

Innowacje produktowe w Polsce

Niski poziom innowacyjności produktowej stanowi wyzwanie z którym nie radzi sobie polityka gospodarcza w Polsce. Dane porównawcze wskazują na bardzo duży dystans Polski w tym obszarze w stosunku do Unii Europejskiej. Rośnie potrzeba zastosowania ekonomicznej teorii innowacji w doskonaleniu standardów pomiaru innowacyjności oraz w poszukiwaniu dróg do zmniejszenia kosztów transakcyjnych na jakie natrafiają przedsiębiorstwa innowacyjne. Przeprowadzone badania kwestionariuszowe firm posiadających innowacyjne produkty pokazują, że zwiększenie nakładów na badania i rozwój w małych i średnich przedsiębiorstwach może mieć znaczący wpływ na ich wzrost sprzedaży.

Współczesne gospodarki są coraz bardziej złożone. Powstają w skali krajowej i międzynarodowej zaawansowane technologicznie struktury produkcyjne, handlowe i usługowe. Wyroby i usługi mogą być dopasowane do potrzeb odbiorców. Tworzone są międzynarodowe platformy, które łączą poszczególnych interesariuszy. Ich podstawą są wielowymiarowe określone procesy łączące dostawców, pośredników, producentów i odbiorców. Dostarczanie wyrobów i usług staje się łatwiejsze. W przypadku wielu dóbr można wręcz mówić o gospodarce nadmiaru. Jednocześnie istnieją wielkie obszary ubóstwa i nierówności.

Powstają produkty o coraz bardziej rozbudowanych cechach użytkowych. Do ich wytwarzania wykorzystuje się nowe technologie oraz nowoczesne materiały. Znaczna ilość produktów wytwarzanych w kraju świadczy o złożoności jego gospodarki. Dzięki rozwojowi technologii stare produkty są zastępowane nowymi. Produkty zmieniają się na naszych oczach. Mogą powodować wzrost kosztów zewnętrznych. Przykładem może być zmniejszanie się trwałości wyrobów, co często stanowi poważne wyzwanie w gospodarce odpadami. Zwiększa się udział usług oraz wyrobów niematerialnych. Zmiany te dotyczą zarówno produktów podstawowych jak i niepodstawowych.

Pojawianie się nowych wyrobów i usług, dodawanie nowych cech użytkowych i zwiększanie ich funkcjonalności jest wynikiem innowacji produktowych¹. Celem pracy jest poszukiwanie rozwiązań instytucjonalnych i instrumentów ukierunkowanych na zmniejszenie dystansu Polski w obszarze innowacji produktowych z uwzględnieniem wyników badań ekonomicznych oraz zmieniających się standardów międzynarodowych w obszarze pomiaru innowacyjności.

Zmiany sposobu wytwarzania i cech użytkowych decydują o kosztach produkcji, ale także o nowych modelach i potrzebach konsumpcyjnych związanych bezpośrednio z istniejącymi wzorcami kulturowymi. Aktywne metody marketingowe i wszechobecne media w tym społecznościowe oddziałują na modele konsumpcji. Jednocześnie powstają możliwości

¹ Kwestia innowacyjności produktów odgrywa coraz większą rolę w badaniach ekonomicznych. Ich zakres obejmuje wpływ nowych technologii, wyrobów i usług na obniżenie produktywności w USA po 2004 r., ale także oddziaływanie subsydiów na innowacyjność produktową przedsiębiorstw w Chinach. Prezentowane studium mikroekonomiczne oparte jest na badaniach firm z Polski, które posiadały innowacyjne produkty.

technologiczne dla wzrostu roli konsumenta w tworzeniu produktów dostosowanych do jego potrzeb.

Warunki w których działają firmy zorientowane na działalność innowacyjną ciągle jeszcze znacznie różnią się od tych z którymi spotykają się w najbardziej rozwiniętych krajach Unii Europejskiej. Powoduje to liczne bariery skutkujące w dodatkowych trudnościach dla firm najbardziej innowacyjnych. Dla części firm, które adaptują się do tych warunków oznacza to konieczność zmiany zachowań na bardziej oportunistyczne. Przeprowadzona analiza na podstawie bazy danych będącej podstawą wyznaczania Summary Innovation Index daje możliwość analizy porównawczej krajowych systemów innowacyjnych.

Korzystanie z istniejącej metodologii badań statystycznych uznanej w skali międzynarodowej pozwala skorzystać z doświadczenia ekspertów, uzyskać możliwość odniesienia wyników pracy do publikowanych danych statystycznych oraz tworzy podstawę do rozwoju dalszych badań, doskonalenia metod pomiaru i szerszego wykorzystania ich wyników.

Przedstawione zostaną wyniki przeprowadzonych badań nad instrumentami opartymi na wiedzy zorientowanymi na powiązanie innowacji rynkowych w tym produktowych z inwestycjami w badania i rozwój, wzrostem aktywności w sferze własności przemysłowej oraz tworzeniem struktur wiedzy.

Zastosowane podejście oparte było na dorobku porównawczych badań statystycznych i wskazującym na skalę opóźnienia Polski w budowie gospodarki opartej na wiedzy, identyfikacji bardzo dużego potencjału informacyjnego danych statystycznych oraz świadomości negatywnych skutków rosnących asymetrii informacji między sferą nauki i biznesu. Realizacja przedsięwzięcia badawczego była ukierunkowana na odpowiedź na potrzeby praktyki gospodarczej. Wymagało to tworzenia nowych procedur badawczych bazujących na dorobku badań statystycznych.

Podstawą było szerokie komunikowanie się z podmiotami aktywnymi w procesach innowacyjnych, co prowadziło do stopniowego rozbudowywania procedury badawczej. Przyjęta strategia zmniejszania kosztów transakcyjnych interesariuszy procesów innowacyjnych i ich rosnąca partycypacja stymulowała do kolejnych kroków badawczych.

Mieliśmy więc do czynienia z przedsięwzięciem, które było ukierunkowane na zmniejszanie kosztów transakcyjnych przedsiębiorstw innowacyjnych ponoszących wysokie ryzyka związane z niedostosowaniem warunków instytucjonalnych, finansowych i organizacyjnych do ich potrzeb. Firmy sygnalizowały swoje potrzeby i wyzwania z którymi miały do czynienia poprzez oceny ważności barier, które musiały pokonywać. Miały też możliwość przedstawiania swoich propozycji rozwiązań ograniczających, czy zmniejszających bariery na które natrafiały².

Ważnym odbiorcą badań były także firmy, instytucje i eksperci zainteresowani znalezieniem przedsiębiorstw posiadających innowacyjne produkty, patenty oraz które poniosły nakłady związane z ich rozwojem. Trudno też nie wskazać na wyspecjalizowanych ekspertów, którzy poszukiwali wiedzy na temat innowacyjnych produktów i możliwości ich rozwoju albowiem działali w ramach instytucji funkcjonujących w niedostosowanych do ich potrzeb strukturach organizacyjnych, informacyjnych, finansowych i instytucjonalnych.

² Badania na ten temat w INE PAN w latach 2005-2016 prowadziła dr Ewa Puchała-Krzywina. Ich wyniki były prezentowane m.in. w publicznych raportach poświęconych innowacyjności gospodarki Polski.

Przeprowadzone badania statystyczne i empiryczne pozwoliły przybliżyć funkcjonowanie przedsiębiorstw posiadających innowacje produktowe w Polsce. Pokazują one, że dystans Polski w sferze innowacyjnych produktów jest znaczny. Według European Innovation Scoreboard szczególnie słabą stroną jest udział innowacyjnych produktów w sprzedaży małych i średnich przedsiębiorstw. Polska jest zdecydowanie w tym obszarze poniżej średniej w Unii Europejskiej.

W sferze pozostałych przedsiębiorstw nie daje się też zauważyć istotnego postępu. Cały czas mamy zjawisko występowania przejawów innowacyjności produktowej jednak skala kosztów transakcyjnych związanych z niedostosowaniem do obecnej przejściowej fazy rozwojowej gospodarki Polski jest znaczna. Firmy borykają się z pętlą barier a istniejące rozwiązania instytucjonalne nie uwzględniają specyfiki wyzwań jakie przed nimi stoją, co często wymusza na przedsiębiorstwach podejmowanie działań o niższym poziomie ryzyka a więc zazwyczaj o mniejszej innowacyjności.

Ważną rolę wśród czynników sprzyjających innowacyjności produktowej odgrywają przychody, efektywność, nakłady na badania i rozwój (B+R), patenty i znaki towarowe oraz struktury wiedzy. Pionierskie badania Uniwersytetu Harvardzkiego, kontynuowane przez wielu innych specjalistów z różnych ośrodków naukowych wskazują, że ważną rolę we wzroście innowacyjności zajmują inwestycje przedsiębiorstw w B+R.

Udział nakładów na B+R w Polsce odniesiony do PKB systematycznie rośnie, tak jak i udział przedsiębiorstw w tych nakładach. Intensywność nakładów na B+R w stosunku do PKB jest jednak ciągle znacznie poniżej średniej dla Unii Europejskiej. Nie ma też polskich firm wśród liderów inwestycji w B+R w Unii Europejskiej. Natomiast możliwości światowych potentatów w sferze nakładów na B+R często obecnych w Polsce są publicznie prezentowane w bardzo ograniczonym zakresie.

Alokacja nakładów na B+R do małych i średnich przedsiębiorstw jest ciągle dużym wyzwaniem. Tymczasem badanie ekonometryczne na danych jednostkowych przedsiębiorstw, wskazuje, że w grupie małych i średnich firm posiadających innowacje produktowe istnieje pozytywny związek między ponoszonymi nakładami na B+R a wynikami sprzedaży. Analogiczne badanie dla dużych firm nie wykazuje tak pozytywnych sprzężeń.

Oznacza to, że jedną z przyczyn ograniczonych osiągnięć w sferze innowacji produktowych jest ponoszenie tych nakładów przez firmy, które nie dają efektów porównywalnych do małych i średnich firm. Dodatkowym czynnikiem, który wymaga dalszych badań jest źródło pochodzenia funduszy na badania i rozwój. W przypadku pomocy publicznej w grę wchodzi też kwestia zapewnienia jej alokacji adekwatnej do potrzeb firm i istniejących trendów rynkowych. Warto tu uwzględnić wyniki badań prowadzonych w krajach Unii Europejskiej oraz dorobek studiów związany z wykorzystywaniem sztucznej inteligencji.

Ważną przyczyną niskiej innowacyjności produktowej jest niedostateczna wiedza o dostępności funduszy i administracyjne obciążenia z nimi związane a także dodatkowe ryzyka które ten proces powoduje dla małych i średnich firm w procesie rozwoju nowych wyrobów i usług.

Analizy studiów przypadku w Polsce wskazują jednocześnie na postępujące sukcesy konsekwentnie rozwijanych małych i średnich firm. Jednak rozwój mechanizmów prowadzących do powstawania innowacyjnych produktów wymaga efektywnie alokowanych nakładów i dalszego rozwoju instrumentów opartych na wiedzy.