

Innowacyjność jako współczesne narzędzie rozwoju gospodarczego

Ten krótki artykuł zostanie poświęcony pojęciu innowacyjności, które coraz częściej pojawia się w mediach, a przede wszystkim życiu gospodarczym. Pomimo faktu, iż niemal każdy z nas miał styczność z pojęciem innowacyjności, to tak naprawdę stosunkowo niewiele osób jest w stanie sprecyzować czym owa innowacyjność w rzeczywistości jest. Pojęcie innowacyjności nie jest zdefiniowane w jeden ogólnie przyjęty sposób. Na potrzeby tego artykułu przytoczone zostaną definicje wykreowane na potrzeby realizacji Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013.

Przez **innowację** rozumie się wprowadzenie do praktyki w przedsiębiorstwie nowego lub znacząco ulepszonych rozwiązania w odniesieniu do produktu (towaru lub usługi), procesu, marketingu lub organizacji. Istotą innowacji jest wdrożenie nowości do praktyki. Wdrożenie nowego produktu (towaru lub usługi) polega na zaoferowaniu go na rynku. Wdrożenie nowego procesu, nowych metod marketingowych lub nowej organizacji polega na ich zastosowaniu w bieżącym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa¹.

Innowacyjne rozwiązanie (produkt, proces, marketing lub organizacja) może być wynikiem własnej działalności badawczo-rozwojowej przedsiębiorstwa, współpracy z innymi przedsiębiorstwami i instytucjami lub może być wynikiem zakupu wiedzy w postaci niematerialnej (patenty, licencje, oprogramowanie, know-how, usługi o charakterze technicznym, marketingowym, organizacyjnym, szkoleniowym itp.) lub materialnej (maszyny i urządzenia o podwyższonych parametrach)².

Co do zasady wyróżnia się innowację produktową, procesową, marketingową oraz organizacyjną.

Innowacja produktowa oznacza wprowadzenie na rynek przez dane przedsiębiorstwo nowego towaru lub usługi, lub znaczące ulepszenie oferowanych uprzednio towarów lub usług w odniesieniu do ich charakterystyk lub przeznaczenia. Ulepszenie może dotyczyć charakterystyk technicznych, komponentów, materiałów, wbudowanego oprogramowania, bardziej przyjaznej obsługi przez użytkownika oraz innych cech funkcjonalnych³.

¹ Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007-2013. Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013, Warszawa 2007, s. 9.

² Ibidem, s. 9.

³ Ibidem, s. 9.

Innowacja procesowa oznacza wprowadzenie do praktyki w przedsiębiorstwie nowych, lub znacząco ulepszonych, metod produkcji lub dostaw⁴.

Innowacja marketingowa oznacza zastosowanie nowej metody marketingowej obejmującej znaczące zmiany w wyglądzie produktu, jego opakowaniu, pozycjonowaniu, promocji, polityce cenowej lub modelu biznesowym, wynikającej z nowej strategii marketingowej przedsiębiorstwa⁵.

Innowacja organizacyjna oznacza zastosowanie w przedsiębiorstwie nowej metody organizacji jego działalności biznesowej, nowej organizacji miejsc pracy lub nowej organizacji relacji zewnętrznych⁶.

Wiemy już czym jest innowacja. Warto nieco bliżej spojrzeć na to jak innowacyjność jest wdrażana w naszym kraju i województwie. Według danych na rok 2006 Polska była obok Grecji i Łotwy najgorszym państwem pod względem innowacyjności. Specjalnie skonstruowany wskaźnik poziomu innowacyjności wyniósł w Polsce 0,22, podczas, gdy średnia dla Unii Europejskiej (UE-25) wyniosła 0,45⁷. Taki stan rzeczy nie napawa optymizmem. Kraje o niskim poziomie innowacyjności nie będą w stanie konkurować z innymi, lepszymi pod tym względem. Podobnie jest w odniesieniu do regionów, tzw. NUTS 2. W Polsce są nimi województwa.

Analizując sytuację województwa Świętokrzyskiego należy stwierdzić, że sytuacja jest jeszcze gorsza. Poziom innowacyjności regionu mierzony w oparciu o *European Regional Innovation Scoreboard* pozwolił na sklasyfikowanie województwa Świętokrzyskiego na 207 pozycji w rankingu 208 regionów europejskich⁸. Jedynym niżej sklasyfikowanym regionem było województwo Podlaskie. Wskaźnik innowacyjności dla województwa Świętokrzyskiego był niższy niż 0,01. Dla porównania najlepszy region Stockholm uzyskał wynik 0,90. Najwyżej wśród polskich regionów sklasyfikowano województwo Mazowieckie (na 61 pozycji) ze wskaźnikiem o wartości 0,51⁹. Porównując sytuację województwa

⁴ Ibidem, s. 9.

⁵ Ibidem, s. 9.

⁶ Ibidem, s. 9.

⁷ *European Innovation Scoreboard 2006. Comparative Analysis of Innovation Performance*, European Commission, Luxembourg 2006.

⁸ Hollanders H., 2006 *European Regional Innovation Scoreboard*, MERIT, 2007.

⁹ http://www.proinno-europe.eu/ScoreBoards/Scoreboard2006/pdf/eis_2006_regional_innovation_scoreboard.pdf

Świętokrzyskiego do innych regionów, należy uznać, że województwo Świętokrzyskie jest niezwykle zapóźnione na tle Unii Europejskiej biorąc pod uwagę poziom innowacyjności. Słabość naszego regionu wynika przede wszystkim z:

- 1) słabych ośrodków naukowych (zwłaszcza w odniesieniu do nauk technicznych);
- 2) bardzo nikłej współpracy pomiędzy sektorem naukowym a biznesem;
- 3) niskiej atrakcyjności inwestycyjnej regionu;
- 4) odpływu kapitału ludzkiego do większych ośrodków miejskich w Polsce (aglomeracji) oraz do państw UE;
- 5) słabego biznesu, niski kapitał oraz brak nastawienia na prace badawczo-rozwojowe powoduje zapóźnienie technologiczne.

Aby województwo Świętokrzyskie nie pozostało technologicznym zaściankiem Europy potrzebne są szeroko zakrojone działania w zakresie:

- 1) wypracowania skutecznego modelu wdrażania Regionalnej Strategii Innowacji;
- 2) wzmocnienia ośrodków akademickich, zwłaszcza pod kątem nowych technologii (wyposażenie laboratoriów, pracowni badawczych itp.);
- 3) wzmocnienia współpracy biznesu z nauką;
- 4) zwiększenia atrakcyjności inwestycyjnej regionu poprzez tworzenie kompleksowych terenów inwestycyjnych;
- 5) powstawanie nowych i wzmocnienia już istniejących instytucji otoczenia biznesu tj: inkubatorów przedsiębiorczości, parków technologicznych, centrów transferu technologii, funduszy pożyczkowych, seed capital, venture capital itp.

pracownik ds. rozwoju przedsiębiorczości

Marcin Marzec