



Europejski
Program
Modernizacji
Polskich
Firm

Innowacje w MŚP. Pod lupą

PATRONI:



Narodowe Centrum
Badań i Rozwoju



KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA

Innowacje w MŚP. Pod lupą

Spis treści

Zamiast wstępu	4
Wprowadzenie: mikroinnowacyjna Polska w makroinnowacyjnej Europie	8
ROZDZIAŁ 1 ZNACZENIE INNOWACJI	18
1.1 Rozumienie innowacyjności	21
1.1.1 Okiem przedsiębiorcy	22
1.2 Rozumienie konkurencyjności	23
1.2.1 Okiem przedsiębiorcy	25
1.3 Miary sukcesu	27
ROZDZIAŁ 2 INWESTOWANIE W INNOWACJE	28
2.1 Obszary innowacyjności	31
2.2 Innowacyjne południe kontra nieinnowacyjna północ	32
ROZDZIAŁ 3 ROZWÓJ ZA SWOJE	34
3.1 Finansowanie innowacji	37
3.1.1 Okiem przedsiębiorcy	39
3.2 Wykorzystanie dotacji	41
ROZDZIAŁ 4 SZANSE I BARIERY INNOWACYJNOŚCI	42
4.1 Perspektywy B+R	45
4.1.1 Okiem przedsiębiorcy	48
4.2 Z perspektywy innowacji	49
4.3 Dostęp do wiedzy	51
4.3.1 Okiem przedsiębiorcy	52
ROZDZIAŁ 5 PODSUMOWANIE – WNIOSKI, REKOMENDACJE	54
Okiem eksperta	60
O badaniu	64
Adresy bibliograficzne	66

Zamiast wstępu

Szanowni Państwo,

oddając w Państwa ręce „Innowacje w MŚP. Pod lupą” – raport opracowany przez EFL SA, chcemy zamiast tradycyjnego wstępu przytoczyć słowa polskich przedsiębiorców¹, którzy dzielą się doświadczeniami z wprowadzania innowacji w swoich firmach. Są to tym bardziej cenne doświadczenia, że dotyczą konkretnych firm i prowadzących je przedsiębiorców.

CZYM JEST INNOWACYJNOŚĆ W OPINII POLSKICH PRZEDSIĘBIORCÓW

Jarosław Kępa,
członek Zarządu Cimat Sp. z o.o.

Innowacje umożliwiają kreowanie nie tylko potrzeb, ale też nowych rozwiązań, które do tej pory nie były prezentowane na rynku. Rzeczy, które do tej pory nie istniały. Firma jest innowacyjna, kiedy systematycznie wprowadza nowe typy urządzeń i kreuje na nowo rynek.

Firma innowacyjna powinna się wyróżniać tym, że ma swoją jednostkę wyspecjalizowaną w działalności badawczo-rozwojowej, poszukiwaniu nowych ścieżek, rozwiązań, które jeszcze nie istnieją. Innowacje nie mogą być robione przypadkowo, muszą być zaplanowane, metodyczne i być wpisane w strategię firmy.

Cimat produkuje wyważarki wszelkiego zastosowania. Swoje wyroby eksportuje do ponad 50 krajów na świecie.

Tomasz Matusiak,
członek Zarządu Lightweight Technology SA

W tej chwili większość firm gra innowacją. Gra tylko ze względu na dotacje unijne. Ludzie tworzą różne dziwne wnioski i ich innowacja polega na tym, żeby wpisać w tym wniosku coś nietypowego. Za dotacje firmy kupują maszyny, których nigdy nie wykorzystają, a robią to tylko po to, żeby wyciągnąć pieniądze z Unii. Ja prawdziwą innowację rozumiem w ten sposób, że dzięki niej jestem w stanie zrobić coś szybciej, zrobić coś lepiej, zrobić coś taniej. A klient końcowy dostaje produkt, który jest lepszy, choć nawet nie musi o tym wiedzieć. To tak samo jak wówczas, gdy idę do sklepu i kupuję napój bez cukru. On smakuje identycznie jak ten z cukrem, ale na przykład nie psują się po nim zęby. Chodzi o to, że coś po prostu jest bardziej przyjazne.

W mojej branży, w mojej firmie, innowacje związane są też z ochroną środowiska. Firma, z którą współpracujemy, ma odpad technologiczny. My ten odpad jesteśmy w stanie przerobić, użyć go powtórnie, wykorzystać w produkcie, który wchodzi z powrotem do normalnego obiegu.

1) Słowa przedsiębiorców przytoczone w Raporcie pochodzą z wypowiedzi przedstawicieli firm korzystających z usług EFL SA (czerwiec/lipiec 2015 r.).

Lightweight Technology działa w branży meblarskiej i stolarki otworowej – produkuje elementy drzwiowe, elementy meblowe, wszystko w lekkich nowoczesnych technologiach.

Tomasz Bednarski,
prezes Zarządu Unicard SA

Innowacyjność to dla wielu firm po prostu bycie lepszym od konkurencji. A tak naprawdę innowacyjność – to nie gonienie konkurencji, ale szukanie pewnych rozwiązań, całkiem nowych rynków, wchodzenie na nowe terytoria, dotychczas nieznane. Dla mnie więc innowacyjność – to jest wchodzenie na obszary jeszcze nieodkryte. Są to obszary związane z jakimiś produktami, usługami, rozwiązaniami, ale nie udoskonalanie czegoś, co już jest dostępne, tylko szukanie kompletnie nowych koncepcji. I o to jest chyba najtrudniej, ponieważ i firmy, i każdy pracownik zawsze są otoczeni jakimś potokiem informacji z rynku i starają się dopasować do otoczenia.

Strategia naszej firmy polega na tym, żeby cały czas monitorować zgłaszane przez pracowników różne nowe pomysły. One przychodzą w bardzo nietypowych sytuacjach i momentach. Jeżeli się pojawiają, to trzeba dać im szansę. Trochę na ślepo, bez analizy rynkowej, bez analizy finansowej, tylko przeznaczyć po prostu pewną pulę pieniędzy na zasadzie: spróbujmy, zobaczymy, co z tego wyjdzie. W momencie kiedy budżet pierwotny zostanie wyczerpany, dopiero wówczas następuje analiza tego, co faktycznie się udało zrobić, jak się to ma do rzeczy dostępnych na rynku, jak się ma to do oczekiwań klientów. Natomiast ta pierwsza faza kiełkowania pomysłu to zawsze pewnego rodzaju ryzyko. Tu po prostu nie da się z góry przewidzieć, czy dany pomysł ma szansę wyrosnąć na bardzo innowacyjne rozwiązanie, czy nie. Dopiero na pewnym etapie następuje proces weryfikacji, czy faktycznie ten projekt dalej rokuje jako projekt innowacyjny.

Unicard jest firmą, która od ponad 20 lat specjalizuje się w systemach automatycznej identyfikacji. Koncentruje się na identyfikacji osób – czy to poprzez kartę elektroniczną, czy przez inne medium, czy – co ostatnio bardzo popularne – poprzez biometrię.

Z tych opinii wynika, że polscy przedsiębiorcy do oceny tego, co jest innowacją, a co innowacją nie jest, podchodzą zdecydowanie bardziej rygorystycznie niż Unia Europejska.

CZYM JEST DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA WEDŁUG OFICJALNYCH ŹRÓDEŁ

Zgodnie z przyjętą w Unii Europejskiej i OECD, a zaprezentowaną w Podręczniku Oslo definicją, innowacje to wdrożenie nowego lub istotnie ulepszanego produktu, wyrobu, usługi lub procesu, nowej metody organizacyjnej lub nowej metody marketingowej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem. Nowy lub istotnie ulepszony produkt zostaje wdrożony, gdy jest wprowadzony na rynek. Nowe procesy, metody organizacyjne lub metody marketingowe zostają wdrożone, kiedy rozpoczyna się ich faktyczne wykorzystywanie w działalności przedsiębiorstwa.

Jak wyjaśnia GUS w raporcie „Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013”², który ukazał się w tym roku: *produkty, procesy oraz metody organizacyjne i marketingowe nie muszą być nowością dla rynku, na którym działa przedsiębiorstwo, ale muszą być nowością przynajmniej dla samego przedsiębiorstwa. Nie muszą być opracowane przez samo przedsiębiorstwo, mogą być opracowane przez inne przedsiębiorstwo bądź przez jednostkę o innym charakterze (np. instytut naukowo-badawczy, ośrodek badawczo-rozwojowy, szkołę wyższą itp.).*

Działalność innowacyjna – jak podaje GUS – polega na angażowaniu się przedsiębiorstw w różnego rodzaju działania naukowe, techniczne, organizacyjne, finansowe i komercyjne, które prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Niektóre z tych działań mają charakter innowacyjny, natomiast inne nie są nowością, lecz są konieczne do wdrażania innowacji. Działalność innowacyjna obejmuje także działalność badawczo-rozwojową (B+R), która nie jest bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji.

Działalność innowacyjna przedsiębiorstwa może być:

- pomyslnie zakończona wdrożeniem innowacji (przy czym niekoniecznie musi się ona wiązać z sukcesem komercyjnym)
- bieżąca – w trakcie realizacji, która nie doprowadziła dotychczas do wdrożenia innowacji
- zaniechana przed wdrożeniem innowacji

Jak wynika z badania „Innowacje w MŚP. Pod lupą” przeprowadzonego przez instytut Keralla Research dla EFL SA³, przedsiębiorcy, którzy wprowadzają rozwiązania nowe w swoich firmach, ale nie na świecie, prowadzą prace nad nowymi produktami czy usługami, których nie wdrażają – wcale nie uznają się za innowacyjnych.

– Innowacja jest wszędzie tam, gdzie stosujemy rozwiązania, których nikt do tej pory nie ma, których nikt nie stosuje i w wyniku tego otrzymujemy bądź produkt, bądź proces lepszy niż dotychczas istniejący na rynku – podkreśla jeden z badanych, proszący o anonimowość przedsiębiorca. – Uważam, że firmy decydują się na innowacyjność z dwóch powodów: pierwszy – bo firma musi, drugi – bo firma chce. Jeśli firma chce, to znaczy, że widzi swoją przyszłość w perspektywie nie roku, dwóch najbliższych lat i jakiejś tam marży i ładnego zarobku, tylko w perspektywie 10, 20, 30 lat. Myśli długoterminowo – dodaje.

2) <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spolescenstwo-informacyjne/nauka-i-technika/dzialalnosc-innowacyjna-przedsiębiorstw-w-latach-2011-2013,2,8.html>, data publikacji: 20 lutego 2015.

3) Badanie „Innowacje w MŚP. Pod lupą” zrealizowane przez instytut Keralla Research dla EFL SA, wykonane w dniach 15.06–2.07.2015. Pełna metryczka badania – w końcowej części Raportu.

O RAPORCIE „INNOWACJE W MŚP. POD LUPĄ”

Niniejszy raport jest częścią serii projektów, które EFL SA uruchomił w 2011 r. Ich celem jest wnikliwe spojrzenie na sytuację przedsiębiorców w konkretnych sektorach gospodarki. Dotychczas ukazały się cztery raporty z serii „Pod lupą”.

Pierwszy charakteryzował kondycję mikro-, małych i średnich firm w Polsce („MŚP pod lupą”, edycja z 2011 roku), drugi poświęcony był kondycji gospodarstw rolnych w Polsce („Agro pod lupą”, 2012). Raport z 2013 roku poświęcony był finansowym aspektom prowadzenia działalności transportowej w Polsce („Transport pod lupą”, 2013). W roku ubiegłym analizie poddano sytuację młodych osób na rynku pracy („Młodzi na rynku pracy. Pod lupą”, 2014).

Obecna edycja, zatytułowana „Innowacje w MŚP. Pod lupą”, jest poświęcona praktykom w zakresie podnoszenia konkurencyjności poprzez inwestycje w innowacje przez mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa. Zbiera i przekazuje wiedzę o praktykach MŚP w zakresie podnoszenia swojej konkurencyjności w drodze nakładów na innowacje.

Raport informuje o:

- Czynnikiem budujących pozycję konkurencyjną firm z sektora MŚP
- Postawach wobec innowacji: wiedzy firm z sektora MŚP na temat innowacji oraz czym są innowacje w ocenie firm z sektora MŚP
- Skali wprowadzanych innowacji i sposobach ich finansowania
- Czynnikiem wpływającym na rozwój innowacji w MŚP
- Barierek wdrażania innowacji w MŚP (co wpływa na to, że organizacja nie wprowadza innowacji)
- Zaangażowaniu firm w wydatki na cele badawczo-rozwojowe (innowacje)
- Strategiach działania firm z sektora MŚP
- Finansowaniu inwestycji oraz celach inwestycyjnych
- Rodzaju najczęściej wprowadzanych innowacji
- Źródłach wiedzy na temat innowacji i znajomości instytucji wspierających innowacyjność
- Planach przedsiębiorców odnośnie do wprowadzania innowacji
- Wpływie zewnętrznych źródeł finansowania, w tym pochodzących ze środków UE, na działania o charakterze innowacyjnym

Niniejsza publikacja została poszerzona również o raporty Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Głównego Urzędu Statystycznego czy Deloitte – pokazujące innowacyjność polskich przedsiębiorstw w szerszym kontekście.

Wprowadzenie: mikroinnovacyjna Polska w makro- innovacyjnej Europie

Innowacyjność w obecnej perspektywie finansowej będzie odmieniana przez wszystkie przypadki, liczby i osoby. I nie jest to żaden chwyt marketingowy, lecz wynik pewnych zobowiązań, które podjęliśmy na forum Unii Europejskiej.

Już teraz widać to w konkursach ogłaszanych przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBR) i Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP).

WSPIERANIE WSPÓŁPRACY

Przykładowo – latem 2015 r. NCBR ogłosił konkurs Biostrateg. Dotacjami nagradzał nowatorskie projekty dotyczące środowiska naturalnego, rolnictwa i leśnictwa. Przedsięwzięcia musiały obejmować badania naukowe, prace rozwojowe i działania związane z przygotowaniem ich wyników do komercjalizacji. Projekty musiały się także wpisywać w jeden z pięciu szczegółowych strategicznych obszarów badawczych. Na liście były: bezpieczeństwo żywności, racjonalne gospodarowanie zasobami naturalnymi, przeciwdziałanie zmianom klimatu i adaptacja do nich, ochrona bioróżnorodności oraz leśnictwo i przemysł drzewny. NCBR w ogłaszanych konkursach wspiera współpracę nauki z biznesem. O 200 mln zł mogły zaważyć wyłącznie konsorcja złożone minimum z trzech podmiotów, w których była przynajmniej jedna jednostka naukowa i jedna firma (więcej w *Zielone innowacje dostaną 200 mln zł*, „Puls Biznesu”, 20 lipca 2015)⁴.

Od 1 września do 1 października br. firmy i konsorcja firm ubiegały się o środki na innowacje w medycynie. Do rozdysponowania jest 95 mln zł. Maksymalna kwota dofinansowania jednego projektu to 10 mln zł. Konkurs organizuje także Narodowe Centrum Badań i Rozwoju.

Dofinansowane zostaną badania przemysłowe i eksperymentalne prace rozwojowe, które wpisują się w założenia agendy badawczo-rozwojowej przygotowanej na potrzeby branży medycznej – programu sektorowego INNOMED. Wsparcie może być udzielone, jeśli firma zobowiąże się do wdrożenia wyników projektu. Oznacza to, że efekt badań powinien zostać wykorzystany w praktyce rynkowej.

Ocena projektów będzie kilkustopniowa. Po sprawdzeniu, czy przedsięwzięcie spełnia kryteria formalne, eksperci oceniają je od strony naukowo-technologicznej i biznesowej. Przedsiębiorcy uzyskują dodatkowe punkty m.in. za wysoką opłacalność wdrożenia wyników projektu, duże zapotrzebowanie rynkowe na rezultaty projektu oraz oryginalność i nowatorstwo przedsięwzięcia. Jednym z etapów oceny będzie spotkanie członków panelu – ekspertów z wnioskodawcą, który przedstawi swój pomysł i odpowie na pytania oceniających.

4) <http://pulsbiznesu.pb.pl/4225097,55247,zielone-innowacje-dostana-200-mln-zl>

Dzięki dofinansowaniu unijnemu wzrosła innowacyjność i konkurencyjność branży medycznej. Zwiększą się też prywatne nakłady na badania i rozwój (B+R), co jest jednym z celów Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (POIR).

Z BONEM DO NAUKOWCA

PARP ma także wsparcie dla tych, którzy zamierzają wejść na ścieżkę innowacji. Od końca sierpnia br. do końca 2015 r. PARP prowadzi nabór wniosków o dofinansowanie zakupu usług B+R przez mikro-, małe i średnie firmy. Do podziału jest 46,1 mln zł.

Usługa, którą kupi przedsiębiorstwo, ma polegać na opracowaniu nowego lub znacząco ulepszanego wyrobu, usługi, technologii produkcji lub nowego projektu wzorniczego. Jej wykonawcą mogą być jednostki naukowe (np. jednostki organizacyjne uczelni, PAN, instytuty badawcze), których jakość pracy wysoko oceniło Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (kategoria naukowa A+, A albo B). Usługa powinna być szyta na miarę, czyli uwzględniać specyfikę danej firmy.

Projekt powinien wpisywać się w jeden z obszarów szczególnie istotnych z punktu widzenia innowacyjności polskiej gospodarki (Krajowa Inteligentna Specjalizacja⁵). Przedsięwzięcie otrzyma więcej punktów m.in. wtedy, gdy rozwiązanie opracowane przez jednostkę naukową będzie gotowe do wdrożenia. Preferencje przewidziano też dla projektów, w których wyniku powstaną najbardziej innowacyjne i oryginalne wyroby i usługi. Dzięki dofinansowaniu przedsiębiorstwa, które nie mają doświadczenia w działalności B+R, chętniej będą podejmować współpracę z naukowcami. W efekcie zwiększy się konkurencyjność wspartych firm.

NAJPIERW BADANIA, PÓŹNIEJ RYNEK

W kolejnym konkursie PARP mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa będą mogły pozyskać maksymalnie 20 mln zł na wdrożenie wyników prac B+R przeprowadzonych samodzielnie lub na zlecenie. Alokacja na konkurs wynosi 500 mln zł. Wnioski były przyjmowane od 31 sierpnia do 30 września br.

Dofinansowanie pozwoli firmom wprowadzić na rynek nowe bądź znacząco ulepszone produkty lub usługi. W ocenie wniosku premiowana będzie wysoka innowacyjność projektu i opłacalność biznesowa wdrażanego rozwiązania. Preferencje przewidziano też dla przedsięwzięć wpisujących się w Krajową Inteligentną Specjalizację.

5) Więcej o Krajowej Inteligentnej Specjalizacji: http://www.mg.gov.pl/files/upload/15049/Krajowa_inteligentna_specjalizacja.pdf

Wsparcie na wdrożenie wyników prac B+R zachęci przedsiębiorców do podejmowania tego typu działań i oparcia swojej konkurencyjności na innowacjach. Umożliwi też przejście od etapu pomysłu i badań do wprowadzenia nowej lub lepszej oferty na rynek.

Jak informuje Piotr Popa, rzecznik Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, do końca lipca br. w POIR ogłoszono 8 konkursów o wartości blisko 4,5 mld zł, w ramach których:

- zakończyły się 2 nabory (prace B+R w sektorze lotniczym oraz prace B+R mające na celu wytworzenie prototypu)
- trwa 1 nabór (do 31 grudnia 2015 r. – Badania przemysłowe i prace rozwojowe realizowane przez przedsiębiorstwa)
- odbędzie się 5 naborów dotyczących wsparcia:
 - zakupu usług B+R przez firmy (31 sierpnia – 30 grudnia 2015 r.)
 - wdrożenia przez firmy wyników prac B+R (31 sierpnia – 30 września 2015 r.)
 - tworzenia lub rozwoju centrów B+R w firmach (1 września – 30 października 2015 r.)
 - projektów B+R dotyczących innowacji medycznych (1 września – 1 października 2015 r.)
 - strategicznej infrastruktury badawczej (1 października 2015 r. – 31 marca 2016 r.).

CZEKA NAS SKOK

Do innowacyjności zostaliśmy niejako zmuszeni przez Unię Europejską. Nie tylko my zresztą, ale wszystkie kraje UE musiały sobie wyznaczyć strategię rozwoju do 2020 r., czyli zakończenia tej perspektywy finansowej. Wszystko zawarte jest w dokumencie Strategia Europa 2020⁶.

Jak tłumaczy Ministerstwo Gospodarki⁷: Europa 2020 – strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu – jest nową długookresową strategią rozwoju Unii Europejskiej na lata 2010–2020. Została zatwierdzona przez Radę Europejską 17 czerwca 2010 r., zastępując w ten sposób realizowaną w latach 2000–2010 Strategię Lizbońską.

Strategia Europa 2020 jest zarówno kontynuacją śmiałej wizji rozwoju nakreślonej przez Strategię Lizbońską, jak i próbą odpowiedzi na słabości europejskiej gospodarki, jakie ze wzmożoną siłą ujawniły się podczas ostatniego kryzysu, który przyniósł największe od co najmniej 80 lat załamanie gospodarcze oraz uwidocznił poważne słabości strukturalne gospodarek europejskich.

6) http://ec.europa.eu/europe2020/index_pl.htm

7) http://www.mg.gov.pl/files/upload/8418/EUROPA_PL.pdf

Przyjęta w 2000 r. Strategia Lizbońska zapoczątkowała proces, którego celem jest uczynienie gospodarki unijnej najbardziej konkurencyjną, opartą na wiedzy gospodarką świata, zdolną do utrzymania zrównoważonego wzrostu gospodarczego, stworzenia większej liczby lepszych miejsc pracy oraz zachowania spójności społecznej. Problemy z jej realizacją sprawiły, że po pięciu latach dokonano rewizji Strategii Lizbońskiej, koncentrując uwagę przede wszystkim na wzroście i zatrudnieniu. W celu zdynamizowania realizacji odnowionej Strategii Lizbońskiej państwa członkowskie zobowiązały się do przygotowywania trzyletnich krajowych programów reform, akcentując w ten sposób swoją współodpowiedzialność za powodzenie realizacji reform strukturalnych na szczeblu krajowym.

W strategii wyznaczono trzy obszary priorytetowe:

WZROST INTELIGENTNY

(ang. *smart growth*) – czyli rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacjach.

WZROST ZRÓWNOWAŻONY

(ang. *sustainable growth*) – czyli transformacja w kierunku gospodarki niskoemisyjnej, efektywniej korzystającej z zasobów i konkurencyjnej.

WZROST SPRZYJAJĄCY

WŁĄCZENIU SPOŁECZNEMU

(ang. *inclusive growth*) – czyli wspieranie gospodarki charakteryzującej się wysokim poziomem zatrudnienia i zapewniającej spójność gospodarczą, społeczną i terytorialną.

Do oceny postępów w realizacji strategii określono pięć celów głównych

1.

OSIĄGNIĘCIE WSKAŹNIKA ZATRUDNIENIA NA POZIOMIE 75 PROC.

wśród kobiet i mężczyzn w wieku 20–64 lat, w tym poprzez zwiększenie zatrudnienia młodzieży, osób starszych i pracowników nisko wykwalifikowanych oraz skuteczniejszą integrację legalnych imigrantów.

2.

POPRAWA WARUNKÓW PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI BADAWCZO- ROZWOJOWEJ,

w szczególności z myślą o tym, aby łączny poziom inwestycji publicznych i prywatnych w tym sektorze osiągnął 3 proc. PKB; ponadto Komisja Europejska opracuje wskaźnik odzwierciedlający efektywność działalności badawczo-rozwojowej i innowacyjnej.

3.

ZMNIEJSZENIE EMISJI GAZÓW CIEPLARNIANYCH O 20 PROC.

w porównaniu z poziomami z 1990 r.; zwiększenie do 20 proc. udziału energii odnawialnej w ogólnym zużyciu energii; dążenie do zwiększenia efektywności

energetycznej o 20 proc. Unia Europejska zdecydowana jest podjąć decyzję o osiągnięciu do 2020 r. 30-procentowej redukcji emisji w porównaniu z poziomami z 1990 r., o ile inne kraje rozwinięte zobowiążą się do porównywalnych redukcji emisji, a kraje rozwijające się wniosą wkład na miarę swoich zobowiązań i możliwości.

4.

PODNIESIENIE POZIOMU WYKSZTAŁCENIA,

zwłaszcza poprzez dążenie do zmniejszenia odsetka osób zbyt wcześnie kończących naukę do poniżej 10 proc. oraz poprzez zwiększenie do co najmniej 40 proc. odsetka osób w wieku 30–34 lat z wykształceniem wyższym lub równoważnym.

5.

WSPIERANIE WŁĄCZENIA SPOŁECZNEGO,

zwłaszcza przez ograniczanie ubóstwa, dążąc do wyeliminowania z ubóstwa lub wykluczenia społecznego co najmniej 20 mln obywateli.

Komisja Europejska opracowała zintegrowane wytyczne będące zestawem ogólnych zaleceń dla krajów członkowskich w różnych obszarach polityk gospodarczych, tak aby ich realizacja doprowadziła do szybkiego osiągnięcia głównych celów strategii Europa 2020:

Wytyczna 1

Zapewnienie jakości i stabilności finansów publicznych.

Wytyczna 2

Rozwiązywanie problemu nierównowagi makroekonomicznej.

Wytyczna 3

Zmniejszenie nierównowagi w strefie euro.

Wytyczna 4

Optymalizacja pomocy na rzecz badań i rozwoju oraz innowacji, wzmocnienie trójkąta wiedzy i uwolnienie potencjału gospodarki cyfrowej.

Wytyczna 5

Bardziej efektywne korzystanie z zasobów i ograniczenie emisji gazów cieplarnianych.

Wytyczna 6

Poprawa otoczenia biznesu i środowiska konsumenckiego oraz modernizacja bazy przemysłowej, aby zapewnić funkcjonowanie rynku wewnętrznego w pełnym zakresie.

Wytyczna 7

Zwiększenie uczestnictwa kobiet i mężczyzn w rynku pracy, ograniczanie bezrobocia strukturalnego i promowanie jakości zatrudnienia.

Wytyczna 8

Rozwijanie zasobów wykwalifikowanej siły roboczej odpowiadającej potrzebom rynku pracy oraz promowanie uczenia się przez całe życie.

Wytyczna 9

Poprawa jakości i wydajności systemów kształcenia i szkolenia na wszystkich poziomach oraz zwiększenie liczby osób podejmujących studia wyższe lub ich odpowiedniki.

Wytyczna 10

Promowanie włączenia społecznego i zwalczanie ubóstwa.

Jako cele krajowe Strategii Europa 2020 Polska przedstawiła:

- Zwiększenie wskaźnika zatrudnienia osób w wieku 20–64 lata do co najmniej 71 proc. (dla UE wskaźnik ustalono na poziomie 75 proc.)
- Osiągnięcie poziomu nakładów na działalność badawczo-rozwojową (B+R) równego 1,7 proc. PKB przy obecnym poziomie poniżej 1 proc. (dla UE – 3 proc.); przy czym połowa tych nakładów ma pochodzić z sektora prywatnego
- Zmniejszenie zużycia energii pierwotnej do poziomu ok. 96 Mtoe⁸, zwiększenie wykorzystania odnawialnych źródeł energii oraz redukcja emisji CO₂ (dla UE są to cele „20/20/20”)

8) Tona oleju ekwiwalentnego (toe) – energetyczny równoważnik jednej metrycznej tony ropy naftowej o wartości opałowej równej 10 000 kcal/kg. Mtoe = 1 000 000 toe.



- Zmniejszenie do 4,5 proc. odsetka młodzieży niekontynuującej nauki oraz zwiększenie do 45 proc. odsetka osób w wieku 30–34 lat z wyższym wykształceniem (dla UE odpowiednio 10 proc. i 40 proc.)
- Zmniejszenie o 1,5 mln liczby osób żyjących poniżej relatywnej granicy ubóstwa (dla UE założono 20 mln osób)

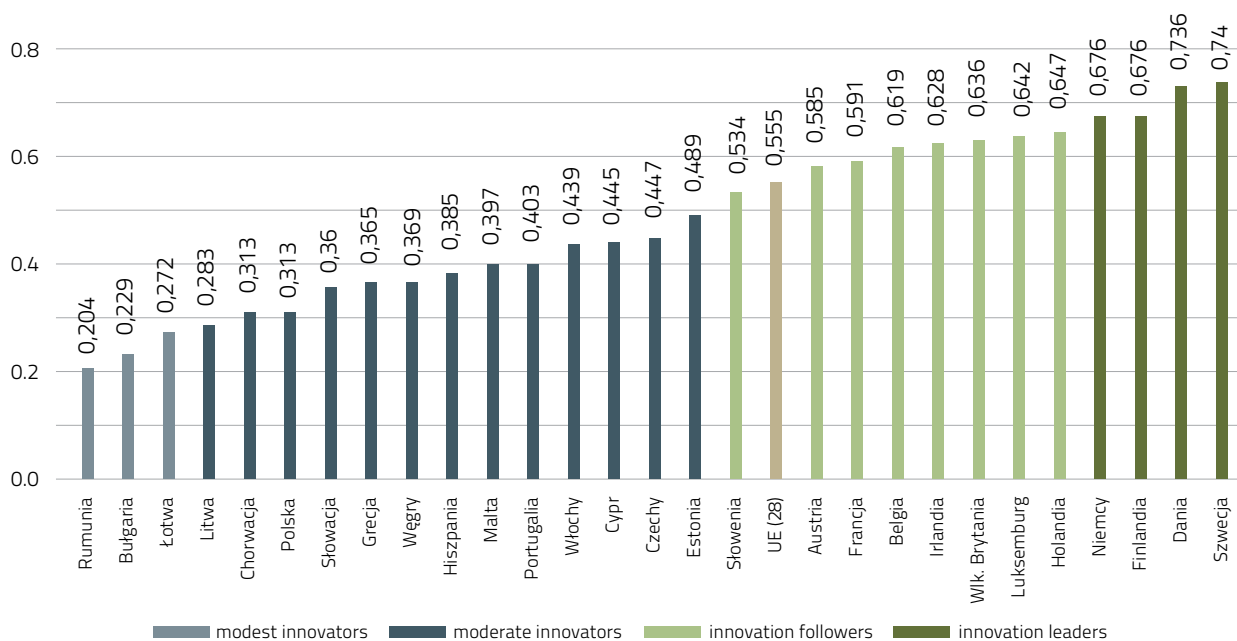
Do nadrobienia mamy wiele. Nie ukrywajmy, pod względem innowacyjności jesteśmy w ogonie Europy.

Jak podaje PARP, według najnowszego raportu Innovation Union Scoreboard 2015⁹⁾, Polska, osiągając syntetyczny wskaźnik innowacyjności na poziomie 0,313, znalazła się wśród krajów o umiarkowanej innowacyjności, określanych jako *moderate innovators*, wyprzedzając Rumunię (0,204), Bułgarię (0,229), Łotwę (0,272) i Litwę (0,283).

W porównaniu z wynikiem z poprzedniego roku Polska utrzymała się w grupie umiarkowanych innowatorów, a dodatkowo przesunęła się o jedno miejsce wyżej, wyprzedzając Litwę. Nie zmienia to faktu, że na 28 państw członkowskich UE Polska zajmuje 6. miejsce od końca.

W klasyfikacji generalnej miejsce lidera utrzymała Szwecja. Najszybciej rozwijający się innowatorzy to Malta, Łotwa i Bułgaria, Irlandia, Wielka Brytania i Polska. W ujęciu globalnym rezultaty UE nadal ustępują wynikom USA, Japonii i Korei Południowej.

Wykres 1.
Potencjał innowacyjny krajów Unii Europejskiej (28)



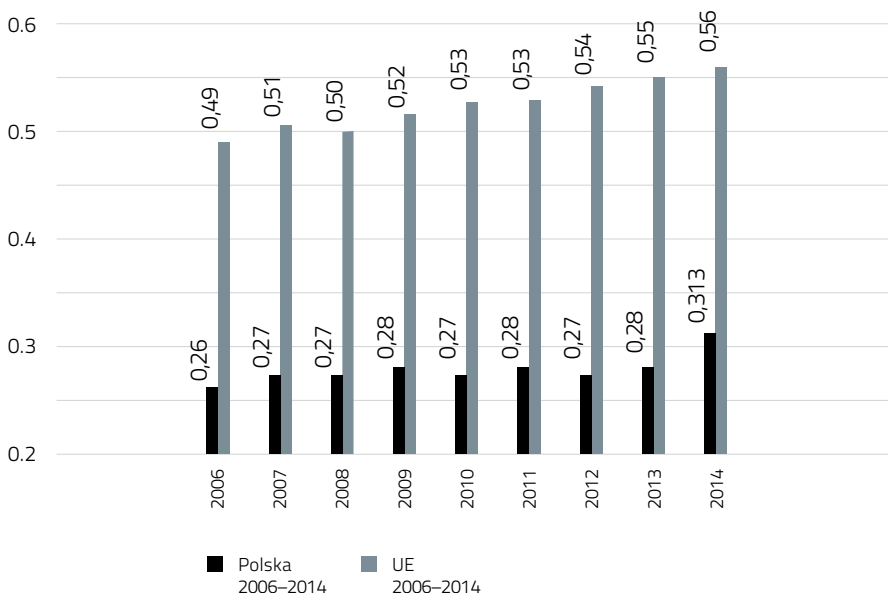
Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Innovation Union Scoreboard 2015.

9) <http://badania.parp.gov.pl/polska-w-innovation-union-scoreboard-2015>

Sumaryczny wskaźnik innowacyjności dla Polski stanowi 56,4 proc. średniego wskaźnika dla krajów UE, co zadecydowało o utrzymaniu pozycji wśród umiarkowanych innowatorów (w tej grupie znajdują się kraje osiągające od 50 do 90 proc. wartości średniego wskaźnika dla wszystkich krajów). Widać także wyraźną poprawę w porównaniu z danymi z zeszłorocznego Raportu IUS, w którym nasz sumaryczny wskaźnik innowacyjności wynosił 50,4 proc. średniego wskaźnika dla 28 krajów UE (w poprzednich latach odpowiednio: 49 proc. – 2012, 53 proc. – 2011, 51 proc. – 2010, 53 proc. – 2009 oraz 2008). Sumaryczne wskaźniki dla krajów UE w latach 2006–2014 wykazują wyraźny trend rosnący. Polska na tym tle prezentuje się dość stabilnie – jak twierdzi PARP, z minimalnym trendem wzrostowym.

Wykres 2.

Sumaryczny wskaźnik innowacyjności i linia trendu dla Polski i UE w latach 2006–2013



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Innovation Union Scoreboard 2015.

Pod względem większości subwskaźników Polska wypada poniżej średniej dla krajów UE. Wśród słabości należy wymienić: udział zagranicznych doktorantów spoza UE, liczbę zgłoszeń patentowych z zakresu zmian/wyzwań społecznych, wydatki na B+R ponoszone przez biznes, przychody z licencji i patentów sprzedanych za granicą, nowo nadane tytuły doktorskie.

Z kolei do mocnych stron (powyżej średniej dla krajów UE-28) należą: nakłady na innowacyjność nieobejmujące nakładów na B+R, procent populacji z kompletnym wykształceniem wyższym¹⁰ i udział młodzieży z wykształceniem przynajmniej średnim. Wskaźnik taki jak wzornictwo wspólnotowe jest na poziomie średniej UE.

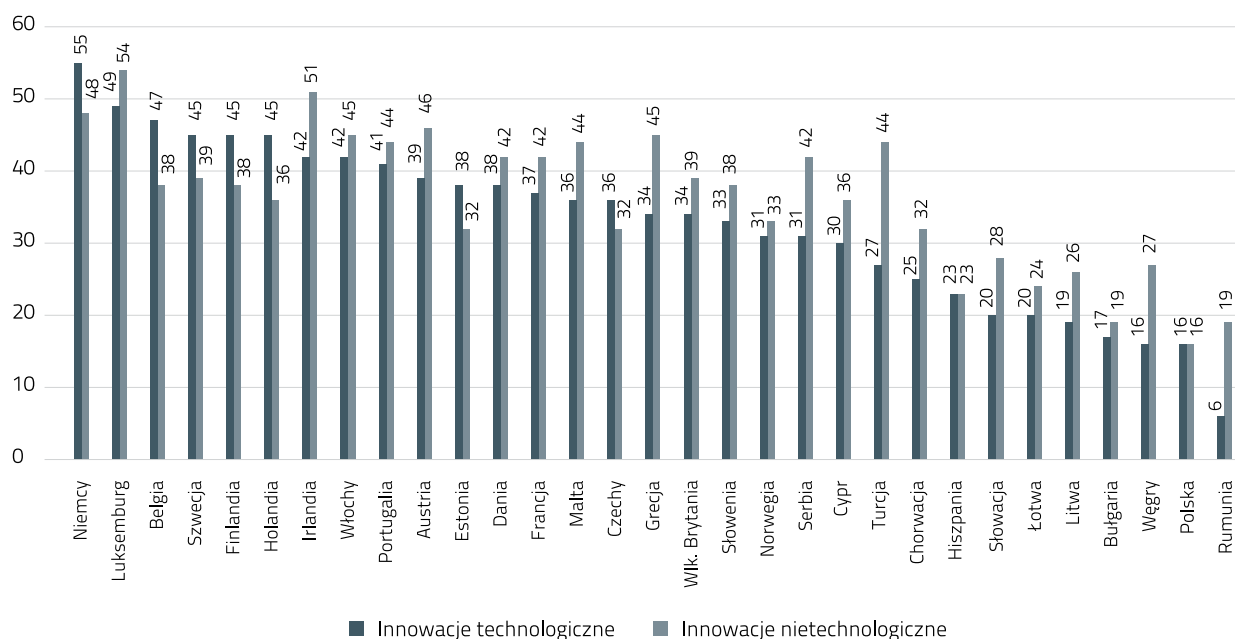
10) <http://badania.parp.gov.pl/polska-w-innovation-union-scoreboard-2015>

Wysokie tempo wzrostu zaobserwowano w przypadku następujących wskaźników: wzory wspólnotowe, wspólnotowe znaki towarowe, wydatki na B+R w sektorze przedsiębiorstw i udział populacji z kompletnym wykształceniem wyższym.

Ujemne tempo wzrostu zanotowano w zakresie: współpracy innowacyjnych MŚP z innymi podmiotami, wewnętrznych innowacji sektora MŚP, udziału sprzedaży innowacyjnych produktów, działalności innowacyjnej: produktowej, procesowej, marketingowej i organizacyjnej, nowo nadanych tytułów doktorskich.

Innovation Union Scoreboard 2015 to już 14. wydanie od czasu wprowadzenia Europejskiej Tablicy Wyników Innowacyjności w 2001 r.¹¹ Innowacyjność jest mierzona za pomocą wskaźnika złożonego, który podsumowuje wyniki szeregu różnych wskaźników.

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



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Eurostat Statistics Database, średnia dla UE(28): innowacje technologiczne – 36 proc., innowacje nietechnologiczne – 37 proc. oraz dla UE(15): innowacje technologiczne – 41 proc. oraz innowacje nietechnologiczne – 41 proc.

11) http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-114_pl.htm,
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/facts-figures-analysis/index_en.htm



inicja
wacja

1. | Znaczenie innowacji

Wykres 4.
Czy inwestycje w innowacje
to warunek długoterminowego
utrzymania się na rynku?



Determinacja zarówno rządu, jak i instytucji pośredniczących w przyznawaniu funduszy unijnych w wymuszaniu współpracy pomiędzy firmami a naukowcami ma ogromne znaczenie, jeśli weźmiemy pod uwagę, ile MŚP faktycznie prowadzi działalność badawczo-rozwojową. Jak wynika z badania „Innowacyjność w MŚP. Pod lupą” zrealizowanego przez instytut Keralla Research dla EFL, jedynie 12 proc. firm w Polsce przyznaje się do tego, że ma specjalny zespół do prowadzenia prac badawczo-rozwojowych. Tylko 3 proc. ma w planach utworzenie takiego działu. Z kolei blisko co trzeci uczestnik badania przyznał, że jego firma korzystała z funduszy UE w ciągu ostatnich 5 lat, co może oznaczać, że w większości firm pozyskanie tego kapitału nie skłoniło do inwestycji w B+R.

Z tegorocznego raportu Deloitte „Badania i rozwój w przedsiębiorstwach”¹², który sprawdzał wyłącznie działalność B+R w firmach i podejście do niej, wynika, że tylko jedna trzecia firm w Polsce deklaruje posiadanie strategii badań, rozwoju i innowacji – w pozostałych przypadkach decyzje związane z działalnością badawczo-rozwojową podejmowane są doraźnie przed zarząd.

Magdalena Burnat-Mikosz, partner zarządzająca w Deloitte, komentuje następująco wyniki tych badań:

– Biorąc jeszcze pod uwagę fakt, że nadal czynnikiem zewnętrznym o największym wpływie na poziom wydatków B+R w polskich firmach jest dostępność większej liczby rodzajów wsparcia, a współpraca z jednostkami naukowymi stymulowana jest głównie wymogami programów pomocowych lub chęcią uzyskania wyższego dofinansowania, możemy dojść do wniosku, że polskie przedsiębiorstwa nie widzą korzyści wynikających z badań, rozwoju, innowacji oraz z oparcia na tych filarach swojego długofalowego rozwoju.

Sami przedsiębiorcy być może nie wiążą nakładów na B+R bezpośrednio z innowacyjnością. Jak wynika z badania „Innowacyjność w MŚP. Pod lupą”, zdecydowana większość badanych jest zdania, że nakłady na innowacje to warunek długoterminowego utrzymania się przedsiębiorstwa na rynku (84,4 proc.). W tej grupie 46,8 proc. badanych zdecydowanie podziela taką opinię, a 37,6 proc. raczej skłania się do takiego zdania. Jedyne, co różnicuje przedsiębiorców w tym poglądzie, to wielkość zatrudnienia. Mikrofirmy (1–9 pracowników) nie żywią tego przekonania w stopniu właściwym przedstawicielom małych (poniżej 50 osób) i średnich firm. Zaledwie 13,6 proc. jest przekonanych, że innowacyjność w dłuższej perspektywie nie ma znaczenia dla obecności firmy na rynku.

12) http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_Badania_i_rozwoj_w_Polsce_2015.pdf

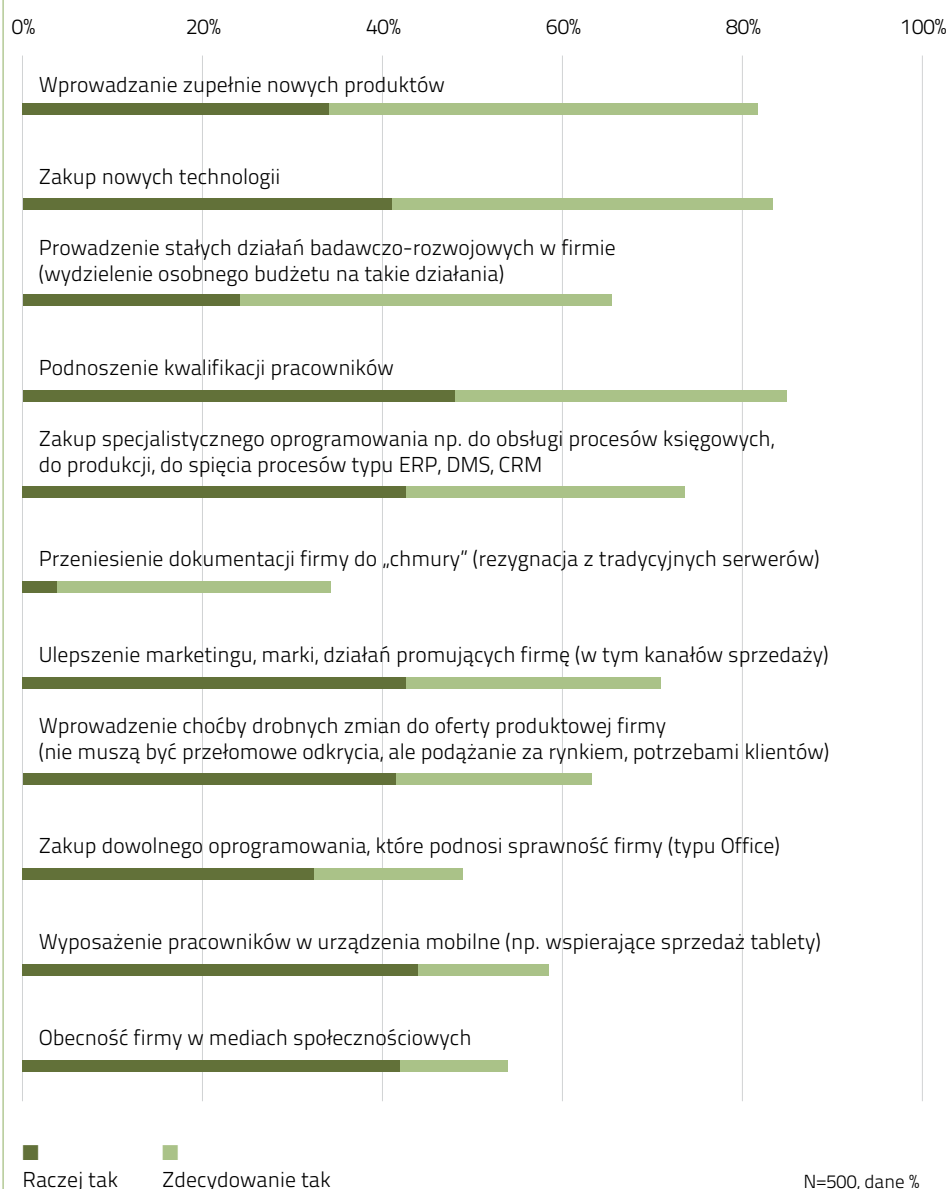
1.1 Rozumienie innowacyjności

Tym, co świadczy – zdaniem badanych – o innowacyjności firm, są przede wszystkim wykwalifikowane, dobrze przygotowane kadry, czyli zdolny do wprowadzenia innowacji zespół pracowników. Ponad 85 proc. uznało bowiem, że to inwestycje w podnoszenie kwalifikacji pracowników czynią firmę innowacyjną lub też stwarzają klimat i dają szansę firmie na to, by innowacyjność tę mogła implementować.

W drugiej kolejności o innowacyjności firmy świadczą zakupy nowych technologii. Uznało tak 83,8 proc. ankietowanych (suma wskazań zdecydowanie i raczej tak) oraz wprowadzanie zupełnie nowych produktów na rynek (82,2 proc.).

To, co w opinii badanych czyni firmę innowacyjną, to także raczej inwestycje w zakup specjalistycznego oprogramowania do obsługi procesów (74 proc. – suma wskazań na tak) niż wydzielenie osobnego działu B+R i prowadzenie stałych działań badawczo-rozwojowych (65,8 proc. – suma wskazań na tak).

Wykres 5.
Co czyni firmę innowacyjną?



1.1.1 Okiem przedsiębiorcy

Krzysztof Kamiński, prezes Alnea Sp. z o.o.

W Polsce są wspaniali i zdolni inżynierowie, tylko ich potencjał jest niewykorzystywany bądź też ukierunkowany w niewłaściwą stronę. Uważam, że tylko z pracownikami, którzy są nastawieni na tworzenie nietypowych rozwiązań, firma może wejść na ścieżkę innowacji. Jednak to od strategii właściciela firmy zależy, czy uda mu się dobrać taki zespół. Właściciel powinien postawić sobie za cel długoterminowy rozwój. Zrozumieć, że jeśli chce być bardziej konkurencyjny, to musi być bardziej innowacyjny. I jeśli taką decyzję podejmie, to musi znaleźć zarząd, który zaakceptuje taką strategię. Później zarząd szuka kadry kierowniczej, której stawia te cele, a ta pracowników, którzy rozumieją, jakie są kierunki rozwoju i oczekiwania, nie boją się sięgać po nowe rozwiązania i są gotowi je realizować.

Tomasz Bednarski, prezes Unicard SA

Największym wyzwaniem dla firmy, która wprowadza innowacje, jest obudzenie w ludziach tej chęci. Najlepszą metodą jest szeroka polityka czy strategia firmy polegająca na tym, że innowacyjność jest doceniana jako wartość sama w sobie, że każdy pomysł – najbardziej abstrakcyjny, jeżeli jest innowacyjny – jest wart uwagi. Zielone światło dla nawet najbardziej szalonych pomysłów – to chyba kryterium. Jeśli jest dobry pomysł, to środki na jego realizację zawsze się znajdują. Później jest już łatwiej. Na początku nie wiemy, czy ten najbardziej nowatorski pomysł ma dzisiaj ten pracownik czy inny. Czy jest to kierownik, czy ktoś, kto pracuje drugi dzień. Tak naprawdę wszyscy pracownicy mogą być źródłem bardzo innowacyjnych rozwiązań. W naszej firmie mamy 8 osób, które pracują w dziale rozwoju. One zajmują się wdrażaniem pewnych rozwiązań, natomiast pomysł może zgłosić każdy z 90 pracowników, tu nie ma żadnych barier – i to chyba jest najważniejsze.

Tomasz Matusiak, członek Zarządu Lightweight Technology SA

Są firmy, które mają pieniądze i nie inwestują w innowacje, bo nie mają pomysłów. A są firmy, które nie mają tych pieniędzy, ja zaliczam się do takiej grupy, ale swoją strategię rozwoju opierają na poszukiwaniu nowych rozwiązań. My możemy wygrywać tylko pomysłami; tym, że wymyślimy, jak zrobić coś lepiej, taniej, szybciej. Na razie ich głównym źródłem w firmie jestem ja, ale też chcę, żeby moi ludzie docelowo myśleli i byli otwarci na innowacje, starali się szukać tych rzeczy, które można zrobić lepiej. Wydaje mi się, że jest to niezbędne, jeżeli firma ma istnieć i się rozwijać. Zresztą wszystkie książkowe przykłady mówią o tym, że ludzie, którzy są najniżej, wiedzą najwięcej, a ci, co są najwyżej, mają niestety tylko największą władzę. I jeżeli te strony się nie spotkają, to niekiedy firmy kosztuje to duże pieniądze, a czasem i istnienie.

1.2 Rozumienie konkurencyjności

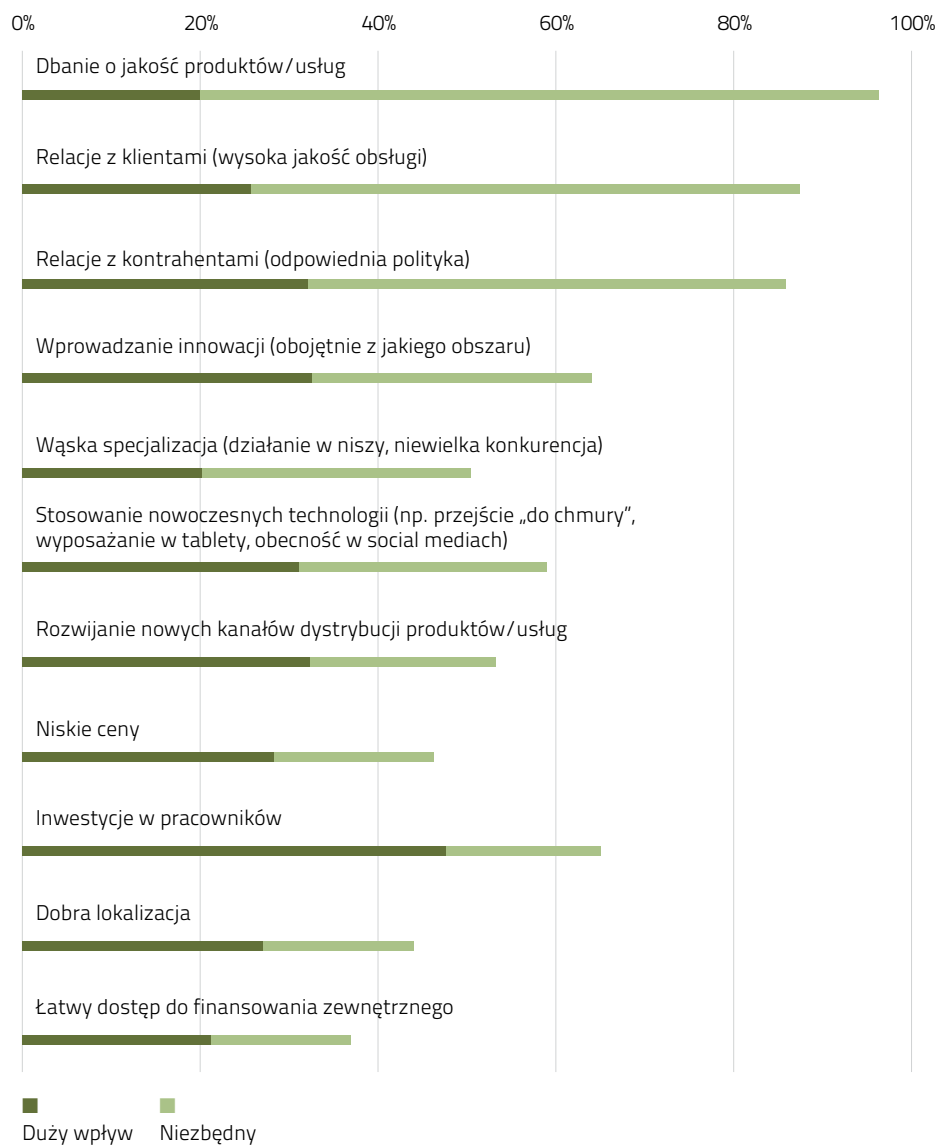
Najwięcej, bo 95,4 proc. przedsiębiorców uznało troskę o jakość oferowanych produktów za czynnik niezbędny w procesie budowania przewagi konkurencyjnej, ale też najsilniej wpływający na wyniki finansowe uzyskiwane przez firmę. W tej grupie 75,6 proc. wskazało dbanie o jakość produktów jako czynnik niezbędny, a kolejne 19,8 proc. jako czynnik, który ma duży wpływ na konkurencyjność.

Dobre relacje z klientami i relacje z kontrahentami – to kolejne nie mniej ważne aspekty, na których opiera się przewaga konkurencyjna firm. Dla 86,6 proc. badanych relacje z klientami odpowiadają za bycie konkurencyjnym (suma wskazań na niezbędny oraz duży wpływ). Natomiast 85 proc. wskazuje, że takim czynnikiem są dobre relacje z kontrahentami (suma wskazań na niezbędny oraz duży wpływ).

Innowacyjność – obojętnie w jakim obszarze – choć ważna, uplasowała się na czwartym miejscu w hierarchii czynników, na których buduje się przewagę konkurencyjną. Za czynnik niezbędny do uzyskiwania wyników finansowych uznało ją niewielu, bo 31,2 proc. przedsiębiorców, czyli tylu, ilu wskazało na niezbędną wąską specjalizację firmy. Na innowacyjność jako czynnik mający duży wpływ na wyniki firmy i konkurencyjność wskazało 32,2 proc. Dla porównywalnej grupy firm (27,6 proc.) niezbędnym czynnikiem podnoszącym konkurencyjność jest korzystanie z nowoczesnych technologii (jak choćby rezygnacja ze stacjonarnych serwerów na rzecz „chmury”).

Z badania wynika również niechęć przedsiębiorców do budowania przewagi konkurencyjnej na niskiej cenie. 53,6 proc. uważa, że niska cena nie ma dużego wpływu na konkurencyjność. Aż 61,6 proc. jest zdania, że takiej przewagi nie pomaga także zbudować łatwy dostęp do finansowania. Wynika stąd, że polscy przedsiębiorcy sami wykładają pieniądze na rozwój swoich firm, rzadko korzystając ze źródeł zewnętrznych (o czym będzie mowa w kolejnych rozdziałach).

Wykres 6.
Czynniki, na których firmy opierają swoją przewagę konkurencyjną i które najsilniej wpływają na uzyskiwane wyniki



1.2.1 Okiem przedsiębiorcy

Jarosław Kępa, prezes CIMAT Sp. z o.o.

Innowacyjność w naszej firmie podyktowana była chęcią wygrania z konkurencją. Nierzadko nasi konkurenci istnieją na rynku od 100 lat, do tego produkują tanio w Chinach. Tylko nowościami i rozwiązaniami, które prześcigają ich możliwości, można wygrać. Bo oni lubią produkować sztafpowo, to samo, w dużych seriach. My pokonujemy ich nowościami, produktami tworzonými na potrzeby naszych kontrahentów. Firmy lotnicze czy inne firmy, dla których dostarczamy, np. Hamilton, muszą wiedzieć, że my jesteśmy wyjątkowym partnerem, a nie producentem jednym z wielu. Firmą, która nastawia się na działania projektowe, badawcze dla takich jednostek.

To z takim podejściem do biznesu w ostatnim roku bardzo mocno weszliśmy w produkcję dla przemysłu motoryzacyjnego. Stało się to możliwe dzięki nowym rozwiązaniom, które nasza jednostka badawczo-rozwojowa wymyśliła, stworzyła, zaimplementowała. To wielki sukces. Jak wiadomo, branża motoryzacyjna jest największą siłą napędową rynku na świecie. Bo to nie są tylko koncerny, które produkują samochody, to zlecniodawcy dla milionów mniejszych firm, które produkują dla nich podzespoły, typu elektrowentylatory, wycieraczki, silniki, szyby. Milion innych rzeczy. To ogromny rynek.

Tomasz Bednarski, prezes Unicard SA

Dzisiaj sama produkcja elektroniki jako taka nie jest czymś, z czego firma może żyć, ta elektronika musi być innowacyjna, żeby miała szansę się sprzedać.

Musimy konkurować z firmami, które mają sprzęt produkowany w setkach tysięcy egzemplarzy na Dalekim Wschodzie i które są bardzo konkurencyjne cenowo. W związku z tym my musimy zawsze szukać pewnych rozwiązań nietypowych, innowacyjnych, być o ten jeden krok do przodu, żeby ponosząc polskie koszty produkcji, móc konkurować. Bo ceną nie jesteśmy w stanie. Możemy natomiast, oprócz jakości, konkurować elastycznością, produktami szytymi na miarę. My jesteśmy w stanie budować na zamówienie klienta wręcz konkretne urządzenie. To jest nasza przewaga.

Filip Bochenek,
dyrektor handlowy CP Trade Sp. z o.o.

Produkty, które oferujemy, nie są produktami naszego wyrobu, my je odsprzedajemy i redystrybuujemy. My zatem, jeśli chodzi o jakość tego produktu, nie mamy na nią wpływu. Jakość, o którą dbamy, to jest jakość obsługi klienta i pomocy niesionej temu klientowi. Staramy się go obsłużyć w najlepszy możliwy sposób, pomóc mu technicznie, próbujemy z tysięcy istniejących na rynku dobrać produkt najwłaściwszy, najlepiej dostosowany do jego potrzeb.

Nasza branża próbuje pójść w kierunku sprzedaży internetowej bądź też sprzedaży masowej, gdzie dostęp do informacji jest bardzo duży, gdzie dostęp do produktu jest bardzo duży, gdzie każdy w Internecie może znaleźć wszystko. Rozważaliśmy oczywiście taką opcję, bo czuliśmy nacisk, ale nie ze strony klientów, lecz dlatego, że wszyscy szli w tym kierunku. Zamierzaliśmy zrobić taki portal wymiany informacji B2B. Wcześniej jednak przeprowadziliśmy krótkie badanie u klientów, na ile jest im to potrzebne, no i z tego badania okazało się, że wcale niekoniecznie.

Jakiś czas temu zdecydowaliśmy się na współpracę z firmą, która chciała stworzyć system elektronicznej wymiany dokumentów. Dzięki tej współpracy i pomocy w testach jako jedni z pierwszych partnerów programu otrzymaliśmy preferencyjne warunki. System pozwala na wymianę dokumentów typu zamówienie, potwierdzenie zamówienia, dostawę towaru, fakturę, wydanie magazynowe, list przewozowy. Ten system może być połączony z wewnętrznymi systemami klientów bądź też dostawców, to znaczy, że informacji nie trzeba później ze skrzynki mailowej przepisywać gdzieś dalej, tylko te informacje mogą wpadać bezpośrednio do systemów tych producentów i zostaną dobrze skonfigurowane i w odpowiedni sposób zaprogramowane dla całej bazy danych.

1.3 Miary sukcesu

Za czynnik najsilniej determinujący szeroko rozumiany sukces firmy uznano dbanie o jakość oferowanych produktów lub usług. Taką opinię podziela zdecydowanie najwięcej, bo 59,8 proc. badanych.

Za drugi czynnik sukcesu badani przedsiębiorcy uznali umiejętność szybkiego dopasowania się do zmieniających oczekiwań rynku. Na elastyczność wyrażoną chociażby w zdolności dopasowania procedur i szybkości podejmowania decyzji wskazało 34,2 proc. respondentów.

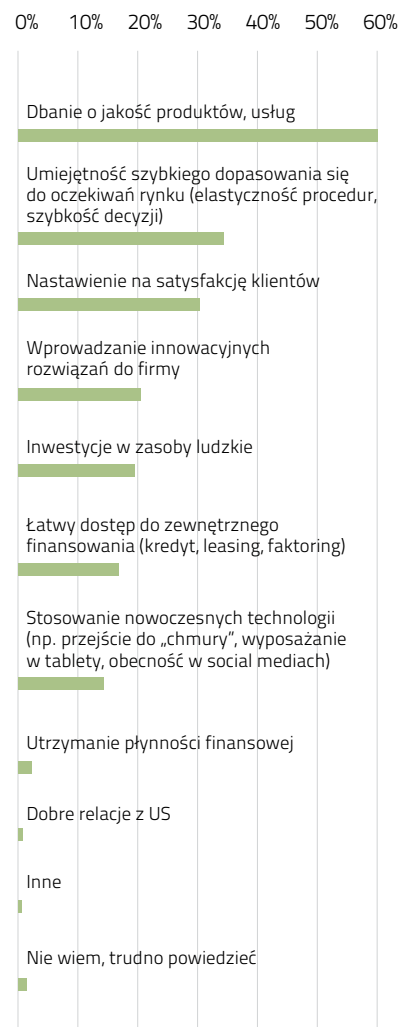
Chociaż wprowadzanie innowacji zostało przez ponad 80 proc. ankietowanych ocenione jako warunek długoterminowej obecności firmy na rynku, to już wśród czynników determinujących sukces przedsiębiorstwa innowacyjność nie uzyskuje tak wysokich notowań. Niewiele ponad 20 proc. wskazuje ją bowiem jako czynnik, który może, ale nie musi zdecydować o sukcesie firmy. W tym przypadku zdecydowanie częściej innowacyjność jako czynnik sukcesu wskazują firmy produkcyjne niż handlowe czy eksporterzy. Jednak jeśli przedsiębiorcy muszą wskazać plany na najbliższy rok, to jedynie 2 proc. deklaruje, że zamierza udoskonalić produkty, podnieść ich jakość. Za to więcej niż co drugi marzy o rozwinieciu skali działania, sprzedaży, a co piąty chciałby rozszerzyć profil działalności firmy, którą zarządza.

Co ciekawe – choć przedsiębiorcy uznali wysoko wykwalifikowane kadry za klucz do innowacyjności, to w przypadku oceny najważniejszych czynników wpływających na sukces inwestycję w zasoby ludzkie postawili dopiero na czwartym miejscu. Na dalszych pozycjach znalazł się też dostęp do zewnętrznego finansowania, co potwierdza szereg badań i danych, że MŚP korzystają przede wszystkim z własnego kapitału. Niewielkie znaczenie ma także, zdaniem przedsiębiorców, stosowanie nowoczesnych technologii czy obecność na portalach społecznościowych.

W najbliższych dwunastu miesiącach ponad połowa badanych zamierza skoncentrować się przede wszystkim na rozwinieciu skali działania poprzez zwiększanie sprzedaży. To cel, jaki stawiają sobie reprezentanci wszystkich branż, choć istotnie częściej informują o tych planach średnie przedsiębiorstwa, eksporterzy oraz firmy z wieloletnim stażem na rynku.

Co trzecia firma będzie się koncentrować głównie na przetrwaniu na rynku w najbliższych 12 miesiącach. Należy dodać, że w tej grupie częściej znajdziemy firmy obsługujące wyłącznie krajowy rynek niż eksporterów. Eksporterzy znacznie częściej chcą udoskonalać produkty i podnosić jakość swojej oferty. Co piąty badany przedsiębiorca będzie się starał rozszerzyć profil działania np. poprzez wejście w inną branżę.

Wykres 7.
Czynniki najsilniej wpływające na sukces firmy



N=>500

Procenty nie sumują się do 100, gdyż respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź



IT

Eco

ICT

\$

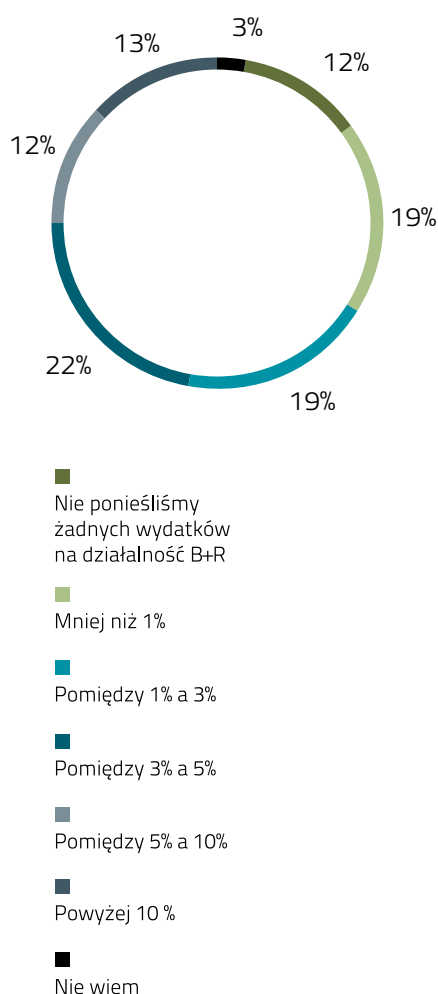
1
zł

B+R

2.

Inwestowanie
w innowacje

Wykres 8.
Jaki procent Państwa obrotów
przeznaczony był na działalność
B+R w 2014 r.?



Wyniki badania Deloitte „Badania i Rozwój w przedsiębiorstwach”¹³ dowodzą znaczącego wzrostu środków przeznaczanych na działalność B+R w Polsce. Udział firm, których wydatki na badania i rozwój przekroczyły 3 proc. obrotów, zwiększył się o 20,7 punktów procentowych w porównaniu z rokiem ubiegłym – obecnie stanowią one niemal połowę respondentów (niemal dwukrotny wzrost – z 26,3 proc. do 48 proc.). Wyniki te korespondują z danymi GUS pokazującymi systematyczny wzrost udziału przedsiębiorstw w finansowaniu działalności B+R w Polsce. Są jednak niższe niż średnia dla Europy Środkowej, gdzie alokowanie ponad 3 proc. obrotów na B+R zadeklarowało 51 proc. firm.

Wzrost udziału firm przeznaczających ponad 3 proc. obrotów na B+R może wynikać z faktu, że wzrasta świadomość przedsiębiorców w zakresie rodzajów działalności kwalifikujących się jako badania i rozwój oraz ze zwiększonego zapotrzebowania na innowacje, wpływającego na popularyzację działalności B+R wśród firm, które rok wcześniej przeznaczały na ten cel zaledwie 1–3 proc. wartości obrotów (procentowy udział firm deklarujących ten poziom wydatków spadł o 10 p.p.)

Udział firm nieponoszących wydatków na B+R lub ponoszących wydatki mniejsze niż 1 proc. obrotów praktycznie nie uległ zmianie (31,9 proc. w poprzednim badaniu, 31 proc. w tegorocznym). W porównaniu z rokiem ubiegłym wzrosła jednak o 30 proc. liczba jednostek nieponoszących wydatków na B+R (z poziomu 9,7 proc. do 13 proc.). Wzrost ten, pomimo względnej istotności, może wynikać głównie ze zmiany podejścia do prac badawczo-rozwojowych oraz z rosnącej popularności outsourcingu, które skutkują korzystaniem ze specjalistycznych usług zewnętrznych w zakresie badań i rozwoju. W Polsce odsetek firm, które nie ponoszą wydatków na B+R, jest o 3 punkty procentowe wyższy od średniej dla Europy Środkowej, lecz jednak jednocześnie niemal dwa razy niższy niż na Węgrzech, gdzie 25 proc. respondentów zadeklarowało brak wydatków na B+R w 2014 r.

Badanie wskazuje również na istotny wzrost świadomości firm dotyczącej działalności B+R – o 8,1 p.p. spadł odsetek respondentów niewiedzących, jak ustalić wysokość wydatków poniesionych na ten cel w odniesieniu do wartości obrotów w porównaniu z badaniem z 2014 r. i o 10,9 p.p. w porównaniu z 2013 r. (grupa ta obejmuje zaledwie 3 proc. respondentów).

Prognozy firm dotyczące przyszłych wydatków B+R są bardziej optymistyczne niż w poprzednich latach. Ponad dwie trzecie z nich oczekuje zwiększenia wydatków na B+R w ciągu 3 do 5 lat, a 50 proc. w perspektywie najbliższego roku lub dwóch lat. Odsetek firm, które będą nadal zwiększać wydatki na B+R w kolejnych 3–5 latach, z roku na rok systematycznie rośnie (51,2 proc. respondentów w 2013 r., 61,1 proc. w 2014 r. i 67 proc. w 2015 r.). Pod tym względem polskie firmy wykazują jeden z najwyższych poziomów optymizmu w Europie Środkowej, gdzie średnio 42 proc. firm spodziewa się zwiększenia budżetu B+R w perspektywie najbliższego roku lub dwóch lat, 54 proc. planuje zaś ich zwiększenie w perspektywie trzech do pięciu lat.

13) http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_Badania_i_rozwoj_w_Polsce_2015.pdf

2.1 Obszary innowacyjności

Jak wynika z badania „Innowacyjność w MŚP. Pod lupą”, aż 48 proc. badanych uważa, że inwestycje, jakich dokonali w ciągu ostatnich 3 lat, miały charakter innowacyjny. Bezkonkurencyjnie wygrał zakup oprogramowania. Na kolejnym miejscu uplasowały się technologie – nowe linie, nowe sposoby wytwarzania oraz nowe lub istotnie ulepszone produkty.

Natomiast zdecydowanie niewielki odsetek zdecydował się na zmiany organizacyjne czy podnoszenie kompetencji swoich pracowników – odpowiednio 5 i 5,4 proc.

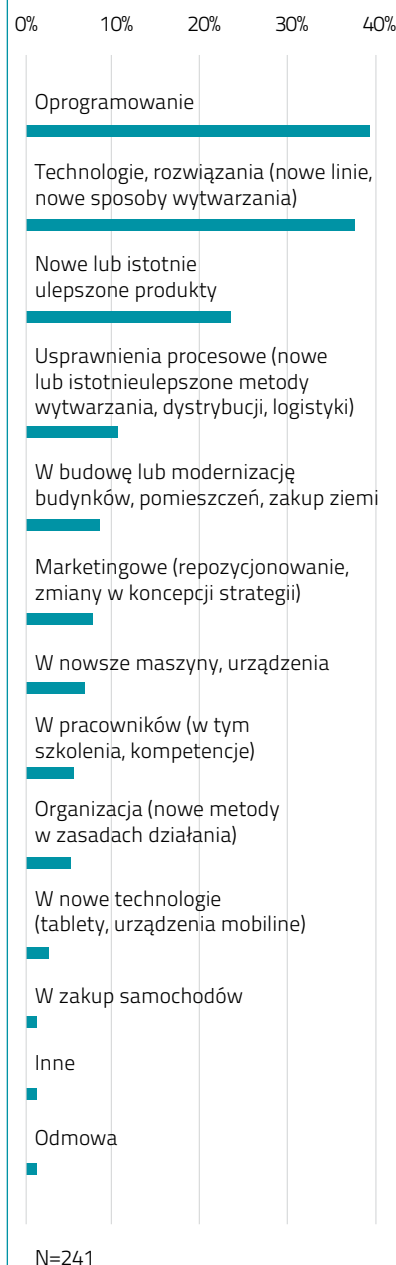
Przy podziale na typy ponad 54 proc. firm dokonało inwestycji w innowacje o charakterze procesowym, czyli takie, które skutkują nowymi lub istotnie ulepszonymi metodami wytwarzania, dystrybucji, logistyki lub wspierają procesy w firmie. Innowacje, które można zaliczyć do technologicznych – np. nowe linie produkcyjne, nowe maszyny – wdrożyło niewiele mniej, bo 48,4 proc. przedsiębiorstw MŚP.

Produktowe innowacje są rzadziej wprowadzane przez firmy MŚP. Tylko 26 proc. firm deklaruje przeznaczanie środków w ciągu ostatnich trzech lat na istotne ulepszenie obecnych lub wprowadzenie zupełnie nowych produktów. Należy dodać, że same nakłady nie są jeszcze jednoznaczne ze skuteczną komercjalizacją produktu, a zatem z tych 26 proc. tylko część trafiła na rynek.

Najrzadziej nakłady dotyczyły innowacji organizacyjnych, skutkujących chociażby nowymi metodami działania (15,1 proc.), oraz innowacji marketingowych (8,2 proc.), które istotnie zmieniałyby strategię marketingową przedsiębiorstwa.

Wykres 9.

W jaką innowację zainwestowano?

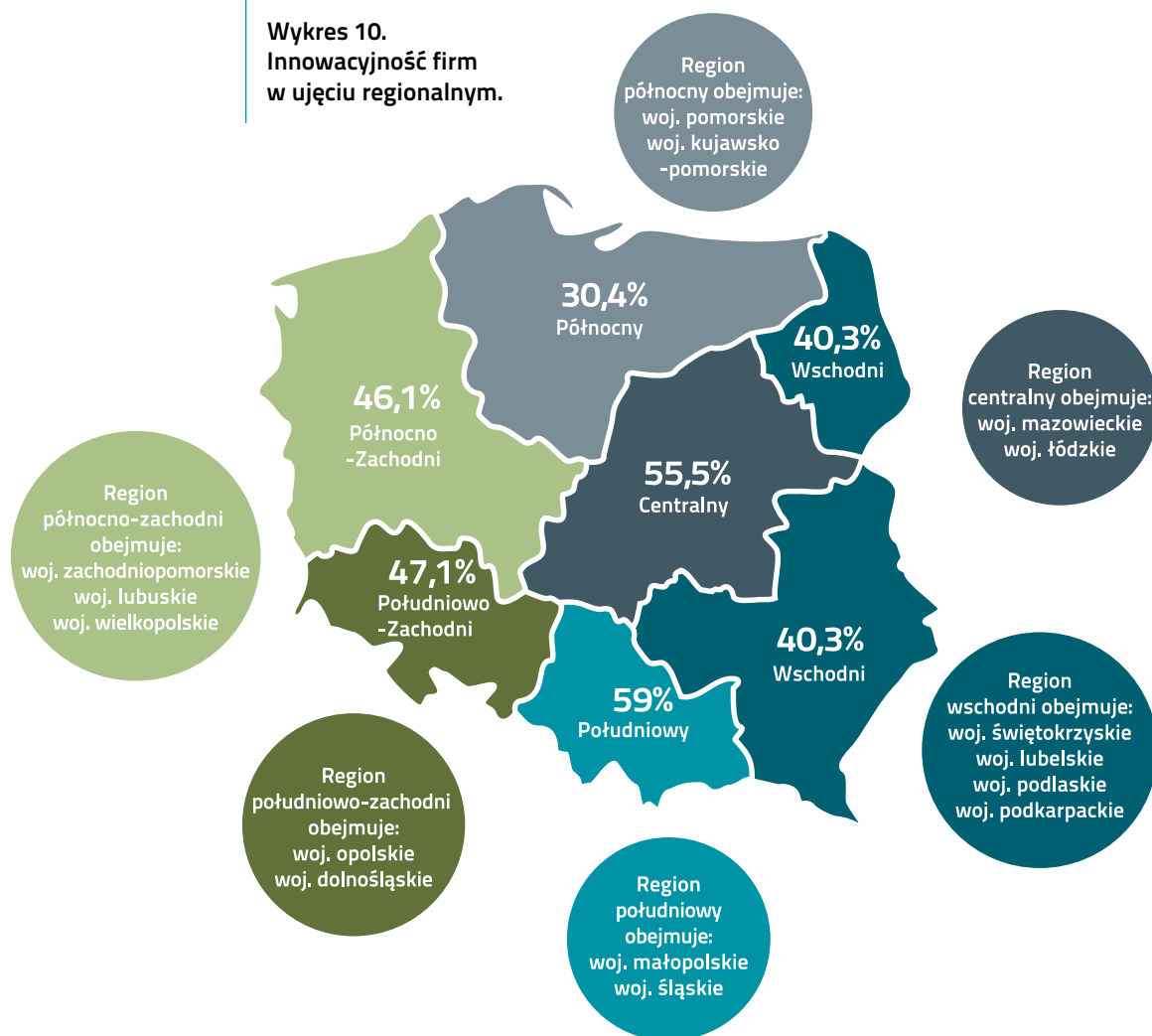


2.2 Innowacyjne południe kontra nieinnowacyjna północ

Za najbardziej innowacyjne uważają się firmy z regionu południowego – woj. małopolskiego i śląskiego. Tutaj tak się ocenia 59 proc. przedsiębiorców. Sytuowanie siebie wśród liderów o tyle nie dziwi, że to właśnie w tych częściach kraju działają najsilniejsze uczelnie techniczne, tu jest najwięcej firm produkcyjnych, co może sprzyjać rozwojowi niekonwencjonalnych rozwiązań. Za innowacyjne uważa się również 55,5 proc. przedsiębiorców z regionu centralnego – woj. mazowieckiego i łódzkiego. Powody zapewne są te same co na południu. Za innowacyjne uważa się aż 69 proc. przedsiębiorstw produkcyjnych, co sprawia, że siłą rzeczy musiały wygrać te regiony, w których działalność ta jest najsilniej rozwinięta.

Natomiast najslabszą ocenę wystawiła sobie północ – woj. pomorskie i kujawsko-pomorskie, gdzie za innowacyjne uważa się jedynie 30,4 proc. firm. Wynik znowu nie zaskakuje, ponieważ na północy kraju duże znaczenie mają rolnictwo i przetwórstwo, a z kolei w tych branżach za innowacyjną uważa się jedynie co piąta firma.

Wykres 10.
Innowacyjność firm
w ujęciu regionalnym.



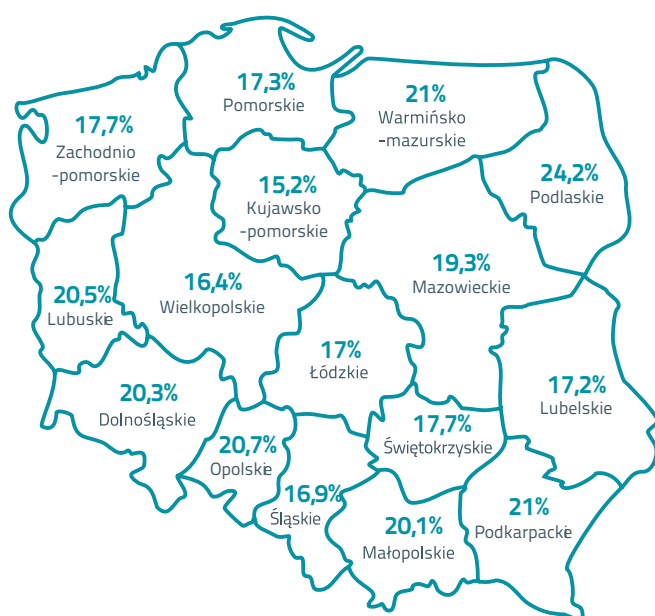
Nieco inny obraz wyłania się natomiast z raportu GUS „Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013”¹⁴. W badanym okresie najwięcej przedsiębiorstw

14) <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-społeczeństwo-informacyjne/nauka-i-technika/działalność-innowacyjna-przedsiębiorstw-w-latach-2011-2013,2,8.html>

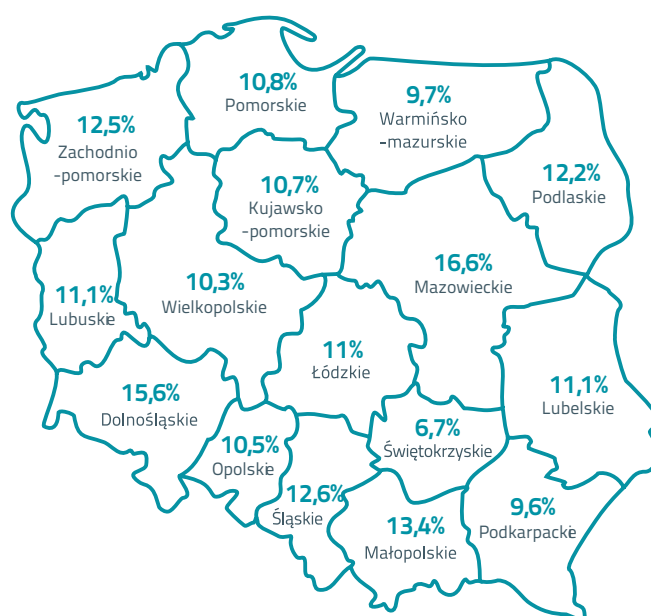
przemysłowych aktywnych innowacyjnie było w województwie podlaskim – ponad 24 proc. – oraz warmińsko-mazurskim i podkarpackim. W innowacyjnych usługach natomiast dominowały firmy z woj. mazowieckiego, dolnośląskiego i małopolskiego.

Jednak GUS, badając innowacyjność przedsiębiorstw, mierzy ją, korzystając z norm UE (o czym była mowa we wstępie) na grupie przedsiębiorstw zatrudniających od 10 do powyżej 250 osób. Wyniki nie są więc oparte na samoocenie przedsiębiorców i ich definicji innowacyjności.

Wykres 11.
Przedsiębiorstwa przemysłowe
aktywne innowacyjnie w latach
2011-2013 według województw.



Wykres 12.
Przedsiębiorstwa usługowe
aktywne innowacyjnie w latach
2011-2013 według województw.



Jak podaje GUS, w sekcji Przetwórstwo przemysłowe odsetek przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie rośnie wraz ze wzrostem poziomu zaawansowania techniki. Najwyższy odsetek przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie odnotowano w przedsiębiorstwach wysokiej techniki – 43,8 proc., najniższy zaś w przedsiębiorstwach zaliczanych do niskiej techniki – 13,0 proc.

Przedsiębiorstwa, zwłaszcza producenci sektora ICT¹⁵, wyróżniały się wysoką częstotliwością prowadzenia działalności innowacyjnej. Udział przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie w tym sektorze w ogólnej liczbie przedsiębiorstw tego sektora był dwukrotnie wyższy od wskaźnika dla przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych ogółem. Najwyższą jego wartość odnotowano w produkcji ICT, gdzie 42,3 proc. przedsiębiorstw było aktywnych innowacyjnie. W porównaniu z poprzednim okresem badawczym spadek odnotowano w przemyśle i w usługach ogółem – o 0,3 p.p. oraz w usługach – o 1,1 p.p. Największy wzrost wystąpił w produkcji ICT – o 9,2 p.p.

15) ICT – akronim od ang. information and communication technologies; teleinformatyka, szeroki zakres wszystkich technologii umożliwiających przetwarzanie i przesyłanie informacji

Rozwój za SW

3.

Rozwój za swoje



Jak podaje GUS, nakłady finansowe poniesione na działalność innowacyjną w zakresie innowacji produktowych i procesowych obejmują:

- zakup wiedzy ze źródeł zewnętrznych w postaci patentów, wynalazków (rozwiązań) nieopatentowanych, projektów, wzorów użytkowych i przemysłowych, licencji, ujawnień know-how, znaków towarowych oraz usług technicznych związanych z wdrażaniem innowacji produktowych i procesowych
- zakup oprogramowania związany z wdrażaniem innowacji produktowych i procesowych
- zakup i montaż maszyn i urządzeń technicznych, zakup środków transportu, narzędzi, przyrządów, ruchomości, wyposażenia oraz nakłady na budowę, rozbudowę i modernizację budynków służących wdrażaniu innowacji produktowych i procesowych
- szkolenie personelu związane z działalnością innowacyjną, począwszy od etapu projektowania aż do fazy marketingu. Obejmują zarówno nakłady na nabycie zewnętrznych usług szkoleniowych, jak i nakłady na szkolenie wewnętrzne
- marketing dotyczący nowych lub istotnie ulepszonych produktów. Nakłady te obejmują wydatki na wstępne badania rynkowe, testy rynkowe oraz reklamę wprowadzanych na rynek nowych lub istotnie ulepszonych produktów
- prace badawcze i rozwojowe (B+R) związane z opracowywaniem nowych lub istotnie ulepszonych produktów (innowacji produktowych) i procesów (innowacji procesowych), wykonane przez własne zaplecze rozwojowe lub nabyte od innych jednostek
- pozostałe przygotowania do wprowadzania innowacji produktowych lub procesowych. Obejmują czynności niezaliczone do działalności B+R, takie jak studia wykonalności, testowanie i ocenę nowych lub znacząco ulepszonych produktów i procesów (z wyjątkiem testowania zaliczanego do prac B+R, np. testowania prototypów), standardowe opracowywanie i udoskonalanie oprogramowania, oprzyrządowanie, prace inżynieryjno-przygotowawcze

3.1 Finansowanie innowacji

W swoim badaniu „Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013” GUS podał¹⁶, że w 2013 r. nakłady poniesione na działalność innowacyjną w grupie przedsiębiorstw przemysłowych wyniosły 21,0 mld zł, tj. o 2,7 proc. mniej niż w 2012 r., natomiast w grupie przedsiębiorstw usługowych – 12,0 mld zł, czyli o 20,9 proc. mniej niż przed rokiem.

Opisując strukturę nakładów na działalność innowacyjną z uwzględnieniem liczby pracujących, trzeba zaznaczyć, że największe nakłady w przedsiębiorstwach zarówno przemysłowych, jak i usługowych poniosły jednostki liczące 250 i więcej zatrudnionych. Nakłady podmiotów w tej klasie wielkości stanowiły 68,6 proc. wszystkich nakładów poniesionych na innowacje przez przedsiębiorstwa przemysłowe (wobec 70,7 proc. w 2012 r.) oraz 69,9 proc. przez podmioty usługowe (wobec 73,8 proc. w 2012 r.).

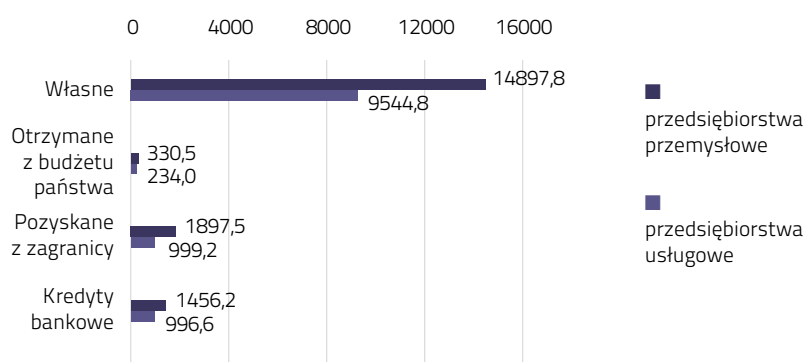
Nakłady na działalność innowacyjną można także analizować pod kątem źródeł finansowania. Są to następujące środki:

- własne
- otrzymane z budżetu państwa
- pozyskane z zagranicy (bezzwrotne)
- pochodzące z funduszy kapitału ryzyka
- kredyty bankowe i leasing
- pozostałe środki

Głównym źródłem finansowania przez przedsiębiorstwa badane przez GUS nakładów na działalność innowacyjną były środki własne przedsiębiorstw.

W 2013 r. stanowiły one 71,1 proc. wszystkich poniesionych na ten cel nakładów w przedsiębiorstwach przemysłowych (o 2,6 p.p. mniej niż przed rokiem) oraz 79,7 proc. w przedsiębiorstwach usługowych (o 10,1 p.p. więcej).

Wykres 13.
Nakłady na działalność innowacyjną według
wybranych źródeł finansowania w 2013 r. (w mln zł)

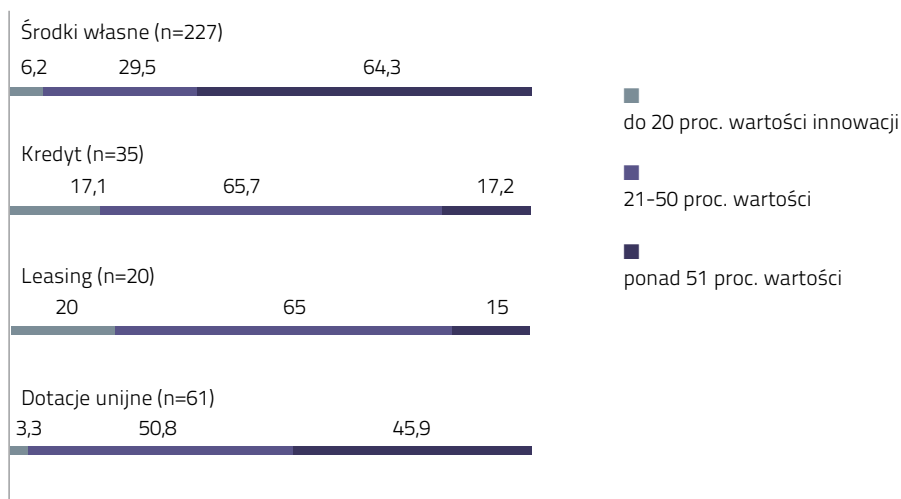


16) <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/nauka-i-technika/dzialalnosc-innowacyjna-przedsiębiorstw-w-latach-2011-2013,28.html>

GUS swym badaniem nie obejmuje mikrofirm – zatrudniających do 9 osób, za to obejmuje duże – zatrudniające powyżej 250 osób.

Z badania „Innowacje w MŚP. Pod lupą”, które obejmuje firmy od mikro- do średnich, wynika, że 94 proc. podmiotów angażuje w innowacje własne środki. Przy czym firmy, które skorzystały z tej formy finansowania, w 64,3 proc. wskazują, że ponad 51 proc. wartości wydatków pokryły swoimi zasobami. 29,5 proc. zaangażowało swoje środki w 21-50 proc. wartości inwestycji, a 6,2 proc. badanych do 20 proc. wartości wydatków pokryło ze środków własnych.

Wykres 14.
Jaki udział w całej wartości finansowanej innowacji miały poszczególne źródła?



Pomięto dotacje gminne – mała liczebność

Z powyższego wykresu wynika, że MŚP nie unikają także sięgania po środki zewnętrzne. Najbardziej popularne są dotacje unijne, z których skorzystała co czwarta badana firma. W przypadku dotacji unijnych 45,9 proc. podmiotów podaje, że pokryły one ponad 51 proc. wartości wszystkich wydatków na ten cel. Najczęściej sięgały po dotacje firmy średnie. Częściej wśród dotowanych firm znajdziemy eksporterów niż przedsiębiorstwa nieeksportujące.

Zarówno kredyt (14,5 proc.), jak i leasing (8,3 proc.) są istotnymi źródłami finansowania inwestycji o charakterze innowacyjnym. W obu tych źródłach ponad 65 proc. firm pokryło co najmniej 21 proc. wartości inwestycji o charakterze innowacji.

3.1.1 Okiem przedsiębiorcy

Krzysztof Kamiński, prezes Alnea Sp. z o.o.

Innowacje staramy się finansować przede wszystkim ze środków własnych, najmniejszym możliwym nakładem, pokrywając je z marży z projektów, które realizujemy. Dzieje się tak ze względu na wysokie ryzyko, że zostaniemy z inwestycjami i nie będziemy mieli zwrotu z zainwestowanych pieniędzy. Bo każdy kredyt czy leasing trzeba spłacać. Dzisiaj powoli zaczynają też być dostępne środki unijne. Do Narodowego Centrum Badań i Rozwoju złożyliśmy projekt na 8,5 miliona złotych. Jednym z wymogów tego projektu jest to, że trzeba wskazać koszty kwalifikowane, które będą refinansowane z pieniędzy unijnych. Tym kosztem kwalifikowanym nie może być zakup maszyny, tylko na przykład część kapitałowa rat leasingowych. Jeżeli więc chcemy kupić narzędzie czy urządzenie badawcze, musimy je sfinansować z leasingu, bo inaczej instytucja pośrednicząca nie uzna go jako kosztu kwalifikowanego.

Zresztą finansowanie działalności innowacyjnej leasingiem nie jest dla nas niczym nowym. Bardzo mocno opieramy ją na leasingu. Dzięki EFL SA mamy w tej chwili dwa takie projekty inwestycyjne.

Tomasz Matusiak, członek Zarządu Lightweight Technology SA

Przez finansowanie działalności innowacyjnej środkami zewnętrznymi rozumiem leasing. Powiedzmy 50/50. Ja od wielu lat wiedziałem, że będę chciał założyć firmę, więc sobie na ten cel zbierałem pieniądze. Oczywiście w branży, w której my pracujemy, wszystko kosztuje dziesiątki, setki tysięcy złotych. Dlatego w tej chwili mamy otwartą linię leasingową i zamierzamy inwestować w kolejne maszyny, finansując ich zakup leasingiem.

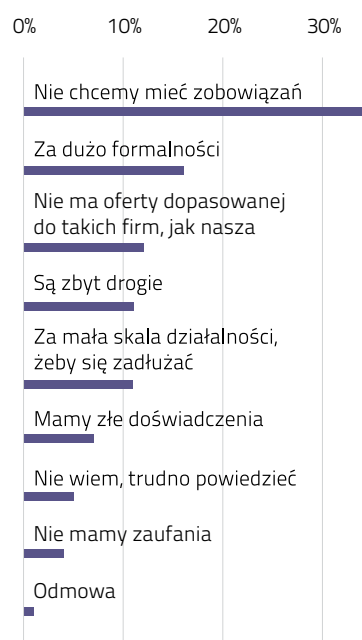
Leasing jednak nie rozwiązuje wszystkich problemów, ale jest najlepszym rozwiązaniem, jeżeli chodzi o finansowanie nowych inwestycji choćby z powodu rozliczeń – 100 proc. odsetek jest rozliczane, co jest bardzo opłacalne podatkowo. Tylko że tę wiedzę też trzeba mieć. Są firmy, które jej nie mają i w 100 proc. finansują inwestycje ze swoich własnych zasobów; albo inne, które na rozpoczęcie działalności biorą kredyt na zasadzie albo się uda, albo się nie uda.

Jarosław Kępa, prezes CIMAT Sp. z o.o.

Kiedyś rozwój działalności innowacyjnej finansowaliśmy wyłącznie ze środków własnych. Natomiast od paru lat korzystamy z projektów unijnych. Wnioski były napisane przez firmę zewnętrzną, z którą współpracujemy. Niektóre projekty były „bronione” w Warszawie. I dostaliśmy finansowanie.

Inwestycje innowacyjne finansujemy również z kredytu bankowego. Natomiast z leasingu na ten cel do tej pory nie korzystaliśmy, choć w ten sposób nabywamy np. środki transportu czy maszyny. Dlaczego nie rozwiązania innowacyjne? Ano chyba dlatego, że firmy doradcze zaleciły nam kredyt.

Wykres 15.
Jakie są motywy wyboru własnych środków podczas zakupu środków trwałych?



Wykres 16.
Jaki charakter mają prowadzone inwestycje w środki trwałe?



FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI

O ile dotacje unijne są najpopularniejszym źródłem finansowania działalności innowacyjnej (co, jak wspominaliśmy, może mieć związek z polityką rządu, który znaczną pulę przyznanych nam środków przeznaczał i przeznacza na te właśnie inwestycje), to już w przypadku finansowania działalności ogółem popularność funduszy UE spada na czwartą pozycję. Firmy, co naturalne, swoje bezpieczeństwo i rozwój budują przede wszystkim na środkach własnych, wypracowanych zyskach. Tak deklaruje 92 proc. badanych przez Keralla Research dla EFL SA. Jednak i w tym przypadku wykorzystywane jest wsparcie zewnętrzne. Najpopularniejsze są kredyty bankowe – korzysta z nich 44 proc. badanych. Na drugim miejscu jest leasing – na tę formę finansowania wskazuje co piąty przedsiębiorca.

Jeśli zaś spojrzymy już tylko na finansowanie inwestycji w środki trwałe – aktywa i majątek firm – to nieco ponad 45 proc. angażuje w nie, oprócz własnych pieniędzy, również kapitał z zewnątrz. Przede wszystkim są to kredyty, drugie miejsce przypada leasingowi, który najchętniej wybierają firmy transportowe i handlowe.

Ponad 46 proc. przedsiębiorców aktywa i majątek finansuje wyłącznie z zysku, lokat i innych oszczędności. Zaangażowanie wyłącznie własnych środków najczęściej deklarują mikrofirmy.

Firmy, w których jest większe przekonanie do inwestycji w środki trwałe z własnych zasobów niż zewnętrznych, argumentują to przede wszystkim tym, że nie chcą mieć zobowiązań. Taką postawę prezentuje 33,6 proc. badanych. Drugim argumentem jest dysponowanie wystarczającymi środkami własnymi, które dają poczucie, że nie ma potrzeby sięgania po zewnętrzne finansowanie.

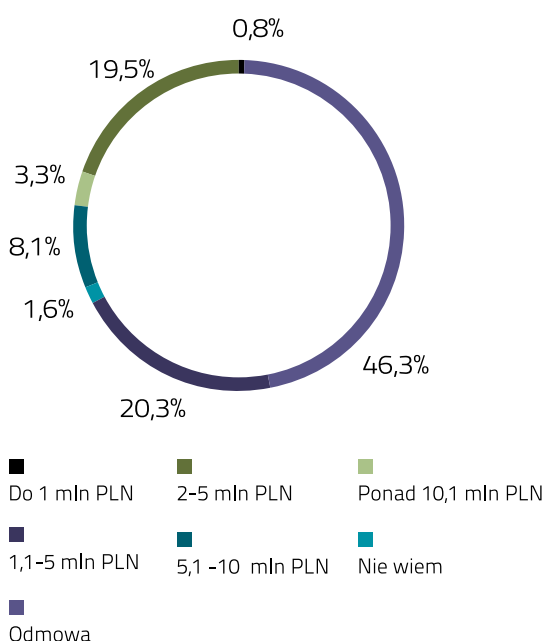
Niemal 44 proc. badanych twierdzi, że inwestycje w środki trwałe nastawione są na rozwój w długoterminowej perspektywie. Kolejne 21,3 proc. badanych podkreśla, że mają one za zadanie wspierać i bieżącą działalność, i rozwój w dłuższej perspektywie.

Raczej z myślą o działalności bieżącej czyni się inwestycje w aktywa w 23,4 proc. badanych firm. Zadziwiający jest jednak w tym przypadku 9-proc. odsetek przedsiębiorców nieznających przyczyn, dla których dokonują tych inwestycji.

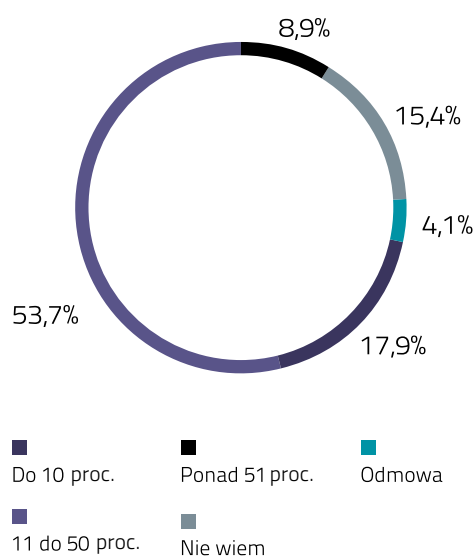
3.2 Wykorzystanie dotacji

Blisko jedna czwarta firm, które wzięły udział w badaniu Keralla Research dla EFL SA, deklaruje, że zamierza skorzystać ze środków UE w kolejnym roku. Aż 91 proc. z nich twierdzi, że za te pieniądze dokona inwestycji o charakterze innowacyjnym. Największa grupa – 46 proc. – planuje niewielkie przedsięwzięcia – do 1 mln zł. Szacowany udział środków własnych w finansowaniu tych inwestycji jest poniżej 54 proc.

Wykres 17.
Szacowana wartość dotowanej inwestycji



Wykres 18.
Szacowany udział własnych środków (wartościowo)

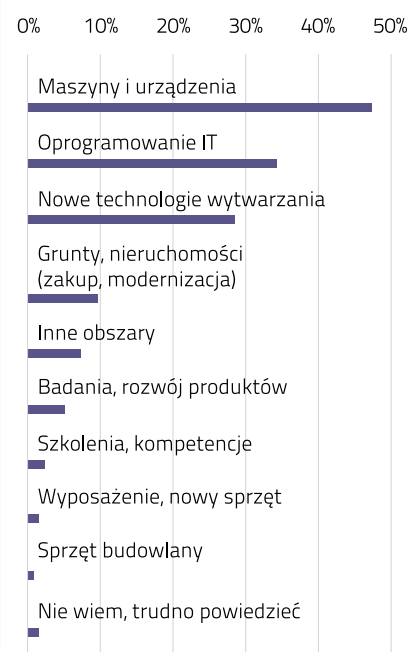


Dotacje najczęściej będą inwestowane w maszyny i urządzenia – tak twierdzi 48 proc. ankietowanych. Dalej w kolejności jest oprogramowanie IT oraz nowe technologie wytwarzania. Na prace B+R zamierza ponieść nakłady jedynie 4,1 proc. badanych. Oznacza to, że pewna grupa może się srodze rozczarować, bo jak zaznaczono we wstępie, rząd zamierza przeznaczać środki bezzwrotne głównie na prace B+R, a nie na proste zakupy maszyn i urządzeń do produkcji.

O ile przedsiębiorcy są w stanie dosyć precyzyjnie określić, jakich sum im potrzeba i ile są w stanie do tego samodzielnie dołożyć, to już kompletnie gubią się w programach, z których mogą skorzystać. 87 proc. firm z grupy, która zamierza skorzystać z dotacji, nie wie, z jakiego programu może uzyskać wsparcie, a 13 proc. wie to na poziomie dosyć ogólnym. Najczęstsze odpowiedzi to: programy na innowacyjność, wspierania mikroprzedsiębiorstw, na ochronę środowiska itp., choć są i tacy, którzy jasno wiedzą, że ich celem jest szybka ścieżka w Horyzoncie 2020.

Dlatego bez wątpienia instytucje dzielące środki z UE, które także dostały zadanie wprowadzenia polskich MŚP na drogę innowacyjności, czeka ogromna praca edukacyjna.

Wykres 19.
W co firmy zamierzają inwestować przy wsparciu środków unijnych?



N=123 (24 proc. planujących skorzystanie ze środków unijnych)



planowanie
finansowanie
realizacja
strategia
sukces rynkowy
nieprzy
niedo
niedostatek
biur
niekon

4.

**Szanse i bariery
innowacyjności**

gotowanie

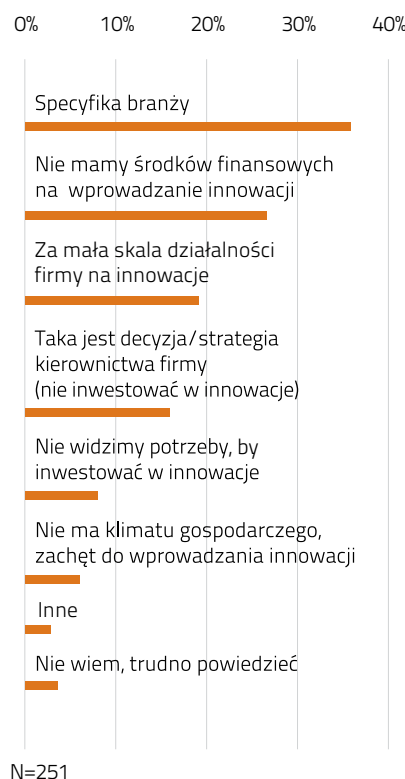
inwestowanie

informacji

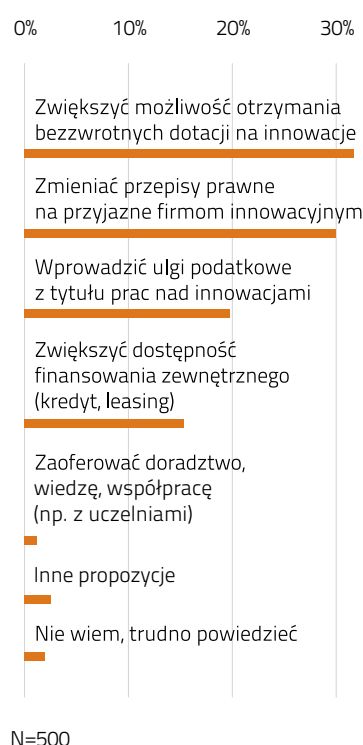
okracja

mpetencja

Wykres 20.
Dlaczego firmy nie inwestują w obszar podnoszące innowacyjność?



Wykres 21.
Co należałoby zrobić, aby więcej firm MŚP inwestowało w innowacje?



Jak wynika z badania Keralla Research dla EFL, nieco ponad 50 proc. firm w ciągu ostatnich trzech lat nie dokonało inwestycji, które miałyby charakter innowacyjny. W tym gronie blisko 36 proc. tłumaczy to specyfiką swojej działalności. Najczęściej takiej potrzeby nie widzą reprezentanci handlu i transportu oraz przetwórstwa i rolnictwa.

Kolejną przyczyną, na którą wskazuje prawie 27 proc. ankietowanych, jest brak środków finansowych na prowadzenie działań proinnowacyjnych – i tu przedsiębiorcy podkreślają, że do rozpoczęcia tego typu aktywności niezbędne jest przede wszystkim posiadanie własnych nadwyżek finansowych. Jeśli firma ich nie generuje, wystąpienie o dotację czy kredyt jest praktycznie niemożliwe – twierdzą przedsiębiorcy, co wpływa oczywiście negatywnie na skłonność do inwestowania w innowacje.

Tu przedsiębiorcy doszli do sedna problemu. Firma, której wniosek o dofinansowanie zostanie zaakceptowany, musi mieć wkład własny, bo zwykle dotacje finansują tylko część przedsięwzięcia. Do tego inwestycję finansuje samodzielnie, by po zakończeniu kolejnych jej części otrzymać zwrot. W tym celu może albo uruchomić środki własne, albo posiłkować się kredytem bankowym. Tyle że banki udzielają takiego finansowania pomostowego, oceniając zdolność kredytową wnioskodawcy oraz cel przyznania środków na normalnych warunkach rynkowych. Biorą bowiem pod uwagę, że jeśli firma dokona inwestycji niezgodnie ze złożonym wnioskiem albo zmienią się warunki i jej nie skończy, to nie otrzyma dotacji albo będzie musiała ją zwrócić. Wówczas będzie zmuszona spłacić kredyt ze środków własnych. Do tego musimy wziąć pod uwagę, że teraz pomoc bezzwrotna z programów krajowych ma być przeznaczana głównie na B+R, a na wdrożenia – przede wszystkim zwrotna. Stąd przedsiębiorcy mogą mieć jeszcze większy problem. Niezbędne jest przynajmniej stworzenie systemu gwarancji, które pozwoliłyby bankom na obniżenie kosztów kredytów dla firm.

Jednak zwiększenie dostępności finansowania zewnętrznego inwestycji współfinansowanych z UE, nad czym trwają prace, jest dopiero na czwartym miejscu wśród zachęt, które pomogłyby przedsiębiorcom zwiększyć innowacyjność. Jako fundamentalny czynnik uznali oni zwiększenie szans otrzymania bezzwrotnych dotacji (32,3 proc.). Drugim najważniejszym wskazaniem – po bezzwrotnych dotacjach – był postulat zmian przepisów prawnych w takim kierunku, aby stały się bardziej przyjazne firmom prowadzącym aktywność innowacyjną (30,1 proc.).

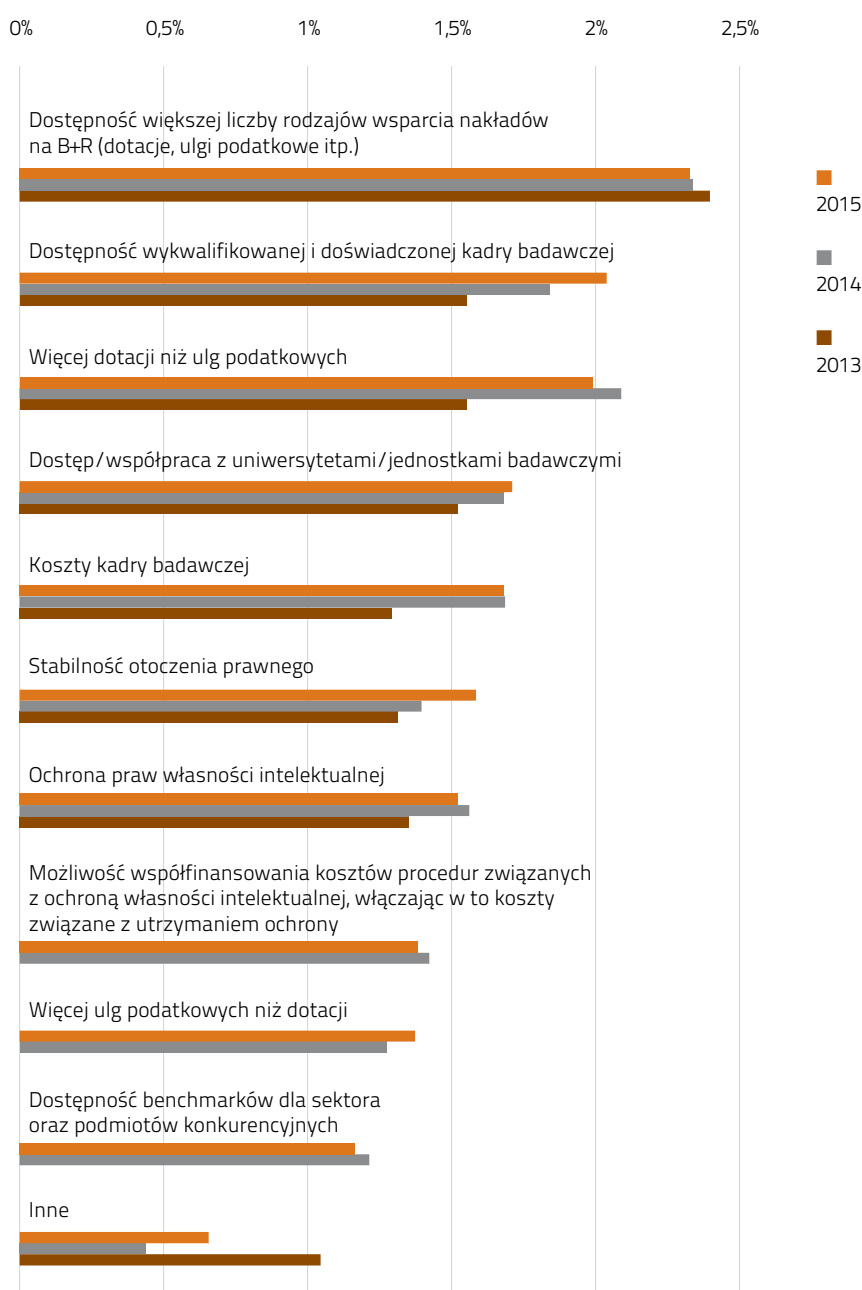
Co piąty badany oczekiwałby ulg podatkowych z tytułu prac nad innowacjami, co wskazuje, że przedsiębiorcy są raczej ukierunkowani na poprawę ogólnego klimatu i warunków prawnych dla firm decydujących się na inwestowanie w innowacje – niż na korzyści podatkowe, które wynikałyby z takiej aktywności.

4.1 Perspektywy B+R

Z kolei z tegorocznego raportu Deloitte „Badania i rozwój w przedsiębiorstwach”¹⁷, który, jak wskazuje nazwa, koncentruje się na działalności B+R, wynika, że czynnikiem zewnętrznym o największym wpływie na poziom wydatków B+R w polskich firmach jest dostępność większej liczby rodzajów wsparcia – oceniono go średnio na 2,3 pkt. na 3 możliwe. Ma on szczególne znaczenie dla mikro- i małych przedsiębiorstw, wśród których ponad 80 proc. przyznało temu czynnikowi maksymalną liczbę punktów.

Wykres 22.

W jakim stopniu niżej podane czynniki zewnętrzne wpłyną na zwiększenie wydatków na działalność B+R w ciągu następnych 1-2 lat?



17) http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_Badania_i_rozwoj_w_Polsce_2015.pdf

– Wynik ten potwierdza potrzebę wprowadzenia nowej ulgi podatkowej na działalność B+R – mówi Magdalena Burnat-Mikosz, partner w Deloitte. Podkreśla, że utrzymujący się istotny wpływ zachęt na poziom wydatków B+R oznacza, iż działalność prowadzona przez firmy w tym zakresie stymulowana jest w większości przypadków możliwością uzyskania wsparcia na prowadzenie prac B+R, nie zaś zidentyfikowaną potrzebą prowadzenia takich działań. Utrzymujące się uzależnienie działalności badawczo-rozwojowej od dostępności zachęt jest dla rządu wyzwaniem z uwagi na konieczność stałego pobudzania aktywności przedsiębiorstw.

– Analiza wyników badania powinna przyczynić się do przyspieszenia prac nad wprowadzeniem ulgi podatkowej dotyczącej działalności B+R, stanowiącej atrakcyjną alternatywę wobec dotacji, których dostępność w przyszłości będzie się zmniejszać. Jednocześnie powinien to być bodziec wpływający na wzrost świadomości firm w zakresie potrzeby ciągłego doskonalenia ich przedsięwzięć oraz sprzyjający tworzeniu warunków odpowiednich do prowadzenia takiej działalności w Polsce – czytamy w raporcie „Badania i rozwój w przedsiębiorstwach. Raport 2015”¹⁸.

Wyniki tegorocznego badania Deloitte dowodzą również ciągłego wzrostu znaczenia innych czynników zewnętrznych, do których należą:

- dostępność wykwalifikowanej i doświadczonej kadry badawczej (z 1,56 w 2013 r. do 2,05 w 2015 r.)
- więcej dotacji niż ulg podatkowych (z 1,56 w 2013 r. do 2 w 2015 r.),
- dostęp do uniwersytetów i jednostek badawczych i współpraca z nimi (z 1,53 w 2013 r. do 1,72 w 2015 r.).

Czynnikiem o najmniejszym znaczeniu pozostaje dostępność benchmarków dla sektora oraz podmiotów konkurencyjnych w odniesieniu do sposobów prowadzenia działalności B+R – ze średnią punktacją 1,17 – przy widełkach od 0 do 2,5. Wartość czynnika dostępność wykwalifikowanej i doświadczonej kadry badawczej dla poprzedniego badania stanowi średnią z dwóch kategorii: dostępność doświadczonej kadry badawczej i dostępność wykwalifikowanej kadry.

Eksperti Deloitte uważają, że w polskich firmach brakuje długoterminowego planowania działań związanych z badaniami, rozwojem i innowacjami, co potwierdzają odpowiedzi udzielone na pytanie o zarządzanie polityką B+R+I. 64 proc. respondentów wskazało, że firma nie wdrożyła żadnej polityki w tym zakresie. Firmy dysponujące strategią B+R+I najczęściej powołują dyrektora ds. innowacji (CIO), który odpowiada za tę dziedzinę działalności, a jego rolą jest wypracowanie przewagi poprzez angażowanie zasobów zewnętrznych do poszukiwania rozwiązań dotyczących konkretnych wyzwań i możliwości.

Ponad 42 proc. respondentów twierdzi, że nie ma pewności w kwestii podejścia organów podatkowych do kosztów B+R, wobec czego uznaje korzystanie z ulg podatkowych za ryzykowne. Odsetek ten systematycznie wzrasta: w 2013 r. pogląd ten wyrażało 29,3 proc. firm, w 2014 r. zaś już 33,3 proc. Obecnie ma on szczególne

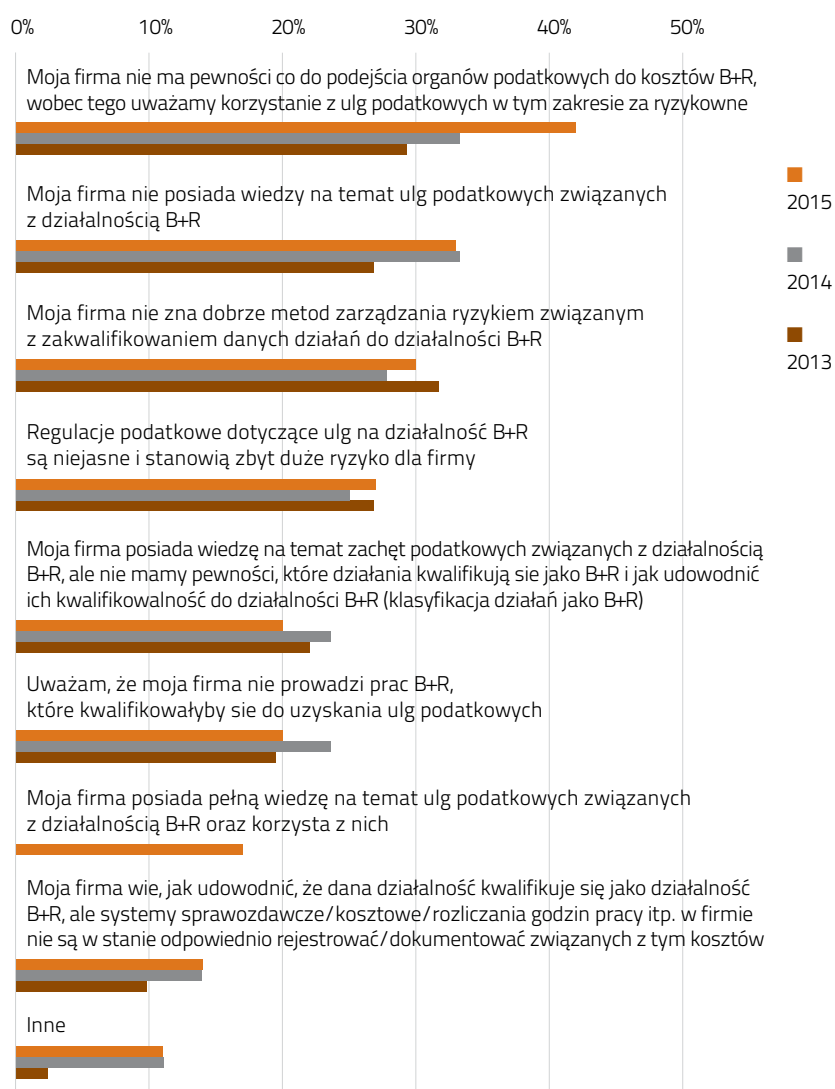
18) http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_Badania_i_rozwoj_w_Polsce_2015.pdf

znaczenie w przypadku mikroprzedsiębiorstw i firm zatrudniających ponad 500 osób, wśród których odsetek wskazań wynosi odpowiednio 86 proc. i 60 proc.

Jak wyjaśniają eksperci Deloitte, odpowiedzi te mogą być ilustracją złożoności polskiego systemu podatkowego i jego oddziaływania na innowacyjność w przedsiębiorstwach. Niepewność co do podejścia organów skarbowych do kosztów B+R to odpowiedź najczęściej udzielana w całym regionie, jednak tak wysoki odsetek respondentów jak w Polsce odnotowano tylko na Litwie i w Rumunii, podczas gdy średnia dla Europy Środkowej wynosi 26 proc.

Wyniki badania korespondują z wnioskami opisanymi w raporcie OECD „Going for Growth”, gdzie podkreślono nadmierną ingerencję polskiej administracji w działalność firm. Rekomendacje autorów raportu obejmują redukcję biurokracji, obciążeń i kosztów administracyjnych nie tylko w odniesieniu do działalności o charakterze innowacyjnym, ale również do gospodarki jako całości.

Wykres 23.
Które z poniższych twierdzeń dotyczących ulg podatkowych
związanych z działalnością B+R odnoszą się do Państwa firmy?



4.1.1 Okiem przedsiębiorcy

Jarosław Kępa,
prezes CIMAT Sp. z o.o.

Gdyby zachęt podatkowych było więcej, to więcej firm decydowałoby się na wprowadzanie innowacji. W przedsiębiorstwach zawsze pieniądź jest czynnikiem decydującym. Wiadomo, że my nie jesteśmy fundacjami, jesteśmy firmami produkującymi, które muszą generować zysk, później dzielony na dywidendę – i tak dalej. Z tego jesteśmy rozliczani. Prowadzenie działu rozwojowego również wiąże się z tym, że ma on w przyszłości pracować na ten zys. Jeżeli jest jakakolwiek forma pomocy, czy to dotacji unijnych, czy zwolnień podatkowych, na pewno działa motywująco na zarządy. Bo dzięki nim łatwiej decydują się na budowanie działu B+R, tworzenie innowacji, nawet jeżeli tych środków nie jest na tyle dużo, żeby spokojnie zainwestować w 100 proc. w taki dział badawczo-rozwojowy.

Zwolnienie podatkowe działa w dwie strony i obie strony na tym korzystają. Jeżeli przedsiębiorstwo zostanie zwolnione z podatku, bo prowadzi działalność innowacyjną, a w przyszłości wprowadzi nowe rozwiązanie i będzie je sprzedawać, to zacznie generować większy zysk, co znajdzie odzwierciedlenie w kwocie podatków dla państwa.

Tomasz Bednarski,
prezes Unicard SA

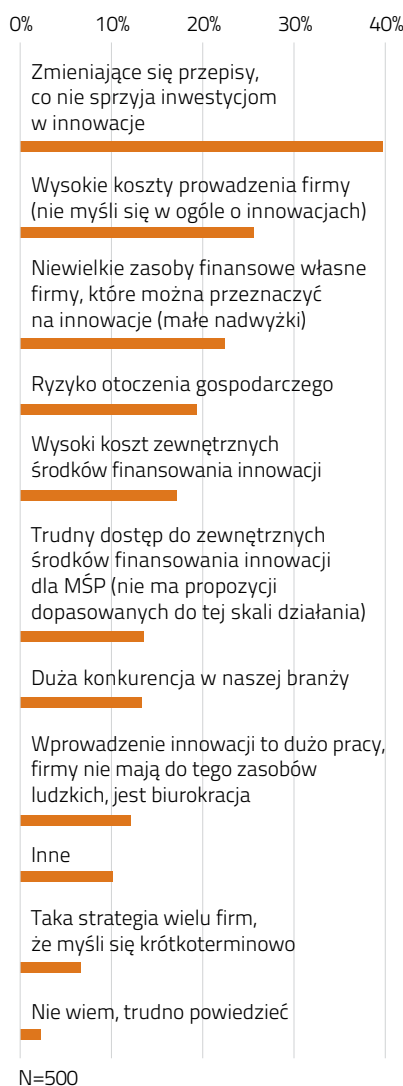
Chyba raczej jestem zwolennikiem podejścia, że podatki ważniejsze są w normalnym biznesie, bo dobre podatki powodują, że dobrze funkcjonujący organizm firmy jest w stanie wygospodarować środki, które może przeznaczyć na innowacje. Natomiast same ulgi podatkowe związane z innowacyjnością tworzą zagrożenie niejasnych reguł i nadużyć. Programy unijne pokazywały, że choć niektóre projekty faktycznie były związane z innowacyjnością, bardzo często także ta innowacyjność była mocno naciągana wyłącznie po to, by przedsiębiorca otrzymał dotacje. Jeżeli będzie normalny, zdrowy system podatkowy, to innowacyjność jest naturalną perspektywą dla każdej firmy, która chce się rozwijać. I na to pieniądze będą tak czy inaczej. Nie mam takiego mocnego przekonania, że są potrzebne jakieś ulgi podatkowe z tym związane. Raczej nie tędy droga.

4.2 Z perspektywy innowacji

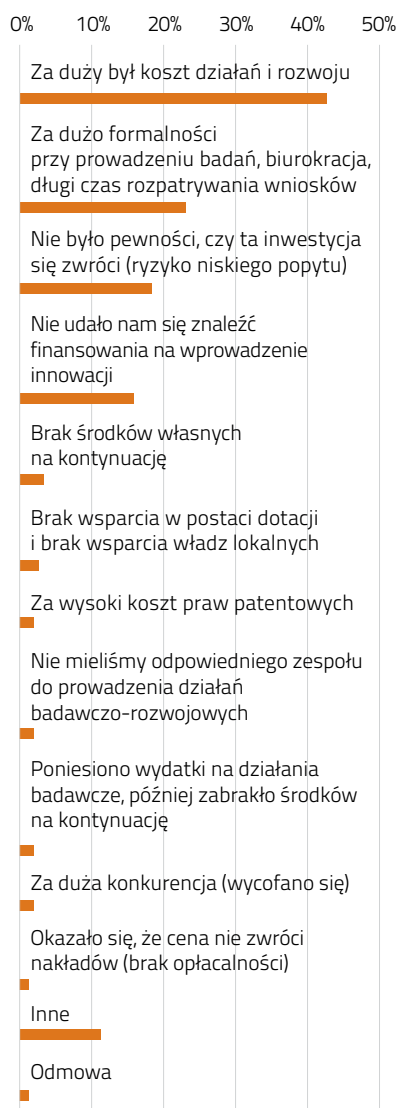
Z badania „Innowacyjność w MŚP. Pod lupą” wynika, że do czynników najbardziej hamujących wdrażanie innowacji w firmach należą zmieniające się przepisy. Tak uważa ponad 39 proc. badanych. Na kolejnych miejscach znalazły się wysokie koszty prowadzenia firmy i niewielkie zasoby własne, które można przeznaczyć na tę działalność.

Blisko co trzeci przedsiębiorca przyznaje, że firma podejmowała w przeszłości wysiłek na rzecz wprowadzenia innowacji, ale skończyło się to rezygnacją. Najczęściej argumentem za wycofaniem się był duży koszt prowadzonych działań (43 proc.). Generalnie aspekt finansowania wskazało jako ważny powód rezygnacji 68,8 proc. badanych (suma odpowiedzi, w których występuje motyw braku finansowania). Istotnie częściej rezygnacja dotyczyła producentów oraz firm ulokowanych w regionie południowym oraz wschodnim.

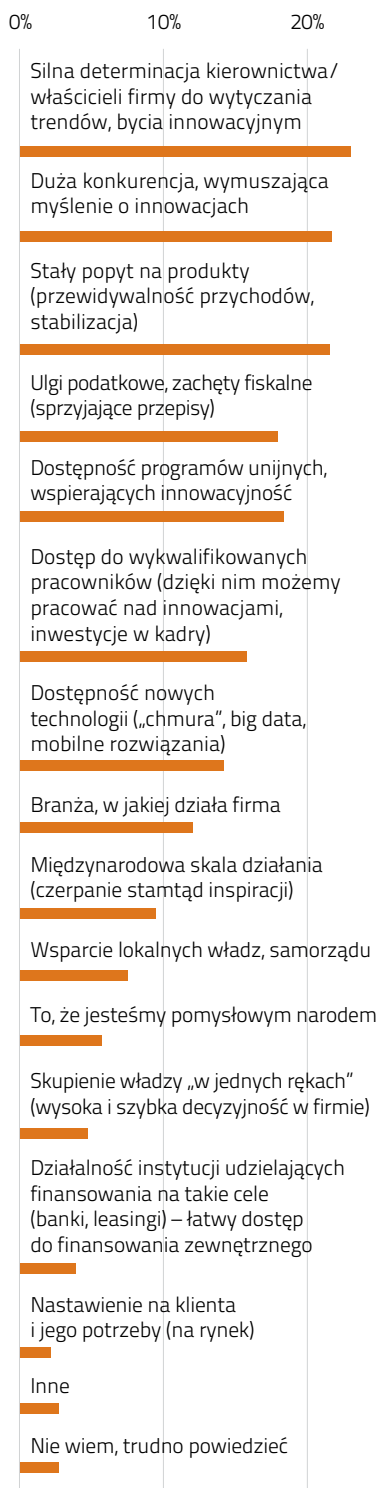
Wykres 24.
Co najbardziej hamuje wdrażanie innowacji w firmie?



Wykres 25.
Z jakiego powodu zrezygnowano z kontynuowania prac nad innowacją?



Wykres 26.
Co najbardziej pomaga
w byciu innowacyjną firmą?



N=500

Jeśli natomiast firma chce być innowacyjna, musi mieć zdeterminowanych właścicieli, którzy ją do tego poprowadzą – tak uważa 23 proc. respondentów. Na kolejnych miejscach pod względem stymulacji innowacyjności znalazła się duża konkurencja oraz słaby popyt na produkty.



4.3 Dostęp do wiedzy

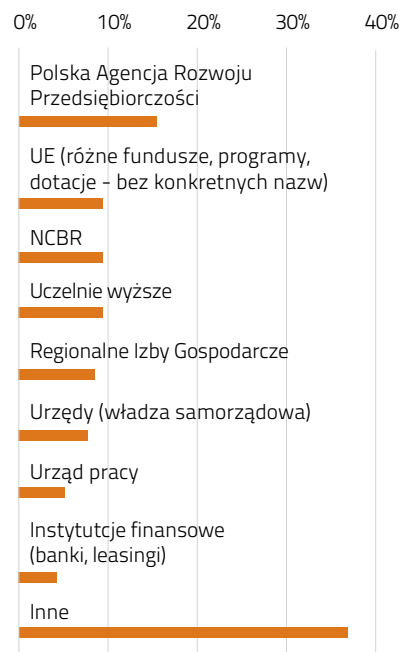
Badanie Keralla Research dla EFL SA pokazuje, że 47 proc. firm w Polsce szuka informacji na temat innowacyjności. Równocześnie niemal co druga nie angażuje się w zdobywanie informacji na temat nowych rozwiązań. Badani podkreślają, że podyktowane jest to specyfiką ich branży – wskazuje na to 32,6 proc. respondentów – która w ich ocenie „nie bardzo nadaje się” do wdrażania innowacji. Opinie te wyrażają głównie reprezentanci branż: transportowej, hotelarsko-gastronomicznej i handlowej, co ich istotnie różni od producentów. Na decyzję kierownictwa, czyli po prostu strategię, która nie zakłada angażowania się w aktywność proinnowacyjną, wskazuje 23,5 proc. badanych. Na małą skalę działania powołuje się 16,7 proc. firm, natomiast 10,6 proc. podmiotów argumentuje, że i tak nie dysponują środkami finansowymi na innowacje, więc informacje tego typu są im zbędne.

Ten brak zainteresowania unowocześnianiem działalności może wynikać stąd, że przedsiębiorcy nie wiedzą, gdzie szukać informacji, organizacji wspierających innowacyjność. Jedynie 23 proc. badanych twierdzi, że zna instytucje wspierające innowacyjność. Z tej grupy 15,5 proc. wskazuje na Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, 9,5 proc. na Narodowe Centrum Badań i Rozwoju. Najczęściej jednak badani nie podawali konkretnych instytucji, tylko wskazywali ogólnie np. uczelnie wyższe, fundusze unijne, regionalne izby gospodarcze czy urzędy pracy. Ponad 37 proc. firm wskazywało na instytucje, które działają lokalnie lub po prostu wspierają działalność innowacyjną, jak np. inkubatory przedsiębiorczości, centra transferu technologii czy „anioły biznesu”.

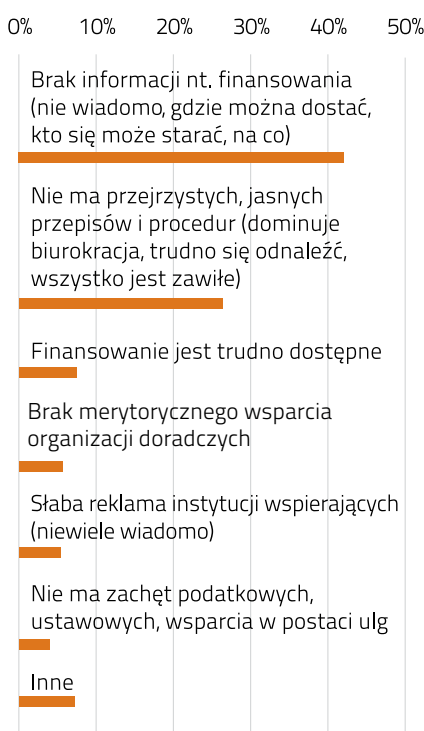
Ponadto spośród 23 proc. firm, które mniej więcej orientują się, jakie instytucje wspierają innowacyjność, tylko nieco ponad połowa współpracuje z nimi. Z grona zorientowanych ok. 24 proc. jest zdania, że wsparcie jest wystarczające, 55 proc. ma natomiast zastrzeżenia.

W ocenie większości tych badanych, którzy widzą niedopasowanie instytucji zewnętrznych do oczekiwań firm, pojawia się główny zarzut dotyczący braku informacji (lub też informacji słabo komunikowanej) na temat możliwości finansowania innowacji. Główne zarzuty: nie wiadomo, gdzie można określić dofinansowanie otrzymać, kto może się o nie starać, na co może być przeznaczone. Towarzyszy temu przekonanie firm, że procedury starania się o zewnętrzne środki finansowania są zawiłe, nieprzejrzyste. Dominuje biurokracja powodująca, że bardzo trudno odnaleźć się w tym zawiłym systemie. Więcej informacji, mniej biurokracji – postulują przedsiębiorcy.

Wykres 27.
Wskazywane instytucje wspierające innowacyjność



Wykres 28.
Jakiego rodzaju wsparcia brakuje najbardziej?



N=275 (firmy, które wskazały, że wsparcie jest niewystarczające)

4.3.1 Okiem przedsiębiorcy

Tomasz Bednarski, prezes Unicard SA

Nowe programy unijne są bardzo mocno nastawione na duże projekty. Nie ma miejsca dla tych małych i średnich, raczej jest to system dla dużych, ewentualnie tych największych ze średnich. W przypadku Małopolski jeżeli się nie stworzy projektu na poziomie kilku milionów złotych, nie ma szans na dotacje. To jest dla mnie zagrożenie, bo najbliższe kilka lat, które mamy w tym programie dotacyjnym, może być ciężkim okresem dla firm, które chciałyby wejść w innowacje.

Powinno być więcej wsparcia na projekty o niewielkiej wartości – kilka tysięcy, czasami 200–300 tys. zł całkowicie wystarczy, żeby stworzyć produkt innowacyjny. Tyle wystarczy, by szereg naprawdę ciekawych pomysłów wprowadzić w życie. Zresztą wszystkie start-upy, które pojawiają się w Krakowie, mają najczęściej budżet rzędu 200–300 tys. zł, czyli powiedzmy 100 tysięcy dolarów wystarczy, żeby dużo zrobić. Dzisiaj takie projekty kompletnie nie są wpisane w strategię dotacji unijnych. Jeśli minimalna kwota dotacji wynosi 2 miliony złotych, a w przypadku Małopolski dofinansowanie może wynieść 35 proc. inwestycji, to przedsiębiorca musi zaplanować innowacyjną inwestycję na poziomie 6–7 mln zł, by otrzymać wsparcie. Dla firm takich jak Unicard to jest zdecydowanie za dużo. My wydajemy kilkaset tysięcy rocznie na innowacje, ale nie 6–7 milionów. Nie jesteśmy w stanie i raczej nigdy nie będziemy, przynajmniej nieprędko. W przypadku Warszawy czy Śląska jest jeszcze gorzej, bo kwota dotacji to też 2 mln zł, natomiast procent dotacji jest niższy, więc trzeba mieć jeszcze większy projekt, żeby dostać dofinansowanie.

Tomasz Matusiak, członek Zarządu Lightweight Technology SA

Założyłem najbardziej transparentną spółkę, jaka może być – spółkę akcyjną. Wszystko jest prześwietlone, wszystko na papierze, wszystko wszędzie jest podane. A bank traktuje mnie jak złodzieja, bo przede mną byli ludzie, którzy ukradli pieniądze. Problem polega na tym, że banki nie chcą pomagać nowym firmom. Wszyscy mają to w reklamie: przyjdź do nas, my ci pomożemy. Na tym się kończy. Człowiek przychodzi – i odbija się od ściany. Tak że ja przestałem chodzić do banków, bo to nie ma najmniejszego sensu. Bank chce mnie zaprosić do rozmowy, w momencie gdy będę milionerem? Wtedy mi pożyczą pieniądze? Ja już nie będę zainteresowany. Uważam, że wiele firm nie przetrwa na rynku, nawet z najlepszym pomysłem, bo w pewnym momencie skończą się im pieniądze.

I nie łudźmy się, że wsparciem dla młodych firm mogą być dotacje unijne. Tak naprawdę one są, ale tylko dla ludzi, którzy mają pieniądze. Pozyskują je ci, którzy mają lepszych prawników albo są w stanie lepiej obejść system. Ostatnio byłem w jednej firmie i rozmawiałem z prezesem, bo akurat chciałem zobaczyć maszyny wystawione na sprzedaż. I pytam tego prezesa: co robi ta maszyna? On nie wie. A ta? Nie wie. Tamta? Nie wie. On o produkcji nie wiedział nic. Ale jak wychodziłem, to człowiek, który był ze mną, mówi, że ten prezes jako jedyny dostał dotację rządu 75 proc. To ja bym chciał mieć takiego prezesa u siebie. On nic nie wie, ale umie organizować pieniądze. Albo był dobrym finansistą, albo miał bardzo dobre kontakty, które umożliwiały mu pozyskanie tych pieniędzy.

Jarosław Kępa,
prezes CIMAT Sp. z o.o.

Z dotacji unijnych korzystamy systematycznie. Wiadomo, że w projektach czasami kłopotem jest biurokracja. Nie chodzi mi o to, że trzeba przedstawić dokumenty, bo to jest dla nas logiczne, że jeżeli się dostaje za coś pieniądze, to trzeba to rozliczyć. Gorsze jest to, że na przykład we wniosku uwzględnione zostało jakieś specjalne urządzenie – i różniło się w nazwie jedną literką. Ktoś kiedyś popełnił błąd i jej nie wpisał, stąd wynikły niepotrzebne problemy i bezsensowne sytuacje.

Inną sprawą jest zrozumienie przez urzędników potrzeb przedsiębiorców. Mam jednego klienta z województwa warmińsko-mazurskiego z obszaru turbosprężarek, który chciał wprowadzić całą nową linię innowacyjną, z urządzeniami i tak dalej. Wnioskował o dotację i tej dotacji nie dostał. Dostał ją bowiem zakład fryzjerski. Urzędnikom łatwiej jest zrozumieć innowacyjny system suszenia włosów, ale już nie rozumieją na przykład, do czego służą skomplikowane urządzenia produkcyjne. Ja jestem w stanie pojąć, że ktoś, kto pracuje w urzędzie i zajmuje się dotacjami, nie musi się znać na wszystkim. Przecież mają możliwość wynajęcia doradców: informatyków, inżynierów mechaników, którzy mogliby im pomóc, ale najwyraźniej łatwiej jest po prostu dotacji nie przyznać.

W podziale funduszy unijnych niepokojąca jest także regionalizacja. Na przykład widzi się bardzo dużo projektów, których brakuje na północy, na przykład na południu, na Śląsku. W mojej branży dużo więcej miałbym sprzedanych maszyn na północy, gdyby były podobne projekty jak na południu. Chodzi głównie o innowacyjność w branży regeneracji turbosprężarek. Podaję konkretny przykład, ale wiem, że bardzo dużo firm na południu dostało dofinansowanie na taką działalność, natomiast na północy tego nie było. Nie było takiego programu. A powinny to być programy ogólnopolskie.

o ś ć

ie
asoby

zespół

cja

e

5.

**Podsumowanie –
wnioski, rekomendacje**

1.

Z badania „Innowacje w MŚP. Pod lupą” wynika, że większość przedsiębiorców ma przekonanie, że **inwestycje w innowacje to warunek długoterminowego utrzymania się firmy na rynku (84,4 proc.)**. Mimo to aspekt innowacji – obojętnie w jakim obszarze – uznano dopiero za czwarty element, na którym firmy budują swoją przewagę konkurencyjną na rynku (63,4 proc.). Większą rolę przypisano dbałości o jakość produktów, świadczonych usług (95,4 proc.), trosce o relacje z klientami (86,6 proc.) oraz z kontrahentami (85 proc.).

Oznacza to, że wszelkie instytucje – od pośredniczących w podziale środków z UE, przez firmy doradcze, placówki naukowe i instytucje finansowe – powinny znacząco zwiększyć wysiłki, by dostarczyć przedsiębiorcom wiedzy i praktycznych wskazówek dotyczących roli innowacji dla rozwoju ich firm.

2.

To, co czynni firmę innowacyjną – to przede wszystkim zespół i tworzący ją ludzie. Taki wniosek płynie z przeprowadzonych badań ilościowych, jak też z relacji klientów EFL SA, z którymi prowadzono wywiady pogłębione, w których klienci relacjonowali historie wprowadzania innowacji w ich przedsiębiorstwach. Pracownicy i nakłady na ich kwalifikacje zostały przez większość badanych uznane za determinantę innowacyjności (85,4 proc. – suma wskazań raczej tak i zdecydowanie tak). Tyle deklaracje. Nieco inny obraz wyłania się, jeśli wziąć pod uwagę bardziej twarde dane. Z tego samego raportu wynika, że 48 proc. firm uważa, że w ciągu ostatnich 3 lat ich inwestycja miała walor innowacyjny. Jednak

w tej grupie jedynie 5,4 proc. zainwestowało w szkolenia i podnoszenie kompetencji pracowników. Co więcej – choć co czwarty badany przedsiębiorca deklaruje, że w kolejnym roku wystąpi o dotację z UE, to ledwie 2,4 proc. z tej grupy mówi, że przeznaczy je na zwiększenie umiejętności swoich pracowników.

Jak twierdzą zgodnie eksperci, **wśród polskich przedsiębiorców panuje pewne rozdwojenie oczekiwań. Z jednej strony uważają, że wysoko wykwalifikowane kadry to największe aktywa firmy, z drugiej strony – obawiają się inwestycji w pracowników z obawy, że będą oni oczekiwali podwyżek lub przejmie ich konkurencja.**

3.

Aby osiągnąć **szeroko pojęty sukces rynkowy, niezbędne jest dbanie o jakość produktów, usług (59,8 proc.)**, elastyczność, szybkie dopasowanie do ewoluujących oczekiwań rynku (34,2 proc.) oraz nastawienie na satysfakcję klientów (30,2 proc.) – to kluczowe, zdaniem badanych, czynniki sukcesu rynkowego. Tylko co piąty badany uznał wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań do firmy za czynnik warunkujący osiągnięcie sukcesu (20,4 proc.), **co wskazuje, że prawdopodobnie definiowanie samego pojęcia „sukces rynkowy” bliższe jest stwierdzeniu, że sukcesem jest w ogóle prowadzić działalność i utrzymywać sprzedaż, niż posiadać strategię długoterminowego rozwoju**, którego utrzymaniu sprzyja proinnowacyjna kultura organizacyjna firmy.

4.

W tym kontekście nie powinien dziwić wynik wskazujący, że ponad połowa

przedsiębiorców zamierza skupić się w nadchodzących miesiącach na zwiększeniu skali sprzedaży – 53 proc., a 33 proc. mówi o koncentracji na tym, aby w ogóle przetrwać na rynku. Jedynie 2 proc. jako cel stawia sobie udoskonalenie produktów.

5.

Przedsiębiorcy prezentują natomiast sceptyczne postawy wobec dostępności wiedzy na temat możliwości poprawienia pozycji rynkowej wskutek skorzystania ze źródeł zewnętrznych w finansowaniu innowacji. Ponad 48 proc. badanych wskazuje, że w ogóle takich danych nie poszukuje, uzasadniając to specyfiką swojej branży. Obojętny stosunek prezentują tu głównie reprezentanci handlu, transportu oraz hotelarze i restauratorzy. Natomiast firmy, które nawet w niewielkim stopniu interesują się wiedzą dotyczącą innowacyjności (bądź interesowały się w przeszłości), podkreślają, że **brakuje przede wszystkim wsparcia w postaci informacji dotyczącej finansowania. Wśród wymienianych oczekiwań kierowanych pod adresem instytucji wspierających innowacyjność był to najczęściej wymieniany postulat (42,9 proc.).**

6.

Niemal połowa przedsiębiorców MŚP w ostatnich trzech latach poczyniła inwestycje, które miały – w ich mniemaniu – walor innowacyjności (48,2 proc.). Najczęściej inwestowano w różnego typu oprogramowanie, co przełożyło się finalnie na możliwość dostarczenia istotnie lepszych produktów czy też usprawniło procesy w firmach (39 proc.). Wymieniano tu specjalistyczne programy wykorzystywane w produkcji (automaty-

ka przemysłowa), ale również narzędzia do projektowania, oprogramowania zarządcze, programy usprawniające przepływ dokumentów, platformy komunikacji z klientami lub kontrahentami, aż do prostych rozwiązań, które jednak do wielu przedsiębiorstw wniosły istotne zwiększenie szans rynkowych i zostały uznane za innowacyjne.

7.

Inwestowano przede wszystkim środki własne (94,2 proc.), bez których – w ocenie badanych – praktycznie nie ma możliwości prowadzenia prac nad innowacjami, ponieważ na początku trzeba zaryzykować i zainwestować swój kapitał. Jeśli firma nie generuje odpowiednich nadwyżek, to o innowacjach w ogóle się nie myśli, co w szczególności dotyczy mikro- i małych firm. **I znów kluczowy w tym przypadku wydaje się dostęp do informacji o działaniach PARP, a także regionalnych instytucji finansujących, które prowadzą szereg bezpłatnych lub odpłatnych na minimalnym poziomie szkoleń i analiz wspierających MŚP w wejściu na ścieżkę innowacyjności.**

Instrumentami zewnętrznego finansowania, bez których innowacyjne działania nie odbyłyby się u ok. 40 proc. inwestujących firm (na podstawie wartościowego udziału środków własnych w finansowaniu), są dotacje (25,3 proc.), kredyt bankowy (14,5 proc.) oraz leasing (8,3 proc.).

8.

Deficyt informacji dotyczących finansowania działań innowacyjnych, jak też brak środków własnych na wprowadzanie innowacji (26,7 proc.) uzasadniają **postulaty** przedsiębiorców, którzy proponują, aby **zachęcać do innowacyj-**

ności poprzez: zwiększanie możliwości otrzymania bezzwrotnych dotacji na innowacje, zmiany przepisów na przyjazne innowatorom oraz poprzez wprowadzanie ulg z tytułu prac nad innowacjami.

9.

Warto zwrócić uwagę, że w świetle wyników badań **co trzeci przedsiębiorca wycofał się w trakcie prowadzonych działań nad implementacją innowacji właśnie z powodu braku finansowania.** Aż 43 proc. wskazuje, że zrezygnowano, ponieważ za duży był koszt działań nad innowacją (prace przygotowawcze, badania, testy itp., które są finansowane często przez samych przedsiębiorców, o czym informowali również w wywiadach klienci EFL SA relacjonujący swoje doświadczenia). Drugi najczęściej wskazywany powód, czyli **zbyt długi czas rozpatrywania wniosków**, wydłużające się procedury, przeciągające formalności, które zniechęciły do kontynuowania prac, to de facto wyższy koszt działań nad samą innowacją (23,2 proc.). Dodatkowo 15,9 proc. firm informuje wprost: nie znaleziono finansowania, dlatego inwestycja w innowację została wstrzymana. **Uzyskane wyniki wskazują więc jednoznacznie**, że oprócz dysponowania kompetentnym i wykształconym zespołem pracowników, bez którego trudno mówić o skutecznym wprowadzaniu innowacji, **niezbędne są zasoby finansowe**, zarówno generowane przez firmę w formie nadwyżek, jak też **łatwo dostępne, pochodzące z instytucji zewnętrznych (agencje rządowe i samorządowe, instytucje finansowe, programy unijne).** Konieczne jest także uproszczenie i skrócenie procedur.

10.

Przedsiębiorcy **podkreślali wielokrotnie, że czynnikami, które w Polsce ograniczają postawy proinnowacyjne, są zmieniające się przepisy powodujące brak przewidywalności działań w długim terminie** (a przecież nakłady na innowacje zwracają się po latach). Na ten aspekt zwróciło uwagę **39,4 proc.** badanych. W drugiej kolejności za czynnik hamujący uznano wysokie koszty prowadzenia firmy – na te czynniki jako jedno z podstawowych barier rozwoju przedsiębiorstw w Polsce od lat wskazują także organizacje pracodawców – np. Konfederacja Lewiatan.

Każde przedsięwzięcie podnoszące zdolność finansową trzeba zatem uznać za pożądany czynnik, który pozytywnie wpływa na proinnowacyjną postawę i daje szansę zwiększania udziału polskich firm sektora MŚP w międzynarodowej rywalizacji innowatorów. **Lepsza informacja na temat dostępności finansowania, ułatwienia prawne i podatkowe, skracanie procedur, oferta atrakcyjnego finansowania zewnętrznego – każdy z tych elementów będzie mieć wymierny wpływ na wzrost innowacyjności mikro-, małych i średnich firm w Polsce.**



Okiem eksperta

Jacek Czech,
Krajowa Izba Gospodarcza

Termin „innowacja, innowacyjny”, odmieniany przez wszystkie możliwe przypadki, jest od lat bardzo popularny w przestrzeni publicznej. Słuchając, oglądając, czytając, z jednej strony dowiaduję się, że kraj nasz jest bardzo innowacyjny, ponieważ... studenci, start-upy, pomysły, uczelnie, inkubatory, parki technologiczne, fundusze unijne etc. Z drugiej zaś strony dowiadujemy się, że Polska to jeden z ostatnich krajów UE w obszarze statystyk, brak komercjalizacji, brak spójnego, powszechnego, ale i systemowego rozwiązania.

Innowacje – ich definicja, pomiar, oddziaływanie na gospodarkę i społeczeństwo – są przedmiotem niekończących się rozmów, spotkań, opracowań. Wbrew pozorom to dobrze, ponieważ:

- aby osiągnąć sukces w nowoczesnej gospodarce, trzeba na bieżąco śledzić zmieniające się trendy
- warto mówić i pokazywać, gdzie na tle innych krajów znajduje się Polska
- rozwój innowacji jest silnie stymulowany funduszami z Unii Europejskiej, które czasem prościej jest zdobyć, niż później rozliczyć

Musimy jednakże spojrzeć na innowacyjność w Polsce nie tylko przez pryzmat cyfr i wskaźników, ale również z uwzględnieniem charakteru naszego społeczeństwa czy też licznych uwarunkowań kulturowych.

Nieżyjący dziś prof. Wally Olins pisał już w 2004 roku w opracowaniu przygotowanym na zlecenie Krajowej Izby Gospodarczej, uzasadniając kampanię promocyjną Polski pod nazwą „Creative Tension” dla MSZ:

Polska czerpie swoją osobowość, siłę i niepowtarzalną vitalność z bogactwa pozornie przeciwstawnych cech. Przykładowo: Polska jest częścią Zachodu, ale rozumie również Wschód; Polacy są pełni pasji i idealistyczni, ale także praktyczni i zaradni; polski charakter cechuje ambicja, ale też praktyczna przyziemność. Te napięcia wyzwalają niepokój, który nie pozwala zadowolić się stanem istniejącym, a także kipiącą energią, która zawsze pobudza do działania i często zdumiewa. Właśnie to twórcze napięcie jest powodem, dla którego Polska wydaje tak wielu przedsiębiorców, artystów i sportowców. To powód, dla którego Polska ciągle, czasem burzliwie, zmienia się i przekształca. To jest także powód, dla którego Polacy zawsze próbowali osiągnąć to, co zdawało się niemożliwe – i często im się to udawało.

Warto również zastanowić się nad aspektem kulturowym wdrażanych innowacji. Znam osoby, które dziś noszą dumnie tytuł doktora, rozprawiając się choćby z kwestiami efektywności wdrożeń rozwiązań IT w różnych kręgach kulturowych. Niby jest to samo, a efekt jakże różny. W czerwcu br. w trakcie kolejnego Kongresu Innowacyjnej Gospodarki powstał raport „Reforma kulturowa 2020, 2030, 2040” dostępny pod adresem <http://www.kig.pl/raport-reforma-kulturowa-2020-2030-2040.html>, gdzie – jak się okazuje – proces budowy nowoczesnego kraju, nowoczesnej gospo-

darki (szczególnie sektora MŚP) nie może opierać się tylko na o pieniądzu i wskaźnikach. Wiemy, jak wielu barier doświadczają dziś przedsiębiorcy. Szybko, bardzo szybko, aby usprawnić proces wdrażania i komercjalizowania innowacyjnych rozwiązań, powinniśmy wspierać zmiany w prawie – choćby w obszarze:

- kwalifikowalności do podstawy opodatkowania kosztów badawczych w firmach
- rozróżnienia na uczelnie typu teaching czy reaserching
- pomiaru zwrotu zainwestowanego kapitału
- czasu opodatkowania wkładu związanego z know-how
- kreowania modelu wzajemnej współpracy, zaufania czy szacunku
- silniejszej roli zwrotnych instrumentów finansowych
- stwarzania warunków do stwarzania i rozwijania funduszy typu VC

Nowoczesny, innowacyjny kraj – to również nowoczesne i innowacyjne społeczeństwo. Bardzo ważnym elementem budowy sprawnego, nastawionego na innowacje państwa jest jego administracja, która rozumie i akceptuje konieczność zmian, dostosowania systemów prawnych do zmieniającego się otoczenia i technologii.

Ogromny wpływ ma również sposób i system komunikacji. Wdrażanie e-administracji, osiągnięcie celów zapisanych w unijnej Agendzie Cyfrowej, rozważne wydatkowanie pieniędzy w ramach obecnej perspektywy finansowej UE na lata 2014–2020, szybkie dostosowania prawa do wytycznych i dyrektyw UE na pewno wesprą proces rozwoju innowacyjnej Polski.

Na końcu rzecz kluczowa. Wszystkie instytucje publiczne zajmujące się w różny sposób wsparciem i finansowaniem obszaru innowacji w ich szerokim rozumieniu – muszą uznać jako warunek konieczny, że jest to inwestycja, a nie sprawne wydatkowanie.

Inwestycja zaś ma szereg swoich wskaźników ekonomicznych, bez których spełnienia będziemy mogli być z siebie „dumni”, jak dobrze potrafimy wydatkować unijne pieniądze...

Leszek Grabarczyk,
zastępca dyrektora Narodowego Centrum Badań i Rozwoju

Co wpływa na poziom innowacyjności w MŚP i rozwój sektora B+R?

Sektor MŚP stanowi siłę napędową polskiej gospodarki. Jeśli chcemy, by stała się ona bardziej innowacyjna, a poszczególne branże dynamicznie się rozwijały, mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa muszą w większym stopniu angażować się w działalność badawczo-rozwojową. To właśnie badania i rozwój powinny stanowić podstawę ich

strategii rozwoju i kluczowy element budowania przewagi konkurencyjnej. Trzeba przy tym podkreślić, że dotyczy to wszystkich branż, a w szczególności tych, gdzie w ocenie przedsiębiorców – co niestety pokazało badanie – innowacje nie mają znaczenia dla rozwoju firmy. Pamiętajmy bowiem, że efektem prac badawczo-rozwojowych mogą być zarówno innowacje technologiczne, jak i procesowe, które także przekładają się na zwiększenie konkurencyjności firmy. Warto przy tym wyraźnie zaznaczyć, że inwestowanie w B+R przynosi przedsiębiorcom wymierne korzyści. Jak pokazuje przeprowadzone przez nas niedawno badanie, niemal 60 proc. przedsiębiorstw osiąga zyski z działalności B+R do 2 lat od wdrożenia.

Obecna unijna perspektywa finansowa, z największymi w historii środkami na wsparcie innowacji w polskich przedsiębiorstwach, stwarza niepowtarzalną szansę na dokonanie przez sektor MŚP znaczącego postępu w obszarze podejmowania działalności badawczo-rozwojowej i komercjalizacji prac B+R. Na ten cel do 2020 roku Polska przeznaczy prawie 9 mld euro. Mechanizmy wsparcia, w tym szczególnie atrakcyjne z punktu widzenia przedsiębiorców dotacje, są dostępne niezależnie od sektora, a mikro-, mali i średni przedsiębiorcy mogą się o nie ubiegać przez cały rok. W przeznaczonym właśnie dla MŚP konkursie, tzw. szybkiej ścieżce, NCBR na wsparcie projektów B+R tylko w tym roku przeznaczyło ponad 1,6 mld zł. W kontekście wyników badania trzeba przy tym zaznaczyć, że uprościliśmy w maksymalnym stopniu procedury i znacząco skróciliśmy czas wydawania decyzji o dofinansowaniu. „Szybka ścieżka” cieszy się więc ogromnym zainteresowaniem przedsiębiorców. W pierwszej turze naboru złożyli oni 179 wniosków, w drugiej aż 324. Jednak wskaźnik sukcesu – mimo że nie wyczerpano przecież alokacji – wyniósł jedynie 15 proc. To pokazuje, że przed MŚP jeszcze dużo pracy. Muszą przede wszystkim bardziej ambitnie podejść do planowania aktywności B+R oraz w większym stopniu angażować w nie osoby lub zespoły posiadające odpowiednią wiedzę i kompetencje. W świetle wyników badania, które pokazuje, że przedsiębiorcy deklarują ograniczone możliwości inwestowania ze środków własnych, a jednocześnie z obawą podchodzą do inwestowania w pracowników, warto przypomnieć, że mogą realizować projekty we współpracy z jednostkami naukowymi, które dysponują odpowiednią kadrą i infrastrukturą badawczą.

Warto również podkreślić szczególną rolę młodych firm technologicznych w zwiększaniu innowacyjności naszej gospodarki. Ich poziom kompetencji technologicznych oraz skłonność do ponoszenia ryzyka są wyższe, ale powinny w większym stopniu otwierać się na współpracę z funduszami wysokiego ryzyka, które coraz aktywniej działają na polskim rynku. Nawiązując z nimi współpracę, np. w ramach naszego programu BRIDGE, mogą dodatkowo zyskać cenne wsparcie merytoryczne i opiekę biznesową. Taki model rozwoju firm technologicznych sprawdza się w najbardziej innowacyjnych państwach świata, takich jak Izrael czy USA. Nie widzę powodu, by Polska nie mogła także podążyć tą drogą.

Jakub Moskal,
dyrektor Departamentu Projektów Własnych, ARP SA

Lektura raportu pokazuje, jak bardzo zasadne jest podejmowanie i rozwijanie nowych form wsparcia sektora małych i średnich przedsiębiorstw. ARP SA, wykorzystując swoje 20-letnie doświadczenie, a także dostępne środki finansowe i instytucjonalne, stworzyła komplementarny Ekosystem wsparcia innowacji. Jesteśmy partnerem dla firm, zarówno małych, średnich, jak i dużych w zakresie transferu technologii oraz inwestycji opartych na nowatorskich rozwiązaniach.

Jak wskazują badani przedsiębiorcy, o poziomie innowacyjności świadczą przede wszystkim wykwalifikowane kadry. Dlatego budując w ARP SA Platformę Transferu Technologii (PTT), duży nacisk położyliśmy na stworzenie wsparcia eksperckiego, z którego mogą korzystać współpracujący z PTT przedsiębiorcy.

Platforma Transferu Technologii gromadzi zasoby firm, które chcą udostępnić swoje innowacyjne rozwiązania oraz informacje o potrzebach podmiotów, które są zainteresowane ich pozyskaniem. Ponadto mechanizm wyszukiwania na stronie internetowej www.ptt.arp.pl ułatwia łączenie dawców z biorcami technologii.

Cały model będzie wzmocniony również bezzwrotnym finansowaniem zakupu przez firmy patentów czy wiedzy technicznej. Fundusze na te cele będą pochodzić ze środków unijnych. Zespół brokerów ARP SA będzie poszukiwał dla dużych przedsiębiorstw partnerskich firm z sektora MŚP, które dostarczą innowacyjne produkty i technologie. ARP SA połączy także małe i średnie firmy z jednostkami naukowymi, które pomogą rozwinąć poszukiwane przez duże przedsiębiorstwa rozwiązania technologiczne.

Ponadto ARP SA, poprzez ARP Venture, wspiera kapitałowo małe i średnie firmy. Oferta spółki jest atrakcyjnym uzupełnieniem systemu wsparcia projektów po etapie badawczo-rozwojowym. W Polsce funkcjonuje dużo funduszy zaangażowanych. Brakuje natomiast finansowania na poziomie komercjalizacji projektu i tę lukę wypełnia ARP Venture.

Głównym zadaniem spółki ARP Venture jest wsparcie kapitałowe innowacyjnych i perspektywicznych projektów rozwijanych przez małe i średnie firmy. Jest to pierwsza na polskim rynku spółka z udziałem Skarbu Państwa inwestująca w projekty podwyższonego ryzyka. Od momentu powstania w listopadzie 2014 r. ARP Venture przeanalizowało ponad 100 projektów i podpisało cztery umowy inwestycyjne na kwotę ponad 40 mln złotych.

Mamy nadzieję, że działania obecnie przez nas podejmowane dostarczą przedsiębiorcom efektywnych narzędzi wsparcia ich projektów rozwojowych, co pozwoli odpowiedzieć na oczekiwania i potrzeby zdefiniowane w Raporcie.

O badaniu

Badanie „Innowacje w MŚP. Pod lupą” zrealizowane przez instytut Keralla Research dla EFL SA

Respondenci: osoby decyzyjne odpowiedzialne za rozwój firmy. Zależnie od wielkości oraz profilu firmy: właściciel, wspólnik, prezes, dyrektor zarządzający, dyrektor ds. rozwoju, szef działu B+R, główny technolog, dyrektor finansowy, specjalista ds. inwestycji lub inne osoby z wskazane jako odpowiedzialne za zarządzanie firmą i/lub jej rozwój.

Termin: pomiar wykonano w dniach 15.06 – 2.07.2015

Kontrola: 100 proc. realizacji we własnym centrum telefonicznym (brak outsourcingu), kontrola poprawności logicznej zbioru, kontrola doboru respondenta w trakcie całego badania.

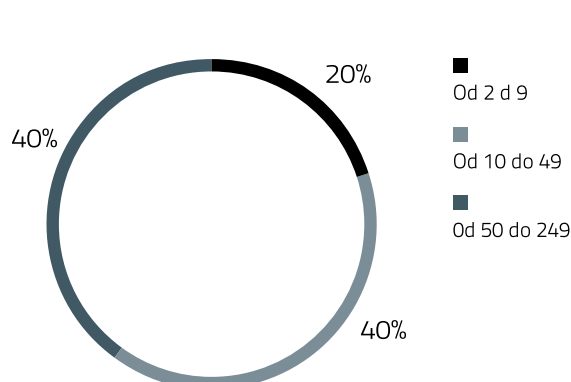
Metoda: wywiady telefoniczne CATI (n=500). Badanie wykonano metodą ilościową, techniką CATI wśród mikro-, małych i średnich firm (zatrudniających do 250 osób). Wywiady telefoniczne prowadzono według standaryzowanego kwestionariusza ankiety.

Czas trwania wywiadu: 12–15 minut.

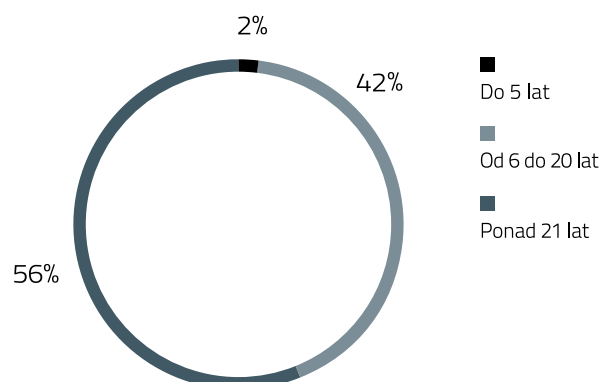
Próba: losowo-kwotowa, ogólnopolska uwzględniająca zróżnicowanie ze względu na: zatrudnienie, działalność i liczbę firm przypadających na województwo.

Próba N = 500 (błąd pomiaru 2, ufność 0,95).

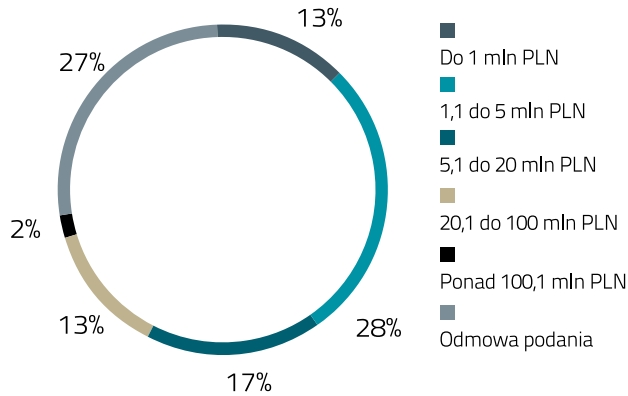
Wykres 29.
Uczestnicy badania ze względu na zatrudnienie



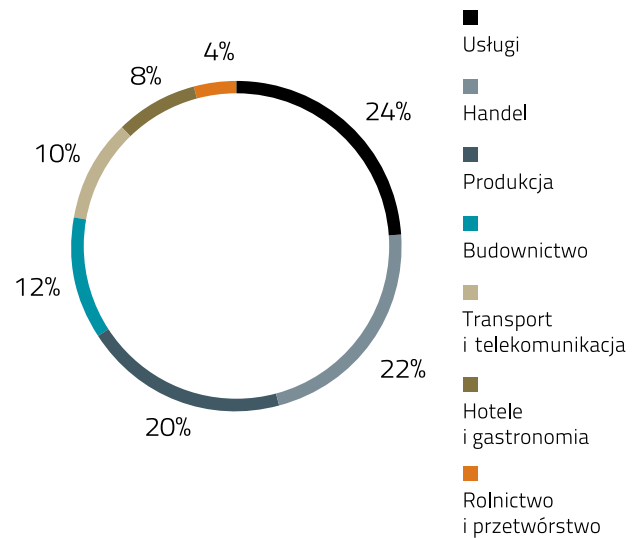
Wykres 30.
Uczestnicy badania ze względu na staż



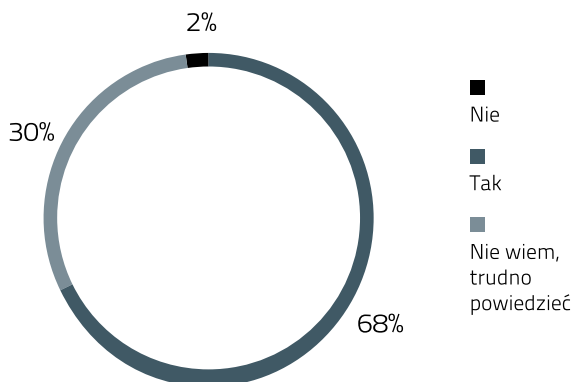
Wykres 31.
Uczestnicy badania ze względu na obrót w PLN



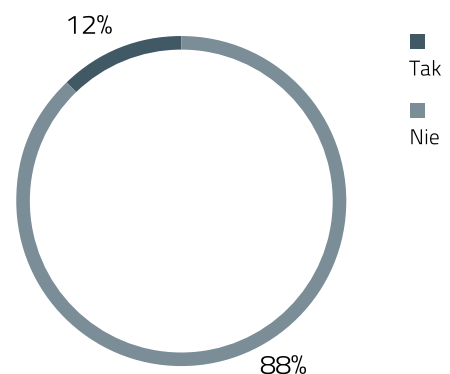
Wykres 32.
Uczestnicy badania ze względu na działalność



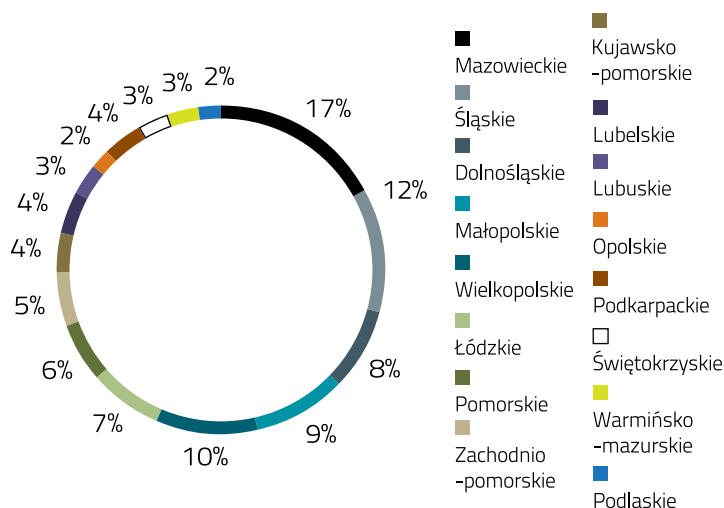
Wykres 33.
Uczestnicy badania ze względu na korzystanie z funduszy unijnych w ciągu ostatnich 5 lat (na dowolny cel)



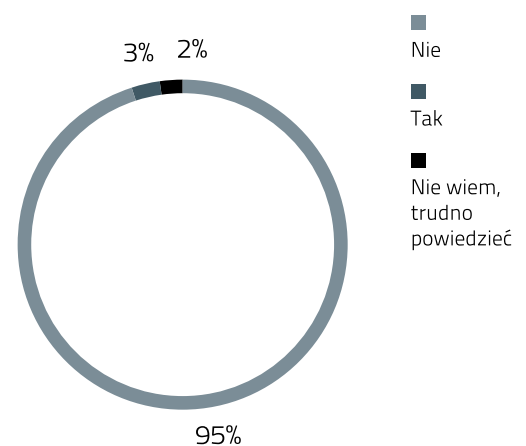
Wykres 34.
Uczestnicy badania ze względu na posiadany zespół/dział dedykowany do prac badawczo-rozwojowych



Wykres 35.
Uczestnicy badania ze względu na lokalizację



Wykres 36.
Czy jest plan powołania działu B+R w perspektywie roku? (N=436 firmy, które nie mają działu)



Adresy bibliograficzne

- Deloitte „Badania i rozwój w przedsiębiorstwach”: http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_Badania_i_rozwoj_w_Polsce_2015.pdf],
- GUS „Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013”: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/nauka-i-technika/dzialalnosc-innowacyjna-przedsiębiorstw-w-latach-2011-2013,2,8.html>
- Innovation Union Scoreboard 2015: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-114_pl.htm i
- http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/facts-figures-analysis/index_en.htm
- Ministerstwo Gospodarki – Krajowa Inteligentna Specjalizacja: <http://www.mg.gov.pl/files/upload/15049/Krajowa%20inteligentna%20specjalizacja.pdf>
- Ministerstwo Gospodarki – Strategia Europa 2020: http://www.mg.gov.pl/files/upload/8418/EUROPA_PL.pdf:
- OECD „Going for Growth” <http://www.oecd.org/economy/oecd-s-2015-going-for-growth-breaking-the-vicious-circle.htm>
- PARP, za raportem Innovation Union Scoreboard 2015: <http://badania.parp.gov.pl/polska-w-innovation-union-scoreboard-2015>
- Zielone innowacje dostaną 200 mln zł, „Puls Biznesu”, 20 lipca 2015: <http://pulsbiznesu.pb.pl/4225097,55247,zielone-innowacje-dostana-200-mln-zl>

