

Wskaźniki innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce

[Tutaj do pobrania wersja raportu w formacie pdf](#)

Badania przeprowadzone przez Ipsos-Demoskop w dniach 28 czerwca - 16 lipca 2001 r. na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

Cytowanie wyników badań powinno być opatrzone następującą notą bibliograficzną:

Raport z badania "Wskaźniki innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce" przeprowadzonego przez Ipsos-Demoskop w 2001 roku na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2001.
<http://www.parp.gov.pl/innowacje.php>

Wyniki przeprowadzonych badań są wskaźnikiem stopnia innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce.

Innowacyjność została dla potrzeb badania zdefiniowana szeroko, jako zdolność istniejąca w danej firmie do tworzenia nowych produktów. Dlatego wykorzystywanie w firmie planowania strategicznego oraz tworzenie specjalnego budżetu na cele badawczo-rozwojowe jest wskaźnikiem otwartości na wprowadzanie innowacji. O potencjale innowacyjności świadczy też współpraca z ośrodkiem naukowym, instytutem badawczym lub uczelnią. Są to wskaźniki, które pozwalają nam określić firmy jako przygotowane do wprowadzania innowacji.

Efektom kultury innowacyjności w firmie jest wprowadzenie konkretnej innowacji. Bezpośrednim wskaźnikiem innowacyjności zastosowanym w badaniu jest liczba zgłaszanych przez firmę patentów.

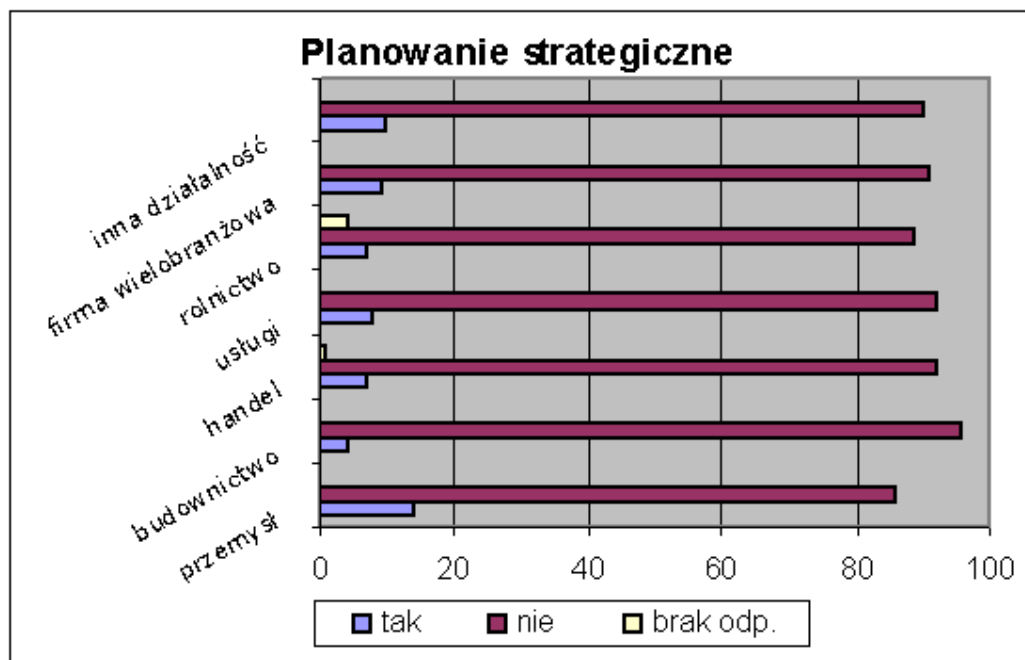
Prezentowane wyniki dotyczą obydwu charakterystyk firm. Dlatego dla właściwej interpretacji wyników ważne jest wprowadzenie precyzyjnego rozróżnienia między istniejącą w firmie kulturą innowacyjności a jej bezpośrednim efektem: wprowadzeniem konkretnej innowacji. Kultura innowacyjności jest warunkiem koniecznym dla pojawienia się innowacji, mogą natomiast istnieć przedsiębiorstwa o dużym potencjale innowacyjnym, które nie wprowadzają konkretnych innowacji. Zależność między innowacyjnością a innowacją ma więc charakter jednostronny.

Przedstawione poniżej wyniki badań pokazują, że stopień innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce mierzony za pomocą opisanych wskaźników pozostaje na niskim poziomie, jest on jednak zróżnicowany ze względu na opisane niżej czynniki.

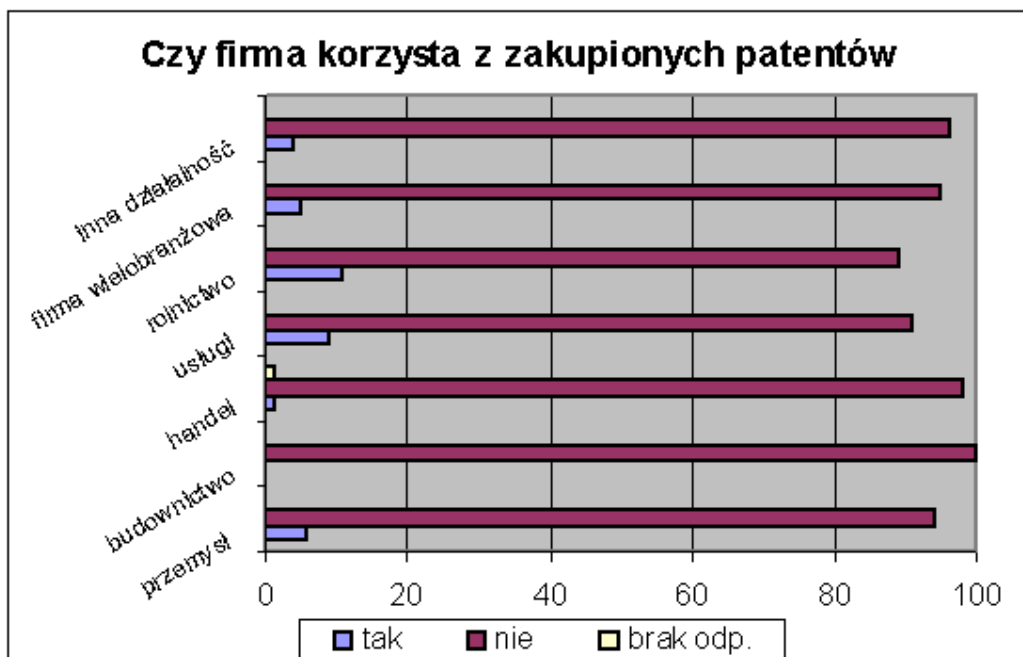
Prezentowane wyniki badań zostały podzielone w zależności od wielkości firmy na dwie części: dotyczące małych firm (do 9 pracowników) oraz średnich i dużych firm (powyżej 9 pracowników). Podział ten odpowiada sposobowi doboru próby w badaniu.

Wśród firm zatrudniających do 5 pracowników 8% wykorzystuje planowanie strategiczne. 5% z nich korzysta z patentów, licencji i know-how nabytych odpłatnie. 3% posiada własne, stworzone w firmie patenty lub sprzedaje opracowane przez siebie licencje, know-how. 5% małych firm przeznaczają specjalne środki na cele badawczo-rozwojowe. Wśród firm przeznaczających środki na cele badawczo-rozwojowe większość firm wskazała na najniższy z przedziałów: do 20.000 zł na rok. 6% małych firm aktualnie współpracuje z ośrodkiem naukowym, instytutem badawczym, uczelnią. Wyniki te wskazują na niski stopień innowacyjności małych przedsiębiorstw w Polsce.

Wśród firm średnich i dużych odsetek podmiotów gospodarczych wykorzystujących planowanie długookresowe, dotyczące okresu powyżej 5 lat wynosi średnio 22%. Jest on jednak dotatnio zależny od wielkości przedsiębiorstwa: w zbiorowości firm zatrudniających ponad 250 osób wynosi prawie 40%. Nie istnieje widoczna zależność między częstością stosowania planowania długookresowego a rodzajem prowadzonej przez firmę działalności. Najmniejszy odsetek średnich i dużych firm stosujących planowanie długookresowe jest w budownictwie (8%), największy w usługach (27%), handlu (24%) i w firmach wielobranżowych (34%).



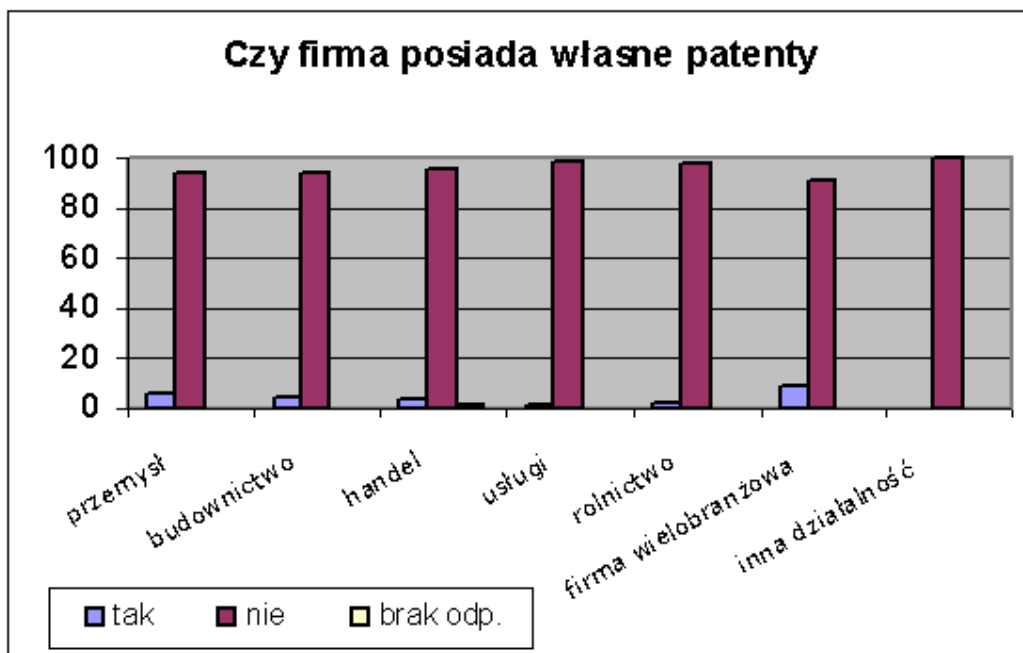
Średnio 15% średnich i dużych firm korzysta z patentów i licencji nabytych odpłatnie. Istnieje dodatnia zależność między korzystaniem z patentów i licencji a wielkością zatrudnienia w firmie. Znaczący odsetek wśród średnich i dużych firm korzystających z nabytych patentów i licencji stanowią firmy o obrocie powyżej 5.000.000 zł, mające swoje siedziby w dużych miastach (21%), z obecnością kapitału zagranicznego (32%).



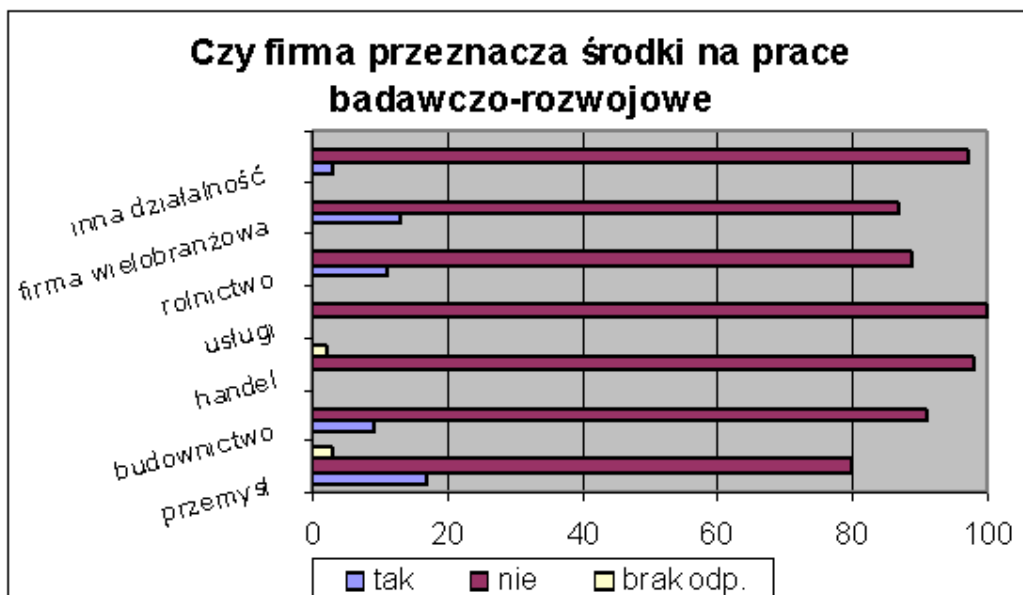
Korzystanie z patentów i licencji nabytych odpłatnie jest wskaźnikiem otwartości na innowacyjność. Polskie firmy decydujące się na zakup gotowych licencji są jednocześnie otwarte na innowacje: zakup licencji jest więc wpisany w część ogólnej strategii wprowadzania innowacji i jest stosowany równoległe z prowadzeniem własnych prac badawczo-rozwojowych. Zakup licencji nie jest więc traktowany jako alternatywa dla prowadzenia wewnętrznych badań umożliwiających wprowadzanie innowacji w firmie, ale jest stosowany jako środek uzupełniający, prawdopodobnie w momencie, kiedy innowację trzeba wprowadzić szybko i prowadzenie własnych badań jest nieopłacalne.

Mniej niż połowa średnich i dużych firm korzystających z patentów stosuje planowanie strategiczne. Trzecia część średnich i dużych firm korzystających z patentów, posiada jednocześnie stworzone przez siebie patenty i licencje. Duża część z nich (około 40%) prowadzi własne prace badawczo rozwojowe a jedna trzecia współpracuje z instytutem badawczym, ośrodkiem naukowym i uczelnią. Dane te świadczą o tym, że kupowanie gotowych licencji jest wpisane w szerszą strategię otwartości na innowacje w danej firmie.

Średnio 10% średnich i dużych firm posiada własne, stworzone w firmie patenty lub sprzedaje opracowane przez siebie licencje lub know-how. Większość z nich działa wśród przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 250 osób, posiadających obroty powyżej 1.000.000 zł, działających w dużych miastach, prowadzących wymianę z zagranicą, z obecnością kapitału zagranicznego. Ten najsilniejszy wskaźnik innowacyjności, który mierzy nie tylko skłonność do wprowadzania innowacji, ale także rzeczywiste efekty, pokazuje, że na tym polu zdecydowanie dominują duże przedsiębiorstwa.

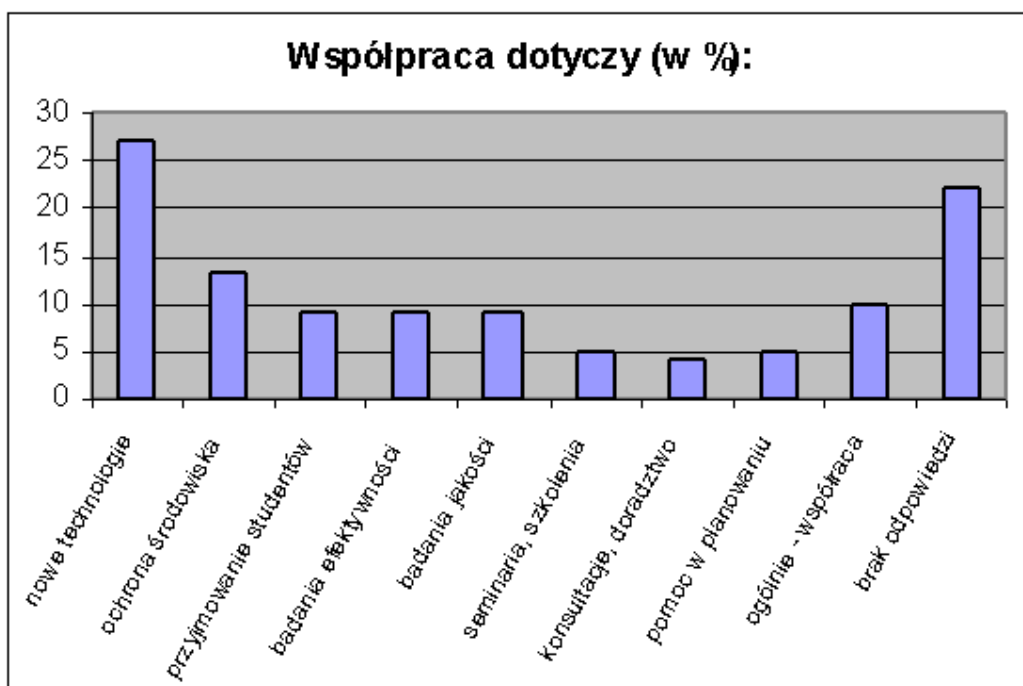


Średnio 13% średnich i dużych firm przeznacza specjalne środki na prace badawczo-rozwojowe. Większość z nich działa w branży przemysłowej i rolniczej, najmniej w handlu i usługach. Wśród średnich i dużych firm przeznaczających specjalne środki na cele badawczo-rozwojowe najczęściej jest przedsiębiorstw państwowych i spółek prawa handlowego, o obrotach powyżej 5.000.000 zł., prowadzących wymianę z zagranicą. Nie występuje znacząca zależność między przeznaczaniem przez firmę środków na cele badawczo-rozwojowe a wielkością miasta, w którym znajduje się siedziba firmy.



Wysokość środków przeznaczanych na cele badawczo-rozwojowe wśród średnich i dużych firm wynosi najczęściej do 20.000 zł (37%). 27% firm przeznaczają na cele badawcze od 20.000 do 50.000

1.000.000 zł rocznie.



20% dużych i średnich firm współpracuje z ośrodkiem naukowym, instytutem badawczym, uczelnią. Współpraca ta dotyczy najczęściej modernizacji i opracowania nowych technologii (21% wśród współpracujących), badania jakości produktu oraz konsultacji i doradztwa (18%). Wśród firm deklarujących współpracę z ośrodkiem naukowym, instytutem badawczym, uczelnią 12% wskazało na wszechstronną współpracę z konkretnym ośrodkiem badawczym nie precyzując rodzaju tej współpracy.

Zbiorowość badania:

Firmy w Polsce

Metoda doboru próby:

Próba losowa: małych firm zatrudniających do 5 pracowników

Próba losowo-warstwowa: dużych firm zatrudniających powyżej 5 pracowników, dzielona na cztery warstwy w zależności od liczby zatrudnionych pracowników

Metoda zbierania danych:

Indywidualny wywiad kwestionariuszowy

Czas przeprowadzenia wywiadów:

28 czerwca - 16 lipca 2001

Efektywna liczebność próby:

firmy do 5 pracowników: 348

firmy >5 pracowników: 483

Sposób prezentacji danych:

Prezentowane dane zostały dostosowane do obowiązującego sposobu kategoryzacji przedsiębiorstw. Dane zostały zebrane w dwóch grupach tabel pogrupowanych ze względu na wielkość zatrudnienia:

Firmy zatrudniające do 9 pracowników

Firmy zatrudniające 10 pracowników i więcej.

Data ostatniej modyfikacji dokumentu: 10.11.2004, 11:39

POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Copyright © 2004. Wszystkie Prawa Zastrzeżone.

Wykonanie: Igor Czajka