



Globalny Barometr Innowacji GE

Edycja 2014 – wyniki dla Polski



Imagination at work.

O Barometrze Innowacji GE

Globalny Barometr Innowacji jest międzynarodowym badaniem opinii, przeprowadzonym wśród [dyrektorów najwyższego szczebla](#) aktywnie zaangażowanych w zarządzanie strategią innowacyjności w swoich przedsiębiorstwach. [Czwarta edycja](#) raportu objęła swoim zasięgiem [26 krajów](#).

Ankieta została przeprowadzona przez firmę konsultingowo-badawczą [Edelman Berland](#) na zlecenie GE. Badanie ma na celu pokazać, jak zmienia się postrzeganie innowacji w złożonym, zglobalizowanym środowisku.

Barometr bada sposób, w jaki dyrektorzy najwyższego szczebla z całego świata postrzegają [politykę innowacji przyjętą przez ich kraje](#). Uszczegóławia również punkt widzenia przedsiębiorstw na polityki najbardziej wspierające innowacyjność.

Dla lepszego zrozumienia sposobu, w jaki międzynarodowe przedsiębiorstwa adaptują innowacyjne praktyki i strategie w trudnym środowisku gospodarczym, wybrano podejście [stawiające firmę w centrum zainteresowania](#).



Próba i szczegóły badania

- 3 209 prób ankietowych przeprowadzonych telefonicznie (w językach ojczystych)
- Średnia długość ankiety: 35-40 minut
- Okres: 2 kwietnia – 30 maja 2014
- Wszyscy respondenci byli bezpośrednio zaangażowani w tworzenie innowacyjnych strategii lub prowadzenie innowacyjnych działań w firmie. (31% Poziom C).
- 28% firm działa globalnie, a średnia wielkość firmy to 650 pracowników
- Średni wiek respondenta: 44 lata.



Nowe kraje objęte badaniem w 2014 r.



Algieria

Indonezja

Włochy

Kenia



Wyniki dla Polski



Imagination at work.

Innowacyjność ma obecnie wymiar globalny



- Polscy respondenci postrzegają **innowacje jako czynnik pozytywny**. **95%** z nich uważa, że **na przestrzeni ostatnich 10 lat innowacje przyczyniły się do wzrostu poziomu życia w Polsce** — to o 15% więcej niż wynosi globalna średnia.
- **92%** polskich respondentów przyznaje, że **innowacyjność w coraz większym stopniu ma wymiar globalny** – prawdziwie innowacyjny potencjał może wytworzyć się tylko przy wykorzystaniu zdolności, pomysłów, wiedzy i zasobów z całego świata.
- Wypowiadając się na temat współpracy, 89% polskich respondentów uważa, że **współpraca na rzecz innowacyjności jest w dzisiejszym świecie opłacalna**, nawet biorąc pod uwagę ryzyko z nią związane czy możliwość naruszenia własności intelektualnej – jest to wynik wyższy od globalnej średniej wynoszącej 77%. Polscy respondenci charakteryzują się w tym względzie dużą zbieżnością opinii.
- Polscy respondenci **doceniają znaczenie współpracy** – **57% badanych wskazało, że zysk wypracowany w wyniku wspólnych działań innowacyjnych wzrósł** na przestrzeni ostatniego roku. Jednakże, w 2013 współpracę doceniało 62% badanych, czyli 5% więcej niż obecnie.
- Ponad połowa polskich respondentów (55%) **za liderów innowacyjności w Polsce uważa małe i średnie przedsiębiorstwa oraz start-upy** (średnia globalna wynosi 41%). Na drugim miejscu znalazły się **międzynarodowe korporacje**, wskazane przez **20% respondentów**.



Warunki, jakie firma musi spełnić, aby skutecznie wprowadzać innowacje



Polscy dyrektorzy najwyższego szczebla wskazują kluczowe umiejętności, jakie ich firmy muszą opanować, żeby skutecznie wprowadzać innowacje:

- **Zrozumienie potrzeb klientów i przewidywanie trendów rynkowych** – jest to priorytet dla **83%** respondentów i odpowiada w tym względzie globalnej średniej wynoszącej 84%,
- **Umiejętność przyciągnięcia i zatrzymania najbardziej utalentowanych i najlepiej wykwalifikowanych pracowników** – wskazana przez 76% respondentów,
- **Zdolność szybkiego przyswojenia i wdrożenia nowych technologii** – 73% respondentów.

Komentując rezultaty osiągnięte w tych trzech kluczowych obszarach, tylko **33% respondentów** było przekonanych, że ich firmy doskonale rozpoznają potrzeby klientów, a tylko **17%** uznało, że ich firmy świetnie radzą sobie z zatrzymaniem młodych i zdolnych pracowników.

Bariery dla innowacyjności wskazane przez polskich respondentów:

- **Brak odpowiednich inwestycji i wsparcia finansowego** – problem ten wskazało **20%** respondentów
- **Trudności związane z wypracowaniem nowatorskich i przełomowych rozwiązań** (**16%** respondentów)
- **Nieumiejętność stworzenia odpowiedniego modelu biznesowego** (**8%** respondentów).

Polscy respondenci postrzegają powyższe wyzwania jako mniej zagrażające rozwojowi innowacyjności niż wskazywali na to respondenci z innych krajów.



Wewnętrzna organizacja – jak polskie firmy wspierają innowacyjność



- **Zdaniem 54%** polskich dyrektorów najwyższego szczebla, aby skutecznie wprowadzać innowacje, firmy powinny **pobudzać kreatywność i poszukiwać niestandardowych rozwiązań wewnątrz organizacji**– wynik ten niższy jest od globalnej średniej wynoszącej 64%.
- **60%** polskich respondentów uważa, że firmy powinny zadbać o to, by praktyki innowacyjne w jak **najmniejszym stopniu wpływały negatywnie na główne źródło przychodów firmy**, z którego finansowane są badania i działania innowacyjne. Z kolei **40%** respondentów uważa, że **nie należy przywiązywać nadmiernej wagi do potencjalnych strat krótkookresowych, jakie mogą spowodować działania innowacyjne**– wyniki te znacznie odbiegają od globalnej średniej (odpowiednio 72% i 28%).
- **66%** respondentów jest zdania, że **najbardziej wartościowe innowacje są owocem zaplanowanych i ustrukturyzowanych procesów innowacyjnych**. Dla porównania, według **34%** respondentów **innowacje powstają spontanicznie, w drodze wzajemnej inspiracji kreatywnych jednostek**. Są to wyniki w dużym stopniu zbieżne z globalną średnią (odpowiednio 62% i 38%).
- Odnosząc się do struktury organizacyjnej, **71% dyrektorów najwyższego szczebla w Polsce wyraziło przekonanie, że zespoły i działania innowacyjne powinny funkcjonować w ramach istniejących obszarów działalności i komórek organizacyjnych** – wynik ten jest bliski globalnej średniej (68%).
- Według **47%** respondentów, **innowacje powinny być wprowadzane na rynek możliwie szybko, celem zdobycia przewagi nad konkurencją** (globalna średnia - 50%). **53% respondentów wolałoby nie spieszyć się i wcześniej dopracować produkt** (globalna średnia - 50%).



Polskie firmy nie wykorzystują potencjału Internetu przemysłowego



- **Analizy prognozujące** nie cieszą się w Polsce równie dużym uznaniem jak na świecie – w Polsce kluczową rolę przypisało jej **46%** respondentów, przy globalnej średniej wynoszącej 53%. W kontekście rozwiązań z zakresu big data polskie firmy sytuują się poniżej globalnej średniej, **zaledwie 37% respondentów uważa, że ich firma zdolna jest w zupełności lub do pewnego stopnia wykorzystać potencjał big data.** Dodatkowo, **38% respondentów** zauważa, że w ostatnim roku ich firma nie zwiększyła zdolności analizy dużych i różnorodnych zbiorów danych i nie ma takich planów w przyszłości.
- Tym niemniej, **13%** polskich dyrektorów najwyższego szczebla **nie spotkało się wcześniej z pojęciem big data** i tylko **2% jest zdania, że jest to hasło bez pokrycia w rzeczywistości** – to wynik o 4% niższy niż wynosi globalna średnia.
- **56% polskich respondentów** przyznaje, że **nigdy nie słyszało o Internecie przemysłowym** - jest to wynik wyższy od globalnej średniej wynoszącej 44%.
- **37%** respondentów jest zdania, że Internet przemysłowy będzie miał **pozytywny lub neutralny wpływ na rynek pracy**, co jest wynikiem zbieżnym z globalną średnią wynoszącą 49%.
- Zaledwie **7%** polskich respondentów sądzi, że ich **firma jest w pełni przygotowana do wykorzystania możliwości Internetu przemysłowego** – jest to wynik bliski globalnej średniej wynoszącej 6%.



Ocena polskich warunków dla innowacji



Warunki dla innowacji w Polsce są odbierane przez dyrektorów najwyższego szczebla z innych rynków jako raczej trudne: **24%** respondentów uważa, że **Polska stworzyła środowisko sprzyjające innowacjom**. W ocenie własnego rynku 23% polskich respondentów wskazuje na sprzyjające innowacjom środowisko w kraju.

Rządowe wsparcie dla innowacji w ostatnim roku pozostawiało wiele do życzenia – zaledwie 17% polskich respondentów jest zdania, że **wsparcie rządu dla innowacji jest dobrze zorganizowane** (spadek o 5% w stosunku do roku 2013).

Priorytety, jakie zdaniem polskich respondentów powinien przyjąć rząd w tym zakresie:

- **Lepsze dostosowanie programów studiów do potrzeb biznesu** (96% respondentów)
- **Zwiększenie ochrony własności intelektualnej, by umożliwić firmom bliższą współpracę** (95% respondentów)
- **Odpowiednia ochrona dla poufności informacji i tajemnic firmy** (93% respondentów)
- **Zwiększenie międzynarodowej współpracy w zakresie prowadzonych badań** (91% respondentów)

Zaledwie **20%** polskich respondentów uważa, że **rząd i władze publiczne przeznaczają wystarczające środki na wsparcie dla innowacyjnych firm** (średnia globalna: 47%).

85% respondentów sądzi, że niewystarczające jest wsparcie dla MŚP (średnia globalna: 61%).

40% respondentów chętniej widziałoby dotacje/przywileje dostępne wyłącznie krajowym podmiotom w celu promocji lokalnych innowacji. **41% uważa, że dotacje/przywileje powinny być dostępne nie tylko dla krajowych, ale i międzynarodowych firm**, które wprowadzają innowacje na rynek lokalny.



Warunki dla innowacji w Polsce

Warunki się zmieniły

2013

2014

„Jesteśmy obecnie świadkiem nowej rewolucji przemysłowej w postaci łączenia się maszyn i oprogramowania, przechodzimy do nowej ery zaawansowanej produkcji i internetu przemysłowego”

– zgadzam się z tym stwierdzeniem

44 %

„Innowacyjność w coraz większym stopniu ma wymiar globalny, łączenie talentów, pomysłów, spostrzeżeń i środków na całym świecie jest jedyną drogą do osiągnięcia sukcesu w innowacjach”

– zgadzam się z tym stwierdzeniem

92 %

Bardziej niż kiedykolwiek, innowacje powinny być dopasowywane do potrzeb konkretnego rynku

97 %

85 %

Ograniczenia, jakich doświadczają państwa rozwijające się, mogą być jednocześnie szansą na innowacje dla przedsiębiorstw, które są skłonne zainwestować w przewyżnianie tych ograniczeń

70 %

Obecnie w Twoim kraju najbardziej innowacyjne są:

Mniejsze biznesy (MŚP, start-upy, jednoosobowe działalności gospodarcze)

55 %

Wielonarodowe spółki

20 %

Duże przedsiębiorstwa z siedzibą w Twoim kraju

12 %

Organizacje publiczne

7 %



Wyżej niż średnia globalna
Niżej niż średnia globalna

Potrzebny nowy model biznesowy

Zmiana modelu biznesowego	2014
Podejmując działania innowacyjne, firmy powinny w szczególności skupić się na pobudzaniu kreatywności i poszukiwaniu niestandardowych rozwiązań	54 %
Trudności związane z tworzeniem nowatorskich i przełomowych rozwiązań to kluczowe okoliczności hamujące rozwój innowacyjności firm bez względu na obszar ich działalności	16 %
Należy zadbać o to, by praktyki innowacyjne w jak najmniejszym stopniu wpływały negatywnie na główne źródło przychodów firmy, z którego finansowane są badania i działania innowacyjne.	60 %
Najbardziej wartościowe innowacje są owocem zaplanowanych i ustrukturyzowanych procesów innowacyjnych	66 %
Zespoły i działania innowacyjne powinny funkcjonować w ramach istniejących obszarów działalności i komórek organizacyjnych	71 %
Innowacje powinny być wprowadzane na rynek możliwie szybko celem zdobycia przewagi nad konkurencją	47 %



Nowe możliwości

Wykorzystanie nowych możliwości w zakresie rozwoju innowacyjności

2013

2014

Współpraca z zewnętrznymi partnerami niesie ze sobą ryzyko naruszenia własności intelektualnej i tajemnicy handlowej. Mogę jednak podjąć to ryzyko, ponieważ współpraca w obszarze innowacyjności jest w dzisiejszych czasach opłacalna

89 %

W ubiegłym roku firma zanotowała wzrost dochodu i zysku wypracowanego w efekcie współpracy w obszarze innowacyjności

62 %

57 %

Nigdy nie spotkałem się z pojęciem big data

13 %

W ostatnim roku firma nie zwiększyła zdolności analizy dużych i różnorodnych zbiorów danych i nie ma takich planów w przyszłości

38 %

Dzięki odpowiedniej strategii lub procesowi firma jest w pełni lub dobrze przygotowana do wykorzystania możliwości big data

37 %

Nigdy nie spotkałem się z pojęciem internetu przemysłowego

56 %

Internet przemysłowy wywiera pozytywny wpływ na rynek pracy, podnosi wydajność firm, umożliwia dalszy rozwój i zwiększa zapotrzebowanie na nowych pracowników

26 %

Dzięki odpowiedniej strategii lub procesowi firma jest w pełni lub dobrze przygotowana do wykorzystania możliwości internetu przemysłowego

22 %



Polityka wspierająca innowacje

2014: Ranking polityki innowacji

	2013	2014
Ocena warunków dla innowacyjności: czy kraj stworzył środowisko przyjazne innowacjom?	24 %	17 %
Wsparcie rządowe dla innowacji jest dobrze zorganizowane	22 %	17 %
Rząd i władze publiczne przeznaczają właściwą część budżetu na wsparcie innowacyjnych przedsiębiorstw	23 %	20 %

Jaka polityka wspierałaby innowacje najbardziej efektywnie?

Oferowanie dotacji i przywilejów zarówno krajowym, jak i międzynarodowym przedsiębiorstwom, które chcą wprowadzić na rynek innowacyjne rozwiązania		41 %
Oferowanie dotacji i przywilejów wyłącznie podmiotom krajowym w celu promocji lokalnych innowacji		40 %
Dotacje i przywileje nie są efektywnym sposobem na wspieranie innowacji, ponieważ są stronnice i mają jedynie krótkoterminowy wpływ		19 %
Władze publiczne nie wspierają w wystarczający sposób sektora MŚP w jego staraniach innowacyjnych		85 %
Inwestorzy prywatni wspierają przedsiębiorstwa potrzebujące środków na innowacje	23 %	64 %



Sukces w innowacjach

Najważniejsze umiejętności, jakie powinna opanować firma, by skutecznie wprowadzać innowacje

	2013	2014
Zrozumienie klienta i przewidywanie zmian na rynku	83%	83 %
Przyciągnięcie i zatrzymanie najbardziej utalentowanych i wykwalifikowanych jednostek	75%	76 %
Szybkie przyswajanie i wdrażanie najnowszych rozwiązań technologicznych		73 %
Zachęcanie do kreatywnych zachowań i poszukiwanie niestandardowych rozwiązań wewnątrz organizacji		54 %
Identyfikacja i współpraca z najlepszymi zewnętrznymi partnerami biznesowymi	66%	64 %
Zabezpieczenie specjalnego budżetu na działania innowacyjne	55%	53 %
Nadanie priorytetu długoterminowym celom innowacyjnym zamiast krótkoterminowym celom finansowym		59 %
Wprowadzenia podejścia „testuj szybko, ponoś porażki szybko, wstań i szybko się dostosuj”		57 %
Używanie wiedzy analitycznej i prognozowania		46 %
Jak najlepiej wykorzystywać zachęty, dotacje i kwoty wolne od podatku oferowane przez państwo		57 %
Przyciąganie inwestorów do innowacyjnych projektów	36%	33 %



Bariery dla innowacji

Co zabija innowacje	2014
Niechęć do rozprzestrzeniania udanych innowacji na szerszy lub międzynarodowy rynek	8%
Trudność w tworzeniu pomysłów, które są nowatorskie lub przełomowe	16%
Nieumiejętność stworzenia efektywnego modelu biznesowego, który wspierałby nowe pomysły, aby uczynić je rentownymi	8%
Brak odpowiednich inwestycji i wsparcia finansowego	20%
Brak talentów i odpowiednich kwalifikacji	7%
Brak wsparcia wewnątrz organizacji ze strony zarządu lub szefa zespołu	7%
Wewnętrzna bierność i niechęć do szybkiego działania, brak aktywnego przekształcania pomysłów w czyny	3%
Niechęć biznesu do podejmowania ryzyka	5%



Wsparcie państwa

Najważniejsze kwestie, na jakich powinno skupić się państwo w celu efektywnego wsparcia innowacji

	2013	2014
Zmniejszyć poziom biurokracji dla firm chętnych do skorzystania z funduszy i zachęt przeznaczonych na innowacje	94%	92%
Zapewnić właściwą ochronę poufności i tajemnic handlowych	82%	93%
Lepiej dostosować programy studiów do potrzeb biznesu	97%	96%
Usprawnić współpracę badawczą z innymi krajami		91%
Aktywnie promować partnerstwo pomiędzy sektorem publicznym a prywatnym		83%
Wzmocnić ochronę własności intelektualnej, by zachęcić firmy do bliższej współpracy		95%
Zachęcać prywatne firmy do współpracy z przedsiębiorstwami państwowymi		75%
Zadbać, by zamówienia publiczne były liderem we wprowadzaniu innowacji jako wzór do naśladowania		84%
Badać wpływ lokalnych polityk regulacyjnych na poziom innowacyjności w danych regionach		66%
Dołożyć starań, by zamówienia publiczne zawsze sprzyjały najbardziej innowacyjnym rozwiązaniom, nawet jeśli pochodzą z innych państw		61%
Zachęcać i ułatwiać przedsiębiorcom zatrudnianie utalentowanych obcokrajowców		77%

