

## ***Innowacyjność, innowacje – rodzaje.***

W niemal każdym aspekcie rozwoju gospodarczego kraju słyszymy o potrzebie zwiększania innowacyjności polskich przedsiębiorstw. Czym jest owa innowacyjność? Jakie są jej rodzaje? Co jest jej przejawem? To tematyka bardzo szeroka. Część innowacyjnych przedsięwzięć ma swoje początki w ramach tzw. przedsiębiorczości akademickiej.

Trudno jednoznacznie zdefiniować przedsiębiorczość akademicką. Pojęcie to jest nieco inaczej rozumiane w Polsce, a nieco inaczej w krajach anglosaskich. Jest określana także mianem „przedsiębiorczości technologicznej”, „przedsiębiorczości intelektualnej”, „przedsiębiorczości innowacyjnej”.

Na potrzeby projektu „MPTW - Mazowiecki Program Transferu Wiedzy”, zwróć uwagę na jej przejaw rozumiany jako proces powstawania na uczelniach przedsiębiorstw odpryskowych, tzw. *spin-off* lub *spin-out*, zakładanych i prowadzonych przez pracowników naukowych i studentów, jako innowacyjne przedsięwzięcia biznesowe podejmowane przez środowiska akademickie.

Zatem duże znaczenie w tej sferze gospodarki odgrywa szkolnictwo wyższe, jednostki badawczo-rozwojowe. Polskie uczelnie, dzięki swojej kadrze naukowo-dydaktycznej, studentom, absolwentom, dysponują dużym potencjałem innowacji.

Jak wynika z ostatnio przeprowadzonych badań nad przedsiębiorczością akademicką (Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, luty-kwiecień 2009), przedsiębiorczość akademicka w Polsce jest w fazie początkowej kształtowania się modelu.

Dane z lat 2005-2008, zawarte w ekspertyzie PARP „Potencjał regionów w zakresie rozwoju przedsiębiorczości akademickiej”, wskazują, że to Mazowsze wykazuje dominującą, w stosunku do reszty kraju, wartość wskaźnika potencjału innowacyjnego. Na dalszych pozycjach plasują się województwa pomorskie, małopolskie, śląskie i wielkopolskie. Jednocześnie na Mazowszu poziom rozwoju przedsiębiorczości akademickiej jest najwyższy.

Wyniki badań w zakresie chęci posiadania firmy – wskazują, iż zdecydowanie częściej swoją firmę chcieliby mieć studenci (51%) w porównaniu z pracownikami naukowymi (31%). Ogólnie 40% badanych zamierza założyć firmę, by móc wykorzystać swą wiedzę w

celu komercyjnym. Natomiast zaledwie 8% badanych zainteresowanych podjęciem działalności gospodarczej zamierza rzeczywiście uczynić taki krok w ciągu najbliższego roku. A odsetek osób objętych badaniem, które już prowadzą własną firmę typu spin off lub spin out, kształtuje się na poziomie 6%. A to naprawdę niewiele, biorąc pod uwagę wyniki badań Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego z 2006 r. „Raport-Bariery współpracy przedsiębiorstw i ośrodków naukowych”, z których wynika, że aż 62% naukowców deklaruje, że są autorami rozwiązania, które nadaje się do komercjalizacji.

Niestety, ogólnie rzecz ujmując, polskie ośrodki akademickie, naukowe, polskie przedsiębiorstwa w porównaniu do innych krajów UE cechuje niska skłonność do wdrażania innowacji. Wskaźnik innowacyjności określa udział w badanej populacji przedsiębiorstw przemysłowych danego sektora tych przedsiębiorstw, które w okresie ostatnich trzech lat wprowadziły innowacje. Jak podaje Raport Komisji Europejskiej z 2006 r. („European Innovation Scoreboard 2006. Comparative Analysis of Innovation Performance”, European Commission, Luxembourg 2006) – ów wskaźnik dla Polki wynosił 0,22, podczas gdy średnia dla UE-25 to 0,45. Polska, pod względem wielkości tego wskaźnika, znajdowała się na ostatnim miejscu w UE razem z Grecją i Łotwą.

Czym jest owa innowacyjność? Według naukowej definicji, zawartej także w dokumencie Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, "innowacyjność" w zależności od przedmiotu może być:

- **procesowa** (technologiczna) - opracowanie lub wdrożenie nowej lub znacząco ulepszonej technologii, to zmiany w stosowanych przez podmiot metodach wytwarzania lub dostaw;
- **produktowa** - opracowanie i wdrożenie do produkcji nowego lub znacząco ulepszonego produktu lub usługi, w odniesieniu do ich charakterystyk lub przeznaczenia. Ulepszenie może dotyczyć charakterystyk technicznych, komponentów, materiałów, wbudowanego oprogramowania, bardziej przyjaznej obsługi przez użytkownika oraz innych cech funkcjonalnych;
- **organizacyjna** - zastosowanie nowych rozwiązań organizacyjnych w zakresie działalności biznesowej przedsiębiorstwa, nowej organizacji miejsc pracy lub nowej organizacji relacji zewnętrznych;
- **marketingowa** - zastosowanie nowych technik marketingowych obejmujących znaczące zmiany w wyglądzie produktu, jego opakowaniu, pozycjonowaniu, promocji, polityce

cenowej lub w modelu biznesowym, wynikających z nowej strategii marketingowej przedsiębiorstwa.

W kontekście funduszy unijnych horyzont czasowy innowacji jest określony jako trzyletni. Oznacza to, iż wprowadzenie w przedsiębiorstwie nowego rozwiązania, np. usługowego, technologicznego znanego na rynku będzie innowacją, jeśli funkcjonuje na świecie nie dłużej niż trzy lata.

Innowacyjność można rozpatrywać w skali przedsiębiorstwa, regionu kraju, świata. Nie ma ona charakteru obiektywnego, lecz relatywny, w odniesieniu do konkretnego przedsiębiorstwa. A zatem może występować na różnych poziomach – samego przedsiębiorstwa, danego rynku, kraju czy świata. O innowacjach na poziomie firmy mówimy, gdy np. technologia jest zastosowana po raz pierwszy w danym przedsiębiorstwie, itd.

Innowacyjne rozwiązanie nie musi być spektakularnym – należy starać się kreatywnie spojrzeć na swoją branżę – być może wystarczy niewiele zmienić, by stać się innowacyjnym. Wiedza potrzebna do stworzenia innowacji może pochodzić ze źródeł wewnętrznych lub zewnętrznych. Na poziomie firmy, źródłem wewnętrznym będą wiedza i umiejętności jej pracowników, które pozwolą np. na wdrożenie modyfikacji w procesie wytwórczym nowego produktu. Źródłami zewnętrznymi innowacji może być wiedza zakupiona od jednostek naukowo-badawczych, czy innych przedsiębiorstw. Wiedza ta najczęściej przyjmuje postać licencji, lub patentów.

Jak już wspomniano, dane z lat 2005-2008, zawarte w ekspertyzie PARP „Potencjał regionów w zakresie rozwoju przedsiębiorczości akademickiej”, wskazują, iż liderem na tym polu wśród polskich regionów jest Mazowsze. Jednocześnie, wg badań przywołanych w pracy zbiorowej pod redakcją naukową dr hab. Marzenny A. Weresy „Transfer wiedzy z nauki do biznesu” – Mazowsze w 2007 roku pod względem rozwoju nauki, techniki oraz innowacyjności, zajmowało dopiero 65 miejsce spośród 159 regionów Unii Europejskiej, dla których dostępne były dane statystyczne.

To zobowiązuje, by wkład województwa mazowieckiego w rozwój przedsiębiorczości akademickiej był znaczący.

Chcąc sprostać temu zadaniu firma Sysco Polska wraz z partnerami: Uniwersytetem Warszawskim i firmą Rawo Consulting, realizuje projekt, w ramach którego zainteresowani będą mogli uzyskać kompleksowe wsparcie w procesie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej z zakresu przedsiębiorczości akademickiej, czyli firm typu *spin-off*, *spin-out*.

*Katarzyna Szymańska*

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską  
ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.*