

Robert Stanisławski, Edward Stawasz

Wnioski i rekomendacje na rzecz polityki innowacyjnej skierowanej do MSP

Ekonomiczne Problemy Usług nr 70, 365-398

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

*EDWARD STAWASZ**

Uniwersytet Łódzki

10. WNIOSKI I REKOMENDACJE NA RZECZ POLITYKI INNOWACYJNEJ SKIEROWANEJ DO MSP

Na podstawie wyników osiągniętych w ramach prowadzonych badań sformułowano liczne uogólnienia i wnioski dotyczące oceny realizacji polityki innowacyjnej w Polsce i uwarunkowań jej rozwoju w odniesieniu do sektora MSP. Przedstawione zostaną one w dwóch częściach. Pierwsza z nich obejmuje te wnioski, które wynikają z badania innowacyjności MSP, druga zaś dotyczy polityki innowacyjnej, a w zasadzie instrumentów wykorzystywanych w jej ramach na rzecz poprawy innowacyjności i konkurencyjności badanego sektora. Uogólnienia przedstawione w drugiej części (wraz z rekomendacjami) dotyczyć będą oddzielnie instrumentów finansowego wsparcia (programów rządowych i unijnych) oraz instrumentów pozafinansowych (działalności doradczej, szkoleniowej, wdrożeniowej i innej) oferowanych przez instytucje otoczenia biznesu.

Warto jeszcze przed dokonaniem podsumowania obejmującego wszystkie poprzednie części niniejszej publikacji zwrócić uwagę na fakt, że analizowane w jej ramach zagadnienia są nowe dla polskiej gospodarki, tzn. swoim zasięgiem obejmują niezbyt długi okres (kilka ostatnich lat). Tak naprawdę o rozwoju polskiej polityki innowacyjnej zaczęto mówić na początku lat 90., a tworzyć jej podstawy (wraz z systemem wsparcia) na początku tego wieku. Ogromne znaczenie dla rozwoju miał fakt uzyskania przez Polskę statusu kraju członkow-

* Autor punktu 10.1.

skiego UE w 2004 roku i włączenie jej do strategii lizbońskiej zakładającej podnoszenie konkurencyjności gospodarek (przemysłu) poprzez innowacyjność. Samo badanie objęło jeszcze krótszy okres (kilka ostatnich lat – 2007–2009), przez co zarówno wnioski, jak i rekomendacje nie będą zapewne uwzględniały wszystkich aspektów nurtujących badaczy zajmujących się problematyką MSP w Polsce. Główny nacisk położony został na wybranych zagadnieniach z uwzględnieniem uwarunkowań rozwoju innowacyjnego tego sektora wspieranego przez realizowane założenia polityki innowacyjnej państwa.

10.1. Innowacyjność polskiego sektora MSP

1. Badaniami objęto 372 podmioty gospodarcze z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, z tego: 109 należało do grupy przedsiębiorstw nieinnowacyjnych (29,3% całości próby), a 263 do grupy przedsiębiorstw innowacyjnych (70,7% całości próby). Proporcja ta wynikała z założeń metodologicznych badań. Próba przedsiębiorstw była wyraźnie zróżnicowana pod względem przestrzennym, branżowym i rynków zbytu, a także według skali i wieku przedsiębiorstw. Pozwala to na podjęcie próby formułowania wniosków i uogólnień co do stanu innowacyjności sektora MSP w Polsce w latach 2007–2009, uwarunkowań i problemów, potrzeb i zamierzeń dotyczących rozwoju innowacji w latach 2011–2013 w różnych przekrojach przedsiębiorstw i zagadnień.
2. Przedsiębiorstwa innowacyjne (263 podmioty) charakteryzują się wysoką innowacyjnością w porównaniu do ogółu MSP w Polsce, biorąc pod uwagę wskaźnik udziału sprzedaży wyrobów nowych i zmodernizowanych w ogólnej sprzedaży. Równocześnie badane przedsiębiorstwa były bardzo zróżnicowane, co pozwoliło na wyodrębnienie grupy o obniżonej innowacyjności oraz grupy o podwyższonej innowacyjności. Przedsiębiorstwa o podwyższonej innowacyjności były bardziej aktywne we wprowadzaniu innowacyjnych zmian we wszystkich obszarach działalności w porównaniu z przedsiębiorstwami o obniżonej innowacyjności. Stosunkowo największe różnice występowały we wprowadzaniu zmian w produktach oraz w zarządzaniu i marketingu. Przedsiębiorstwa o podwyższonej innowacyjności wprowadziły zmiany innowacyjne o wyższym stopniu nowości, znacznie częściej wskazywały

także na wymierne korzyści z podejmowanej działalności innowacyjnej, głównie o charakterze rynkowym, w porównaniu z przedsiębiorstwami o obniżonej innowacyjności.

3. Innowacyjne MSP odznaczają się wysoką skłonnością (motywacją) do innowacji, przyjmując jako miarę rolę innowacji w poprawie wyników przedsiębiorstw (pozycja konkurencyjna na rynku, korzyści ekonomiczne). Świadczy to także o dobrym zrozumieniu pojęcia innowacji i jej znaczenia dla funkcjonowania przedsiębiorstw. Duże znaczenie innowacji w działalności badanych MSP znajduje potwierdzenie w analizie priorytetów rozwojowych właścicieli dotyczące ich przedsiębiorstw w perspektywie najbliższych trzech lat. Prawie wszyscy wykazują orientację pro wzrostową i proinnowacyjną, zakładając wzrost skali swoich przedsiębiorstw oraz rozwój nowego produktu lub technologii. Oznacza to, że rozwój przedsiębiorstw odbywać się będzie poprzez innowacyjność produktów lub technologii, modernizację aparatu wytwórczego oraz ekspansję na rynku krajowym. Ocena roli innowacji jest zróżnicowana, jeśli uwzględniony zostaje podział przedsiębiorstw według innowacyjności. Im wyższy poziom innowacyjności i oryginalności wprowadzanych zmian, tym wyższa ocena roli innowacji w funkcjonowaniu przedsiębiorstw, wyższa ocena korzyści osiągniętych z innowacji w stosunku do poniesionych nakładów. Jednak warto zauważyć, że ponad 1/3 przedsiębiorstw nisko innowacyjnych nie stwierdziła takiej pozytywnej relacji, co może wskazywać na ich słabości w dziedzinie zarządzania innowacjami, w tym na problemy w zrozumieniu istoty i roli innowacji w rozwoju przedsiębiorstw (dotyczy to zwłaszcza przedsiębiorstw o najmniejszej skali działalności). Skłonność do innowacji jest zróżnicowana według skali i wieku przedsiębiorstw. Im większe i starsze przedsiębiorstwo, tym wyższa ocena roli innowacji. Można stwierdzić zatem, że najwyższą skłonność do innowacji (i najlepsze ich zrozumienie) wykazują przedsiębiorstwa o wyższej innowacyjności, zarazem większe i dojrzałe (powyżej 10 lat funkcjonowania na rynku). Z kolei najniższą skłonność innowacyjną (i stosunkowo słabsze zrozumienie innowacji) wykazują przedsiębiorstwa nisko innowacyjne, zarazem o mniejszej skali działania i młodsze.

4. Strategie innowacyjne MSP można określić jako mieszane, tzn. bazujące na wykorzystaniu własnych zasobów i pomysłów oraz źródeł zewnętrznych obejmujących współpracę i kontakty z innymi przedsiębiorstwami, instytucjami sfery nauki i techniki, innowacyjnego otoczenia biznesu, ogólnodostępną wiedzę itp., jednak z przewagą źródeł wewnętrznych. Dotyczą one przede wszystkim własnych pomysłów kierownictwa i/lub pracowników oraz pomysłów będących wynikiem pracy działu /stanowisk marketingowych. Marginalne znaczenie mają własne prace rozwojowe (w tym prace B+R). Spośród źródeł zewnętrznych podstawowe znaczenie mają zakupy rzeczowe, a niewielką popularność zakupy wyników prac B+R, patentów, licencji i *know-how*. Znaczenie poszczególnych źródeł innowacji wykazuje niewielkie zróżnicowanie przy uwzględnieniu podziału przedsiębiorstw według innowacyjności.
5. Wydatki na innowacje finansowane były przede wszystkim ze źródeł własnych przedsiębiorstw. Ze źródeł własnych korzystały wszystkie badane MSP, a ich średni udział wyniósł 82,5% łącznych wydatków na innowacje. Z obcych źródeł finansowania wydatków na prace innowacyjne korzystało 32,6% przedsiębiorstw, a średni udział źródeł obcych w łącznym finansowaniu wyniósł 17,5%, z tego 10,5% wydatków pochodziło ze źródeł publicznych, a 7% ze źródeł komercyjnych. Im bardziej innowacyjne MSP, tym w szerszym stopniu korzysta z obcych źródeł finansowania. Dotyczy to zwłaszcza wydatków finansowych ze źródeł obcych publicznych, co świadczyć może o większej skuteczności przedsiębiorstw o podwyższonej innowacyjności w korzystaniu ze środków pomocowych na innowacje. Programy pomocowe często stawiają wnioskodawcom wysokie wymagania pod względem poziomu nowoczesności i skali planowanych przedsięwzięć innowacyjnych.
6. Współpraca z otoczeniem sprzyja podejmowaniu i realizacji innowacji oraz uzyskiwaniu wymiernych korzyści. Z badań wynika, że im bardziej innowacyjne MSP, tym szerszy zakres współpracy z otoczeniem i skala uzyskanych korzyści. Wydaje się, że zależność jest w tym przypadku następująca: im szerszy zakres współpracy z otoczeniem, tym wyższa ich innowacyjność i lepsza ocena uzyskanych korzyści. Z badań wynika, że połowa słabo innowacyjnych MSP nie nawiązała współpracy z otoczeniem, by realizować innowacje bądź nie odniosła z tego tytułu żadnych wymiernych korzyści, podczas gdy w przypadku przedsiębiorstw wysoko innowacyjnych wskaźnik ten wyniósł 39%. Świadczy

to o dużych problemach MSP w nawiązaniu współpracy z otoczeniem w dziedzinie innowacji, a zwłaszcza w osiągnięciu wymiernych korzyści z tej współpracy.

7. Stosunkowo największą użyteczność dla rozwoju innowacyjnego przedsiębiorstw mają kontakty (formalne bądź nieformalne) z przedsiębiorstwami krajowymi i zagranicznymi. Służą one MSP jako źródło innowacyjnych pomysłów i rozwiązań oraz zapewniają przedsiębiorstwom niezbędne usługi do realizacji innowacji, m.in. wejście na rynek z nowym produktem lub usługą, dostęp do usług produkcyjnych, dystrybucyjnych. Znacznie niżej oceniono współpracę z uczelniami lub centrami badawczymi. Żadne z badanych MSP nie współpracowało z zagranicznymi uczelniami lub centrami B+R. Wydaje się, że świadczy to bądź o małej oryginalności realizowanych innowacji, bądź o ograniczonej użyteczności krajowych instytucji B+R. Brak zagranicznych instytucji B+R na liście pożądanых partnerów świadczyć może o ich bardzo słabych kontaktach zagranicznych w świecie nauki i badań. Mało użyteczne są kontakty z konsultantami oraz organizacjami wspierania biznesu.
8. Jeśli chodzi o problemy współpracy z otoczeniem w dziedzinie innowacji, to największą lukę w zaspokojeniu potrzeb rozwoju innowacyjnego odnotowano w przypadku informacji naukowej i rynkowej oraz szkoleń. Problem niezaspokojonych potrzeb dotyczących informacji naukowej dotyka głównie przedsiębiorstw o obniżonej innowacyjności, co być może sygnalizuje występowanie większych problemów z nawiązaniem kontaktów z instytucjami B+R w porównaniu do przedsiębiorstw o podwyższonej innowacyjności. Z kolei te ostatnie mają większe problemy z uzyskaniem informacji rynkowej, zwłaszcza dotyczącej rynków zagranicznych, co znajduje odzwierciedlenie w stosunkowo wysokiej ocenie kontaktów z zagranicznymi podmiotami gospodarczymi.
9. Zdolność innowacyjna MSP (mierzona udziałem procentowym wydatków na innowacje w ogólnej sprzedaży przedsiębiorstw) była bardzo zróżnicowana w badanej próbie i wyraźnie skorelowana z poziomem innowacyjności przedsiębiorstw. Wydaje się, że zależność jest w tym przypadku następująca: im wyższa zdolność innowacyjna przedsiębiorstw, tym wyższa ich innowacyjność. Jednak generalnie zdolność innowacyjna przedsiębiorstw jest niewystarczająca dla samodzielnego rozwoju innowacji, biorąc pod uwagę okres trzech następnych lat. Jedynie

- 1/4 MSP jest w stanie całkowicie samodzielnie realizować swoje zamierzenia innowacyjne. Warto zwrócić uwagę, że przedsiębiorstwa, które nie zamierzają rozwijać innowacji, mają wystarczające własne zdolności innowacyjne (dotyczy to w pierwszej kolejności przedsiębiorstw o obniżonej innowacyjności). Może to oznaczać, że rozstrzygające znaczenie mają tutaj czynniki motywacyjne. Im bardziej ambitny program rozwoju innowacji (planowany stopień nowości innowacji), tym bardziej krytyczne oceny możliwości własnych dotyczących ich realizacji.
10. Duże znaczenie innowacji w działalności innowacyjnych MSP znajduje potwierdzenie w analizie priorytetów rozwojowych właścicieli dotyczących ich przedsiębiorstw w perspektywie najbliższych trzech lat. Prawie wszyscy wykazują orientację prowzrostową i proinnowacyjną, zakładając wzrost skali swoich przedsiębiorstw oraz rozwój nowego produktu lub technologii. Oznacza to, że rozwój przedsiębiorstw będzie miał charakter proinnowacyjny, odbywać się będzie poprzez innowacyjność produktów lub technologii, modernizację aparatu wytwórczego oraz ekspansję na rynku krajowym. Dotyczyć to będzie szczególnie przedsiębiorstw o podwyższonej innowacyjności, które będą bardziej aktywne we wprowadzaniu innowacji we wszystkich obszarach działalności w porównaniu z przedsiębiorstwami o obniżonej innowacyjności. Można przypuszczać, że zakres i oryginalność planowanych przedsięwzięć rzutują na dalszy rozwój innowacyjny, a tym samym na rozwój zdolności innowacyjnej i potrzeby innowacyjne badanych przedsiębiorstw.
 11. Planowane strategie innowacyjne badanych MSP w latach 2011–2013 można określić jako mieszane, tzn. bazujące na wykorzystaniu własnych zasobów i pomysłów, jak również źródeł zewnętrznych, jednak preferowane będzie wykorzystanie źródeł obcych. Wynika to zapewne z niskiej samooceny zdolności przedsiębiorstw do samodzielnego rozwoju innowacji. Są one niejako zmuszone do współpracy z otoczeniem rynkowym i naukowo-technicznym i do starań o publiczne wsparcie swoich wysiłków innowacyjnych. Dotyczy to zarówno przedsiębiorstw o obniżonej, jak i podwyższonej innowacyjności, niezależnie od ich skali i wieku. Jeśli chodzi o szczegółowe sposoby realizacji rozwoju innowacyjnego, to będzie to przede wszystkim lepsze wykorzystanie własnych zasobów, głównie kadrowych (kierownictwa i pracowników), a w dalszej kolejności rozważane są: zakupy środków trwałych oraz lepsza współ-

praca z otoczeniem. Są to sposoby wskazujące raczej na usprawnienia istniejących rozwiązań niż radykalne podnoszenie poziomu nowoczesności przedsiębiorstw. Działania wymagające wysiłków skierowanych na rozwiązania nowoczesne mają znacznie mniejsze znaczenie (dotyczy to zakupów nowych technologii i praw czy powiększania własnych działów rozwojowych). Pewne znaczenie przypisuje się naśladownictwu obcych rozwiązań.

12. Zdecydowana większość badanych MSP sygnalizuje zapotrzebowanie na wyspecjalizowane usługi niezbędne do podejmowanych innowacji w okresie trzech najbliższych lat (2011–2013). Dotyczy to szczególnie przedsiębiorstw o podwyższonej innowacyjności. Można przypuszczać, że zakres i oryginalność planowanych przedsięwzięć rzutują na rozwój zdolności innowacyjnej, a tym samym na potrzeby innowacyjne badanych przedsiębiorstw. Zapotrzebowanie na usługi niezbędne do podejmowanych innowacji dotyczy głównie dostępu do kapitału oraz nawiązywania nowych kontaktów biznesowych ułatwiających realizację innowacji. Zgłaszanie zapotrzebowania na usługi finansowe dotyczy bądź skali podejmowanych inwestycji przez przedsiębiorstwa, bądź świadczy o występowaniu problemów ze zrozumieniem istoty i skali innowacji – charakterystycznych dla przedsiębiorstw słabo lub nieinnowacyjnych. Zagadnienie nawiązania nowych kontaktów biznesowych świadczy o potrzebie współpracy z innymi przedsiębiorstwami w zakresie realizacji innowacji i dotyczy m.in. wejścia na rynek z nowym produktem lub usługą, dostępu do usług produkcyjnych, dystrybucyjnych. Jest to problem typowy dla przedsiębiorstw o wyższej aktywności innowacyjnej. Niewielkie znaczenie mają także dostęp do nowej wiedzy, a więc kontakty z uczelniami wyższymi i instytutami badawczymi oraz wyspecjalizowane usługi doradcze, szkoleniowe w zakresie innowacji. Obie te kwestie są charakterystyczne dla aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw i wskazują na potrzebę rozwoju wewnętrznej, wyspecjalizowanej zdolności innowacyjnej, wzmacniającej głównie potencjał techniczny i rozwojowy oraz kadrowy przedsiębiorstw. Minimalne znaczenie mają usługi szkoleniowe w zakresie innowacji, co może wskazywać bądź na niski poziom i użyteczność ofert szkoleniowych skierowanych do sektora innowacyjnych MSP, bądź na niską samoocenę własnych umiejętności absorpcji świadczonych usług.

13. Znaczenie poszczególnych usług zewnętrznych dla podejmowanych innowacji jest wyraźnie zróżnicowanie, jeśli uwzględnimy podział przedsiębiorstw według innowacyjności. Przedsiębiorstwa o obniżonej innowacyjności częściej podkreślają zapotrzebowanie na usługi finansowe niż przedsiębiorstwa o podwyższonej innowacyjności. Odmierna sytuacja występuje przy ocenie znaczenia nawiązania nowych kontaktów biznesowych w dziedzinie innowacji: przedsiębiorstwa o podwyższonej innowacyjności częściej sygnalizują takie potrzeby w porównaniu do przedsiębiorstw o obniżonej innowacyjności. Wydaje się, że świadczy to o większym zaawansowaniu działalności innowacyjnej oraz bardziej ambitnych planach dotyczących innowacji i ich roli w rozwoju przedsiębiorstw. Zapotrzebowanie na usługi umożliwiające zdobycie nowej wiedzy oraz wyspecjalizowane usługi doradcze i szkoleniowe dotyczące innowacji nie różni się istotnie dla obu grup przedsiębiorstw i świadczy o ich zamiarze rozwoju wewnętrznej zdolności innowacyjnej o bardzo wyspecjalizowanym charakterze.
14. Główną przyczyną niepodjęcia działalności innowacyjnej w latach 2007–2009 przez nieinnowacyjne MSP (109 podmiotów) był niedostatek kapitału. Pewne znaczenie miała obawa przed ryzykiem oraz to, że nie było rozwiązań gotowych do komercjalizacji. Z pogłębionej analizy przyczyn niepodjęcia działalności innowacyjnej wynika, że były to zarówno czynniki związane ze zdolnością innowacyjną, jak i skłonnością do innowacji, choć te pierwsze miały znaczenie podstawowe. Brak zdolności innowacyjnej dotyczył przede wszystkim środków finansowych niewystarczających na realizację innowacji oraz niezdolności do tworzenia lub zakupu rozwiązań gotowych do komercjalizacji. Wydaje się, że w tym ostatnim przypadku badane przedsiębiorstwa nie miały także wystarczającej zdolności do monitoringu i absorpcji rozwiązań innowacyjnych. Niska skłonność do innowacji dotyczyła głównie obawy przed ryzykiem i niskiej świadomości innowacyjnej, braku wiedzy o instrumentach wsparcia innowacji, a także braku presji rynkowej wymuszającej podejmowanie innowacji.
15. Z analizy priorytetów nieinnowacyjnych MSP w okresie 2011–2013 wynika, że są one zorientowane raczej na przetrwanie niż na wzrost. Służyć temu mają: lepszy dostęp do zewnętrznego finansowania i szkoleń oraz pozyskanie zewnętrznego inwestora. Wydaje się, że planowane

przedsięwzięcia innowacyjne będą miały podobny charakter, tzn. będą związane z poprawą bieżącej pozycji konkurencyjnej i wyników przedsiębiorstw. Wszystkie przedsiębiorstwa deklarują podjęcie działań innowacyjnych (skłonność do innowacji), przede wszystkim produktowych i technologicznych. Motywy podjęcia działalności innowacyjnej mają głównie charakter ekonomiczno-rynkowy, co potwierdza podniesienie skłonności do innowacji badanych MSP. Są to: dążenie do zwiększenia zysków, poprawy jakości i wzrostu rozwoju przedsiębiorstw. Relatywnie mniej ważne motywy związane *stricte* z działalnością innowacyjną to: większa wiedza o rozwiązaniach gotowych do komercjalizacji czy spadek kosztów wdrożeń.

16. Strategie rozwoju innowacyjnego grupy nieinnowacyjnych MSP będą miały charakter zróżnicowany, z przewagą wykorzystania mieszanych źródeł innowacji. Podstawowym źródłem (sposobem) wprowadzenia planowanych zmian innowacyjnych będzie współpraca z otoczeniem oraz zakupy innowacji (rozwiązań, techniki itp.). Pewne znaczenie odgrywać będzie również samodzielne poszukiwanie innowacji poprzez analizę luk na rynku oraz naśladownictwo obcych rozwiązań.
17. Wszystkie nieinnowacyjne MSP zgłaszają zapotrzebowanie na wyspecjalizowane usługi niezbędne do innowacji podejmowanych w okresie 2011–2013. Dotyczyć to będzie przed wszystkim dostępu do kapitału, nowych rynków zbytu oraz źródeł innowacji. Dalsze miejsca zajmuje dostęp do różnego rodzaju usług doradczych i szkoleniowych na rzecz innowacji. Z przeprowadzonych analiz można wysnuć wniosek, że przedsiębiorstwa nieinnowacyjne nie mają wystarczającej zdolności do samodzielnego rozwoju, wdrażania i komercjalizacji gotowych rozwiązań, jak również zdolności do absorpcji innowacji z zewnątrz. Mogą one jedynie w ograniczonym zakresie tworzyć rozwiązania innowacyjne. Dlatego też warunki podjęcia i realizacji innowacji mają zasadniczo charakter zewnętrzny i dotyczą lepszego finansowania zewnętrznego, występowania popytu na innowacyjne produkty bądź usługi oraz dostępu do źródeł innowacji. Aby zatem nieinnowacyjne MSP mogły wprowadzić innowacyjne zmiany, oprócz podniesienia skłonności do innowacji, potrzebują dostępu do nowych rozwiązań z zewnątrz, na które muszą znaleźć zewnętrzne finansowanie oraz na które istnieje popyt rynkowy, a także muszą zdobyć – w pewnym zakresie – umie-

jętności komercjalizacji innowacji. Analizowane przedsiębiorstwa zasadniczo nie prowadzą prac nad tworzeniem rozwiązań, zwłaszcza wymagających badań, lecz potrzebują pracowników o wymaganych umiejętnościach wdrożeniowych. Słabą stroną tych przedsiębiorstw jest monitoring innowacji. Niewielkie znaczenie ma zapotrzebowanie na wyspecjalizowane usługi w zakresie innowacji, co może wskazywać bądź na niski poziom i użyteczność ofert szkoleniowych skierowanych do sektora MSP, bądź na niską samoocenę umiejętności i kompetencji przedsiębiorstw niezbędnych do absorpcji świadczonych usług – podobnie jak w przypadku przedsiębiorstw innowacyjnych.

18. Znaczenie poszczególnych usług dla zamierzonych innowacji jest wyraźnie zróżnicowane, jeśli uwzględnimy podział nieinnowacyjnych MSP według ich skali. Mikroprzedsiębiorstwa częściej podkreślają zapotrzebowanie na usługi finansowe oraz dostęp do nowych rynków zbytu niż przedsiębiorstwa większe. Z kolei przedsiębiorstwa o średniej wielkości częściej podkreślają znaczenie dostępu do wyspecjalizowanych usług w zakresie innowacji, co wskazuje być może na większą zdolność tych przedsiębiorstw do absorpcji świadczonych usług.
19. Na podstawie analizy priorytetów rozwojowych w badanej próbie (372 podmioty) można wyciągnąć wniosek o występowaniu związku między orientacją MSP a ich innowacyjnością. Można tutaj wyróżnić dwie orientacje badanych MSP: rozwojową i ukierunkowaną na przetrwanie. W pierwszym przypadku występuje pozytywna zależność między orientacją rozwojową (innowacyjną) MSP a ich innowacyjnością: im bardziej prorozwojowa orientacja MSP, tym większa innowacyjność. Z kolei w drugim przypadku postawy MSP ukierunkowane na przetrwanie związane są z niższym stopniem innowacyjności. Oznacza to, że im bardziej wyraźna jest postawa MSP związana z przetrwaniem, tym niższy jest stopień innowacyjności.
20. Wszystkie badane MSP (372 podmioty) zgłaszają zapotrzebowanie na wyspecjalizowane usługi niezbędne do planowanych innowacji w okresie 2011–2013. Ranking poszczególnych usług jest podobny w układzie innowacyjności MSP. Różnice występują w znaczeniu tych usług. Kwestię dostępu do kapitału w największym stopniu sygnalizują nieinnowacyjne MSP, a relatywnie w najmniejszym wysoko innowacyjne MSP. Z kolei zapotrzebowanie na kontakty rynkowe jako źródło

wiedzy o nowych rozwiązaniach najczęściej zgłaszają wysoko innowacyjne przedsiębiorstwa, a rzadziej nieinnowacyjne MSP. Z przeprowadzonej analizy można wysnuć wniosek, że wraz ze wzrostem innowacyjności MSP maleje znaczenie zapotrzebowania na dostęp do kapitału, a rośnie zapotrzebowanie na kontakty rynkowe. Wysoko innowacyjne MSP są w stanie skuteczniej pozyskiwać środki finansowe na innowacje w porównaniu do MSP słabiej innowacyjnych czy wręcz nieinnowacyjnych. Problemy z finansowaniem innowacji mogą być także probierzem skłonności (motywacji) innowacyjnej MSP, co często jest głównym – obok braku popytu rynkowego – powodem niepodjęcia innowacji. Znaczenie kontaktów rynkowych z innymi przedsiębiorstwami jako źródła innowacji jest zrozumiałe, jeśli uwzględni się fakt, że dotyczy to innowacyjnych MSP, które przejawiają postawy innowacyjne, mających ograniczoną zdolność innowacyjną i dla których realnym problemem jest pozyskanie sprawdzonych źródeł innowacji z zewnątrz.

10.2. Polityka innowacyjna państwa – instrumenty finansowe

Przeprowadzone badania pozwoliły na wyciągnięcie kilku istotnych wniosków. Na ich podstawie opracowano zalecenia i uwagi w postaci rekomendacji. Zostały one przedstawione poniżej:

1. Nadal (pomimo kilku lat funkcjonowania różnych instrumentów wspierania rozwoju innowacyjnego w Polsce) zasadniczym źródłem finansowania działalności innowacyjnej wśród sektora MSP są wkłady własne (lub połączenie ze sobą źródeł własnych i zewnętrznych). W krajach wysoko innowacyjnych, takich jak Austria czy Finlandia, ze wsparcia publicznego korzysta ok. 50% podmiotów prowadzących działalność innowacyjną, w Polsce (jak wynika zarówno z badań wtórnych, jak i własnych tylko ok. 30%). Za małe jest w tym przypadku zaangażowanie władz centralnych i lokalnych¹.

Ocena i rekomendacja: utrudniony dostęp do zewnętrznego finansowania jest nadal najważniejszym problemem rozwoju innowacyjności w Polsce. Jednakże, jak pokazują badania (zarówno te, jak i wtórne),

¹ Por. J. Łapiński, *Finansowanie działalności innowacyjnej*, (w:) *Źródła pochodzenia innowacji. Innowacyjność 2010*, (red.) A. Wilmańska, J. Łapiński, PARP, Warszawa 2010.

wina znajduje się nie tylko po stronie uwarunkowań w otoczeniu, lecz także wśród samych przedsiębiorców, którzy z różnych przyczyn (np. niechęci do dużych nakładów – wysiłku) rezygnują ze starania się o dostępne środki w ramach zewnętrznego finansowania. Prawdą jest, że ograniczony dostęp do komercyjnych środków wynika (w znacznej części) głównie z ich nieprzyjawnego nastawienia do działań innowacyjnych (zbyt wysokie oprocentowanie, żądania zbyt wysokich udziałów w przyszłych zyskach itd.). Stąd też konieczność łączenia ze sobą różnych źródeł i form finansowania, w tym włączenia własnych środków. Opieranie działalności innowacyjnej na najłatwiej dostępnych funduszach nie jest pozytywnym zjawiskiem, gdyż w większości przypadków nie można liczyć na duże efekty. Innowacyjność wymaga bowiem sporych nakładów i współpracy na szerszą skalę. Jak pokazują doświadczenia innych państw europejskich, jest ona związana z zaangażowaniem środków komercyjnych (łatwiejszym dostępem do kredytów, współpracą ze strony aniołów biznesu itd.) oraz koniecznością dużej pomocy ze strony władz państwowych i lokalnych. Ograniczenia w dostępie do zewnętrznych źródeł są ogromną przeszkodą dla podmiotów mniejszych. Finansowanie np. działalności rozwojowej i badawczej w ramach własnych zasobów jest wręcz niemożliwe. Na takie wydatki mogą sobie pozwolić (i to w ograniczonym stopniu) właściwie tylko podmioty większe. Receptą na taki stan rzeczy może być modernizacja istniejącego systemu finansowania innowacyjnego MSP, w tym rozbudowa tych form, które są bardziej przyjazne dla małych i średnich inwestorów. Mowa tutaj o mikropożyczkach, funduszach poręczeniowych i pożyczkowych. Nie bez znaczenia jest również wykorzystanie możliwości wynikających z środków publicznego wsparcia (głównie unijnego). Konieczna jest jednak zmiana nastawienia przedsiębiorców, aby uświadomili sobie, że to do nich należy poniesienie nakładów (wysiłku) związanych z pozyskaniem funduszy i że nikt im sam tego nie zaproponuje.

2. Wśród źródeł zewnętrznych pomoc publiczna nie jest kluczowym elementem wspierania rozwoju innowacyjnego MSP. Z badań (zarówno własnych, jak i wtórnych) wynika, że w Polsce jedynie co trzecie przedsiębiorstwo wykorzystywało finansową pomoc publiczną. Jest to zdecydowanie za mało w porównaniu z innymi krajami europejskimi, gdyż

dostęp do takiej pomocy wpływa, jak pokazują doświadczenia liderów innowacyjności na naszym kontynencie, motywująco na wdrożenia nowych rozwiązań do przemysłu.

Ocena i rekomendacja: wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania wpływają negatywnie na wykorzystywanie pomocy publicznej. Jak pokazują badania wtórne², Polska pod względem udziału przedsiębiorstw, które korzystały ze wsparcia publicznego, w jest Europie na 10. miejscu, po takich krajach, jak Austria i Finlandia, będących liderami innowacyjności. W najmniejszym stopniu przedsiębiorstwa w Polsce korzystają z pomocy jednostek szczebla centralnego (17. pozycja) oraz lokalnego (11. pozycja). Najlepiej wykorzystujemy środki pomocowe pochodzące z Unii Europejskiej (czwarta pozycja). Do poprawy istniejącej sytuacji konieczne jest większe zaangażowanie przedsiębiorstw w staraniach o środki publiczne i zachęcanie ich do podejmowania działalności innowacyjnej pomimo niezbyt korzystnych warunków otoczenia. Warto uświadomić przedsiębiorców, że nie mogą się zniechęcać, nawet jeżeli do tej pory ich działania nie przynosiły efektów. Ze strony państwa istnieje potrzeba wyraźnego zaznaczenia faktu istnienia programów wsparcia (dotarcie z informacją do potencjalnych beneficjentów). Chodzi m.in. o takie programy, jak: „Paszport do eksportu”, „Bon na innowacje”, „Patent plus” i inne.

3. Niski poziom wykorzystania finansowej pomocy publicznej jest wynikiem istnienia określonych uwarunkowań o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym. Wśród tych pierwszych można wymienić m.in. brak skłonności przedsiębiorców do korzystania z dostępnych instrumentów, brak doświadczenia w pozyskiwaniu środków finansowych, brak wizji wykorzystania środków. Drugą grupę tworzą uwarunkowania zewnętrzne, do których niewątpliwie można zaliczyć: zbyt skomplikowane procedury, biurokrację, małą liczbę instytucji wspierających w regionie, brak dopasowania pomocy do potrzeb firmy itd.

Ocena i rekomendacja: eliminacja zewnętrznych barier staje się obecnie najważniejszym wyzwaniem istniejącego systemu wsparcia. Z badań wynika, że główną przyczyną niepodejmowania prób ubiegania się o pomoc finansową są zbyt skomplikowane procedury. Wniosek nasuwa

² Ibidem.

się tutaj sam: należy je koniecznie uprościć, przy zachowaniu kryteriów bezpieczeństwa. Utrudniony dostęp spowodowany skomplikowanymi procedurami pociąga za sobą inny ważny czynnik, jakim są koszty ubiegania się o taką pomoc. Ogólnie oznaczają one nakłady, jakie przedsiębiorca musi ponieść w związku z podejmowaną próbą pozyskania środków. Jest to z kolei następstwo zbyt biernego (pasywnego) traktowania przedsiębiorców przez administrację, co w praktyce oznacza małe zaangażowanie instytucji w wymierną pomoc na rzecz podmiotów w procesie składania wniosków. Badani często zarzucali urzędnikom, że ich rola sprowadza się do oceny i krytykowania, a nie do udzielenia konkretnych porad, jak należy wypełnić wnioski, jakich unikać błędów, aby wzrosło prawdopodobieństwo uzyskania wsparcia. Respondenci najlepiej ocenili liczbę instytucji w otoczeniu. Najmniejsza liczba wskazań sugeruje, że nie stanowi to przeszkody w ubieganiu się o zewnętrzne środki finansowe, a liczba tych instytucji jest wystarczająca. Z drugiej strony poprawa zasad funkcjonowania systemu pomocy nie oznacza całkowitego wyeliminowania skarg ze strony przedsiębiorców. Jest to następstwo nastawienia Polaków do rzeczywistości, przejawiającego się ciągłym niezadowoleniem i zgłaszaniem wiecznych pretensji na zasadzie: „jak nam jest ciągle źle”. Przejawem takiego zachowania jest wskazanie braku zaproponowania takiej pomocy przez instytucje w regionie (w dalszej części badania). Oznacza to, że według opinii przedsiębiorców, rolą systemu wsparcia powinno być nie tylko proponowanie użytecznych rozwiązań pomocowych, lecz również przedstawianie przedsiębiorcom konkretnych rozwiązań w bezpośredniej formie. Takie podejście przedsiębiorców jest naganne i dowodzi nastawienia o charakterze roszczeniowym. Wynikać to może z faktu, że znaczna część przedsiębiorców biorących udział w badaniu prowadzi swoją działalność powyżej 12 lat, co oznacza, że są przyzwyczajeni do opiekuńczej roli państwa i wynikających z tego następstw. Jedyne, co może zrobić w tej sytuacji rząd, to zapewnić lepszy system informacji o dostępnych programach. W gestii przedsiębiorców należy zostawić decyzję o ich wykorzystaniu lub nie.

4. Bardziej skłonne do starania się o środki w ramach pomocy publicznej są przedsiębiorstwa innowacyjne niż nieinnowacyjne, przy czym w pierwszej z tych grup bardziej zainteresowane są podmioty o niż-

szej innowacyjności. Relatywnie niski poziom zainteresowania dostępnymi środkami publicznymi wykazują podmioty nieinnowacyjne, co może świadczyć o braku potrzeby ich rozwoju innowacyjnego (wniośki z badań). Oznacza to, że nie przywiązują znaczenia do innowacyjności i nie traktują jej strategicznie jako czynnika mogącego wpływać na poprawę sytuacji na rynku i tym samym zapewniać konkurencyjność ich produktom bądź usługom.

Ocena i rekomendacja: większe zainteresowanie ze strony podmiotów innowacyjnych jest następstwem większego doświadczenia tej grupy przedsiębiorstw zarówno w samym procesie składania wniosków, jak i w trakcie wykorzystywania otrzymanych środków (wynika to bezpośrednio z weryfikacji hipotezy, że częstszymi beneficjentami wsparcia są podmioty o podwyższonej innowacyjności niż obniżonej). Ponadto przedsiębiorcy, oceniając wymierne efekty wdrożeń innowacyjnych w ramach otrzymanej pomocy, raczej zgodnie twierdzą, że warto się o takie wsparcie starać. Większy udział podmiotów mniej innowacyjnych jest spowodowany próbami pozyskania dodatkowych środków na rzecz podnoszenia własnej innowacyjności z wykorzystaniem dostępnych instrumentów wsparcia. Generalnie jest to zjawisko pozytywne. Konieczne jednak jest zaktywizowanie podmiotów nieinnowacyjnych, które (jak pokazują te badania) nie postrzegają innowacyjności jako sposobu na poprawę swojej pozycji rynkowej. W większości są to podmioty starsze, które zostały przyzwyczajone do poszukiwania innych sposobów przetrwania na rynku niż wprowadzanie nowych rozwiązań i upatrywania w nich przewagi konkurencyjnej. Najczęściej wskazywanymi przez tę grupę elementami są uwarunkowania cenowe i serwisowe. W nowych realiach gospodarczych, w których duży nacisk kładzie się na podnoszenie konkurencyjności poprzez konkretne rozwiązania innowacyjne, w przyszłości (niedalekiej) podmioty te będą miały problemy z utrzymaniem się na rynku. Niezbędne jest więc uświadamianie im konieczności zmiany swojego statusu na innowacyjny.

5. Większą skuteczność w pozyskiwaniu zewnętrznej pomocy finansowej wykazują przedsiębiorstwa o wyższym poziomie innowacyjności, co jest skutkiem większego doświadczenia nabytego w wyniku wcześniejszych prób. Ponadto te przedsiębiorstwa są lepiej ukształtowane ekonomicznie, mają własne przemyślane strategie rozwoju, co daje

im niezaprzeczalną przewagę w staraniach o zewnętrzne niekomercyjne dofinansowanie.

Ocena i rekomendacja: nie jest to powód, aby tej grupie przedsiębiorstw ograniczać dostęp do pomocy publicznej (na rzecz mniej innowacyjnych), gdyż mogą to potraktować jako rodzaj dyskryminacji za wysiłki podejmowane na rzecz nowatorskich wdrożeń. Jak pokazują założenia w zakresie polityki innowacyjnej państwa, będzie ona w przyszłości w jeszcze większym stopniu skierowana do tych podmiotów. Staranie się o zewnętrzne środki w ich przypadku skutkuje lepszym wykorzystaniem własnych zasobów i myśleniem o rozwoju w dłuższej perspektywie czasowej. Można więc stwierdzić, że podejmowanie przez nie działania, mające na celu pozyskanie pomocy z zewnątrz, prowadzi do większego usystematyzowania założeń rozwojowych, zarówno w teraźniejszości, jak i w przyszłości. Należy zachęcać również do większego zaangażowania się podmiotów o niższym poziomie innowacyjnym do kreowania własnych strategii na przyszłość. Powinno to zwiększyć realnie szanse na pozyskanie środków pomocowych do 2013 roku.

6. Jednym z zasadniczych uwarunkowań wewnętrznych wpływających negatywnie na zainteresowanie środkami pomocy publicznej jest niechęć związana z ponoszeniem zbyt dużego wysiłku najpierw przy składaniu wniosków, a potem podczas realizacji określonych w projekcie celów. Świadczy o tym wskazanie przez badanych takich czynników, jak: zbyt czasochłonne i pracochłonne procedury, brak potrzeby takiej pomocy.

Ocena i rekomendacja: prawdą jest, że przedsiębiorcy niechętnie podejmują wysiłki związane z pozyskiwaniem zewnętrznego finansowania. Generalną przyczyną jest zbyt złożony charakter procedur, co wymaga zbyt dużych nakładów w postaci konkretnej pracy, którą trzeba wykonać, finansów czy czasu na przygotowanie wniosków. Istnieją tutaj jeszcze bardziej wewnętrzne uwarunkowania zniechęcające do podejmowania wysiłków. Część przedsiębiorców żyje z dnia na dzień, tzn. uwzględnia tylko i wyłącznie bieżące problemy rozwojowe, bez planowania swojej przyszłości. Z jednej strony jest to wina samych przedsiębiorców, którzy myśląc w ten sposób, nie mają skłonności do podejmowania ryzyka związanego z pozyskiwaniem środków zewnętrznych. Z drugiej

zaś strony, jak pokazuje życie, nie zawsze udaje się realizować wcześniejsze założenia. W rozmowie z kilkoma innowacyjnymi przedsiębiorstwami okazało się, że plany ich dalszego rozwoju nie powiodły się z powodu kryzysu gospodarczego. Przedsiębiorcy ci zarzucają rządowi mówienie nieprawdy co do nasilania się tego zjawiska w Polsce. Ich założenia (plany) w zakresie nowych wdrożeń (a tym samym ubiegania się o pomoc zewnętrzną) nie wejdą w życie z uwagi na brak popytu na ich innowacyjne produkty na rynku dóbr inwestycyjnych³. Można więc stwierdzić, że skłonność do podejmowania ryzyka wdrożeń innowacyjnych (a tym samym skuteczność, będąca pochodną skłonności) uzależniona jest od koniunktury gospodarczej. Im jest ona lepsza, tym bardziej poprawiają się warunki do podejmowania wysiłków na rzecz podnoszenia innowacyjności i starania się na ten cel o środki zewnętrzne.

7. Wśród uwarunkowań zewnętrznych (barier) najczęściej przedsiębiorcy wskazują takie czynniki, jak: niski poziom dopasowania pomocy do potrzeb przedsiębiorstwa czy też brak informacji o istnieniu takiej pomocy.

Ocena i rekomendacja: wśród grupy najczęściej wymienianych barier zewnętrznych są wskazane powyżej dwa przypadki (niski poziom dopasowania i brak wystarczającej informacji). Niski poziom dopasowania oznacza w ocenie przedsiębiorców złą alokację środków w ramach, przykładowo, dostępnych programów operacyjnych. Najchętniej wykorzystywanymi środkami są takie, które można bezpośrednio przeznaczyć na inwestycje w przedsiębiorstwie. Ich użyteczność maleje wraz ze zmniejszeniem się możliwości ich bezpośredniego wykorzystania oraz przeznaczaniem na działania „miękkie”. W przypadku informacji należy podkreślić, że na stronach internetowych poszczególnych instytucji (ministerstw) można ją uzyskać, lecz z uwagi na formę i sposób jej zamieszczenia nie jest ona dostępna od razu. Przedsiębiorcy liczą raczej na to, że zostanie ona dostarczona bez większego wysiłku i zaangażowania z ich strony. Może wyjściem z sytuacji byłoby stworzenie ogólnopolskiej strony internetowej, na której pojawiłyby się informacje o wszystkich dostępnych programach wsparcia (krajowych i unijnych)

³ Por. W. Orłowski, R. Pasternak, K. Flaht, D. Szubert, *Procesy inwestycyjne i strategie przedsiębiorstw w czasach kryzysu*, PARP, Warszawa 2010.

dla MSP oraz powiadomienia o tym fakcie (istnienia takiej strony) przedsiębiorców w formie elektronicznej.

8. Z programów rządowych korzystało w sumie niewiele podmiotów badanego sektora. Wpływ na to mają zarówno uwarunkowania wewnętrzne, jak i zewnętrzne. Wśród tych pierwszych można wskazać niski poziom zainteresowania nimi w grupie potencjalnych biorców wywołany dwoma podstawowymi przyczynami. Po pierwsze, słabą oceną tej pomocy z punktu widzenia jej wpływu na podnoszenie innowacyjności, po drugie, brakiem adekwatności ujętych w tych programach celów wsparcia do oczekiwań przedsiębiorców. Do zewnętrznych uwarunkowań można zaliczyć zbyt słabe rozpowszechnienie informacji o istnieniu tego typu inicjatyw oraz niezbyt dużą skalę oddziaływania programów rządowych (wnioski z badań typu *desk research*).

Ocena i rekomendacja: o funkcjonowaniu programów rządowych relatywnie mniej się mówi (publicznie) niż o innych formach wsparcia. Stąd też ich mniejsza popularność. Ponadto są one zbudowane z kilku etapów, co oznacza, że zanim przedsiębiorca przejdzie do kolejnego etapu, musi przejść poprzednie, zazwyczaj oparte na działaniach „miękkich”, typu doradztwo czy szkolenia. Ma to zagwarantować trafność wyboru z punktu widzenia programu (środki finansowe trafią do właściwych podmiotów) oraz z punktu widzenia przedsiębiorstwa (uzyskane wsparcie zostanie w przyszłości właściwie wydatkowane). Taka konstrukcja programów jest uzasadniona i właściwa, jednakże, jak pokazują badania, w większości przypadków po przejściu początkowych etapów przedsiębiorcy rezygnują ze starania się o zasadniczą część wsparcia. Stąd też pojawiające się zarzuty w odniesieniu do tej pomocy dotyczą słabego jej dopasowania do potrzeb i oczekiwań przedsiębiorców. W tym przypadku świadczy to o ich niecierpliwości i krótkookresowym spojrzeniu na działalność swojego przedsiębiorstwa. Najlepiej byłoby, aby efekty były widoczne jak najszybciej. Z drugiej strony należy pamiętać, że charakter programów rządowych pozwala na objęcie wsparciem niezbyt dużej liczby podmiotów (przy każdym z tych programów wymienia się zazwyczaj po kilka tysięcy) z uwagi na ograniczoność przeznaczanych na ten cel środków finansowych (stąd też mniejsza ich popularność). Objęcie pomocą większej liczby podmiotów oznacza konieczność wyasygnowania znacznie większych funduszy.

9. Zainteresowanie programami unijnymi jest zdecydowanie większe niż rządowymi, szczególnie takimi, jak: PO IG czy programy regionalne. W większym stopniu dotyczy to przedsiębiorstw o wyższym poziomie innowacyjności niż niższym, nie wspominając o nieinnowacyjnych, które w znikomym stopniu korzystały z oferowanego wsparcia na podnoszenie swojego poziomu innowacji.

Ocena i rekomendacja: zainteresowanie programami unijnymi wśród grupy podmiotów o wyższym poziomie innowacyjności jest efektem większego zaangażowania tych podmiotów w podnoszenie swojej innowacyjności. Poza tym, w ramach tego typu wsparcia mogą one uzyskać znacznie większe środki w porównaniu z innymi programami w otoczeniu (np. rządowymi). Dostęp do środków unijnych jest dla tych podmiotów ogromną szansą na dalszy rozwój, jednakże z drugiej strony należy zainteresować nimi również podmioty nieco mniej innowacyjne. Jest to konieczne, ponieważ wspieranie obecnie tylko wysoko innowacyjnych przedsiębiorstw w przyszłości doprowadzi do dużej luki rozwojowej w badanym sektorze MSP. Część przedsiębiorców zostanie liderami, natomiast pozostałe albo wypadną z rynku, albo (w najlepszym przypadku) staną się naśladowcami tych pierwszych. Zakładając, że to innowacyjność będzie kluczowym czynnikiem w walce o klienta, można już dzisiaj stwierdzić z całym przekonaniem, że mniej innowacyjni skazani są na przegraną. Rolą dostępnych środków unijnych jest zachęcenie do aktywizacji na rzecz rozwoju. Jednakże, jak pokazują badania, cel ten nie jest na razie realizowany (lub jest realizowany w niewielkim zakresie). Szansa wynikająca z możliwości finansowania unijnego w takim jak obecnie wymiarze nie będzie trwała zbyt długo (w następnej perspektywie, po 2013 roku, wsparcie zostanie prawdopodobnie poważnie ograniczone jeżeli chodzi o Polskę), dlatego aktywizacja sektora MSP jest konieczna, przynajmniej w odniesieniu do tych działań, na które środki jeszcze pozostały. Zakłada się, że w przyszłości większy nacisk położony zostanie na wspieranie podmiotów innowacyjnych.

10. Dostępność programów unijnych jest oceniana jako trudna praktycznie we wszystkich grupach przedsiębiorstw. Wpływ na to mają istniejące niekorzystne uwarunkowania w otoczeniu, takie jak: skomplikowane procedury składania wniosków oraz skomplikowane procedury administracyjne i prawne. Często wymieniane też są inne czynniki: wysokie

koszty opracowania wniosków, brak dopasowania pomocy do potrzeb czy też brak kompetencji urzędników.

Ocena i rekomendacja: oprócz wskazywanych wielokrotnie uwarunkowań wewnętrznych (problem nie leży tylko i wyłącznie po stronie przedsiębiorców) istnieje wiele przeszkód utrudniających sprawne i krótkie ubieganie się o środki unijne. Najłatwiej można dokonać zmian poprawiających dostęp do pozostałych jeszcze środków chociażby poprzez podniesienie kompetencji urzędników i ich większą otwartość na potencjalnych petentów. Jeżeli chodzi o pozostałe czynniki, jak procedury administracyjne czy lepsze dopasowanie do istniejących potrzeb, należy realnie stwierdzić, że nie ma zbyt dużych szans na usunięcie (lub częściowe ograniczenie) tych przeszkód. Wynika to głównie ze zbyt krótkiego okresu do zakończenia realizacji obecnych programów operacyjnych (do 2013 roku), jak i znacznego już wydatkowania środków. Można jedynie stwierdzić, że doświadczenie zdobyte w tym okresie finansowania (2006–2013) przyda się do poprawy systemu wsparcia w przyszłości.

11. Do grupy kolejnych uwarunkowań decydujących o korzystaniu z dostępnej pomocy publicznej należy zaliczyć nieduży poziom wiedzy na temat oferowanego wsparcia. Charakterystyczne jest to, że większą wiedzę mają podmioty mniej innowacyjne, gdyż w znacznie większym stopniu są zainteresowane pozyskaniem takiej pomocy (częściej się o nią starają). Jednakże w tej grupie większy jest udział tych, którzy w ogóle jej nie mają, co oznaczać może, że nie są zainteresowani podnoszeniem swojej innowacyjności. Dotyczy to również przedsiębiorstw nieinnowacyjnych. Ocena poziomu wiedzy (znajomości) o funkcjonującym wsparciu jest następstwem małego upowszechnienia informacji o ich istnieniu w otoczeniu. Informacji takiej poszukują głównie podmioty zainteresowane uzyskaniem wsparcia. Informacja o ich istnieniu nie dociera do tych, dla których pomoc mogłaby stać się motywatorem do poprawy innowacyjności.

Ocena i rekomendacja: o istnieniu przeszkód w postaci braku dostępu do informacji o formach unijnego i krajowego wsparcia wspomniano już kilkakrotnie. I to nie wymaga dłuższego komentarza. Ciekawe jest natomiast to, że informacja o istnieniu określonych form wsparcia jest bardziej dostępna dla mniej innowacyjnych podmiotów, jednakże nie

dla wszystkich. Znaczny udział mają te przedsiębiorstwa (dotyczy to w szczególności nieinnowacyjnych), które nie mają żadnych informacji na temat funkcjonujących w otoczeniu form pomocy finansowej. Jak napisano powyżej, świadczyć to może jedynie o tym, że nie są one zainteresowane żadnymi wdrożeniami innowacyjnymi. Twierdzenie to jest oparte na tezie (udowodnionej również w tym badaniu), że w największym stopniu innowacyjne są większe podmioty (zatrudniające od 50 do 249 pracowników) i że stopień innowacyjności MSP maleje wraz z wielkością przedsiębiorstwa. Skoro tak, to nie należy przypuszczać, aby MSP mogły rozwijać swój poziom innowacyjności, opierając się tylko i wyłącznie na środkach własnych i nie uwzględniając roli zewnętrznego wsparcia, tym bardziej że wiedzą o nim niewiele.

12. Brak wiedzy o istnieniu pomocy (zarówno rządowej, jak i unijnej) jest poważną barierą w procesie wdrożeń innowacyjnych. Istotne jest to, że czynnik ten traci swoje znaczenie wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa. Podmioty o średniej wielkości twierdzą, że brak informacji na ten temat nie wpływa na poziom ich innowacyjności (decyzji o jej rozwoju). Jest to efekt mniejszego stopnia zależności od czynników zewnętrznych, w tym od źródeł finansowania.

Ocena i rekomendacja: konieczne jest wobec tego podejmowanie ustawicznych prób informowania podmiotów mniejszych (w tym zwłaszcza najmniejszych) o istniejących w otoczeniu możliwościach. Charakterystyczne jest jednak to, że pomimo największego zapotrzebowania na wsparcie publiczne wśród najsłabszych ekonomicznie podmiotów poziom absorpcji pomocy publicznej jest najmniejszy. Wynika to z faktu, że ich możliwości w tym zakresie są ograniczone. Oprócz informacji o oferowanej pomocy konieczne będzie stworzenie dla podmiotów najmniejszych specjalnych centrów, które oprócz udzielania informacji i doradztwa będą pomagały w składaniu wniosków o środki unijne. Jednakże nie może to oznaczać tworzenia nowych instytucji w obecnym systemie wsparcia, który jest już dostatecznie rozbudowany. Raczej musi to być przekwalifikowanie istniejących struktur.

13. Większa część badanych przedsiębiorstw twierdzi, że instrumenty finansowe polityki innowacyjnej są źle dopasowane do potrzeb przedsiębiorców. Do najczęściej wymienianych zarzutów należy zaliczyć ich

małą elastyczność w stosunku do bieżących i przyszłych potrzeb przedsiębiorstw oraz niewłaściwie określone cele wsparcia.

Ocena i rekomendacja: jak wcześniej napisano, ze względów obiektywnych zmiana obecnego systemu finansowego wsparcia w odniesieniu szczególnie do środków unijnych jest już mało prawdopodobna i realna. Jednakże można będzie dokonywać modyfikacji w tworzonych programach wsparcia o charakterze krajowym (część programów ma już taką możliwość). Elastyczność w ujęciu przedsiębiorców oznacza swobodne kształtowanie wydatków w zależności od potrzeb. Realnie może to oznaczać możliwość wyboru określonych (najbardziej przydatnych z punktu widzenia przedsiębiorstw) komponentów w momencie podpisywania umowy o finansowanie. Jest to bardzo dobre wyjście i niweluje argument o braku elastyczności, gdyż przedsiębiorcy mogą sami uwzględniać przyszłe potrzeby, określać kierunek rozwoju swojego przedsiębiorstwa.

14. Najbardziej skłonne do występowania o środki zewnętrzne są przedsiębiorstwa o podwyższonej innowacyjności. Pozostałe grupy przedsiębiorstw wykazują znacznie mniejsze zainteresowanie, co jest skutkiem braku wiary we własne siły, a konkretnie w możliwość uzyskania takiej pomocy. Jest to uwarunkowanie wewnętrzne, ma charakter subiektywny, szczególnie popularne jest wśród tych, którzy do tej pory w ogóle nie próbowali uzyskać zewnętrznego wsparcia.

Ocena i rekomendacja: jest to typowa bariera wynikająca z negatywnego nastawienia do rzeczywistości, zgodnie z zasadą: „po co mam się wysilać, skoro i tak nic się uda”. Postawa ta jest sprzeczna z zasadą przedsiębiorczości, w myśl której nie powinna zarządzać przedsiębiorstwem osoba nieskłonna do podejmowania ryzyka, pozbawiona entuzjazmu i pomysłów na życie. W największym stopniu skłonni do krytyki są ci, którzy nie podejmowali żadnych prób zmiany aktualnego stanu rzeczy. Tak jest i w tym przypadku: „nie należy starać się o wsparcie, bo i tak nie mam szans na jego uzyskanie”. Zmiana takiej postawy jest kluczowym założeniem na przyszłość, jednak, jak pokazuje doświadczenie, wymaga to długiego czasu. Niesprzyjające jest nasilanie się zjawisk kryzysowych w gospodarce powodujące spadek popytu na bardziej innowacyjne, a więc droższe produkty, chociaż z badania wynika, że ta bariera nie jest w ocenie przedsiębiorców najważniejsza.

15. Powoli rośnie świadomość przedsiębiorców co do znaczenia innowacji jako kluczowego czynnika w walce o klienta. Nie ma to jednak bezpośredniego przełożenia na poprawę innowacyjności przedsiębiorstw, w tym na skłonności do korzystania w większym stopniu z dostępnych instrumentów finansowego wsparcia. Dominujące znaczenie w procesie starania się o środki zewnętrzne mają bariery, czyli uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne (wynikające z nastawienia, raczej negatywnego, przedsiębiorców do otaczającej ich rzeczywistości).

Ocena i rekomendacja: Wzrost innowacyjnej świadomości przedsiębiorców wzrasta, co oznacza, że zaczynają oni dostrzegać jej znaczenie w budowaniu przewagi konkurencyjnej. Jednakże od kilku lat nie zwiększyła się liczba przedsiębiorstw innowacyjnych. Ważniejszą przyczyną, jak pokazują wyniki omawianych badań, jest występowanie zjawisk kryzysowych i niepewność jutra. Wraz z ustępowaniem kryzysu i zmiany specyfiki rynku sytuacja powinna się poprawiać, jeżeli chodzi o zainteresowanie produktami innowacyjnymi. Duże znaczenie ma tutaj zamożność społeczeństwa, gdyż wraz z jej wzrostem znaczenie tracą inne czynniki, m.in. cena, która w chwili obecnej odgrywa najważniejszą rolę w walce o klienta. Presja podnoszenia innowacyjności powinna wówczas również mieć swoje odzwierciedlenie w dążeniu do poszukiwań nowych źródeł wsparcia finansowego. Problem tkwi jednak w dostępie do środków unijnych. Kluczowe znaczenie ma odpowiedź na pytanie, czy w następnych latach zostanie utrzymany obecny poziom dofinansowania unijnego? W znacznej części od niego są zależne również programy krajowe.

10.3. Polityka innowacyjna państwa – instrumenty pozafinansowe (współpraca z instytucjami otoczenia innowacyjnego biznesu)

Oddziaływania państwa za pomocą instrumentów pozafinansowych (w ramach współpracy z instytucjami otoczenia biznesu) na rozwój innowacyjności sektora MSP można sformułować (na podstawie przeprowadzonych badań) następująco:

1. Do najczęściej wykorzystywanych rodzajów pomocy (świadczonej przez instytucje otoczenia biznesu – IOB) w ramach instrumentów

pozafinansowego wsparcia można zaliczyć działania „miękkie” o charakterze szkoleniowym i doradczym.

Ocena i rekomendacja: Tego typu działania („miękkie”) są popularną formą wsparcia oferowaną przez IOB. Jest to efekt ciągłego zapotrzebowania na tego typu przedsięwzięcia (szczególnie doradcze) zgłaszanego przez przedsiębiorstwa. Jednocześnie jest to przykład inicjatyw wymagających relatywnie najmniejszych nakładów ze strony instytucji otoczenia biznesu, stąd też najczęściej znajdują się w ich ofercie. W ostatnim czasie radykalnie maleje zapotrzebowanie na wszelkiego rodzaju szkolenia, których rola uległa znacznej deprecjacji. Doradztwo stanowi nadal ważny i doceniany przez przedsiębiorców element działalności IOB służący opracowaniu założeń (strategii) rozwoju na rynku. Często zgłaszanymi uwagami w tym zakresie jest jakość świadczonych usług. Przedsiębiorcy najczęściej skarżą się na udzielanie porad mało przydatnych z ich punktu widzenia lub proponowanie rozwiązań, których nie mogą zaakceptować. Niemniej jednak zaznaczają, że poziom tej działalności znacznie się poprawił w ciągu ostatnich trzech lat. Koniecznie należy jednak zaznaczyć, że wraz z postępującym kształtowaniem struktury innowacyjnej MSP będzie rosło zainteresowanie bardziej konkretnymi działaniami o charakterze wdrożeniowym ze strony IOB (jest to już widoczne w tym badaniu). Takie zapotrzebowanie będzie zgłaszane szczególnie przez te MSP, które będąc już na pewnym poziomie rozwoju innowacyjnego, będą poszukiwały coraz to nowszych rozwiązań o różnym charakterze (głównie technologicznym, organizacyjnym czy marketingowym). Należy więc zwrócić uwagę IOB na przygotowanie odpowiednich ofert w tym zakresie. Ponadto misją IOB nie jest tylko i wyłącznie świadczenie usług doradczych czy szkoleniowych, lecz proponowanie konkretnych rozwiązań możliwych do zaakceptowania przez przemysł. Może się to odbywać poprzez kojarzenie ze sobą odpowiednich partnerów, rozwój na szerszą skalę przedsiębiorczości akademickiej itd. Niemniej jednak propozycje wdrożeniowe i rozwój działań „twardych” (przekładających się w sposób wymierny i bezpośredni na efekty działania przedsiębiorstwa) muszą stać się priorytetem polskiego systemu IOB. Era szkoleń (prowadzonych przez IOB) przechodzi powoli do historii.

2. Współpraca z instytucjami otoczenia biznesu nie jest powszechnie wykorzystywanym przez MSP w Polsce rodzajem wsparcia. Tylko co trzecie przedsiębiorstwo tego sektora w ciągu ostatnich pięciu lat nawiązało wzajemne relacje z tymi instytucjami. W najmniejszym stopniu dotyczy to podmiotów nieinnowacyjnych.

Ocena i rekomendacja: mały udział przedsiębiorstw współpracujących z IOB (a tym samym korzystających z pomocy przez nie oferowanej) jest efektem różnych uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych (przedstawiono je w poprzedniej części niniejszego opracowania prezentującej wyniki badań). Konieczne staje się zachęcanie przedsiębiorców do korzystania z ofert przygotowywanych przez IOB. Pomoc przez nie świadczona jest cennym sposobem wspierania rozwoju innowacyjności w różnym zakresie: szkoleniowym, doradczym, informacyjnym czy wdrożeniowym i to zarówno dla tych podmiotów, które rozpoczynają działalność i chcą ją ukierunkować na nowe wdrożenia, jak i tych, które potrzebują nowych zasobów do dalszego rozwoju.

3. Wdrożenia produktowe stanowiły jeden z najczęściej wymienianych rodzajów współpracy MSP z instytucjami otoczenia biznesu. Innowacje procesowe dotyczące usprawnienia procesów produkcyjnych i wykorzystania zaawansowanych technologii zajęły kolejne miejsce pod względem liczby wskazań. Ta tendencja dotyczyła w większym stopniu przedsiębiorstw o obniżonej niż podwyższonej innowacyjności. W przypadku tych ostatnich większy nacisk położony został na współpracę (pomoc ze strony tych instytucji) dotyczącą wdrożeń marketingu, zarządzania i nowych technik dystrybucji towarów.

Ocena i rekomendacja: wdrożenia tylko i wyłącznie produktowe nie są pozytywnym zjawiskiem, gdyż świadczą o naśladownictwie i są specyficzne dla tych podmiotów, które chcą widzieć efekty wprowadzonych zmian w krótkim okresie. Wadą wprowadzenia tego typu innowacji jest m.in. to, że przedsiębiorstwa nie są rzeczywistymi liderami na rynku, czerpią tylko z tego, co im w danym momencie zaoferuje otoczenie. Prawdziwymi liderami są tylko te podmioty, których rozwój oparty jest na własnych badaniach i/lub wykorzystują nowoczesną technologię zapewniającą możliwości dokonywania zmian swoich wyrobów. Im przedsiębiorstwo jest lepiej rozwinięte innowacyjnie (w sposób trwały), tym znacznie częściej poszukuje nowych rozwiązań w otocze-

niu, koncentrując się na wyższych rodzajach innowacyjności, tzn. myśli o usprawnieniach marketingowych lub/i organizacyjnych, zapewniających jeszcze lepszą skuteczność funkcjonowania lub większą sprzedaż wprowadzonych już nowości. Powyższa teza nie jest sprawdzona w badaniach i oparta jest na przeświadczeniu budowania swego rodzaju piramidy nowoczesności przedsiębiorstwa, gdzie wychodzi się z założenia, że innowacje marketingowe czy organizacyjne stanowią wyższy poziom i podejmowane są przez te podmioty, które mają już wypracowane własne oferty produktowe. Teza ta nie wyklucza jednak współlistnienia różnych rodzajów innowacji i podejmowania prób ich wdrożeń przez przedsiębiorstwa o zróżnicowanym poziomie rozwoju. Rolą IOB jest wówczas pomoc w dostępie do tego typu rozwiązań, m.in. poprzez kojarzenie ze sobą partnerów biznesowych.

4. Znaczna część podmiotów badanego sektora (ok. 60%) nie współpracowała w ogóle z IOB, gdyż nie widziała takiej potrzeby. Jest to według badanych najważniejsza przyczyna braku takiej współpracy ze strony przedsiębiorców.

Ocena i rekomendacja: brak współpracy z IOB spowodowany jest kilkoma szczegółowymi przyczynami. Po pierwsze, wykorzystywaniem własnych zasobów do rozwoju innowacyjnego (dotyczy to w szczególności większych podmiotów, które takimi zasobami dysponują). Po drugie, czynnikami mentalnościowymi przejawiającymi się niechęcią do korzystania z pomocy oferowanej przez otoczenie, a tym samym (zdaniem przedsiębiorców) uzależnianiem się od niego. Po trzecie, brakiem planów rozwoju innowacyjnego, a tym samym konieczności korzystania z takiej pomocy. Po czwarte, przedsiębiorstwa, korzystając do tej pory z pomocy IOB, zdobyły już potrzebne doświadczenie w pozyskiwaniu niezbędnych środków (i wiedzy) w zakresie wdrożeń innowacyjnych i obecnie na bazie tych doświadczeń działają samodzielnie, gdyż pomoc oferowana przez zewnętrzne instytucje (przynajmniej w obecnym zakresie) jest im całkowicie niepotrzebna. Bez względu na to, jaka jest przyczyna braku takiej współpracy ze strony przedsiębiorstw, konieczne jest tworzenie przez IOB atmosfery sprzyjającej nawiązaniu wzajemnych relacji, wyjście naprzeciw oczekiwaniom przedsiębiorców poprzez przygotowanie propozycji adekwatnej do ich potrzeb oraz poprawa systemu informacyjnego zapewniającego dotarcie

pełnej i rzetelnej informacji o ich funkcjonowaniu i rodzajach oferowanej pomocy. Ogromna odpowiedzialność spoczywa tutaj na organach władzy rządowej, ale również lokalnej. Ta ostatnia powinna dążyć do zapewnienia właściwych warunków rozwoju przedsiębiorczości na swoim terenie, m.in. poprzez inicjowanie spotkań przedsiębiorców (forów internetowych, klubów branżowych itd.) czy też stworzenie odpowiedniej liczby dobrze funkcjonujących IOB i pomocy tym instytucjom w dotarciu z informacją do potencjalnych beneficjentów.

5. Współpraca z IOB odbywała się na zasadach komercyjnych, niekomercyjnych (pomoc publiczna) i mieszanych. Pomoc publiczna w największym zakresie wykorzystywana była przez podmioty o obniżonym poziomie innowacyjności. Jest to tendencja odwrotna w porównaniu z pomocą finansową, gdzie jej beneficjentami w największym stopniu były przedsiębiorstwa o wyższym potencjale innowacyjnym.

Ocena i rekomendacja: wykorzystanie pomocy oferowanej przez IOB przez podmioty o wyższym stopniu innowacyjności jest efektem większego doświadczenia w staraniach o takie wsparcie (większa częstotliwość ubiegania się o taką pomoc). Jednocześnie przedsiębiorstwa te w znacznym stopniu korzystają ze współpracy na zasadach komercyjnych, co może sugerować jeszcze większe zapotrzebowanie na współpracę z tymi instytucjami i jednocześnie utrudniony dostęp w jej ramach do świadczeń o charakterze nieodpłatnym (pomocowym). Jest to zjawisko negatywne, gdyż w przypadku tych podmiotów dostęp do pomocy powinien być ułatwiony. Oczywiście można tutaj rekomendować zapewnienie łatwiejszego dostępu do tej pomocy przedsiębiorstwom mniej innowacyjnym niż wyżej innowacyjnym z jednoczesnym zachęcaniem tych pierwszych do podejmowania jeszcze większego wysiłku w tym zakresie (częstszego ubiegania się o takie wsparcie). Jednakże w praktyce byłoby to raczej trudne do przeprowadzenia, gdyż przedsiębiorstwa wysoko innowacyjne mogłyby odebrać to jako karę za ich trud związany z dokonywaniem wdrożeń innowacyjnych, a tym samym działałoby to demobilizująco. Należy więc pozostawić to regulacjom rynkowym. Z drugiej zaś strony, większe korzystanie ze współpracy komercyjnej przez MSP może świadczyć o traktowaniu jej poważniej niż pomocy darmowej, w myśl zasady, że to, co jest odpłatne, jednocześnie jest bardziej cenione i skoro się za to płaci, można wymagać

znacznie więcej. Przedsiębiorcy uważają, że skoro płacą za określone usługi, to ich poziom musi być znacznie wyższy i powinien on spełniać oczekiwania. Darmowe usługi traktowane są wówczas jako mało przydatne i tym samym nie zawsze są doceniane przez MSP.

6. Brak zaproponowania takiej pomocy ze strony IOB jest jednym z najważniejszych wewnętrznych uwarunkowań wpływających na ograniczenia w korzystaniu przez MSP z oferowanej pomocy publicznej. Kolejną ważną barierą było wskazanie odmowy udzielenia takiej pomocy ze strony IOB oraz brak dostatecznej informacji w otoczeniu o funkcjonowaniu tych instytucji i udzielanym przez nie wsparciu.

Ocena i rekomendacja: wśród przedsiębiorstw, które nie korzystały ze współpracy z IOB (w tym dostępnej pomocy) dominowała bierna postawa w kontekście ubiegania się o zewnętrzną pomoc. W gospodarce rynkowej inicjatywa spoczywa po stronie podmiotów gospodarczych i trudno im narzucać rozwiązania z zewnątrz, chociażby intencja była jak najbardziej słuszna. Bierna postawa jest również uwarunkowaniem mentalnościowym, w myśl którego państwo nie tylko powinno zadbać o zapewnienie pomocy publicznej, ale również poprosić o jej wykorzystanie. W największym stopniu taką postawę (co wynika z badań) prezentują podmioty o niższej innowacyjności (prawdopodobnie również dlatego są mniej innowacyjne). Jedynym rozwiązaniem jest w tym przypadku uświadamianie przedsiębiorców co do roli IOB i zapewnienie bardziej skutecznego systemu przekazywania informacji o istniejących instrumentach. W gestii przedsiębiorcy musi pozostać decyzja, czy z nich skorzysta, czy też nie. Odmowa udzielenia pomocy ze strony IOB spowodowana została prawdopodobnie przyczynami formalnymi, gdy podmioty nie spełniały określonych wymagań. Wymaga to ze strony przedsiębiorców znacznie lepszego poznania zasad otrzymywania takiej pomocy, natomiast ze strony IOB przedstawiania pełniejszej informacji.

7. Do instytucji, z którymi przedsiębiorstwa najczęściej podejmowały współpracę (lub/i uzyskiwały pomoc), należy zaliczyć: ośrodki doradczo-szkoleniowe, PARP, ARR oraz izby przemysłowo-handlowe. Również ocena wpływu (znaczenia) tych instytucji na rozwój innowacyjności przedsiębiorstw w zasadzie pokrywała się ze wskazaniem dotyczącymi częstotliwości podejmowanej współpracy (otrzymywa-

nej pomocy). W tej kwestii nie było żadnych niespodzianek. Ocena ta wypadła na średnim poziomie.

Ocena i rekomendacja: średnia ocena sugeruje konieczność poprawy oferowanych przez IOB usług. Jest to o tyle słuszne, że w badaniu brakowało wskazań bardzo dobrych. Główne zarzuty przedsiębiorców dotyczyły udzielania informacji niepełnych, często niekompetencji urzędników, braku konkretnej pomocy przy opracowywaniu niezbędnej dokumentacji, zbytnej biurokracji itd. Jednakże należy zauważyć, że wszystkie te czynniki można wyeliminować w krótkim czasie. Problem w większości przypadków leży w bardziej sprawnym zarządzaniu tymi instytucjami i pełnym wykorzystaniu potencjalnych możliwości. Jedyne, co można jeszcze zasugerować, to ograniczenie rozbudowy systemu instytucjonalnego. Nie ma konieczności tworzenia nowych form w systemie, gdyż wówczas zdecydowanie dojdzie do przewagi formy nad treścią. Możliwe jest jedynie tworzenie nowych instytucji w ramach istniejącej już struktury. Jest to niewątpliwie uwarunkowane potrzebami o charakterze lokalnym. Dotyczy to w szczególności inicjatyw związanych z przedsiębiorczością akademicką, klastrową (tworzenie sieci powiązań partnerskich) i zapewnienia większej efektywności funkcjonowania istniejących parków naukowo-przemysłowych.

8. Poziom wiedzy wśród przedsiębiorstw na temat oferowanego wsparcia przez IOB oceniony został średnio. Charakterystyczne jest to, że wiedza na temat wsparcia jest większa w odniesieniu do podmiotów o wyższej innowacyjności. Jest to niewątpliwie jedna z poważniejszych przyczyn braku partycypowania przedsiębiorstw w oferowanym wsparciu ze strony IOB. O tym świadczy też fakt, że ok. 60% badanych nieinnowacyjnych podmiotów twierdzi, że niewiedza mogła być poważną przeszkodą w otrzymaniu jakiejkolwiek pomocy od IOB.

Ocena i rekomendacja: okazuje się, że brak wiedzy o IOB i rodzajach świadczonej przez nie pomocy jest poważnym ograniczeniem rozwoju innowacyjnego badanego sektora. Czynniki ten wielokrotnie wymieniany był (w różnym kontekście) jako poważna bariera we współpracy przedsiębiorstw z otoczeniem. Dosyć ciekawym spostrzeżeniem jest to, że niewiedza w największym stopniu dotyczy instytucji o charakterze lokalnym (działających w najbliższym otoczeniu). Najlepiej znane są instytucje na szczeblu krajowym i regionalnym (PARP i ARR).

Rekomendacje dotyczą z jednej strony większej ich promocji, z drugiej zaś podjęcia przez przedsiębiorstwa wysiłku z poznania najbliższego otoczenia.

9. Wśród badanych podmiotów (korzystających z oferowanej pomocy) zdecydowana większość (60%) twierdzi, że dostępne wsparcie jest adekwatne do ich potrzeb. Najgorszą ocenę przedstawiły przedsiębiorstwa nieinnowacyjne, co jest następstwem mniejszego ich doświadczenia we współpracy z IOB oraz mniej skonkretyzowanych pod tym względem oczekiwań.

Ocena i rekomendacja: dyskusyjne jest oczywiście, czy 60% ocen pozytywnych w tym przypadku to poziom zadowalający. Zależy, z którego punktu widzenia spojrzeć się na ten problem. Biorąc pod uwagę względnie krótki czas (ale niezwykle intensywny) budowania polskiego systemu wsparcia, można stwierdzić, że jest to dobry rezultat. Uwzględniając natomiast jego bieżącą efektywność, zdecydowanie można ocenić go na średnim poziomie, twierdząc, że jeszcze jest bardzo dużo do zrobienia ze strony IOB, aby satysfakcja przedsiębiorców była większa. Podejmowane działania powinny być prowadzone wielotorowo. Po pierwsze, w ciągu kilku najbliższych lat sukcesywnie co pewien czas powinny być prowadzone krótkie badania ewaluacyjne mające na celu ocenę potrzeb przedsiębiorców, oddzielnie dla każdej grupy (innowacyjne o różnym poziomie i skali innowacyjności oraz nieinnowacyjne). Badanie to powinno być zasadniczo skoncentrowane na tych podmiotach, które współpracują (lub mają taki zamiar) z IOB. Pominięte powinny zostać natomiast te przedsiębiorstwa, które nie mają w tej materii żadnego doświadczenia. Ma to na celu osiągnięcie większego realizmu i obiektywizmu prowadzonych badań i tym samym opracowanie lepszych wniosków i rekomendacji na przyszłość. Po drugie, ocena ta powinna być prowadzona na trzech poziomach: lokalnym, regionalnym i krajowym. Po trzecie, badania powinny realnie wpływać na kształtowanie oferty tych instytucji, a nie pozostawać tylko i wyłącznie na papierze i obowiązywać wszystkie funkcjonujące IOB. Radykalnym rozwiązaniem dla tych instytucji, które nie są w stanie spełniać oczekiwań przedsiębiorców i na bieżąco dostosowywać się do ich wymagań, powinno być ich zamykanie (nakazowo) lub – mniej radykalnie – eliminowanie z rynku w sposób naturalny. Jednakże, jak

pokazuje doświadczenie, drugi sposób jest mniej efektywny i bardziej rozłożony w czasie, co pociąga za sobą marnowanie części środków przeznaczonych na ich funkcjonowanie, szczególnie pochodzących z Unii Europejskiej. W trakcie prowadzenia badań (w formie wywiadów bezpośrednich) okazało się, że w ocenie przedsiębiorców część działających IOB (na najniższych szczeblach) tworzona jest tylko w celu pozyskania środków unijnych, a ich działalność kończy się w momencie wyczerpania środków, nie wnosząc kompletnie nic do systemu wspierania i rozwoju przedsiębiorczości. Są to oczywiście zjawiska patologiczne i na szczęście nie występują na szeroką skalę.

10. Zaskakujący jest jednak fakt, że pomimo dosyć pozytywnej oceny w przyszłości (w trakcie trzech lat), tylko połowa badanych MSP (wśród innowacyjnych podmiotów) zamierza kontynuować lub nawiązać nowe relacje z IOB. Zakres tej przyszłej współpracy w przypadku podmiotów zarówno o podwyższonej, jak i obniżonej innowacyjności ma dotyczyć działalności wdrożeniowej i doradczej. W przypadku pierwszych poziom istotności tych działań jest taki sam, dla drugich natomiast więcej wskazań dotyczyło przedsięwzięć wdrożeniowych niż doradczych. Ocena i rekomendacja: pomoc wdrożeniowa w największym stopniu dotyczy gotowych rozwiązań produktowych (gdzie efekt wdrożenia powinien być widoczny dosyć szybko). Te podmioty, które chcą stać się innowacyjne w krótkim czasie, wybierają taką właśnie drogę, stąd ich zainteresowanie tym typem działań. W przypadku wyżej innowacyjnych MSP powiązanie ze sobą tych dwóch czynników (doradztwa i wdrożeń) może świadczyć o tworzeniu strategii na przyszłość i świadomym podejmowaniu decyzji o rozwoju innowacyjnym. Jest to całkowicie zasadne, lecz wymaga ze strony IOB przygotowania ofert składających się z tych dwóch elementów. Do tej pory w ramach wsparcia finansowego niektóre programy rządowe miały taką właśnie (lub podobną) strukturę, jednakże nie cieszyły się one zbyt dużym zainteresowaniem i nie zachęcały skutecznie przedsiębiorców do współpracy z IOB. Być może nadal oferta tych instytucji (IOB) znacznie odbiega od oczekiwań przedsiębiorców.
11. Badanie dostarczyło dowodów na istnienie uwarunkowań wewnętrznych wynikających z mentalności ludzkiej i biernej postawy przedsiębiorców w zakresie starania się o zewnętrzną pomoc i podnoszenia własnej inno-

wacyjności. Charakterystyczne było podejście: „nie warto podejmować wysiłków na rzecz poprawy własnej sytuacji, bo i tak nie uda się zrealizować planowanych zamierzeń”. Było to szczególnie widoczne w tej części badania, która dotyczy przyszłości. Brak wiary przedsiębiorców w skuteczność oferowanej pomocy w połączeniu z brakiem możliwości adaptacji proponowanych rozwiązań niewątpliwie skutkować będzie stagnacją ich poziomu innowacyjności.

Ocena i rekomendacja: postawa taka jest całkowicie negatywna i sprzeczna z duchem przedsiębiorczości. Niestety, uwarunkowania mentalnościowe są jednym z najtrudniejszych do pokonania czynników wpływających na trafność podejmowanych w biznesie decyzji. Najczęściej wyznaczają one określony sposób postępowania przedsiębiorcy, niekoniecznie poparty racjonalnymi przesłankami. Składają się na nie subiektywne oceny, własne odczucia lub zaszczości historyczne, które w obecnych realiach gospodarczych odbiegają od rzeczywistości. Wyeliminowanie takich czynników z ludzkiej świadomości trwa zazwyczaj bardzo długo (często jest to zmiana pokoleniowa). Jednakże pomocne może być dopuszczenie do biznesu ludzi młodych, którzy nie mając zbyt dużego doświadczenia, mają za to ogromny zapał i entuzjazm do pracy. Może on wpłynąć pozytywnie na zmianę spojrzenia starszego pokolenia przedsiębiorców, którzy widząc wyraźne efekty, przekonają się, że nie zawsze mają rację. W wymiarze ekonomicznym powinno to prowadzić do zmiany nastawienia przedsiębiorstw na wdrożenia nowych rozwiązań (wykorzystywanie dostępnych instrumentów wsparcia), a tym samym traktowania ich jako ważnego czynnika podnoszącego konkurencyjność na rynku. Należy jednak pamiętać, że zmiany mentalnościowe muszą obejmować nie tylko podmioty gospodarcze, ale również konsumentów, którzy poprzez wzrost zainteresowania nowinkami rynkowymi będą stanowili swoistego rodzaju stymulator rozwoju innowacyjnego przedsiębiorstw (ma na to wpływ zamożność społeczeństwa). Innym sposobem podnoszenia świadomości jest prowadzenie intensywnych szkoleń i pokazywanie konkretnych efektów wdrożeń innowacyjnych. W ich trakcie konieczne jest ponadto zwrócenie uwagi na możliwości efektywnego wsparcia ze strony państwa, władz lokalnych czy Unii Europejskiej, podkreślając fakt, iż mimo koniecznych dużych nakładów (czasu i środków finansowych) warto

próbować zabiegać o takie wsparcie, gdyż wpłynie ono niewątpliwie na rozwój przedsiębiorstwa. Jednakże należy pamiętać, że nie ma dowodów na to, iż prowadzenie akcji szkoleniowej przyniesie konkretne skutki. Dotychczas, mimo wielu lat wdrażania różnych działań w tym zakresie, efekty, jak pokazują niniejsze badania, nie są zbyt obiecujące. Oczywiście, w przypadku braku zainteresowania w kraju prawdziwi innowatorzy mogą podejmować próby wejścia ze swoimi produktami na rynki zagraniczne, co stanowić może dla nich rodzaj egzaminu z doskonałości dostarczanych produktów lub świadczonych usług. Jeżeli znajdą oni tam popyt, dowodzić to będzie ich wysokiej konkurencyjności osiągniętej w wyniku innowacyjnych wdrożeń. Należy jednak pamiętać, że sama innowacja nie gwarantuje również sukcesu w sprzedaży, konieczne jest bowiem przekonanie potencjalnych odbiorców o użyteczności nowych rozwiązań i zachęcenia do ich zakupu (podjęcia określonych działań marketingowych), szczególnie w przypadku całkowitych nowości. Trudność w dotarciu do klientów będzie tym większa, im większy jest udział w danym kraju przedsiębiorstw innowacyjnych (Austria, Niemcy, Dania czy Szwecja). Jednakże sukces rynkowy w krajach zachodnich dla polskiego przedsiębiorcy oznaczać może z jednej strony uniezależnienie się od „kaprysów” polskich konsumentów, z drugiej może stanowić szansę rozwoju przedsiębiorstwa w przyszłości. Dlatego też obecnie nowo powstające podmioty gospodarcze w branżach wysoko innowacyjnych (np. IT) w Polsce od samego początku mają zamiar działać nie na rodzimym rynku, lecz w krajach Unii Europejskiej.

Literatura

- Łapiński J., *Finansowanie działalności innowacyjnej*, (w:) *Źródła pochodzenia innowacji. Innowacyjność 2010*, (red.) A. Wilmańska, J. Łapiński, PARP, Warszawa 2010.
- Orłowski W., Pasternak R., Flaht K., Szubert D., *Procesy inwestycyjne i strategie przedsiębiorstw w czasach kryzysu*, PARP, Warszawa 2010.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS ON THE INNOVATION POLICY TOWARDS TO SME SECTOR

Summary

In this chapter, there are given conclusions and recommendations for the SME sector which are the results of own research. These recommendations are divided into two groups. One group contents same elements devoted to estimation of the innovativeness of the Polish SME sector and second one is devoted to estimation of the innovation policy (instruments) towards to the SME sector.

Translated by Robert Stanisławski and Edward Stawasz