

Kontakt dla mediów:

Luiza Nowicka, PARP

e-mail: luiza_nowicka@parp.gov.pl

tel.: 880 524 959

Informacja prasowa

Warszawa, 07.03.2023 r.

Dlaczego potrzebujemy innowacji? O innowacyjności polskich firm

Innowacje to klucz do sukcesu w dzisiejszej konkurencyjnej gospodarce. Polscy przedsiębiorcy też o tym wiedzą – aż 79,6% firm zbadanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w 2021 roku było aktywnych w ich wdrażaniu. Jakie korzyści wynikają z sięgania po nowatorskie rozwiązania?

Czym są innowacje?

Słowo „innowacja” na stałe zagościło już w naszym języku za sprawą niepohamowanej rewolucji technologicznej. Liczne, nowatorskie rozwiązania, pojawiają się w coraz to nowszych dziedzinach, zmieniając rzeczywistość wielu branż. Czym jednak jest innowacja?

Trudno ująć każdą innowację jedną, sztywną formułą. Zgodnie jednak z definicją pochodzącą z publikacji [„Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji”](#), wydanej przez OECD pod patronatem Komisji Europejskiej, przez hasło to rozumie się najczęściej wdrożenie nowego albo znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem. Dla każdego rodzaju innowacji określenie „znaczącego udoskonalenia” także będzie odmienne. Aby produkt, proces bądź metoda zostały uznane za innowacyjne, muszą – zgodnie z minimalnym wymogiem – być nowe lub znacząco ulepszone przynajmniej w obrębie działania danej firmy, przy czym kluczowy jest tu element nowości. Innowacje mogą być zarówno stworzone przez podmiotową firmę, jak i przyswojone przez nią z innego źródła. Przykładami innowacji może być:

- **innowacja produktowa** – wyrób lub usługa, która jest nowa lub znacząco udoskonalona w zakresie swoich cech lub zastosowań. Mogą one obejmować specyfikacje techniczne, komponenty, materiały, wbudowane oprogramowanie, łatwość obsługi i inne cechy funkcjonalne;
- **innowacja procesowa** – wdrożenie nowej lub znacząco udoskonalonej metody produkcji lub dostawy. Zmiany mogą uwzględniać technologie, urządzenia i/lub oprogramowanie;
- **innowacja marketingowa** – wprowadzenie nowej metody marketingowej wiążącej się ze znaczącymi zmianami w projekcie, konstrukcji produktu lub w opakowaniu, dystrybucji, promocji czy strategii cenowej;

- **innowacja organizacyjna** – nowa metoda organizacyjna w przyjętych przez firmę zasadach działania, organizacji miejsca pracy bądź w stosunkach z otoczeniem.

Wspomniane opracowanie szczegółowo omawia wszelkie wątpliwości i zawiłości związane z interpretacją i rozróżnieniem powyższych haseł. Znaleźć w nim można także zmiany, które nie kwalifikują się do nazwania ich innowacją.

Innowacje a polityka państwa

Informacje dotyczące działalności innowacyjnej firm mają wymiar użyteczny i pozwalają określić kierunek, w jakim zmierzają poszczególne branże, a także poznać źródła nowych rozwiązań. Wprowadzane zmiany to efekt stosowania nowej wiedzy, technologii i umiejętności. Znajomość zachodzących mechanizmów, sprzyjających innowacjom, pozwala na bardziej efektywne kształtowanie polityki publicznej, zapewnianie przedsiębiorcom narzędzi i okoliczności sprzyjających rozwojowi, a zarazem likwidowanie barier dla innowacji.

Innowacje mają kluczowe znaczenie dla wzrostu produkcji i wydajności przedsiębiorstw. Te z kolei przekładają się na rozwój gospodarczy kraju, dostępność usług i przepływ wiedzy.

Polskie innowacje

Zgodnie z IV edycją badania [„Monitoring innowacyjności polskich przedsiębiorstw”](#), zrealizowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) przy wsparciu Funduszy Europejskich, w 2021 roku aż 79,6% firm działających w Polsce było aktywnych innowacyjnie, co oznacza, że wprowadziły lub próbowały wdrożyć w działalności przynajmniej jedną innowację. Firm innowacyjnych, czyli takich, które wdrożyły przynajmniej jedną innowację w obrębie produktu lub procesu było z kolei 75,1%. Pod lupę wzięto także nakłady na działalność innowacyjną prowadzoną przez przedsiębiorstwa w 2021 r. Łącznie ponad jedna trzecia przedsiębiorstw innowacyjnych przeznaczyła na ten cel nie więcej niż 50 tys. zł, a w przypadku co dziesiątej firmy innowacyjnej – nakłady były nie większe niż 10 tys. zł.

Kolejne odłony badania wyraźnie wskazują, że wraz z upływem czasu aktywność polskich firm w obrębie rozwijania nowych rozwiązań znacząco rośnie. Nic dziwnego – działalność ta przynosi znaczne korzyści. Zgodnie z deklaracjami ankietowanych przedsiębiorców, podejmowane przez nich działania innowacyjne w 2021 r. przyczyniły się najczęściej do ogólnego rozwoju firmy (odpowiedzi raczej tak i zdecydowanie tak stanowiły 90,8%) oraz do podniesienia jakości usług i wyrobów (83,6%), a także do zwiększenia wydajności pracy (83,4%).

Unijne dotacje zachętą do aktywności innowacyjnej

Polscy przedsiębiorcy w 2021 roku chętnie sięgali po wsparcie publiczne w postaci dotacji ze środków unijnych. Aż 45,9% ogółu firm, w tym 58% firm innowacyjnych, skorzystało z europejskich dotacji na rozwój swojej firmy. Instrumenty te zostały także wskazane jako najbardziej pożądane w przyszłości rodzaje finansowania działalności innowacyjnej (83,8% wskazań).

Dla firm, planujących wdrożenie nowych produktów lub usług, dostępne są programy wsparcia, finansowane ze środków unijnych, a wdrażane przez PARP. To właśnie na wzmocnienie działalności innowacyjnej zorientowany jest trwający konkurs „Ścieżka SMART”, finansowany z programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki.

Celem „Ścieżki SMART” jest wsparcie rozwoju działań badawczych i innowacyjnych polskich biznesów. Łącznie, w ramach naborów przewidzianych na ten rok, do przedsiębiorców trafi 10,67 mld zł, z czego PARP rozdysponuje kwotę 6,67 mld zł.

Ścieżka SMART opiera się na realizacji projektów modułowych, czyli takich, gdzie przedsiębiorca MŚP wybiera jeden z dwóch modułów obowiązkowych oraz dowolną liczbę modułów fakultatywnych. Środki z programu przeznaczyć można na: działalność badawczo-rozwojową, wdrażanie innowacji, infrastrukturę B+R, cyfryzację, zazielenienie przedsiębiorstw, internacjonalizację oraz podwyższanie kompetencji.

W module obligatoryjnym – **B+R**, wnioskodawca może uzyskać dofinansowanie na wszystkie elementy procesu badawczego – badania przemysłowe, prace rozwojowe (w tym stworzenie prototypu oraz testowanie go) oraz zaangażowanie przyszłych użytkowników. Aby moduł mógł być objęty wsparciem, przedsiębiorca musi zaplanować przynajmniej prace rozwojowe. Efektem zaplanowanych prac B+R powinno być opracowanie – możliwego do wdrożenia w działalności gospodarczej – innowacyjnego rozwiązania, tj.: nowego albo ulepszonego wyrobu lub usługi (innowacji produktowej) lub nowego albo ulepszonego procesu biznesowego dotyczącego funkcji działalności przedsiębiorstwa w zakresie produkcji wyrobów lub usług (innowacji w procesie biznesowym).

Drugi moduł obligatoryjny, który przedsiębiorca może wybrać, to **wdrożenie innowacji**. Obejmuje on dofinansowanie wdrożenia w przedsiębiorstwie wyników prac B+R, posiadanych przez Wnioskodawcę lub będących efektem realizacji modułu B+R. Wyniki prac B+R muszą prowadzić do powstania innowacji produktowej lub procesowej co najmniej na poziomie krajowym. Wśród kosztów objętych wsparciem znajdują się m.in.: zakup lub leasing gruntów oraz nieruchomości zabudowanych, zakup lub leasing środków trwałych innych niż nieruchomości, nabycie robót i materiałów budowlanych czy zakup wartości niematerialnych i prawnych.

Aktualny nabór wniosków trwa od 21 lutego do 12 kwietnia 2023 r. W jego ramach na dofinansowanie projektów z ramienia PARP przeznaczono aż 4,45 mld zł.

[Szczegółowe informacje dotyczące „Ścieżki SMART” dostępne są na stronie PARP.](#)



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

