnego praktyk społecznych, kulturowych, technologicznych i gospodarczych zachodzących w przestrzeniach alternatywnych.

Przeszkoda III – teoria

Wskazane wcześniej przeszkody są w dużym stopniu warunkowane brakiem akceptacji lub nieznanością modeli teoretycznych umożliwiających interpretację obserwowanych procesów. Hipoteza zmiany strukturalnej narzuca konieczność testowania propozycji teoretycznych uwzględniających taki proces. Badanie towarzyszące projektowi „Fraktale” ujawniło dość słabą receptywność w polskim środowisku badawczym najnowszych propozycji teoretycznych podejmujących się przedstawienia przekształceń podmiotowości oraz kompleksowej zmiany strukturalnej. Bez odniesień do tych propozycji nie sposób badać kultury jako wyodrębnionego podsystemu.

Przeszkoda IV – bariera instytucjonalna

Deficyt innowacji metodologicznych i teoretycznych polegający nie tylko na braku nowych propozycji, ale i na słabej recepcji w głównym nurcie badawczym propozycji formułowanych w globalnym obiegu naukowym jest do pewnego stopnia skutkiem uwarunkowań subiektywnych, związanych z postawami badaczy, ma jednak także wymiar instytucjonalny. Zachowawczość epistemologiczna jest konsekwencją zachowawczości instytucji badawczych nastawionych na reprodukcję samych siebie, co prowadzi do ich petyfikacji m.in. przez kultywowanie podziałów dyscyplinarnych i barier utrudniających wymianę międzyinstytucjonalną.

Przeszkoda V – bariera uznania

Świat nauki jest podobnie jak świat kultury światem żywym, w którym pojawiają się nieustannie zjawiska emergentne prowadzące do powstawania nowych strumieni wiedzy omijających wskazane przeszkody, wiedzy odwołującej się do najnowszych zbiorów danych, modeli interpretacyjnych i teoretycznych. Wiedza tworzona w coraz liczniejszych „manufakturach wiedzy” powstających na instytucjonalnym pograniczu świata nauki i innych światów wypełnia „białe plamy” na istniejących mapach kultury, nie staje się jednak społeczną samowiedzą, bo napotyka na barierę inercji dominujących dyskursów.

Inercja ta, podobnie jak w przypadku przeszkody IV polega na dążeniu instytucji komunikacji społecznej i aktorów kształtujących dyskurs na reprodukcję dominujących dyskursów, bo wspomagają one reprodukcję struktury. Wobec tej inercji nowa wiedza jest marginalizowana do roli ciekawostek, egzotycyzowana, a w dyskursie zastępują ją utrwalone stereotypy. Dążenie instytucji i struktur dyskursu

do reprodukcji nie jest jedynie wyrazem systemowej zachowawczości, lecz także wynika z interesów poszczególnych aktorów. Instytucje komunikacji społecznej stanowiące część przemysłu medialnego podobnie jak wiele środowisk i instytucji świata kultury definiuje swój interes w odniesieniu do systemu praw autorskich i własności intelektualnej. W rezultacie nowe praktyki faktycznie lub potencjalnie zagrażające temu interesowi nie tylko nie mogą liczyć na uznanie, lecz są również aktywnie delegitymizowane, również na poziomie wiedzy o nich.

Przeszkoda VI – przeszkoda metakulturowa

Przedstawione bariery epistemologiczne warunkują się wzajemnie, tworząc złożony układ wzajemnych odniesień. Brak uznania, a nawet delegitymizacja w dominujących dyskursach nowych zjawisk powoduje brak zainteresowania instytucji wiedzą o nich, co z kolei prowadzi do braku bodźców dla rozwoju zasobów danych, metod i teorii. Ten złożony system, jaki tworzą instytucjonalne i dyskursywne uwarunkowania kryjące się za wymienionymi przeszkodami, to wspomniana już wcześniej metakultura.

Społeczeństwa nowoczesne wyróżnia metakultura nowości, ta jednak, jak już stwierdziliśmy nie determinuje zdolności do wytwarzania innowacji. Oderwanie procesów twórczości, reprodukcji i upowszechniania powoduje, że może istnieć społeczeństwo nowoczesne w sensie obiegu w kulturze i systemie społecznym nowych artefaktów i innowacji, niezdolne jednak do ich samodzielnego wytwarzania.

Sytuację dodatkowo komplikuje przejście do ponowoczesności (lub późnej/płynnej nowoczesności). Wiąże się ono z nasileniem i upowszechnieniem metakultury nowości w skali globalnej – źródłem tego wzmocnienia jest globalizacja obiegu kultury i powstanie, obok lokalnych metakultur, globalnej metakultury. Jednocześnie jednak przemiana w samej kulturze polegająca na upadku hierarchii i zastąpieniu jej „federacją subkultur” związana jest z przemianą normatywności – znaczenie metakultury rośnie, bo to ona ma podpowiadać, co jest nowe i ważne (warte konsumpcji), sądy te nie są już jednak oparte na zobiektywizowanych „akademickich” ocenach odwołujących się do kulturowej hierarchii, lecz są wyrazem siły pozycji metakulturowego aktora w ekonomii prestiżu i uwagi. Spektakularnym przykładem jest zjawisko celebrytizmu.

Przemiana ta nie oznacza „śmierci autorytetów”, lecz przemianę sposobu ich legitymizacji. Jej źródłem w coraz mniejszym stopniu jest miejsce w strukturze, a w coraz większym środowiskowe uznanie. Powstaje niejako meta-metakultura, czyli subtelny, oparty głównie na komunikacji sieciowej system jawnych (np. fejsbukowe „lajki”) i niejawnych (kliknięcia mierzone przez algorytmy wyszukiwarek) referencji budujących metakulturową pozycję recenzenta.

Nowoczesne instytucje, które z definicji miały metakulturowy status – to one mocą swojego istnienia orzekały, co jest nowe i ważne, straciły tę samoouzasadniającą się legitymację. Jeśli chcą kontynuować swą misję, muszą odnowić swój mandat, co mogą uczynić, odwołując się do mechanizmów ponowoczesnej meta-metakultury lub do przemocy strukturalnej, by za jej pomocą zapewnić instytucjonalną reprodukcję. Opisane wcześniejsze bariery epistemologiczne sugerują, że to właśnie ta druga, oparta na przemocy strategia dominuje w Polsce.

Powstaje paradoksalna sytuacja, w której istniejąca metakultura nowości służy z jednej strony upowszechnianiu innowacji pochodzących z zewnątrz, z drugiej zaś produkcji artefaktów kulturowych

i naukowych służących reprodukcji struktury, lecz nietworzących niczego nowego. Dominujący obieg produkcji i dyfuzji endogennych nowości rozwija się obok systemu, również korzystając po części z metakultury nowości wzmocnionej przez ponowoczesną meta-metakulturę waloryzującą pozainstytucjonalną twórczość kulturową i naukową w alternatywnych sieciach uznania (blogosfera; Facebook jako główne narzędzie meta-metakultury; innowacje organizacyjne, jak serwisy crowdfundingowe).

Paradoksalnie więc istniejąca struktura oraz instytucje wiedzy i kultury, dążąc do reprodukcji demodernizują się, tzn. tracą zdolność do wytwarzania innowacji, ciągle jednak budując swoją legitymację w odwołaniu do nowoczesnej metakultury, a wyrazem owej nowoczesności ma być naoczność modernizacyjnych osiągnięć. Opierająca się na epistemologicznych barierach metakultura uniemożliwia właściwą ocenę tej modernizacji i wskazanie jej imitacyjnego charakteru oraz dostrzeżenie, że rozwojowe zasoby twórcze i innowacyjne w coraz większym stopniu funkcjonują poza strukturą.

Mamy więc z jednej strony stabilizowany metakulturowo coraz bardziej anachroniczny świat modernizacji na zasadzie kultu cargo, który de facto demodernizuje się w sensie strukturalnym i z drugiej rozwijający się alternatywnie świat życia, który ulegać będzie strukturacji w oparciu o alternatywną metakulturę. Jaka to będzie metakultura nie jest zdeterminowane, nic nie przesądza, że niezależnie powstanie metakultura stymulująca rozwój struktur umożliwiających wykorzystanie potencjału nieobecnych zasobów. Mając jednak świadomość tego napięcia, można zaprojektować politykę rozwojową opierającą się na interwencji metakulturowej, czyli na wspieraniu innowacji instytucjonalnych i strukturalnych stymulujących w sposób metakulturowy nie tylko reprodukcję i dyfuzję, lecz także podaż innowacji.

Rozdział 6

TRENDY, KTÓRE BUDUJĄ INNOWACYJNOŚĆ

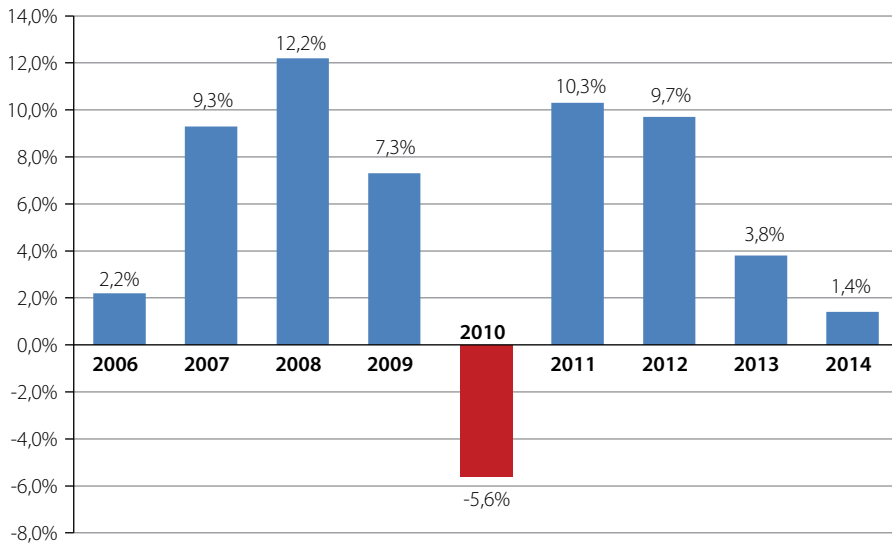
Prowadzone corocznie badanie „Global Innovation 1000”¹ koncentruje na się na analizie działalności innowacyjnej i perspektywach 1000 globalnych firm, które w skali świata notują najwyższe wydatki na działalność badawczo-rozwojową. Nie można powiedzieć, że spojrzenie na takie przedsiębiorstwa daje nam wiedzę w pigułce na temat przedsiębiorstw i ich innowacyjności w ogóle. Natomiast pewne zależności, którym podlega działalność tych podmiotów są dość uniwersalne, jak również perspektywy na przyszłość dostrzegane przez liderów tych organizacji są perspektywami, z którymi będą się mierzały także mniejsze firmy.

Zacznijmy od zależności. Autorzy najnowszej edycji wspomnianego badania przeanalizowali wydatki na B+R 1000 globalnych firm w ciągu ostatnich 10 lat. Na pierwszy rzut oka ostatnie 10 lat zasadniczo nie prezentuje żadnego wyraźnego trendu. Dane za 2006 r. pokazują niewielki wzrost wydatków na B+R w porównaniu z 2005 r. (o 2,2%), kolejne dwa lata to czas istotnych wzrostów, potem lekki spadek i załamanie w 2010 r. W 2014 r. zanotowano z kolei najniższą dynamikę wzrostu w przeciągu tych 10 lat (1,4%). Autorzy proponują kilka wyjaśnień, wskazując na dwa cykle w tym okresie. Pierwszy z nich zamykają w 2006 r., czyli piątym roku po wybuchu tzw. bańki „dotcomów”, sugerując, że w efekcie poważnego rynkowego zawirowania wydatki na B+R mogą zacząć spadać około 5 lat po tego typu wydarzeniu (*market disruption*), czego przykładem jest właśnie wspomniana bańka internetowa. Drugi cykl przychodzi w 2010 r., apogeum kryzysu finansowego i światowej recesji. Kolejne lata to naturalne odbicia od tego załamania, a słaba dynamika z 2013 i 2014 r. to, w opinii autorów, prawdopodobny efekt wyrównywania do średniej.

Co z tego wynika dla reszty gospodarki, podmiotów, które działają w mniejszej skali i nawet nie myślą o innowacjach? Oczywiście ostatni kryzys z końca 2008 r. jest odczuwalny dla wielu gospodarek, w tym polskiej, do dzisiaj. Poza tym przykład idzie od dużych. To tego typu firmy są przede wszystkim producentami najnowszej wiedzy, a także tworzą na zewnątrz zapotrzebowanie na jej tworzenie. Jeśli one zatrzymują się w swoich działaniach rozwojowych, nie dają sygnałów do rozwoju dla pozostałej części rynku. Można też na to spojrzeć w ten sposób, że wydatki na B+R to nie jest ten typ wydatków, który będzie stale rósł i przynosił coraz lepsze efekty z racji wyższych nakładów, bo są inne czynniki, które mogą mieć równie ważne znaczenie. Wydatki będą rosły, gdy firmy będą widziały sens w ich zwiększaniu. Tworzenie innowacji to też nie jest proces systematyczny (innowacja albo się udaje, albo nie) w odróżnieniu od prac nad innowacjami, które taki właśnie charakter powinny mieć.

¹ B. Jaruzelski, V. Staack, B. Goehle, *Global Innovation 1000. Proven Paths to Innovation Success. Ten years of research reveal the best R&D strategies for the decade ahead*, strategy+business, Issue 77, winter 2014.

Wykres 1. Dynamika wydatków na B+R firm (Global Innovation 1000) w latach 2006–2014 (%)



Źródło: Bloomberg data, Capital IQ data, Strategy&analysis.

Do wspomnianych sytuacji rynkowych podmioty gospodarcze muszą się po prostu dostosować, choć ten proces nie zawsze ma dla nich pozytywne skutki. Poza tym firmy mogą kreować nowe perspektywy dla rozwoju lub odpowiadać na pojawiające się trendy. Menedżerowie 1000 największych firm określili te perspektywy na najbliższych 10 lat i są one o tyle ciekawe, że wcale nie muszą dotyczyć tylko największych globalnych korporacji, a przenikną do każdego biznesu, który stawia na rozwój.

Strategie firm

Pierwsza z zarysowanych perspektyw dotyczy sfery zarządzania firmą poprzez nowe podejście do budowania i realizowania strategii firmy. Menedżerowie zakładają, że **w kolejnych latach strategie biznesowe firm będą musiały iść w parze ze strategiami innowacyjnymi**, a *de facto* zostaną dostosowane do tych drugich. Jest to spora zmiana w myśleniu zarządzających, ponieważ takie spojrzenie na strategię otwiera biznes na szukanie nowych źródeł przewagi konkurencyjnej, jak i ułatwia drogę do rozwoju innowacji, które przestają być ograniczane celami biznesowymi. O tym, jak bardzo cele biznesowe mogą szkodzić innowacjom pisał Edwin Bendyk, wskazując za C. Christensenem, że „stosowane miary korporacyjnej sprawności premiąją decyzje zapewniające szybkie zwroty i jak najwyższą rentowność kapitału w krótkim terminie. To zniechęca do inwestowania w rozwiązania, które muszą dojrzewać wiele lat i mogą być podstawą innowacji przełomowych”². To nowe podejście do strategii firmy pokazuje, że „forpoczta” innowacyjnych, globalnych firm coraz mocniej zdaje sobie sprawę, że łączenie celów biznesowych z celami innowacyjnymi będzie miało pozytywny efekt dla rozwoju firmy jako całości. Można to podsumować stwierdzeniem, że te firmy już wiedzą, że rozwój jest innowacją, choć póki co tylko w części z nich to podejście jest realizowane (wśród tak zwanych poszukiwaczy

² E. Bendyk, *Innowacje w kryzysie. Paradoxy rozwoju*, w: (red.) P. Zadura-Lichota, *Świt innowacyjnego społeczeństwa*, PARP 2013, s. 99.

potrzeb³), a pozostali mają to w planach. Przykładem polskiej firmy, która na poziomie strategii realizuje opisywaną perspektywę jest Grupa Kapitałowa PGE, która w ten sposób określa ramy swojej najnowszej strategii: „W dobie bardzo szybko zmieniającego się otoczenia rynkowego i technologicznego wiodącym przedsiębiorstwom na całym świecie trudno jest utrzymać swoją dotychczasową pozycję. Dlatego aby uczynić z GK PGE organizację będącą w stanie dostosowywać się do zachodzących zmian i wykorzystywać pojawiające się szanse rynkowe i technologiczne, uznaliśmy innowacyjność za centralny element naszej nowej strategii”⁴. Tymczasem przed wieloma firmami stoi wyzwanie jeszcze poprzedzające integrację strategii biznesowej i innowacyjnej, a mianowicie w ogóle zainicjowanie w jakimkolwiek wymiarze procesu innowacyjnego w firmie. Jeśli spojrzymy na to, ile firm prowadzi działalność innowacyjną, to w Polsce jest to niespełna co czwarta firma (23%, nie licząc mikroprzedsiębiorstw). Pozostałe 77% firm innowacjami się nie zajmuje i jest to wynik bardzo niedobry, zważywszy, że na poziomie UE wyprzedzamy jedynie Rumunię⁵. Co takiego dzieje się w polskich firmach, że innowacyjność, dziś jednoznacznie kojarzona z utrzymaniem konkurencyjności, dość trudno przebija się do świadomości zarządzających i działalności przedsiębiorstw? Jest to też o tyle intrygujące, że owe 23% radzi sobie coraz lepiej, wydaje coraz więcej środków na działalność innowacyjną i B+R, wprowadza coraz więcej nowych produktów na rynek, szybko dogania średnią unijną, pokazując swoimi wynikami, że innowacyjność się opłaca. Dlaczego w takim razie innowacyjność w działaniu pozostaje dla większości firm ideą, której nie przyjmują do swojej praktyki biznesowej?

Współpraca

Te rozważania nieuniknienie prowadzą nas do kwestii współpracy, gęstości i jakości relacji w świecie biznesu i jego otoczeniu i w końcu zaufania. Tematyka współpracy stała się ostatnio ważnym elementem dyskusji na temat innowacyjności, a to z a sprawą tego, że wiele krajów, w szczególności tych najbardziej innowacyjnych zaobserwowało, że coraz więcej innowacji powstaje na styku branż, że sukces produktu jest zależny od tego, jak przyjmie go konsument, który ma wiele opcji wyboru oraz że wiedza się bardzo szybko rozprzestrzenia. Chowanie się zatem z własną wiedzą i mozolne dochodzenie do samodzielnych rozwiązań nie uchroni przed tym, że inni w tym czasie nie złączą robic czegoś podobnego szybciej i efektywniej – bo na przykład współpracują z różnymi podmiotami i to właśnie ich wynalazek znajdzie się na rynku jako pierwszy. Ale też współpraca nie zawsze jest w równym stopniu ważna – to wszystko zależy od poziomu gospodarczego kraju. Badania prowadzone przez PARP m.in. w ramach międzynarodowego projektu Global Entrepreneurship Monitor (GEM)⁶ wskazują, że wraz z rozwojem gospodarczym rośnie skłonność firm do współpracy, **a więc wysoki poziom współpracy świadczy o dojrzałości gospodarki**. Szczególnie wyraźnie widać to jeśli chodzi o współpracę w zakresie produkcji. W ramach trzech typów krajów wyodrębnianych przez GEM – w krajach najstarszych, definiowanych jako te nastawione na czynniki produkcji, współpracuje ze sobą tylko 20% firm (głównie Afryka). W krajach zorientowanych na efektywność (Ameryka Łacińska, część krajów europejskich) udział współpracujących przedsiębiorców podwaja się do 38%, natomiast w krajach nastawionych na innowacje (Ameryka Pn., większość krajów UE) współpracuje połowa firm.

³ Typologia firm: „poszukiwacze potrzeb”, „analitycy rynku” i „liderzy technologii” jest autorską propozycją autorów corocznego raportu „Global Innovation 1000”. Więcej na temat tej typologii w: (red.) P. Zadura-Lichota, *Świt innowacyjnego społeczeństwa*, PARP 2013, s. 13–14.

⁴ <http://www.gkpgc.pl/innowacje>, dostęp z dnia: 06.03.2015.

⁵ Więcej na ten temat w: M. Nieć, *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce na tle Europy*, w tym tomie.

⁶ D. Węclawska, *Relacje w biznesie w: Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012*, PARP 2013.

Wyniki tego badania są bardzo ciekawe dla Polski. Plasując się jako kraj nastawiony na efektywność z aspiracjami do grupy krajów zorientowanych na innowacje, okazuje się, że w zakresie współpracy firm osiągamy jedne z najwyższych wskaźników, wyprzedzając średnią dla krajów innowacyjnych. Podobne wnioski możemy wyciągnąć, analizując dane Eurostatu w zakresie współpracy przedsiębiorstw prowadzących działalność innowacyjną z innymi podmiotami. W tym zestawieniu Polska prezentuje się na poziomie średniej UE⁷. Można więc podejrzewać, że polskie firmy już korzystają z dobrodziejstw współpracy, mają w tym obszarze potencjał do rozwoju, ale być może znowu dotyczy to tej wąskiej grupy innowatorów, gdy reszta firm funkcjonuje poza tymi zależnościami. Pewnego potwierdzenia tego zjawiska można szukać w wynikach najnowszego badania PARP dotyczącego innowacyjności w mikroprzedsiębiorstwach⁸. Z badania wynika, że firmy, które z nikim nie współpracują charakteryzują się też niższym poziomem zaufania niż pozostali (częściej od innych uważają, że zaufanie do partnerów źle się kończy). Ponadto firmy, które w ostatnich 3 latach wdrożyły innowacje współpracują częściej niż te, które nie są innowacyjne (89% do 69%). Mają też więcej relacji z przedsiębiorstwami zagranicznymi, a więc nie tylko ilościowo, ale i jakościowo ta współpraca wydaje się lepsza.

Innowacje przyrostowe versus innowacje przełomowe

Problematyka współpracy to ważny element kolejnej perspektywy w rozwoju innowacyjności, na którą zwrócili uwagę menedżerowie 1000 globalnych firm. Zakładają oni, że w najbliższych latach w ich firmach będzie postępował **proces przechodzenia od innowacji przyrostowych do innowacji przełomowych**. W tej chwili 58% wydatków w tych firmach pochłaniają innowacje przyrostowe, 28% innowacje o znaczącym komponentie nowości i tylko 14% wydatków dotyczy rozwiązań radykalnych. W przyszłości wydatki na innowacje inkrementalne mają w ich opinii maleć z zyskiem dla rozwiązań nowych i przełomowych. To założenie pociąga za sobą co najmniej dwa inne.

Po pierwsze pytani menedżerowie musieli zakładać, że w gospodarce i społeczeństwie zaistnieje potrzeba tego typu innowacji (rzeczywiście nowych i radykalnych). Ostatnie lata obfitują w doniesienia prasowe, ale też analizy ekonomistów i socjologów dowodzą stagnacji w innowacjach i pogarszania się warunków do ich tworzenia. Kwestionowane są również pewne innowacje jako nic nie wnoszące do rozwoju społecznego (wynikające z chwilowej mody), a na przykład likwidujące cenne miejsca pracy i nieproponujące nic w zastępstwie (innowacje efektywnościowe). Tkwienie w takiej stagnacji czy nawet kryzysie dotychczasowego modelu pobudza naturalnie do myślenia, że coś się musi zmienić – czeka nas kolejna rewolucja technologiczna lub jakiś rodzaj przełomu w myśleniu o innowacjach. A jeśli to się wydarzy, to faktycznie będziemy mieć do czynienia z falą radykalnych innowacji, zakłócających dotychczasowy porządek. Wtedy też gotowość firm do tworzenia zupełnie nowych rozwiązań będzie bardzo pożądana.

Po drugie innowacje o przełomowym charakterze będą wymagały zagęszczenia współpracy między różnymi podmiotami. Z jednej strony ich wytworzenie będzie trudne, dlatego im bardziej zróżnicowane i interdyscyplinarne zespoły będą je przygotowywać, tym większa szansa na (szybki) sukces. Z drugiej strony większa liczba interesariuszy będzie ograniczała ryzyko pojedynczych udziałowców i tym bardziej zachęcała do rozpoczęcia współpracy. Z tego wynika (przynajmniej teoretycznie), że

⁷ Więcej na ten temat w: M. Nieć, *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce na tle krajów Europy*, w tym tomie.

⁸ Więcej na ten temat w: D. Węclawska, *Zbyt małe, żeby współpracować – analiza współpracy w mikropodmiotach*, w tym tomie.

kolejny przełom technologiczny będzie katalizatorem w rozwoju współpracy biznesu i jego otoczenia. Pamiętajmy, że tego typu innowacje będą domeną przede wszystkim najsilniejszych podmiotów, z grupy 1000 innowatorów w skali globalnej, jak i dużych firm krajowych. Natomiast właśnie te podmioty mają największą moc dyfuzji innowacji na poziomie przedsiębiorstw. Dzieje się tak dlatego, że plasując się przeważnie na początku lub na końcu łańcucha wartości (B+R jako początek łańcucha i koniec łańcucha czyli usługi i marketing) i tworząc zapotrzebowanie na nowe produkty, zmuszają swoich poddostawców to kreowania nowych, innowacyjnych rozwiązań.

Rozwój sektora usługowego

Trzecia perspektywa oczekiwanych zmian to zmiana proporcji w strukturze tworzonych dóbr – z przechyleniem na działalność usługową i zmniejszeniem udziału działalności produkcyjnej. Zasadniczo ten trend już jest obserwowany od dłuższego czasu i im bardziej dojrzała gospodarka, tym większy jest udział sektora usługowego, który też można rozpatrywać w kilku ujęciach jako B2B, B2C, a także M2M. Natomiast wiele ciekawych zjawisk odbywa się na poziomie samych firm, które wychodząc z tradycyjnej produkcji zaczynają oferować produkty o charakterze usługowym i to nadal wpisuje się w branżę, w której działają. Sporo w tym zasługi technologii informacyjno-komunikacyjnych, które przenikają coraz większe obszary życia społeczno-gospodarczego i są impulsem do tworzenia nowych rozwiązań dla branż, które do tej pory nie miały styku z tymi technologiami. Przykładem takiego przenikania się branż jest amerykańska firma VISTEON, która produkuje elektronikę i rozwiązania z zakresu zarządzania termicznego dla branży motoryzacyjnej. Aktualnie rozwija również działalność w kierunku opracowania bezprzewodowej technologii pozwalającej na nawiązanie komunikacji między pojazdami. Jest to usługa, która z powodzeniem mogłaby być rozwijana przez start-upa operującego w branży ICT, natomiast wdrażana samodzielnie przez Visteon w przyszłości może rozwinąć firmę w zupełnie nowym kierunku, nadal zachowując cel strategiczny, czyli tworzenie rozwiązań dla branży motoryzacyjnej. Kolejnym przykładem zacierania się branżowych granic, ale już z krajowego rynku, jest spółka Integrated Solutions, wydzielony podmiot operatora telekomunikacyjnego Orange, który został powołany do życia w celu świadczenia usług informatycznych i zarządzania infrastrukturą ICT. Integrated Solutions świadczy swoim klientom (którzy również są klientami Orange) usługi poprzez chmurę: od usług sieciowych, poprzez komunikacyjne, aż do rozwiązań związanych z bezpieczeństwem danych. Integrated Solution, jak i nowa oferta firmy Visteon pokazują trend, w którym przedsiębiorstwa często uzupełniają portfolio oferowanych usług rozwiązaniami z branż sąsiadujących, by lepiej odpowiadać na potrzeby swoich klientów.

Nowy model finansowania innowacji

Perspektywy zarysowane przez menedżerów wspomnianych 1000 firm nie wyczerpują oczywiście obrazu zmian, które nas czekają lub już zachodzą i będą rosły w siłę. To, co na pewno wydaje się jeszcze warte zaznaczenia w kontekście nowych perspektyw, to coraz silniej rozwijający się model finansowania nowych biznesów w ramach **corporate venturing**. To zjawisko również może mieć silny wpływ na zacieśnianie się współpracy między firmami, na lepsze i szybsze wyłapywanie nowych rozwiązań, w tym na obniżenie wewnętrznych kosztów B+R. Tworzenie funduszy typu venture w ramach korporacji ma już pewną tradycję. Takie inicjatywy powstawały chociażby w USA już w latach 80. i 90.,

natomiast rzeczywiście w ostatnich latach ten trend się silnie umacnia. Na 1100 zidentyfikowanych funduszy o charakterze corporate venture na koniec 2014 r., 475 powstało od 2010 r.⁹

Co stoi za decyzjami firm, by uruchamiać własne fundusze inwestycyjne? Główny powód to próba „trzymania ręki na pulsie”, bo to, czego się boi wielu menedżerów dużych firm, to pojawienie się na rynku technologii, która dosłownie zmiecie ich biznes. Zbieranie informacji z rynku poprzez ściąganie do siebie rodzących się pomysłów wydaje się bardzo przemyślnym sposobem na pozyskanie najnowszej wiedzy, obniżenie własnych kosztów B+R, ponieważ koszty projektu po stronie starta-upa będą niższe niż podejmowanie projektu badawczego wewnątrz firmy. Łatwiej też zamknąć inwestowanie w nowy biznes niż zamknąć projekt, nad którym pracują etatowi pracownicy w „biurowym laboratorium B+R”. Wreszcie jest to sposób na mądrą akwizycję i jak pokazują dane, procent akwizycji start-upów dofinansowanych w ramach funduszy korporacyjnych jest wyższy niż w przypadku tradycyjnych, prywatnych funduszy VC¹⁰. Z kolei dla samych start-upów jest to kolejna ścieżka możliwego finansowania, a także sposób na wejście w bezpośrednią współpracę z dużą firmą. Ten rodzaj współpracy firm ma duży potencjał rozwojowy i prawdopodobieństwo rozszerzenia się tej innowacji, np.: przez upowszechnienie się tego modelu finansowania nawet w średnich firmach. Prawdopodobieństwo jest dość wysokie, ponieważ średnim firmom otwiera to ciekawe drogi rozwoju – nie poprzez wzrost do poziomu dużego podmiotu (i utratę pewnych atutów właściwych mniejszym firmom, w tym konieczność konkutowania z gigantami), ale poprzez otoczenie się mniejszymi innowacyjnymi firmami i realizowanie wspólnych projektów.

Po pierwsze konsument

Kolejny obszar ewoluujący systematycznie w nowe pomysły dotyczy podejścia do konsumenta i jego roli w tworzeniu innowacji. Jak wykazują wyniki badań w ramach Global 1000¹¹, firmy, które w swojej działalności poszukują innowacji, zaczynając do identyfikacji potrzeb klienta, osiągają zdecydowanie lepsze wyniki niż firmy wybierające inne strategie (np.: podążanie za rynkiem, utrzymywanie się na granicy myśli technologicznej). Włączenie klienta w ostatni etap pracy nad produktem, dostarczanie mu wersji „beta” produktów do testowania, focus-grupy z potencjalnymi klientami to działania, które są już oczywiście znane i stosowane, choć bynajmniej nie powszechne w biznesowym świecie. Ale dzieje się coś więcej. Na rynku powstaje coraz więcej podmiotów, które zaczynają tworzyć zręby tzw. ekonomii współdzielenia (ang. *sharing economy*). „Paradygmat ten zakłada pominięcie pośredników w biznesie, przy jednoczesnym oferowaniu platformy, która łączy ze sobą użytkowników. Ekonomia współdzielenia penetruje dziś każdy obszar współczesnej, innowacyjnej gospodarki. Dotyczy ona tak produkcji, usług, jak i konsumpcji. Zmienia sposób, w jaki pojedynczy człowiek podróżuje, uczy się i spędza czas wolny. Najlepszym przykładem transformacji są globalne platformy działające w modelu biznesowym pomijającym pośredników, takie jak Uber, Airbnb, Lending Club czy BlaBlaCar. W kontekście decentralizacji biznesu największym wyzwaniem dla gospodarek jest obecnie dostosowanie

⁹ R. Rahal, *Will corporate Venture Capital Disrupt the Traditional Investment Ecosystem?*, December 16, 2014, (<http://www.entrepreneur.com/article/240904>, dostęp z dnia 06.03.2015).

¹⁰ M. Lennon, *Corporate Venture Investors starting to look a lot more like private VC*, November 5, 2013, Crunchbase. (<https://info.crunchbase.com/2013/11/corporate-venture-investors-starting-to-look-a-lot-more-like-private-vc/>, dostęp z dnia 06.03.2015)

¹¹ B. Jaruzelski, J. Loehr, R. Holman, *The Global Innovation 1000: Making Ideas Work*, strategy+business, 27.11.2012, (winter/2012/Issue 69).

legislacji – istniejące systemy prawne często nie przystają do nowych warunków tworzonych przez podmioty działające na rynku”¹². Ekonomia współdzielenia łączy konsumentów i często buduje swój potencjał na zbiorowej wiedzy i innych zasobów (w tym materialnych) pozyskanej od pojedynczych klientów. W takim ujęciu rola konsumenta się znacznie rozszerza – staje się on również producentem i sprzedawcą swoich usług. Każdy kij ma dwa końce – ekonomia współdzielenia w swojej odmianie polegającej na dzieleniu się zasobami materialnymi (w odróżnieniu od dzielenia się wiedzą, która odpowiednio opakowana może przynajmniej w teorii służyć wszystkim), jest otwarta tylko dla tych, którzy już jakieś zasoby posiadają, zamykając drogę tym, którzy ich nie mają i zaspokajają analogiczne potrzeby na poziomie tradycyjnej gospodarki. Tylko, że płacą za to więcej¹³.

Nowa fala przedsiębiorczości?

Ostatnia prezentowana perspektywa dotyczy zmian w samej przedsiębiorczości – wzroście liczby nowych firm, zmian w strukturze właścicielskiej pod względem demograficznym oraz rosnących ambicjach względnie młodych firm. Tę perspektywę pokażę na polskim przykładzie.

W Polsce rośnie społeczna akceptacja dla zawodu przedsiębiorcy i samozatrudnienia jako alternatywnej dla etatu formy pracy. Można się zastanawiać nad przesłankami tego zjawiska, natomiast zdecydowanie można mówić o związku samozatrudnienia z nowymi typami zawodów, które znajdują uznanie społeczne – np.: ekspert, konsultant. Pojawiają się też nowe nazwy na samozatrudnienie, które budzą pozytywne konotacje – używany także w Polsce freelancer albo jego tłumaczenie – „wolny strzelec”. Samozatrudnienie dotyczy nie tylko młodych osób, zaczyna rosnąć zainteresowanie tą formą pracy również wśród osób starszych. Biorąc pod uwagę oba te trendy, możemy zakładać, że „moda na samozatrudnienie” będzie się rozlewała coraz szerzej.

Na wykresie 2 niebieska linia prezentuje liczbę Polaków pracujących na własny rachunek jako samozatrudnieni (bez pracowników), czerwona – stopę bezrobocia w kolejnych kwartałach począwszy od I kw. w 2008 r. Generalnie wzrostowi bezrobocia towarzyszy wzrost liczby nowych firm – jest to naturalne zjawisko związane z kurczeniem się miejsc na rynku pracy, ludzie szukają sobie innej drogi zarobkowania. Te zależności widzimy na wykresie, przeważnie wzrostowi bezrobocia towarzyszy od razu idąca w górę niebieska linia oznaczająca wzrost liczby samozatrudnionych. Analogicznie też w przypadku spadku bezrobocia mamy do czynienia ze zmniejszającą się liczbą nowych firm.

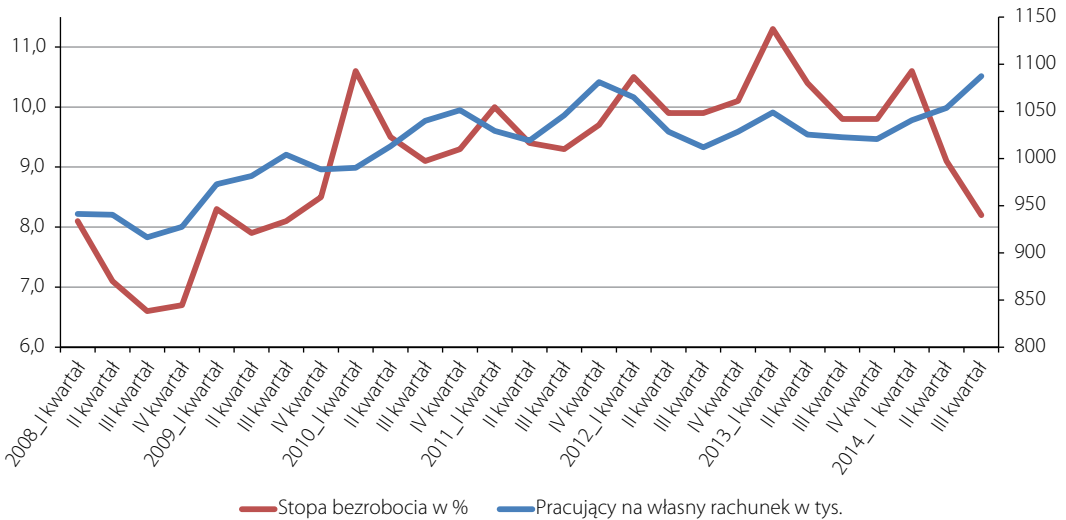
Na tym tle ciekawie i obiecująco prezentują się kolejne kwartały w 2014 r., gdzie pomimo wyraźnego spadku bezrobocia mamy do czynienia z rosnącą liczbą nowych firm (niebieska i czerwona linia na końcu wykresu wyraźnie się rozchodzą). Jeśli ten trend się utrzyma (a w IV kwartale bezrobocie ponownie spadło), to rzeczywiście będziemy mogli powiedzieć, że mamy do czynienia z nową falą przedsiębiorczości, która nie wynika z konieczności (bo bezrobocie spada), a bardziej z dostrzegania nowych szans na rynku. Pewnych przesłanek do takiego myślenia dostarczają najnowsze wyniki w ramach międzynarodowego badania The Global Entrepreneurship Monitor. W 2013 r. istotnie wzrósł odsetek nowych firm w Polsce, które właściciele deklarowali założenie firmy z powodu dostrzeżonych

¹² Cytat pochodzi z nieopublikowanego opracowania podsumowującego spotkanie organizowane w grudniu 2014 r. przez PARP przy współpracy z Fundacją Platinum pn. „Innowacje w branży ICT”.

¹³ M. Piątkowska, P. Górecki, *Atak wolnych strzelców*, Gazeta Wyborcza, 7–8 marca 2015.

szans na rynku (59% w 2013 r. i 32% w 2012 r, przy jednoczesnym spadku liczby firm zakładanych z konieczności (z 47% w 2012 r. do 37% w 2013 r.)¹⁴.

Wykres 2. Stopa bezrobocia w % i liczba pracujących na własny rachunek (samozatrudnienie) w latach 2008–2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych EUROSTAT.

Jeśli popatrzymy na dane dotyczące zatrudnienia w USA i Wielkiej Brytanii, to od 2000 r. w USA liczba pracujących się praktycznie nie zmieniła, natomiast liczba przedsiębiorców wzrosła o 50%. W przypadku Wielkiej Brytanii dane w nieco innym układzie pokazują zasadniczo ten sam trend – liczba pracowników wzrosła o ok. 7%, liczba samozatrudnionych o około 38%. W samym czwartym kwartale 2013 r. 90% nowych miejsc pracy należało do samozatrudnionych.

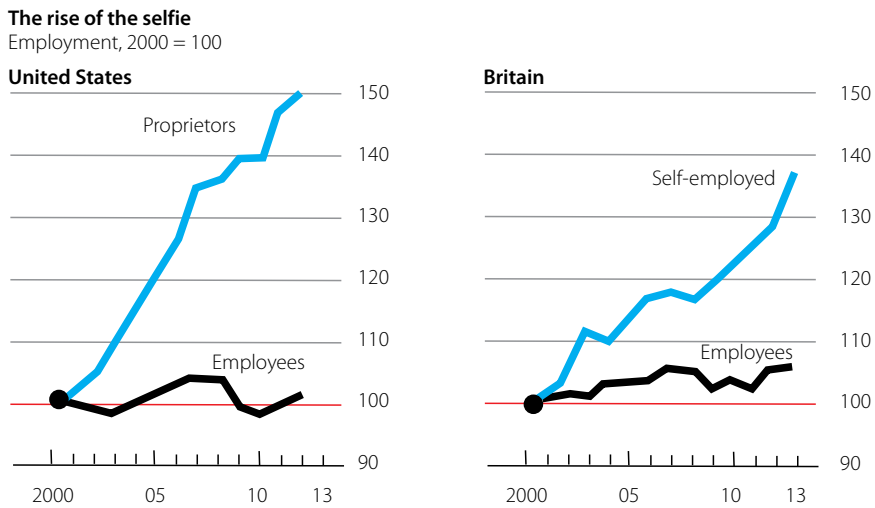
Nowe firmy w Polsce zakładają najczęściej osoby, które nie skończyły 30 lat. Na 10 nowych firm w Polsce w 2012 r. niemal cztery zostały założone przez najmłodsze roczniki. Udział firm w strukturze nowo powstających przedsiębiorstw rośnie rok do roku (oprócz nietypowego 2011 r., w którym odnotowano znaczny spadek udziału firm osób do 30 r. życia (28%). Natomiast już w 2012 r. bardzo poważnie się ten wskaźnik odbił, co spowodowało, że **najliczniejszą grupę nowych firm stanowiły te założone przez osoby do 30 r. ż.** Ta sytuacja miała już miejsce w 2010 r., ale różnice w stosunku do kolejnej grupy wiekowej (30–39 lat) były niewielkie. Wtedy ludzie do 30 r. ż. założyli 36,4% nowych firm, a ludzie pomiędzy 30–39 r.ż – 36,2%¹⁵. Należy ten trend obserwować, dotychczasowe dane pozwalają sądzić, że ten trend powinien się pogłębić, czyli udział firm zakładanych przez bardzo młodych ludzi w strukturze nowych firm będzie coraz większy. To ma też istotny wpływ na poziom społecznej akceptacji wobec prowadzenia własnego biznesu. Tradycyjny pogląd (na co też wskazywały dotychczasowe dane statystyczne), że firmę zakłada się w starszym wieku (40–44 lata), po nabyciu odpowiedniego doświadczenia zawodowego i zebraniu środków finansowych oraz przekonanie, że najlepiej pracę za-

¹⁴ GEM 2014. Global Report (<http://www.gemconsortium.org/docs/download/3616>, dostęp w dniu: 06.03.2015); Raport GEM Polska 2013, PARP 2014 (<https://www.parp.gov.pl/files/74/75/76/479/21585.pdf>, dostęp w dniu: 06.03.2015).

¹⁵ *Warunki powstania i działania oraz perspektywy rozwojowe polskich przedsiębiorstw powstałych w latach 2008–2012*, GUS 2014.

wodową rozpocząć od pracy etatowej, tracą na popularności wobec trendu, który pokazuje coraz większe zainteresowanie przedsiębiorczością wśród bardzo młodych ludzi.

Wykres 3. Udział zatrudnionych i pracujących na własny rachunek w USA i Wielkiej Brytanii w latach 2000–2013



Źródło: *on their own. What explains the surge in self-employment?*, The Economist, April 12, 2014 (<http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21600735-what-explains-surge-self-employment-their-own>, dostęp z dnia: 03.06.2015).

Młodzi biznesmeni dominują w nowoczesnych branżach. Przede wszystkim w Informatyce i komunikacji (w 2011 r. co druga nowa firma z tej branży należała do osoby poniżej 30 r. ż., w 2012 r. ten odsetek wzrósł jeszcze bardziej – z 50,5% w 2011 r. do 62,2% w 2012 r.). Podane niżej branże pokazują, że młodzi ludzie pozycjonują się głównie w branżach usługowych, przynajmniej część z nich nie wymaga uruchomienia poważnych zasobów materialnych, natomiast są to branże wiedzochłonne, a więc wymagające bardzo wykwalifikowanego personelu. W firmach powstałych w 2012 r. właściciele w wieku do 30 lat byli najczęściej obecni w następujących branżach:

- Informatyka i komunikacja – 62,2% udziału w strukturze;
- Obsługa rynku nieruchomości – 53,7%;
- Pozostała działalność usługowa – 52%;
- Opieka zdrowotna – 47%;
- Zakwaterowanie i gastronomia – 45,9%;
- Administracja i działalność wspierająca – 35,3%;
- Edukacja – 34%;
- Kultura, rozrywka i rekreacja – 27,3%¹⁶.

W przywoływanym już badaniu GEM prowadzone jest badanie aspiracji wzrostowych wśród firm będących we wczesnej fazie rozwoju, czyli takich, które funkcjonują na rynku nie dłużej niż 3,5 roku. Z danych wynika, że w krajach nastawionych na czynniki produkcji plany utworzenia nowych 5 miejsc pracy w przeciągu 5 lat ma niespełna 17% przedsiębiorców, a w krajach innowacyjnych prawie 26%.

¹⁶ Ibidem.

Z kolei plany wzrostu zatrudnienia o co najmniej 50% w ciągu 5 lat w krajach opartych na czynnikach produkcji deklaruje 9% firm, a w innowacyjnych – 17%. Okazuje się, że w Polsce aspiracje wzrostu wśród takich młodych firm w 2013 r. są bardzo wysokie – 39% firm deklaruje utworzenie co najmniej 5 miejsc pracy w ciągu kolejnych 5 lat, a 27% planuje wzrost zatrudnienia o 10 nowych miejsc i wzrost zatrudnienia o co najmniej 50% w czasie 5 lat. To trzecie miejsce w UE pod względem aspiracji wzrostu, przed nami są tylko Rumuni i Łotysze¹⁷.

Ta perspektywa – czyli zmiany w strukturze wiekowej przedsiębiorców i rosnąca liczba młodych biznesów jest szczególnie istotna z punktu widzenia publicznych instytucji działających na rzecz gospodarki i jej otoczenia. Jest to jeden z trendów, który będzie silnie determinował charakter polityki na rzecz przedsiębiorczości i innowacyjności, a także będzie miał ogromny wpływ na rynek pracy i w efekcie na regulacje dotyczące tego obszaru.

Podsumowanie

Opisane powyżej perspektywy o charakterze rozwojowym, które – wydaje się – powinny mieć pozytywny wpływ na rozwój innowacyjności podmiotów gospodarczych są oczywiście jedną stroną medalu. W tym sensie, że będą zachodzić, ale mogą też być zakłócone przez czynniki negatywne albo nie przebiegać tak dynamicznie, jakbyśmy sobie tego życzyli. W Polsce obserwujemy zarówno wzrost współpracy wśród firm, rozwój sektora usługowego, lepszą świadomość znaczenia innowacji, rozwój rynku start-upowego czy powolny, ale jednak postępujący wzrost prywatnych wydatków na B+R. Czy te kroczące zmiany będą wystarczające dla utrzymania wzrostu gospodarczego i rozwoju innowacyjności polskich firm? Pewnie nie, bo prawdziwa zmiana, której potrzebujemy, czego dowodzi m.in. E. Bendyk w swoim artykule, ma charakter systemowy.

¹⁷ *Raport GEM Polska 2013*, PARP 2014 (<https://www.parp.gov.pl/files/74/75/76/479/21585.pdf>, dostęp w dniu: 06.03.2015).

Spis publikacji Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości wydanych w latach 2010–2014

1. *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2013*. A. Tarnawa, P. Zadura-Lichota, P. Zbierowski, M. Nieć, Warszawa 2014
2. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2012–2013*, A. Tarnawa, P. Zadura-Lichota (red.) Warszawa 2014
3. *Rynek PPP z perspektywy podmiotów publicznych*. I. Herbst, A. Jadach-Sepiolo, E. Marczevska, T. Jagusztyn-Krynicky, Warszawa 2014
4. *Kogo kształcą polskie szkoły?* K. Kasparek, M. Magierowski, Warszawa 2014
5. *Przyszłe kadry polskiej gospodarki*. M. Jelonek, P. Antosz, A. Balcerzak-Raczyńska, Warszawa 2014
6. *Rozwijanie kompetencji przez dorosłych Polaków*. A. Szczucka, K. Turek, B. Worek, Warszawa 2014
7. *Aktywność zawodowa i wykształcenie Polaków*. S. Czarnik, K. Turek, Warszawa 2014
8. *Zapotrzebowanie na pracowników*. M. Kocór, A. Strzebońska, Warszawa 2014
9. *Kompetencje Polaków a potrzeby polskiej gospodarki*. J. Górniak (red.), Warszawa 2014
10. *Benchmarking klastrów w Polsce – edycja 2014 r.* B. Plawgo, Warszawa 2014
11. *Cluster Benchmarking in Poland – edition 2014*. B. Plawgo, Warszawa 2014
12. *Ośrodki innowacji w Polsce (z uwzględnieniem inkubatorów przedsiębiorczości). Raport z badania 2014*. A. Bąkowski, M. Mażewska (red.), Warszawa 2014
13. *Innovation Centres and Business Incubators in Poland in 2014*. A. Bąkowski, M. Mażewska (red.), Warszawa 2014
14. *(R)ewaluacja 2. Wiedza w działaniu*. A. Haber, K. Olejniczak (red.), Warszawa 2014
15. *Instrument szybkiego reagowania na zagrożenia upadłości w sektorze przedsiębiorstw niefinansowych. Koncepcja i implementacja*. P. A. Boguszewski (red.), Warszawa 2014
16. *RRI (ISR) – The Rapid Response Instrument to Bankruptcy Risk in the Non-Financial Sector: Design and Implementation*. P. A. Boguszewski (red.), Warszawa 2014
17. *Badanie klientów i usługodawców usługi pilotażowej KSU w zakresie marketingu i sprzedaży produktów dla mikro- i małych przedsiębiorstw z branży przetwórstwa rolno-spożywczego*. A. Włodarczyk, T. Klimczak, A. Miller, P. Rumińska, Warszawa 2014
18. *Badanie klientów i usługodawców usługi pilotażowej KSU w zakresie zarządzania efektywnością energetyczną przedsiębiorstw*. M. Owczarek, T. Klimczak, A. Miller, P. Rumińska, Warszawa 2014
19. *Raport końcowy. Badanie klientów i usługodawców usługi Punktów Konsultacyjnych KSU*. Warszawa 2013
20. *Przedsiębiorco! Skorzystaj!* A. Walczyk-Jansson, E. Planutis, U. Gielniowska, D. Lewińska, S. Marczyńska, A. Wieruszewska, M. Kopytek, J. Rawski, A. Szwoch (red.), Warszawa 2013
21. *Kadry i rozwój. Doświadczenia i dobre praktyki wybranych projektów dofinansowanych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki na lata 2007–2013*. Garski Multimedia, K. Garski, W. Wierzyński (red.), Warszawa 2013
22. *Współpraca nauki i biznesu. Doświadczenia i dobre praktyki wybranych projektów w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na lata 2007–2013*. K. Bromski (red.), Warszawa 2013
23. *Sięgając gwiazd – polski sektor kosmiczny*. Warszawa 2013
24. *Raport z badania rynku PPP wśród przedsiębiorców – firm doradczych i instytucji finansowych*. I. Herbst, T. Jagusztyn-Krynicky, Warszawa 2013

25. *Badanie systemu kontroli zamówień publicznych i jego wpływu na funkcjonowanie rynku zamówień publicznych.* A. Kowalewska, J. Szut, J. Głuszyński, Warszawa 2013
26. *Nowe podejście do zamówień publicznych. Raport z badań 2013.* A. Kowalewska, J. Szut, Warszawa 2013
27. *(R)ewaluacja Poszukiwanie nowych metod oceny efektów.* A. Haber, Z. Popis (red.), Warszawa 2013
28. *Gospodarka odpadami w przedsiębiorstwie – praktyczny poradnik.* H. Teodorowicz, Warszawa 2013
29. *Efektywne zamówienia publiczne jako rezultat stosowania nowego podejścia do zamówień publicznych.* P. Nowicki, Warszawa 2013
30. *Elektroniczne zamówienia publiczne w wybranych krajach Unii Europejskiej.* I. Jakubowska, Warszawa 2013
31. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2012.* A. Tarnawa, P. Zadura-Lichota (red.), Warszawa 2013
32. *Kontrola udzielania zamówień publicznych prowadzona przez Prezesa UZP. Na podstawie Informatorów Urzędu Zamówień Publicznych lipiec 2012 – czerwiec 2013.* Urząd Zamówień Publicznych, Warszawa 2013
33. *Opinie prawne w zakresie zamówień publicznych. Na podstawie Informatorów Urzędu Zamówień Publicznych lipiec 2012 – czerwiec 2013.* Urząd Zamówień Publicznych, Warszawa 2013
34. *Zamówienia publiczne a innowacyjność MSP.* W. Starzyńska, J. Kornecki, J. Wiktorowicz, J. Szymański, Warszawa 2013
35. *Jak zostać i pozostać przedsiębiorcą. Poradnik dla nowo powstałych firm.* I. Jackowska (red.), Warszawa 2013
36. *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012.* D. Węclawska, P. Zbierowski, A. Tarnawa, M. Bratnicki, Warszawa 2013
37. *Młodość czy doświadczenie? Kapitał ludzki w Polsce.* J. Górniak (red.), Warszawa 2013
38. *Badanie klientów i usługodawców pilotażowej usługi Krajowego Systemu Usług w zakresie ochrony środowiska.* B. Bartniczak, T. Klimczak, M. Ptak, Warszawa 2013
39. *Świt innowacyjnego społeczeństwa. Trendy na najbliższe lata.* P. Zadura-Lichota (red.), Warszawa 2013
40. *Regionalne Systemy Innowacji w Polsce.* B. Pławgo, T. Klimczak, P. Czyż, R. Boguszewski, A. Kowalczyk, Warszawa 2013
41. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2010–2011.* A. Tarnawa, P. Zadura-Lichota (red.), Warszawa 2012
42. *Nowe podejście do zamówień publicznych. Raport z badań 2012.* A. Kowalewska, J. Szut, Warszawa 2012
43. *Kogo kształcą polskie szkoły?* M. Jelonek, D. Szklarczyk, Warszawa 2012
44. *Aktywność zawodowa Polaków.* S. Czarnik, K. Turek, Warszawa 2012
45. *Kształcenie po szkole.* A. Szczucka, K. Turek, B. Worek, Warszawa 2012
46. *Kogo chcą zatrudniać pracodawcy?* M. Kocór, A. Strzebońska, K. Keler, Warszawa 2012
47. *Kompetencje jako klucz do rozwoju Polski.* J. Górniak, Warszawa 2012
48. *Wspieramy dobre zarządzanie.* E. Czarnecka, Warszawa 2012
49. *Moja historia, moja firma – portrety polskich przedsiębiorców rodzinnych.* M. Zawadka, U. Hoffmann, Warszawa 2012
50. *Firma w rodzinie czy rodzina w firmie – metodologia wsparcia firm rodzinnych.* Warszawa 2012

51. *Raport z badania wśród polskich przedsiębiorców*. I. Herbst, A. Jadach-Sepioło, E. Marczevska, Warszawa 2012
52. *Raport z badania wśród wybranych podmiotów publicznych*. I. Herbst, A. Jadach-Sepioło, E. Marczevska, Warszawa 2012
53. *Raport z analizy danych zastanych*. I. Herbst, A. Jadach-Sepioło, Warszawa 2012
54. *Konsultacje społeczne z perspektywą płci przedsięwzięć PPP*. M. Branka, M. Dadel, Warszawa 2012
55. *Bilans Kapitału Ludzkiego w Polsce – najważniejsze wyniki drugiej edycji badań zrealizowanej w 2011 roku*. Warszawa 2012
56. *Analiza potencjału podmiotów publicznych i przedsiębiorstw do realizacji projektów Partnerstwa Publiczno-Prywatnego w Polsce*. I. Herbst, A. Jadach-Sepioło, E. Marczevska, Warszawa 2012
57. *Klustry w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów*. S. Szultka, Warszawa 2012
58. *Klustry w Polsce – raport z cyklu paneli dyskusyjnych*. S. Szultka, Warszawa 2012
59. *Kierunki i założenia polityki klastrowej w Polsce do 2020 roku. Rekomendacje grupy roboczej ds. polityki klastrowej*. M. Dzierżanowski, Warszawa 2012
60. *Jak zostać i pozostać przedsiębiorcą – Informator dla nowo powstałych firm*. Warszawa 2012
61. *Raport ze studiów przypadku PPP*. I. Herbst, A. Jadach-Sepioło, Warszawa 2012
62. *Analiza stanu prawnego w zakresie realizacji projektów w formule PPP*. I. Herbst, A. Jadach-Sepioło, Warszawa 2012
63. *Tworzenie wartości w klastrze*. M. Frankowska, Warszawa 2012
64. *Klustry jako instrumenty inicjujące prace badawczo-rozwojowe między Niemcami a Koreą*. Gerd Meier zu Köcker, Liane Garnatz, Warszawa 2012
65. *Klustry w województwie łódzkim*. Warszawa 2012
66. *Klustry w województwie warmińsko-mazurskim*. Warszawa 2012
67. *Klustry w województwie świętokrzyskim*. Warszawa 2012
68. *Klustry w województwie opolskim*. Warszawa 2012
69. *Klustry w województwie zachodniopomorskim*. Warszawa 2012
70. *Klustry w województwie mazowieckim*. Warszawa 2012
71. *Klustry w województwie podkarpackim*. Warszawa 2012
72. *Klustry w województwie kujawsko-pomorskim*. Warszawa 2011
73. *Klustry w województwie dolnośląskim*. Warszawa 2011
74. *Klustry w województwie śląskim*. Warszawa 2011
75. *Klustry w województwie małopolskim*. Warszawa 2011
76. *Klustry w województwie wielkopolskim*. Warszawa 2011
77. *Klustry w województwie lubelskim*. Warszawa 2011
78. *Klustry w województwie lubuskim*. Warszawa 2011
79. *Klustry w województwie pomorskim*. Warszawa 2011
80. *Klustry w województwie podlaskim*. Warszawa 2011
81. *Bezrobotni – niewykorzystane zasoby polskiej gospodarki*. K. Turek, Warszawa 2011
82. *Studenci – przyszłe kadry polskiej gospodarki*. M. Jelonek, Warszawa 2011
83. *Kogo kształcą polskie szkoły*. A. Szczucka, M. Jelonek, Warszawa 2011
84. *Bilans Kapitału Ludzkiego w Polsce*. S. Czarnik, M. Dobrzyńska, J. Górniak, M. Jelonek, K. Keler, M. Kocór, A. Strzebońska, A. Szczucka, K. Turek, B. Worek, Warszawa 2011
85. *Evaluation at strategic level of governance*. A. Haber, M. Szałaj, Warszawa 2011
86. *Innowacyjni – Dobre praktyki*. J. Gontarz, Warszawa 2011

87. *Jak zostać i pozostać przedsiębiorcą – informator dla nowo powstałych firm.* M. May, Warszawa 2011
88. *Kontrola zamówień publicznych.* Urząd Zamówień Publicznych, Warszawa 2011
89. *Nowe podejście do zamówień publicznych – wybrane zagadnienia.* Z Kłoda, D. Koba, A. Panasiuk, M. Szymczak, Warszawa 2011
90. *Udzielanie zamówień publicznych na systemy informatyczne oraz dostawę zestawów komputerowych. Rekomendacje Prezesa UZP.* Urząd Zamówień Publicznych, Warszawa 2011
91. *Kontrola udzielania zamówień publicznych prowadzona przez Prezesa UZP.* Urząd Zamówień Publicznych, Warszawa 2011
92. *Opinie prawne w zakresie zamówień publicznych.* Urząd Zamówień Publicznych, Warszawa 2011
93. *Raport o stanie sektora małych średnich przedsiębiorstw w Polsce.* A. Brussa, A. Tarnawa, K. Buczek, A. Haber, B. Jankowski, J. Łapiński, J. Orłowska, J. Pokorski, G. Rzeźnik, M. Wasilewska, D. Węclawska, P. Zadura-Lichota, R. Zakrzewski, G. Drozd, K. Garski, K. Kartus, N. Stawicki, Z. Wołodkiewicz – Donimirski, Warszawa 2011
94. *Towards Innovative Economy Effects of Grants to Enterprises in Poland.* J. Pokorski, Warszawa 2011
95. *Pomocna dłoń – informator dla przedsiębiorców w trudnej sytuacji.* Warszawa 2011
96. *Jakich pracowników potrzebują polscy pracodawcy?* M. Kocór, A. Strzebońska, Warszawa 2011
97. *Polki i Polacy na rynku pracy.* S. Czarnik, A. Strzebońska, D. Szklarczyk, K. Keler, Warszawa 2011
98. *Kto nas kształci po zakończeniu szkoły?* B. Worek, K. Stec, D. Szklarczyk, K. Keler, Warszawa 2011
99. *Współpraca ośrodków innowacji z administracją publiczną.* M. Nowak, M. Mażewska, S. Mazurkiewicz, Warszawa 2011
100. *Prawo obrotu elektronicznego w praktyce.* A. Brussa, K. Buczek, K. Garski, Warszawa 2011
101. *Fundusze unijne zmieniają Polskę Wschodnią.* J. Gontarz, Warszawa 2011
102. *Prowadzenie i rozliczanie projektu w ramach działań Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka realizowanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości.* Warszawa 2011
103. *The Innovatives. Good Practices.* Warszawa 2011
104. *Nowe podejście do zamówień publicznych. Raport z badań 2010/2011.* A. Kowalewska, J. Szut, Warszawa 2011
105. *Elektroniczne zamówienia publiczne w Polsce – ekspertyza.* W. Dzierżanowski, M. Stachowiak, Warszawa 2011
106. *Cluster Benchmarking in Poland – 2010 Survey report.* Warszawa 2011
107. *Efektywne wykorzystanie energii w firmie – poradnik dla przedsiębiorców.* S. Pasierb, S. Liszka, M. Bogacki, A. Osicki, Ł. Polakowski, P. Kukła, T. Zieliński, Ł. Rajek, M. Pyka, J. Kulawik, A. Nagrodkiewicz, Warszawa 2011
108. *Transport, ubezpieczenia i spedycja w handlu międzynarodowym – poradnik dla przedsiębiorców.* J. Kulawik; KUKA SA., M. Jażdżewska-Gutta, Warszawa 2011
109. *Źródła finansowania dla komercjalizacji technologii i wiedzy.* P. Głodek, P. Pietras, Warszawa 2011
110. *Finansowanie przedsięwzięć innowacyjnych w MSP.* P. Głodek, P. Pietras, Warszawa 2011
111. *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej.* J. Cieślak, K.B. Matusiak, J. Guliński, A. Skala-Poźniak, Warszawa 2011
112. *Budowa pakietu usług proinnowacyjnych w centrach transferu technologii.* J. Osiadacz, G. Ollivere, Warszawa 2011
113. *Zarządzanie inkubatorem technologicznym.* M. Mażewska, A. Rabczenka, A. Tórz, Warszawa 2011
114. *Rola lokatorów strategicznych w funkcjonowaniu parków i inkubatorów.* A. Tórz, M. Käki, Warszawa 2011
115. *Kreowanie środowiska innowacyjnego w parkach technologicznych.* J. Adamska, J. Kotra, Warszawa 2011

116. *Strategiczne obszary rozwoju parków technologicznych*. K.B. Matusiak (red.), Gdańsk – Kraków – Opole – Poznań – Warszawa 2011
117. *Budowa sieci współpracy i partnerstwa dla komercjalizacji wiedzy i technologii*. E. Książek, J. M. Pruvot, Poznań/Lille 2011
118. *Współpraca inwestorów wysokiego ryzyka z ośrodkami innowacji*. E. Dąbrowska, W. Halbersztadt, Warszawa 2011
119. *Metodyka i organizacja doradztwa w zakresie transferu technologii i komercjalizacji wiedzy*. D.M. Trzmielak, W. B. Zehner II, Łódź/Austin 2011
120. *Internacjonalizacja młodych innowacyjnych firm*. J. Cieślik, Warszawa 2011
121. *Proces audytu technologicznego w przedsiębiorstwach*. J. Osiadacz, Wrocław 2011
122. *Narzędzia identyfikacji potrzeb innowacyjnych w przedsiębiorstwach*. J. Osiadacz, Wrocław 2011
123. *Kluczowe kompetencje menedżera ds. komercjalizacji*. E. Gwarda-Gruszczyńska, T. Czapla, Łódź 2011
124. *Zagadnienia własności intelektualnej w transferze technologii*. D. Trzmielak, S. Byczko, Łódź 2011
125. *Doradztwo dla strategii rozwoju innowacyjnego w MSP*. J. Koszałka, Raf H. J. Sluismans, Gdańsk/Blizen 2011
126. *Wsparcie internacjonalizacji młodych innowacyjnych firm przez instytucje otoczenia biznesu*. J. Cieślik, K. Nikk, Warszawa 2011
127. *Budowanie gotowości inwestycyjnej innowacyjnych pomysłów biznesowych*. J. Griffiths, E. Książek, W. Przygocki, T. Wiśniewski, Coventry/Wrocław/Poznań 2011
128. *Finansowanie komercjalizacji technologii i przedsięwzięć innowacyjnych opartych na wiedzy*. P. Głodek, P. Pietras, Warszawa 2011
129. *Inicjatywy klastrowe: skuteczne działanie i strategiczny rozwój*. M. Koszarek, Warszawa 2011
130. *Innowacje w klastrach. Jak chronić własność intelektualną?* M. Perkowski, S. Rynkiewicz, Warszawa 2011
131. *Umowy jako prawne narzędzie transferu innowacji*. A. Szewc, K. Ziolo, M. Grzesiczak, Warszawa 2011
132. *Przewodnik dla animatorów inicjatyw klastrowych w Polsce*. L. Palmen, M. Baron, Warszawa 2011
133. *Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*. K.B. Matusiak, Warszawa 2011
134. *Polityki klastrowe w Europie – przedsiębiorstwa, instytucje i zarządzanie*. S. Borrás, D. Tsagdis, Warszawa 2011
135. *Budowa skutecznego otoczenia innowacyjnego biznesu*. K.B. Matusiak, M. Mażewska, R. Banisch, Warszawa/Gdańsk/Poznań 2011
136. *Monitoring zapotrzebowania na usługi i kształtowanie oferty ośrodka innowacji*. J. Koszałka, Gdańsk 2011
137. *Metody inkubacji projektów biznesowych*. I. Kowalczyk, J. Pawłowska, F. Sarti, I.Z. Biasetti, Gdańsk/Szczecin/Torino 2011
138. *Metodyka identyfikacji projektów do komercjalizacji na wyższych uczelniach*. R. Barski, T. Cook, Zielona Góra/Oxford 2011
139. *Stosowanie trybów negocjacyjnych udzielania zamówień publicznych*. U. Lisiecka, P. Lisiecki, M. Michałowska, Warszawa 2011
140. *Przygotowanie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego*. R. Jędrzejewski, Warszawa 2011
141. *Instrumenty nowego podejścia do zamówień publicznych*. A. Łukasiewicz, Warszawa 2011
142. *Ocena wpływu i prognozowanie efektów w badaniach ewaluacyjnych*. A. Haber, R. Trzeciński, Warszawa 2011
143. *Zamówienia publiczne w wybranych państwach Unii Europejskiej*. H. Nowicki, P. Nowicki, Warszawa 2011

144. *Pozacenowe kryteria oceny ofert w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego*. Urząd Zamówień Publicznych, Warszawa 2011
145. *Innowacyjne zamówienia publiczne w Polsce – ekspertyza*. I. Skubiszak-Kalinowska, M. Kulesza, Warszawa 2011
146. *II szansa dla przedsiębiorców. Raport z badań*. A. Kowalewska, T. Jagusztyn-Krynicky, P. Zimmerman, J. Szut, Warszawa 2011
147. *Zrównoważona produkcja w działalności przedsiębiorstw*. I. Anuszevska, K. Podlejska, A. Jackie-wicz, M. Filipek, Warszawa 2011
148. *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*. B. Balcerzak-Paradowska, M. Bednarski, D. Głogosz, P. Kuzstelak, A. Ruzik-Sierdzińska, J. Mirosław, Warszawa 2011
149. *Ewaluacja polityki klastrowej Kraju Basków. Postklastrowa polityka innowacji*. A. Eriksson (red.), War-szawa 2011
150. *Wykształcenie pracowników a pozycja konkurencyjna przedsiębiorstw*. B. Pławgo, J. Kornecki, War-szawa 2010
151. *Inteligentne organizacje – zarządzanie wiedzą i kompetencjami pracowników*. P. Kordel, J. Kornecki, A. Kowalczyk, K. Krawczyk, K. Pylak, J. Wiktorowicz, Warszawa 2010
152. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008–2009*. Warszawa 2010
153. *Nowe podejście do zamówień publicznych*. B. Uliasz (red.), Warszawa 2010
154. *Nowe podejście do zamówień publicznych – wyzwanie dla zamawiających – szansa dla małych i średnich przedsiębiorstw*. D. Koba, Warszawa 2010
155. *Nowe podejście do zamówień publicznych – szkolenia i doradztwo*. A. Dziołak, Warszawa 2010
156. *Innowacyjność mikroprzedsiębiorstw w Polsce*. M. Juchniewicz, B. Grzybowska, Warszawa 2010
157. *Rekomendacje zmian w polskim systemie transferu technologii i komercjalizacji wiedzy*. K.B. Matu-siak, J. Guliński (red.), Warszawa 2010
158. *System transferu technologii komercjalizacji wiedzy w Polsce – siły motoryczne i bariery*. K.B. Matu-siak, J. Guliński (red.), Warszawa 2010
159. *Procesy inwestycyjne i strategie przedsiębiorstw w czasach kryzysu*. W. Orłowski, R. Pasternak, K. Flaht, D. Szubert, Warszawa 2010
160. *Strategiczne źródła informacji w działalności przedsiębiorstw. Raport z badań*. R. Maik, A. Gołoś, K. Szczerbacz, Warszawa 2010
161. *Partner przedsiębiorcy. Ogólnopolski informator Krajowego Systemu Usług (KSU)*. A. Forin, A. Szwoch (red.), Warszawa 2010
162. *Bezpieczne zawieranie umów przez fundusz pożyczkowy. Poradnik dla osób świadczących usługi fi-nansowe w zakresie udzielania pożyczek*. M. Trela, Warszawa 2010
163. *Efektywne wykorzystanie energii w firmie. Poradnik*. M. Pyka, J. Kulawik (red.), Warszawa 2010
164. *Ewaluacja wobec wyzwań stojących przed sektorem finansów publicznych*. A. Haber, M. Szałaj (red.), Warszawa 2010
165. *Ekoinnowacyjność dziś i jutro – wyzwania, bariery rozwoju oraz instrumenty wsparcia*. E. Wojnicka, L. Woźniak oraz J. Strojny (red.), Warszawa 2010
166. *Innowacje w sektorze przemysłu energii odnawialnych*. B. Nogalski (red.), Warszawa 2010
167. *Ekoinnowacje w praktyce funkcjonowania MŚP*. E. Wojnicka, L. Woźniak, J. Strojny, Warszawa 2010
168. *Jak budować przewagę konkurencyjną dzięki ekoinnowacyjności?* E. Wojnicka, L. Woźniak, J. Strojny (red.), Warszawa 2010
169. *Foresight jako Narzędzie Zarządzania Wiedzą i Innowacją*. N. Brown, B. Rappert, A. Webster, Warszawa 2010
170. *Innowacje w sektorze przemysłu energii odnawialnych*. B. Nogalski (red.), Warszawa 2010

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) jest agencją rządową, która od 2000 roku wspiera przedsiębiorców. Celem działania PARP jest rozwój małych i średnich firm w Polsce – powstawanie nowych podmiotów, podnoszenie kwalifikacji i wzrost potencjału, wzmocnienie pozycji konkurencyjnej w oparciu o innowacyjność i nowoczesne technologie, kształtowanie przyjaznego otoczenia biznesowego, tworzenie warunków do prowadzenia działalności gospodarczej. Realizując działania wspierające przedsiębiorców (a także: instytucje otoczenia biznesu, jednostki samorządu terytorialnego, państwowe jednostki budżetowe, uczelnie), PARP korzysta ze środków budżetu państwa oraz funduszy europejskich. Zarówno w okresie przedakcesyjnym, jak i po wejściu przez Polskę do Unii Europejskiej, PARP oferowała przedsiębiorcom wsparcie finansowe i szkoleniowo-doradcze. W latach 2007–2015 Agencja realizuje działania w ramach trzech programów operacyjnych: Innowacyjna Gospodarka, Kapitał Ludzki i Rozwój Polski Wschodniej. W kolejnym okresie, obejmującym lata 2015-2020, odpowiada za wybrane działania w ramach nowych programów pomocowych: Program Operacyjny Innowacyjny Rozwój, Program Operacyjny Wiedza, Edukacja, Rozwój, Program Operacyjny Polska Wschodnia.

PARP posiada unikalne doświadczenie nie tylko w przekazywaniu pomocy unijnej przedsiębiorcom. Od kilku lat w Agencji działa **Ośrodek Badań nad Przedsiębiorczością**, którego zadaniem jest prowadzenie badań z zakresu przedsiębiorczości, innowacyjności, zasobów ludzkich i usług wspierających prowadzenie działalności gospodarczej. Ich wyniki są wykorzystywane przy opracowywaniu nowych programów pomocowych i instrumentów służących rozwojowi przedsiębiorczości.

PARP stale dopasowuje ofertę informacyjno-doradczą do zmieniających się potrzeb przedsiębiorców oraz pojawiających się nowych kanałów komunikacji. Obecnie Agencja dysponuje kilkunastoma **specjalistycznymi portalami internetowymi i społecznościowymi** oferującymi szkolenia e-learningowe, e-booki, transmisje ze spotkań szkoleniowych i konferencji, informacje nt. możliwości ubiegania się o wsparcie, bazy wiedzy, publikacje, wyniki badań. Z informacji i narzędzi zawartych we wszystkich portalach PARP dostępnych za pośrednictwem głównego portalu Agencji www.parp.gov.pl korzysta blisko milion internautów miesięcznie.

Osoby zainteresowane uzyskaniem dostępnych w PARP informacji nt. programów wsparcia dla przedsiębiorców oraz instytucji otoczenia biznesu mogą skorzystać z infolinii prowadzonej w **Punkcie informacyjnym PARP**. Konsultanci udzielają informacji telefonicznie i mailowo oraz biorą udział w spotkaniach z zainteresowanymi osobami.

Zapraszamy do skorzystania z naszych usług!

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

ul. Pańska 81/83, 00-834 Warszawa
tel. + 48 22 432 80 80, faks: + 48 22 432 86 20
biuro@parp.gov.pl, www.parp.gov.pl

Punkt informacyjny PARP

tel. + 48 22 432 89 91-93
0 801 332 202
info@parp.gov.pl

Ośrodek Badań nad

Przedsiębiorczością PARP
osrodek_badan@parp.gov.pl
<http://badania.parp.gov.pl>