

Jerzy BARUK
Instytut Zarządzania
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

CZY PRZEDSIĘBIORSTWA FUNKCJONUJĄCE W UE WYKORZYSTUJĄ PUBLICZNE USŁUGI WSPOMAGAJĄCE INNOWACJE?

Streszczenie. Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie: w jakim stopniu menedżerowie przedsiębiorstw są zainteresowani współpracą z organizacjami publicznymi pod kątem wykorzystania świadczonych przez te organizacje usług? Wyniki badań kwestionariuszowych wskazują, że powszechność wykorzystania tych usług jest stosunkowo niewielka i zróżnicowana w poszczególnych krajach członkowskich. Jedną z możliwych przyczyn takiego stanu jest niewłaściwa koncepcja zarządzania przedsiębiorstwami.

Słowa kluczowe: innowacja, kierownik, zarządzanie, zarządzanie innowacjami, przedsiębiorstwo, publiczna usługa.

DO ENTERPRISES FUNCTIONING IN THE EUROPEAN UNION USE PUBLIC SERVICES SUPPORTING INNOVATIONS?

Summary. The aim of this publication was an attempt to answer on the following question: to how degree are managers of the enterprises interested in the cooperation with public organizations in the scope of using services offered by these organizations? The results of the questionnaire researches showed that commonness of using of these services was comparatively little and diverse in the particular Member States. Improper conception of the management in enterprises was one of possible reasons of this situation.

Keywords: innovation, manager, management, innovation management, enterprise, service, public service.

1. Wstęp

System gospodarczy każdego kraju składa się z organizacji, które można podzielić na trzy grupy¹: 1) produkcyjne, 2) usługowe, 3) regulacyjne. Ich sprawne funkcjonowanie zależy od wielu czynników endogenicznych i egzogenicznych. Jednym z nich jest zdolność kadry kierowniczej do podejmowania współpracy w ramach struktur sieciowych. Każda organizacja stanowi część otaczającej nas rzeczywistości, wyodrębnioną ze względu na odmienność celu i zasobów niezbędnych do jego realizacji. Właśnie dostęp do zasobów i możliwość racjonalnego ich wykorzystania do realizacji przyjętych celów sprawiają, że wiele przedsiębiorstw rezygnuje z autarkicznej gospodarki na rzecz współpracy opartej na zasadach partnerstwa i obopólnych korzyści, znajdujących odzwierciedlenie w ekonomice przedsiębiorstwa oraz w relacjach z klientami. Skłonność menedżerów do takiej współpracy jest bardziej powszechna, jeżeli osoby te potrafią kreować cele główne przedsiębiorstwa ukierunkowane nie tylko na maksymalizację zysku, lecz także na rozwój zarządzanej organizacji, na tworzenie wartości (zwłaszcza zaś na jej współtworzenie z indywidualnymi klientami) materializowanej w innowacjach.

Można więc zaryzykować twierdzenie, że główną funkcją innowacji jest tworzenie wartości zarówno dla organizacji, jak i dla jej klientów². Realizacja tego ostatniego celu wymaga większej niż przy dążeniu do maksymalizacji zysku otwartości menedżerów na elementy otoczenia organizacji, na poznawanie i wdrażanie nowych metod zarządzania, na tworzenie systemów informatycznych identyfikujących nawet słabe sygnały z rynku o indywidualnych potrzebach klientów, których należałoby włączyć do procesu tworzenia wartości materializowanej w innowacjach. Takie podejście do zarządzania sprzyja wzmocnieniu emocjonalnych i intelektualnych więzi klientów z organizacją poprzez tworzenie środowisk doświadczeń, w których klienci indywidualnie i zbiorowo mogliby współtworzyć doświadczenia, dzielić się informacjami, wiedzą z pracownikami danej organizacji i wykorzystywać je w procesach współtworzenia wartości oczekiwanej przez klientów, wartości, za którą chętnie zapłacą, dostarczając przedsiębiorstwu określoną wartość ekonomiczną przeznaczaną na rozwój.

Należy podkreślić, że wielu menedżerów zarządza przedsiębiorstwami według paradygmatu opartego na następującej koncepcji: przedsiębiorstwo samodzielnie tworzy wartość zawartą w produktach, natomiast klienci tworzą popyt na oferowane przez przedsiębiorstwo produkty. W ten sposób kierownictwo skupia swoją uwagę na innowacjach

¹ J. Baruk, Postawy kierowników wobec innowacji w organizacjach administracji publicznej, „Organizacja i Kierowanie” 2013, nr 3, s. 131.

² S.M. Lee, D.L. Olson, S. Trimi, Co-innovation: convergenomics, collaboration, and co-creation for organizational values, “Management Decision” 2012, no. 5, p. 824.

technologicznych tworzonych sporadycznie i z perspektywy przedsiębiorstwa³. Klienci są traktowani wyłącznie jako dostarcyciele wartości ekonomicznej dla przedsiębiorstwa.

W kontekście wzrastającej globalizacji, konkurencyjności, dynamizacji postępu technologicznego, rosnącego znaczenia zasobów niematerialnych, zwłaszcza wiedzy, zasadna jest zmiana mentalności menedżerów, oparcie jej na nowej logice zarządzania, jaką jest zarządzanie z perspektywy klientów, skoncentrowane na tworzeniu innowacyjnych środowisk doświadczeń. W konsekwencji zarządzanie tworzeniem wartości byłoby oparte na następującej koncepcji: wartość współtworzą fizyczni i instytucjonalni klienci wraz z pracownikami przedsiębiorstwa. Podstawą wartości są wiedza i doświadczenie współtworzenia. Kluczową pozycję w doświadczeniu współtworzenia zajmują jednostki posiadające wiedzę i doświadczenie. Konsekwencją takiej logiki zarządzania jest koncentracja uwagi menedżerów na tworzeniu i wprowadzeniu innowacji do środowiska doświadczeń przy wykorzystaniu wiedzy i doświadczenia indywidualnych klientów, a także innych organizacji funkcjonujących w ramach systemu gospodarczego. Do takich organizacji należą również organizacje świadczące usługi publiczne. Systemowa współpraca z różnymi partnerami sprzyja dzieleniu się wiedzą materializowaną w innowacjach zarówno usprawniających, jak i radykalnych, stanowi podstawę tworzenia innowacji otwartych⁴.

W kontekście tak rozumianych podejść do zarządzania organizacjami rodzi się pytanie: czy menedżerowie przedsiębiorstw są zainteresowani współpracą z organizacjami usługowymi i wykorzystaniem świadczonych przez nie usług wspomagających ich aktywność innowacyjną? Celem artykułu jest więc próba znalezienia odpowiedzi na to pytanie oraz weryfikacja tezy, że powszechność wykorzystania przez przedsiębiorstwa publicznych usług jest stosunkowo mała i zróżnicowana w poszczególnych państwach członkowskich Unii Europejskiej. Metodą prowadzącą do tego celu jest analiza statystyczno-porównawcza wyników badań kwestionariuszowych przeprowadzonych przez TNS Political & Social na prośbę the Directorate-General for Enterprise and Industry. Badania kwestionariuszowe na temat postrzegania przez przedsiębiorstwa innowacyjności usług świadczonych przez sektor publiczny i oceny wpływu tych usług na działalność biznesową zostały przeprowadzone w lutym i w marcu 2012 roku w ponad 9500 wyrywkowo wybranych przedsiębiorstwach funkcjonujących w 27 państwach członkowskich Unii Europejskiej (UE) oraz Chorwacji, Turcji, Macedonii, Norwegii, Islandii i Szwajcarii⁵. Jedno z pytań skierowanych do respondentów, którymi byli przedstawiciele zarządów, dotyczyło oceny wykorzystania usług publicznych w postaci: atestowania nowych produktów, pomocy w pozyskaniu dotacji na badania lub innowacje, pomocy w uzyskaniu patentów lub znaków towarowych.

³ C.K. Prahalad, V. Ramaswamy, *Przyszłość konkurencji*, PWE, Warszawa 2005, s. 46.

⁴ M. Bogers, *The open innovation paradox: knowledge sharing and protection in R&D collaborations*, "European Journal of Innovation Management" 2011, no. 1, p. 95.

⁵ *Innovation in the public sector: its perception in and impact on business*, Report, Flash Eurobarometer 343, June 2012, p. 6.

2. Powszechność korzystania z publicznej usługi w postaci atestowania nowych produktów

Pełniejszy obraz zaangażowania przedsiębiorstw w wykorzystanie publicznych usług powstaje po przedstawieniu powszechności korzystania z usług bezpośrednio lub pośrednio wspomagających innowacyjność przedsiębiorstw. Jedną z takich usług jest atestowanie nowych produktów. Jak wynika z tabeli 1, w UE średnio 8% badanych podmiotów gospodarczych zdecydowało się na jej wykorzystanie, 5% uczyniło to mniej niż 5 razy i zaledwie 3% - 5 lub więcej razy.

Tabela 1
Odsetek przedsiębiorstw, które od stycznia 2009 r. wykorzystały jedną z następujących publicznych usług – atestowanie nowych produktów

Wyszczególnienie	Liczba badanych	Przedsiębiorstwo wykorzystało publiczną usługę w postaci atestowania nowych produktów				
		Tak			Nie	Nie wiem/ brak odpowiedzi
		Ogółem	5 razy lub więcej	mniej niż 5 razy		
W procentach badanych przedsiębiorstw						
Unia Europejska UE-27	8699	8	3	5	90	2
Stare państwa członkowskie UE-15:						
Austria	300	8	2	6	92	0
Belgia	300	8	1	7	91	1
Dania	300	2	1	1	97	1
Finlandia	300	6	1	5	94	0
Francja	500	7	2	5	92	1
Grecja	300	8	1	7	91	1
Hiszpania	500	8	3	5	90	2
Holandia	500	10	1	9	89	1
Irlandia	300	7	3	4	90	3
Luksemburg	101	9	4	5	91	0
Niemcy	500	6	2	4	92	2
Portugalia	300	7	3	4	91	2
Szwecja	300	4	1	3	93	3
Wielka Brytania	498	6	3	3	90	4
Włochy	500	7	2	5	89	4
Nowe państwa członkowskie:						
Bułgaria	300	12	4	8	87	1
Cypr	100	21	6	15	76	3
Czechy	300	16	7	9	82	2
Estonia	200	8	2	6	89	3
Litwa	200	5	1	4	94	1
Łotwa	200	13	3	10	87	0
Malta	100	6	0	6	94	0
Polska	500	6	2	4	93	1
Rumunia	500	19	10	9	80	1
Słowacja	300	14	4	10	85	1
Słowenia	200	20	6	14	80	0
Węgry	300	10	5	5	87	3

Źródło: opracowano na podstawie: [5, tab. 20].

Powszechność wykorzystania tej usługi różniła się w przekroju poszczególnych państw członkowskich. Wśród starych państw członkowskich najczęściej korzystały z niej przedsiębiorstwa: holenderskie (10% badanych) i luksemburskie (9% badanych). Wśród nowych państw członkowskich były to przedsiębiorstwa: cypryjskie (21% badanych), słoweńskie (20% badanych) i rumuńskie (19% badanych). Najrzadziej z takiej usługi korzystały przedsiębiorstwa: duńskie (2% badanych) i szwedzkie (4% badanych) wśród starych państw członkowskich oraz litewskie (5% badanych), maltańskie i polskie (po 6% badanych) wśród nowych państw członkowskich. Maksymalna różnica w powszechności korzystania z tej usługi, wynosząca 19 punktów procentowych, wystąpiła między Cyprzem i Danią.

Znikomy odsetek badanych korzystał z publicznej usługi w postaci atestowania produktów pięć lub więcej razy. Najczęściej czyniły to przedsiębiorstwa luksemburskie (4% badanych) wśród starych państw członkowskich oraz rumuńskie (10% badanych), czeskie (7% badanych), cypryjskie i słoweńskie (po 6% badanych) wśród nowych państw członkowskich. Z usługi tej najrzadziej korzystały przedsiębiorstwa: belgijskie, duńskie, fińskie, greckie, holenderskie i szwedzkie (po 1% badanych) wśród starych państw członkowskich oraz maltańskie (0% badanych), litewskie (1% badanych), estońskie i polskie (po 2% badanych). W tym przypadku największa różnica w powszechności zaistnienia tego zjawiska dotyczyła Rumunii oraz Malty i wynosiła 10 punktów procentowych.

Nieco większy, aczkolwiek zróżnicowany odsetek przedsiębiorstw wykorzystał tę usługę mniej niż 5 razy. Pod tym względem wyróżniały się firmy: holenderskie (9% badanych) i belgijskie (7% badanych) wśród starych państw członkowskich oraz cypryjskie (15% badanych), słoweńskie (14% badanych), łotewskie i słowackie (po 10% badanych) wśród nowych państw członkowskich. Na przeciwnym końcu skali znalazły się przedsiębiorstwa: duńskie (1% badanych), szwedzkie i brytyjskie (po 3% badanych) wśród starych państw członkowskich oraz litewskie, polskie (po 4% badanych) i węgierskie (po 5% badanych) wśród nowych państw członkowskich. Największa różnica w powszechności korzystania z tej usługi, wynosząca 14 punktów procentowych, pojawiła się między Cyprzem a Danią.

Wśród badanych przedsiębiorstw brakiem zaangażowania w wykorzystanie publicznej usługi polegającej na atestowaniu nowych produktów najczęściej charakteryzowały się przedsiębiorstwa:

- 1) duńskie (97% badanych), fińskie (94% badanych) i szwedzkie (93% badanych) wśród starych państw członkowskich,
- 2) litewskie i maltańskie (po 94% badanych), polskie (93% badanych) i estońskie (89% badanych) wśród nowych państw członkowskich.

Maksymalna różnica w powszechności braku zainteresowania przedsiębiorstw wykorzystaniem przedmiotowej usługi, wynosząca 21 punktów procentowych, wystąpiła między Danią a Cyprzem.

Na tle średnich wyników zanotowanych w UE powszechność wykorzystania przedmiotowej usługi przez polskie przedsiębiorstwa nie była imponująca. Ogółem 6% polskich przedsiębiorstw wykorzystało publiczną usługę polegającą na pomocy w atestowaniu nowych produktów. Wynik ten jest mniejszy o 2 punkty procentowe w porównaniu ze średnim odsetkiem zanotowanym w UE, plasującym Polskę na 20. miejscu wśród państw członkowskich razem z Finlandią, Niemcami, Wielką Brytanią i Maltą. Dwa na sto polskich przedsiębiorstw uczyniły to 5 lub więcej razy. Jest to wynik mniejszy od średniego dla UE o 1 punkt procentowy, dający Polsce 14. miejsce wśród państw członkowskich na równi z Austrią, Francją, Niemcami, Włochami i Estonią. Cztery na sto polskich przedsiębiorstwa wykorzystały przedmiotową usługę mniej niż 5 razy. Również ten wynik jest mniejszy od średniej dla UE o 1 punkt procentowy, zapewniający Polsce 19. miejsce w gronie państw członkowskich wspólnie z Irlandią, Niemcami, Portugalią i Litwą.

3. Powszechność korzystania z publicznej usługi w postaci dotacji na badania lub na innowacje

Badane przedsiębiorstwa mogły też korzystać z publicznej usługi w postaci pomocy w uzyskaniu dotacji na badania i innowacje. Powszechność zainteresowania tą usługą była, jak wynika z tabeli 2; w UE średnio zaledwie 7% badanych przedsiębiorstw wykorzystało taką usługę, z czego 6% uczyniło to mniej niż 5 razy i zaledwie 1% 5 lub więcej razy.

Powszechność korzystania z takiej usługi zmieniała się w poszczególnych krajach członkowskich. Wśród starych państw członkowskich pozytywnie wyróżniały się przedsiębiorstwa: holenderskie (24% badanych), fińskie (14% badanych) i greckie (12% badanych). Natomiast wśród nowych państw członkowskich były to przedsiębiorstwa: słoweńskie (16% badanych), maltańskie (15% badanych) i cypryjskie (12% badanych). Istniały też przedsiębiorstwa wykazujące minimalne zaangażowanie w wykorzystanie usługi publicznej w postaci ułatwienia pozyskania dotacji na badania lub innowacje. Do takich przedsiębiorstw należały firmy:

- 1) francuskie i szwedzkie (po 3% badanych), irlandzkie (4% badanych) i luksemburskie (5% badanych) wśród starych państw członkowskich,
- 2) rumuńskie (2% badanych), estońskie (3% badanych) oraz litewskie, łotewskie i słowackie (po 4% badanych) wśród nowych państw członkowskich.

Maksymalna rozpiętość w powszechności korzystania z tej usługi, wynosząca 22 punkty procentowe, pojawiła się między Holandią a Rumunią.

Z usługi tej 5 lub więcej razy korzystały przedsiębiorstwa: holenderskie (6% badanych) i cypryjskie (4% badanych). Jednak w dziesięciu państwach żadne z badanych

przedsiębiorstw nie korzystało z takiej usługi. Nieco częściej badane przedsiębiorstwa korzystały z tej usługi mniej niż 5 razy. Na wyróżnienie zasługują przedsiębiorstwa:

- 1) holenderskie (18% badanych), fińskie (14% badanych) i greckie (11% badanych) wśród starych państw członkowskich,
- 2) maltańskie i słoweńskie (po 15% badanych), czeskie (9% badanych) i cypryjskie (8% badanych) wśród nowych państw członkowskich.

Tabela 2

Odsetek przedsiębiorstw, które od stycznia 2009 r. ubiegały się o jedną z publicznych usług w postaci dotacji na badania lub innowacje

Wyszczególnienie	Liczba badanych	Przedsiębiorstwo wykorzystało publiczną usługę w postaci dotacji na badania lub innowacje				
		Tak			Nie	Nie wiem/ brak odpowiedzi
		Ogółem	5 razy lub więcej	mniej niż 5 razy		
W procentach badanych przedsiębiorstw						
Unia Europejska UE-27	8699	7	1	6	92	1
Stare państwa członkowskie UE-15:						
Austria	300	10	1	9	88	2
Belgia	300	7	1	6	92	1
Dania	300	8	2	6	92	0
Finlandia	300	14	0	14	86	0
Francja	500	3	0	3	96	1
Grecja	300	12	1	11	88	0
Hiszpania	500	9	2	7	90	1
Holandia	500	24	6	18	75	1
Irlandia	300	4	1	3	94	2
Luksemburg	101	5	0	5	91	4
Niemcy	500	7	1	6	92	1
Portugalia	300	7	0	7	93	0
Szwecja	300	3	1	2	96	1
Wielka Brytania	498	6	1	5	91	3
Włochy	500	6	2	4	91	3
Nowe państwa członkowskie:						
Bułgaria	300	5	0	5	95	0
Cypr	100	12	4	8	86	2
Czechy	300	10	1	9	88	2
Estonia	200	3	0	3	94	3
Litwa	200	4	0	4	96	0
Łotwa	200	4	0	4	96	0
Malta	100	15	0	15	85	0
Polska	500	6	1	5	94	0
Rumunia	500	2	0	2	98	0
Słowacja	300	4	0	4	96	0
Słowenia	200	16	1	15	84	0
Węgry	300	10	2	8	90	0

Źródło: opracowano na podstawie: [5, tab. 18].

Na przeciwnym końcu skali znalazły się przedsiębiorstwa:

- 1) szwedzkie (2% badanych), francuskie i irlandzkie (po 3% badanych) oraz włoskie (4% badanych) wśród starych państw członkowskich,

2) rumuńskie (2% badanych), estońskie (3% badanych) oraz litewskie, łotewskie i słowackie (po 4% badanych).

Największa rozpiętość w powszechności korzystania z tej usługi, wynosząca 18 punktów procentowych, pojawiła się między Holandią a Szwecją i Rumunią.

W przypadku polskich przedsiębiorstw zaledwie 6% badanych wykorzystało publiczną usługę w postaci dotacji na badania lub na innowacje. Odsetek ten był mniejszy o 1 punkt procentowy w porównaniu ze średnim wynikiem w UE, co dało Polsce 15. miejsce wśród państw członkowskich razem z Wielką Brytanią i Włochami. Zaledwie jedno na sto polskich przedsiębiorstw wykorzystało taką usługę 5 lub więcej razy. Wynik ten jest równy średniemu wynikowi w UE. Pięć na sto polskich przedsiębiorstw wykorzystało publiczną usługę mniej niż 5 razy. Średnio w UE takich firm było o 1 punkt procentowy więcej, co uplasowało Polskę na 15. miejscu wśród państw członkowskich na równi z Luksemburgiem, Wielką Brytanią i Bułgarią.

4. Powszechność korzystania z publicznej usługi w postaci patentów lub znaków towarowych

Publiczną usługą pobudzającą innowacyjną aktywność przedsiębiorstw jest też pomoc w uzyskaniu patentów lub znaków towarowych. Jak wynika z tabeli 3, również ta usługa nie cieszyła się dużą powszechnością jej wykorzystania przez przedsiębiorstwa. W UE skorzystało z niej średnio 7% badanych firm, w tym zaledwie jedno przedsiębiorstwo na sto uczyniło to 5 lub więcej razy, a sześć badanych firm na sto uczyniło to mniej niż 5 razy. W przedsiębiorstwach państw członkowskich powszechność ta była zróżnicowana. Najczęściej wykorzystywały ją przedsiębiorstwa:

- 1) holenderskie (16% badanych), duńskie (11% badanych) oraz hiszpańskie i luksemburskie (po 10% badanych) wśród starych państw członkowskich,
- 2) bułgarskie, cypryjskie i słoweńskie (po 11% badanych) wśród nowych państw członkowskich.

Maksymalna różnica w powszechności korzystania z tej usługi, wynosząca 13 punktów procentowych, pojawiła się między Holandią a Słowacją.

Pięć lub więcej razy z usługi tej korzystało bardzo mało przedsiębiorstw. Na wyróżnienie zasługują firmy bułgarskie (4% badanych), luksemburskie oraz cypryjskie (po 3% badanych). Nieco powszechniejsze było korzystanie z tej usługi mniej niż pięć razy. W tym przedziale wyróżniały się przedsiębiorstwa:

- 1) holenderskie (13% badanych), duńskie (9% badanych) oraz austriackie, hiszpańskie i niemieckie (po 8% badanych) wśród starych państw członkowskich,

2) słoweńskie (9% badanych) oraz cypryjskie (8% badanych) wśród nowych państw członkowskich.

Na przeciwnym końcu skali znalazły się przedsiębiorstwa:

- 1) belgijskie (3% badanych), irlandzkie, portugalskie i włoskie (po 4% badanych) wśród starych państw członkowskich,
- 2) słowackie (2% badanych), polskie, rumuńskie i węgierskie (po 4% badanych) wśród nowych państw członkowskich.

Maksymalna różnica w powszechności korzystania z przedmiotowej usługi, wynosząca 11 punktów procentowych, pojawiła się między Holandią a Słowacją.

Tabela 3

Odsetek przedsiębiorstw, które od stycznia 2009 r. ubiegały się o patenty lub znaki towarowe traktowane jako publiczna usługa

Wyszczególnienie	Liczba badanych	Przedsiębiorstwo wykorzystało publiczną usługę w postaci patentów lub znaków towarowych				
		Tak			Nie	Nie wiem/ brak odpowiedzi
		Ogółem	5 razy lub więcej	mniej niż 5 razy		
W procentach badanych przedsiębiorstw						
Unia Europejska UE-27	8699	7	1	6	92	1
Stare państwa członkowskie UE-15:						
Austria	300	8	0	8	92	0
Belgia	300	4	1	3	95	1
Dania	300	11	2	9	88	1
Finlandia	300	6	0	6	94	0
Francja	500	6	1	5	94	0
Grecja	300	6	0	6	94	0
Hiszpania	500	10	2	8	89	1
Holandia	500	16	3	13	84	0
Irlandia	300	5	1	4	94	1
Luksemburg	101	10	3	7	89	1
Niemcy	500	9	1	8	91	0
Portugalia	300	5	1	4	94	1
Szwecja	300	5	0	5	94	1
Wielka Brytania	498	6	0	6	92	2
Włochy	500	5	1	4	92	3
Nowe państwa członkowskie:						
Bułgaria	300	11	4	7	88	1
Cypr	100	11	3	8	86	3
Czechy	300	6	0	6	93	1
Estonia	200	5	0	5	92	3
Litwa	200	6	1	5	94	0
Łotwa	200	6	0	6	94	0
Malta	100	5	0	5	95	0
Polska	500	4	0	4	96	0
Rumunia	500	5	1	4	95	0
Słowacja	300	3	1	2	96	1
Słowenia	200	11	2	9	89	0
Węgry	300	6	2	4	94	0

Źródło: opracowano na podstawie: [5, tab. 19].

W polskich przedsiębiorstwach powszechność wykorzystania publicznej usługi w postaci pomocy w uzyskaniu patentów lub znaków towarowych kształtowała się poniżej średniej dla UE. Zaledwie cztery polskie przedsiębiorstwa na sto korzystały z tej usługi, tj. mniej o 3 punkty procentowe w porównaniu ze średnią dla UE. Wynik ten plasuje Polskę na 25. miejscu wśród państw członkowskich wspólnie z Belgią. Żadne polskie przedsiębiorstwo nie skorzystało z tej usługi 5 lub więcej razy. Cztery na sto wykorzystały ją mniej niż 5 razy, tj. mniej o 2 punkty procentowe w stosunku do średniej dla UE, co zapewnia Polsce 20. miejsce wspólnie z Irlandią, Portugalią, Włochami, Rumunią i Węgrami.

5. Zakończenie

W wymiarze strategicznym menedżerowie współczesnych przedsiębiorstw powinni dążyć do wykorzystania różnych form współpracy z organizacjami funkcjonującymi w ich otoczeniu, ukierunkowanej na tworzenie środowiska doświadczeń. Do takich organizacji należą również organizacje publiczne świadczące usługi przyczyniające się do optymalizacji funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw. Chodzi tu o usługi polegające na pomocy w uzyskaniu subwencji na badania lub innowacje, pomocy w uzyskaniu patentów lub znaków towarowych, pomocy w atestowaniu produktów. Jednak zaangażowanie przedsiębiorstw w pozyskiwanie takich usług nie znajduje wyraźnego odzwierciedlenia w procesach decyzyjnych. Świadczą o tym wyniki badań empirycznych, z których wynika, że w UE od początku 2009 r. średnio tylko 8% badanych podmiotów gospodarczych wykorzystało usługę polegającą na atestowaniu nowych produktów, po 7% przedsiębiorstw zdecydowało się na wykorzystanie usług w postaci pomocy w uzyskaniu subwencji na badania i innowacje lub pomocy w uzyskaniu patentów lub znaków towarowych [5, tab. 14-21].

Analiza statystyczno-porównawcza materiału empirycznego pozwala stwierdzić, że przedsiębiorstwa funkcjonujące w krajach członkowskich UE nie wykazują nadmiernego zainteresowania współpracą z organizacjami usługowymi i wykorzystaniem świadczonych przez nie usług wspomagających ich aktywność innowacyjną. Potwierdziła się też teza, iż powszechność wykorzystania publicznych usług przez przedsiębiorstwa jest stosunkowo mała i zróżnicowana w poszczególnych państwach członkowskich UE.

Pod względem wykorzystania usługi w postaci atestowania nowych produktów pozytywnie wyróżniały się przedsiębiorstwa cypryjskie, słoweńskie, rumuńskie i czeskie, a więc należące do grupy nowych państw członkowskich. Jednak powszechność wykorzystania takiej usługi nie była duża.

Z usługi polegającej na pomocy w pozyskaniu dotacji na badania lub innowacje najczęściej korzystały przedsiębiorstwa holenderskie, słoweńskie, maltańskie i fińskie. Natomiast największa powszechność korzystania z pomocy w pozyskaniu patentów lub

znaków towarowych cechowała przedsiębiorstwa holenderskie, duńskie, bułgarskie, cypryjskie i słoweńskie.

Na tle państw członkowskich UE powszechność wykorzystania przedmiotowych usług przez polskie przedsiębiorstwa nie była imponująca. Z pomocy przy atestowaniu nowych produktów, a także z pomocy przy pozyskaniu dotacji na badania lub innowacje skorzystało odpowiednio po 6% polskich przedsiębiorstw. Wynik ten plasuje Polskę na 20. i 15. miejscu wśród państw członkowskich. Jeszcze niższą pozycję (25.) zajęły polskie przedsiębiorstwa pod względem powszechności wykorzystania publicznej usługi polegającej na pomocy w uzyskaniu patentów lub znaków towarowych.

Stosunkowo niewielki wykorzystanie przez przedsiębiorstwa funkcjonujące w państwach członkowskich UE omawianych usług mogło być spowodowane:

- 1) względnie niską innowacyjnością oferowanych usług i niską ich jakością,
- 2) brakiem wystarczającej liczby nowych rozwiązań spełniających wymagania uznania ich za wynalazki, wzory użytkowe lub znaki towarowe,
- 3) względnie niskim poziomem prac badawczych i działalności innowacyjnej, prowadzonych w przedsiębiorstwach,
- 4) niedostrzeganiem korzyści wynikających z systemowej współpracy z organizacjami świadczącymi usługi publiczne lub brakiem rzeczywistych efektów w tym zakresie,
- 5) brakiem informacji o dostępności takich usług,
- 6) niedostrzeganiem wpływu świadczonych usług na ekonomikę przedsiębiorstwa,
- 7) nieznajomością zarządzania innowacjami i przez innowacje,
- 8) tradycyjnym pojmowaniem koncepcji rynku przez zarządzających, traktujących rynek jako miejsce wymiany i pozyskiwania wartości, a nie jako miejsce jej współtworzenia,
- 9) brakiem znajomości i umiejętności praktycznego wykorzystania podstawowych elementów składowych współtworzenia: dialogu, dostępu, oceny ryzyka i przejrzystości [8, s. 31-39],
- 10) niedostrzeganiem możliwości doskonalenia procesów biznesowych poprzez: wykorzystanie publicznych usług, wiedzy i doświadczenia klientów, traktowanie sieci przedsiębiorstwo – organizacje usługowe – klienci jako dynamicznego systemu, systemu znajdującego się w ciągłym ruchu [9, s. 87],
- 11) niedostrzeganiem korzyści płynących z otwartej innowacji [6, s. 460-461],
- 12) nastawieniem procesu decyzyjnego na rozwiązywanie bieżących potrzeb i marginalizowaniem zarządzania ukierunkowanego strategią rozwoju opartą na systemowo tworzonych innowacjach [4, s. 127],
- 13) zbyt silną uległością menedżerów wobec czynników politycznych, względnie niskim poziomem kultury organizacyjnej badanych przedsiębiorstw, zwłaszcza kultury innowacyjnej [2, s. 121-131].

Bibliografia

1. Baruk J.: Postawy kierowników wobec innowacji w organizacjach administracji publicznej. „Organizacja i Kierowanie” 2013, nr 3.
2. Baruk J.: Wspomaganie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw kulturą innowacyjną, [w:] Kulturowe uwarunkowania kreowania wiedzy i innowacji w organizacjach, pod red. A. Zakrzewskiej-Bielawskiej i S. Flaszewskiej, Monografie Politechniki Łódzkiej, Łódź 2014.
3. Bogers M.: The open innovation paradox: knowledge sharing and protection in R&D collaborations, “European Journal of Innovation Management” 2011, no. 1.
4. Brzóska J., Pyka J.: Uwarunkowania wdrożenia RIS w województwie śląskim. Bariery i ograniczenia, [w:] Nowoczesność przemysłu i usług w warunkach kryzysu i nowych wyzwań, pod red. J. Brzóska i J. Pyki, TNOiK Oddział w Katowicach, Katowice 2013.
5. Innovation in the public sector: its perception in and impact on business, Flash Eurobarometer 343, June 2012, tables.
6. Janiszewski A., Pyka J.: Model otwartej innowacji, [w:] Nowoczesność przemysłu i usług, pod red. J. Pyki, TNOiK Oddział w Katowicach, Katowice 2011.
7. Lee S.M., Olson D.L., Trimi S.: Co-innovation: convergenomics, collaboration, and co-creation for organizational values. “Management Decision” 2012, no. 5.
8. Prahalad C.K., Ramaswamy V.: Przyszłość konkurencji. PWE, Warszawa 2005.
9. Prahalad C.K., Krishnan M.S.: Nowa era innowacji. PWN, Warszawa 2010.

Abstract

In this publication the author carried out the statistical-comparative analysis of the results of the empirical researches which had been realized among senior managers responsible for strategic decision-making in enterprises functioning in the Member States of the European Union. These surveys, conducted by TNS Political & Social at the request of the Directorate-General for Enterprise and Industry, referred to commonness of using by enterprises chosen public services, such as:

- 1) conformity certification for new products,
- 2) applying for research or innovation subsidies,
- 3) applying for patents or trademarks.