

2013

Świt innowacyjnego społeczeństwa

– materiały

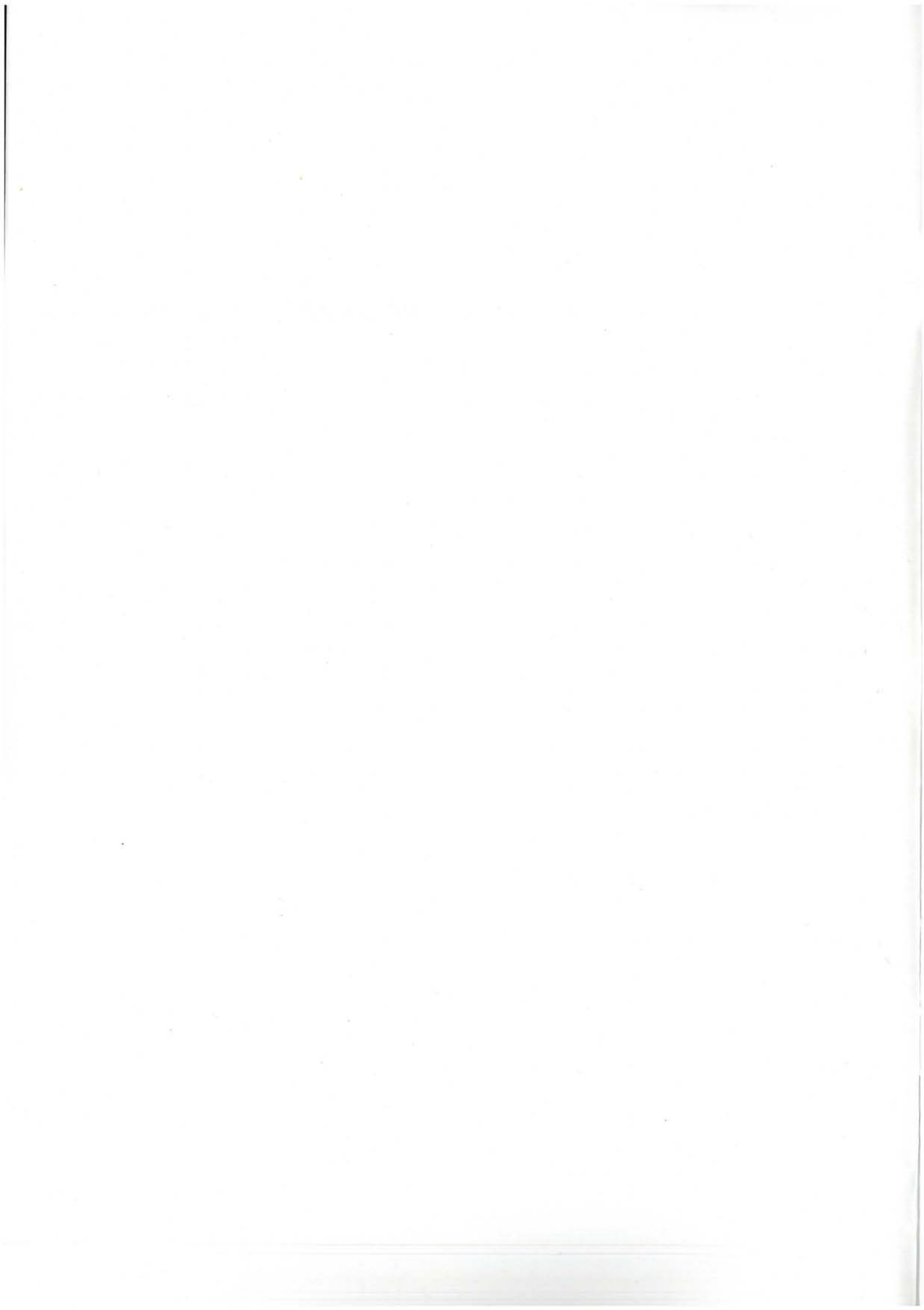


8 marca 2013 r.
Hotel Mercure Warszawa Grand
ul. Krucza 28, Warszawa



ŚWIT INNOWACYJNEGO SPOŁECZEŃSTWA

Materiały



Program

Świt innowacyjnego społeczeństwa

8 marca 2013 r., Hotel Mercure, ul. Krucza 28, Warszawa

09.30 – 10.30	Rejestracja uczestników powitalna kawa
10.30 – 10.50	Powitanie uczestników Jerzy Witold Pietrewicz , sekretarz stanu, Ministerstwo Gospodarki Bożena Lublińska-Kasprzak , prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości
10.50 – 11.00	Prezentacja raportu „Świt innowacyjnego społeczeństwa. Trendy na najbliższe lata” Panel: Zmierzch czy świt innowacyjności Wnioski z raportu prof. Stanisław Łobejko , Szkoła Główna Handlowa Edwin Bendyk , Polityka dr Dominik Batorski , Uniwersytet Warszawski
11.00 – 12.15	Komentarz ekspercki dr Daria Gołębiowska-Tataj , Szkoła Biznesu Politechniki Warszawskiej prof. Jan Kaźmierczak , zastępca przewodniczącego Komisji Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii Sejmu RP Kuba Wygnański , prezes Pracowni Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” Prowadzenie: Paulina Zadura-Lichota, PARP
12.15 – 12.30	Przerwa na kawę
12.30 – 13.45	Panel: Polska innowacyjna – wyzwania Bożena Lublińska-Kasprzak , prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości Olgierd Dziekoński , sekretarz stanu, Kancelaria Prezydenta RP prof. Jacek Guliński , podsekretarz stanu, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego dr Alicja Adamczak , prezes Urzędu Patentowego RP dr Andrzej Arendarski , prezes Krajowej Izby Gospodarczej Marek Borzestowski , partner, Giza Polish Ventures Krzysztof Domarecki , przewodniczący Rady Nadzorczej Selena FM SA Prowadzenie: Edwin Bendyk, Polityka
13.45 – 14.00	Zakończenie spotkania
14.00	Lunch

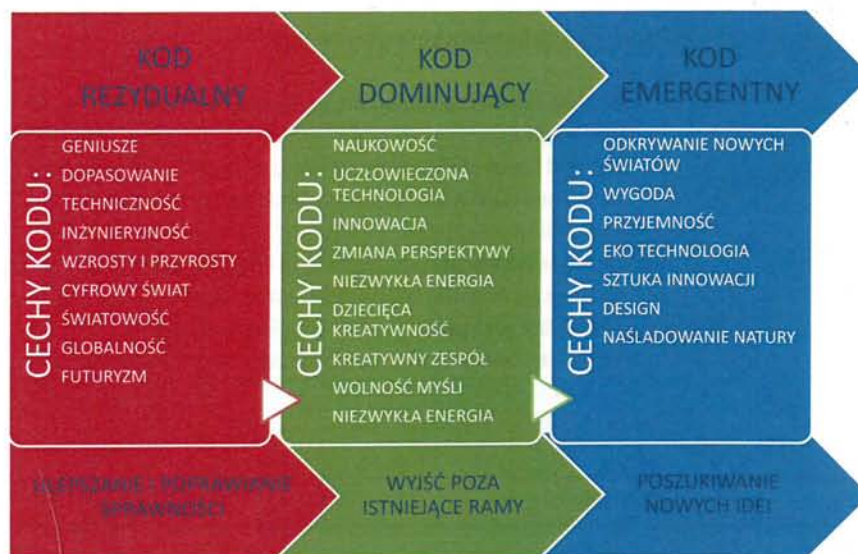
Streszczenie wyników badania

Jak zmienia się rozumienie innowacyjności?

Raport pod tytułem „Świt innowacyjnego społeczeństwa. Trendy na najbliższe lata” został pomyślany jako analiza procesów innowacyjnych zachodzących w Polsce w ujęciu kodów kulturowych, które mają największy wpływ na społeczny odbiór innowacyjności w Polsce.

Podstawą analiz są wyniki badania PARP nad semiotycznym znaczeniem pojęcia innowacyjności.¹ Jednym z jego elementów było określenie zmian, jakie następowały w znaczeniu innowacyjności w polskiej kulturze. Jak wspominają autorzy: „Analiza zmian w perspektywie historycznej pozwoliła na zrozumienie w jakim kierunku podążają zmiany, ale także na identyfikację bagażu kulturowego, który odziedziczyliśmy po wcześniejszych fazach kultury, i który często jest przeszkodą w komunikowaniu innowacyjności w pożądanym znaczeniach”². Osią przeprowadzonego badania była identyfikacja kodów kulturowych pojęcia innowacyjności w trzech wymiarach:

- **kod rezydualny** skupiający środki ekspresji, symbolikę i komunikację społeczną na temat innowacyjności w formie odchodzącej w przeszłość, czyli zdezaktualizowanej, nie przystającej do dzisiejszej kultury;
- **kod dominujący** prezentujący powszechnie zrozumiałe wartości, aktualne style i sposoby wyrazu problematyki innowacyjności w obecnej kulturze, współczesny główny nurt (mainstream);
- **kod emergentny**, zwiastun nowego, zapowiadający nowe formy i style przekazu na temat innowacyjności.



Źródło: opracowanie własne na podstawie „Audyty semiotycznego innowacyjności” K. Polak, M. Żurawicka-Koczan.

1. K. Polak, M. Żurawicka-Koczan, *Audyty semiotyczny innowacyjności*, Badanie zrealizowane przez Semiotic Solutions na zlecenie PARP.

Analizy eksperckie zawarte w raporcie „Świt innowacyjnego społeczeństwa. Trendy na najbliższe lata” omawiają problematykę innowacyjności w ujęciu dwóch funkcjonujących dziś kodów – rezydualnego i dominującego.


Charakterystycznym elementem kodu rezydualnego innowacyjności jest modernizacja rozumiana jako unowocześnienie mechanizmów społecznych i gospodarczych (korzystanie z nowych technologicznych urządzeń, np. komputerów, układów scalonych do usprawnienia pracy), usprawniania (kierującego się ideą wzrostu przychodów i wydajności), modernizmu (postęp i rozwój, świetlana przyszłość) oraz wielkich wynalazków. Kody rezydualne innowacyjności można szerzej scharakteryzować jako konwencje odnoszące się do dwóch idei. Pierwsza idea to ulepszanie, poprawianie, dopasowywanie, wzrost, dorównywanie do świata, unowocześnianie. Druga idea odwołuje się do wielkich odkryć, przełomowych wynalazków, samotnych geniuszy, idei postępu, skoku cywilizacyjnego. Z tego, na potrzeby niniejszego raportu wybrana została tematyka wzrostów i przyrostów, co obrazuje problematyka pomiaru innowacyjności zaprezentowana w dwóch pierwszych jego rozdziałach. Taki wybór był podyktowany świadomością wyczerpywania się funkcjonalności obowiązujących wskaźników innowacyjności, czyli zauważaną potrzebą nowego sposobu szukania i prezentowania przejawów innowacyjności w sferze społeczno-gospodarczej.

Kody dominujące to konwencje odnoszące się do zmiany dotychczasowego sposobu myślenia, działania, odwrócenia porządku, odróżnienia, zaskakujących połączeń w celu wyróżnienia się. W kodach dominujących ważna jest idea bycia kreatywnym, to uwalnianie myśli, uwalnianie się od starego, wychodzenie poza, lotność umysłu – to wiedza specjalistyczna połączona z wysoką technologią. Kody dominujące obejmują konwencje „odnoszące się do idei zmiany dotychczasowego myślenia, działania, odwrócenia porządku, odróżnienia, zaskakujących połączeń”³. Zidentyfikowane składowe tego kodu są liczne i zróżnicowane. Na potrzeby raportu wybranych zostało kilka wątków takich jak: wolna, niezależna myśl (waga myślenia w procesie innowacyjnym), kreatywny team (innowacja zachodzi w procesie grupowym), ucłowieczona technologia (technologia przyjazna człowiekowi, łatwość obsługi technologii – idea jednego palca), dziecięca kreatywność (radość tworzenia, idea kreatywności). Istotą kodów dominujących jest inność, odmienność, wyróżnienie, a także zmiana perspektywy (diametralnie nowy sposób podejścia do znanych zagadnień) oraz kierunek innowacja (idea drogi w nieznanne, a także imperatyw tworzenia innowacyjności).

Kody emergentne innowacyjności to interdyscyplinarność idei, która charakteryzuje zacieranie się granic między różnymi dziedzinami, obszarami i dyscyplinami. Dotyczy to w szczególności połączeń technologii z naturą, inżynierii ze sztuką. Autorzy badania wskazują, że na pograniczu kodu dominującego i emergentnego znajduje się idea wygody i przyjemności. Kod emergentny oznacza dążenie w kierunku wyrafinowania, piękna, wyjątkowości i doznań. Czy ten kod przełoży się na praktykę firm, instytucji i spotka się z zainteresowaniem społeczeństwa w kolejnych latach? Być może jest to kierunek dla innowacji, dzięki któremu przełamany zostanie obecny impas w działalności innowacyjnej krajów rozwiniętych. Jak zmienia się rozumienie innowacyjności? Zapraszamy do lektury raportu!

Prezentacja

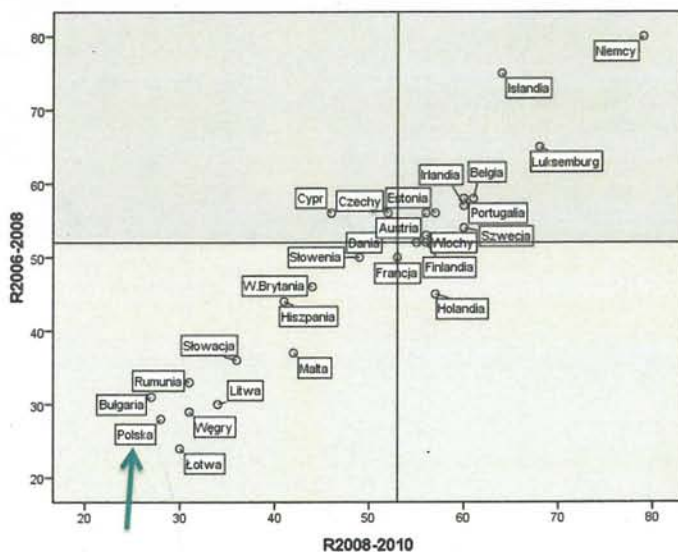
- Innowacyjność przedsiębiorstw – statystyczny obraz Polski na tle innych krajów Europy.
- Barometr Innowacyjności. Wybrane wyniki ewaluacji on-going Działań 1.4 – 4.1, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1, 8.1 i 8.2 PO IG.

PARP 		
2013		
		Świt innowacyjnego społeczeństwa
		Innowacyjność przedsiębiorstw - Polska na tle innych krajów Europy
		Warszawa, 8 marca 2013 r.

Plan prezentacji

1. Aktywność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce.
2. Jacy jesteśmy pod względem innowacyjności? Do kogo się porównywać?
3. Ekonomiczne aspekty działalności innowacyjnej.
4. Działalność B+R, sprzedaż wyrobów nowych lub istotnie ulepszonych.
5. Innowacyjność w danych jakościowych: współpraca, źródła informacji, cele działalności, wsparcie publiczne, metody stymulowania kreatywności pracowników.

Innowacyjność – odsetek firm prowadzących działalność innowacyjną

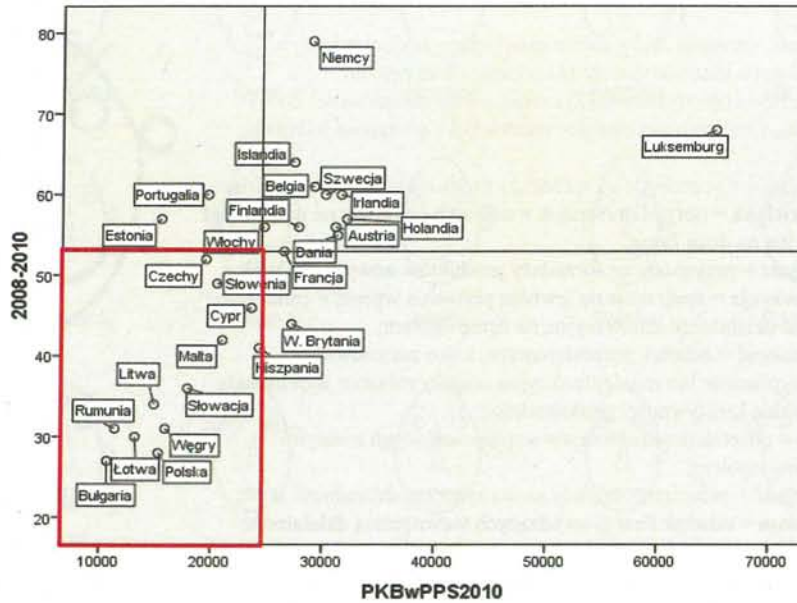


Na podstawie Eurostat Statistics Database 2006-2008, 2008-2010

	2008	2010	różnica p.p.
EU 27	52%	53%	1
Niemcy	80%	79%	-1
Luksemburg	65%	68%	3
Hiszpania	73%	64%	-11
Belgia	58%	61%	3
Portugalia	58%	60%	3
Szwecja	54%	60%	6
Irlandia	57%	60%	3
Estonia	56%	57%	0
Holandia	45%	57%	12
Austria	56%	56%	0
Włochy	53%	56%	3
Finlandia	52%	56%	4
Dania	52%	55%	3
Francia	50%	53%	3
Czechy	50%	52%	2
Słowacja	50%	49%	-1
Cypr	50%	46%	-10
W. Brytania	48%	44%	-1
Malta	37%	42%	4
Rumunia	33%	41%	8
Słowacja	36%	36%	0
Litwa	30%	34%	4
Węgry	29%	31%	2
Rumunia	33%	31%	-2
Łotwa	24%	30%	6
Polska	28%	28%	0
Bulgaria	31%	27%	-4

Do kogo się porównywać?

PKB per capita w PPS w 2010 r.
i udział przedsiębiorstw prowadzących działalność innowacyjną w latach 2008-2010

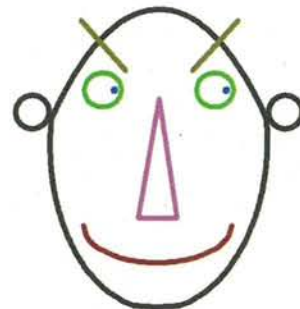


Na podstawie Eurostat Statistics Database 2008-2010

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w krajach o podobnym poziomie rozwoju gospodarczego

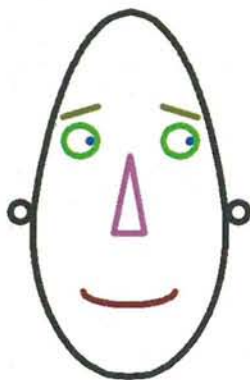
Obszary innowacyjności – twarz Chernoffa

- **twarz/szerokość** = odsetek firm prowadzących działalność innowacyjną ogółem;
- **nos/długość** = średnia celów działalności innowacyjnej wśród przedsiębiorstw innowacyjnych: (1) poprawa zdrowia lub bezpieczeństwa pracowników, (2) zmniejszenie szkodliwości dla środowiska, (3) obniżenie kosztów materiałów i energii na jednostkę produkcji;
- **nos/szerokość** = przychody ze sprzedaży produktów nowych dla firmy;
- **usta/krzywizna** = optymizm/smutek = całkowite nakłady na działalność innowacyjną na dużą firmę;
- **usta/długość** = przychody ze sprzedaży produktów nowych dla rynku;
- **żrenice/pozycja** = spojrzenie na lewo/na prawo/na wprost = całkowite nakłady na działalność innowacyjną na firmę ogółem;
- **brwi/wysokość** = odsetek przedsiębiorstw, które zastosowały multidyscyplinarne lub międzyfunkcyjne zespoły robocze jako metodę stymulowania kreatywności pracowników;
- **brwi/kąt** = odsetek przedsiębiorstw współpracujących z innymi podmiotami ogółem;
- **brwi/długość** = przeciętne nakłady na wewnętrzną działalność B+R;
- **uszy/poziom** = odsetek firm prowadzących wewnętrzną działalność B+R;
- **ucho/promień** = odsetek przedsiębiorstw, które wysoko oceniły znaczenie źródła informacji jakim są klienci i konsumenci.



Wzór
(maksymalne wartości)

Jacy jesteśmy?



Polska

Polska na tle innych krajów

- dość szczupła ale z zarysowanym uśmiechem (podobnie Węgry, Hiszpania, Cypr i Portugalia) co oznacza, że są obszary działalności innowacyjnej firm napawające optymizmem.

Tym uśmiechem i nutką optymizmu w przypadku Polski są:

- **innowacyjne duże firmy** przeznaczające znaczne środki na działalność innowacyjną oraz
- **wielkość przychodów ze sprzedaży produktów nowych dla rynku dla firm innowacyjnych ogółem.**

Jak wyglądamy na tle wybranych krajów?



Bułgaria



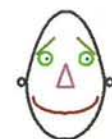
Cypr



Czechy



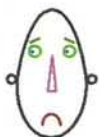
Estonia



Hiszpania



Litwa



Łotwa



Malta



Polska



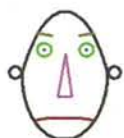
Portugalia



Rumunia



Słowacja



Słowenia



Węgry

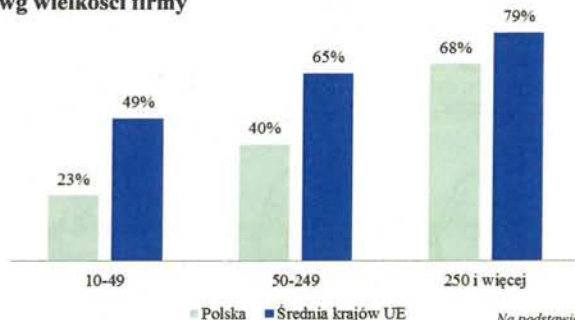


Wzór

**O działalności innowacyjnej
przedsiębiorstw
bardziej szczegółowo....**

Działalność innowacyjna

wg wielkości firmy



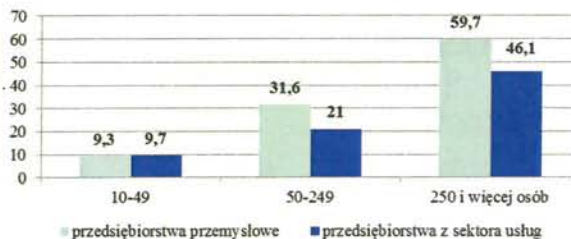
Miejsce Polski na tle 26 krajów UE:

- ogółem: 25.
- małe firmy: 25.
- średnie firmy: 24.
- duże firmy: 21.

w sektorze przemysłowym i usługowym

Między 2008-2010 a 2009-2011 spadek udziału aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw:

- w sektorze przemysłowym (z 18,1% do 16,9%),
- w sektorze usług (z 13,5% do 12,3%).



Działalność innowacyjna wg sekcji PKD

w Polsce:

sekcje przemysłu o najwyższym udziale innowacyjnych firm:

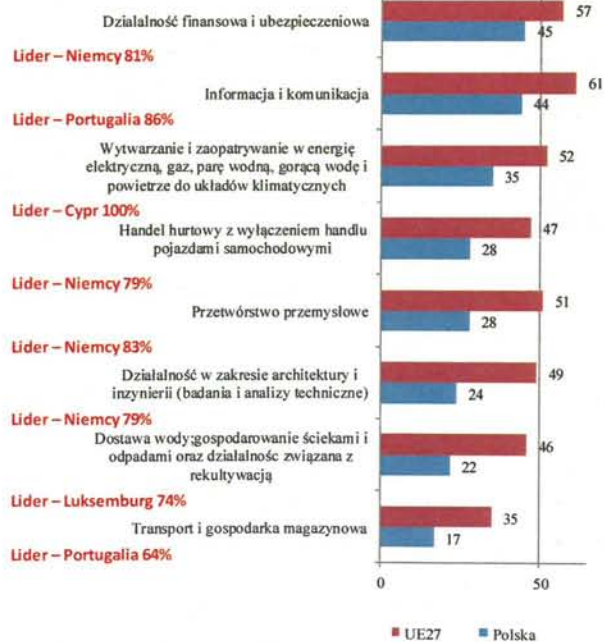
- *Produkcja wyrobów farmaceutycznych* - 56,9 %,
- *Produkcja koksu i produktów rafinacji ropy naftowej* - 50% oraz
- *Produkcja chemikaliów i wyrobów chemicznych* - 44,1%.

sekcje sektora usług o najwyższym udziale innowacyjnych firm:

- *Ubezpieczenia, reasekuracja i fundusze emerytalne* - 62,5%,
- *Finansowa działalność usługowa* - 35,4%,
- *Działalność usługowa w zakresie informacji* - 28,3%.

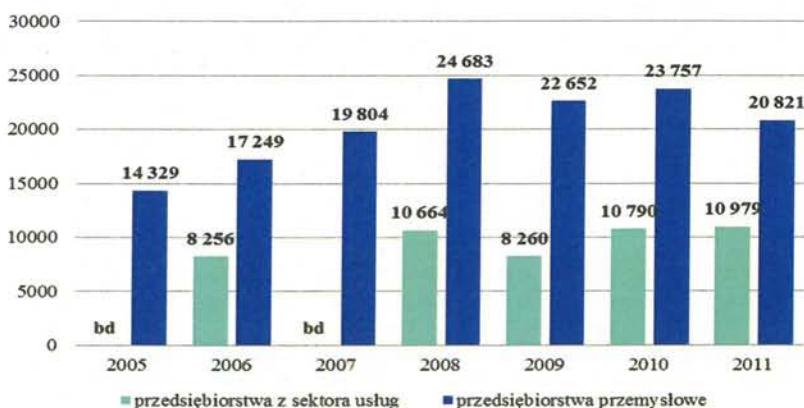
GUS, dane za 2009-2011

Polska na tle:



Ekonomiczne aspekty działalności innowacyjnej

Nakłady na działalność innowacyjną w sektorze przedsiębiorstw usługowych i w sektorze przemysłu (w mln PLN)



- 161,2 mld PLN – nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw ogółem.
- 75,2 mld PLN – nakłady inwestycyjne w przemyśle.

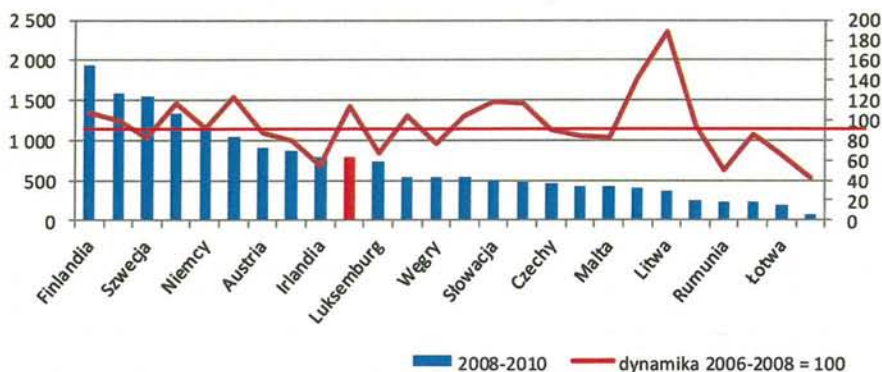
GUS, dane za 2011 r.

GUS, dane za 2005-2011

- Widoczny efekt pogorszenia sytuacji gospodarczej w sektorze przedsiębiorstw przemysłowych – wzrost nakładów do 2008 r., spadek w 2009 i 2011 r.,
- W sektorze przedsiębiorstw usługowych – stabilna sytuacja z wyjątkiem 2009 r.,
- W porównaniu do nakładów inwestycyjnych ogółem wydatki na innowacyjność są niewielkie, niemniej w sektorze przemysłu stanowią prawie 28%.

Nakłady przedsiębiorstwa na działalność innowacyjną

Nakłady na jedno przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną w zakresie innowacji technologicznych (produkcyjne i procesowe) wg wielkości firm w 2010 r. (w tys. EUR) oraz dynamika tej wielkości w Polsce i wybranych krajach Europy (2006-2008=100)



Polska zajmuje:

- 10 miejsce wśród 25 krajów UE pod względem nakładów na jedno przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną ogółem,
- 18 miejsce wśród małych firm,
- 19 miejsce wśród średnich firm,
- 14 miejsce wśród dużych.

Na podstawie Eurostat Statistics Database 2006-2008, 2008-2010

Działalność badawczo-rozwojowa firm aktywnie innowacyjnych w zakresie produktów lub procesów

Wewnętrzna działalność B+R

- Polska na 22 miejscu wśród 23 krajów UE z udziałem 31% firm prowadzących wewnętrzną działalność B+R (średnia krajów UE – 48%, Węgry – 47%, Słowacja – 49%, Czechy – 58%),
- Polska na 10 miejscu wśród 22 krajów UE z wynikiem 322 tys. EUR na jedną firmę pod względem przeciętnych nakładów na wewnętrzną działalność B+R.



Jeśli jest już prowadzona wewnętrzna działalność B+R to nakłady na jedną firmę nie odbiegają, a nawet są wyższe od nakładów w takich krajach jak:
Węgry – 314 tys. EUR, Słowenia – 305 tys. EUR, Czechy – 191 tys. EUR.

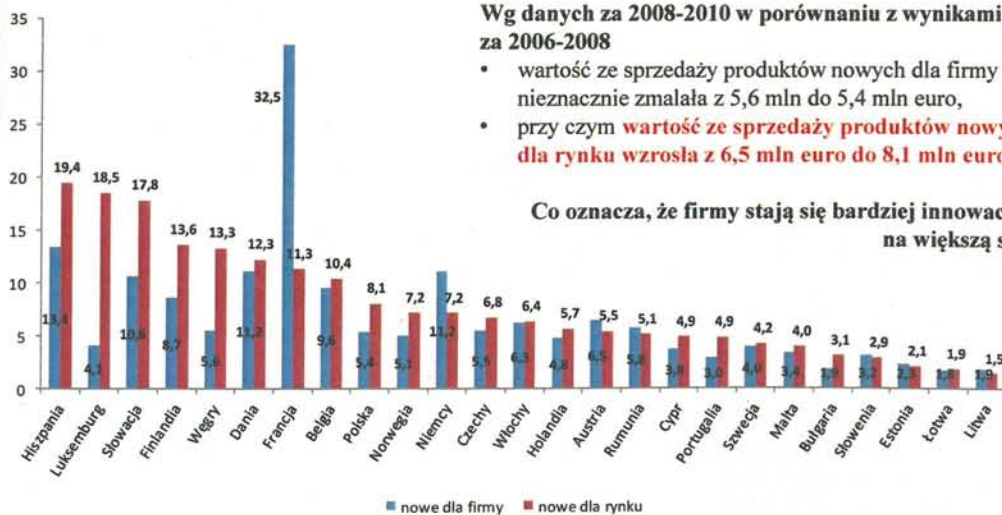
Zewnętrzna działalność B+R

- Polska na 18 miejscu z 25 krajów UE pod względem udziału firm prowadzących zewnętrzną działalność B+R – 20% (średnia krajów UE – 25%, Węgry – 26%, Czechy – 30%, Słowacja – 27%),
- Polska na 15 miejscu wśród 25 krajów UE pod względem przeciętnych nakładów na zewnętrzną działalność B+R – 214 tys. EUR (średnia krajów UE – 456 tys. EUR, Węgry – 674 tys. EUR, Czechy – 311 tys. EUR, Słowacja – 142 tys. EUR).

Na podstawie Eurostat Statistics Database 2008-2010

Sprzedż wyrobów nowych lub istotnie ulepszonych dla firmy lub rynku

Wartość ze sprzedaży produktów nowych dla firmy jak i dla rynku w przeliczeniu na przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną kształtuje się w Polsce na stosunkowo wysokim poziomie – 9. miejsce w UE.



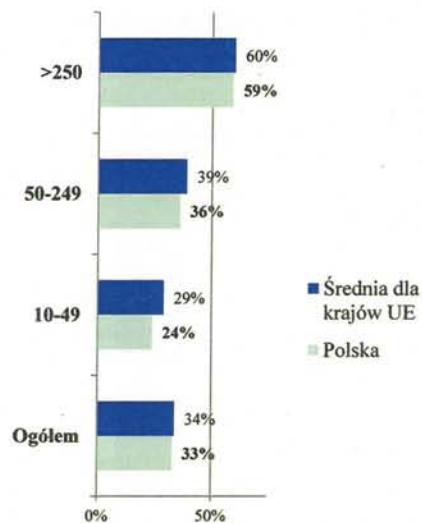
Na podstawie Eurostat Statistics Database 2008-2010

Współpraca w zakresie innowacji

- Udział innowacyjnych firm w Polsce **współpracujących** w zakresie innowacji jest **na zbliżonym poziomie do średniej krajów UE**;
- Polskie firmy zaangażowane są we **współpracę ze wszystkimi grupami podmiotów na poziomie średniej dla krajów UE**;
- **Różnice** występują we współpracy: z klientami i konsumentami (UE 27 – 19%, PL – 14%), konkurentami i innymi firmami z tego samego sektora (UE 27 – 12%, PL – 8%), z podmiotami z Europy (UE 27 – 20%, PL – 16%).
- **Skłonność do kooperacji** w większym stopniu charakteryzuje **średnie i duże przedsiębiorstwa**.

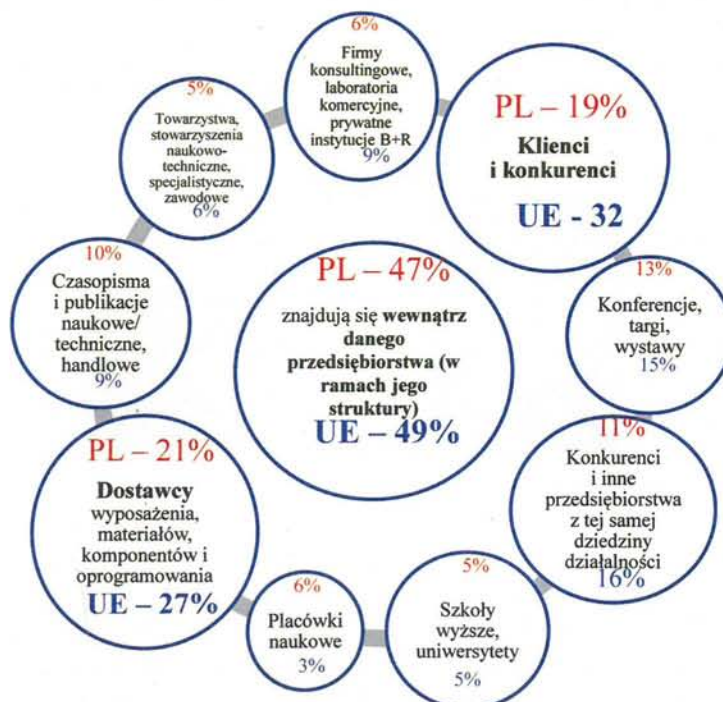


Na tle innych krajów:



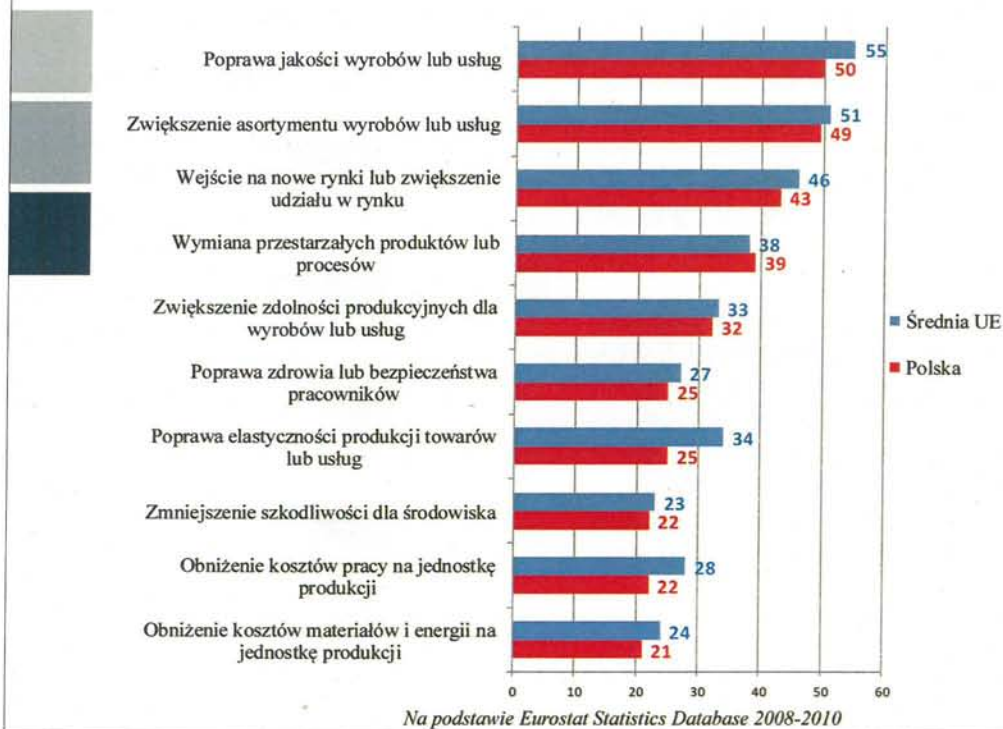
Na podstawie Eurostat Statistics Database 2008-2010

Źródła informacji dla innowacji

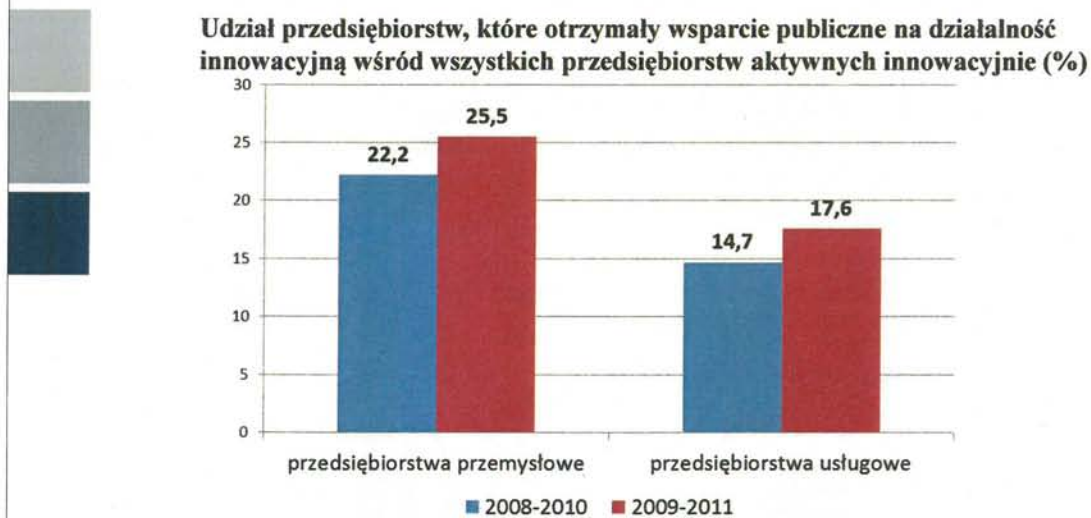


Na podstawie Eurostat Statistics Database 2006-2008, 2008-2010

Cele działalności innowacyjnej przedsiębiorstw



Wsparcie publiczne przedsiębiorstw innowacyjnych



- Rośnie znaczenie publicznego wsparcia działalności innowacyjnej.
- Firmy innowacyjne w Polsce najczęściej korzystają ze wsparcia w postaci środków z UE (16%).

Metody stymulowania kreatywności pracowników

Po raz pierwszy w badaniu 2008-2010 rozszerzono dotychczasowe badanie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw o pytanie dotyczące metod stymulowania nowych pomysłów i kreatywności pracowników – oto wyniki:



Na podstawie Eurostat Statistics Database 2008-2010

2013

BAROMETR INNOWACYJNOŚCI

Wybrane wyniki ewaluacji *on-going*

Działań 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1, 8.1 i 8.2 PO IG



Pomiar początkowy i końcowy
po III rundach badania (2011-2012)



BAROMETR INNOWACYJNOŚCI – pomiar rezultatów Programu

Przedmiot ewaluacji:

Działania PO IG wdrażane przez PARP, bezpośrednio adresowane do przedsiębiorstw (1.4-4.1, 3.3.2, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1, 8.1 i 8.2 PO IG).

Zasadnicze cechy ewaluacji:

- wielowymiarowe badania rezultatów i oddziaływania Działań PO IG, realizowane cyklicznie (*on-going* w latach 2011-2015) zgodnie z postępem Programu,
- innowacyjne podejścia do badania efektywności wsparcia (m.in. *tracking research*, technika *conjoint*, technika *propensity score matching*),
- porównywalność wskaźników ewaluacyjnych z danymi GUS o kondycji ekonomicznej i innowacyjności przedsiębiorstw (formularze F-01, PNT-01),
- technologia webowa (*Computer Assisted Web Interviewing*).

Beneficjenci PO IG w "Barometrze Innowacyjności" biorą udział dwukrotnie:

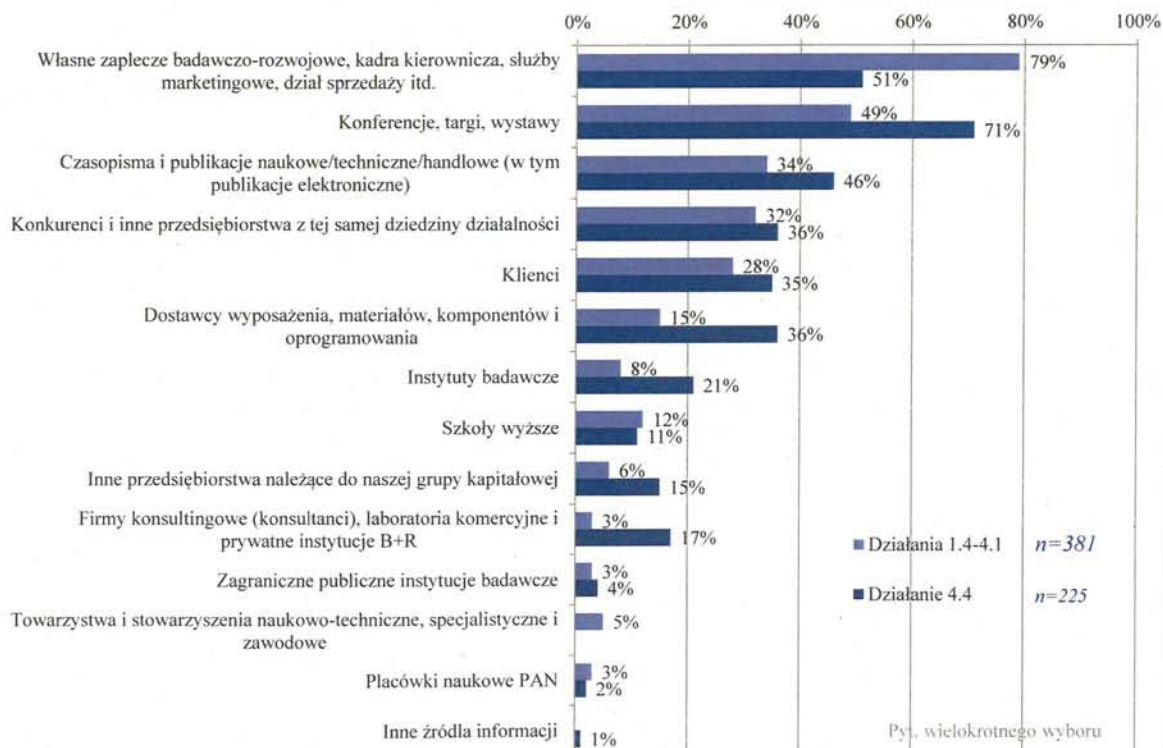
- 1) w ramach **pomiaru początkowego** (w trakcie realizacji projektu)
- 2) w ramach **pomiaru końcowego** (w okresie trwałości - po upływie 2 lat od rozliczenia projektu)

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA BENEFICJENTÓW



Główne źródła informacji o działalności innowacyjnej

Pytanie zadawano beneficjentom Działań 1.4-4.1 i 4.4

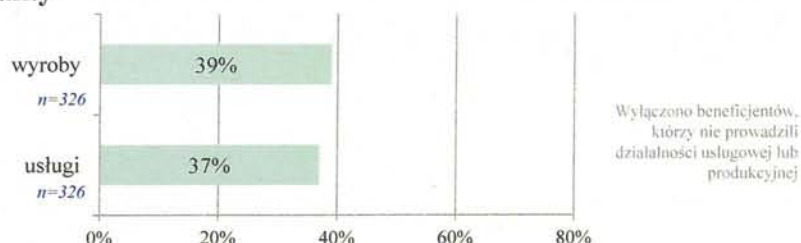


Innowacje produktowe

Pierwsze zbiorcze wyniki pomiaru końcowego (po III edycjach, 2011-2012) dla Działania 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 i 8.2

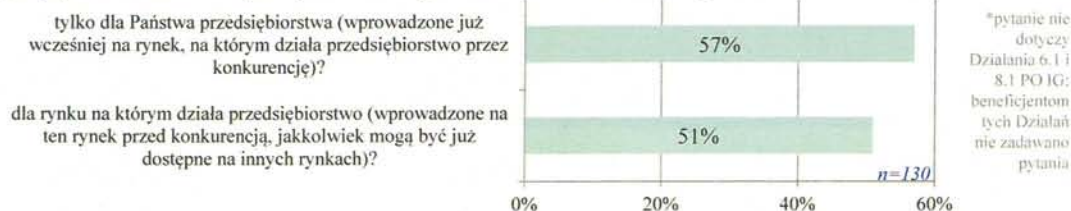
W okresie od złożenia wniosku o dofinansowanie do upływu 2 lat od rozliczenia projektu **53% beneficjentów wprowadzało innowacje produktowe** (nową usługę lub wyrób).

Nowe produkty



Jeżeli Państwa przedsiębiorstwo wprowadziło w okresie od złożenia wniosku o dofinansowanie do 2 lat od rozliczenia projektu innowacje produktowe, to

czy były wśród nich wyroby lub usługi nowe lub istotnie ulepszone

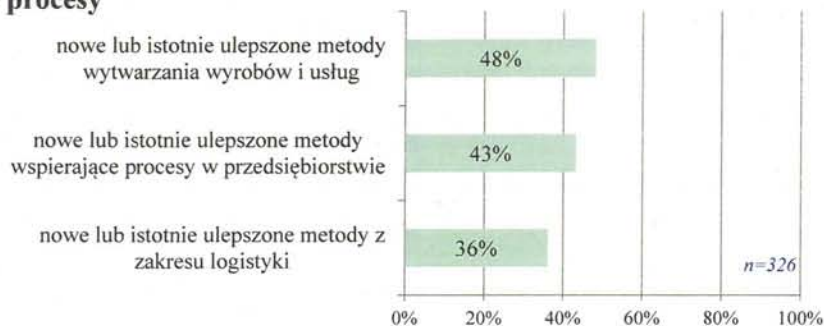


Innowacje procesowe

Pierwsze zbiorcze wyniki pomiaru końcowego (po III edycjach, 2011-2012) dla Działania 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 i 8.2

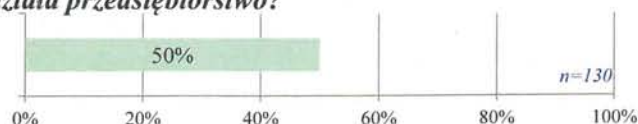
W okresie od złożenia wniosku o dofinansowanie do upływu 2 lat po rozliczeniu projektu **55% beneficjentów wprowadzało innowacje procesowe.**

Nowe procesy



Jeżeli Państwa przedsiębiorstwo wprowadziło w okresie od złożenia wniosku o dofinansowanie do 2 lat od rozliczenia projektu innowacje procesowe, to

czy były wśród nich procesy nowe lub istotnie ulepszone dla rynku, na którym działa przedsiębiorstwo?



Innowacje organizacyjne

Pierwsze zbiorcze wyniki pomiaru końcowego (po III edycjach, 2011-2012) dla Działan 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 i 8.2

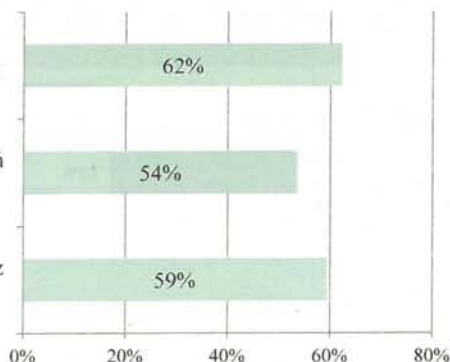
W okresie od złożenia wniosku o dofinansowanie do upływu 2 lat po rozliczeniu projektu, **77% beneficjentów wprowadzało innowacje organizacyjne** (w skali firmy). **64%** wprowadzonych innowacji **stanowiło bezpośredni efekt realizacji dofinansowanego projektu.**

Innowacje organizacyjne

nowe metody organizacyjne w zakresie relacji z otoczeniem, tzn. innymi przedsiębiorstwami (np. kontrahentami), instytucjami publicznymi

nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych wśród pracowników

nowe metody w zakresie przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania



Innowacje marketingowe

Pierwsze zbiorcze wyniki pomiaru końcowego (po III edycjach, 2011-2012) dla Działan 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5.4.1, 6.1 i 8.2

W okresie od złożenia wniosku o dofinansowanie do upływu 2 lat po rozliczeniu projektu, **71% beneficjentów wprowadzało innowacje marketingowe**. **58%** wprowadzonych innowacji **stanowiło bezpośredni efekt realizacji dofinansowanego projektu.**

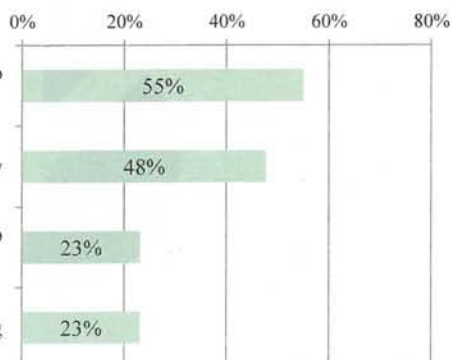
Innowacje marketingowe

nowe metody w zakresie dystrybucji produktów lub kanałów sprzedaży

nowe media lub techniki promocji produktów

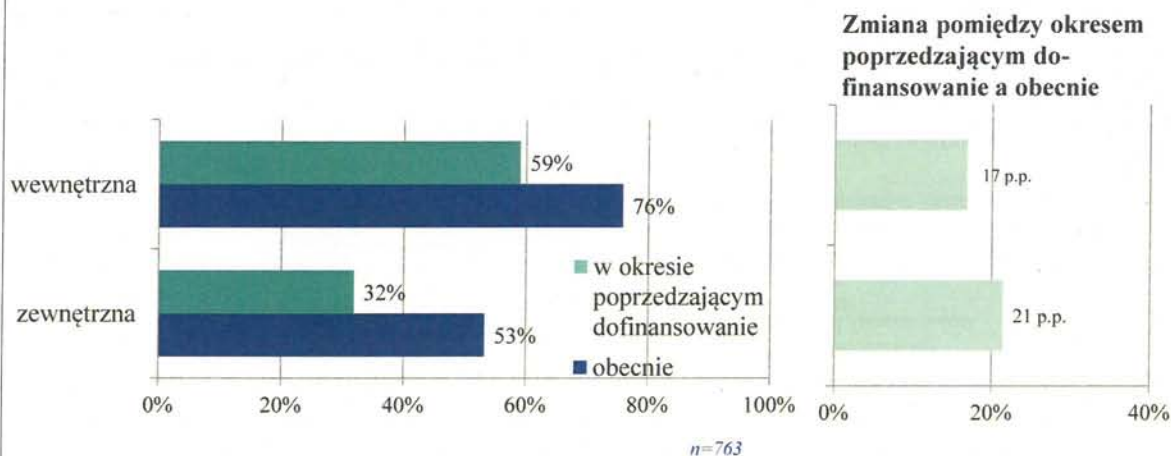
znaczące zmiany w projekcie/konstrukcji lub opakowaniu wyrobów lub usług

nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług



Działalność B+R beneficjentów - przed dofinansowaniem i w okresie realizacji projektów

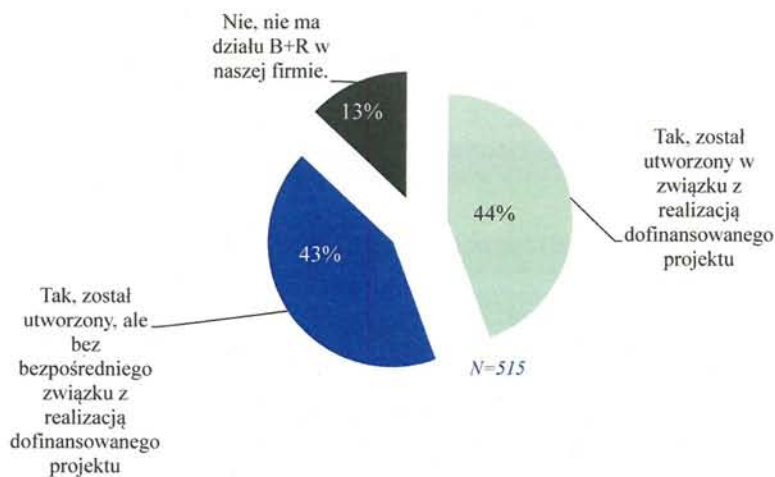
Wyniki zbiorcze pomiaru początkowego (po III edycjach, 2011-2012) dla Działania 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5-4.1



Wewnętrzna działalność B+R - przed dofinansowaniem i w okresie realizacji projektów

Wyniki zbiorcze pomiaru początkowego (po III edycjach, 2011-2012) dla Działania 1.4-4.1, 4.2, 4.4, 5-4.1

Istnienie działu badawczo rozwojowego w firmach prowadzących wewnętrzną działalność B+R

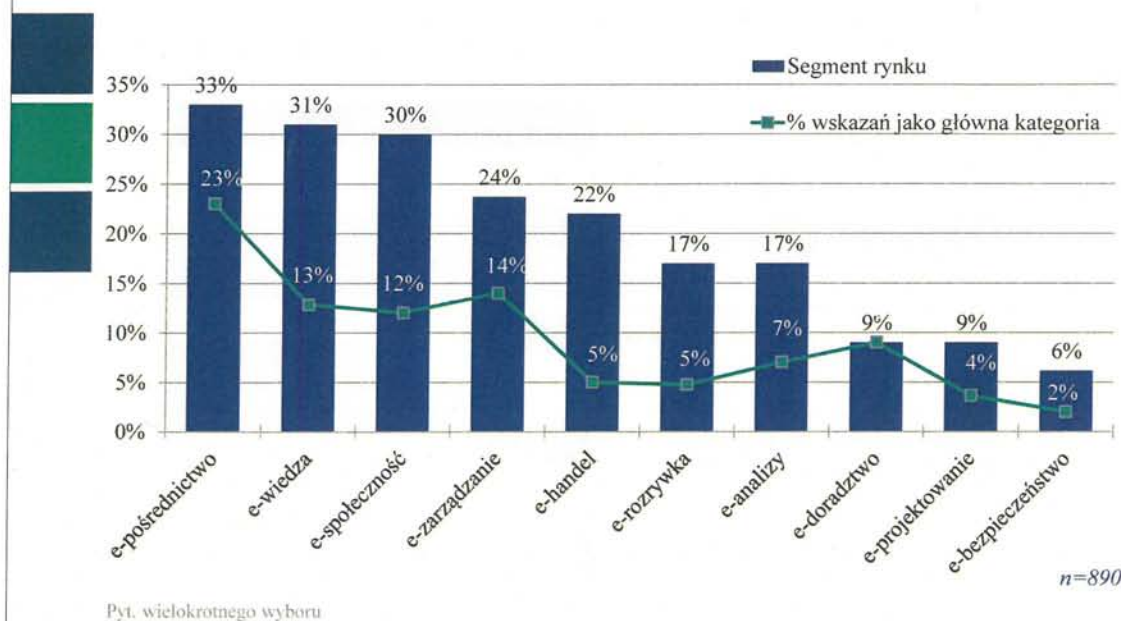


Efekty prac B+R w ramach projektów Działania 1.4



DZIAŁALNOŚĆ BENEFICJENTÓW W SFERZE E-GOSPODARKI

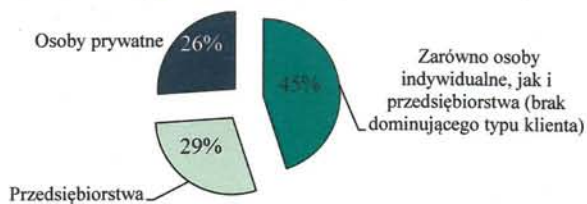
Segmenty wprowadzonych e-usług przez beneficjentów Działania 8.1



Główni odbiorcy i typy e-usług wprowadzonych przez beneficjentów Działania 8.1

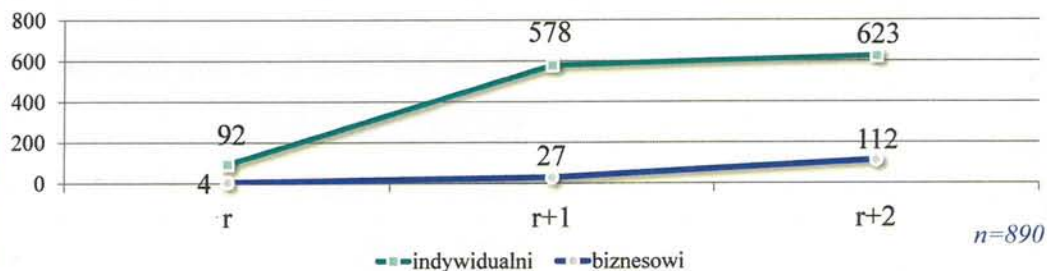


Główni odbiorcy e-usług

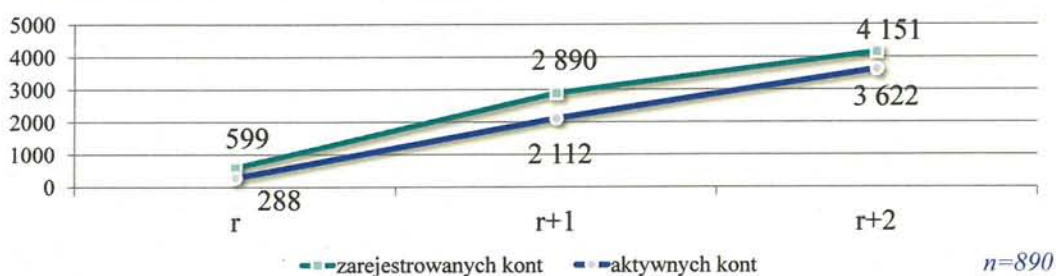


Rozwój e-biznesu beneficjentów Działania 8.1

Przeciętna miesięczna liczba e-klientów indywidualnych i biznesowych nowo utworzonych serwisów www (od roku złożenia wniosku o dofinansowanie - r)



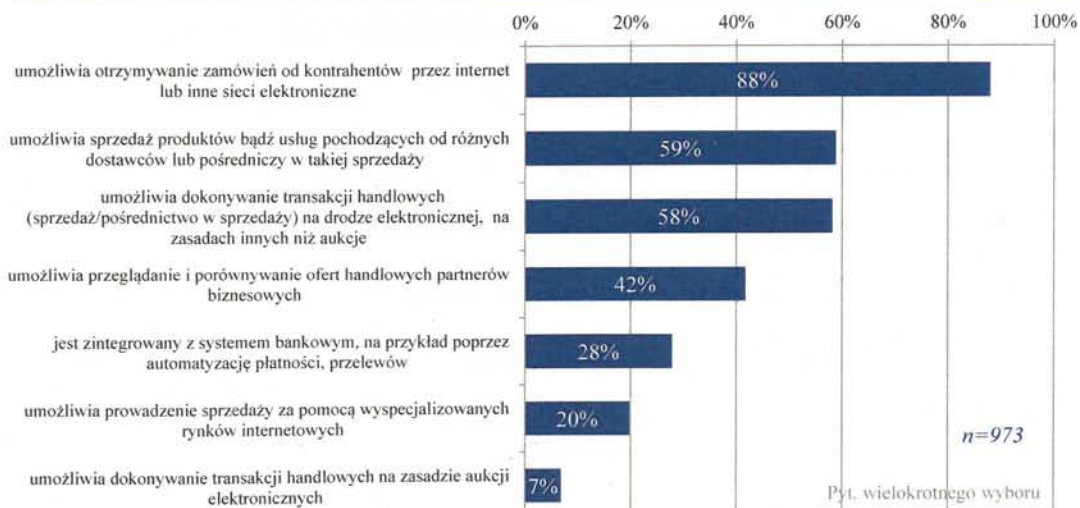
Przeciętna liczba zarejestrowanych i aktywnych kont w nowo utworzonych serwisach www (od roku złożenia wniosku o dofinansowanie - r)



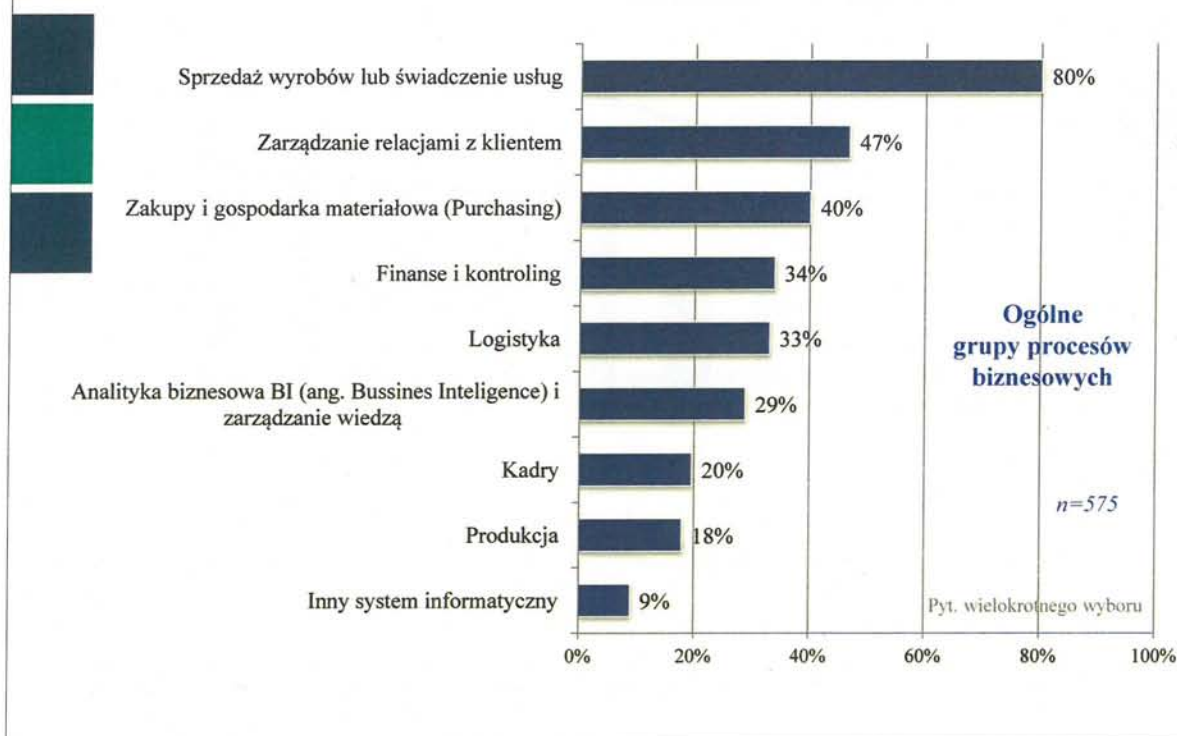
Funkcje systemów IT, wdrożonych przez beneficjentów Działania 8.2

System informatyczny wdrożony lub zmodernizowany dzięki Działaniu 8.2, w 100% przypadków - zgodnie z deklaracjami beneficjentów - ma charakter B2B.

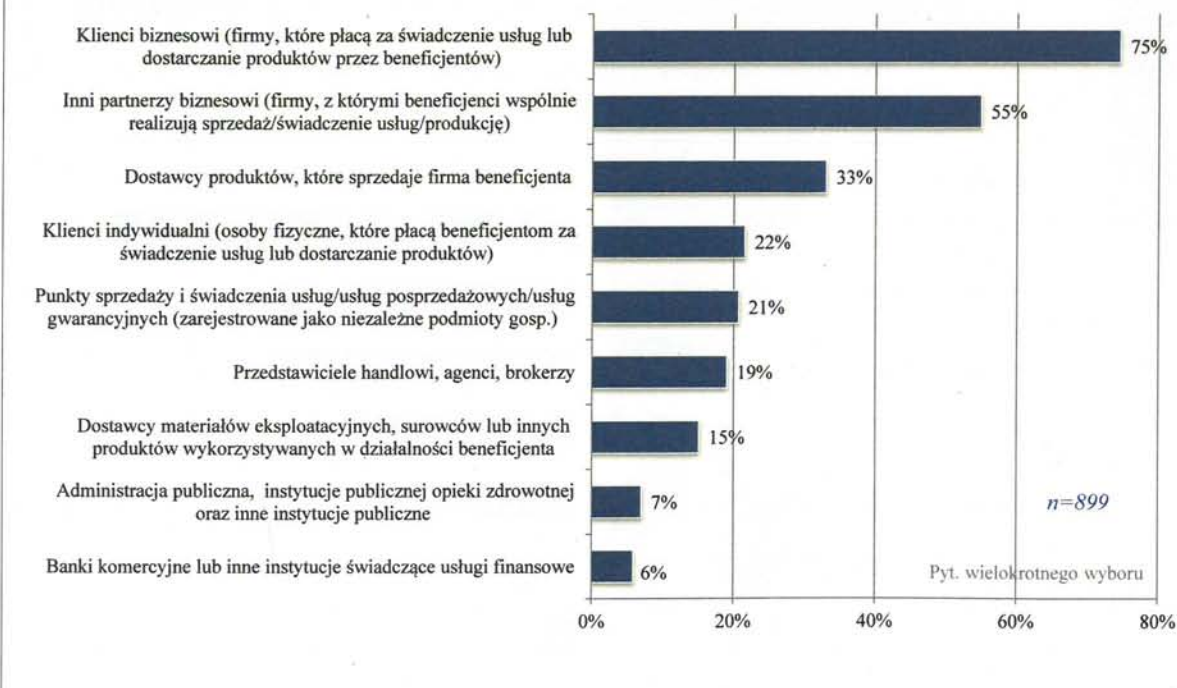
Charakter B2B oznacza, że umożliwia realizację wybranych procesów biznesowych w firmie w formie elektronicznej, poprzez zautomatyzowanie komunikacji handlowej (wymiany danych) lub koordynację działań pomiędzy przedsiębiorstwami.



Procesy biznesowe obsługiwane w ramach systemów IT wdrożonych przez beneficjentów Działania 8.2



Partnerzy zewnętrzni beneficjentów Działania 8.2, uczestniczący w wymianie danych za pośrednictwem dofinansowanego systemu IT



BAROMETR INNOWACYJNOŚCI PARP

Opracowanie metodologii:

- PARP
- The Gallup Organization Poland Sp. z o.o.
- CASE-Doradcy Sp. z o. o.

Realizacja badania:

Konsorcjum spółek ARC Rynek i Opinia oraz Exacto

Opracowanie wyników:

- ARC Rynek i Opinia Sp. z o. o.,
- PARP

Więcej o projekcie i jego wynikach na stronach PARP: <http://badania.parp.gov.pl/index/more/26512>

oraz w raporcie PARP „Świt innowacyjnego społeczeństwa. Trendy na najbliższe lata”,
rozdział 7 - *Innowacyjne przedsiębiorstwa „Innowacyjnej Gospodarki”*.
Wnioski z „Barometru Innowacyjności PARP”



Dorobek badawczy PARP

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości prowadzi działalność badawczą w zakresie przedsiębiorczości, innowacyjności, stanu i rozwoju zasobów ludzkich, instytucji otoczenia biznesu i usług wspierających prowadzenie działalności gospodarczej. Obszary te zostały określone na podstawie art. 4 ustawy z dnia 9 listopada 2000 roku o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

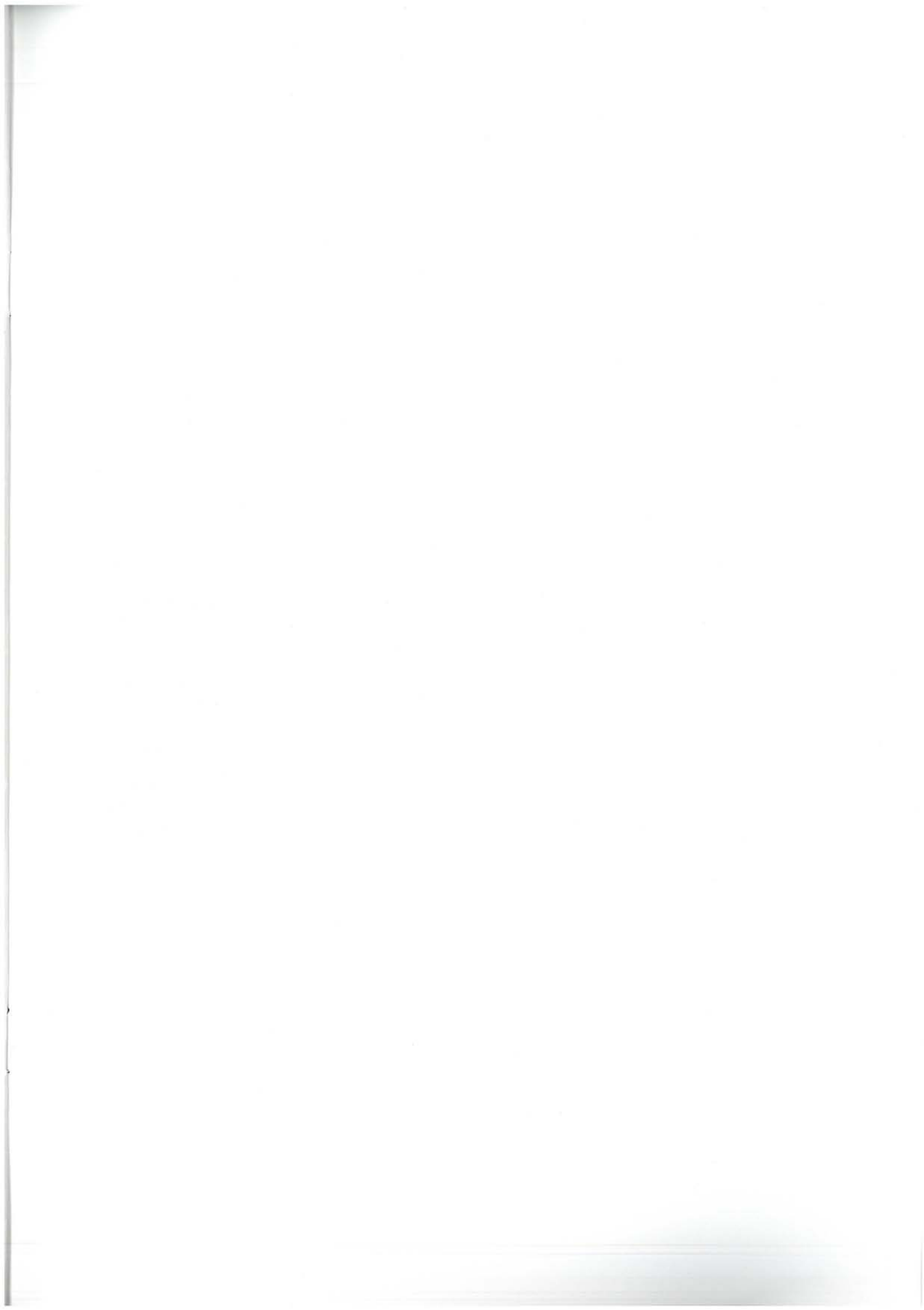
Celem prac badawczych prowadzonych przez PARP jest przygotowanie wniosków i rekomendacji dla polityki sprzyjającej rozwojowi polskiej gospodarki, w szczególności pobudzania przedsiębiorczości i innowacyjności sektora MSP. Realizowane przez PARP badania i ewaluacje dostarczają wiedzy niezbędnej w procesach programowania instrumentów wsparcia. Badania ewaluacyjne są także istotnym narzędziem monitorowania skuteczności udzielanej pomocy. Wyniki prowadzonych badań pozwalają na przygotowanie wartościowych pakietów informacyjnych przeznaczonych zarówno dla administracji publicznej, jak i przedsiębiorców, naukowców czy studentów.

Działalność badawcza jest koordynowana przez Ośrodek Badań nad Przedsiębiorczością PARP – stały zespół zadaniowy, w którego skład wchodzi pracownicy Departamentów PARP zaangażowanych w prowadzenie badań. W ramach Ośrodka przygotowywane są założenia metodologiczne i koncepcje nowych projektów badawczych, w tym badań ewaluacyjnych, omawiane i konsultowane są realizowane projekty badawcze oraz wyniki badań. Ośrodek jest też odpowiedzialny za przygotowanie dwóch szandarowych raportów PARP – Raportu o stanie sektora MSP oraz Raportu Innowacyjność. Uczestniczy także w międzynarodowych projektach badawczych takich jak Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Jest to największe międzynarodowe badanie przedsiębiorczości, a także projekt służący rozpowszechnianiu wiedzy o przedsiębiorczości i wspieraniu tworzenia jej nowych form. Ośrodek na stałe współpracuje z przedstawicielami środowisk naukowych, którzy dysponują odpowiednią wiedzą merytoryczną oraz doświadczeniem w prowadzeniu projektów badawczych. Tworzą oni Radę Naukową Ośrodka Badań nad Przedsiębiorczością. W ramach Rady konsultowane są realizowane projekty badawcze, zarówno na etapie opracowywania ich koncepcji, jak i uzyskane wyniki i rekomendacje.

Działalność badawcza stanowi istotną część aktywności PARP. W latach 2007–2012 Agencja zrealizowała 152 badania i analizy, z czego 41 to projekty ewaluacyjne. Spośród przeprowadzonych w tym okresie 111 projektów badawczych i opracowań analitycznych 51 dotyczyło innowacyjności (46%), 26 – przedsiębiorczości (23%), 18 – instytucjom otoczenia biznesu i usługom wspierającym prowadzenie działalności gospodarczej (16%), a 16 – stanowi i rozwojowi zasobów ludzkich (14%). W roku 2012 Ośrodek Badań nad Przedsiębiorczością PARP koordynował 28 projektów badawczych, w tym 7 badań ewaluacyjnych.

Od roku 1994 przygotowujemy także Raport o stanie sektora MSP (przed 2000 rokiem publikowany przez Polską Fundację Promocji Małych i Średnich Przedsiębiorstw). Raport prezentuje stan i kondycję sektora MSP oraz stanowi najpełniejsze źródło danych statystycznych o tym sektorze w Polsce. Dotychczas ukazało się 15 edycji tego raportu. Od roku 2006 publikowany jest także Raport Innowacyjność. Przedstawia on obraz innowacyjności w Polsce oraz stanowi cenny wkład w dyskusję na temat determinant i barier rozwoju przedsiębiorstw.

Wyniki przeprowadzonych przez PARP badań są szeroko promowane na konferencjach prasowych, konferencjach ogólnopolskich, seminariach organizowanych przez Agencję w ramach realizowanych projektów, a także na wydarzeniach podejmowanych z inicjatywy innych podmiotów. Promocji dorobku badawczego PARP służy też utworzona w 2011 roku strona internetowa Ośrodka Badań nad Przedsiębiorczością PARP (badania.parp.gov.pl). Jej głównym celem jest informowanie o działalności badawczej Agencji, planach badawczych i aktywnościach Ośrodka Badań nad Przedsiębiorczością, popularyzacja realizowanych projektów badawczych, udostępnianie wyników badań oraz wymiana informacji z otoczeniem zewnętrznym. W ramach Ośrodka przygotowywane są również publikacje zawierające wyniki prowadzonych badań, analiz i ewaluacji (w wersji drukowanej i elektronicznej).



Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) jest rządową agencją wykonawczą, która od 2000 roku wspiera przedsiębiorców. Celem działania PARP jest rozwój małych i średnich firm w Polsce – powstawanie nowych podmiotów, podnoszenie kwalifikacji i wzrost potencjału, wzmocnienie pozycji konkurencyjnej w oparciu o innowacyjność i nowoczesne technologie, kształtowanie przyjaznego otoczenia biznesowego, tworzenie warunków do prowadzenia działalności gospodarczej. Realizując działania wspierające przedsiębiorców (a także: instytucje otoczenia biznesu, jednostki samorządu terytorialnego, uczelnie), PARP korzysta ze środków budżetu państwa oraz funduszy europejskich. Zarówno w okresie przedakcesyjnym, jak i po wejściu przez Polskę do Unii Europejskiej, PARP oferowała przedsiębiorcom wsparcie finansowe i szkoleniowo-doradcze. W latach 2007–2015 Agencja jest odpowiedzialna za realizację działań w ramach trzech ogólnopolskich programów operacyjnych: Innowacyjna Gospodarka, Kapitał Ludzki oraz Rozwój Polski Wschodniej.

PARP posiada unikalne doświadczenie nie tylko w przekazywaniu pomocy unijnej przedsiębiorcom. Od kilku lat w Agencji działa Ośrodek Badań nad Przedsiębiorczością, którego zadaniem jest prowadzenie badań z zakresu przedsiębiorczości, innowacyjności, zasobów ludzkich i usług wspierających prowadzenie działalności gospodarczej. W oparciu o ich wyniki powstają założenia dla kolejnych programów pomocowych, które odpowiadają na zidentyfikowane potrzeby przedsiębiorców.

Aby ułatwić przedsiębiorcom dostęp do informacji, PARP zainicjowała utworzenie Krajowego Systemu Usług dla MSP (KSU), który pomaga w zakładaniu i rozwijaniu działalności gospodarczej. W ponad 200 ośrodkach KSU na terenie całej Polski przedsiębiorcy i osoby rozpoczynające działalność gospodarczą mogą uzyskać informacje, porady i szkolenia z zakresu prowadzenia działalności gospodarczej, a także otrzymać pożyczkę lub poręczenie. PARP jest ponadto koordynatorem i członkiem jednego z 4 obecnych w Polsce konsorcjów sieci Enterprise Europe Network, w skład którego wchodzi ośrodki oferujące przedsiębiorcom nieodpłatnie kompleksowe usługi informacyjne, szkoleniowe i doradcze z zakresu prowadzenia działalności gospodarczej, organizacji udziału w misjach i targach oraz świadczące pomoc w znalezieniu partnerów do współpracy gospodarczej i w transferze technologii.

Zaangażowanie PARP w międzynarodowe fora i organizacje zajmujące się wspieraniem przedsiębiorczości i innowacyjności przekłada się na jakość oferowanych usług i ich zbieżność ze światowymi tendencjami. Członkostwo w TAFTIE (Europejska Sieć Agencji Innowacyjnych) gwarantuje stały dostęp do najlepszych praktyk stosowanych w wiodących europejskich agencjach wspierających innowacyjność. PARP jest również członkiem stowarzyszonego IASP (Międzynarodowe Stowarzyszenie Parków Naukowo-Technologicznych i Stref Innowacji), dzięki czemu korzysta z bogatych doświadczeń zagranicznych parków naukowo-technologicznych.

PARP stale dopasowuje ofertę informacyjno-doradczą do zmieniających się potrzeb przedsiębiorców oraz pojawiających się nowych kanałów komunikacji. Obecnie Agencja dysponuje 25 specjalistycznymi portalami internetowymi i społecznościowymi, oferującymi szkolenia e-learningowe, e-booki, transmisje ze spotkań szkoleniowych i konferencji, informacje nt. możliwości ubiegania się o wsparcie, bazy wiedzy, publikacje, wyniki badań. Z informacji i narzędzi zawartych we wszystkich portalach PARP dostępnych za pośrednictwem głównego portalu Agencji www.parp.gov.pl korzysta ponad milion internautów miesięcznie.

Osoby zainteresowane uzyskaniem dostępnych w PARP informacji nt. programów wsparcia dla przedsiębiorców oraz instytucji otoczenia biznesu, mogą skorzystać z infolinii prowadzonej w ramach Informatorium PARP. Konsultanci udzielają informacji telefonicznie i mailowo oraz biorą udział w spotkaniach z zainteresowanymi wnioskodawcami.

Zapraszamy do skorzystania z naszych usług!