

Robert Stanisławski

Rola otoczenia w procesie dyfuzji innowacji w sektorze MSP w Polsce

Ekonomiczne Problemy Usług nr 64, 105-128

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

ROBERT STANISŁAWSKI

Politechnika Łódzka

ROLA OTOCZENIA W PROCESIE DYFUZJI INNOWACJI W SEKTORZE MSP W POLSCE

Wprowadzenie

Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią obecnie siłę napędową całej gospodarki europejskiej. Ich rozwój zapoczątkowany został na kontynencie w latach 80. ubiegłego stulecia. Było to następstwo liberalizacji gospodarczo-społecznej, która w Polsce trwała niemal do końca lat 90., będąc „owocem” zmian systemu ekonomicznego. W okresie tym „modne” stało się posiadanie własnego przedsiębiorstwa, które oprócz satysfakcji zawodowej z prowadzonej działalności miało również na celu zapewnienie odpowiedniego standardu życia. Większe dochody zapewniały satysfakcję, poczucie wolności i niezależności osób rozpoczynających swój własny biznes. Satysfakcja ta oczywiście stawiała się znacznie większa w przypadku odnoszonych zwycięstw rynkowych w stosunku do konkurencji. Podejmowanie działalności oczywiście było związane z pewnym ryzykiem gospodarczym, co z pewnością przejawiało się nie tylko odnoszonymi sukcesami, ale również ponoszonymi porażkami. Jednakże należy stwierdzić, że szczególnie okres lat 80. sprzyjał podejmowaniu własnych inicjatyw gospodarczych.

O ile w ujęciu historycznym podejmowane wysiłki przedsiębiorców kierowane były najpierw na pozyskanie podstawowych czynników produkcji takich jak: kapitał i praca, o tyle we współczesnym typie gospodarki kluczowe miejsce ogrywa innowacyjność. Jest ona najogólniej rozumiana jak skłonność do dokonywania zmian i ich akceptowania. Ma ona za zadanie zapewnić przewagę konkurencyjną na rynku. Ogromne znaczenie w procesie unowocześniania przedsiębiorstwa ma dyfuzja, która rozumiana jest z kolei jako rozprzestrzenianie się innowacji. Bez zjawiska dyfuzji nie można byłoby mówić o postępie i rozpowszechnianiu nowych rozwiązań. Dyfuzja ponadto odrywa rolę swoistego stymulatora, który cały czas zmusza do poszukiwania coraz to nowszych rozwiązań produktowych, procesowych, marketingowych lub organizacyjnych, które mogą określone podmiotowi gospodarczemu zapewnić rolę lidera rynkowego, co więcej – muszą one być, co zaznaczono powyżej, przez ten rynek akceptowane. Dyfuzja innowacji jest jednakże determinowana przez istnienie odpowiednich uwarunkowań: wewnętrznych (wewnątrz organizacji gospodarczej) – potrzeba i przekonanie co do konieczności wprowadzania innowacji, wewnętrzne zasoby finansowe itd.; oraz zewnętrznych – kreowanych przez politykę innowacyjną państwa, której elementami są instrumenty ekonomiczne, prawne, instytucjonalne oraz inne, za pomocą których realizowane są cele zgodne z polityką społeczno-gospodarczą¹. To one kształtują i wytyczają kierunek innowacyjnego rozwoju kraju poprzez bezpośrednie lub pośrednie oddziaływanie. W kręgu tej polityki innowacyjnej znajdują się beneficjenci, do których niewątpliwie można zaliczyć: przedsiębiorstwa, instytucje otoczenia biznesu (IOB) (których rola związana jest m.in. z zapewnieniem wsparcia podmiotom gospodarczym, szczególnie sektora MSP) oraz jednostki B+R (JBR) (ich działania ukierunkowane są na dostarczanie, czyli transfer nowych rozwiązań do przemysłu). Nie należy zapominać, że najważniejszym aktorem pełniącym rolę regulacyjną jest rząd².

W kontekście wymienionych powyżej podmiotów (instytucji, jednostek, przedsiębiorstw) można mówić o wzajemnych interakcjach, w wyniku których dokonują się zmiany o charakterze innowacyjnym. Wzajemność tego oddziaływania oznacza z jednej strony wpływ IOB oraz JBR na przedsię-

¹ W. Janasz, K. Koziół, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.

² A.H. Jasiński, *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Difin, Warszawa 2006.

biorstwa (prezentowanie im określonej oferty rozwiązań innowacyjnych) lub też w drugą stronę, wymuszanie na tych instytucjach (jednostkach), wskutek określonego zapotrzebowania zgłaszanego przez przedsiębiorstwa, dostosowania się do ich potrzeb (często jest to popyt wtórny – spowodowany wymaganiami rynku) i prowadzenia w tym kierunku badań i prac rozwojowych (w odniesieniu do JBR). Drugi przypadek dotyczy w największym stopniu przedsiębiorstw dużych, które dysponując znacznie większymi środkami finansowymi, są w stanie prowadzić własne JBR, dostosowując swoje produkty do wymagań klientów. W odniesieniu do MSP najczęściej rola otoczenia sprowadza się do prezentacji dostępnych rozwiązań i zachęcania do ich komercjalizacji i popularyzacji na rynku. W grupie instytucji naukowych i JBR można wymienić: centra badawcze, uniwersytety i uczelnie techniczne, natomiast w grupie IOB: PARP, centra transferu technologii, inkubatory przedsiębiorczości, parki techniczne i przemysłowe, agencje rozwoju regionalnego i inne. Oferowana przez te instytucje pomoc obejmuje kwestie prowadzenia szkoleń pracowników, doradztwo (konsulting), jak również pomoc w dostępie do nowych rozwiązań itd.

W kontekście tych dwóch wymienionych grup (IOB i JBR), pomimo ich dużej różnorodności pod względem charakteru prowadzonych działań, można mówić o części systemu instytucjonalnego kształtującego poziom innowacyjności gospodarki i jej zasadniczych składników, jakimi są przedsiębiorstwa. Charakterystyczne jest to, że w każdym kraju system ten może być tworzony przez odmienne elementy składowe, uwzględniające specyfikę i potrzeby funkcjonujących tam przedsiębiorców. Sprawą zupełnie oddzielną jest ocena skuteczności jego funkcjonowania i bezpośredniego lub pośredniego wpływu na dyfuzję innowacji w sektorze MSP.

Celem tej części opracowania jest dokonanie syntetycznej i wybiórczej oceny funkcjonowania systemu instytucjonalnego. Niestety, problem jest tak głęboki i złożony, że nie jest możliwe, aby analiza w tym zakresie obejmowała wszystkie zagadnienia i dotyczyła całego systemu. Dokonano jej z punktu oceny samych zainteresowanych podmiotów funkcjonujących w sektorze MSP z wykorzystaniem badań porównawczych *DESK research* oraz własnych.

1. Przegląd ważniejszych badań (*DESK research*) dotyczących oceny znaczenia instytucji zewnętrznych

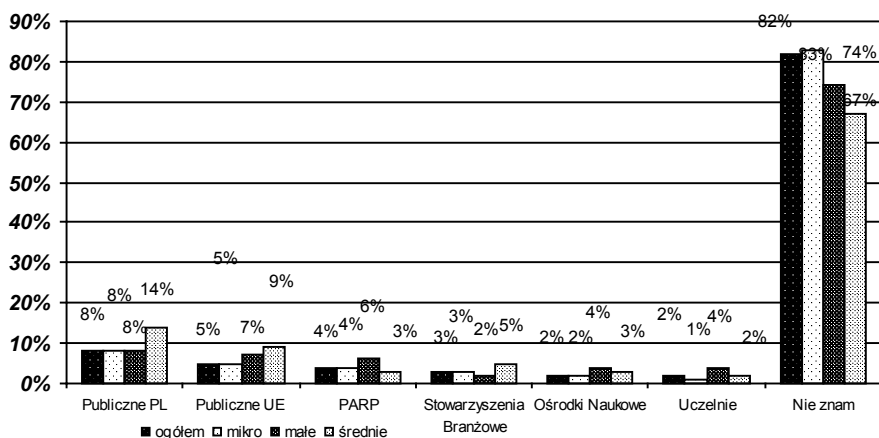
Z badań przeprowadzonych przez Instytut Badania Opinii i Rynku Pentor S.A. w 2005 roku wynika, że mikroprzedsiębiorcy w niewielkim zakresie podejmowali współpracę z szeroko rozumianymi instytucjami zewnętrznymi (centra transferu technologii, jednostki badawczo-rozwojowe, wyższe uczelnie, instytuty naukowo-badawcze)³. Tylko 2% badanych podmiotów przyznało się do takiej współpracy (próba liczyła N = 1000 przedsiębiorstw). Tak bardzo niski (wręcz marginalny) udział w próbie podmiotów skłonnych do nawiązywania zewnętrznych relacji autor tych badań tłumaczy zbyt małą liczbą przedsiębiorstw innowacyjnych (w tym odpryskowych) w tej próbie. Wydaje się jednak, że można jeszcze poszukać innych, bardziej obiektywnych przyczyn, do których można zaliczyć m.in. dosyć niski poziom kultury przedsiębiorczości, niskie zapotrzebowanie na współpracę i pomoc ze strony samych przedsiębiorców (jest to początkowy okres uczestnictwa Polski w UE), niskie potrzeby w zakresie wdrożeń innowacyjnych (nie wymaga tego bowiem rynek) bądź też brak znajomości tych instytucji przez przedsiębiorców (brak informacji o ich istnieniu). Tezę o niskim zaangażowaniu się podmiotów w działalność innowacyjną, a tym samym w niską ocenę roli tych instytucji i jednostek badawczych w procesie dyfuzji nowych rozwiązań, potwierdza niewątpliwie wskazanie korzyści, jakie wynikają ze współpracy. Tylko ok. 3% badanych wymieniło „możliwość tworzenia nowego produktu lub usługi” jako następstwo podejmowanych wysiłków na rzecz nawiązania kontaktów z instytucjami zewnętrznymi. Ciekawą rzeczą jest to, że z dalszej części tych badań wynika, że niewielka część przedsiębiorstw zamierzała podjąć współpracę z IOB i JBR, czego zresztą dowodzą kolejne badania.

Przeprowadzone zostały one dwa lata później (w 2007 roku) przez PARP⁴. Udział podmiotów, które nawiązały współpracę z otoczeniem według tych badań, wzrósł do 13%. Chociaż odsetek tych, którzy przejawiają zainteresowanie wzajemnymi relacjami z otoczeniem, wydaje się większy (porównując z poprzednimi badaniami), to i tak jest on relatywnie

³ A. Żołnierski, *Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw*, Raport z badania, Pentor, Warszawa 2005.

⁴ M. Dzierżanowski, M. Rybacka, S. Szultka, *Kierunki inwestowania w nowoczesne technologie w przedsiębiorstwach MSP*, Raport z badania ankietowego, PARP, Warszawa 2007.

niski. Przyczyny są bardzo podobne: niski poziom świadomości przedsiębiorców MSP co do znaczenia innowacji w procesie podnoszenia ich konkurencyjności na rynku oraz z drugiej strony brak dostatecznej wśród nich wiedzy w zakresie funkcji, jakie instytucje zewnętrzne (IOB, w tym również JBR) sprawują w zakresie implementacji nowych rozwiązań⁵. Pokazano to na rysunku 1.



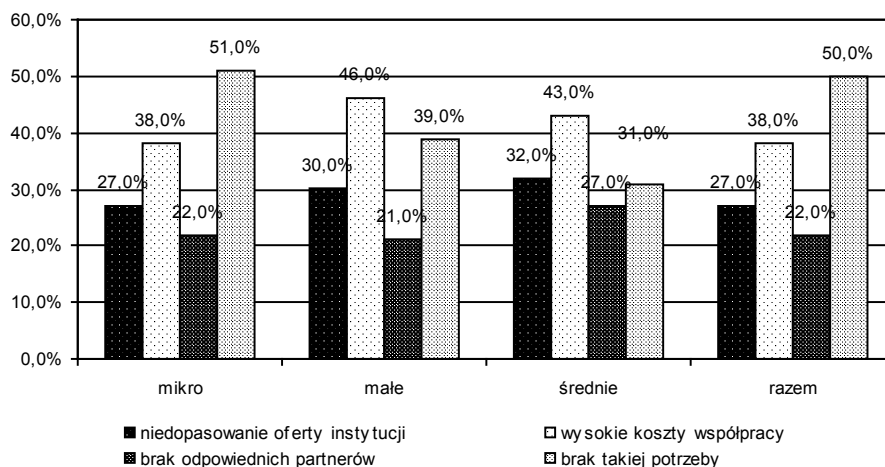
Rys. 1. Znajomość otoczenia wśród polskich MSP

Źródło: M. Dzierżanowski, M. Rybacka, S. Szultka, *Kierunki inwestowania...*, dz. cyt.

Niezwykle niepokojący jest tak duży poziom braku znajomości otoczenia (czyli zewnętrznych instytucji) wśród MSP. Aż 82% badanych przyznało się, że nie zna instytucji, których podstawowym celem działania jest pomoc o charakterze doradczym, szkoleniowym, informacyjnym itd. Tylko 4% respondentów stwierdziło, że zna PARP i cel jej działania. Jeszcze gorzej wyglądała sytuacja w odniesieniu do JBR. W tym przypadku niespełna 2% przedsiębiorców sektora MSP twierdziło, że zna charakter i zakres ich funkcjonowania. Warto ponadto zauważyć, że lepsza znajomość tych instytucji i tym samym skłonność do nawiązywania stosunków partnerskich uzależnione są też od wielkości przedsiębiorstwa. Obowiązuje tutaj zasada:

⁵ R. Stanisławski, *Instytucje wsparcia biznesu w procesie zwiększania innowacyjności MSP w Polsce* [w:] H. Howaniec, W. Waszkielewicz (red.), *Uwarunkowania rozwoju systemów zarządzania*, Wydawnictwo Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2009.

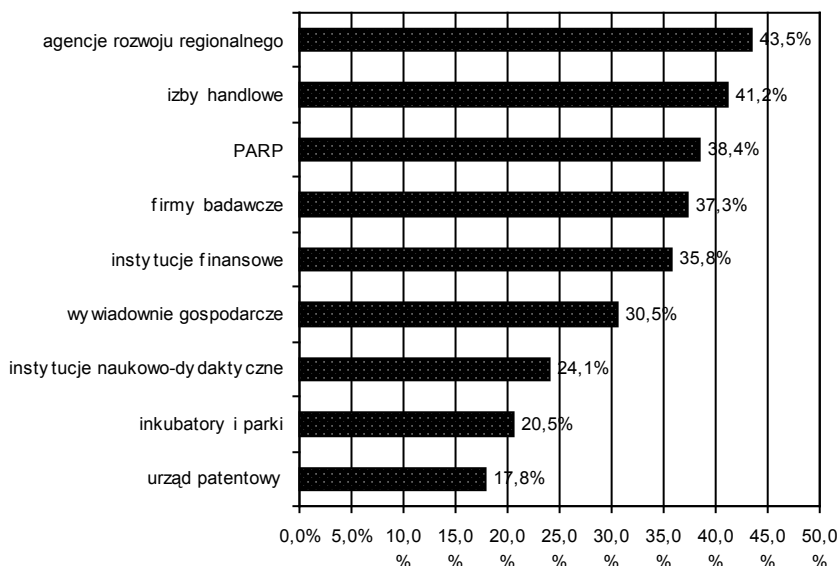
im większy podmiot gospodarczy, tym większa wiedza na temat funkcjonującego systemu instytucjonalnego, co skorelowane jest automatycznie z jego wykorzystaniem. Badania te wyraźnie podkreślają tę zależność, gdyż 27% współpracowało z otoczeniem wśród grupy średnich przedsiębiorstw, a w grupie mikro deklarację taką złożyło zaledwie 13% badanych. Warto tutaj przyjrzeć się jeszcze przyczynom braku nawiązywania współpracy, które najczęściej były wymieniane przez podmioty w tych badaniach. Na pierwszym miejscu znalazło się „brak takiej potrzeby”, co zdaje się sugerować o dość niskim potencjale innowacyjnym i jednocześnie o niskiej świadomości przedsiębiorców co do znaczenia tych instytucji w podnoszeniu konkurencyjności MSP za pomocą innowacji. Nie bez znaczenia są wymienione tutaj jeszcze dwie przyczyny: wysokie koszty współpracy oraz niedopasowanie oferty instytucji zewnętrznych. O ile w przypadku JBR można zrozumieć, że wiedza i dyfuzja rozwiązań innowacyjnych muszą kosztować (szczególnie jeżeli chodzi o komercjalizację badań JBR), to niedopasowanie oferty do wymagań przedsiębiorców w odniesieniu do IOB wydaje się niczym nieuzasadnione (rysunek 2).



Rys. 2. Najczęściej wymieniane przyczyny braku współpracy przedsiębiorstw z otoczeniem

Źródło: M. Dzierżanowski, M. Rybacka, S. Szultka, *Kierunki inwestowania...*, dz. cyt.

Dosyć ciekawe wnioski można wyciągnąć na podstawie badań dotyczących współpracy instytucji w zakresie dostarczanej informacji przedsiębiorstwom analizowanego sektora. Są to najnowsze badania użyteczności systemu instytucjonalnego, gdyż raport ukazał się w bieżącym roku⁶. Pierwsza ocena dotyczy otoczenia jako potencjalnego źródła pozyskiwania informacji. Oznacza to, że (według respondentów) posiada ono duże i ważne zasoby dla funkcjonowania przedsiębiorstw, które nie są w pełni wykorzystywane. W rankingu pierwszych trzech instytucji znalazły się: agencje rozwoju regionalnego, izby handlowe oraz organizacje zrzeszające firmy, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Według autorów tych badań świadczy to jednocześnie o tym, że podmioty MSP zaczynają zdawać sobie sprawę ze znaczenia tych instytucji w zakresie ich możliwości świadczenia usług informacyjnych, chociaż jeszcze z różnych przyczyn z niej nie korzystały (rysunek 3).

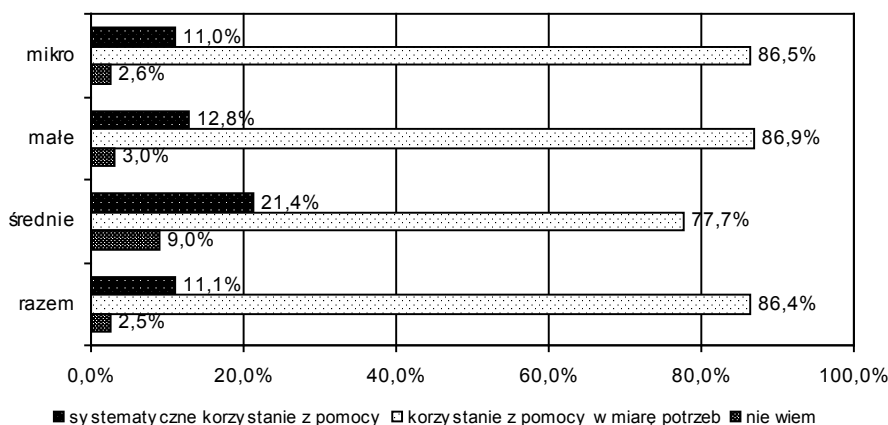


Rys. 3. Potencjalne możliwości współpracy z otoczeniem

Źródło: opracowanie na podstawie: R. Maik, A. Gołoś, K. Szczerbacz, P. Walkiewicz, *Strategiczne źródła informacji...*, dz. cyt.

⁶ R. Maik, A. Gołoś, K. Szczerbacz, P. Walkiewicz, *Strategiczne źródła informacji w działalności przedsiębiorstw*, raport z badania, PARP, Warszawa 2010.

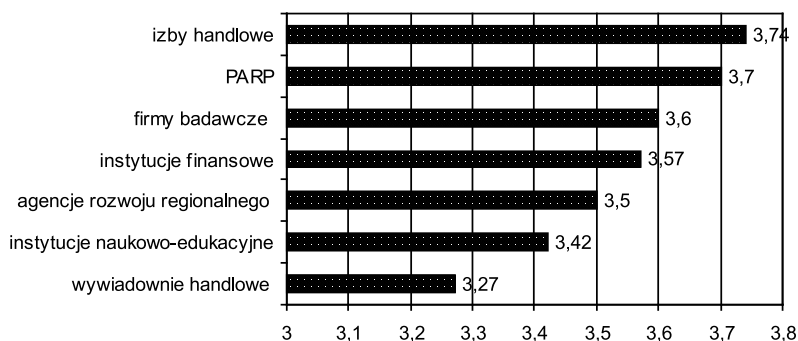
Najslabiej pod względem potencjału oceniane są: instytucje naukowo-dydaktyczne (uczelnie wyższe), inkubatory i parki oraz urząd patentowy. Może to być następstwo tego, że MSP w odniesieniu do tych instytucji nie są jeszcze (pomimo ogólnej wiedzy o ich funkcjonowaniu) zbyt dobrze zapoznane z ich ofertą – brak jest świadomości przedsiębiorców co do znaczenia tych instytucji i roli, jaką mogą one odegrać w dostarczaniu niezbędnych informacji. Potwierdzać to może fakt, że część małych i średnich przedsiębiorców wykorzystuje tę współpracę sporadycznie (rysunek 4).



Rys. 4. Częstotliwość współpracy MSP z zewnętrznymi instytucjami w otoczeniu

Źródło: opracowanie na podstawie: R. Maik, A. Gołoś, K. Szczerbacz, P. Walkiewicz, *Strategiczne źródła informacji...*, dz. cyt.

Porównując te badania z badaniami z poprzednich lat (z 2007 roku), należy stwierdzić, że skłonność do nawiązywania współpracy z szeroko rozumianymi instytucjami zewnętrznymi nie uległa znacznej zmianie. Z jednej strony może to również oznaczać niski poziom świadomości przedsiębiorców co do roli tych instytucji, z drugiej zaś – że ich oferta nie do końca odpowiada oczekiwaniom podmiotów zainteresowanych taką współpracą – dotyczy oczywiście tych, którzy z takiej współpracy korzystali (rysunek 5).



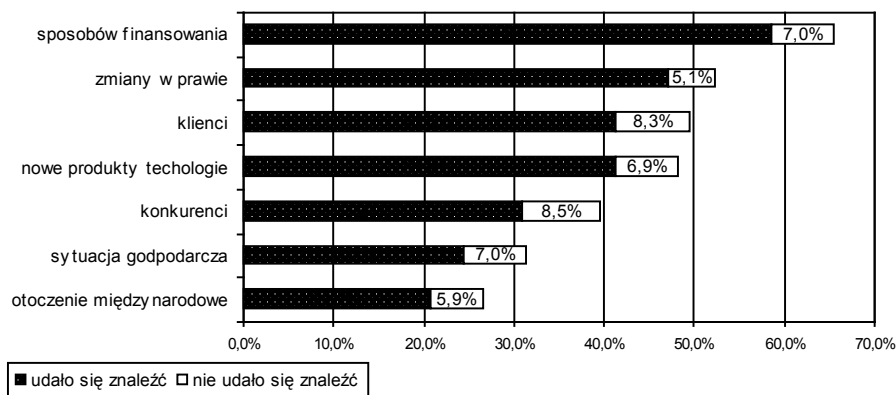
Rys. 5. Ocena zewnętrznych instytucji pod względem użyteczności

Źródło: opracowanie na podstawie: R. Maik, A. Gołoś, K. Szczerbacz, P. Walkiewicz, *Strategiczne źródła informacji...*, dz. cyt.

Ogólnie należy stwierdzić, że użyteczność uzyskanej pomocy w zakresie informacji udzielanej przez instytucje zewnętrzne jest oceniana na średnim poziomie. W skali pięciopunktowej wszystkie instytucje uzyskały notę poniżej 4. Najlepiej ocenione zostały: izby handlowe, PARP i firmy badawcze (ale nie uniwersytety). Porównując z ocenianym powyżej przez respondentów potencjałem (rysunek 5), można dostrzec, że rozwój tych instytucji, chociaż powolny, jest jednak sukcesywny. Z przykrością natomiast należy stwierdzić, że najgorzej wypadają w tym rankingu uczelnie wyższe. Może to wynikać z kilku przyczyn. Po pierwsze, przedsiębiorcy oczekują nie takiej pomocy (w tym przypadku informacji, usług doradczych), jaką są one w stanie im przekazać. Po drugie, w wielu przypadkach zarządzanie wyższymi uczelniami jest nadal skostniałe, co przejawia się m.in. w niechęci władz do rozszerzania działalności uczelni o nowe obszary, np. o współpracę z otoczeniem w zakresie transferu wiedzy⁷.

Biorąc pod uwagę fakt, że statutową działalnością instytucji zewnętrznych jest zapewnienie rozwoju MSP w różnym kontekście, ocena ta nie wypada zbyt imponująco. Prawdą jest jednak to, że znaczna część MSP, która zwróciła się o informację na interesujący ją temat, taką informację uzyskała (ok. 60%) (rysunek 6). Świadczy to nie wątpliwie o tym, że dużo do zrobienia instytucje te mają na polu poprawy jakości świadczonych usług (w tym przypadku udzielonych informacji).

⁷ R. Stanisławski, *Rola szkolnictwa wyższego w procesie komercjalizacji wiedzy w Polsce* [w:] I. Staniec (red.), *Kształcenie menedżerów na uczelni technicznej*, Monografie PŁ, Łódź 2010.



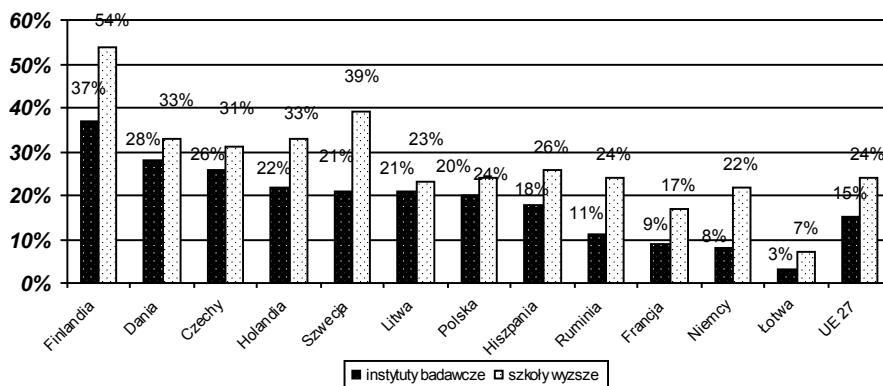
Rys. 6. Zakres i „sukces” uzyskanej informacji

Źródło: opracowanie na podstawie: R. Maik, A. Gołoś, K. Szczerbacz, P. Walkiewicz, *Strategiczne źródła informacji...*, dz. cyt.

W największym stopniu zapotrzebowanie na informację z zewnętrznych instytucji dotyczyło zagadnień związanych z pozyskiwaniem środków finansowych. Ponad 65% ankietowanych takich informacji poszukiwało wśród tych instytucji, z czego ok. 58% w zadowalający sposób taką informację uzyskało. Świadczy to jednak o tym, że pozostała część respondentów prawdopodobnie poszukiwała informacji o dostępnych źródłach i sposobach dofinansowania działalności gospodarczej poza instytucjami otoczenia biznesu oraz że ich skuteczność w tym obszarze nie jest zbyt wysoka. Jeszcze gorzej wygląda sytuacja w zakresie innowacyjności. Niespełna 50% MSP próbowało uzyskać informacje na temat nowych rozwiązań, z czego tylko 41% je uzyskało. Może tak względnie niski poziom oddziałuje m.in. na to, że tylko 11% całej badanej próby prowadzi systematyczną współpracę z tymi instytucjami, natomiast reszta albo rezygnuje z działań innowacyjnych (lub nie podejmuje ich), albo niezbędne informacje uzyskuje poza instytucjonalnym otoczeniem.

Warto w tym miejscu dokonać krótkiej oceny znaczenia współpracy polskich przedsiębiorców z zewnętrznymi instytucjami w otoczeniu (na przykładzie instytucji badawczych i wyższych uczelni) na tle innych krajów europejskich. Okazuje się, że w latach 2006-2009 w UE w sektorze małych przedsiębiorstw z instytutami badawczymi współpracy zadeklarowało tylko 12%, a w sektorze średnich 19% badanych. Odpowiednio w odniesieniu do uczelni

wyższych udział ten wynosił 20% i 29%⁸. Jest to stosunkowo niewiele, co jeszcze raz dowodzi zbyt niskiego stopnia użyteczności tych instytucji (jednostek) w procesie dyfuzji innowacji. Oczywiście wśród krajów UE znajdują się pod tym względem liderzy, jak i maruderzy (rysunek 7).



Rys. 7. Udział MSP współpracujących z „otoczeniem” w wybranych krajach UE

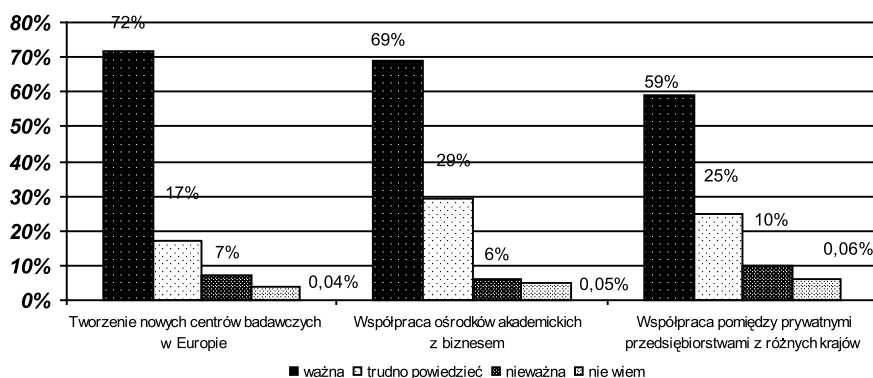
Źródło: opracowanie na podstawie: *Flash Innobarometer...*, dz. cyt.

Z powyższych danych wyraźnie wynika, że w znacznie większym stopniu ma miejsce współpraca MSP ze szkołami wyższymi niż z niezależnymi instytutami badawczymi. Tak wyraźna tendencja oznaczać może, że uczelnie są bogatym (i łatwiejszym w dostępie) źródłem nowych pomysłów i jednocześnie bardziej pod tym względem cenione w krajach starej Unii. Dotyczy to w szczególności uczelni technicznych i zdecydowanego zwrotu w nauce ku uczelniom wyższym. Potwierdzeniem tej tezy jest to, że takie kraje jak Finlandia, Dania czy Szwecja należą do najbardziej innowacyjnych regionów Europy i oprócz innych źródeł innowacji (np. wzajemnej współpracy przedsiębiorstw) właśnie uczelnie są cennym podmiotem dla pogłębiania zjawiska jej dyfuzji⁹. Polska w tym rankingu jest na środkowej pozycji, zbliżonej do średniej UE, co wskazuje na konieczność podjęcia zdecydowanych działań na rzecz intensyfikacji współpracy sfery biznesu i nauki.

⁸ *Flash Innobarometer*, Analytical report no. 267/2009.

⁹ European Innovation Scoreboard (EIS) 2009, *Comparative analysis of innovation performance*, European Commission, Brussels 2010.

Na zakończenie analizy warto przytoczyć dane, które zamieszczone zostały w ubiegłorocznym wydaniu publikacji „Eurobarometer”, a dotyczyły oceny znaczenia współpracy biznesu z jednostkami badawczymi. Badania te zostały przeprowadzone w 27 krajach UE na próbie kilkudziesięciu tysięcy Europejczyków¹⁰. Zadane pytania dotyczyły celowości zacieśniania wzajemnych relacji pomiędzy sferą przemysłu i nauki. Okazuje się, że w zdecydowanej większości mieszkańcy starego kontynentu uważają za niezwykle ważne tworzenie takich relacji z punktu widzenia rozwoju technologicznego (rysunek 8).



Rys. 8. Ocena znaczenia relacji pomiędzy sferą przemysłu a nauki dla rozwoju MSP na podstawie badań przeprowadzonych w krajach UE

Źródło: *Special Eurobarometer...*, dz. cyt.

Według Europejczyków wszystkie przejawy współpracy uważane są za istotne, co świadczy dobitnie o konieczności rozwoju współpracy nie tylko w ujęciu krajowym, ale ogólnoeuropejskim (wymiana myśli i doświadczeń między wszystkimi krajami UE).

Reasumując, można wyciągnąć pewne wnioski. System instytucjonalny funkcjonuje w Polsce już od wielu lat, w pewnym względzie spełnia on swoje funkcje. Brak jest jednak pełnego wykorzystania jego możliwości. Z jednej strony winę za to ponoszą sami przedsiębiorcy, którzy nie są zainteresowani ofertą instytucji, gdyż nie prowadzą działalności wymagającej współpracy z ich strony (niska konkurencyjność tych przedsiębiorstw) lub też twier-

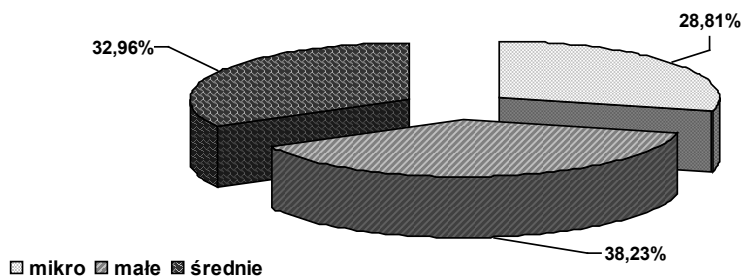
¹⁰ *Special Eurobarometer, Science and Technology*, European Commission 2010, no. 340.

dają, że istnieją bariery rozwoju wzajemnych stosunków, np. zbyt wysokie koszty współpracy lub też źle dopasowana oferta. Z drugiej zaś strony powyższe badania wskazują, że system ten w Polsce nie jest do końca efektywny. O ile liczba instytucji jest wystarczająca, o tyle konieczna wydaje się poprawa świadczonych przez te instytucje usług (informacyjnych, doradczych, szkoleniowych itd.). Nadrzędnym celem ich funkcjonowania jest bowiem wspieranie sektora MSP (przedsiębiorczości) i pomoc ludziom przedsiębiorczym (szczególnie młodym), którzy chcą założyć własny biznes. Doświadczonym przedsiębiorcom system ten ma natomiast za zadanie odpowiedzieć na zasadnicze pytania związane z dalszym rozwojem (w tym innowacyjnym). Pewną wadą tego systemu jest niewątpliwie to, że w wielu sytuacjach brak jest ogólnej informacji o roli instytucji. Wielu przedsiębiorców (pomijając już wszystkie obiektywne przyczyny) skarży się, że nie wie, gdzie i na jakich zasadach może nawiązać współpracę lub kogo poprosić o konkretną pomoc dotyczącą implementowania nowych rozwiązań. Może jest już najwyższa pora zwrócić na ten fakt uwagę. Skuteczność otoczenia nie zależy wyłącznie od jego wewnętrznej jakości, zależy również od zewnętrznej możliwości dotarcia do zainteresowanych. To sposób na poprawienie szeroko rozumianej kultury przedsiębiorczości wśród MSP.

2. Znaczenie otoczenia dla MSP – badania własne

Badania zostały przeprowadzone w 2010 roku na próbie kilkuset przedsiębiorstw innowacyjnych (o różnym poziomie innowacyjności) w sześciu województwach Polski. W ponad 60% badania objęły podmioty prowadzące działalność produkcyjną, w niespełna 40% działalność usługową. Dotyczyły one takich województw, jak: łódzkie, mazowieckie, śląskie, pomorskie, wielkopolskie oraz warmińsko-mazurskie. Segmentem docelowym były podmioty sektora MSP, z czego zdecydowaną większość stanowiły przedsiębiorstwa mikro i małe (ponad 70%)¹¹ (rysunek 9).

¹¹ Badania własne (niepublikowane), Projekt badawczy *Polityka wspierania innowacyjności sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – analiza uwarunkowań i ocena realizacji*, 2008-2010.

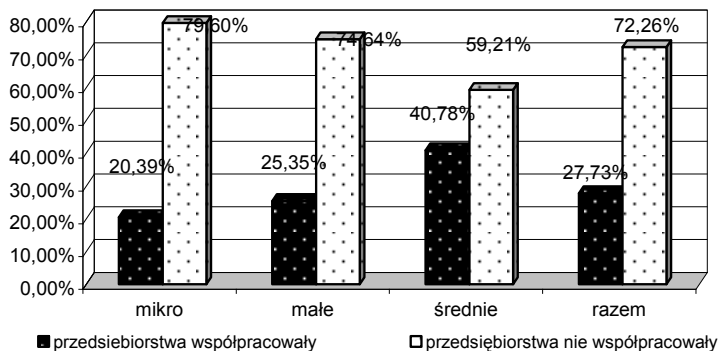


Rys. 9. Rozkład próby badawczej ze względu na wielkość badanych przedsiębiorstw

Źródło: badania własne

Średnich przedsiębiorstw biorących udział w badaniach było ok. 32%. Tak proporcjonalny rozkład w tej próbie miał zapewnić analizę we wszystkich trzech grupach tego sektora na jednakowych warunkach (żadna z tych trzech grup nie stanowiła marginalnej części tych badań).

Pierwszym badanym elementem było nawiązanie przez podmioty sektora MSP współpracy z zewnętrznymi instytucjami (IOB lub/i JBR). Okazuje się, że średnio ok. 27% badanych przedsiębiorstw taką współpracę nawiązało. Do jej braku przyznało się aż 72% badanych (rysunek 10).



Rys. 10. Współpraca MSP z zewnętrznymi instytucjami w ciągu ostatnich 5 lat

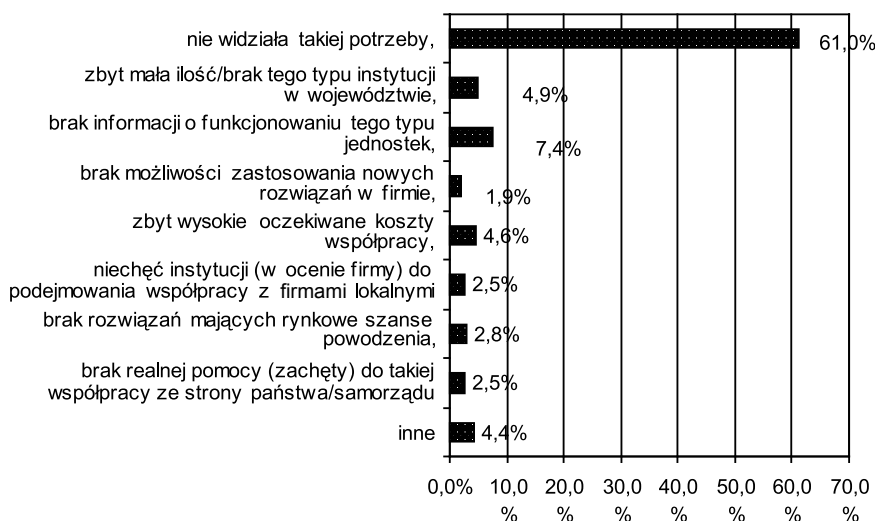
Źródło: badania własne

Jest to znacznie lepszy wynik, niż wykazano we wcześniejszych badaniach prowadzonych przez PARP (2005-2009 – odpowiednio w tym okresie było od 2% do 13%). Może to świadczyć o większej skłonności podmiotów sektora MSP do nawiązywania zewnętrznych relacji i o znacznie ich większym przeświadczeniu o pożytecznej roli, jaką mogą one odegrać w rozwoju przedsiębiorstw. Należy mieć tylko nadzieję, że w (niedalekiej) przyszłości proporcje pomiędzy „współpracowaniem” a „niewspółpracowaniem” się odwrócą i świadomość przedsiębiorców znacznie wzrośnie. Należy zauważyć pewną prawidłowość: intensywność korzystania z zewnętrznych instytucji wzrasta wraz wielkością badanych podmiotów (podobnie jak w poprzednich badaniach), jednakże różnica dotyczy udziału średnich podmiotów nawiązujących współpracę z jednostkami otoczenia biznesu (było ok. 21%, obecnie jest ok. 40%). Prawdopodobnie jest to spowodowane pozytywnymi doświadczeniami z poprzednich okresów.

Kolejna kwestia dotyczy analizy przyczyn tak wysokiego poziomu braku współpracy przedsiębiorstw z zewnętrznymi instytucjami (wśród tych, którzy takiej pomocy nie korzystali, ale mogli mieć taki zamiar). Niezwykle niepokojący jest udział podmiotów, które wskazały „brak takiej potrzeby” (rysunek 11). Jest ich nawet o ok. 10% więcej niż dotychczas, co może świadczyć o tym, że w sektorze ukształtowała się grupa „tradycjonalistów”, charakteryzujących się zachowawczym sposobem prowadzenia swojego biznesu, niezbyt skłonnych do wprowadzania innowacji z zewnątrz. Należy przypuszczać, że wcześniej lub później rynek ich zmusi do zmiany stanowiska i podejmą one aktywnie udział w procesie dyfuzji nowych rozwiązań i pomysłów.

Wśród innych znaczących przyczyn braku współpracy przedsiębiorcy wymieniają na pierwszym miejscu „brak informacji o funkcjonowaniu instytucji zewnętrznych (IOB)”. Jest to jedna z kilku przyczyn, które pojawiają się w ostatnich badaniach. Dotyczy to tych, którzy skłonni są w pewnym zakresie do podjęcia współpracy, lecz nie do końca orientują się co do oferty tych instytucji. Zapewne warto podjąć w tym zakresie działania, aby przekonać ich, że pomoc z zewnątrz może im przynieść określone korzyści. W grupie tych podmiotów znajdują się również ci, którzy wskazują na „zbyt małą liczbę instytucji w województwie” – konieczne jest tutaj dotarcie do przedsiębiorców i wskazanie im, gdzie mogą poszukiwać takiej informacji i w jakim zakresie. Do innej kategorii przedsiębiorstw należy zaliczyć te, które podkreślają „wysokie koszty współpracy”. Można do nich zaliczyć podmioty „poinformowane”, czyli takie, które wiedzą o istnieniu instytucji wsparcia,

ale z uwagi na racjonalną politykę zasobami finansowymi (minimalizowanie wydatków) lub brak odpowiednich zasobów finansowych z takiej współpracy rezygnują. Świadczyć to może o tym, że znaczna część usług świadczonych przez instytucje jest na zasadach komercyjnych i jest za droga. Może należy w takim razie zwiększyć pulę tych usług, które są nieodpłatne lub częściowo płatne, szczególnie teraz, gdy istnieje możliwość dofinansowania działalności wspierającej rozwój sektora MSP ze środków unijnych?



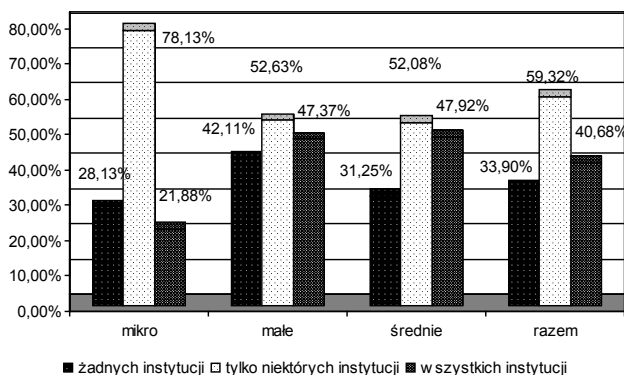
Rys. 11. Przyczyny braku współpracy z zewnętrznymi instytucjami w ciągu ostatnich 5 lat

Źródło: badania własne

Następną kwestią podlegającą badaniom jest znajomość zewnętrznych instytucji (IOB, JBR) wśród przedsiębiorstw (rysunek 12). Okazuje się, że ich znajomość jest znacznie lepsza niż w 2007 roku, jednak w pełni niezadawalająca.

Na całkowity brak znajomości instytucji wskazuje ok. 33% badanych. Jak zaznaczono powyżej, konieczne jest dotarcie z informacją do nich w celu zapoznania przedsiębiorców z dostępną ofertą. Znajomość instytucji uzależniona jest od wielkości przedsiębiorstw. W największym stopniu wykazują ją podmioty średnie (47,9%), a w najmniejszym podmioty mikro (21,9%). Jednocześnie zaskakujący jest wysoki poziom znajomości „wszystkich instytucji” wśród grupy przedsiębiorstw małych i średnich na tym samym

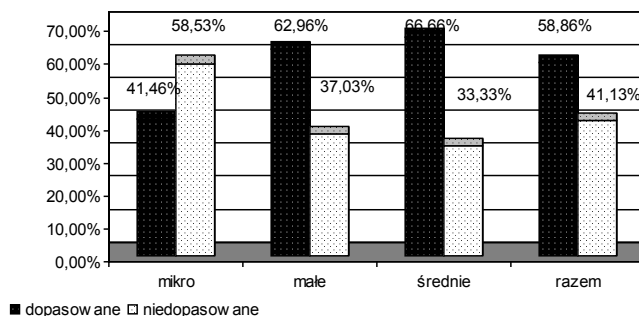
poziomie. Świadczy to o większym poziomie współpracy tych właśnie grup przedsiębiorców z zewnętrznymi instytucjami i mniejszym zainteresowaniu w tym względzie mikroprzedsiębiorstw, co powinno skutkować koniecznością podjęcia wśród nich działań informacyjnych.



Rys. 12. Znajomość zewnętrznych instytucji wśród MSP

Źródło: badania własne

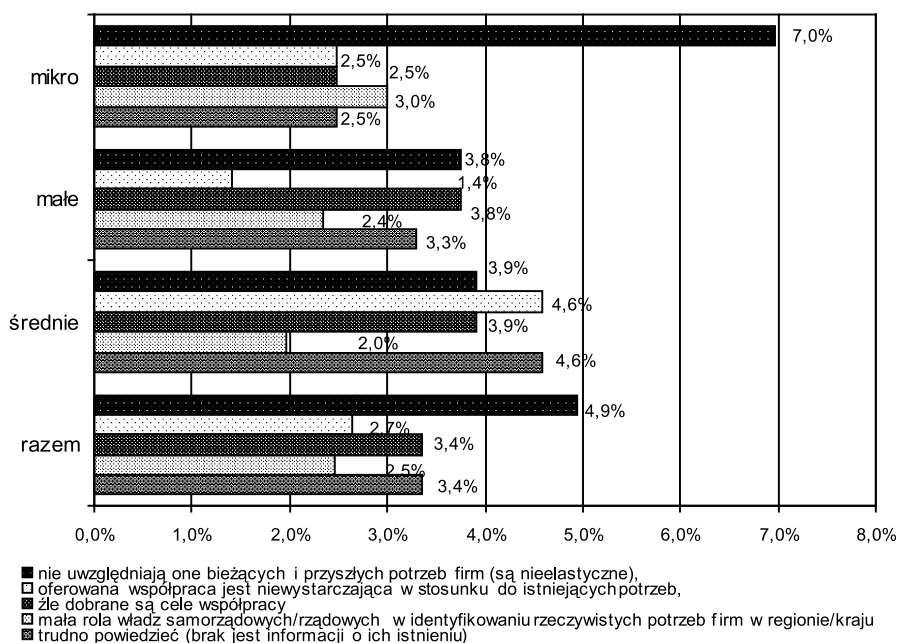
W kolejnym etapie tych badań podjęto próbę oceny dopasowania oferowanych usług przez zewnętrzne instytucje. W najmniejszym stopniu dopasowanie te oceniły mikroprzedsiębiorstwa (rysunek 13).



Rys. 13. Dopasowanie i niedopasowanie oferowanych usług przez zewnętrzne instytucje do potrzeb przedsiębiorstw

Źródło: badania własne

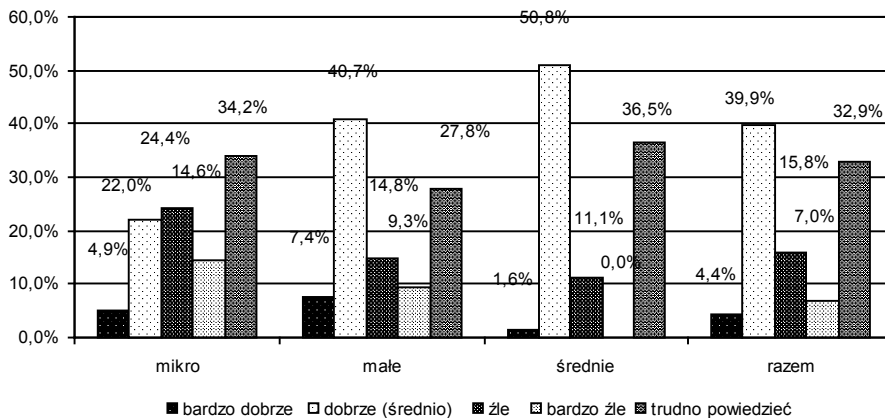
Najlepiej poziom dopasowania oceniły podmioty średnie (ok. 67%). Jest to prawdopodobnie następstwem dość długiej współpracy tej grupy z instytucjami, sporego już doświadczenia w tym zakresie i jednak dosyć pozytywnej ich oceny. Cały sektor ocenił współpracę bardziej pozytywnie (ok. 60%) niż negatywnie (ok. 40%). Oczywiście sprawą dyskusyjną jest odpowiedź na pytanie, czy ten poziom satysfakcji jest zadowalający. Należy bowiem wziąć pod uwagę fakt, że ocena dotyczy podmiotów, które działalność innowacyjną już prowadzą (na średnim lub niskim poziomie zaawansowania). Do głównych przyczyn braku dopasowania można zaliczyć: nieuwzględnianie w ofertach potrzeb przedsiębiorstwa (szczególnie widoczne wśród podmiotów mikro), większe potrzeby w zakresie oferowanej współpracy (podmioty średnie) oraz źle dobrane cele tej współpracy (podmioty małe) (rysunek 14).



Rys. 14. Przyczyny niedopasowania oferowanych usług przez zewnętrzne instytucje do potrzeb przedsiębiorstw

Źródło: badania własne

Niewątpliwie wniosek z tej części badań jest następujący: instytucje muszą dokonać rewizji w zakresie celów współpracy i oferowanego wsparcia dla MSP oraz rozszerzyć zakres tego wsparcia (dotyczy IOB). Ten ostatni czynnik można potraktować jako pozytywny element oceny ich działania (występuje niedobór po stronie podaży tych usług). Do dokonania oceny służą też dane przedstawiające dostępność oferty tych instytucji (rysunek 15).

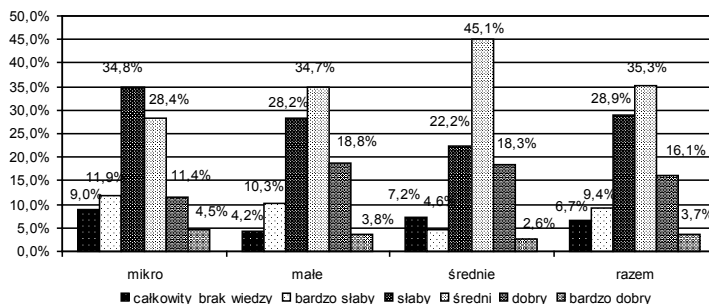


Rys. 15. Ocena stopnia dostępności oferowanych usług przez zewnętrzne instytucje

Źródło: badania własne

Ocena dostępności jest bardzo zróżnicowana. Jak można było przypuszczać, pozytywna ocena w tym zakresie zależy bezpośrednio od wielkości przedsiębiorstwa i rośnie proporcjonalnie, począwszy od mikro- (22%), a skończywszy ma średnim podmiocie (50%). Najgorzej oceniają dostępność usług mikoprzedsiębiorstwa (14%), a najlepiej średnie (brak oceny negatywnej). Oczywiście i w tym przypadku można zastanawiać się, czy jest ona zadowalająca. Chyba jeszcze nie – wydaje się, że będzie należało ją w najbliższej przyszłości poprawić, m.in. poprzez eliminację barier finansowych.

Potwierdzeniem tezy o dość słabej znajomości zewnętrznych instytucji wśród MSP (ponad 30% przedsiębiorstw nie potrafiło wymienić tych instytucji nie wspominając już o wskazaniu podstawowych ich celów działania) są dane zaprezentowane na rysunku 16.

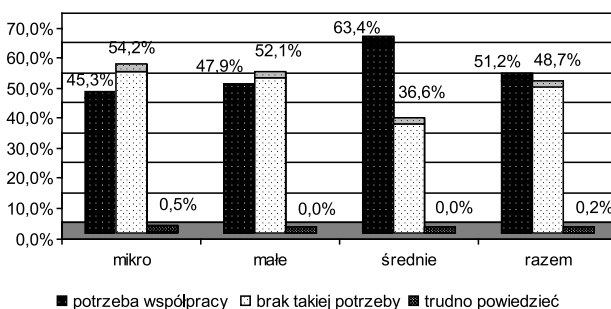


Rys. 16. Ocena stopnia poziomu wiedzy przedsiębiorstw w zakresie możliwości współpracy z instytucjami zewnętrznymi

Źródło: badania własne

Ponad 16% podmiotów praktycznie nie posiada wiedzy na temat funkcjonowania zewnętrznych instytucji. Ok. 30% ocenia tę wiedzę jako słabą, a tylko 35% jako zadowalającą. Odsetek tych, którzy uważają się za bardzo dobrych znawców, jest bardzo mały (ok. 4%).

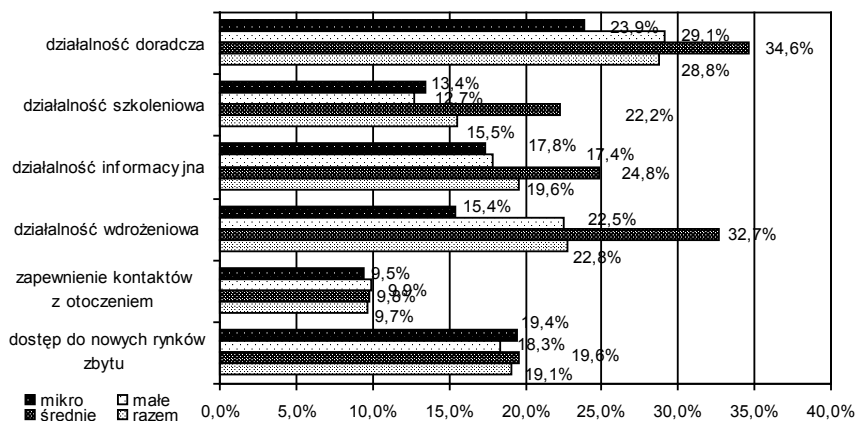
Podsumowaniem tych badań jest pytanie o przyszłość – czy MSP zamierza kontynuować (nawiązać) współpracę w przyszłości, do 2013 roku? Wyniki nie są zbyt optymistyczne (rysunek 17).



Rys. 17. Zapotrzebowanie na współpracę (pomoc) MSP ze strony instytucji zewnętrznych do roku 2013

Źródło: badania własne

Prawie pół sektora MSP w przyszłości zamierza współpracować z instytucjami zewnętrznymi i druga jego część, mniej więcej tej samej wielkości, nie zamierza podejmować takiej współpracy. Podobnie jak w poprzednich przypadkach, podobnie i tutaj, skłonność do pozyskiwania pomocy we wdrożeniach innowacyjnych uzależniona jest od wielkości przedsiębiorstwa (najmniej przy mikropodmiotach, największa przy średnich podmiotach). Zakres tej współpracy przedstawiono na rysunku 18.



Rys. 18. Zakres zapotrzebowania na współpracę dla MSP ze strony instytucji zewnętrznych do roku 2013

Źródło: badania własne

W największym zakresie z pomocy (współpracy) zamierzają korzystać przedsiębiorstwa średnie. Dotyczy to zasadniczo wszystkich obszarów działalności, od działalności doradczej, przez szkoleniową do wdrożeniowej. Niezwykle interesujący jest szczególnie ten ostatni wymieniony element, sugeruje on pogłębianie dyfuzji wiedzy i nowych rozwiązań wśród MSP. Szkoda jednak, że zainteresowanie to zmniejsza się wraz z wielkością badanych podmiotów. Można tutaj zastanawiać się również, czy zainteresowanie ze strony MSP na poziomie 32-34% jest satysfakcjonujące i czy możliwości tych instytucji zostaną w pełni wykorzystane. Należy przypuszczać, że część wiedzy (pomocy) nie będzie pochodzić bezpośrednio od nich, lecz od innych podmiotów otoczenia, np. z sieci wzajemnych powiązań partnerskich. Rola instytucji ulegnie więc przeobrażeniu, co zmusi je do przystosowania się do nowej rzeczywistości.

Podsumowanie

Na podstawie najnowszych badań można stwierdzić, że MSP ocenia dotychczasowe funkcjonowanie instytucji w otoczeniu na średnim poziomie (jest ono zdecydowanie lepsze niż kilka lat temu, np. w 2007 roku). Generalnie pozytywny bądź negatywny charakter oceny uzależniony jest od wielkości przedsiębiorstwa. Najbardziej pozytywnie oceniają ich działanie podmioty średnie, najbardziej sceptyczne są podmioty mikro. Również taka systematyka dotyczy skłonności do korzystania ze współpracy z tymi instytucjami. Jest to skutek lepszej o nich wiedzy przedsiębiorstw większych, co znajduje wyraz w znacznie większej skłonności do współpracy właśnie średnich podmiotów (ponadto posiadają one znacznie bardziej zamożniejszy portfel, co w przypadku komercyjnych działań tych instytucji nie pozostaje bez znaczenia). Dlatego też w najbliższej przyszłości (do 2013 roku) należy podejmować wysiłki na rzecz zachęcania szczególnie mikropodmioty do sięgania po nowe rozwiązania w otoczeniu, aktywnie włączając je do dyfuzji wiedzy i innowacyjności. W tym celu należy eliminować przeszkody i to zarówno po stronie instytucji, jak i samych przedsiębiorstw. Do tych pierwszych należy niewątpliwie zaliczyć: nadal słaby system przepływu informacji o samym systemie, jak i roli, do jakiej został on powołany (mikro- i małe podmioty gospodarcze nadal mają bardzo ograniczoną wiedzę na jego temat); często słaby poziom świadczonych usług (niedopasowanie usług do potrzeb potencjalnych usługobiorców, zbyt wysokie koszty tych usług, źle dobrane cele wsparcia itd.) oraz poprawienie dostępności oferowanych usług (zmiana nastawienia instytucji do przedsiębiorców, zwiększenie liczby punktów kontaktowych w poszczególnych regionach, dywersyfikacja oferowanych usług w zależności od wielkości przedsiębiorstwa i regionu). Natomiast do tych drugich należy brak świadomości przedsiębiorców co do znaczenia tych instytucji w dyfuzji innowacji (ogólnie wiedzy). Konieczna jest zmiana mentalności właścicieli MSP w zakresie większego otwarcia się na otoczenie¹². Tylko ono może (w różnym kontekście) zapewnić nowe rozwiązania o charakterze technologicznym, organizacyjnym, marketingowym itd. Zamknięcie się przedsiębiorstw (szczególnie mikro i małych) we własnym kręgu oznaczać będzie dla nich „wegetację” bez możliwości dokonywania zmian (mają one

¹² R. Stanisławski, *Współpraca przedsiębiorstw warunkiem rozwoju innowacyjnego sektora MSP w Polsce* [w:] M. Matejun (red.), *Wyzwania i perspektywy zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010.

ogólnie za małe środki finansowe, aby samemu prowadzić działalność B+R). Należy pamiętać, że zmiany są wyznacznikiem sukcesu większości organizacji gospodarczych, zapewniającym elastyczność i dopasowanie się do wymagań rynku, podniesienia swojej konkurencyjności itd. Należy to uświadomić przedsiębiorcom najszybciej jak to możliwe.

Szeroko rozumiane zewnętrzne instytucje są jednym ze źródeł dostarczania wymaganej do tych zmian wiedzy (część wiedzy może być przekazywana poza nimi), stąd niepokojące jest wskazanie (i to w takim dużym przedziale) przez podmioty MSP braku potrzeby takiej współpracy z nimi (ok. 61%). Należy mieć jedynie nadzieję, że nastąpi poprawa w tym zakresie w ciągu najbliższego okresu i tym samym wzrost faktycznej innowacyjności całego sektora MSP.

Literatura

Badania własne (niepublikowane), Projekt badawczy *Polityka wspierania innowacyjności sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – analiza uwarunkowań i ocena realizacji*, 2008-2010;

Dzierżanowski M., Rybacka M., Szultka S., *Kierunki inwestowania w nowoczesne technologie w przedsiębiorstwach MSP*, Raport z badania ankietowego, PARP, Warszawa 2007;

European Innovation Scoreboard (EIS) 2009, *Comparative analysis of innovation performance*, European Commission, Brussels 2010;

Flash Innobarometer, Analytical report nr 267/2009;

Janasz W., Kozioł K., *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007;

Jasiński A.H., *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Difin, Warszawa 2006;

Maik R., Gołoś A., Szczerbacz K., Walkiewicz P., *Strategiczne źródła informacji w działalności przedsiębiorstw*, Raport z badania, PARP, Warszawa 2010;

Special Eurobarometer, Science and Technology, European Commission nr 340/2010;

Stanisławski R., *Instytucje wsparcia biznesu w procesie zwiększania innowacyjności MSP w Polsce* [w:] H. Howaniec, W. Waszkielewicz (red.), *Uwarunkowania rozwoju systemów zarządzania*, Wydawnictwo Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2009.

Stanisławski R., *Rola szkolnictwa wyższego w procesie komercjalizacji wiedzy w Polsce* [w:] I. Staniec (red.), *Kształcenie menedżerów na uczelni technicznej*, Monografie PŁ, Łódź 2010;

Stanisławski R., *Współpraca przedsiębiorstw warunkiem rozwoju innowacyjnego sektora MSP w Polsce* [w:] Matejun M. (red.), *Wyzwania i perspektywy zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010;

Wojnicka E. (red.), *Perspektywy rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw wysokich technologii w Polsce do 2020 roku*, Ekspertyza dla Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005;

Żołnierski A., *Innowacyjność polskich mikro przedsiębiorstw*, Raport z badania, Pentor, Warszawa 2005.

Summary

The development of innovativeness in the SME sector requires co-operation to the surrounding area. The external institutions of the business are created to help businessmen in the diffusion of the innovation. Unfortunately, this co-operation between institutions and enterprises (particularly micro and small) does not run without disturbances. The reason of such situation should be searched in both side of: enterprises and external institutions. Elimination of mutual barriers is the challenge on the future. The main aim of the article was to accomplish the synthetic analyses of functioning the support systems for the SME, from the point of view of enterprises.

Translated by Robert Stanisławski