



Badanie współfinansowane ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego
w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki

Raport:

Badanie klientów usługi proinnowacyjnej, realizowanej w ramach projektu systemowego PARP, finansowanego z działania 5.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

Marzec, 2012

Spis treści

Streszczenie.....	3
1. Informacja o badaniu	6
1.1. Cel badania.....	6
1.2. Grupa docelowa badania	7
1.3. Badanie ilościowe klientów usług ośrodków KSI KSU	7
2. Struktura usług i klientów ośrodków KSI KSU	8
2.1. Usługi doradcze proinnowacyjne dofinansowane z Działania 5.2 PO IG.....	8
2.1.1. Usługodawcy – ośrodki KSI KSU	8
2.1.2. Zakres usługi doradczej proinnowacyjnej KSI KSU	9
2.2. Struktura usług i klientów ośrodków KSI KSU w 2009/2010 r. i 2010/2011 r.	10
3. Wyniki badania ilościowego klientów ośrodków KSI KSU	18
3.1. Transfer technologii u odbiorców usług doradczych proinnowacyjnych	18
3.1.1. Charakterystyka ogólna odbiorców usług KSI KSU	18
3.1.2. Potencjał innowacyjny odbiorców usług KSI KSU.....	21
3.1.3. Źródła wiedzy o technologiach odbiorców usług KSI KSU	27
3.1.4. Transfer technologii u odbiorców usług KSI KSU.....	30
3.2. Percepcja usług proinnowacyjnych	33
3.2.1. Znajomość oferty usług proinnowacyjnych i instytucjonalnego systemu wsparcia proinnowacyjnego biznesu	33
3.2.2. Ocena zakresu i jakości dostępnych usług doradczych proinnowacyjnych.....	40
3.2.2.1. Ocena zakresu usług.....	40
3.2.2.2. Ocena jakości usług KSI KSU	44
3.2.2.3. Ocena korzyści z otrzymanej usługi.....	47
3.3. Potrzeby przedsiębiorstw w zakresie usług transferu technologii.....	52
4. Podsumowanie wyników badania.....	56
5. Wnioski.....	62
6. Rekomendacje.....	66

Cel badania

Celem badania było uchwycenie zmian, jakie zaszły wśród klientów usługi proinnowacyjnej, realizowanej w ramach projektu systemowego PARP, finansowanego z działania 5.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka w obszarze popytu i podaży na usługi audytu i transferu technologii, znajomości Krajowego Systemu Usług (KSU) oraz jego oferty. Badanie na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości przeprowadzone zostało przez konsorcjum firm: PSDB Sp. z o.o., Quality Watch Sp. z o.o., ASM Centrum Badań i Analiz Rynku Sp z .o.o.

Metodologia badania

Zrealizowane działania były kontynuacją badania przeprowadzonego w 2010 r., które obejmowało badania literaturowe, jakościowe i ilościowe kilku grup interesariuszy rynku usług doradczych proinnowacyjnych w Polsce: przedsiębiorców, w tym klientów ośrodków KSI KSU oraz usługodawców usług doradczych proinnowacyjnych, w tym ośrodki KSI KSU których usługi były dofinansowane z projektu systemowego w ramach Działania 5.2 PO IG.

W tym badaniu zrealizowano badanie ilościowe na próbie klientów ośrodków KSI KSU z okresu lipiec 2010-czerwiec 2011 r. Badanie zrealizowano metodą wspomaganego komputerowo bezpośredniego wywiadu kwestionariuszowego (Computer Aided Personal Interview – CAPI). Uzyskano N=422 efektywnie przeprowadzone wywiady.

Główne wnioski z badania

Zakres usługi

Usługi doradcze proinnowacyjne dofinansowywane z Działania 5.2 PO IG trafiają głównie do mikro, małych i średnich firm aktywnych innowacyjnie, które nie mają środków na finansowanie tego typu usług, a więc działania te wypełniają pewną lukę rynkową, która wymagała interwencji publicznej podjętej właśnie w ramach Działania 5.2 PO IG.

Struktura usług w podziale na audyt technologiczny i transfer technologii w obu analizowanych okresach, wskazuje na znaczną przewagę liczby usług audytu technologicznego nad usługami transferu technologii (audyt technologiczny stanowił ok. 85% wszystkich usług w okresie 2009/2010 i ok. 80% - w okresie 2010/2011).

Jednak proporcja liczby usług audytu technologicznego przypadających na jedną usługę pośrednictwa w transferze technologii jest znacznie lepsza niż zakładana dopuszczalna wartość tej proporcji (20:1) w projekcie systemowym Działania 5.2 PO IG. Wynosi ona bowiem 7,5:1 dla usług z okresu 2009/2010 i 5,1:1 dla usług z okresu 2010/2011.

Także liczba usług transferu technologii przypadająca na jeden ośrodek KSI KSU od początku trwania projektu systemowego do końca czerwca 2011, która osiągnęła średnią wartość 12,5 usług na ośrodek, jest trzykrotnie wyższa od zakładanej minimalnej w Działaniu 5.2 PO IG (4 usługi na ośrodek).

Ponad połowa klientów KSI KSU przewiduje, że w okresie najbliższych 3 lat skorzysta ponownie z usług transferu technologii i audytu technologicznego. Katalog najczęściej wymienianych usług powiększył się o usługi nie wchodzące w skład obecnej usługi finansowanej z Działania 5.2 PO IG: pośrednictwa w zakresie transferu wiedzy z uczelni do przedsiębiorstwa, pomoc w ochronie własności intelektualnej i pomoc doradcza w realizacji projektów badawczych prowadzących do stworzenia prototypu.

Pośrednictwo w zakresie transferu technologii wsparte solidną wiedzą (i renomą) ośrodka o profilu branżowym wydaje się być bardziej poszukiwane przez bardziej wymagających klientów od usługi pośrednictwa niewspartej wiedzą o charakterze branżowym. Świadczy o tym m.in. fakt, że duża część

klientów ośrodków o profilu branżowym¹ pochodzi spoza województwa w którym zlokalizowany jest ośrodek.

Usługa powinna być nadal dofinansowana ze środków publicznych – bardzo mały odsetek (choć rosnący) klientów KSI KSU (17,3%) byłby gotów ponieść koszty tej usługi. Deklarowany poziom ponoszonych kosztów (średnio 5 tys. zł) jest niższy od obecnego poziomu dofinansowania usługi transferu technologii, co świadczy o tym, że nawet ci którzy chcą płacić, nie będą gotowi ponieść całego rzeczywistego kosztu usługi.

Poziom zadowolenia z usług

Ponad połowa klientów KSI KSU jest zadowolona z jakości usługi. Pozytywnym sygnałem jest wysoka pozycja „znajomych” jako źródła informacji o ofercie ośrodka, co świadczy pośrednio o zadowoleniu klientów z usług, którzy polecają je swoim znajomym. Częściej to źródło informacji wskazywali klienci usługi transferu technologii niż audytu technologicznego. Częściej także dotyczyło to klientów ośrodków branżowych niż pozostałych ośrodków.

Negatywnym sygnałem jest duży odsetek klientów KSI KSU, którzy nie mają zdania na temat jakości otrzymanej usługi, nie potrafią jej opisać i nie znają nawet w ogólnym zarysie oferty usługodawców. Są to symptomy niepełnego zadowolenia klientów z usługi, a także braku dobrego komunikowania po stronie usługodawców.

Nadal najsłabszą stroną usług proinnowacyjnych świadczonych przez ośrodki KSI KSU, w opinii klientów, są (w kolejności): niedostosowanie oferty do potrzeb firmy, słaba zdolność usługodawcy do rozpoznania potrzeb firmy oraz niskie kompetencje pracowników usługodawcy.

Korzyści z usługi

Prawie co trzeci klient usługi doradczej proinnowacyjnej uważa, że usługa przyniosła mu realne korzyści, przy czym prawie połowa nie wyklucza, że takie korzyści mogą się pojawić w przyszłości („jest jeszcze za wcześnie żeby to ocenić”).

Wyraźnie większy odsetek (36,7%) klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) widzi realne korzyści z otrzymanej usługi w porównaniu do klientów audytu technologicznego(24,9%). Wdrożona technologia, która była przedmiotem usługi KSI KSU przyniosła ponad połowie klientów, w ich opinii, znaczną poprawę wszystkich podstawowych wskaźników pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa: przychodów ze sprzedaży, udziału w rynku, zysku, wielkości produkcji. Ponad połowa klientów uważa że ma korzystną pozycję konkurencyjną co najmniej na rynku krajowym, z czego co dziesiąty tak ocenia swoją pozycję na rynku co najmniej europejskim.

Rekomendacje

Liczba i zakres usług wyświadczonych w ramach projektu systemowego finansowanego z Działania 5.2 PO IG wypełniają z nawiązką pierwotne założenia tego projektu. Korzystna jest proporcja usług – wykonano znacznie więcej niż założono usług transferu technologii, które przynoszą większą wartość dodaną niż proste usługi audytu technologicznego.

Analiza podstawowych wskaźników ekonomicznych klientów pokazuje, że „profil” klientów KSI KSU jest wyróżnia się korzystnie na tle ogółu przedsiębiorców - po usługi proinnowacyjne sięgają firmy aktywne innowacyjnie, będące w fazie rozwoju, o wysokiej pozycji konkurencyjnej, w większej skali inwestujące w rozwój.

Pomimo korzystniejszej od ogółu przedsiębiorców charakterystyki Klientów KSI KSU, bardziej dogłębna analiza ich struktury pokazuje, że jest jeszcze pewna przestrzeń do jej poprawy, z punktu widzenia efektywności zaangażowanych środków publicznych.

¹ Instytut Logistyki i Magazynowania z Poznania, Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości (Warszawa), Instytut Zawansowanych Technologii z Krakowa, Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii, Instytut technologii Eksploatacji z Radomia, Fundacja Poszanowania Energii z Warszawy

Większość klientów ośrodków KSI KSU są to wprawdzie firmy aktywne innowacyjne ale ich potencjał innowacyjny nie jest wysoki: hołdują „imitacyjnemu” modelowi wdrażania innowacji, wdrażane przez nich innowacje są nowatorskie wyłącznie na poziomie firmy lub rynku lokalnego a transfer technologii realizują poprzez zakup maszyn i urządzeń. Innym symptomem wskazującym na nieoptymalną strukturę klientów KSI KSU jest obserwacja, że mały odsetek klientów ośrodków KSI KSU należy do sektora przetwórstwa przemysłowego wysokiej techniki i usług wysokiej techniki (łącznie zarówno w okresie 2009/2010 i w okresie 2010/2011 jest to nieco ponad 8% klientów) ².

Postawiona została przez nas robocza teza, która wymaga dalszego sprawdzenia, lecz która już w obecnie zebranych materiałach znajduje pewne uzasadnienie, a mianowicie, że ogólny charakter oferowanej wiedzy przez większość ośrodków KSI KSU, wynikający z braku ekspertyzy o charakterze branżowym zatrudnionych w nich doradców, wpływa na strukturę klientów KSI KSU:

- Większość ośrodków KSI KSU oferuje głównie usługi najprostsze (77% usług w 2010/2011 r zakończyło się na etapie audytu technologicznego) a ekspertyza specjalistyczna, o charakterze branżowym, jest bardziej poszukiwana przez innowacyjne przedsiębiorstwa. Struktura klientów ośrodków o charakterze branżowym jest korzystniejsza od struktury klientów pozostałych ośrodków KSI KSU – na jednego usługodawcę branżowego przypada więcej klientów z sektorów wysokiej i średniej techniki, klienci ośrodków branżowych częściej działają na rynkach światowych, usługodawcy branżowi świadczą znacznie więcej usług transferu technologii.
- Najczęściej powtarzającym się zarzutem klientów co do jakości wyświadczonych usług jest brak dostatecznej wiedzy doradcy o specyfice rynku na którym działa klient.
- Możemy mieć do czynienia z niekorzystną selekcją klientów już na etapie ich poszukiwania – doradcy nie posiadający specyficznej wiedzy branżowej szukać będą raczej klientów, którzy nie oczekują takiej ekspertyzy. Świadczy o tym struktura usług świadczonych dla klientów spoza najbliższego otoczenia ośrodka KSI KSU. Usługodawcy o profilu branżowym są największymi „eksporterami” usług - znajdują klientów na swoje usługi poza granicami województwa, w którym mają siedzibę, znacznie częściej niż pozostali. To klienci wydają się szukać ich specyficznej ekspertyzy branżowej. Natomiast usługodawcy nie reprezentujący jakiegokolwiek konkretnej branży (np. agencje rozwoju regionalnego) działają lokalnie.

Konieczne wydaje się zatem, dla poprawy efektywności usług doradczych proinnowacyjnych, dążenie do wzbogacenia oferty sieci KSI KSU o specyficzną wiedzę branżową.

Zmianę profilu oferowanych usług transferu technologii na bardziej specjalistyczny można osiągnąć dwoma sposobami:

1. Należy zmienić strukturę usługodawców KSI KSU przyciągając do sieci więcej ośrodków o charakterze branżowym,
2. Należy zwiększyć wymagania co do kompetencji doradców pracujących w ośrodkach KSI KSU lub współpracujących z tymi ośrodkami

² Jednym z kryteriów przynależności danego sektora do sektorów wysokiej techniki jest odsetek środków przeznaczanych na badania B+R, a usług wiedzy chłonnych – pracownicy z wykształceniem wyższym i specjalistycznym

1. Informacja o badaniu

1.1. Cel badania

Celem badania było uchwycenie zmian, jakie zaszły wśród klientów usługi proinnowacyjnej, realizowanej w ramach projektu systemowego PARP, finansowanego z działania 5.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka w obszarze popytu i podaży na usługi audytu i transferu technologii, znajomości Krajowego Systemu Usług (KSU) oraz jego oferty. Pytania badawcze temu służące są następujące:

1. Czy zakres usługi Krajowej Sieci Innowacji (KSI) i procedura jej świadczenia były właściwie zdefiniowane?
2. Czy usługa KSI jest dostosowana do potrzeb odbiorców?
3. Jaki jest poziom zadowolenia klientów z usług KSI?
4. Czy usługa audytu technologicznego i transferu technologii przyniosła klientom KSI realne korzyści?
5. Jaki kształt powinna przybrać usługa doradcza w obszarze audytu technologicznego i transferu technologii finansowana ze środków publicznych?

Zamówienie niniejsze jest kontynuacją badania zrealizowanego w 2010 r., które obejmowało przegląd literatury, badania jakościowe i ilościowe kilku grup interesariuszy rynku usług doradczych proinnowacyjnych w Polsce: przedsiębiorców, w tym klientów ośrodków KSI KSU oraz usługodawców usług doradczych proinnowacyjnych, w tym ośrodków KSI KSU, których usługi były dofinansowane z projektu systemowego w ramach Działania 5.2 PO IG.

Przedmiotem zamówienia było badanie ilościowe na próbie klientów ośrodków KSI KSU z okresu lipiec 2010-czerwiec 2011 r. Wyniki badania dotyczą tylko jednej z czterech grup interesariuszy analizowanych w 2010 r. Zebrany materiał jest zatem znacznie skromniejszy, obraz węższy i proces wnioskowania będzie się koncentrował właśnie na uchwyceniu zmian, jakie zaszły wśród klientów KSI KSU poprzez analizę porównawczą kondycji, postaw i opinii klientów w ramach wcześniejszego i obecnego badania.

Przyjęliśmy następującą strukturę niniejszego raportu:

1. W części pierwszej charakteryzujemy usługi proinnowacyjne, porównując ich strukturę w obu badanych okresach.
2. W części drugiej charakteryzujemy potrzeby klientów usług proinnowacyjnych i zmiany jakie zaszły w tym zakresie poprzez: ocenę ich potencjału innowacyjnego, opis sposobu w jaki zdobywają wiedzę i informacje niezbędne do zrealizowania procesu transferu technologii oraz sposobu w jaki ten transfer się dokonuje.
3. W części trzeciej charakteryzujemy wiedzę i postawy (i zmiany w tym zakresie) klientów KSI KSU wobec istniejącej na rynku oferty usług doradczych proinnowacyjnych: czy korzystali z tych usług, czy znają ofertę usługodawców, z jakich usług korzystali.
4. W części czwartej skupiamy się na tym jak klienci usługi dofinansowanej ze środków Działania 5.2 PO IG oceniają otrzymaną od ośrodków KSI KSU usługę: jak oceniają zakres usługi, jaki jest poziom zadowolenia klientów z usług KSI KSU, jakie realne korzyści przyniosła ta usługa firmie.
5. W części piątej charakteryzujemy oczekiwania klientów (i zmiany w tym zakresie) co do usługi doradczej proinnowacyjnej w przyszłości.
6. W części szóstej formułujemy wnioski i rekomendacje – w tej części na podstawie dostępnego z badania materiału próbujemy odpowiedzieć na pytania: Czy zakres usługi Krajowej Sieci Innowacji i procedura jej świadczenia były właściwie zdefiniowane? Jaki kształt powinna przybrać w przyszłości usługa doradcza w obszarze audytu technologicznego i transferu technologii finansowana ze środków publicznych?

1.2. Grupa docelowa badania

Grupa docelowa badania objęła klientów usług proinnowacyjnych finansowanych w ramach projektu systemowego PARP z Działania 5.2. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Zmiany w obszarze popytu i podaży na usługi audytu i transferu technologii, znajomości Krajowego Systemu Usług (KSU) oraz jego oferty były analizowane poprzez porównanie wyników dwóch badań:

- Obecnego badania zrealizowanego w styczniu 2012 na grupie klientów KSI KSU, którzy otrzymali usługi w okresie od 1 lipca 2010 do 30 czerwca 2011 r. Ogółem w tym okresie wyświadczono usługi dla 787 klientów - ci klienci będą w dalszej części raportu nazywani „Klientami 2012”;
- oraz badania zrealizowanego IV kwartale 2010 r.³ dotyczącego klientów, którzy otrzymali usługi w okresie od 1 kwietnia 2009 do 31 czerwca 2010 r. Ogółem w tym okresie wyświadczono usługi dla 717 klientów – ci klienci będą w dalszej części raportu nazywani „Klientami 2010”.

1.3. Badanie ilościowe klientów usług ośrodków KSI KSU

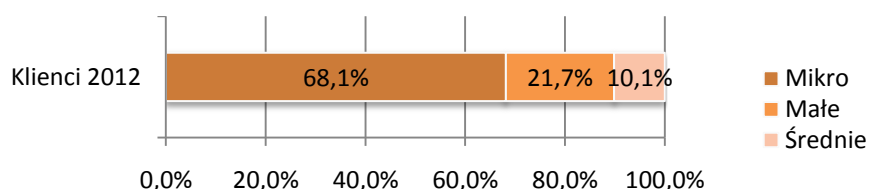
Badanie ilościowe klientów usług ośrodków KSI KSU (Klienci 2012) zostało zrealizowane na podstawie otrzymanej od Zamawiającego bazy usług i klientów zawierającej listę kontaktową.

Zanim przystąpiono do realizacji przedmiotowego badania dokonano wstępnej weryfikacji bazy pod względem powtarzających się i nieaktualnych rekordów⁴. Po weryfikacji bazy uzyskano ostatecznie n=687 unikalnych rekordów, które to stanowiły podstawę do realizacji badania metodą wspomaganego komputerowo bezpośredniego wywiadu kwestionariuszowego (Computer Aided Personal Interview – CAPI).

Do badania wykorzystano ten sam kwestionariusz który był używany do badania Klientów 2010. W kwestionariuszu uzupełniono pytania dotyczące aktualnie dostępnych usług KSU oraz dodano kilka pytań dotyczących usługi transferu technologii. Kwestionariusz badania przedstawiono w Załączniku 1 do raportu. Pytania dodatkowe podświetlono na żółto.

W związku z ograniczoną liczebnością populacji założono przeprowadzenie wywiadów osobistych na maksymalnej liczbie podmiotów gotowych wziąć udział w tej części badawczej projektu. W ten sposób uzyskano n=422 efektywnie przeprowadzone wywiady. Wynikający stąd maksymalny błąd oszacowania wynosi 3,0%, przy poziomie ufności 95,0%.

Strukturę uzyskanej próby ze względu na wielkość przedsiębiorstwa pokazano na Wykresie 1. Struktura ta odpowiada z dużą dokładnością strukturze wszystkich 687 klientów KSI KSU w badanym okresie (Tabela 6).



Wykres 1. Struktura próby Klientów 2012 ze względu na wielkość przedsiębiorstwa

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=422]

³ Wyniki tego badania zostały omówione w szerszym kontekście opinii ogółu przedsiębiorców oraz usługodawców KSI KSU oraz usługodawców spoza tej sieci ośrodków w raporcie „Badanie rynku wybranych usług wspierających rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności w Polsce – Transfer technologii”, PARP, grudzień 2010.

⁴ Dotyczyło to powtarzających się usług dla tych samych klientów – usługa audytu technologicznego była kontynuowana w postaci usługi transferu technologii. Takich usług było 134. Oprócz tego z bazy wyeliminowano kilkanaście rekordów klientów, którzy zaprzestali działalności gospodarczej.

2. Struktura usług i klientów ośrodków KSI KSU

2.1. Usługi doradcze proinnowacyjne dofinansowane z Działania 5.2 PO IG

2.1.1. Usługodawcy – ośrodki KSI KSU

Usługi doradcze o charakterze proinnowacyjnym świadczone były przez ośrodki funkcjonującej od 2003 roku Krajowej Sieci Innowacji (KSI) jako podsieć Krajowego Systemu Usług (KSU). Sieć KSI KSU skupiała agencje rozwoju regionalnego, uczelniane centra transferu technologii, inkubatory przedsiębiorczości, państwowe instytuty badawcze oraz fundacje. W projekcie systemowym finansowanym z Działania 5.2 PO IG uczestniczyły 22 ośrodki KSI KSU zlokalizowane w 13 województwach Polski – po 3 ośrodki w województwach: mazowieckim, podkarpackim i wielkopolskim, po 2 ośrodki w województwach: kujawsko-pomorskim, małopolskim i śląskim oraz po 1 ośrodku w województwach: dolnośląskim, lubelskim, łódzkim, podlaskim, pomorskim, świętokrzyskim i warmińsko-mazurskim. Ośrodki KSI KSU świadczyły usługi zgodnie z określonym i weryfikowanym przez PARP standardem. Standard ten określało Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 27 stycznia 2005 r. w sprawie Krajowego Systemu Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw (obecnie jest to Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 24 maja 2011 r. w sprawie Krajowego Systemu Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw).

Tabela 1. Lista usługodawców KSI KSU

województwo	Ośrodek KSI KSU
Dolnośląskie	Oddział Terenowy Stowarzyszenia "Wolna Przedsiębiorczość" Centrum Wspierania Biznesu
Kujawsko-pomorskie	Bydgoski Dom Technika NOT Sp. z o.o.
	Kujawsko-Pomorski Związek Pracodawców i Przedsiębiorców
Lubelskie	Wschodni Klub Techniki i Racjonalizacji
Łódzkie	Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości w Łodzi
Małopolskie	Instytut Zaawansowanych Technologii Wytwarzania
	Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki Centrum Transferu Technologii
Mazowieckie	Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości
	Fundacja Poszanowania Energii
	Instytut Technologii Eksploatacji - Państwowy Instytut Badawczy w Radomiu
Podkarpackie	Agencja Rozwoju Regionalnego MARR S.A.
	Podkarpacka Izba Gospodarcza
	Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.
Podlaskie	Rada Federacji Stowarzyszeń Naukowo-Technicznych NOT w Białymstoku
Pomorskie	Słupskie Stowarzyszenie Innowacji Gospodarczych i Przedsiębiorczości
Śląskie	Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Bielsku-Białej
	Agencja Rozwoju Regionalnego w Częstochowie S.A.
Świętokrzyskie	Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii Sp. z o.o.
Warmińsko-mazurskie	Warmińsko-Mazurska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Olsztynie
Wielkopolskie	Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Koninie
	Instytut Logistyki i Magazynowania
	Wielkopolski Instytut Jakości Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP

2.1.2. Zakres usługi doradczej proinnowacyjnej KSI KSU

Usługa doradcza o charakterze proinnowacyjnym KSU obejmowała:

- 1) przeprowadzenie audytu technologicznego polegającego na ocenie potencjału i potrzeb technologicznych przedsiębiorcy, możliwości i potrzeb w zakresie rozwoju wytwarzanych produktów lub usług;
- 2) przeprowadzenie procesu transferu technologii – rozumianego jako proces, który służy rozwojowi przedsiębiorstwa przez poprawę istniejącego lub wdrożenie nowego procesu technologicznego, produktu lub usługi, polegającego na przekazaniu informacji o naturze technicznej oraz procedur niezbędnych, aby jeden podmiot był w stanie powielać pracę innego podmiotu – obejmującego w szczególności:
 - i. przygotowanie oferty lub zapytania o technologię,
 - ii. wprowadzenie oferty lub zapytania o technologię do bazy danych Krajowej Sieci Innowacji KSU,
 - iii. przegląd profili dostawców lub odbiorców technologii umieszczonych w bazie danych Krajowej Sieci Innowacji KSU,
 - iv. nawiązanie kontaktu z dostawcą lub odbiorcą technologii,
 - v. pomoc doradcą we wdrażaniu technologii lub pomoc podczas negocjacji i zawierania umowy pomiędzy odbiorcą a dostawcą technologii,
 - vi. monitorowanie wdrażania technologii lub realizacji umowy.

W etapie pierwszym następuje zidentyfikowanie potencjału i określenie potrzeby w zakresie zastosowania nowoczesnej technologii, rozwiązań organizacyjnych lub rozwoju produktu. Jego realizacja polega na:

- i. przeprowadzeniu wizyty w siedzibie klienta⁵, której efektem jest wypełniony formularz podsumowujący wizytę;
- ii. przygotowuje raport z audytu – zawierający co najmniej diagnozę stanu przedsiębiorstwa, analizę SWOT, analizę potrzeb technologicznych przedsiębiorstwa wraz z rekomendacjami wdrożenia nowych technologii oraz wskazaniem, możliwości finansowania zidentyfikowanych potrzeb technologicznych;
- iii. przekazuje raport klientowi. Przekazanie poprzedza prezentacja w siedzibie klienta bądź ośrodka KSI nt. wyników przeprowadzonego audytu oraz wynikających z niego rekomendacji możliwości wdrożenia nowych technologii.

Drugim etapem usługi jest właściwy transfer technologii, który służy rozwojowi przedsiębiorstwa przez poprawę istniejącego lub wdrożenie nowego procesu technologicznego, produktu lub usługi, polegający na przekazaniu informacji o naturze technicznej oraz procedur niezbędnych, aby jeden podmiot był w stanie powielać pracę innego podmiotu. Proces obejmuje następujące podprocesy:

- i. opracowanie na podstawie wyników audytu technologicznego, we współpracy z usługobiorcą, formularza jego potrzeb technologicznych dotyczących wprowadzenia nowego lub rozwoju istniejącego procesu technologicznego, produktu lub usługi w formie zapytania o technologię, przy czym zapytanie nie zawiera danych pozwalających na identyfikację usługobiorcy oraz wprowadzenie opracowanego zapytania o technologię, co najmniej do Bazy Danych Technologii KSI KSU;
- ii. poszukiwanie dostępnych technologii m.in. poprzez przegląd profili umieszczonych w BDT KSI KSU – rezultatem jest znalezienie odpowiedniej technologii, odpowiadającej na zidentyfikowaną w audycie technologicznym potrzebę

⁵ W uzasadnionych przypadkach, po uzyskaniu akceptacji PARP, audyt technologiczny może zostać przeprowadzony w innej lokalizacji.

- technologiczną usługobiorcy, co następuje poprzez opracowanie i przedstawienie usługobiorcy listy znalezionych przez Ośrodek KSI KSU technologii, pomoc przy wyborze odpowiedniej technologii oraz jej dostawcy;
- iii. nawiązanie kontaktu pomiędzy dostawcą a odbiorcą technologii – rezultatem jest zgłoszenie (przedstawienie oferty handlowej) usługobiorcy odpowiedniej technologii przez jej dostawcę;
 - iv. pomoc doradczą w procesie negocjacji i zawierania umowy pomiędzy usługobiorcą a dostawcą technologii – rezultatem jest zawarcie umowy pozyskania technologii pomiędzy odbiorcą a dostawcą technologii;
 - v. monitoring wykonywania umowy i/lub doradztwo przy wdrażaniu technologii – rezultatem jest wdrożenie technologii w firmie odbiorcy oraz objęcie pracowników usługobiorcy doradztwem w zakresie wykorzystania wdrażanej technologii;
 - vi. rozliczenie z klientem – rezultatem jest odebranie usługi przez klienta oraz rozliczenie usługi.

2.2. Struktura usług i klientów ośrodków KSI KSU w 2009/2010 r. i 2010/2011 r.

Wyniki przedstawione w tym podrozdziale otrzymano z analizy baz usług i klientów usługi doradczej proinnowacyjnej świadczonej przez ośrodki KSI KSU w ramach projektu systemowego finansowanego z Działania 5.2 PO IG.

Usługi

Struktura usług z 2010 i 2011 r. była podobna: ponad 80% usług dla klientów dotyczyło audytu technologicznego a pozostałe usługi to usługi transferu technologii.

Tabela 2. Struktura usług według rodzaju wyświadczonych usług przez ośrodki KSI KSU

	2009/2010		2010/2011	
	liczba	procent	liczba	procent
audyt	621	86,6%	741	80,5%
transfer	96	13,4%	180	19,5%
RAZEM	717	100,0%	921	100,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP Usługi 2009/2010 n= 717, Usługi 2010/2011 n= 921]

Liczba usług w podziale na poszczególne ośrodki KSI pokazana jest Tabeli 4.

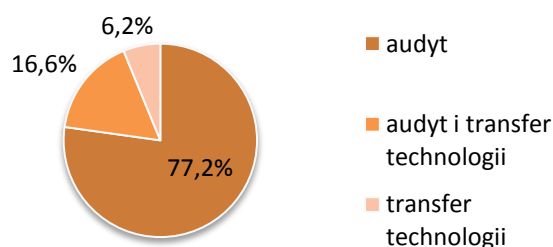
Tabela 3. Usługi świadczone przez poszczególne ośrodki KSI KSU w 2009/2010 i 2010/2011 r

województwo	Ośrodek KSI KSU	2009/2010			2010/2011		
		audyt	transfer	RAZEM	audyt	transfer	RAZEM
Dolnośląskie	Oddział Terenowy Stowarzyszenia "Wolna Przedsiębiorczość" Centrum Wspierania Biznesu	44	5	49	33	5	38
Kujawsko-pomorskie	Bydgoski Dom Technika NOT Sp. z o.o.	31	5	36	42	1	43
	Kujawsko-Pomorski Związek Pracodawców i Przedsiębiorców	16	1	17	15	0	15
Lubelskie	Wschodni Klub Techniki i Racjonalizacji	19	8	27	8	5	13
Łódzkie	Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości w Łodzi	37	1	38	83	5	88

Małopolskie	Instytut Zaawansowanych Technologii Wytwarzania	7	0	7	29	11	40
	Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki Centrum Transferu Technologii	43	1	44	5	4	9
Mazowieckie	Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości	22	1	23	43	6	49
	Fundacja Poszanowania Energii	25	12	37	52	10	62
	Instytut Technologii Eksploatacji - Państwowy Instytut Badawczy w Radomiu	27	6	33	13	8	21
Podkarpackie	Agencja Rozwoju Regionalnego MARR S.A.	6	0	6	14	4	18
	Podkarpacka Izba Gospodarcza	27	3	30	40	4	44
	Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.	12	0	12	14	1	15
Podlaskie	Rada Federacji Stowarzyszeń Naukowo-Technicznych NOT w Białymstoku	27	4	31	27	1	28
Pomorskie	Słupskie Stowarzyszenie Innowacji Gospodarczych i Przedsiębiorczości	17	2	19	26	5	31
Śląskie	Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Bielsku-Białej	65	0	65	30	5	35
	Agencja Rozwoju Regionalnego w Częstochowie S.A.	12	0	12	22	4	26
Świętokrzyskie	Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii Sp. z o.o.	41	14	55	33	17	50
Warmińsko-mazurskie	Warmińsko-Mazurska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Olsztynie	21	0	21	45	1	46
Wielkopolskie	Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Koninie	53	4	57	42	0	42
	Instytut Logistyki i Magazynowania	26	21	47	21	16	37
	Wielkopolski Instytut Jakości Sp. z o.o.	43	8	51	52	15	67

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP Usługi 2009/2010 n= 717, Usługi 2010/2011 n= 921]

Za najbardziej pożądany rodzaj współpracy z klientem uważa się przeprowadzenie usługi audytu technologicznego, który znajduje kontynuację w usłudze transferu technologii⁶. Takich usług było 16,6% w 2011 r. (wykres 2). Dopuszcza się wykonanie usługi transferu technologii pod warunkiem, że klient zdiagnozował wcześniej (samodzielnie lub przy pomocy innego doradcy) potrzeby technologiczne przedsiębiorstwa. Takich usług było ok. 6%. Za niekorzystne uważa się wykonanie samej usługi audytu technologicznego ze względu na małą wartość dodaną takiej usługi (nie dokonuje się transferu technologii). Jednak dopuszcza się takie sytuacje pod warunkiem że na jedną usługę transferu technologii przypada w ośrodku nie więcej niż 20 usług audytu technologicznego. Usługi niezakończone transferem technologii w 2010/2011 r. stanowiły ponad 77% wszystkich usług (wykres 2).



Wykres 2. Struktura usług KSI KSU w 2010/2011 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP [Usługi 2010/2011 n= 921]

⁶ Wytyczne dla wnioskodawców konkurs na KSI, 2008

W ewaluacji ex-post projektu systemowego 5.2 PO IG⁷ zaproponowano podział ośrodków KSI KSU na cztery grupy o podobnych charakterystykach działalności/pochodzenia: podmioty tworzone w celu wsparcia rozwoju lokalnego/regionalnego (agencje rozwoju regionalnego), podmioty działające na rzecz przedsiębiorczości (o charakterze sieciowym, stowarzyszeniowym lub samorządowo-izbowym), instytucje badawcze i branżowe oraz jednostki działające na rzecz transferu innowacji. Według autorów tego badania powstałe cztery grupy usługodawców wyraźnie odróżniają się od siebie również w sposobie realizacji projektu systemowego – jako kryterium przyjęto wielkość budżetu projektu. To kryterium wydaje się uzasadnione bowiem większy budżet projektu przekłada się niewątpliwie na liczbę klientów ośrodka, a ta świadczy o aktywności ośrodka w świadczeniu usług, w tym, większej liczby usług droższych, czyli transferu technologii. Do analizy wyników w niniejszym badaniu zapożyczyliśmy ten podział nieco go modyfikując. Ośrodki KSI KSU podzieliiliśmy na „KSI branżowe” - do tej grupy zaliczyliśmy instytucje branżowe i działające na rzecz transferu innowacji oraz Fundację Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości, które działa na rzecz powstawania i rozwoju innowacyjnych firm opartych na wiedzy.

Tabela 4. Podział ośrodków KSI KSU na „KSI branżowe” i „KSI pozostałe”

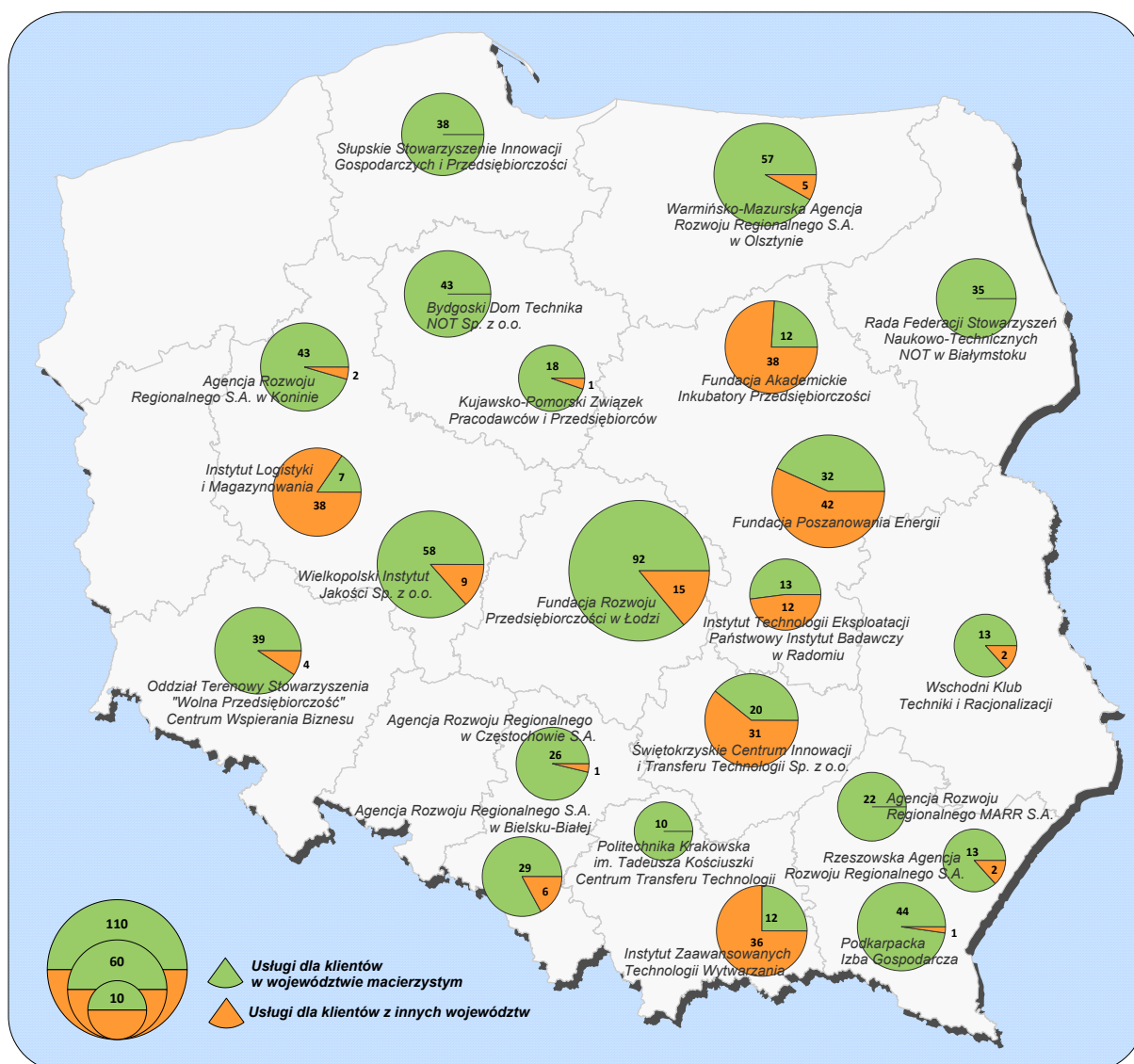
Typ KSI	Nazwa ośrodka KSI
KSI branżowe	Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości
	Fundacja Poszanowania Energii
	Instytut Logistyki i Magazynowania
	Instytut Technologii Eksploatacji - Państwowy Instytut Badawczy w Radomiu
	Instytut Zaawansowanych Technologii Wytwarzania
	Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki Centrum Transferu Technologii
	Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii Sp. z o.o.
	Wielkopolski Instytut Jakości Sp. z o.o.
KSI pozostałe	Agencja Rozwoju Regionalnego MARR S.A.
	Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Bielsku-Białej
	Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Koninie
	Agencja Rozwoju Regionalnego w Częstochowie S.A.
	Bydgoski Dom Technika NOT Sp. z o.o.
	Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości w Łodzi
	Kujawsko-Pomorski Związek Pracodawców i Przedsiębiorców
	Oddział Terenowy Stowarzyszenia "Wolna Przedsiębiorczość" Centrum Wspierania Biznesu
	Podkarpacka Izba Gospodarcza
	Rada Federacji Stowarzyszeń Naukowo-Technicznych NOT w Białymstoku
	Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.
	Słupskie Stowarzyszenie Innowacji Gospodarczych i Przedsiębiorczości
	Warmińsko-Mazurska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Olsztynie
	Wschodni Klub Techniki i Racjonalizacji

Źródło: Opracowanie własne

Na mapie (Mapa 1) pokazano jaką część swoich usług ośrodki KSI KSU świadczyły dla klientów spoza województw, w których mają siedzibę. Kolorem pomarańczowym zaznaczono tę część usług, które były „eksportowane” poza województwo w którym działa ośrodek KSI. Okazuje się, że największymi eksporterami usług poza region są KSI (wymienieni po dwukropku w kolejności odsetka wyeksportowanych usług do wszystkich usług w 2010/2011 r.): Instytut Logistyki i Magazynowania z Poznania, Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości (Warszawa)⁸, Instytut Zaawansowanych Technologii z Krakowa, Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii, Instytut technologii Eksploatacji z Radomia, Fundacja Poszanowania Energii z Warszawy.

⁷ Ewaluacja ex post projektu systemowego Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości „Rozwój usług doradczych o charakterze proinnowacyjnym świadczonych przez ośrodki Krajowej Sieci Innowacji” realizowanego w ramach Działania 5.2 PO IG, PARR, 2011, s. 15

⁸ Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości jest organizacją sieciową co tłumaczy w znacznym stopniu efekt „eksportu” usług



Mapa 1. Usługi ośrodków KSI KSU wyświadczane w okresie lipiec 2010-czerwiec 2011 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP Usługi 2009/2010 n= 717, Usługi 2010/2011 n= 921]

Ośrodki branżowe świadczą bardziej zaawansowane usługi - KSI branżowe przodują w liczbie wyświadczonych usług transferu technologii w proporcji do liczby wyświadczonych usług audytu technologicznego. Średnio w grupie „branżowych” ośrodków KSI KSU (usługi 2010/2011) - co trzecia usługa jest usługą transferu technologii, podczas gdy w pozostałych ośrodkach tylko co ósma (tabela 5). Te same ośrodki KSI KSU, jak wspomniano wcześniej, wyeksportowały najwięcej usług poza granice województwa w 2010 r. **Świadczyć to może o powiązaniu zasięgu działania danego ośrodka z rodzajem oferowanych usług:** ci co oferują ofertę ogólną działają lokalnie⁹, ci co oferują specyficzną wiedzę branżową znajdują klientów (lub klienci ich znajdują) w całej Polsce. Dla autorów przywoływanego wcześniej badania ex-post ograniczona ponadregionalna aktywność ośrodków jest symptomem wskazującym na problemy z osiągnięciem jednego z podstawowych celów projektu systemowego Działania 5.2 PO IG - akumulacją doświadczeń, wzrostem potencjału ośrodka, i możliwością bardziej ekspansywnego zachowania w przyszłości¹⁰.

⁹ Wniosek ten nie ma zapewne zastosowania do Fundacji Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości, która jest organizacją sieciową.

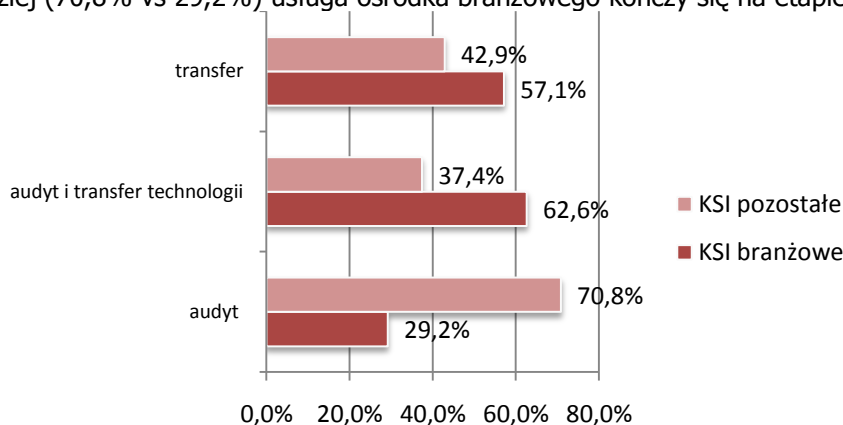
¹⁰ Ibidem, s.19

Tabela 5. Struktura usług ośrodków KSI KSU w podziale na KSI branżowe i pozostałe w 2010/2011 r.

2010/2011	KSI branżowe	KSI pozostałe	Razem
audyt	269	472	741
transfer technologii	116	64	180
Razem	385	536	921

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP Usługi 2009/2010 n= 717, Usługi 2010/2011 n= 921]

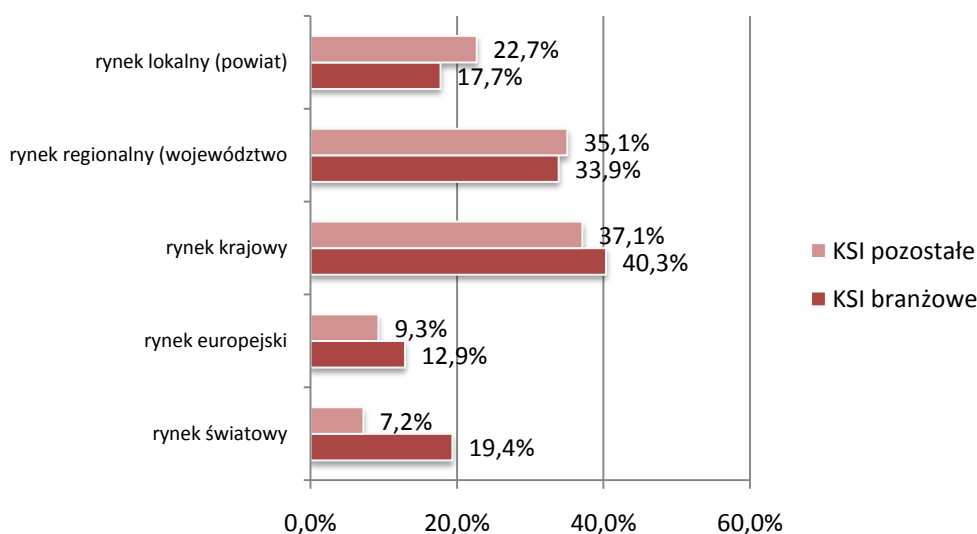
KSI branżowe (wykres 3) prawie dwa razy częściej niż pozostałe KSI (62,6% vs 37,4%) oferują usługę transferu technologii jako wynik przeprowadzonego wcześniej audytu. Jednocześnie ponad dwukrotnie rzadziej (70,8% vs 29,2%) usługa ośrodka branżowego kończy się na etapie audytu technologicznego.



Wykres 3. Struktura usług KSI KSU w 2011.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP [Klienci 2012 n= 707]

KSI branżowe częściej obsługują klientów którzy działają na bardziej konkurencyjnych rynkach (wykres 4): światowym, europejskim i krajowym, a rzadziej klientów działających na rynkach regionalnym i lokalnym.



Wykres 4. Samoocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa przez Klientów 2012. Pozycja korzystna (...jesteśmy konkurencyjni na rynku...) na różnych rynkach w podziale na klientów KSI branżowych i klientów KSI pozostałych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=286]

Klienci

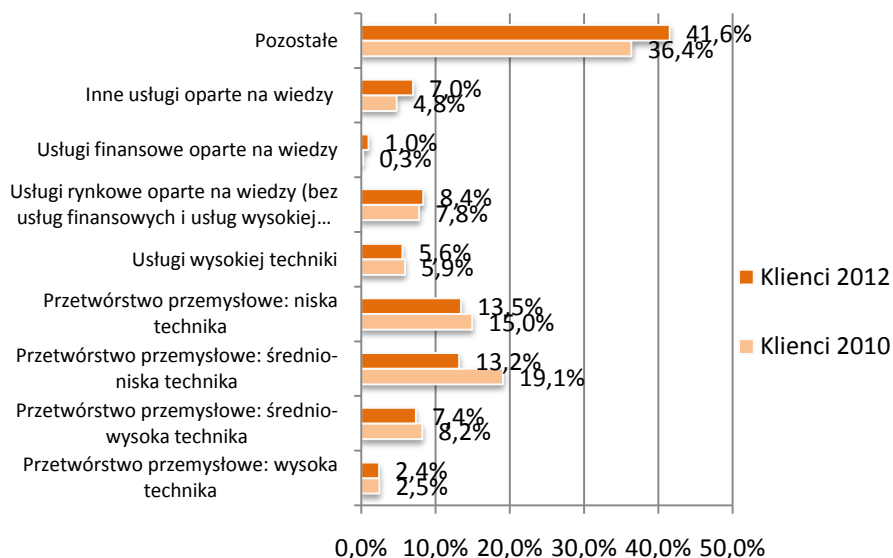
Struktura klientów (tabela 6) ośrodków KSI w roku 2009/2010 i 2010/2011 wyglądała podobnie – największą część usług (około 2/3) ośrodki KSI świadczyły przedsiębiorstwom mikro. Znikomy procent (2% i 3% odpowiednio w 2009/2010 i 2010/2011 r.) odbiorców usług świadczonych przez ośrodki KSI stanowią przedsiębiorstwa duże. W 2011 r. można mówić o pewnym przyroście liczby klientów z małych przedsiębiorstw kosztem liczby przedsiębiorstw średnich i mikro.

Tabela 6. Struktura usług i klientów KSI KSU w 2010 i 2011 r.

	mikro przedsiębiorstwo	małe przedsiębiorstwo	średnie przedsiębiorstwo	duże przedsiębiorstwo
2009/2010				
Audyt technologiczny	66,7%	18,5%	13,0%	1,8%
Transfer technologii	62,5%	20,8%	13,5%	3,1%
Razem	66,1%	18,8%	13,1%	2,0%
2010/2011				
Audyt technologiczny	64,9%	22,1%	9,9%	3,2%
Transfer technologii	53,1%	36,7%	9,4%	0,8%
Razem	63,0%	24,4%	9,8%	2,8%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP Usługi 2009/2010 n= 717, Usługi 2010/2011 n= 921]

Klientami KSI KSU na ogół nie są firmy wysokiej techniki i z sektora usług wysokiej techniki. Tylko ok. 10% klientów ośrodków KSI KSU (wykres 5) należy do sektorów przetwórstwa przemysłowego wysokiej i średnio-wysokiej techniki, a tylko ok. 6% do sektora usług wysokiej techniki. Około 40% klientów KSI KSU nie należy ani do sektora usług wiodochłonnych ani nawet do sektora produkcyjnego niskiej techniki. Nie ma istotnych różnic w strukturze Klientów 2010 i 2011 pod tym względem.

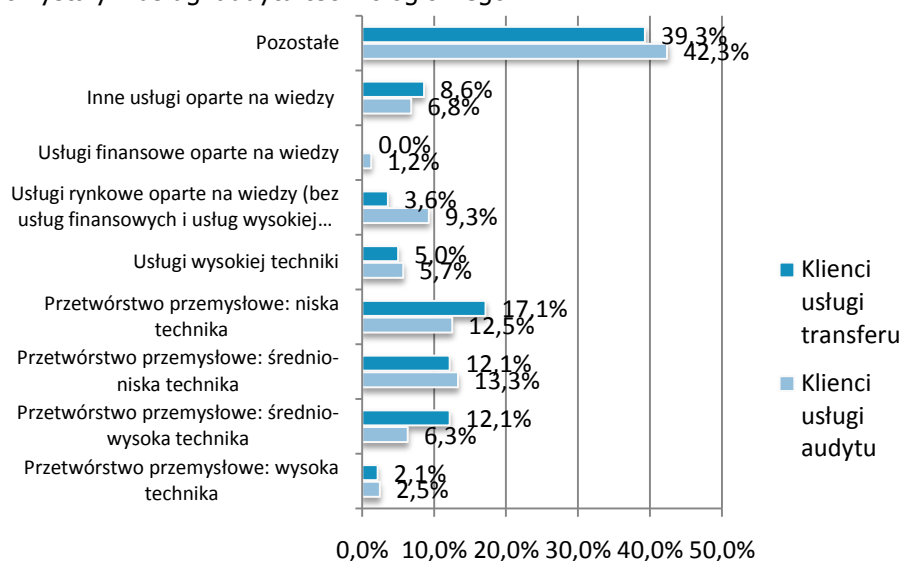


Wykres 5. Struktura Klientów 2010 i 2012 r. wg przynależności do sektora usług wiodochłonnych i poziomu technologii.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP [Klienci 2010 n= 728, Klienci 2012 n= 787]

Strukturę klientów (Klienci 2012) w podziale na rodzaj usług przedstawia wykres 6. Firmy produkcyjne (z sektora przetwórstwa przemysłowego) częściej były klientami usługi transferu technologii niż firmy z sektora usług wiodochłonnych. Największą różnicę (prawie 6 pkt procentowych) obserwujemy dla

firm z sektora średnio-wysokiej techniki. Z kolei firmy z sektora usług wiedzochłonnych częściej korzystały z usługi audytu technologicznego.



Wykres 6. Struktura Klientów 2012 r. w podziale na klientów audytu i transferu technologii wg przynależności do sektora usług wiedzochłonnych i poziomu technologii.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP [Klienci 2010 n= 728, Klienci 2012 n= 787]

Niski udział klientów z sektorów wysokiej techniki wśród klientów KSI KSU jest niekorzystny z punktu widzenia efektywności wykorzystania środków publicznych.

Tabela 7. Liczba Klientów 2012 w zależności od przynależności do sektorów wysokiej techniki i usług wiedzochłonnych. Podział na Klientów wysokiej techniki i Klientów pozostałych.

Sektor gospodarki według poziomu technologii	Klienci 2012 - wysoka technika	Klienci 2012 - pozostali
Przetwórstwo przemysłowe: wysoka technika	19	–
Przetwórstwo przemysłowe: średnio-wysoka	58	–
Przetwórstwo przemysłowe: średnio-niska	103	–
Przetwórstwo przemysłowe: niska technika	–	105
Usługi wysokiej techniki	44	–
Usługi rynkowe oparte na wiedzy (bez finansów i usług wysokiej techniki)	65	–
Usługi finansowe oparte na wiedzy	8	–
Inne usługi oparte na wiedzy	56	–
Pozostali	–	329
Razem liczba klientów	353	434

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP [Klienci 2012 n= 787]

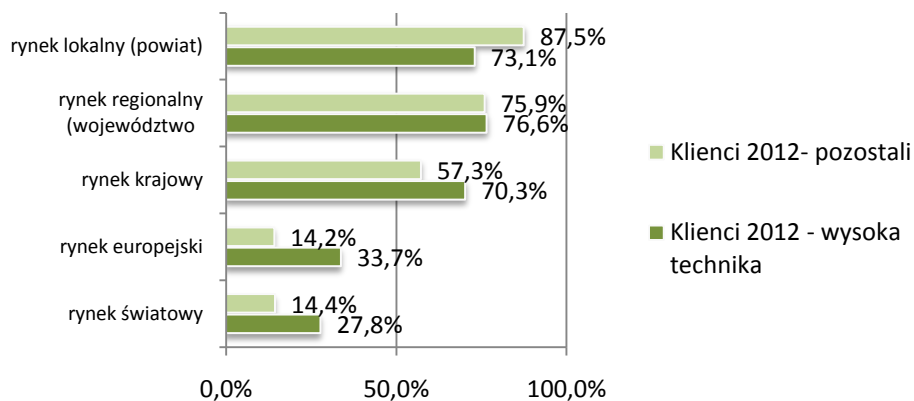
Przedsiębiorstwa z sektorów wysokiej techniki i usług wiedzochłonnych są niejako „z definicji” częściej przedsiębiorstwami innowacyjnymi niż z firmy pozostałych sektorów, ponieważ kryterium rozstrzygającym o przynależności do sektorów wysokiej techniki jest wysoka naukowchłonność, tzn. wysoki poziom aktywności badawczej i rozwojowej¹¹. Z kolei usługi wiedzochłonne (*KIS - knowledge-intensive services*) odznaczają się wysokim odsetkiem pracujących z wykształceniem wyższym bądź

¹¹ Mierniki naukowchłonności – intensywności działalności B+R stosowane są na ogół w jednej z następujących form:

- relacja nakładów bezpośrednich na działalność B+R (direct R&D) do wartości dodanej;
- relacja nakładów bezpośrednich na działalność B+R do wartości produkcji (sprzedaży);
- relacja nakładów bezpośrednich i pośrednich (direct and indirect R&D) na działalność B+R do wartości produkcji (sprzedaży).

specjalistyczną wiedzą. Według GUS przedsiębiorstwa wysokiej techniki w 2009 r. były w 43,0% innowacyjne, aż 21,3% z nich prowadziło własne prace badawcze i rozwojowe. Analogicznie przedsiębiorstwa średnio-wysokiej techniki były w 34,2% innowacyjne, 11,2% spośród nich poniosło nakłady wewnętrzne na prace B+R¹².

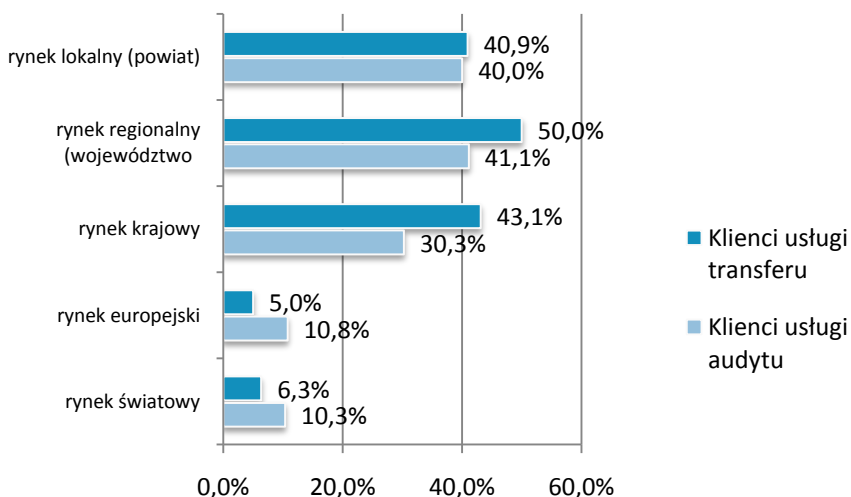
Klienci KSI KSU z sektorów wysokiej techniki zdają się potwierdzać trendy dla całej populacji przedsiębiorstw „wysokiej techniki” – na przykład (wykres 7) dla większej grupy tych klientów niż klientów z sektorów pozostałych ich pozycja konkurencyjna na rynkach zagranicznych jest korzystna (samoocena).



Wykres 7. Samoocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa przez Klientów 2012. Pozycja korzystna (...jesteśmy w stanie poprawić swoją pozycję konkurencyjną..) i średnia (...utrzymujemy swoją pozycję konkurencyjną...) na różnych rynkach w podziale na klientów z sektorów wysokiej techniki i klientów KSI pozostałych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=286]

Zależność nie jest tak jednoznaczna w podziale na Klientów usługi transferu technologii i audytu technologicznego. (wykres 8). Większy odsetek klientów audytu technologicznego niż klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) ocenia swoją pozycję konkurencyjną jako korzystną na rynkach zagranicznych: europejskim i światowym. Z kolei znacznie większy odsetek klientów usługi transferu technologii ma silną pozycję, w swojej ocenie, na rynku krajowym.



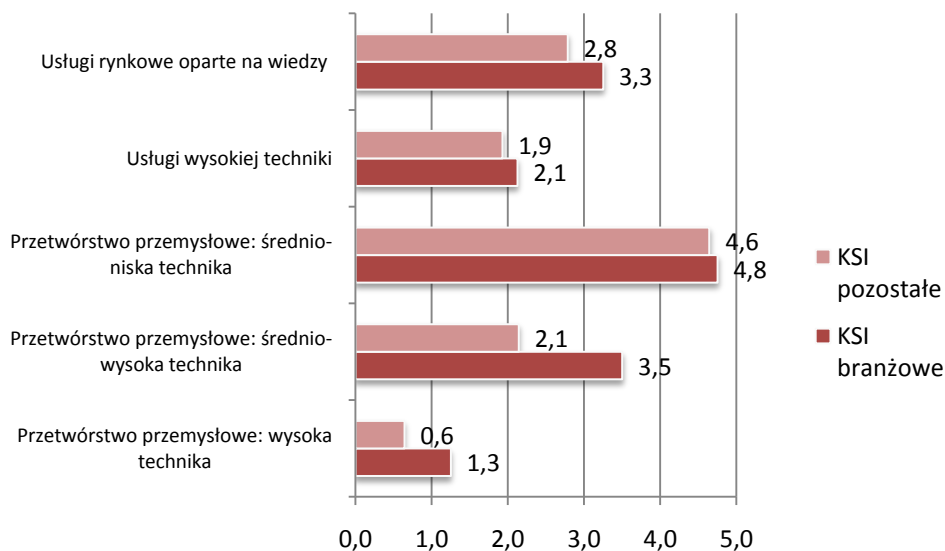
Wykres 8. Samoocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa przez Klientów 2012. Pozycja korzystna (...jesteśmy w stanie poprawić swoją pozycję konkurencyjną..) na różnych rynkach w podziale na klientów audytu i transferu technologii

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=286]

¹² Nauka i technika w Polsce w 2009 roku, GUS, Informacje i opracowania statystyczne, Warszawa 2011

Klienci spoza sektorów wysokiej techniki i usług wiedzy chłonnych wydawać się mogą mniej wymagający, w szczególności w zakresie technologicznych kompetencji doradców. Nasuwa się też myśl, że taka struktura klientów może być efektem „negatywnej selekcji” klientów przez doradców KSI KSU nie posiadających odpowiednio wysokich kompetencji „technologicznych”.

Przy podziale usługodawców na dwie kategorie widać (wykres 9), że klientów z sektorów wysokiej i średniej techniki, częściej obsługują usługodawcy „branżowi” niż pozostali.



Wykres 9. Średnia liczba klientów przypadających na jeden ośrodek KSI KSU wg przynależności do sektora usług wiodo chłonnych i poziomu technologii, w podziale na klientów ośrodków KSI branżowych i pozostałych

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych monitoringowych PARP [Klienci 2012 n= 787]

3. Wyniki badania ilościowego klientów ośrodków KSI KSU

3.1. Transfer technologii u odbiorców usług doradczych proinnowacyjnych

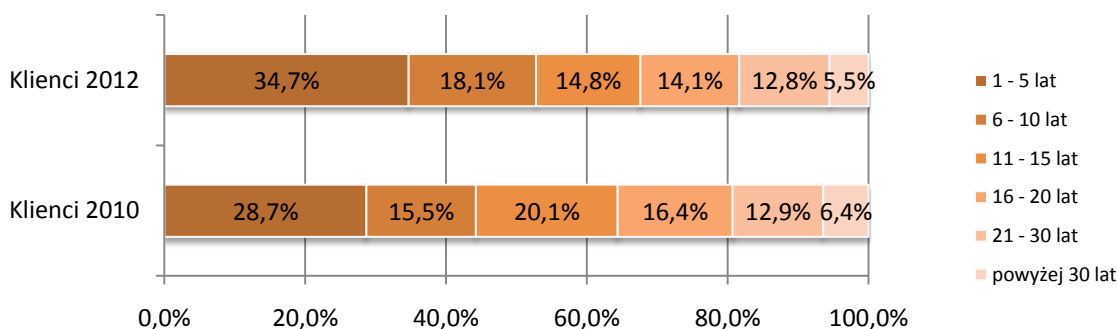
3.1.1. Charakterystyka ogólna odbiorców usług KSI KSU

Z usług proinnowacyjnych korzystają firmy o bardzo zróżnicowanym okresie działania na rynku (Wykres 10). Wśród Klientów 2011 wzrósł udział firm, które działają na rynku nie dłużej niż 5 lat, jednak nadal dwie trzecie klientów KSI KSU to firmy dojrzałe, funkcjonujące na rynku od ponad 6 lat. Firmy takie są świadome swoich potrzeb i możliwości, a przede wszystkim posiadają długookresową, jasną strategię swojego rozwoju. Z danych GUS¹³ wynika, że ok. 30% przedsiębiorstw nie dożywa 6 roku swojej działalności. Firma, aby skutecznie rozwijać się – w okresie dłuższym niż 5 lat - i osiągnąć stabilizację na rynku musi posiadać potencjał w postaci dobrego przygotowania do biznesu, kapitału początkowego, możliwości zatrudniania pracowników, a przede wszystkim posiadania wiedzy nt. obszaru działania na rynku i zarządzania oraz doświadczenia by pokonać przeszkody uniemożliwiające funkcjonowanie firmy¹⁴. Przemysłane wykorzystanie wszystkich ww. elementów składa się na strategię rozwoju firmy, która „jest esencją, podstawą sukcesu firmy, którą trzeba żmudnie wypracować, wdrożyć w praktyce i udoskonalić w miarę tego, jak się starzeje.”¹⁵ Natomiast „młode” firmy, które często upadają po okresie 2 i 5 lat funkcjonowania bez myślenia strategicznego, nie potrafią skutecznie pokonać tych przeszkód.

¹³ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_pw_warunki_powstania_przedsiębiorstw_2003-2007.pdf

¹⁴ tamże

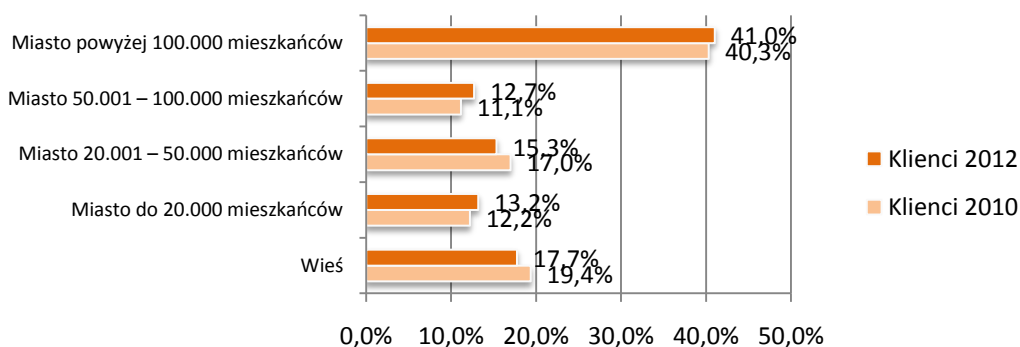
¹⁵ Obłój K., *Strategia sukcesu firmy*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998.



Wykres 10. Klienci KSI - liczba lat funkcjonowania firm na rynku

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=373, Klienci 2012 n=398]

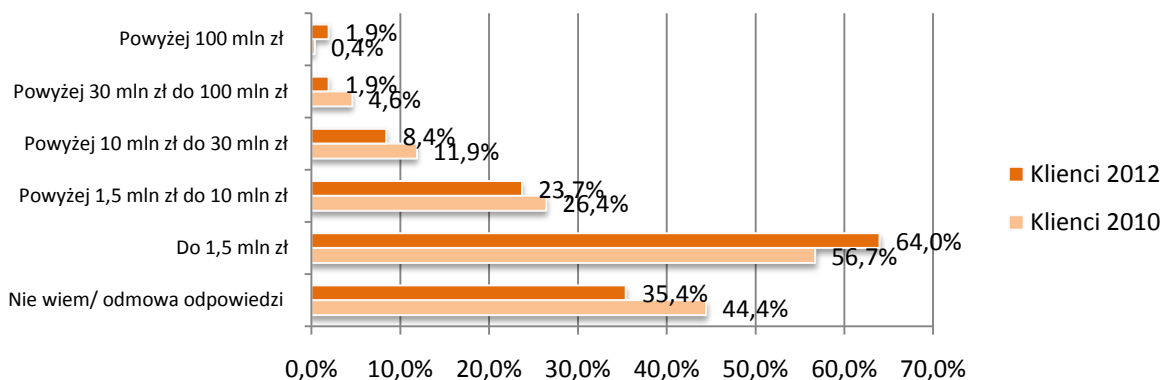
Nie ma znaczącej różnicy w strukturze geograficznej Klientów 2010 i 2012 według wielkości miejscowości, w której firma ma swoją główną siedzibę (Wykres 11). Główni odbiorcy usług ośrodków KSI KSU to firmy mające swoją siedzibę w miastach (ok. 80%), w tym najwięcej klientów pochodzi z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (ok. 40 %).



Wykres 11. Struktura geograficzna klientów wg wielkości miejscowości, w której firma ma swoją główną siedzibę

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=377, Klienci 2012 n=417]

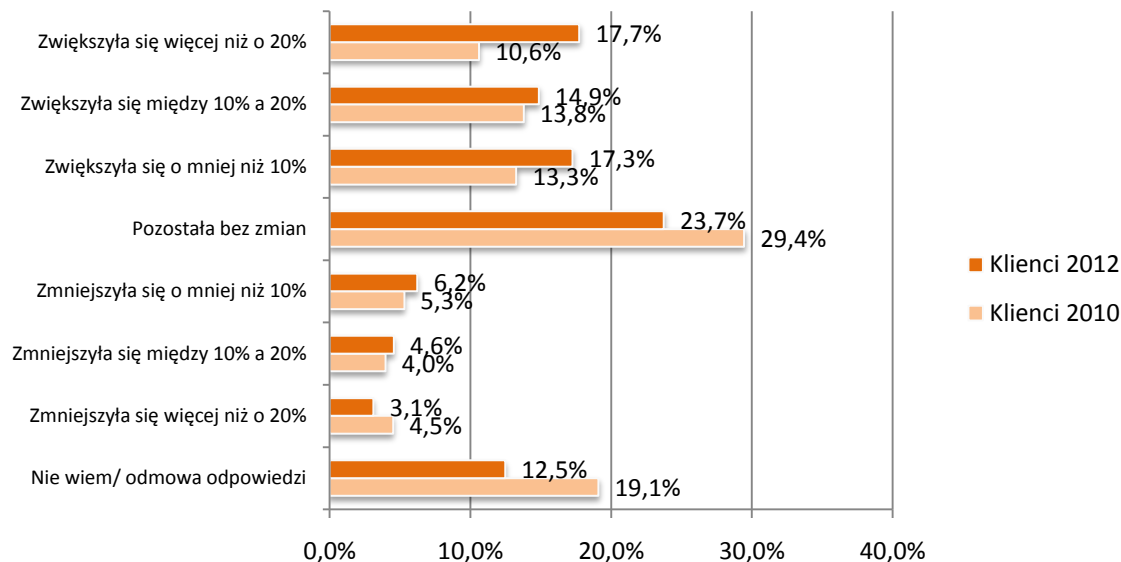
Struktura obu grup klientów KSI KSU, jeśli chodzi o skalę wyników ekonomicznych prowadzonej działalności gospodarczej (wykres 12), jest podobna. Największa część przedsiębiorstw należących do obu grup uzyskuje przychody nieprzekraczające wysokości 1,5 mln PLN. W tej grupie przychodów zanotowano istotny statystycznie wzrost odsetka Klientów 2012 w stosunku do obserwowanego wśród Klientów 2010. W tej grupie przychodów wśród Klientów 2012 przeważają klienci usługi audytu technologicznego nad klientami usługi transferu technologii (52,3% vs. 40,7%).



Wykres 12. Struktura firm wg łącznej wielkości przychodów osiągniętych w roku poprzedzającym badanie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=377, Klienci 2012 n=417]

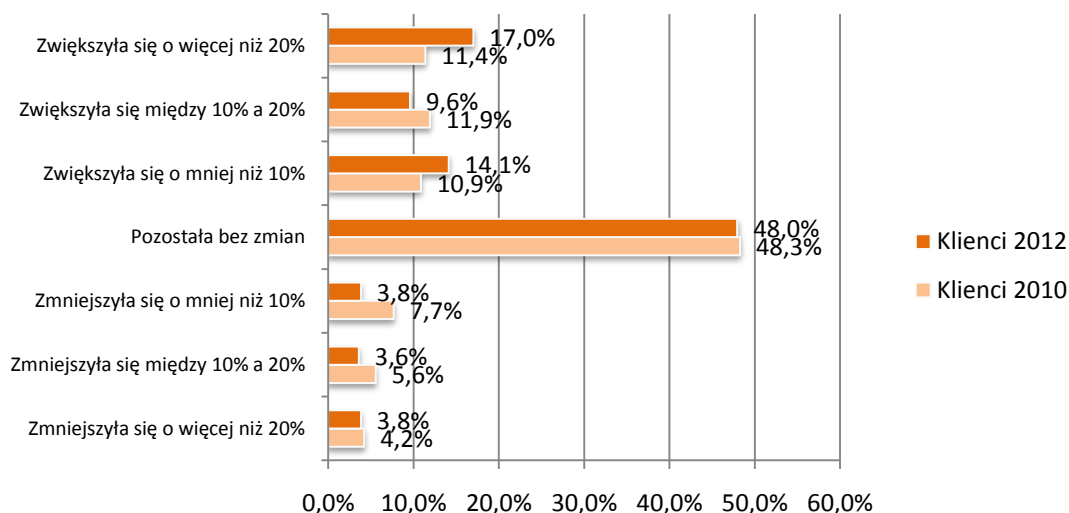
Zróznicowanie obu grup jest jednakże wyraźnie widoczne z punktu widzenia zmian w wielkości przychodów osiągniętych w okresie 4 lat poprzedzających badanie (Wykres 13). Różnice nie są istotne statystycznie niemniej jednak odsetek Klientów 2012 osiągających wzrost przychodu jest wyższy niż dla grupy Klientów 2010. Ogólnie w obu grupach klientów przeważają przedsiębiorstwa znajdujące się w fazie wzrostu nad tymi które ograniczyły działalność.



Wykres 13. Zmiana łącznej wielkości przychodów osiągniętych przez przedsiębiorstwo w okresie 4 lat poprzedzających badanie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=377, Klienci 2012 n=417]

Odsetek firm, które w okresie ostatnich 4 lat nie zmieniły wielkości zatrudnienia kształtował się zarówno w przypadku Klientów 2010 jak i 2012 na poziomie około 48% (Wykres 14). Jednak widać że w firmach Klientów 2012 generalnie zatrudnienie wzrosło w większym stopniu niż w firmach Klientów 2010. Istotne statystycznie różnice widać w grupie firm, które zwiększyły zatrudnienie o ponad 20%. Takich firm jest więcej wśród Klientów 2012.

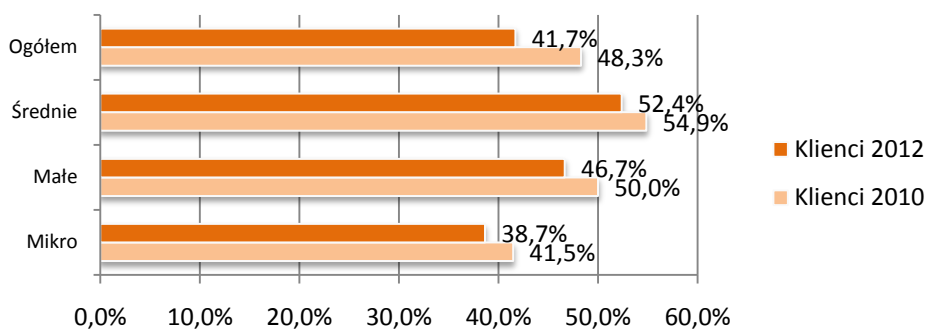


Wykres 14. Zmiana liczby pracowników w okresie ostatnich 4 lat

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=377, Klienci 2012 n=417]

3.1.2. Potencjał innowacyjny odbiorców usług KSI KSU

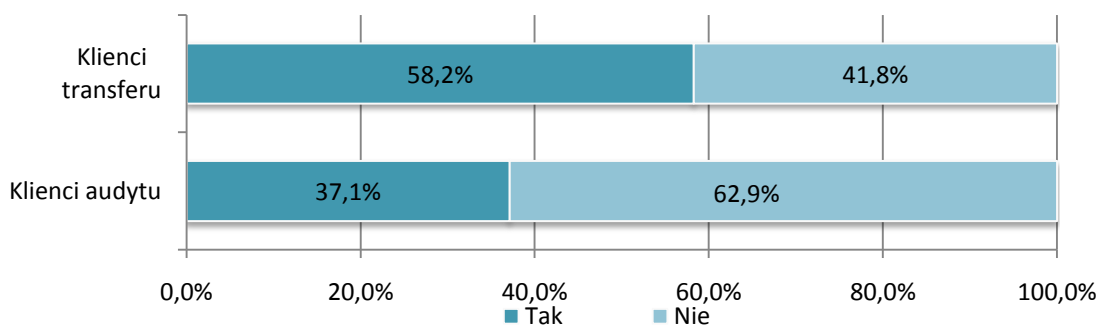
Mniejszy odsetek Klientów 2012 wprowadził innowacje w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie niż w przypadku Klientów 2010 (Wykres 15). Różnica jest istotna statystycznie i rozkłada się w przybliżeniu równomiernie pomiędzy wszystkie grupy wielkościowe przedsiębiorstw. **Nadal Klienci KSI KSU są bardziej aktywni w działalności innowacyjnej niż ogół przedsiębiorstw.** Dla porównania odsetek przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie wśród ogółu przedsiębiorstw badanych w 2010 r. wyniósł: mikro – 22,3%, małe – 30,3%, średnie – 38,5%¹⁶. Według GUS odsetek przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie w latach 2008-2010 wyniósł ogółem 18,1%, w tym dla przedsiębiorstw małych – 10,4%, i średnich – 31,5%.



Wykres 15. Odsetek firm wg wielkości, które w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie wprowadziły innowacje w przedsiębiorstwie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=376, Klienci 2012 n=414]

Wśród klientów ośrodków KSI KSU bardziej aktywni w działalności innowacyjnej są klienci którzy skorzystali z usługi transferu technologii (wykres 16). Klienci którzy skorzystali z usługi transferu technologii częściej wdrożyli innowacje w ostatnich 12 miesiącach niż klienci którzy skorzystali wyłącznie z usługi audytu technologicznego.



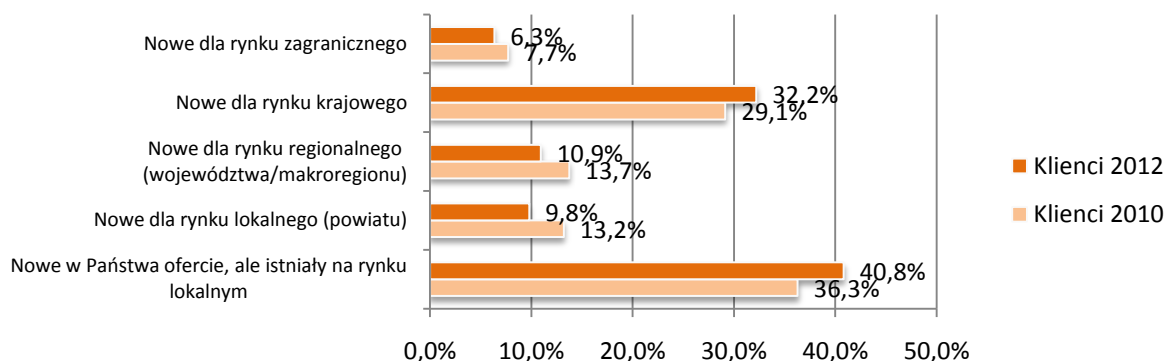
Wykres 16. Odsetek klientów 2012, którzy skorzystali z usługi audytu i transferu technologii (Klienci transferu) lub wyłącznie audytu (Klienci audytu), którzy w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie wprowadzili innowacje w przedsiębiorstwie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=414]

Nie ma istotnych statystycznie różnic pomiędzy poziomem innowacji wprowadzanych przez Klientów 2012 i 2010 (Wykres 17). **Nadal dominują innowacje, które są nowatorskie wyłącznie na poziomie firmy.** Innowacje o poziomie nowatorstwa krajowym i zagranicznym stanowią ok. 37% wszystkich innowacji wprowadzonych u klientów KSI KSU. Nie ma też istotnych różnic w tym zakresie pomiędzy klientami, którzy korzystali z audytu technologicznego i transferu technologii. Usług dla firm

¹⁶ „Badanie rynku wybranych usług wspierających rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności w Polsce – Transfer technologii”, PARP, grudzień 2010

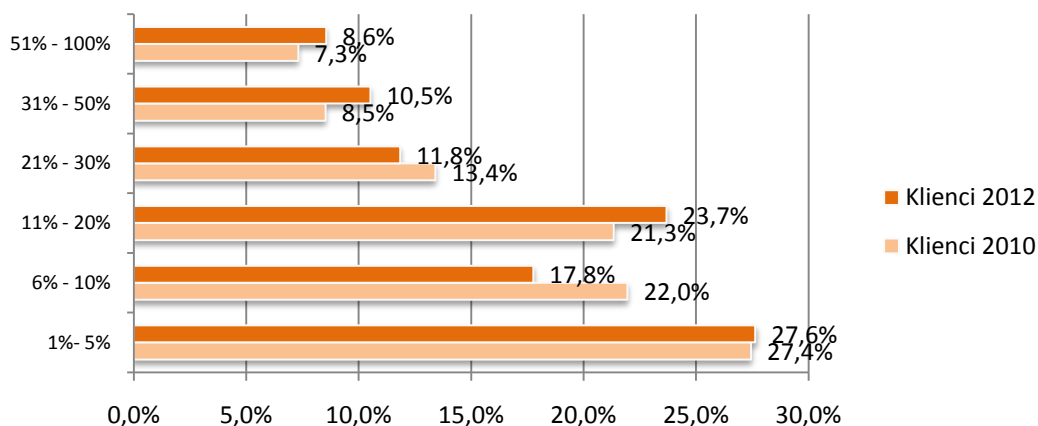
wdrażających innowacje nowe dla rynku zagranicznego było w 2010/2011 r. łącznie 11 – 8 z nich obsługiwały KSI branżowe a 3 – KSI pozostałe.



Wykres 17. Poziom nowości innowacji wprowadzonych na rynek w okresie ostatnich 12 miesięcy wg wielkości firmy. Przedsiębiorcy, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach [Klienci 2010 n=182, Klienci 2012 n=174]

Klienci 2010 i 2012 podobnie szacują udział przychodów uzyskanych w okresie ostatnich 12 miesięcy ze sprzedaży produktów lub usług innowacyjnych w całkowitych przychodach przedsiębiorstwa (Wykres 18). Średnia wartość szacowanych przychodów nie różni się statystycznie dla obu grup klientów. **Łącznie ok. 70% klientów KSI KSU szacuje, że przychody uzyskane w wyniku wprowadzenia na rynek innowacyjnych produktów lub usług nie przekraczają 20% całkowitych przychodów firmy.** Klienci z sektorów wysokiej techniki i usług wiedzochłonnych częściej uzyskiwali przychody w wyższych przedziałach udziałów procentowych sprzedaży innowacyjnych produktów i usług w sprzedaży ogółem niż pozostali Klienci 2012 (Klienci wysoka technika vs. Klienci pozostali odpowiednio: przedział 31-50% - 17,2% vs. 9,8%; przedział 11-20% - 21,9% vs 9,8%). Ta sama tendencja daje się zaobserwować wśród klientów 2012 transferu technologii porównywanych z klientami 2012 audytu technologicznego.

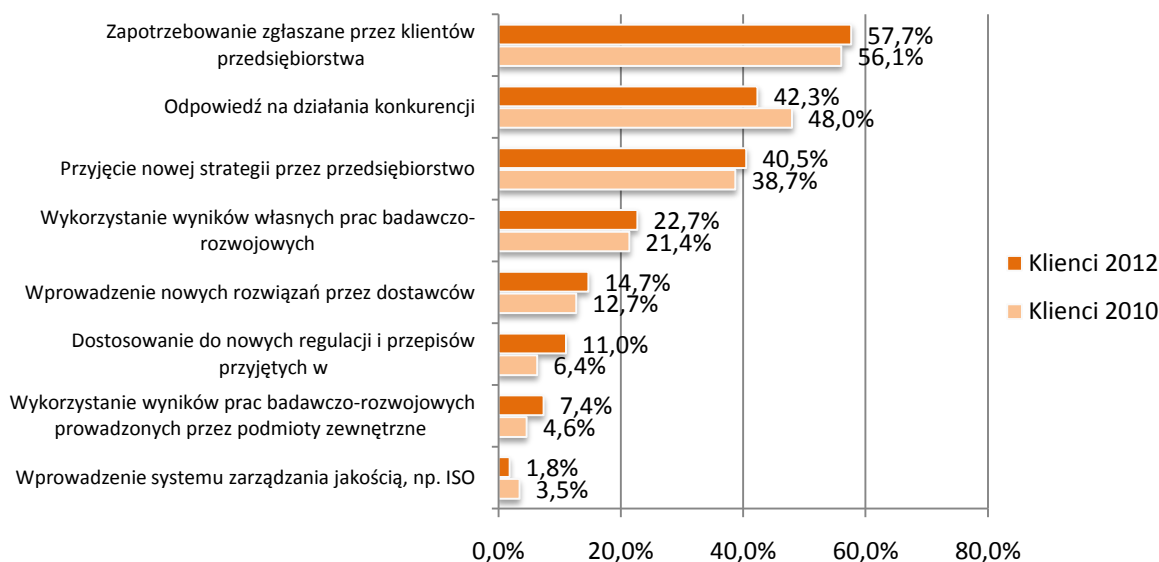


Wykres 18. Szacunkowy procentowy udział przychodów ze sprzedaży innowacyjnych produktów/usług wprowadzonych na rynek w okresie ostatnich 12 miesięcy w całkowitych przychodów ze sprzedaży przedsiębiorstwa w tym samym okresie. Przedsiębiorcy, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach [Klienci 2010 n=164, Klienci 2012 n=152]

Trzy główne powody wprowadzania innowacji to – niezależnie od grupy klientów - **zapotrzebowanie zgłaszane przez klientów i odpowiedź na działania konkurencji oraz przyjęcie nowej strategii przez przedsiębiorstwo** (Wykres 19). Przyjęcie nowej strategii przez przedsiębiorstwo jest częściej wskazywane przez klientów, którzy skorzystali z usług transferu technologii. Co drugi

Klient 2012 (51%) korzystający z usługi transferu technologii podał ten powód wdrożenia innowacji podczas gdy taki powód podał tylko co 3 klient usługi audytu technologicznego (36%). Istotnie statystycznie zmniejszył się udział klientów KSI KSU, którzy wprowadzają innowacje jako odpowiedź na działania konkurencji. Ta obserwacja i wyniki w pozostałych kategoriach – Klienci 2012 częściej wskazują np. przyjęcie nowej strategii przez przedsiębiorstwo i wykorzystanie (własnych i zewnętrznych) prac badawczo-rozwojowych - świadczy o **pozytywnej tendencji przyjmowania postawy proaktywnej we wprowadzaniu innowacji w firmie wśród Klientów 2012 w porównaniu do Klientów 2010**. Wzrosło także znaczenie dostosowania do regulacji prawnych.



Wykres 19. Główne powody wprowadzenia innowacji. Klienci, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach poprzedzających badanie.

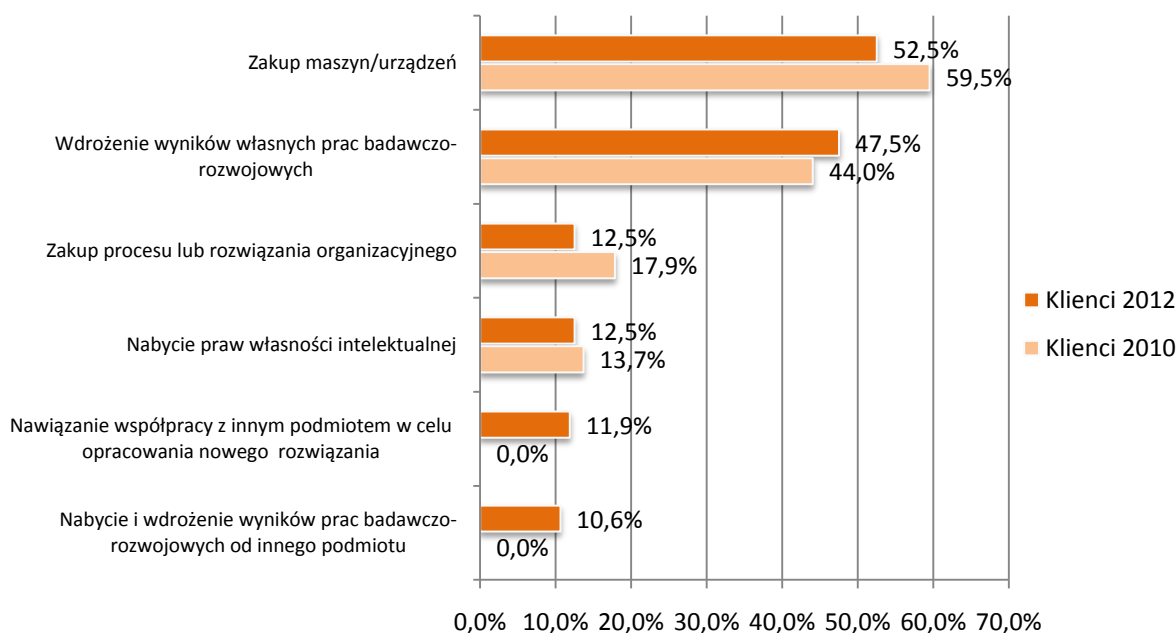
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach [Klienci 2010 n=173, Klienci 2012 n=163]

Najczęstszym sposobem wdrożenia innowacji w przedsiębiorstwach innowacyjnych jest, w obu grupach klientów KSI KSU, **zakup maszyn i urządzeń** oraz **wdrożenie wyników własnych prac badawczo-rozwojowych** (Wykres 20). Klienci KSI KSU najczęściej wdrażali innowacje przez zakup maszyn i urządzeń przy czym wśród Klientów 2012 odsetek wprowadzających w ten sposób innowacji przedsiębiorstw jest istotnie statystycznie mniejszy niż w grupie Klientów 2010. Jednocześnie mniej więcej co dziesiąty klient KSI KSU wprowadza innowacje poprzez zakup procesu, rozwiązania organizacyjnego, zakup licencji lub wyników prac badawczo-rozwojowych lub nawiązał współpracę w celu wspólnego prowadzenia badań B+R.

Nie odbiega to od modelu wdrażania innowacji obserwowanego dla całej populacji przedsiębiorstw w Polsce. W latach 2008-2010 r. przedsiębiorstwa¹⁷, zarówno przemysłowe, jak i z sektora usług, najwięcej środków przeznaczyły na nabycie maszyn i urządzeń technicznych, środków transportowych, narzędzi, przyrządów, ruchomości i wyposażenia. Nakłady te stanowiły 52,6% wszystkich nakładów na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach przemysłowych oraz 41,7% w przedsiębiorstwach z sektora usług.

Wysoki jest odsetek przedsiębiorców wskazujących na wdrożenie wyników własnych prac badawczo-rozwojowych, co sugerowałoby wysoką aktywność badawczo-rozwojową w przedsiębiorstwach w Polsce. Jednak biorąc pod uwagę poziom nowatorstwa wdrażanych innowacji (Wykres 12) należy sądzić, że mamy zapewne do czynienia z niezbyt zaawansowanymi badaniami nie wymagającymi znaczącego zaplecza B+R. Gdyby przyjąć to przypuszczenie za prawdziwe, to prezentowany wynik – niższy odsetek kupujących urządzenia i maszyny i wyższy odsetek wprowadzających w życie własne pomysły innowacyjne „bezinwestycyjnie” wśród Klientów 2012, może świadczyć o **pogorszeniu klimatu do inwestowania** i niekorzystnej zmianie postaw przedsiębiorców.

¹⁷ Działalność innowacyjna przedsiębiorstw, GUS, Warszawa 2012.



Wykres 20. Sposób wdrożenia innowacji w ostatnich 12 miesiącach. Przedsiębiorcy, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach [Klienci 2010 n=168, Klienci 2012 n=160]

Klienci audytu technologicznego (Klienci 2012 – tabela 7) częściej wdrażali innowacje w postaci technologii ucieleśnionej (maszyny i urządzenia). Klienci transferu technologii częściej korzystali z nabycia praw własności intelektualnej i wdrażali wyniki własnych prac badawczo-rozwojowych.

Tabela 7. Sposób wdrożenia innowacji. Klienci 2012 w podziale na klientów usługi audytu technologicznego i transferu technologii.

Klienci 2012	Liczba klientów audytu technologicznego	Liczba klientów transferu technologii	Klient audytu technologicznego	Klient transferu technologii
Zakup maszyn/urządzeń	64	20	59,3%	38,5%
Wdrożenie wyników własnych prac badawczo-rozwojowych	47	29	43,5%	55,8%
Nabycie i wdrożenie wyników prac badawczo-rozwojowych/prac rozwojowych od innego podmiotu, w szczególności jednostki naukowej	11	6	10,2%	11,5%
Nabycie praw własności intelektualnej	8	12	7,4%	23,1%
Zakup procesu lub rozwiązania organizacyjnego	12	8	11,1%	15,4%
Nawiązanie współpracy z jednostką naukową lub innym podmiotem w celu opracowania nowego rozwiązania	14	5	13,0%	9,6%
Razem	108	52		

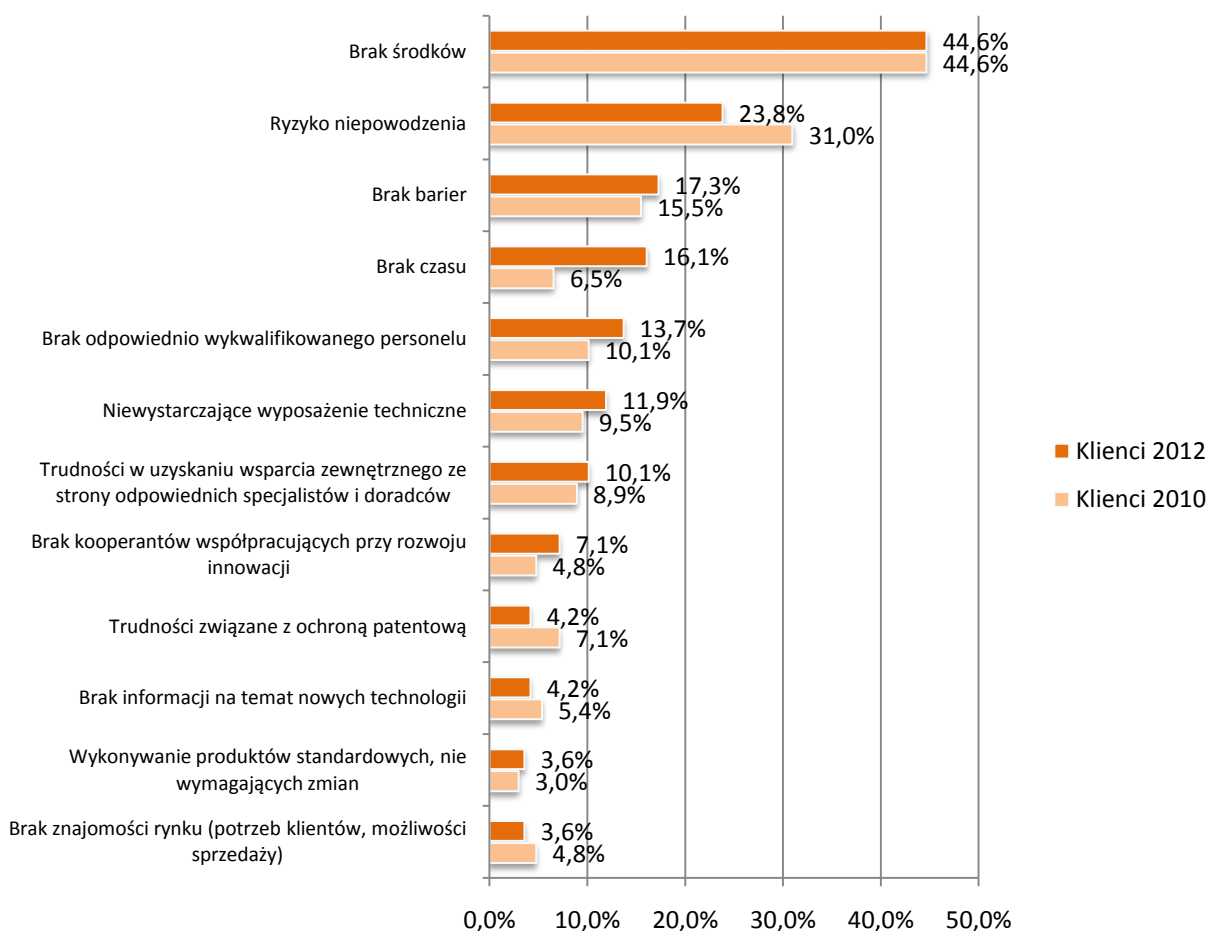
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach [Klienci 2012 n=160]

Ranking trudności we wprowadzaniu innowacji (Wykres 21) w opinii przedsiębiorców, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach, w zasadzie pozostaje taki sam wśród Klientów 2012 jak wśród Klientów 2010. Przedsiębiorstwa najczęściej wymieniają **brak środków** jako główną barierę. Wskaźnik przedsiębiorstw wskazujących ten powód pozostał na niezmiennym poziomie - 44,6% wśród Klientów 2010 i 2012. Na drugim miejscu wymienia się **ryzyko niepowodzenia** wdrożenia innowacji. Istotnie statystycznie zmniejszyła się jednak obawa związana z ryzykiem wdrożenia innowacji, z 31,0% wśród Klientów 2010 do 23,8% wśród Klientów 2012.

Podobne wyniki zaobserwowano dla ogółu przedsiębiorstw innowacyjnych w latach 2008-2010¹⁸. Najważniejszą barierą są czynniki ekonomiczne (brak środków -31,8%), ryzyko rynkowe (niepewny popyt na innowacje 21,7%) oraz brak wykwalifikowanego personelu (14,6%).

Obniżenie odsetka klientów postrzegających ryzyko niepowodzenia jako barierę wdrażania jest trudne do wytłumaczenia. Zewnętrzne uwarunkowania rynkowe w postaci niepewności związanej ze światowym kryzysem powinny wpływać na wzrost znaczenia tej bariery. Podobnie znaczenie tej bariery powinno korelować ujemnie np. z samoocena umiejętności walidacji rynkowej innowacji. Tymczasem samoocena wśród Klientów 2012 pozostała na takim samym poziomie jak w przypadku Klientów 2010 (ok. 22% klientów uważa, że jest w stanie bardzo dokładnie ocenić szanse innowacji na odniesienie sukcesu rynkowego).

Czwarte miejsce w rankingu bariery „brak czasu” wśród Klientów 2012 i znaczący „awans” tej bariery w rankingu: z siódmego miejsca (6,5% wskazań – Klienci 2010) na czwarte (16,1% - Klienci 2012) świadczyć może, o **braku zasobów kadrowych**, w szczególności w kontekście wysokiej pozycji „wdrożenia wyników własnych prac badawczo – rozwojowych” jako sposobu wdrażania innowacji w firmie, spowodowanego koncentracją właścicieli i menadżerów firm na bieżących kwestiach związanych z zarządzaniem firmą. Ta bariera zresztą *explicite* pojawia się w rankingu na następnej pozycji, tuż za „brakiem czasu”.

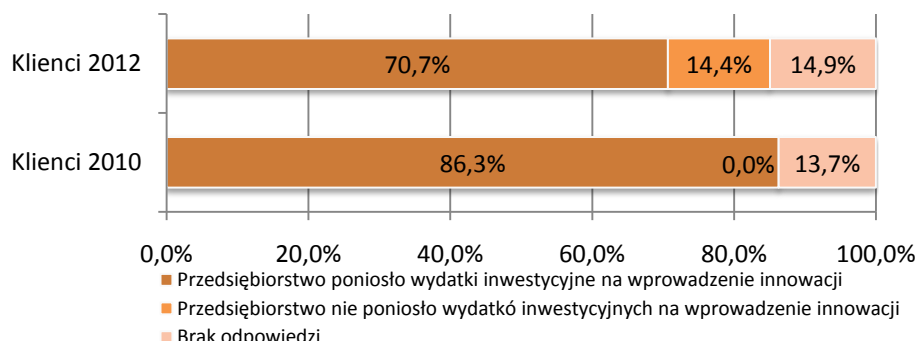


Wykres 21. Główne trudności we wprowadzaniu innowacji w firmie. Przedsiębiorcy, którzy wprowadzili innowację w ostatnich 12 miesiącach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy wdrożyli innowacje w ostatnich 12 miesiącach [Klienci 2010 n=167, Klienci 2012 n=168]

¹⁸ Działalność innowacyjna przedsiębiorstw, GUS, Warszawa 2012.

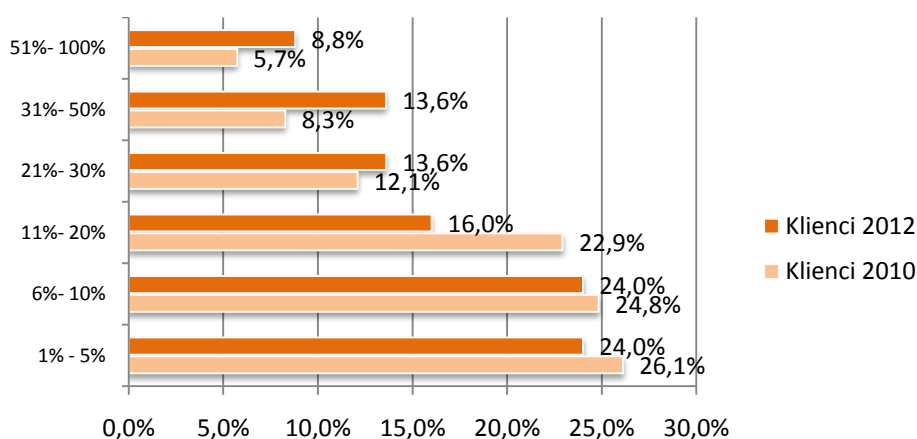
Mniejszy odsetek Klientów 2012 (70%) w porównaniu do Klientów 2010 (86,5%) zadeklarował poniesienie wydatków inwestycyjnych na wprowadzenie nowych usług lub produktów lub modernizację już istniejących usług lub produktów w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie (Wykres 22). Pośrednio potwierdza to wniosek, że większy odsetek Klientów 2012 wdraża wyniki własnych prac badawczo-rozwojowych w trybie „bezkosztowym” (komentarz do Wykresu 15), co oczywiście musi się przekładać na poziom nowatorstwa tych wdrożeń.



Wykres 22. Odsetek firm, które w okresie ostatnich 12 miesięcy poniosły wydatki na innowacje (firmy, które wdrożyły innowacje w ostatnich 12 miesiącach)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy w okresie ostatnich 12 miesięcy ponieśli wydatki na innowacje [Klienci 2010 n=182, Klienci 2012 n=174]

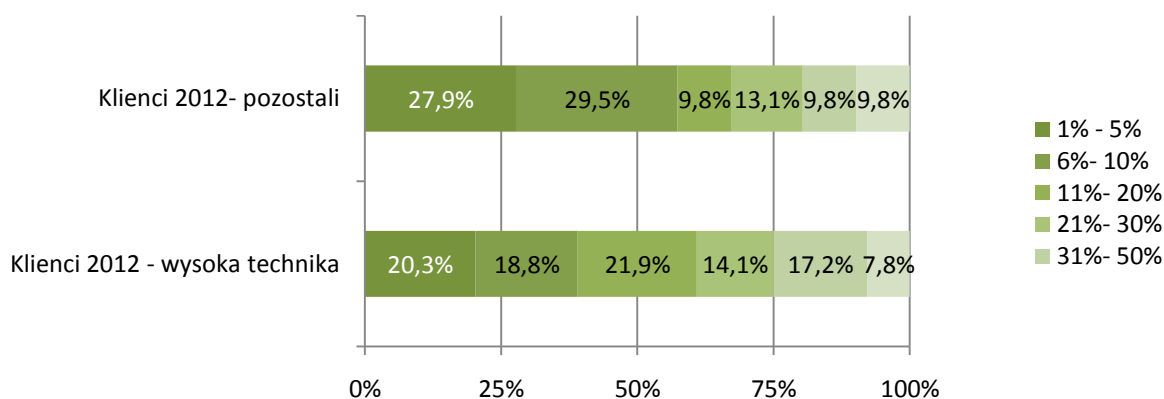
Natomiast wśród tych, którzy wydatki inwestycyjne ponieśli, nie ma istotnych statystycznie różnic w przeciętnym poziomie inwestowania (mierzonego odsetkiem przychodów) w obu grupach klientów KSI KSU – średnia wartość inwestycji w grupie Klientów 2012 wyniosła 23,1% a w grupie Klientów 2010 - 19,0% przychodów. Należy odnotować pozytywną tendencję w rozkładzie wielkości inwestycji jako odsetka uzyskanych przychodów. Na wykresie 23 widać, że Klienci 2010 inwestowali bardziej ostrożnie – większa ich część poświęcała niewielki odsetek przychodów na inwestycje w innowacje. Ta tendencja zmieniła się - Klienci 2012 częściej inwestują dużą część przychodów - 22,4% Klientów 2012 vs. 14% Klientów 2010 poświęca powyżej 31% przychodu na inwestycje w innowacje. Współgra to z deklarowanym wcześniej przez Klientów 2012 niższym znaczeniu ryzyka niepowodzenia inwestycji jako bariery do jej podjęcia.



Wykres 23. Odsetek przychodów przedsiębiorstwa przeznaczony w okresie ostatnich 12 miesięcy na innowacje. Przedsiębiorcy, którzy wdrożyli innowacje w ostatnich 12 miesiącach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy wdrożyli innowacje w ciągu ostatnich 12 miesięcy [Klienci 2010 n=157, Klienci 2012 n=125]

Na wykresie 24 pokazano rozkład odsetka przychodów przedsiębiorstwa przeznaczonych w okresie ostatnich 12 miesięcy na innowacje wśród Klientów 2012 z sektorów wysokiej techniki i usług wiodo chłonnych i klientów nie należących do tych sektorów. Widać, że ci pierwsi przeznaczają większy odsetek swoich przychodów na inwestowanie w innowacje. Jest to zgodne z ogólną tendencją obserwowaną w przedsiębiorstwach należących do tych sektorów.

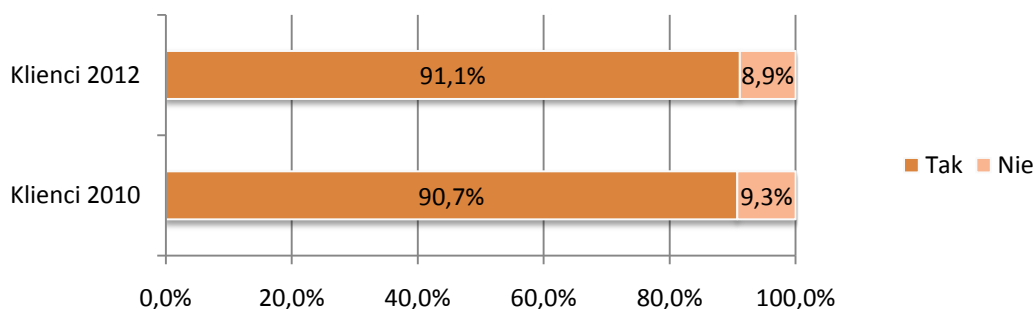


Wykres 24. Klienci 2012 - odsetek przychodów przedsiębiorstwa przeznaczony w okresie ostatnich 12 miesięcy na innowacje u klientów z sektorów wysokiej techniki i pozostałych. Przedsiębiorcy, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy wprowadzili innowacje w ostatnich 12 miesiącach [Klienci 2012-wysoka technika n=82, Klienci 2012-pozostali n=78]

3.1.3. Źródła wiedzy o technologiach odbiorców usług KSI KSU

Ponad 90% przedsiębiorstw – klientów KSI KSU – deklaruje, że śledzi zmiany technologiczne dokonujące się w ich branży (Wykres 25).



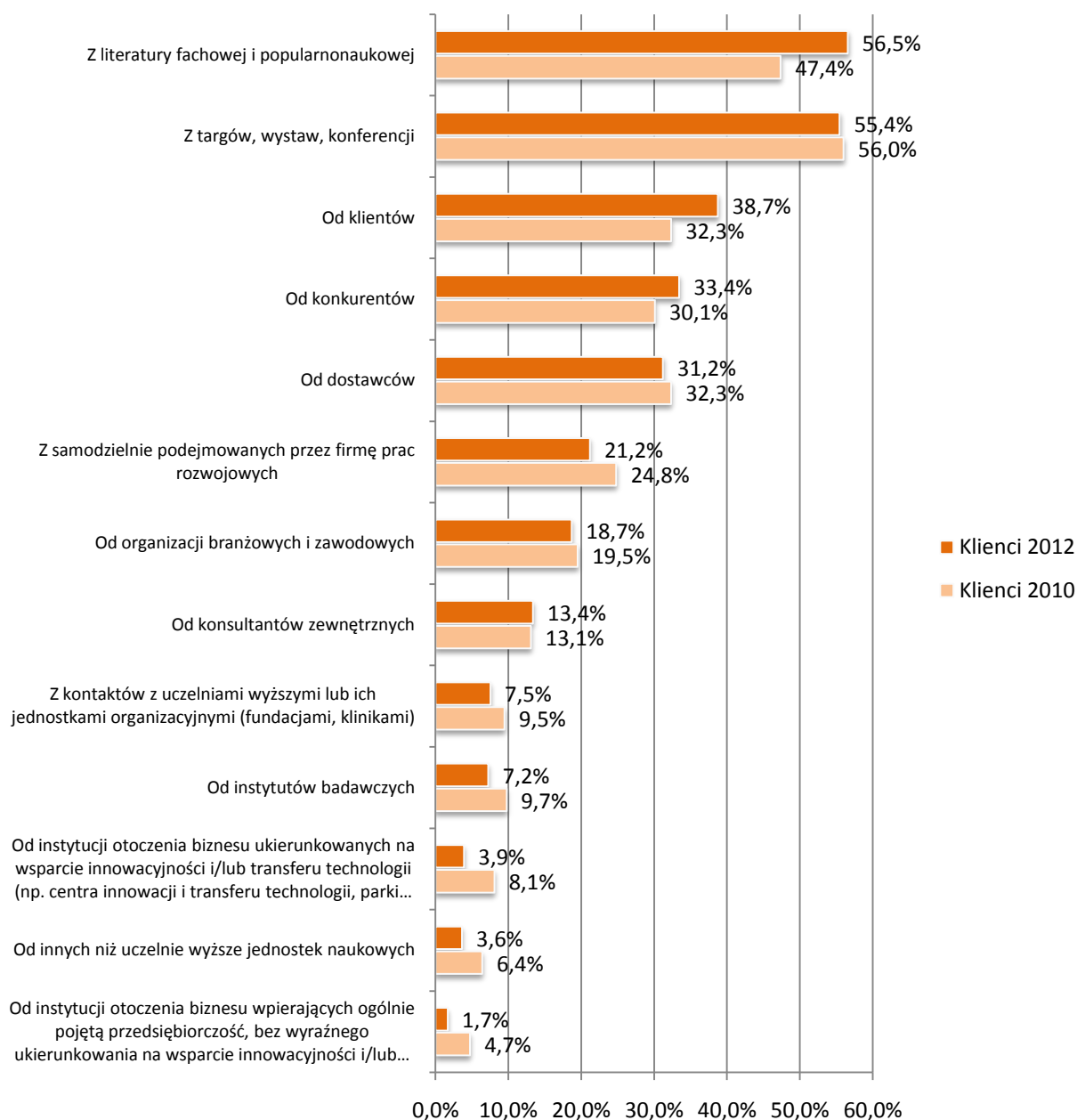
Wykres 25. Odpowiedź na pytanie: Czy Pana(i) firma śledzi zmiany technologiczne, jakie dokonują się w branży, w której firma działa?

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=377, Klienci 2012 n=417]

Wiedza o dokonujących się w branży zmianach technologicznych czerpana jest przede wszystkim z literatury fachowej i popularnonaukowej oraz targów, wystaw i konferencji (Wykres 26), przy czym znaczenie targów pozostało na tym samym poziomie (ok. 55%), podczas gdy znaczenie literatury fachowej i popularnonaukowej wzrosło z 47,4% dla Klientów 2010 wskazujących na to źródło do 56,5% dla Klientów 2012, zmiany te jednak nie są istotne statystycznie. W dalszej kolejności wiedza technologiczna pochodzi od podmiotów otoczenia biznesowego przedsiębiorstw, to jest od dostawców, klientów i konkurencji. Podobne wskazania dominują wśród powodów wprowadzenia innowacji (wykres 19), co dowodzi że **otoczenie rynkowe jest głównym obiektem analizy przedsiębiorców i daje impuls do poszukiwania nowych rozwiązań**. Istotnie statystycznie spadło znaczenie samodzielnie prowadzonych prac rozwojowych jako źródła wiedzy o nowych technologiach. Potwierdza to wcześniejszy wniosek, że pomimo dość licznego odsetka klientów KSI KSU wskazujących na prowadzenie takich prac, ich **poziom nowatorstwa nie jest wysoki**. W kontekście roli publicznych programów wsparcia instytucjonalnego innowacyjności widać znaczący (i istotny statystycznie) spadek zaufania Klientów 2012, w stosunku do i tak niewysokiego poziomu deklarowanego przez Klientów 2010, do instytucji otoczenia biznesu jako źródła informacji o nowych technologiach.

Podobny obraz zaobserwowano dla ogółu przedsiębiorstw innowacyjnych w latach 2008-2010¹⁹. Najwięcej przedsiębiorców innowacyjnych jako ważne wskazywało (oprócz źródeł wewnętrznych) źródła rynkowe, wśród nich w kolejności do dostawców wyposażenia, materiałów, komponentów i oprogramowania i klientów. W grupie pozostałych źródeł najwyższe znaczenie miały konferencje, targi i wystawy. Najrzadziej jako „wysokie” wskazywano znaczenie źródeł instytucjonalnych.

Uzyskane wyniki wskazują, że klienci KSI KSU zdają się dość dobrze sobie radzić w obszarze śledzenia i poszukiwania źródeł informacji o technologiach samodzielnie, poprzez obserwację rynku. Informacja technologiczna, w rozumieniu najnowszych trendów w branży, w której działa firma, nie jest więc tym „towarem”, którego poszukują w instytucjach otoczenia innowacyjnego biznesu. Potwierdza to też niska pozycja braku informacji o nowych technologiach jako bariery we wdrażaniu innowacji (wcześniej - Wykres 21).

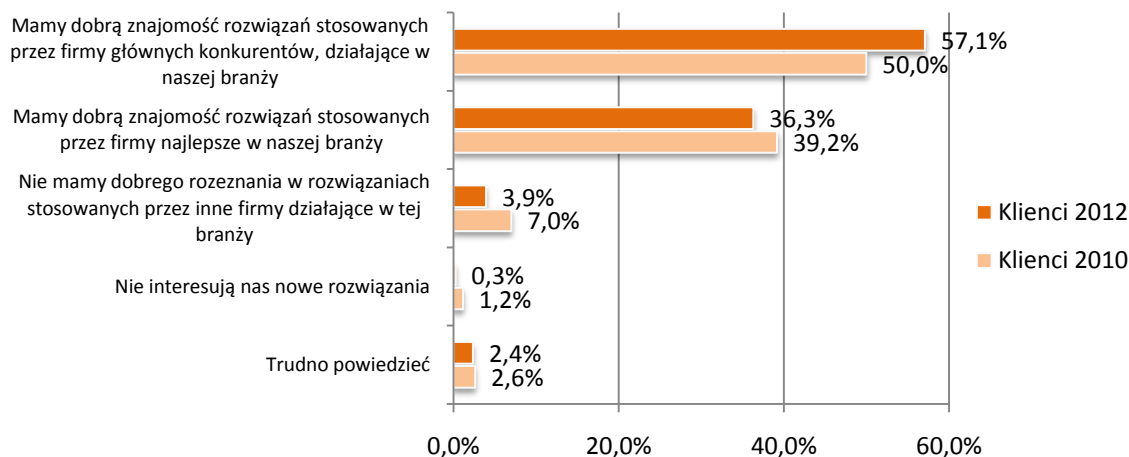


Wykres 26. Źródła wiedzy o zachodzących w branży zmianach technologicznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=325, Klienci 2012 n=359]

¹⁹ Działalność innowacyjna przedsiębiorstw, GUS, Warszawa 2012.

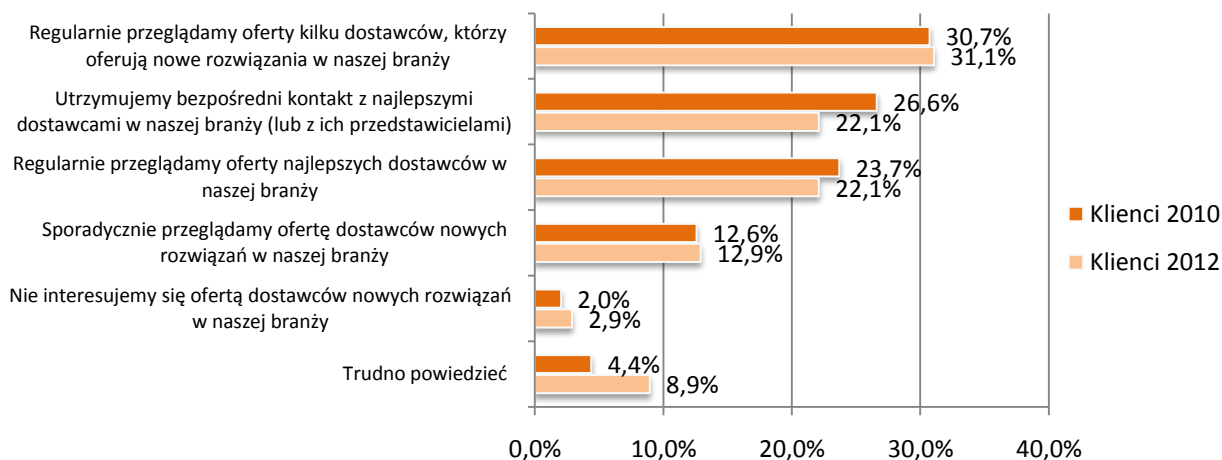
Zapytani o stopień znajomości najnowszych dla danej branży rozwiązań technologicznych (wykres 27) klienci KSI KSU wskazują jako główny punkt odniesienia (*benchmark*) głównych branżowych konkurentów (50,0% firm wśród Klientów 2010). Odsetek takich firm obserwujących swoje najbliższe branżowe otoczenia wzrósł (istotnie statystycznie) wśród Klientów 2012 do 57,1%. Z kolei zmniejszył się (choć nieistotnie statystycznie) odsetek tych klientów KSI KSU, którzy obserwują najlepsze firmy w branży, czyli rynek światowy. Odsetek ten nadal pozostaje wysoki - dla więcej niż co trzeciej firmy benchmarkiem są światowi liderzy branżowi. Zmniejszyła się też (nieistotnie statystycznie) liczba przedsiębiorców, którzy przyznają się do braku dobrego rozeznania w najnowszych trendach technologicznych w danej branży (z 7,0% na 3,9%), co należy uznać za wynik optymistyczny. Na niezmiennym poziomie (ok. 45%) pozostaje odsetek klientów KSI KSU, którzy deklarują **dobrą znajomość najnowszych wyników badań naukowych w branży, w której działają**.



Wykres 27. Poziom znajomości najnowszych rozwiązań w branży

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=342, Klienci 2012 n=380]

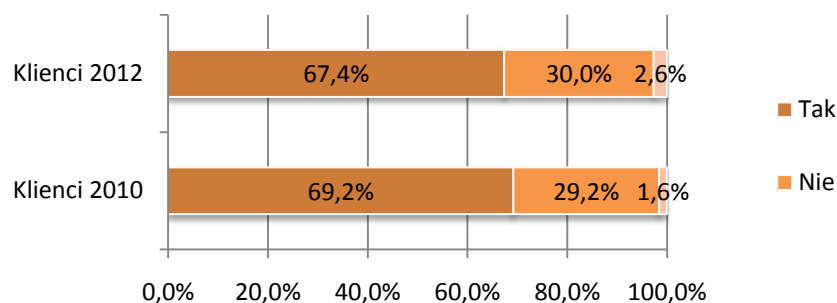
W dość pozytywny obraz podejmowanych przez przedsiębiorstwa działań w zakresie zdobywania wiedzy o rozwoju technologicznym branży wpisują się wyniki samooceny poziomu wiedzy o dostawcach najnowszych rozwiązań technologicznych w danej branży (wykres 28). Różnice pokazane na wykresie pomiędzy postawą Klientów 2010 i 2011 nie są istotne statystycznie, jednak warto zwrócić uwagę na tendencję, która może wskazywać na mniejsze zainteresowanie ofertą konkretnych dostawców („Utrzymujemy bezpośredni kontakt...”, „Regularnie przeglądamy ofertę najlepszych...”) wśród Klientów 2012, czyli mniejszą gotowością do dokonania inwestycji w najbliższym czasie.



Wykres 28. Poziom wiedzy w firmie o dostawcach najnowszych rozwiązań

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=342, Klienci 2012 n=380]

Brak dobrego klimatu do inwestowania wśród klientów KSI potwierdzają odpowiedzi na pytania o plany co do transferu nowych technologii do firmy. Przy praktycznie niezmiennym odsetku niezdecydowanych znacznie (istotnie statystycznie) zmniejszył się odsetek klientów KSI KSU (Klienci 2010 – 68,2%, Klienci 2012 – 56,4%, wykres 29), którzy planują w najbliższych 3 latach zakup wiedzy lub maszyn.

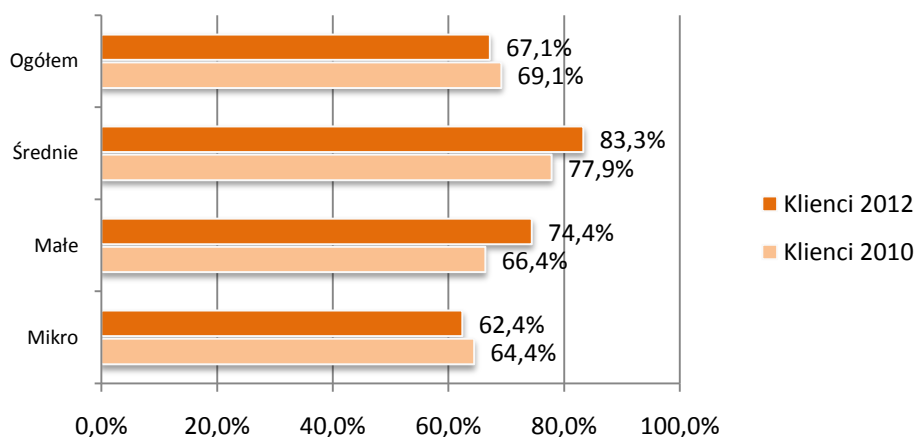


Wykres 29. Odpowiedź na pytanie: Czy Pana(i) firma w okresie najbliższych 3 lat planuje dokonać zakupu maszyn lub urządzeń potrzebnych do wdrożenia nowego lub zmodernizowania już istniejącego procesu produkcyjnego lub usługowego albo też pozyskać nową wiedzę umożliwiającą wdrożenie nowych rozwiązań w firmie?

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=377, Klienci 2012 n=417]

3.1.4. Transfer technologii u odbiorców usług KSI KSU

Większość klientów KSI KSU (średnio ok. 68%) dokonała transferu technologii w ostatnich 3 latach polegającego na zakupie maszyn lub urządzeń potrzebnych do wdrożenia nowego lub zmodernizowania już istniejącego procesu produkcyjnego lub usługowego albo też pozyskała nową wiedzę umożliwiającą wdrożenie nowych rozwiązań w firmie (wykres 30). Nie ma istotnych różnic statystycznych pomiędzy Klientami 2010 i 2012 pod tym względem niezależnie od wielkości firmy.

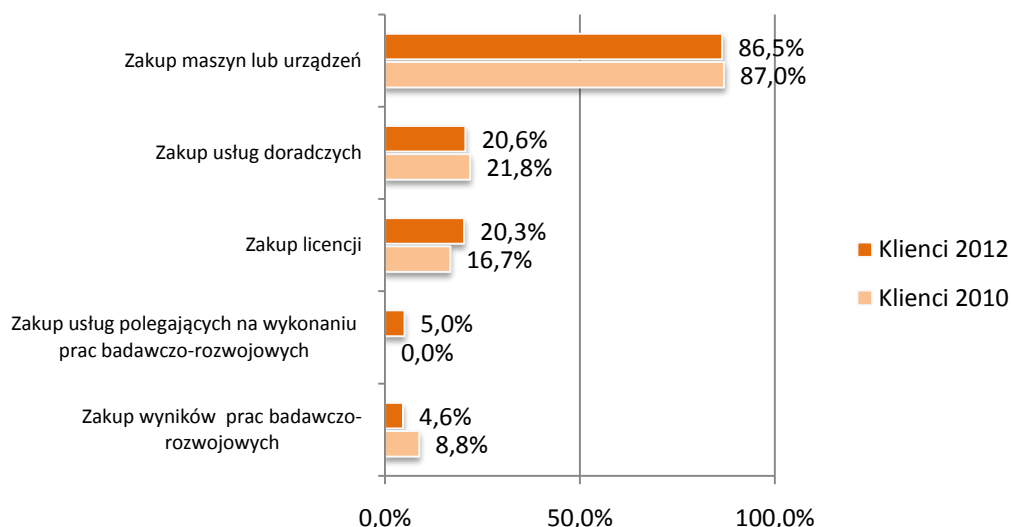


Wykres 30. Odsetek firm wg wielkości, które zrealizowały w okresie ostatnich 3 lat transfer technologii

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=376, Klienci 2012 n=414]

Zakup maszyn i urządzeń jest zdecydowanie najczęściej (87%) praktykowaną przez klientów KSI KSU formą podniesienia poziomu ich technologicznego zaawansowania (wykres 31). Na drugim miejscu, ale cztery razy rzadziej (20-22%) klienci KSI KSU zakupili usługi doradcze lub licencję, której celem było pozyskanie nowej wiedzy umożliwiającej wdrożenie nowych rozwiązań w firmie. Nie ma istotnych różnic statystycznych pomiędzy sposobem transferu technologii pomiędzy Klientami 2010 i 2012. Kategoria „Zakup usług polegających na wykonaniu prac badawczo-rozwojowych” pojawiła się po raz pierwszy w kwestionariuszu dla Klientów 2012. Stąd brak wskazań dla tej kategorii wśród

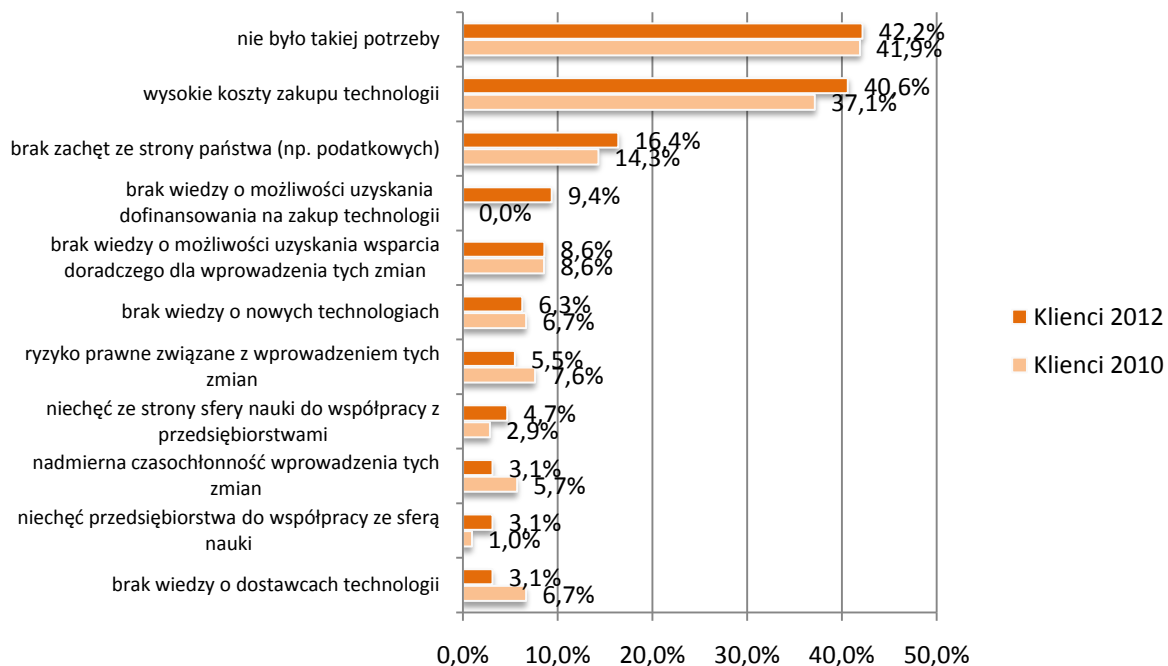
Klientów 2010. Wśród Klientów 2012, którzy wskazali ten sposób wdrożenia innowacji przeważają klienci usługi transferu technologii (12,3% vs. 3,0%)



Wykres 31. Sposób wdrożenia w firmie innowacji w okresie ostatnich 3 lat. Przedsiębiorcy, którzy dokonali transferu technologii w ostatnich 3 latach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy dokonali transferu technologii w ostatnich 3 latach. Pytanie wielokrotnego wyboru [Klienci 2010 n=261, Klienci 2012 n=281]

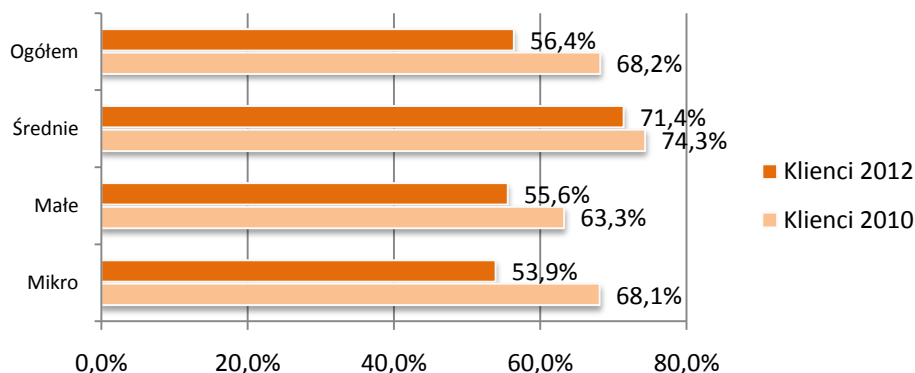
„Brak potrzeby” jest najczęściej podawanym powodem nie podejmowania procesów modernizacyjnych lub wdrożeniowych przez ok. 42% klientów KSI KSU, którzy nie dokonali w ostatnich 3 latach transferu technologii (wykres 32). Drugą ważną barierą są wysokie koszty zakupu technologii, której znaczenie jest istotne dla ok. 40% klientów KSI KSU. Różnice pomiędzy wskazaniami Klientów 2010 i 2012 nie są istotne statystycznie.



Wykres 32. Przyczyny niedokonania transferu technologii w okresie ostatnich 3 lat. Przedsiębiorcy, którzy nie dokonali transferu technologii w ostatnich 3 latach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy nie dokonali transferu technologii w ostatnich 3 latach [Klienci 2010 n=105, Klienci 2012 n=128]

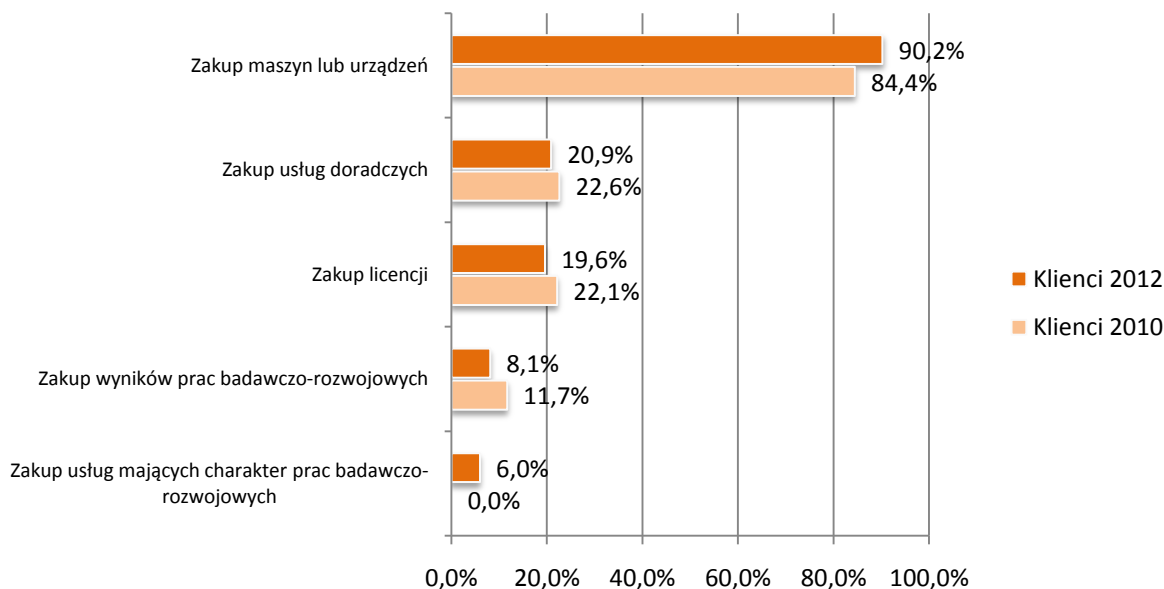
Pesymistyczne są postawy Klientów 2012 dotyczące najbliższych 3 lat (wykres 33) - plany dokonania transferu technologii lub wiedzy miało 68,2% Klientów 2010 podczas gdy już tylko 56,4% Klientów 2012 deklaruje transfer technologii do firmy. Pesymizm dotyczy wszystkich grup przedsiębiorstw – Klientów 2012 – według wielkości, jednak dla przedsiębiorstw mikro różnica jest największa i istotna statystycznie.



Wykres 33. Odsetek firm wg wielkości planujących dokonać transferu technologii w okresie najbliższych 3 lat

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=376, Klienci 2012 n=414]

Modernizacja technologiczna dokona się w większości przypadków (84-90%) poprzez zakup urządzeń lub zestawów maszyn i urządzeń, a u czterokrotnie mniejszego odsetka przedsiębiorstw klientów KSI KSU w drodze zakupu usług doradczych lub licencji (wykres 34). Nie ma istotnych różnic statystycznych we wskazaniach obu grup klientów KSI KSU.

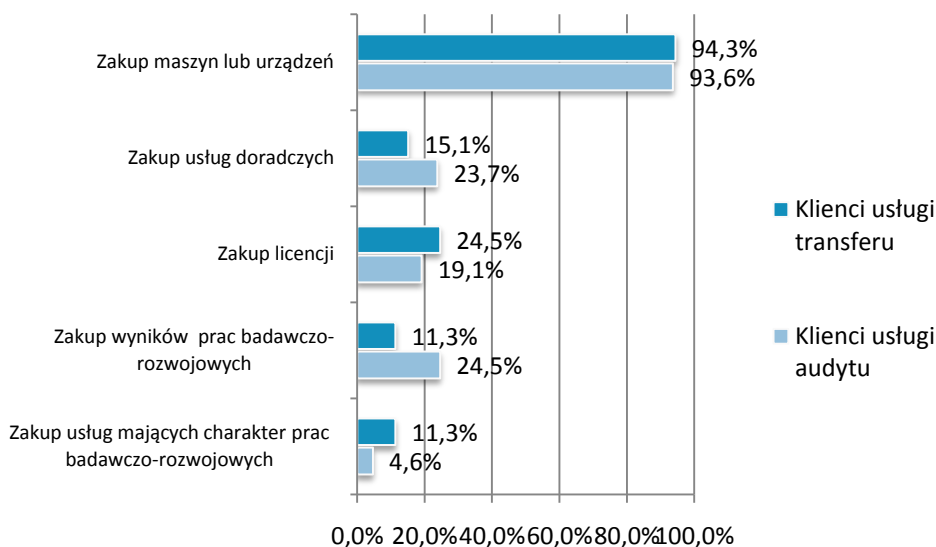


Wykres 34. Sposób wdrożenia zmian w firmie w okresie najbliższych 3 lat. Przedsiębiorcy, którzy planują dokonanie transferu technologii w najbliższych 3 latach.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy planują dokonanie transferu technologii w najbliższych 3 latach. Pytanie wielokrotnego wyboru [Klienci 2010 n=257, Klienci 2012 n=235]

Deklarowane przez klientów usług transferu technologii i klientów usługi audytu (Klienci 2012) preferencje co do sposobu wdrożenia zmian w firmie w ciągu najbliższych 3 lat, jeśli wyłączyć zakup maszyn i urządzeń, są zróżnicowane (wykres 35). Większy odsetek klientów usługi audytu technologicznego planuje w przyszłości skorzystać z usługi doradczej lub zakupić wyniki prac

badawczo rozwojowych, z kolei więcej klientów usługi transferu technologii planuje zakup licencji lub zakup usług mających charakter prac badawczo-rozwojowych.



Wykres 35. Sposób wdrożenia zmian w firmie w okresie najbliższych 3 lat. Przedsiębiorcy, którzy planują dokonanie transferu technologii w najbliższych 3 latach Klienci 2012 w podziale na klientów usługi audytu technologicznego i klientów usługi transferu technologii.

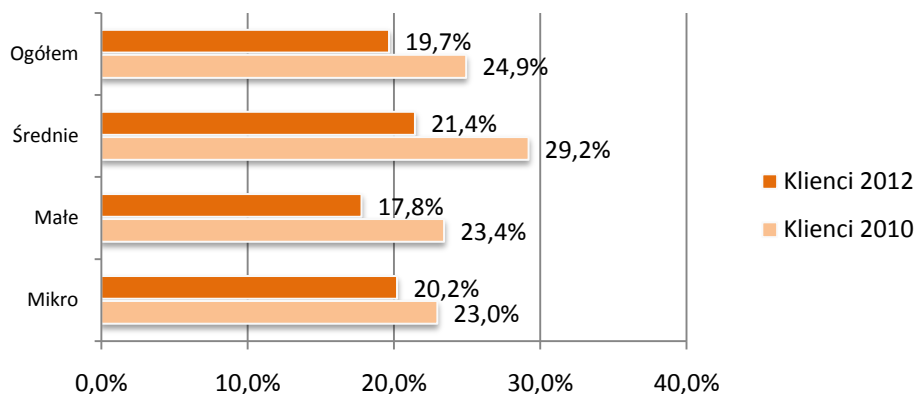
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy planują dokonanie transferu technologii w najbliższych 3 latach [Klienci 2012 n=235]

3.2. Percepcja usług proinnowacyjnych

3.2.1. Znajomość oferty usług proinnowacyjnych i instytucjonalnego systemu wsparcia proinnowacyjnego biznesu

Usługodawcy

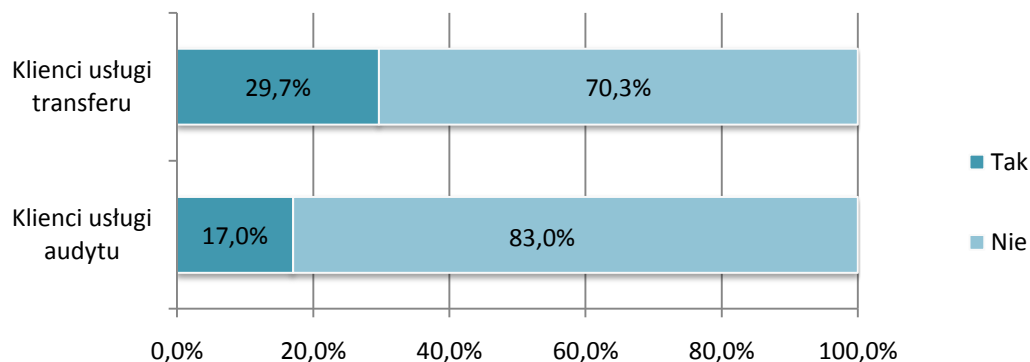
Rozpoznawalność usług doradczych proinnowacyjnych zmalała (Wykres 36). Tylko co czwarty Klient 2010 odpowiadał twierdząco na pytanie: „Czy zna Pan(i) jakichkolwiek dostawców usług pośredniczących pomiędzy sprzedającymi a kupującymi technologię (usług transferu technologii)?”. Jeszcze gorszy wynik uzyskano zadając to pytanie Klientom 2011 – tylko co piąty Klient 2011 ośrodków KSI KSU w okresie lipiec 2010 i czerwiec 2011 kojarzy wyświadczoną usługę z pośrednictwem pomiędzy sprzedającymi a kupującymi technologię.



Wykres 36. Odsetek firm wg wielkości znających jakichkolwiek dostawców usług transferu technologii

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=376, Klienci 2012 n=414]

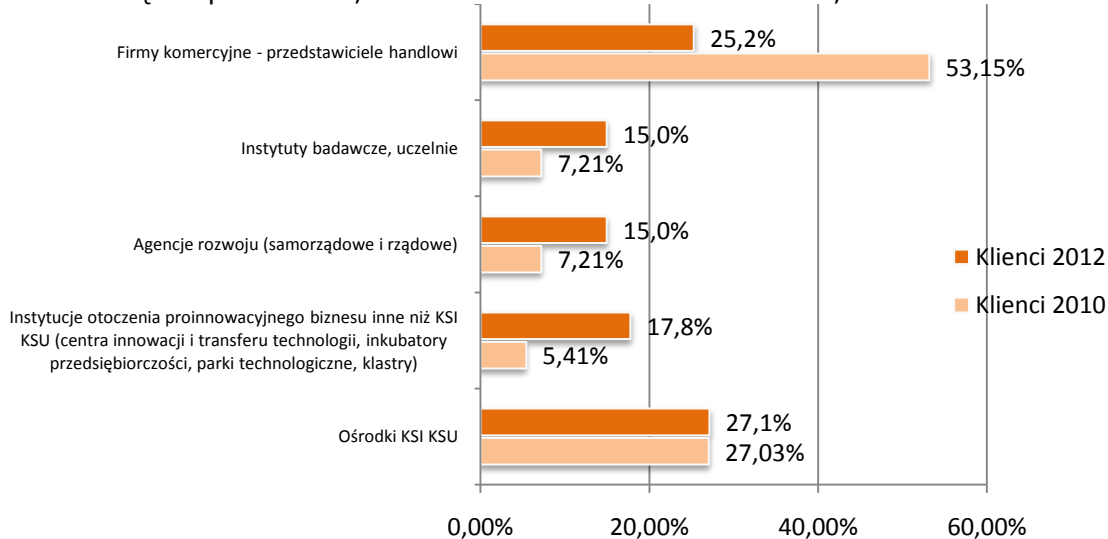
Ponieważ na pytanie to odpowiadają klienci KSI KSU, którzy są beneficjentami dofinansowanej z PO IG usługi doradczej proinnowacyjnej, świadczy to o słabej rozpoznawalności samej usługi ośrodków KSI KSU. Klienci którzy otrzymali usługę transferu technologii od ośrodka KSI KSU częściej deklarują znajomość dostawców takich usług niż klienci, którzy skorzystali wyłącznie z usługi audytu technologicznego, ale nadal jest to bardzo mały odsetek klientów (wykres 37). Może to sugerować, że w czasie ich kontaktu z ośrodkiem KSI KSU związanego np. z audytem technologicznym, albo nie została im przekazana informacja na temat oferty ośrodka w zakresie transferu technologii, albo ta wiedza nie utrzymała się w ich świadomości. **Ujawnia to istotne mankamenty funkcjonowania systemu komunikacji ośrodków KSI KSU z ich klientami.**



Wykres 37. Odsetek Klientów 2012 znających jakichkolwiek dostawców usług transferu technologii według typu usługi jaki otrzymali od ośrodka KSI KSU

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=414]

Optymistyczne jest to, że ci spośród Klientów 2012, którzy deklarują, że znają dostawców usług transferu technologii, wykazali się znacznie lepszym zrozumieniem istoty tego rynku niż Klienci 2010 (Wykres 38). Wśród wskazanych przez obie grupy klientów KSI KSU dostawców usług pośredniczących nieco ponad jedną czwartą stanowią ośrodki KSI KSU, przy czym najlepiej zapamiętane przez Klientów 2012 zostały trzy ośrodki KSI KSU (w kolejności): Fundacja Poszanowania Energii, Wielkopolski Instytut Jakości i Instytut Logistyki i Magazynowania (połowa wskazań wśród wskazanych ośrodków KSI KSU). Na drugim miejscu wskazywano firmy komercyjne, których nazwy mogą sugerować przedstawicielstwa handlowe firm sprzedających maszyny, urządzenia i oprogramowanie. Ta grupa bardzo znacząco spadła z 53,2% w wśród Klientów 2010 do 22,7% wśród Klientów 2012.

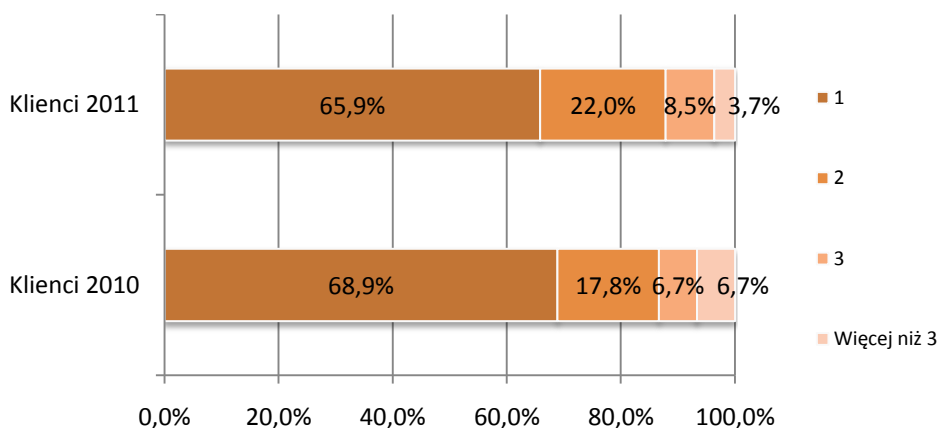


Wykres 38. Kategorie dostawców usług transferu technologii według percepcji Klientów 2010 i 2012

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=111, Klienci 2012 n=107]

Jednocześnie ponad dwukrotnie wzrósł odsetek klientów wskazujących niekomercyjne instytucje otoczenia proinnowacyjnego biznesu (centra innowacji i transferu technologii, inkubatory przedsiębiorczości, parki technologiczne/klastry) oraz instytuty badawcze i uczelnie wyższe. Świadczy to o znacznie lepszym wśród Klientów 2012 zrozumieniu istoty procesu transferu technologii i jego szeroko rozumianych uczestników.

Większość z tych, którzy znają dostawców usług transferu technologii, jest w stanie wskazać jednego usługodawcę - tylko ok. 1/3 klientów zna więcej niż jednego dostawcę usług transferu technologii (wykres 369).



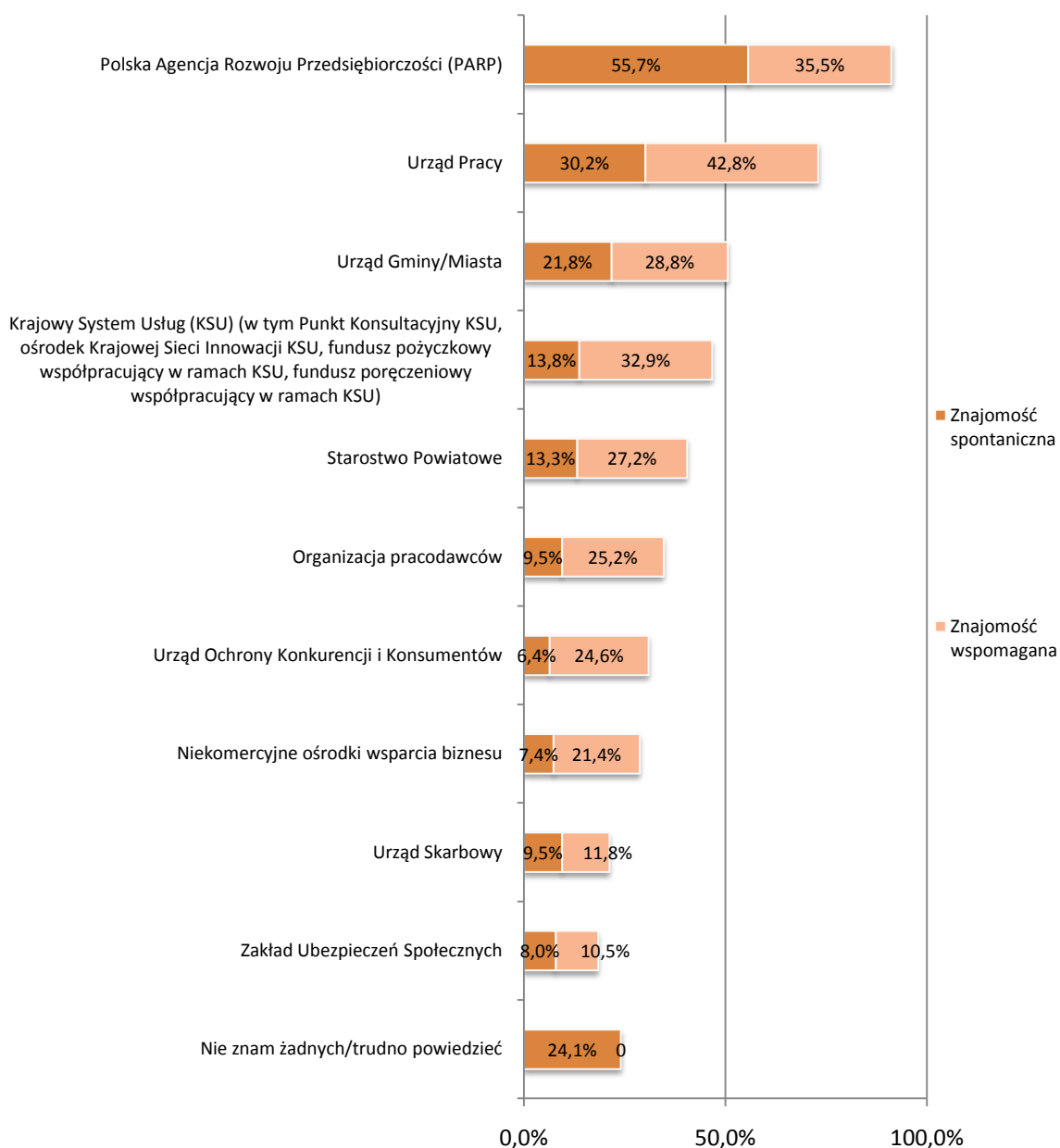
Wykres 39. Liczba dostawców usług transferu technologii, których znają klienci KSI KSU deklarujących znajomość jakichkolwiek dostawców usług transferu technologii

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=90, Klienci 2012 n=82]

Lepsze rozpoznanie otoczenia instytucjonalnego transferu technologii nie idzie w parze z lepszym rozpoznanem otoczenia instytucjonalnego wspierającego (innowacyjne) przedsiębiorstwa. Klienci KSI KSU potrafią w większości wskazać Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości jako instytucję wspierającą działalność przedsiębiorstw (wykres 40), choć jej rozpoznawalność nieznacznie spadła. PARP jednak dystansuje wszystkie pozostałe instytucje, w tym stworzoną przez siebie sieć KSU i działającą w jej ramach sieć ośrodków KSI, która się znalazła na czwartym miejscu w rankingu.

Spontaniczna znajomość innych instytucji świadczących pomoc i wsparcie dla przedsiębiorstw jest bardzo niska. Bardzo wysoka rozpoznawalność PARP w porównaniu do słabej rozpoznawalności wspieranych przez tą instytucję sieci KSU i KSI może wynikać z faktu, że PARP ma znacznie szerszą ofertę skierowaną do przedsiębiorców, mającą charakter bezpośrednich dotacji inwestycyjnych jak i działań szkoleniowych, które mogą być postrzegane jako atrakcyjniejsze i w związku z tym bardziej poszukiwane od usług doradczych oferowanych przez sieć KSU i KSI.

Do grona instytucji wspierających przedsiębiorczość klienci KSI KSU zaliczają instytucje najbliższego otoczenia administracyjnego: Urząd Pracy, Urząd Gminy. Nieco lepiej tylko wygląda znajomość instytucji wspierających działalność przedsiębiorstw, gdy ich nazwy są przywoływane (znajomość spontaniczna i wspomagana razem - około 1,5 raza więcej wskazań).

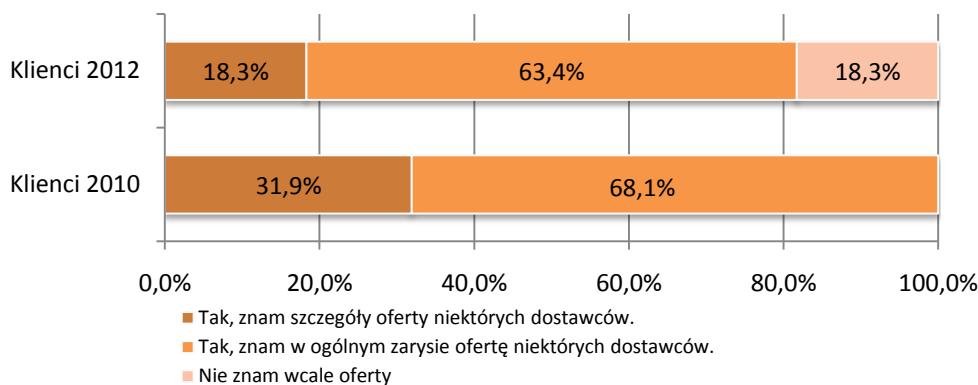


Wykres 40. Znajomość spontaniczna i wspomagana instytucji otoczenia przedsiębiorczości. Klienci 2012.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=417]

Oferta

Około 2/3 Klientów 2012 deklaruje ogólną znajomość oferty dostawców usług transferu technologii. **Odsetek tych, którzy znają szczegóły tej oferty zmalał wśród Klientów 2012** w stosunku do Klientów 2010 o ponad 12 punktów procentowych (Wykres 41). Co gorsze Klienci 2010 deklarowali co najmniej ogólną znajomość tej oferty, podczas gdy prawie co piąty Klient 2012 nie zna wcale oferty usług transferu technologii. Oznacza to, że **ośrodek KSI KSU wykonując usługę nie wykorzystał okazji dla skutecznego przedstawienia swojej oferty w zakresie kontynuacji efektów audytu technologicznego.**

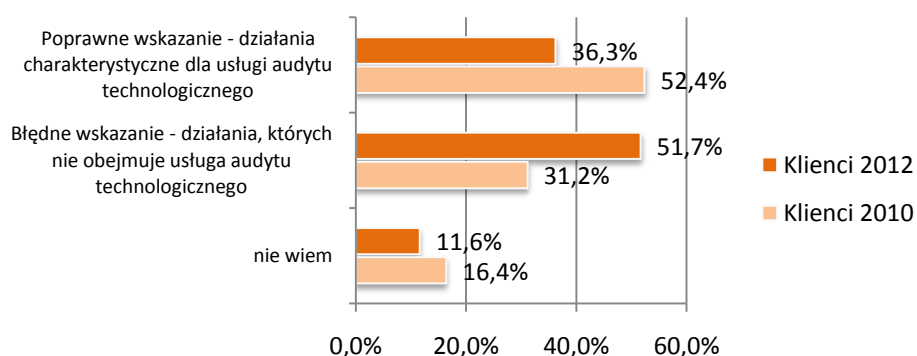


Wykres 41. Odsetek firm wg wielkości znających ofertę dostawców usług pośrednictwa w transferze technologii. Przedsiębiorcy deklarujący znajomość dostawców usług transferu technologii.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy znają dostawców usług transferu technologii [Klienci 2010 n=94, Klienci 2012 n=83]

Potwierdzają to analizy odpowiedzi na pytania otwarte dotyczące szczegółów tej oferty ośrodków KSI KSU (Wykresy 42 i 43), które wskazują, że tylko niewielki odsetek respondentów spośród klientów KSI KSU potrafi precyzyjnie i wyczerpująco opisać działania doradcze składające się na usługę audytu technologicznego i transferu technologii.

Bardzo niewielu respondentów w odpowiedzi na pytanie otwarte umiało precyzyjnie zdefiniować usługę audytu technologicznego jako „ocenę potencjału i potrzeb technologicznych przedsiębiorcy”. Wiele odpowiedzi wskazywało jednak na zrozumienie roli doradcy wykonującego audyt technologiczny. Mówiono o „sprawdzeniu potencjału, możliwości firmy, nadaniu kierunku rozwoju”, „ocenie stosowanych technologii w przedsiębiorstwie i wskazanie nowych rozwiązań” lub „sprawdzeniu co jest stosowane w firmie, poinformowanie o tym co stosuje konkurencja, zaproponowanie zmian i zaplanowanie rozwoju na przyszłość”. Jednoznaczne kodowanie tych i podobnych odpowiedzi było trudne. To co na pewno da się powiedzieć (Wykres 42), to to, że około 16% Klientów 2010 i 11% Klientów 2012 na pytanie o definicję audytu technologicznego mówi wprost: „nie wiem”. Można też z dużą dozą pewności stwierdzić, że przynajmniej **około 52% Klientów 2010 jest w stanie wymienić jeden z dwóch kluczowych elementów usługi audytu technologicznego podczas gdy to samo da się powiedzieć tylko o 36% Klientów 2012**. Natomiast zdecydowanie więcej Klientów 2012 (51,7%) niż Klientów 2010 (31,2%) opisuje te usługę niewłaściwie.

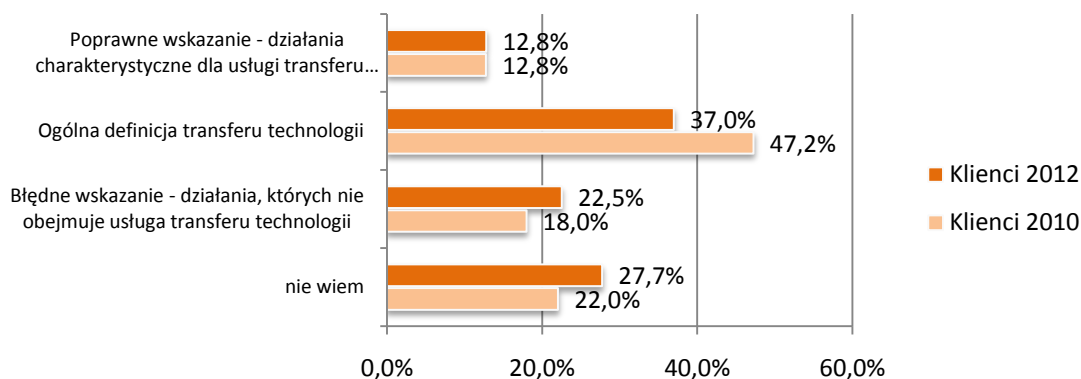


Wykres 42. Obszar objęty usługą audytu technologicznego wg deklaracji klientów KSI KSU

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=359, Klienci 2012 n=353]

Rozumienie specyfiki usługi transferu technologii zdaje się być jeszcze mniejsze niż w przypadku usługi audytu technologicznego. Większy odsetek Klientów KSI KSU, a w przypadku Klientów 2012, zdecydowanie większy odsetek (27,7%) niż w przypadku usługi audytu technologicznego (11,6%) mówi wprost: „nie wiem”. Zdecydowanie mniejszy odsetek klientów KSI KSU w obu grupach klientów potrafi wymienić poprawnie przynajmniej jedno działanie charakterystyczne dla usługi transferu

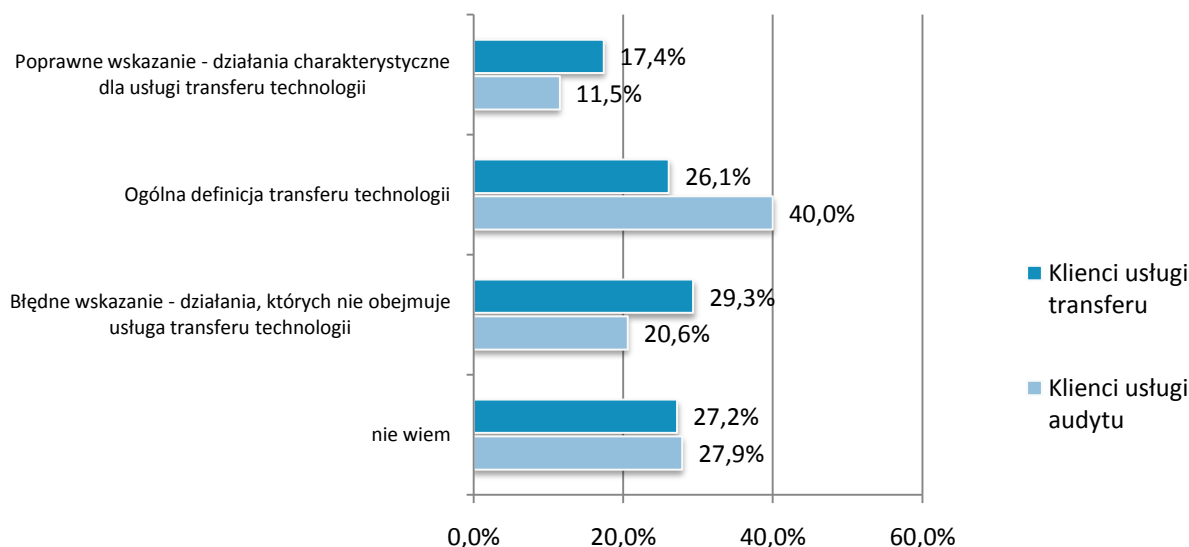
technologii (12,8%). Część respondentów potrafiła wskazać pewne elementy usługi transferu technologii. Przykłady takich wypowiedzi są następujące: „zakup niezbędnych urządzeń i licencji na podstawie audytu”, „znalezienie technologii i zakup tej technologii”, „doradztwo przy wynalezieniu sprzętu, znalezienie dostawców i pomoc przy finansowaniu”. Takie wypowiedzi zaliczaliśmy do kategorii „Działania charakterystyczne dla usługi transferu technologii”. W większości przypadków Klienci 2012 opisywali sam transfer technologii a nie działania składające się na usługę transferu technologii. Przykłady najczęstszych tego typu wypowiedzi respondentów to: „zakup wartości niematerialnych związanych z technologią i wdrożenie ich w firmie”, „transfer gotowych rozwiązań z innych firm, środowiska naukowego”, „przekazanie wiedzy między dwoma podmiotami, np. zakup wiedzy, licencji”, „zakup technologii od instytucji naukowych lub firm prywatnych”. Takich odpowiedzi było 37,0% wśród Klientów 2012 a 47,2% wśród Klientów 2010. Świadczy to o słabym rozumieniu roli doradcy-pośrednika w procesie transferu technologii i można to interpretować jako słabą znajomość oferty rynkowej KSI KSU w zakresie transferu technologii.



Wykres 43. Obszar objęty usługą transferu technologii wg deklaracji badanych przedsiębiorstw

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=345, Klienci 2012 n=422]

Większy odsetek (wykres 44) klientów usługi transferu technologii niż usługi audytu technologicznego potrafił poprawnie opisać usługę transferu technologii (17,4% vs. 11,5%) co jest zrozumiałe bo z niej korzystali, choć już znacznie trudniej zinterpretować fakt, że również podobny obraz otrzymaliśmy wśród tych, którzy niepoprawnie opisali usługę transferu technologii.



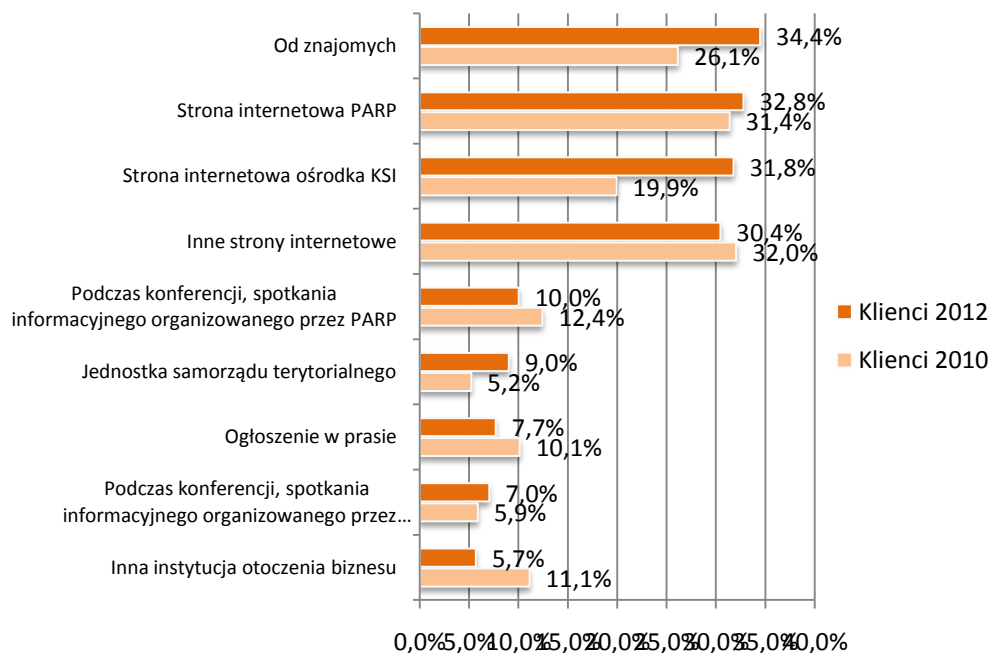
Wykres 44. Obszar objęty usługą transferu technologii wg deklaracji badanych przedsiębiorstw. Klienci 2012 w podziale na klientów usługi audytu technologicznego i klientów usługi transferu technologii

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=422]

Najczęściej informacje o ofercie ośrodka KSI Klienci 2012 uzyskali **od znajomych** (wykres 45). Jest to istotna zmiana w stosunku do Klientów 2010, kiedy to źródło informacji było na trzecim miejscu rankingu. Rekomendacja oferty ośrodka przez „znajomych” klienta, ma walor wiarygodności. **Wzrost znaczenia tego kanału komunikacji i jego awans na pierwsze miejsce w rankingu może pośrednio wskazywać na zadowolenie z usług ośrodków KSI KSU, które są polecane przez klientów ich znajomym.** Znacznie częściej to źródło informacji wskazywali klienci usług KSI branżowych - drugi klient KSI branżowych (45 na 98), co trzeci klient KSI pozostałych 58/201.

Nadal jednak widać, że najczęstszym źródłem informacji o istnieniu ośrodka KSI KSU i jego ofercie jest Internet. Firmy pozyskują te informacje głównie ze strony internetowej PARP lub z innych stron internetowych. **Pozytywnym zjawiskiem jest fakt, że strona internetowa samego ośrodka KSI jako źródła informacji o jego ofercie znacząco (istotnie statystycznie) zyskała na popularności** (wykres 45). Znacznie więcej Klientów 2012 – beneficjentów usługi audytu technologicznego - wskazało stronę ośrodka KSI jako źródło informacji o usłudze (79 na 233 – 33,9%), w porównaniu do beneficjentów usługi transferu technologii (16/66 – 24,2%); znacznie większy odsetek klientów korzystających z transferu technologii (31/66 – 47,0%) wskazało źródło informacji „od znajomych”, w porównaniu z klientami audytu (72/233 – 30,9%). Obie te obserwacje dotyczące kanałów informacji z których korzystają klienci transferu technologii i klienci usługodawców o profilu branżowym świadczy o tym, że **przedsiębiorcy poszukujący bardziej zaawansowanych usług aktywnie poszukują gwarancji jakości oferowanych usług, za którą uznają rekomendację „znajomych”.**

Obserwujemy też spadek znaczenia innych instytucji otoczenia biznesu (zmiana istotna statystycznie) jako źródła informacji o ofercie KSI KSU. Te wskazania wyraźnie pokazują, jakimi kanałami dociera do przedsiębiorców informacja i wskazują na spadek znaczenia sieci instytucjonalnej przy wzroście znaczenia sieci wirtualnej.



Wykres 45. Źródła informacji o sieci KSI KSU i jego ofercie usług proinnowacyjnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=306, Klienci 2012 n=299]

3.2.2. Ocena zakresu i jakości dostępnych usług doradczych proinnowacyjnych

3.2.2.1. Ocena zakresu usług

Analiza wskazań na konkretne usługi doradcze (wykres 46) pokazuje, że **usługi, z których najczęściej skorzystali przedsiębiorcy obejmują: audyt technologiczny (Klienci 2010- 63,8%, Klienci 2012- 69,7%), i pozostałe usługi, z których skorzystało znacznie mniej klientów KSI KSU (w przybliżeniu – trzykrotnie mniej)**. Wśród usług pozostałych wśród Klientów 2012 największą popularnością cieszyły się usługi: monitoring realizacji umowy transferu technologii i inne aspekty powdrożeniowe, pomoc doradcza we wdrażaniu technologii, pomoc we wdrażaniu nowych technologii w przedsiębiorstwie, pomoc we wdrażaniu nowych produktów lub usług przez przedsiębiorstwo (które deklarowała ponad jedna piąta Klientów 2012). Podobny ranking obserwujemy dla Klientów 2010. Największe różnice widać w przypadku usługi „pomoc w transferze technologii z uczelni wyższej do firmy” (spadek o 8,2 punkta procentowego) i „monitorowanie umowy i inne aspekty pomocy powdrożeniowej” (wzrost o 12,5 punkta procentowego). Na dole rankingu w obu grupach klientów są usługi związane z rozwijaniem wzornictwa przemysłowego.



Wykres 46. Usługi doradcze proinnowacyjne, z których firma korzystała w okresie ostatnich 3 lat

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy skorzystali z usług doradczych proinnowacyjnych w ostatnich 3 latach [Klienci 2010 n=348, Klienci 2012 n=394]

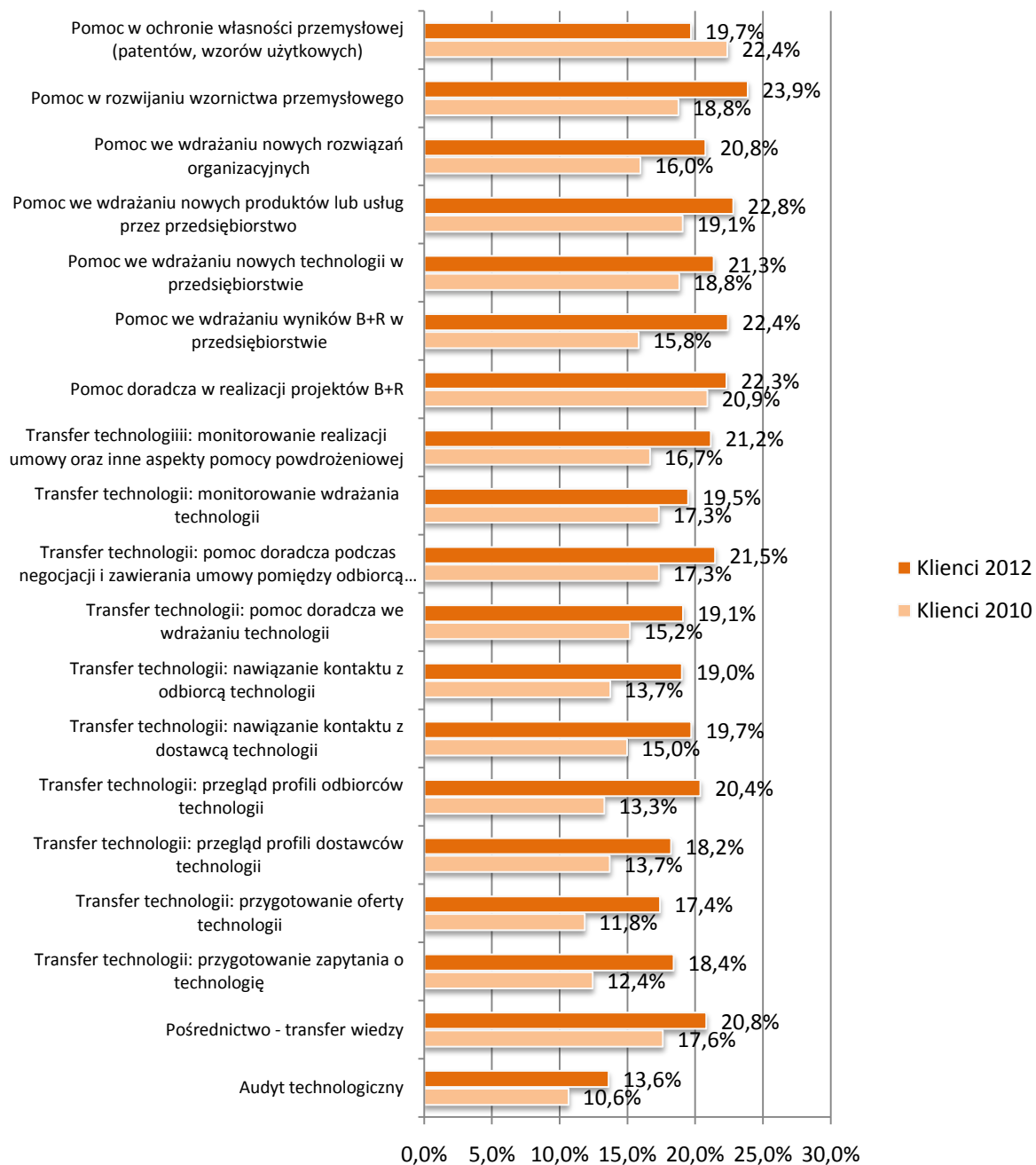
W opinii większości klientów KSI **liczba usługodawców** świadczących usługi proinnowacyjne jest wystarczająca (68-70% wskazań na „całkowicie wystarczająca” i „raczej wystarczająca” dla usługi audytu technologicznego i ok. 56% pośrednictwa w procesie transferu wiedzy). Na wykresie 47 pokazano średnie oceny, jakie uzyskała dostępność poszczególnych typów usług w skali od 0-całkowicie niedostępne do 4 – całkowicie dostępne. Widać że większość ocen plasuje się powyżej średniej oceny, bliżej oceny „raczej dostępne”. Nie ma w tym zakresie istotnych różnic pomiędzy opiniami Klientów 2012 i 2010. Postrzeganie tej kwestii przez klientów KSI KSU wydaje się być zniekształcone otrzymaną usługą KSI KSU, bowiem za najbardziej dostępne (dolne słupki na wykresie 47) uważane są usługi audytu technologicznego i grupa usług dotyczących pośrednictwa w zakresie transferu technologii. Najsilniej odczuwany brak dostawców usług doradczych proinnowacyjnych dotyczy pomocy w ochronie własności przemysłowej, pomocy doradczej w realizacji projektów badawczych obejmujących przedsięwzięcia techniczne, technologiczne lub organizacyjne prowadzące do stworzenia prototypu, pomocy w rozwijaniu wzornictwa przemysłowego, pomocy we wdrażaniu nowych technologii w przedsiębiorstwie oraz pośrednictwa w procesie transferu wiedzy. Ogólnie różnice w ocenach dostępności poszczególnych usług nie są duże, co może sugerować pewną zachowawczość respondentów w formułowaniu opinii. Widać też tendencję poprawy dostępności usług do tej pory najmniej popularnych wśród Klientów 2012. Jednak nawet najbardziej popularna usługa audytu technologicznego jest postrzegana tylko jako „raczej dostępna” i jej ocena dostępności obniżyła się wśród Klientów 2012.



Wykres 47. Ocena dostępności usług doradczych proinnowacyjnych (0-całkowicie niedostępna, 1- raczej niedostępna, 0- ani dostępna, ani niedostępna, 3- raczej dostępna, 4- całkowicie dostępna)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy skorzystali z usług doradczych proinnowacyjnych w ostatnich 3 latach [Klienci 2010 n=348, Klienci 2012 n=394]

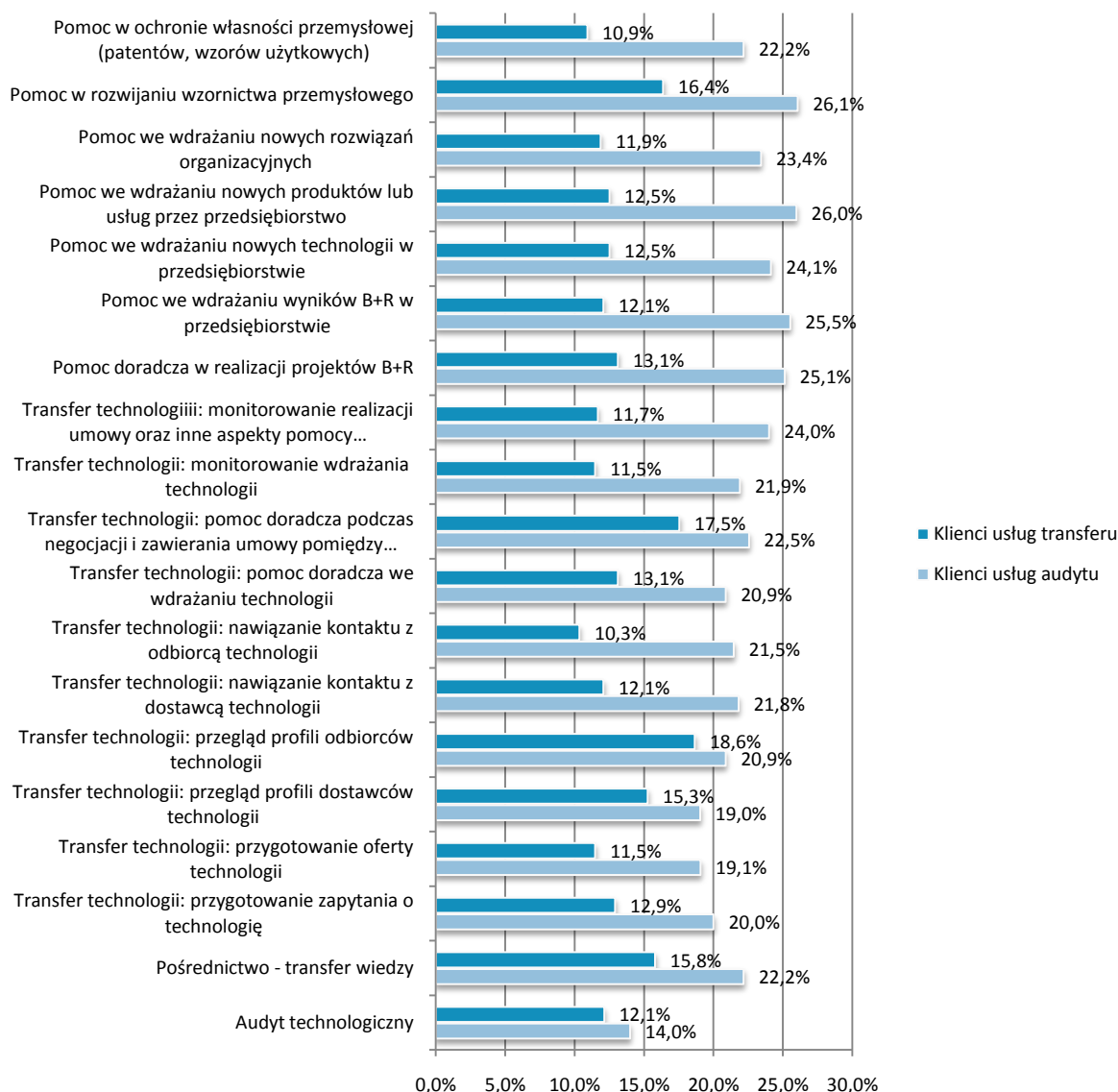
Biorąc pod uwagę, że 2/3 respondentów zna tylko jednego usługodawcę świadczącego usługi transferu technologii (wykres 32) ranking powyższy należy raczej interpretować jako dostępność poszczególnych typów usług u usługodawców KSI KSU, a nie ogólną dostępność tych usług na rynku usług doradczych proinnowacyjnych. Znacznie ciekawsze są zatem opinie tych, którzy są niezadowoleni z dostępności usług. Tu widać większą różnicę w opiniach o dostępności poszczególnych usług jak i różnice w opiniach Klientów 2010 i 2011 (wykres 48) – wzrosła ogólnie wśród Klientów 2012 krytyka dostępności prawie wszystkich kategorii usług (oprócz pomocy w ochronie własności przemysłowej).



Wykres 48. Odsetek klientów KSI KSU uważających, że liczba usługodawców świadczących usługi w poszczególnych kategoriach jest całkowicie niewystarczająca lub raczej niewystarczająca.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=348, Klienci 2012 n=394]

Na taki obraz uzyskanych odpowiedzi wpłynęli głównie Klienci 2012, którzy otrzymali usługę audytu technologicznego: w przybliżeniu tylko co dziesiąty klient usługi transferu technologii twierdzi, że liczba dostawców usług proinnowacyjnych jest niewystarczająca (wykres 49) podczas gdy odsetek klientów usług audytu technologicznego mających taką samą opinię jest około dwa razy większy. Co ciekawe beneficjenci danego typu usługi mają podobną ocenę jej dostępności tj. odsetek klientów usług transferu technologii twierdzących, że liczba dostawców tych usług jest niewystarczająca jest podobny do odsetka klientów usługi audytu mających taką opinię na temat dostawców usługi audytu technologicznego - na poziomie ok. 10%. Można więc skonkludować, że klienci audytu, którzy nie korzystali z usług transferu mają zbyt pesymistyczny obraz rynku tych usług wynikający z jego gorszej znajomości (potwierdzonej zresztą wcześniej – wykres 36)



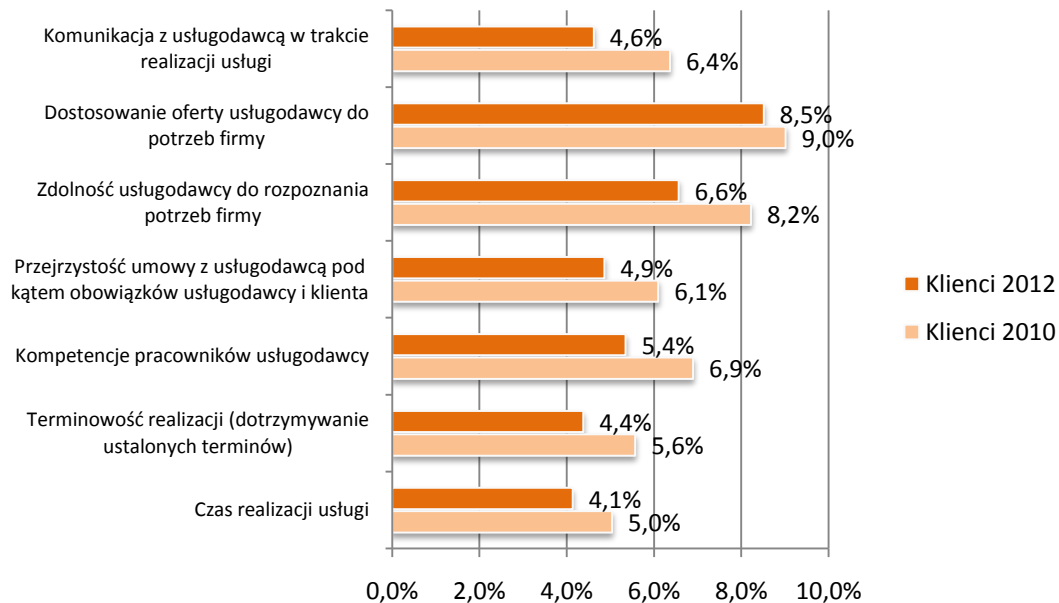
Wykres 49. Odsetek klientów KSI KSU uważających, że liczba usługodawców świadczących usługi w poszczególnych kategoriach jest całkowicie niewystarczająca lub raczej niewystarczająca.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=394]

3.2.2.2. Ocena jakości usług KSI KSU

Klienci 2012 wykazują też większy krytycyzm w ocenie jakości samej usługi. Ogólnie spadła liczba zadowolonych i raczej zadowolonych (Klienci 2010 -60,7%, Klienci 2012 -55,6%) wśród Klientów KSI KSU ale spadek jest nieznaczny (nieistotny statystycznie). Jednocześnie spadła też liczba zdecydowanie niezadowolonych i raczej niezadowolonych (odpowiednio z 6,5% na 5,4%). Oznacza to, że wzrosła liczba tych, którzy nie mają zdania na temat jakości otrzymanej usługi (kategoria: „ani zadowolony, ani niezadowolony”). Może to wskazywać na niską przydatność otrzymanej usługi, a ponieważ nie wiązała się z kosztami - stosunek klienta do niej jest obojętny.

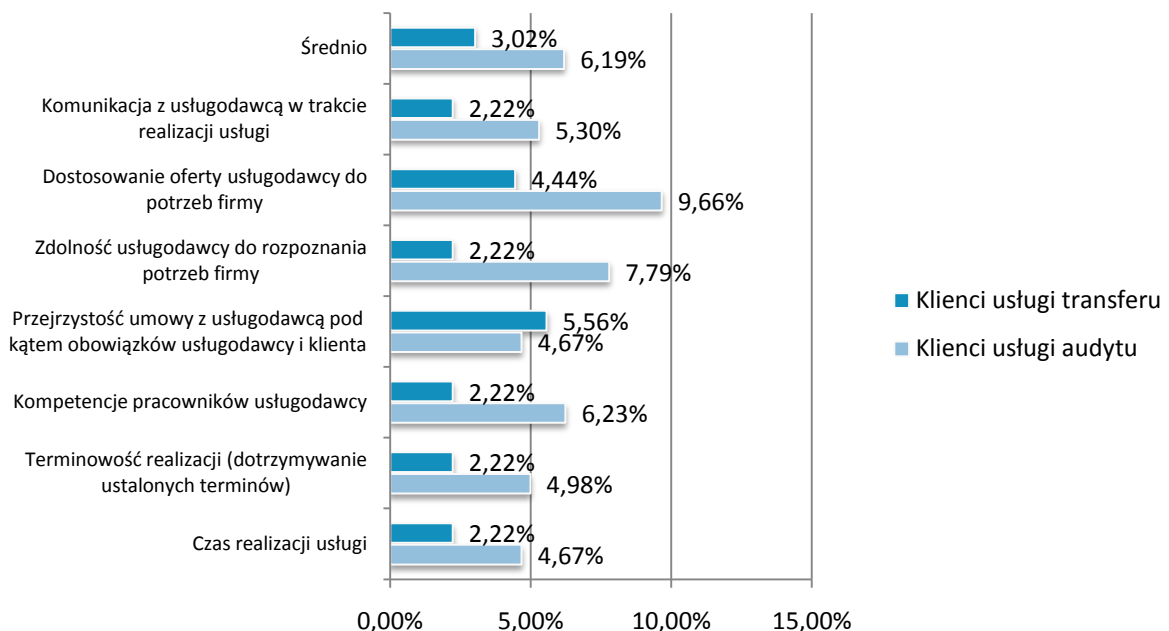
Na wykresie 50 widać (odsetek niezadowolonych i całkowicie niezadowolonych) pozytywną tendencję, zmniejszenia się odsetka niezadowolonych z usługi we wszystkich kategoriach ocen. Nadal **najłabszą stroną jakości usług proinnowacyjnych świadczonych przez ośrodki KSI KSU są: dostosowanie oferty do potrzeb firmy i zdolność usługodawcy do rozpoznania potrzeb firmy i kompetencje pracowników usługodawcy.**



Wykres 50. Odsetek klientów KSI KSU uważających, że wymienione aspekty usługi były raczej niezadowolające lub niezadowolające.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=377, Klienci 2012 n=411]

Analizując odpowiedzi Klientów 2012 na to pytanie w podziale na klientów usługi transferu technologii i audytu technologicznego widać, że to klienci usługi audytu technologicznego są bardziej krytyczni niż klienci usługi transferu technologii (wykres 51).



Wykres 51. Odsetek Klientów 2012 uważających, że wymienione aspekty usługi były raczej niezadowolające lub niezadowolające w podziale na klientów usługi audytu technologicznego i transferu technologii.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=309]

Na te same niezadowolające elementy usługi wskazują klienci KSI KSU w odpowiedzi na pytanie otwarte: „Co budziło najwięcej zastrzeżeń w usłudze KSI, z której Państwo skorzystaliście?”.

Głównym zastrzeżeniem co do jakości pozyskanej usługi KSI KSU było **niedostosowanie usługi do rzeczywistych potrzeb firmy** wynikające ze **słabego przygotowania merytorycznego konsultanta**, jego słabego zaangażowania i małej inwencji, niedostatecznej wiedzy praktycznej usługodawcy, zbyt ogólnych i mało przydatnych wnioskach (Klienci 2010 - 10,7% vs. Klienci 2012 - 11,8%); w drugiej kolejności wskazano na biurokratyczne procedury towarzyszące usłudze (Klienci 2010 - 5,7% vs. Klienci 2012 - 2,8%). Nieliczne zastrzeżenia zanotowano w kontekście zbyt długiego czasu trwania usługi (Klienci 2012 - 1,7%) oraz kosztów, jakie wygenerowała usługa (Klienci 2012 - 0,5%). Te same hasła powtarzają się w przypadku pytania o to co powinno się zmienić w standardzie usługi doradczej proinnowacyjnej.

Natomiast brak zastrzeżeń wskazało (55,5% vs 43,8% respondentów, a (15,1% vs. 9,7%) nie potrafiło ich sprecyzować („trudno powiedzieć”). Co zaskakujące to fakt, że 4 z 27 Klientów 2012, którzy udzielili odpowiedzi na to pytanie stwierdziło, iż nie było klientem KSI KSU.

Badani klienci KSI KSU w obu grupach uważają, że **największą wartość** usług doradczych o charakterze proinnowacyjnym **stanowi obiektywny charakter przeprowadzonej diagnozy** rzucający świeże spojrzenie na działalność firmy, pozwalające na określenie potencjału i możliwości rozwoju firmy (Klienci 2010 – 19,1%, Klienci 2012 - 20,6%), Kolejne miejsca zajęły stwierdzenia wskazujące na wartościowe elementy usługi: pozyskanie nowej wiedzy, nowych technologii i ich dostawców (Klienci 2010 – 6,0%, Klienci 2012 - 15,9%) oraz jakość otrzymanej usługi, rozumiana jako wiedza, doświadczenie, kompetencje usługodawców, fachowość, szybkość i terminowość realizacji usługi (Klienci 2010 – 15,4%, Klienci 2012 - 12,3%). Dla mniejszej grupy przedsiębiorców wartościowa jest również analiza branży, rynku, benchmark (Klienci 2010 - 2,5%, Klienci 2012 - 3,3%), lub uzyskanie dofinansowania (Klienci 2010 - 5,1%, Klienci 2012 - 3,1%). Warto również nadmienić, że dla 1,7% Klientów 2012 usługa okazała się wartościowa pod każdym względem.

Wśród badanych klientów KSI KSU zmalał odsetek (z 16,5%-Klienci 2010 - na 8,5%- Klienci 2012) tych którzy nie potrafili wskazać, co było wartościowe, a także tych (z 16,0% na 6,6%), którzy uznali, że otrzymana usługa jest mało wartościowa i nie przyniosła oczekiwanych efektów.

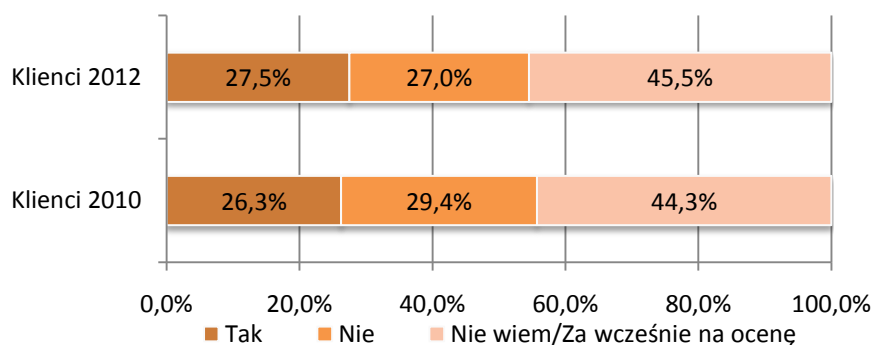
Na pytanie, czy są jakieś usługi doradcze wspierające rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie, z których firma nie skorzysta, choć ma taką potrzebę jedynie 19 z 422 klientów KSI KSU odpowiedziało na to pytanie wskazując, że katalog usług powinien być poszerzony w zakresie usług prawnych, przeprowadzania rozmów handlowych, logistyki, doradztwa dotyczącego informatycznych programów zarządzania (8 wskazań na 19). Wskazania dotyczyły również wsparcia dostawców technologii lub w poszukiwaniu technologii (4 na 19), wparcia w zakresie zdobywania środków finansowych (3 na 19) oraz większej elastyczności w kształtowaniu zakresu usługi w zależności od potrzeb klienta (1 na 19).

Klienci KSI KSU (Klienci 2012) w znikomym procencie (8%) korzystali z usług podmiotów **niekomercyjnych** innych niż KSI KSU. Były to różne usługi transferu technologii (5 podmiotów na 37 deklarujących skorzystanie z audytu technologicznego i 3 na 63, które skorzystały z różnych usług wchodzących w skład pakietu usługi transferu technologii), ale także szkolenia, analizy branżowe itp. Respondenci na ogół nie pamiętali nazw usługodawców – najczęściej były to ogólnie scharakteryzowane instytucje otoczenia proinnowacyjnego biznesu, w tym zdarzało się wskazywanie ośrodków KSI KSU. Wszyscy przedsiębiorcy korzystający z usług podmiotów niekomercyjnych deklarują zadowolenie z jakości otrzymanej usługi, choć Klienci 2012 są bardziej sceptyczni („zadowoleni” i „raczej zadowoleni” Klienci 2010 – 83,5%, Klienci 2012-65,3%). Wśród powodów niezadowolenia najczęściej wymieniano słabe kompetencje doradców, brak konkretnych rezultatów i brak realnych korzyści z wyświadczonej usługi.

Podobny jest odsetek klientów KSI KSU mających doświadczenia we współpracy z doradcami **komercyjnymi**. Najczęściej usługa dotyczyła pozyskiwania środków unijnych a także różnych aspektów zarządzania przedsiębiorstwem. Respondenci nie potrafili wymienić nazw usługodawców. Ponad trzy czwarte respondentów deklarowało zadowolenie z otrzymanej usługi.

3.2.2.3. Ocena korzyści z otrzymanej usługi

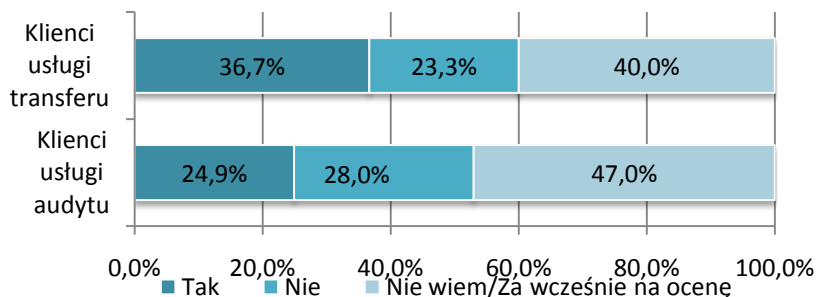
Oceny **realnych korzyści** ze zrealizowanej usługi doradczej Klientów 2012 i 2010 niewiele się różnią (wykres 52). Około 27-29% klientów twierdzi, że nie uzyskało realnych korzyści w wyniku otrzymanej usługi, pozostali twierdzą że takie korzyści widzą (ok. 27%) lub jest jeszcze za wcześnie, żeby je ocenić (45%).



Wykres 52. Opinia klientów KSI KSU na temat realnych korzyści dla przedsiębiorstwa w wyniku otrzymanej usługi KSI KSU.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=377, Klienci 2012 n=411]

Wyraźnie jednak większy odsetek klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) widzi realne korzyści z otrzymanej usługi w porównaniu do klientów audytu technologicznego (wykres 53).



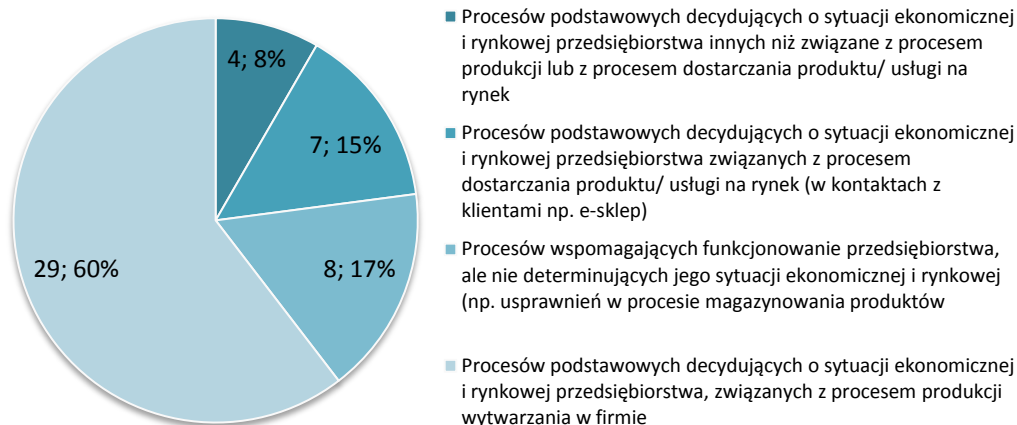
Wykres 53. Opinia klientów KSI KSU na temat realnych korzyści dla przedsiębiorstwa w wyniku otrzymanej usługi KSI KSU.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=411]

27,3% przedsiębiorców, którzy **dostrzegają korzyści** najczęściej definiuje korzyść jako otrzymanie użytecznych wskazówek i obiektywnej diagnozy sytuacji przedsiębiorstwa i/lub wdrożenie nowych rozwiązań technologicznych lub organizacyjnych (Klienci 2010 -10%, Klienci 2012 - 18%). O połowę mniej wskazań (Klienci 2010 -6%, Klienci 2012 - 9%) dotyczyło korzyści związanej z poprawieniem pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa (wzrost sprzedaży, zwiększenie efektywności wytwarzania, wzrost zadowolenia klientów). Jedynie dla 2,6% z badanych korzyścią okazało się uzyskanie dofinansowania z programów wsparcia (porzednio7%).

Głównymi powodami **braku korzyści** z wyświadczonej usługi doradczej proinnowacyjnej są: niska lub żadna użyteczność pozyskanej usługi, w tym brak praktycznych zastosowań, brak efektu wdrożonej usługi, niedostosowanie do potrzeb firmy (Klienci 2010 -20%, Klienci 2012 - 27% wskazań) a także zewnętrzne uwarunkowania, które wstrzymały lub opóźniły wdrożenie usługi (Klienci 2010 - 33%, Klienci 2012 - 20%).

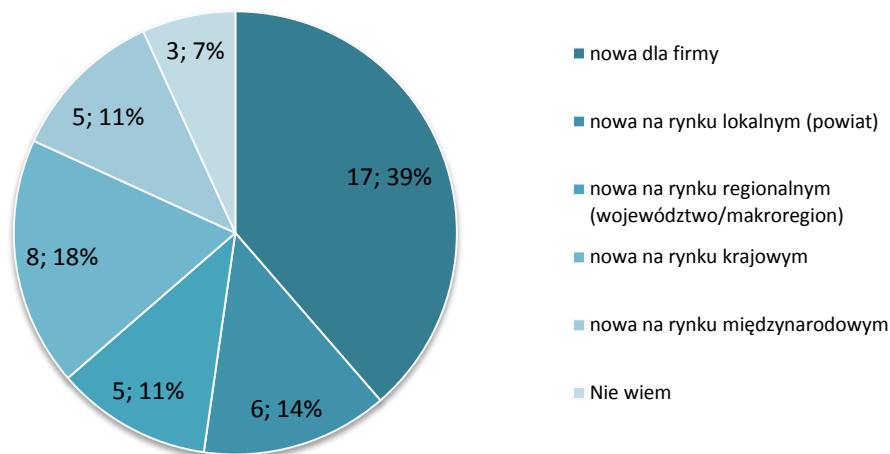
Usługa transferu technologii wyświadczona w ramach dofinansowania z Działania 5.2 PO IG dotyczyła najczęściej procesów podstawowych decydujących o sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa. (wykres 54).



Wykres 54. Klienci 2012. Procesy w przedsiębiorstwie których dotyczyła usługa transferu technologii dofinansowana z Działania 5.2 PO IG. Etykiety: liczba i odsetek wskazań.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=48]

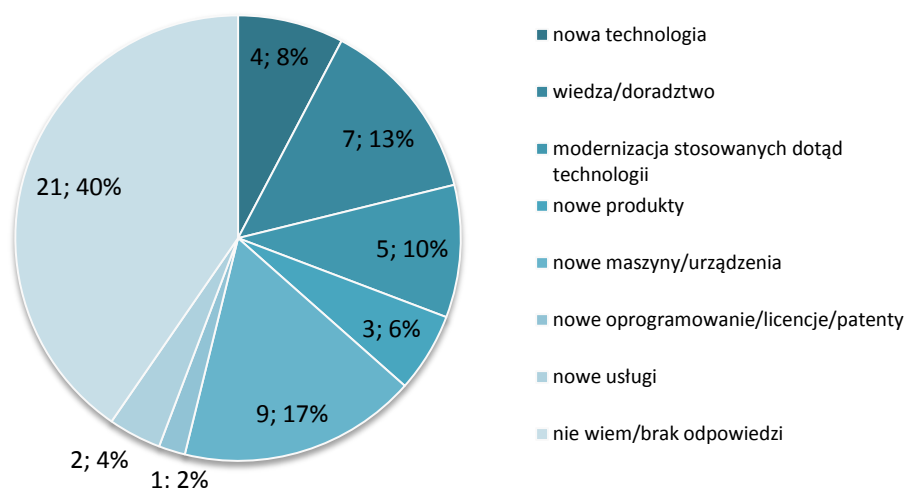
Ponad połowa klientów którzy otrzymali usługę transferu technologii finansowaną z Działania 5.2 PO IG wdrażała technologie nowe tylko dla firmy i na rynku lokalnym. Co dziesiąty wdrażał technologie nową na rynku międzynarodowym (wykres 55).



Wykres 55. Poziom nowatorstwa technologii w przedsiębiorstwie których dotyczyła usługa transferu technologii dofinansowana z Działania 5.2 PO IG. Etykiety: liczba i odsetek wskazań.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=44]

Na wykresie 56 pokazano jakiego rodzaju transferu technologii dotyczyła usługa. Takie pytanie znalazło się dodatkowo w kwestionariuszu skierowanym do Klientów 2012. Najczęściej transfer technologii dotyczył zakupu maszyn i urządzeń oraz transferu wiedzy.

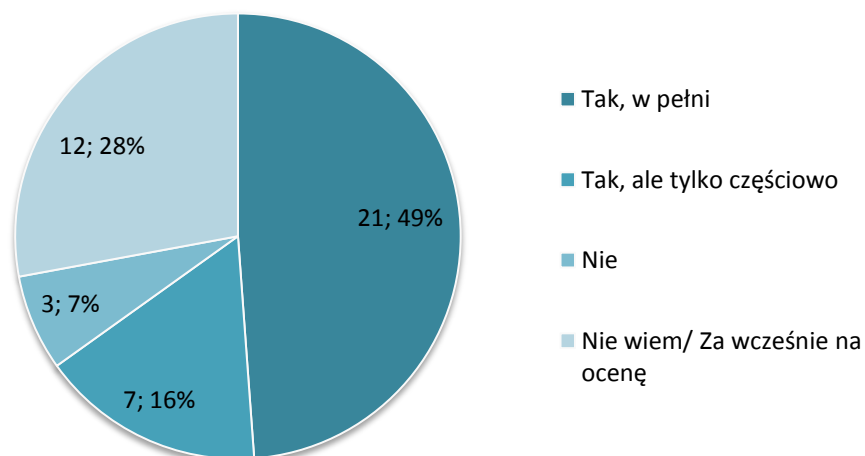


Wykres 56. Przedmiot transferu technologii którego dotyczyła usługa transferu technologii dofinansowana z Działania 5.2 PO IG. Etykiety: liczba i odsetek wskazań.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=52]

Przyczyny wyboru tej a nie innej technologii można podzielić na dwie kategorie – wewnętrzne (usprawnienie działalności/produkcji, poprawa jakości usług/produktów, dopasowanie technologii do potrzeb firmy, rozwój firmy) i zewnętrzne (zapotrzebowanie na rynku, poszerzenie oferty firmy, uzyskanie przewagi technologicznej na rynku).

Prawie połowa Klientów 2012 uważa, że cele przedsięwzięcia związanego z otrzymaną usługą zostały zrealizowane (wykres 52). Ci, którym nie udało się osiągnąć zakładanych celów wskazują na niezrealizowane cele biznesowe: wejście na rynek zagraniczny, osiągnięcie zakładanych zysków, zdobycie szerszego źródła zbytu (światowego), wdrożenie wszystkich etapów poprawy jakości. Przyczyna najczęściej okazywał się brak środków finansowych (ok. 40%), zmiany na rynku i w firmie, brak odpowiednich pozwoleń.

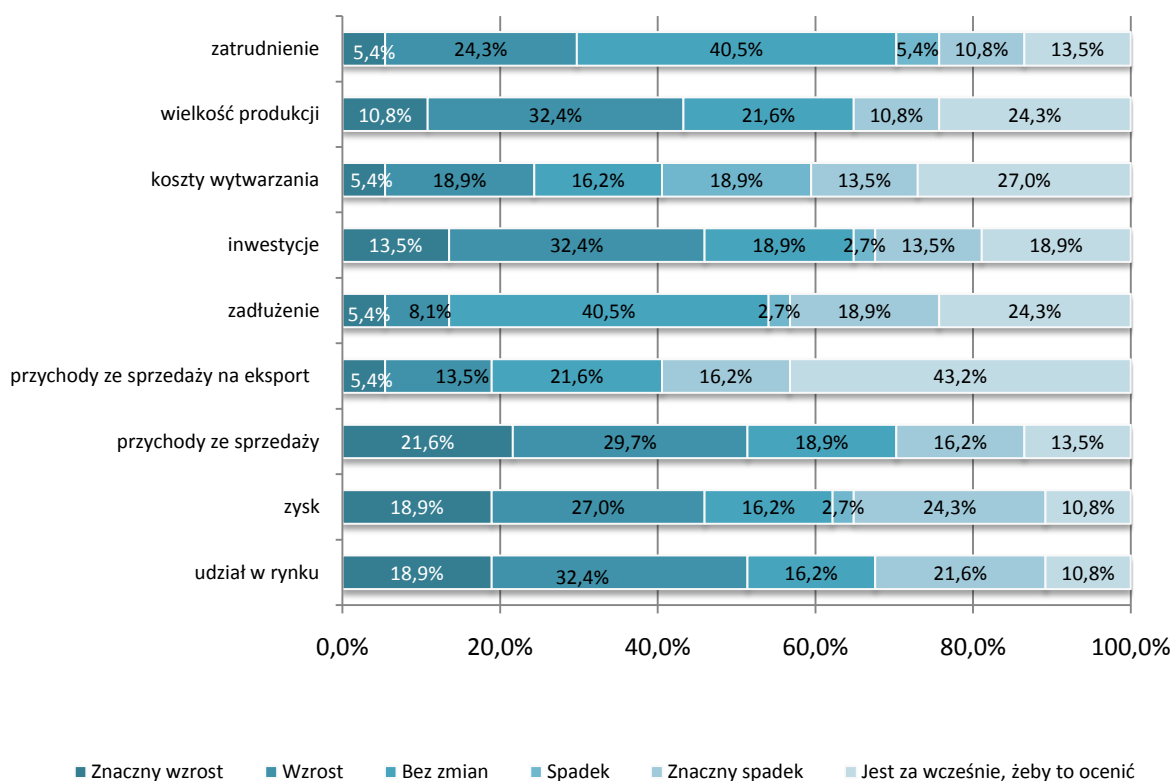


Wykres 57. Klienci KSI KSU, którzy w wyniku usługi doradczej proinnowacyjnej (Działanie 5.2 PO IG) zrealizowali swoje cele. Etykiety: liczba i odsetek wskazań.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=43]

Klienci 2012²⁰ zostali zapytani czy w wyniku wdrożenia technologii w firmie zmieniła się sytuacja przedsiębiorstwa w sferach charakteryzujących jego kondycję ekonomiczną. Deklaracje przedsiębiorców wskazują na dość **optymistyczny obraz wpływu dokonanego transferu technologii na sytuację firmy**. Ponad połowa zapytanych deklaruje wzrost („wzrost” i „znacny wzrost” na wykresie 58) udziału w rynku i przychodów ze sprzedaży. U prawie połowy zapytanych wzrósł zysk i wielkość produkcji i taka sama część beneficjentów usługi transferu technologii deklaruje wzrost wydatków inwestycyjnych. Zatrudnienie wzrosło u prawie 1/3 przedsiębiorców. Więcej respondentów deklaruje spadek zadłużenia niż wzrost zadłużenia oraz spadek kosztów wytwarzania niż wzrost kosztów wytwarzania. Są to bardzo dobre wskaźniki ekonomiczne przedsiębiorstw świadczące o tym, że duża część przedsiębiorst-Klientów KSI - jest w dobrej kondycji i znajduje się w fazie rozwoju, do czego w ich opinii przyczyniła się wdrożona technologia będąca przedmiotem usługi ośrodka KSI KSU.

Najniższe wskaźniki wzrostu odnotowują beneficjenci usługi transferu technologii w obszarze eksportu – tylko co piąty z nich deklaruje wzrost przychodów ze sprzedaży na eksport. Potwierdza to po raz kolejny obserwację, że mamy do czynienia z przedsiębiorcami, którzy nie działają na rynkach światowych, chociaż w tej kategorii (odmiennie niż w pozostałych) duża grupa respondentów (prawie połowa) uważa że „jest za wcześnie żeby to ocenić”.

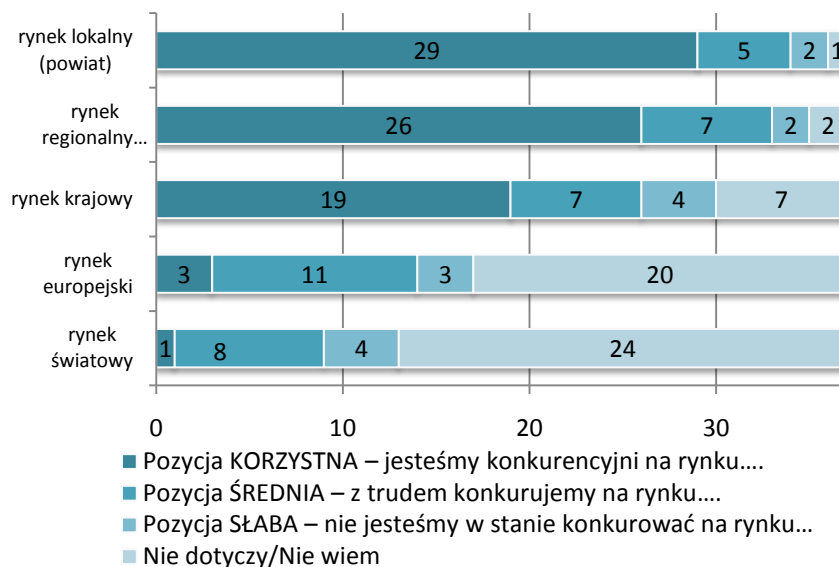


Wykres 58. Ocena sytuacji przedsiębiorstwa w wyniku wdrożenia technologii będącej przedmiotem usługi ośrodka KSI KSU. Klienci 2012. (Uwaga: wartości procentowe obliczone dla małej liczebności próby)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=37 286]

²⁰ Tego pytania nie było w ankiecie dla Klientów 2010

Wyniki samooceny klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) dotyczące pozycji konkurencyjnej ich firmy na rynku wydają się być równie optymistyczne (wykres 59). Ponad połowa klientów uważa że ma korzystną pozycję konkurencyjną co najmniej na rynku krajowym, z czego co dziesiąty tak ocenia swoją pozycję na rynku co najmniej europejskim (pozycja korzystna – przedsiębiorstwo charakteryzuje się przewagami konkurencyjnymi i ma możliwości ciągłej poprawy własnej pozycji konkurencyjnej na wskazanym rynku). Stosunkowo mała liczba klientów (co dziesiąty) nie jest w stanie działać skutecznie na rynkach ponadlokalnych (nie ma pozycji korzystnej).

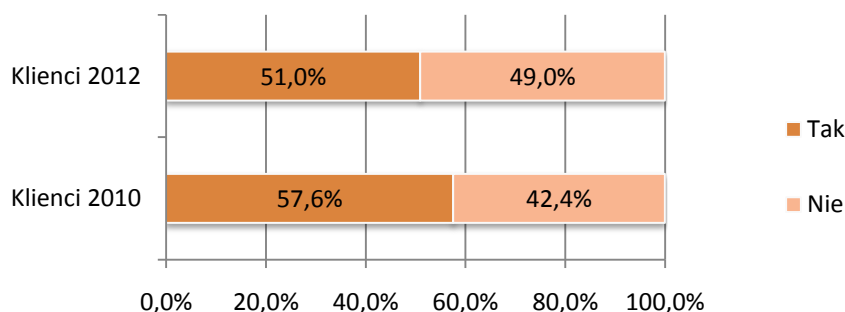


Wykres 59. Samoocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Klienci 2012, którzy skorzystali z usługi transferu technologii dofinansowanej z Działania 5.2 PO IG.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=37]

3.3. Potrzeby przedsiębiorstw w zakresie usług transferu technologii

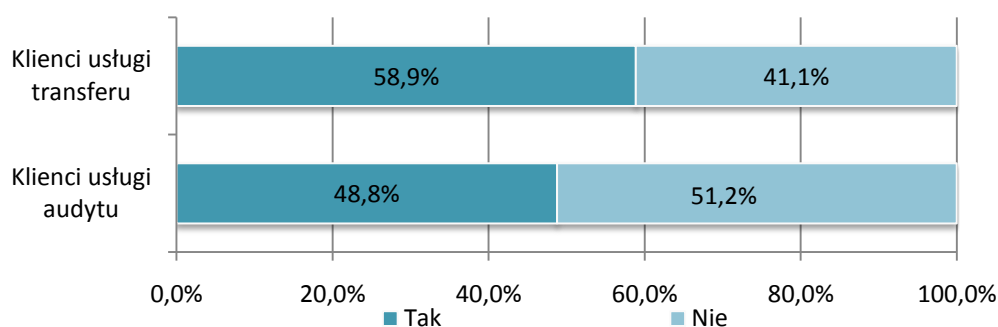
Tylko nieco ponad połowa z tych, co skorzystali z usługi KSI KSU deklaruje zamiar skorzystania z usług doradczych proinnowacyjnych w okresie najbliższych 3 lat (wykres 60). Odsetek ten zmniejszył się wśród Klientów 2012 do 51%, zmiana ta jest istotna statystycznie. **Wynik ten może sugerować brak pełnego zadowolenia z uzyskanego w KSI KSU wsparcia ale powodem może być też mniejszy optymizm „rynkowy” obserwowany przy okazji planów inwestycyjnych.**



Wykres 60. Odsetek firm, które w okresie najbliższych 3 lat planują skorzystać z usług doradczych proinnowacyjnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2010 n=377, Klienci 2012 n=416]

Częściej chęć skorzystania z usługi doradczej proinnowacyjnej w przyszłości wyrażają klienci usługi transferu technologii (wykres 61).



Wykres 61. Odsetek firm, które w okresie najbliższych 3 lat planują skorzystać z usług doradczych proinnowacyjnych w podziale na klientów usługi audytu technologicznego i transferu technologii.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU [Klienci 2012 n=416]

Trzy pierwsze miejsca w rankingu usług z których Klienci 2012 zamierzają skorzystać w przyszłości (wykres 62) zajmują usługi związane pomocą we wprowadzaniu nowych produktów i usług, audyt technologiczny i pomoc we wprowadzeniu nowych rozwiązań organizacyjnych. Jednak na czwartym miejscu pojawia się pośrednictwo w transferze wiedzy z uczelni wyższej do firmy, co jest pozytywnym znakiem poszukiwania nowych rozwiązań w kontaktach z sektorem nauki.



Wykres 62. Usługi doradcze w zakresie transferu technologii, z których firma zamierza skorzystać w okresie najbliższych 3 lat.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy zamierzają skorzystać z usług doradczych proinnowacyjnych w najbliższych 3 latach [Klienci 2010 n=217, Klienci 2012 n=212]

Warto zwrócić uwagę na te usługi, które zdecydowanie częściej są wskazywane przez klientów transferu technologii niż audytu technologicznego (wykres 63). Dotyczy to, co nieco zaskakujące, audytu technologicznego oraz, co mniej zaskakujące, elementów składowych usługi pośrednictwa w zakresie transferu technologii (przygotowanie zapytania o technologię, przegląd profili dostawców technologii). Znacznie częściej też klienci usług transferu technologii wskazywali pomoc w ochronie własności przemysłowej (patentów, wzorów przemysłowych), pomoc doradcza w realizacji projektów badawczych prowadzących do stworzenia prototypu.



Wykres 63. Usługi doradcze w zakresie transferu technologii, z których firma zamierza skorzystać w okresie najbliższych 3 lat. Klienci 2012 w podziale na klientów audytu technologicznego i klientów transferu technologii.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań CAPI wśród usługobiorców klientów KSI KSU, którzy zamierzają skorzystać z usług doradczych proinnowacyjnych w najbliższych 3 latach [Klienci 2012 n=212]

Mniej niż 6% klientów KSI KSU poniosło dodatkowe koszty związane z usługą ośrodka KSI KSU. Przeciętna wartość dodatkowych kosztów (mediana) wynosiła dla Klientów 2010 - 3600 zł, a dla Klientów 2012 – 5000 zł. Nie ma istotnych statystycznie różnic między kosztami deklarowanymi przez Klientów 2010 i Klientów 2012.

Nieliczni respondenci (Klienci 2012) podali kwotę wynagrodzenia za usługę doradcy niekomercyjnego innego niż KSI KSU. Wahała się ona od 700 zł do 50 tys. zł – średnia wartość wynagrodzenia wyniosła ok. 10 tys. zł.

Średnie wynagrodzenie doradcy komercyjnego wynosiło ok. 10 tys. zł, przy rozpiętości wskazań od 200 zł do 80 tys. zł.

Większa grupa klientów KSI KSU jest gotowa w przyszłości ponieść koszty związane z usługą doradczą proinnowacyjną. Wśród Klientów 2012 jest to 17,3% a wśród Klientów 2010 - 12,5% Przeciętna wartość tych kosztów (mediana) to 5000 zł dla obu grup klientów. Nie ma istotnych statystycznie różnic pomiędzy średnimi wartościami kosztów deklarowanych przez Klientów 2010 i 2012. Klienci 2012, którzy skorzystali z usługi audytu technologicznego przeciętnie (mediana) są gotowi wydać 5000 zł na usługę doradczą proinnowacyjną podczas gdy klienci, którzy skorzystali z transferu technologii – 10 000 zł.

Kolejne 17,5% (Klienci 2010) i 14,5% (Klienci 2012) przedsiębiorców to firmy, które chciałyby skorzystać z usługi doradczej, ale nie są skłonne ponosić jakichkolwiek kosztów na za usługę świadczoną w obecnym kształcie. Deklarują taką gotowość jeśli by zmieniał się jej zakres lub standard Klienci bardzo niewiele potrafili powiedzieć na temat proponowanych zmian - mówiono o bardziej elastycznej formule działania, dostosowaniu usługi do specyfiki przedsiębiorstwa i branży, podniesieniu kompetencji doradców, wprowadzeniu większej odpowiedzialności doradcy za powodzenie projektu, oferowanie bardziej konkretnych produktów, polepszeniu komunikacji z doradcą (częstsza obecność).

4. Podsumowanie wyników badania

Usługi

Struktura usług w podziale na audyt technologiczny i transfer technologii w obu analizowanych okresach, wskazuje na znaczną przewagę liczby usług audytu technologicznego nad liczbą usług transferu technologii (audyt technologiczny stanowił ok. 85% wszystkich usług w okresie 2009/2010 i ok. 80% - w okresie 2010/2011).

Wartość dodana usługi audytu technologicznego jest mniejsza od wartości dodanej usługi pośrednictwa w transferze technologii (która aby za taką mogła być uznana, musi zakończyć się podpisaniem umowy pomiędzy dostawcą a odbiorcą technologii), bowiem bezpośrednim efektem usługi nie jest transfer technologii pomiędzy dostawcą a odbiorcą technologii. Jednak proporcja liczby usług audytu technologicznego przypadających na jedną usługę pośrednictwa w transferze technologii jest znacznie lepsza niż zakładana dopuszczalna wartość tej proporcji (20:1) w projekcie systemowym Działania 5.2 PO IG. Wynosi ona 7,5:1 dla usług z okresu 2009/2010 i 5,1:1 dla usług z okresu 2010/2011.

Także liczba usług transferu technologii przypadająca na jeden ośrodek KSI KSU od początku trwania projektu systemowego do końca czerwca 2011, która wyniosła średnio 12,5 usług na ośrodek jest trzykrotnie wyższa od zakładanej minimalnej (4 usługi na ośrodek).

Usługodawcy

W ewaluacji ex-post projektu systemowego 5.2 PO IG²¹ zaproponowano podział ośrodków KSI KSU na cztery grupy o podobnych charakterystykach działalności/pochodzenia: podmioty tworzone w celu wsparcia rozwoju lokalnego/regionalnego (agencje rozwoju regionalnego), podmioty działające na rzecz przedsiębiorczości (o charakterze sieciowym, stowarzyszeniowym lub samorządowo-izbowym), instytucje badawcze i branżowe oraz jednostki działające na rzecz transferu innowacji. Według autorów tego badania powstałe cztery grupy usługodawców wyraźnie odróżniają się od siebie również w sposobie realizacji projektu systemowego – jako kryterium przyjęto wielkość budżetu projektu. To kryterium wydaje się uzasadnione bowiem większy budżet projektu przekłada się niewątpliwie na większą liczbę klientów ośrodka, a ta świadczy o aktywności ośrodka w świadczeniu usług, w tym, większej liczby usług droższych, czyli transferu technologii. Do analizy wyników w niniejszym badaniu zapożyczyliśmy ten podział. Ośrodki KSI KSU podzieliiliśmy na „KSI branżowe” do których zaliczamy grupę trzecią i czwartą z wymienionych powyżej oraz „KSI pozostałe”.

Ośrodki o profilu branżowym (KSI branżowe) przodują w liczbie wyświadczonych usług transferu technologii w proporcji do liczby wyświadczonych usług audytu technologicznego. Średnio w grupie KSI branżowych (usługi 2010/2011) co trzecia usługa jest usługą transferu technologii, podczas gdy w pozostałych ośrodkach tylko co ósma.

KSI branżowe prawie dwa razy częściej niż pozostałe KSI (62,6% vs 37,4%) oferują usługę transferu technologii jako wynik przeprowadzonego wcześniej audytu. Jednocześnie ponad dwukrotnie rzadziej (70,8% vs 29,2%) usługa ośrodka branżowego kończy się na etapie audytu technologicznego.

KSI branżowe częściej niż pozostałe ośrodki KSI KSU obsługują klientów, którzy działają na bardziej konkurencyjnych rynkach: światowym (19,4% vs 7,2%) i europejskim (12,9% vs 9,3%), a rzadziej klientów działających na rynkach regionalnym i lokalnym.

Usługodawcy o profilu branżowym znajdują klientów na swoje usługi poza granicami województwa w którym mają siedzibę znacznie częściej niż pozostali - to raczej klienci wydają się szukać ich specyficznej ekspertyzy niż oni klientów. Usługodawcy nie specjalizujący się w jakiejś konkretnej

²¹ Ewaluacja ex post projektu systemowego Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości „Rozwój usług doradczych o charakterze proinnowacyjnym świadczonych przez ośrodki Krajowej Sieci Innowacji” realizowanego w ramach Działania 5.2 PO IG, PARP, 2011, s. 15

branży (np. agencje rozwoju regionalnego) działają lokalnie. Dla autorów przywoływanego wcześniej badania ex-post ograniczona ponadregionalna aktywność ośrodków jest symptomem wskazującym na problemy z osiągnięciem jednego z podstawowych celów projektu systemowego Działania 5.2 PO IG - akumulacją doświadczeń, wzrostem potencjału ośrodka, i możliwością bardziej ekspansywnego zachowania w przyszłości²².

Klienci

Największy odsetek klientów ośrodków KSI KSU stanowią przedsiębiorstwa mikro (2/3), w drugiej kolejności małe (ok. 20%) i średnie (ok. 10%). Przedsiębiorstwa duże stanowią 2-3% klientów ośrodków KSI KSU. Struktura klientów KSI KSU nie zmieniła się znacząco w obu analizowanych okresach.

Profil klientów KSI KSU ze względu na staż na rynku, siedzibę (miasta, wieś), zatrudnienie, przychody, w obu porównywanych okresach jest podobny. Wyniki dotyczące przychodów i zatrudnienia świadczą o nieco lepszej kondycji ekonomicznej Klientów 2012 w porównaniu z Klientami 2010.

Mniejszy odsetek Klientów 2012 wprowadził innowacje w okresie 12 miesięcy poprzedzającym badanie niż w przypadku Klientów 2010. Nadal dominują innowacje, które są nowatorskie wyłącznie na poziomie firmy.

Trzy główne powody wprowadzania innowacji – niezależnie od grupy klientów – to: zapotrzebowanie zgłaszane przez klientów, odpowiedź na działania konkurencji oraz przyjęcie nowej strategii przez przedsiębiorstwo.

Najczęstszym sposobem wdrożenia innowacji w przedsiębiorstwach innowacyjnych jest w obu grupach klientów KSI KSU zakup maszyn i urządzeń oraz wdrożenie wyników własnych prac badawczo rozwojowych.

Wysoki odsetek przedsiębiorców wskazujących na wdrożenie wyników własnych prac badawczo-rozwojowych sugerowałoby wysoką aktywność badawczo-rozwojową w przedsiębiorstwach w Polsce. Jednak biorąc pod uwagę poziom nowatorstwa wdrażanych innowacji należy sądzić, że mamy zapewne do czynienia z niezbyt zaawansowanymi badaniami nie wymagającymi znaczącego zaplecza B+R, potwierdza to też niski odsetek przedsiębiorstw z sektorów wysokiej techniki i usług wiedzy chłonnych wśród klientów KSI KSU. Gdyby przyjąć to przypuszczenie za prawdziwe, to prezentowany wynik – niższy odsetek kupujących urządzenia i maszyny i wyższy odsetek wprowadzających w życie własne pomysły innowacyjne „bezinwestycyjnie” wśród Klientów 2012 w stosunku do Klientów 2010 - może świadczyć o pogorszeniu klimatu do inwestowania i niekorzystnej zmianie postaw przedsiębiorców.

Przedsiębiorstwa najczęściej wymieniają brak środków jako główną barierę wdrożenia innowacji. Wskaźnik przedsiębiorstw wskazujących ten powód pozostał na niezmiennym poziomie ok. 44,6% wśród Klientów 2010 i 2012. Istotnie statystycznie zmniejszyła się jednak obawa związana z ryzykiem wdrożenia innowacji, z 31,0% Klientów 2010 do 23,8% Klientów 2012.

Czwarte miejsce w rankingu bariery „brak czasu” wśród Klientów 2012 i znaczący „awans” tej bariery w rankingu: z siódmego miejsca (6,5% wskazań – Klienci 2010) na czwarte (16,1% - Klienci 2012) świadczyć może, o braku zasobów kadrowych, w szczególności w kontekście wysokiej pozycji „wdrożenia wyników własnych prac badawczo – rozwojowych”, jako sposobu wdrażania innowacji w firmie i w związku z działaniem w okresie narastającego kryzysu gospodarczego wymagającego koncentracji właścicieli i menadżerów firm na bieżących kwestiach związanych z zarządzaniem firmą.

Największy odsetek klientów KSI KSU 2010 i 2012 (ok. 70%) szacuje, że przychody uzyskane w wyniku wprowadzenia na rynek innowacyjnych produktów lub usług nie przekraczają 20% całkowitych przychodów firmy.

²² tamże, s.19

Mniejszy odsetek Klientów 2012 (70%) w porównaniu do Klientów 2010 (86,5%) zadeklarował poniesienie wydatków inwestycyjnych na wprowadzenie nowych usług lub produktów lub modernizację już istniejących usług lub produktów w 12 miesiącach poprzedzających badanie. To może potwierdzać przypuszczenie, że większy odsetek Klientów 2012 wdraża wyniki własnych prac badawczo-rozwojowych w trybie „bezinwestycyjnym”, co oczywiście musi się przekładać na poziom nowatorstwa tych wdrożeń.

Nie ma istotnych statystycznie różnic w przeciętnym poziomie inwestowania (mierzonym odsetkiem przychodów) w obu grupach klientów KSI KSU – średnia wartość inwestycji w grupie Klientów 2012 wyniosła 23,1% a w grupie Klientów 2010 - 19,0% przychodów.

Jak już wspomniano wcześniej, klientami ośrodków KSI KSU na ogół nie są przedsiębiorstwa należące do sektorów wysokiej techniki i usług wiodących. Tylko co 10 klient ośrodka KSI KSU należy do sektora wysokich i średnich technik wytwarzania, a co 15 do usług wysokiej techniki. Nieco więcej klientów z sektorów wysokiej techniki przypada na jednego usługodawcę branżowego niż na usługodawców pozostałych.

Firmy z sektora przetwórstwa przemysłowego (Klienci 2012), które otrzymały usługę transferu technologii, przeważają nad firmami-klientami audytu technologicznego, które z kolei są liczniej reprezentowane w sektorze usług wiodących. Zdecydowanie większa grupa firm z sektora przetwórstwa przemysłowego, klientów transferu technologii, należy do sektora niskiej techniki i średnio niskiej techniki (łącznie 29,2%) niż do sektora średnio wysokiej i wysokiej techniki (łącznie 14,2%). Ta sama prawidłowość dotyczy klientów audytu technologicznego, chociaż firmy z sektora średnio wysokiej techniki prawie dwa razy częściej były beneficjentami transferu technologii niż audytu (12,1% vs. 6,3%)

Większy odsetek klientów audytu technologicznego niż klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) ocenia swoją pozycję konkurencyjną jako korzystną na rynkach zagranicznych: europejskim i światowym. Z kolei znacznie większy odsetek klientów usługi transferu technologii ma silną pozycję, w swojej ocenie, na rynku krajowym.

Źródła informacji

Brak informacji technologicznej w ogóle nie jest postrzegany przez przedsiębiorców jako bariera wdrażania innowacji (ok. 4-5% wskazań). Klienci KSI KSU dość dobrze sobie radzą z poszukiwaniem informacji o nowych technologiach. Nadal, tak jak poprzednio, najlepszym źródłem tych informacji jest literatura fachowa, targi i wystawy, i najbliższe otoczenie rynkowe: konkurenci, klienci, dostawcy, co świadczy o nadal obowiązującym modelu „imitacyjnym” wdrażania innowacji wśród klientów KSI KSU. Jeszcze bardziej zmalała rola instytucji wsparcia biznesu jako źródła wiedzy o rozwiązaniach technologicznych w branży w której działa przedsiębiorca.

Na niezmiennym poziomie (ok. 45%) pozostaje odsetek klientów KSI KSU, którzy deklarują dobrą znajomość najnowszych wyników badań naukowych w branży, w której działają. Klienci 2012 nieco mniejszą uwagę przywiązują do ofert dostawców technologii – wiąże się to z sygnalizowanym już ogólnym pogorszeniem klimatu inwestycyjnego – istotnie zmniejszył się odsetek klientów KSI KSU (Klienci 2010 – 68,2%, Klienci 2012 – 56,4%), którzy planują w najbliższych 3 latach zakup wiedzy lub maszyn.

Sposoby transferowania technologii

Transfer technologii w przedsiębiorstwach klientów KSI KSU w obu badanych grupach odbywa się w podobny sposób: głównym sposobem w przeszłości i w najbliższych 3 latach będzie zakup maszyn i urządzeń (ok. 90% klientów). W drugiej kolejności wymienia się zakup usług doradczych (na sześciokrotnie niższym poziomie -ok.15%).

Deklarowane przez klientów usług transferu technologii i klientów usługi audytu (Klienci 2012) preferencje co do sposobu wdrożenia zmian w firmie w ciągu najbliższych 3 lat, jeśli wyłączyć zakup maszyn i urządzeń, są zróżnicowane. Większy odsetek klientów usługi audytu technologicznego planuje w przyszłości skorzystać z usługi doradczej lub zakupić wyniki prac badawczo rozwojowych, z kolei więcej klientów usługi transferu technologii planuje zakup licencji lub zakup usług mających charakter prac badawczo-rozwojowych

Klienci 2012 wykazują się nieco większym pesymizmem zarówno co do deklaracji na temat wagi przeszkód, które utrudniają transfer technologii, jak i gotowości do dokonania transferu w przyszłości. W tym drugim obszarze różnica jest istotna statystycznie i wynosi ponad 10 punktów procentowych (Klienci 2010 – 68,2%, Klienci 2012- 56,4%)

Percepcja rynku usług doradczych proinnowacyjnych

Tylko co czwarty Klient 2010 i co piąty Klient 2012 zna jakichkolwiek dostawców usług pośrednictwa pomiędzy sprzedającymi a kupującymi technologię (usług transferu technologii). Większy odsetek klientów korzystających z usługi transferu technologii (Klienci 2012) deklaruje taką znajomość w porównaniu do klientów korzystających z usługi audytu technologicznego (29,7% vs 17,0%). Lepsza wśród Klientów 2012 w porównaniu z Klientami 2010 wydaje się znajomość otoczenia instytucjonalnego podmiotów uczestniczących w procesie transferu technologii – znacznie zmalał odsetek wskazań na firmy komercyjne - przedstawicieli handlowych firm oferujących maszyny, urządzenia i oprogramowanie, a wzrósł odsetek takich instytucji jak: centra transferu technologii, inkubatory technologiczne, parki technologiczne oraz partnerów w procesie transferu technologii, takich jak instytuty badawcze i uczelnie wyższe.

Natomiast rozpoznanie instytucji wspierających rozwój przedsiębiorczości nie zmieniło się wśród Klientów 2010 i 2012 – nadal prym, ze znaczną przewagą, wiedzie PARP (Klienci 2012: znajomość spontaniczna – 55,7%), i nadal duże znaczenie dla przedsiębiorców mają instytucje administracji rządowej i samorządowej stanowiące bezpośrednie otoczenie administracyjne przedsiębiorcy. Krajowy System Usług KSU wskazywany jest na czwartym miejscu (Klienci 2012: znajomość spontaniczna – 13,8%).

Można mówić o pogorszeniu efektów działań informacyjnych doradców pracujących z klientami. Rozpoznawalność usług transferu technologii wśród klientów KSI KSU zmalała - tylko co piąty Klient 2012 zna szczegóły oferty usług transferu technologii, a co gorsza, taka sama część Klientów 2012 nie zna oferty usług transferu technologii nawet na poziomie ogólnym. Taka niska znajomość tej usługi wśród klientów KSI KSU korzystających przynajmniej z usługi audytu technologicznego jest zaskakująca. Obserwacje te potwierdzają odpowiedzi na pytania o elementy usług audytu technologicznego i usługi transferu technologii. Trudniejsza do właściwego zdefiniowania dla klientów (Klienci 2012) jest istota usługi audytu technologicznego. Duża część klientów KSI KSU dobrze rozumie istotę samego procesu transferu technologii, choć z kolei zrozumienie (wskazanie) roli doradcy w procesie jest bardzo małe (ok. 13% klientów).

Najważniejszym kanałem komunikacji pozostaje Internet. Znacznie poprawiła się pozycja stron internetowych ośrodków KSI KSU jako źródła informacji o ofercie (Klienci 2010 -19,1%; Klienci 2012 – 31,8%). To źródło informacji częściej wskazują klienci (Klienci 2012) audytu technologicznego (33,9%), w porównaniu do klientów usługi transferu technologii (24,2%). Zmalała rola bezpośredniego kontaktu z innymi instytucjami otoczenia biznesu, co świadczy o rosnącej przewadze sieci wirtualnych nad sieciami instytucjonalnymi.

Wysoką pozycję (awans z czwartego na pierwsze miejsce w rankingu) uzyskały informacje przekazywane przez znajomych. Może to pośrednio świadczyć o zadowoleniu z jakości usługi KSI KSU, które są polecane przez byłych klientów swoim znajomym. Znacznie większy odsetek klientów (Klienci 2012) korzystających z transferu technologii (47,0%) wskazał to źródło informacji w porównaniu z klientami usługi audytu (30,9%). Świadczy to o tym, że przedsiębiorcy poszukujący bardziej zaawansowanych usług aktywnie poszukują potwierdzenia jakości oferowanych usług, za które uznają rekomendację „znajomych”.

Dostępność usług

Usługi, z których najczęściej skorzystali przedsiębiorcy obejmują: audyt technologiczny (Klienci 2010- 63,8%, Klienci 2012- 69,7%), i pozostałe usługi, z których skorzystało znacznie mniej klientów KSI KSU (w przybliżeniu – trzykrotnie mniej). Wśród usług pozostałych wśród Klientów 2012 największą popularnością cieszyły się usługi: monitoring realizacji umowy transferu technologii i inne aspekty powdrożeniowe, pomoc we wdrażaniu nowych technologii w przedsiębiorstwie, pomoc we wdrażaniu nowych produktów lub usług przez przedsiębiorstwo (które deklarowała ponad jedna piąta Klientów 2012).

Za najbardziej dostępne uważane są usługi audytu technologicznego i grupa usług dotyczących pośrednictwa w zakresie transferu technologii, czyli usługi objęte projektem systemowym Działania 5.2 PO IG. Jednak nawet najbardziej popularna usługa audytu technologicznego jest postrzegana tylko jako „raczej dostępna” (2,7 w skali od 0 do 4) i ocena jej dostępności obniżyła się (Klienci 2010 - 2,9).

Najsilniej odczuwany brak dostawców usług doradczych proinnowacyjnych dotyczy pomocy w ochronie własności przemysłowej, pomocy doradczej w realizacji projektów badawczych obejmujących przedsięwzięcia techniczne, technologiczne lub organizacyjne prowadzące do stworzenia prototypu, pomocy w rozwijaniu wzornictwa przemysłowego, pomocy we wdrażaniu nowych technologii w przedsiębiorstwie oraz pośrednictwa w procesie transferu wiedzy.

Jakość usług

Nie zmieniła się ocena jakości usługi - nieznacznie spadła liczba zadowolonych i raczej zadowolonych (Klienci 2010 -60,7%, Klienci 2012 - 55,6%) wśród Klientów KSI KSU ale spadek jest nieznaczny (nieistotny statystycznie). Jednocześnie spadła też liczba zdecydowanie niezadowolonych i raczej niezadowolonych (odpowiednio z 6,5% na 5,4%). Oznacza to, że wzrosła liczba tych, którzy nie mają zdania na temat jakości otrzymanej usługi (kategoria: „ani zadowolony, ani niezadowolony”). Tak duża grupa klientów „obojętnych” może być interpretowana jako sygnał o braku zadowolenia z usługi - rezultaty usługi były raczej nieistotne dla klienta.

Nadal najłabszą stroną jakości usług proinnowacyjnych świadczonych przez ośrodki KSI KSU w opinii ich klientów są: brak dostosowania oferty do potrzeb firmy i niedostateczna zdolność usługodawcy do rozpoznania potrzeb firmy i niskie kompetencje pracowników usługodawcy.

Korzyści z usługi

Oceny realnych korzyści ze zrealizowanej usługi doradczej Klientów 2012 i 2010 niewiele się różnią. Około 27% klientów twierdzi, że uzyskało realne korzyści w wyniku otrzymanej usługi, 45%, że jest jeszcze za wcześnie, żeby je ocenić, pozostali twierdzą że korzyści nie widzą.

Przedsiębiorcy, którzy dostrzegają korzyści najczęściej definiują korzyść jako otrzymanie użytecznych wskazówek i obiektywnej diagnozy sytuacji przedsiębiorstwa i/lub wdrożenie nowych rozwiązań technologicznych lub organizacyjnych (Klienci 2010 -10%, Klienci 2012 - 18%).

Głównymi powodami braku korzyści z wyświadczonej usługi doradczej proinnowacyjnej są: niska lub żadna użyteczność pozyskanej usługi, w tym brak praktycznych zastosowań, brak efektu wdrożonej usługi, niedostosowanie do potrzeb firmy (Klienci 2010 -20%, Klienci 2012 - 27% wskazań) a także zewnętrzne uwarunkowania, niezależne od jakości udzielonej usługi, które wstrzymały lub opóźniły wdrożenie rezultatów usługi (Klienci 2010 - 33%, Klienci 2012 - 20%).

Wyraźnie jednak większy odsetek (36,7%) klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) widzi realne korzyści z otrzymanej usługi w porównaniu do klientów audytu technologicznego (24,9%). Przekładają się też one w ich opinii na konkretne wskaźniki ekonomiczne firmy. Klienci, którzy skorzystali z usługi pośrednictwa w transferze technologii finansowanej z projektu systemowego

Działania 5.2 PO IG bardzo optymistycznie oceniają wpływ dokonanego transferu na sytuację przedsiębiorstwa. Ponad połowa zapytanych deklaruje wzrost udziału w rynku i przychodów ze sprzedaży. U prawie połowy zapytanych wzrósł zysk i wielkość produkcji i taka sama część beneficjentów usługi transferu technologii deklaruje wzrost wydatków inwestycyjnych. Zatrudnienie wzrosło u prawie 1/3 przedsiębiorców. Więcej respondentów deklaruje spadek zadłużenia niż wzrost zadłużenia oraz spadek kosztów wytwarzania niż wzrost kosztów wytwarzania. Są to bardzo dobre wskaźniki ekonomiczne przedsiębiorstw świadczące o tym, że duża część przedsiębiorstw - klientów KSI KSU - jest w dobrej kondycji i znajduje się w fazie rozwoju, do czego w ich opinii przyczyniła się wdrożona technologia będąca przedmiotem usługi ośrodka KSI KSU.

Wyniki samooceny klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) dotyczące pozycji konkurencyjnej ich firmy na rynku wydają się być równie optymistyczne. Ponad połowa klientów uważa że ma korzystną pozycję konkurencyjną co najmniej na rynku krajowym, z czego co dziesiąty tak ocenia swoją pozycję na rynku co najmniej europejskim (pozycja korzystna – przedsiębiorstwo charakteryzuje się przewagami konkurencyjnymi i ma możliwości ciągłej poprawy własnej pozycji konkurencyjnej na wskazanym rynku).

Potrzeby przedsiębiorców w zakresie usług proinnowacyjnych

Nieco ponad połowa z tych, co skorzystali z usługi KSI KSU deklaruje zamiar skorzystania z usług doradczych proinnowacyjnych w okresie najbliższych 3 lat. Odsetek ten zmniejszył się wśród Klientów 2012 do 51%. Zmniejszenie tego odsetka może być wynikiem sygnalizowanego już wcześniej mniejszego optymizmu „rynkowego” Klientów 2012, obserwowanego np. przy okazji deklarowania planów inwestycyjnych na przyszłość.

Warto zauważyć, że większy odsetek klientów (Klienci 2012) korzystających z pośrednictwa w transferze technologii niż klientów usługi audytu technologicznego deklaruje skorzystanie z usługi doradczej proinnowacyjnej w przyszłości (58,9% vs 48,8%). Nie oznacza to bynajmniej, że ci klienci oczekują głównie bardziej zaawansowanych usług pośrednictwa w transferze technologii. Usługa audytu technologicznego zdaje się być doceniana przez klientów korzystających z pośrednictwa w transferze technologii – usługa zajmuje pierwsze miejsce w rankingu usług, z których klient zamierza skorzystać w okresie najbliższych trzech lat (Klienci 2012).

Trzy pierwsze miejsca w rankingu usług z których Klienci 2012 zamierzają skorzystać w przyszłości zajmują usługi związane pomocą we wprowadzaniu nowych produktów i usług, audyt technologiczny i pomoc we wprowadzeniu nowych rozwiązań organizacyjnych. Jednak na czwartym miejscu pojawia się pośrednictwo w transferze wiedzy z uczelni wyższej do firmy, co jest pozytywnym znakiem poszukiwania przez przedsiębiorców nowych rozwiązań w kontaktach z sektorem nauki.

Znacznie częściej też klienci usług transferu technologii (Klienci 2012) niż pozostali wskazywali na zainteresowanie takimi usługami jak pomoc w ochronie własności przemysłowej (uzyskiwanie patentów, wzorów przemysłowych) i pomoc doradcza w realizacji projektów badawczych prowadzących do stworzenia prototypu.

5. Wnioski

1. Jaki jest poziom zadowolenia klientów z usług KSI?

Nadal ponad połowa klientów KSI KSU jest zadowolona z usługi, co prawda liczba „zadowolonych” i „raczej zadowolonych” spadła (Klienci 2010 -60,7%, Klienci 2012 -55,6%) ale różnica nie jest istotna statystycznie. Nadal utrzymuje się dość duża grupa klientów, którzy nie mają zdania na temat jakości otrzymanej usługi - tak duża grupa klientów „obojętnych” może być interpretowana jako sygnał o braku realnych efektów usługi.

Nadal najsłabszą stroną usług doradczych proinnowacyjnych świadczonych przez ośrodki KSI KSU, zdaniem klientów, są (w kolejności liczby wskazań): niedostosowanie oferty do potrzeb firmy, słaba zdolność usługodawcy do rozpoznania potrzeb firmy oraz niskie kompetencje pracowników usługodawcy.

Wśród źródeł informacji o ofercie usług proinnowacyjnych najwyższą pozycję i awans z czwartego miejsca w rankingu uzyskały informacje uzyskane „od znajomych”. Może to pośrednio świadczyć o zadowoleniu z jakości usługi KSI KSU, które są polecane przez byłych klientów swoim znajomym. Takie źródło informacji wskazywali częściej klienci, którzy skorzystali z usługi transferu technologii i klienci ośrodków KSI KSU o wyraźnym profilu branżowym.

Za najbardziej dostępne uważane są usługi audytu technologicznego i grupa usług dotyczących pośrednictwa w zakresie transferu technologii, czyli te które są dofinansowywane w ramach projektu systemowego Działania 5.2 PO IG. Jednak nawet najbardziej popularna usługa audytu technologicznego jest postrzegana tylko jako „raczej dostępna” i ocena jej dostępności obniżyła się wśród Klientów 2012.

Rozpoznawalność usług transferu technologii wśród klientów KSI KSU zmalała - tylko co piąty Klient 2011 na szczegóły oferty usług transferu technologii, a co gorsza, taka sama część Klientów 2012 nie wie nic o ofercie usług transferu technologii. Taka niska znajomość tej usługi wśród klientów KSI KSU korzystających przynajmniej z usługi audytu technologicznego jest zaskakująca. Można mówić o pogorszeniu efektów działań informacyjnych doradców pracujących z klientami ponieważ znajomość oferty ośrodków w tym zakresie, przynajmniej na poziomie ogólnym, jest znacznie większa w przypadku Klientów 2010, w porównaniu z Klientami 2012.

Obserwacje te potwierdzają odpowiedzi na pytania o elementy usług audytu technologicznego i usługi transferu technologii. Większy odsetek Klientów 2012 niewłaściwie rozumie istotę usługi audytu technologicznego. Klienci rozumieją istotę transferu technologii, jednak nie potrafią właściwie wskazać roli doradcy w tym procesie, co po raz kolejny świadczy o nieskutecznym przekazie oferty ośrodka w trakcie kontaktu klienta z doradcą.

Podsumowanie

Ponad połowa klientów KSI KSU jest zadowolona z jakości usługi. Negatywnym sygnałem jest duży odsetek klientów KSI KSU, którzy nie mają zdania na temat jakości otrzymanej usługi, nie potrafią jej opisać i nie znają nawet w ogólnym zarysie oferty usługodawców. Są to symptomy niepełnego zadowolenia klientów z usługi, a także braku dobrego komunikowania po stronie usługodawców. Pozytywnym sygnałem jest wysoka pozycja „znajomych” jako źródła wiedzy o ofercie ośrodka, co świadczy pośrednio o zadowoleniu klientów z usług, którzy polecają je swoim znajomym. Dotyczy to w większości przypadków klientów usług transferu technologii i klientów ośrodków branżowych.

Nadal najsłabszą stroną usług proinnowacyjnych świadczonych przez ośrodki KSI KSU są (w kolejności): niedostosowanie oferty do potrzeb firmy, słaba zdolność usługodawcy do rozpoznania potrzeb firmy oraz niskie kompetencje pracowników usługodawcy.

2. Czy usługa audytu technologicznego i transferu technologii przyniosła klientom KSI realne korzyści?

Oceny realnych korzyści ze zrealizowanej usługi doradczej Klientów 2012 i 2010 niewiele się różnią. Około 27% klientów twierdzi, że uzyskało realne korzyści w wyniku otrzymanej usługi, 45%, że jest jeszcze za wcześnie, żeby je ocenić, pozostali twierdzą że korzyści nie widzą.

Wyraźnie jednak większy odsetek (36,7%) klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) widzi realne korzyści z otrzymanej usługi w porównaniu do klientów audytu technologicznego (24,9%). Przekładają się też one w ich opinii na konkretne wskaźniki ekonomiczne firmy. Klienci, którzy skorzystali z usługi pośrednictwa w transferze technologii finansowanej z projektu systemowego Działania 5.2 PO IG bardzo optymistycznie oceniają wpływ dokonanego transferu na sytuację przedsiębiorstwa. Ponad połowa zapytanych deklaruje wzrost udziału w rynku i przychodów ze sprzedaży. U prawie połowy zapytanych wzrósł zysk i wielkość produkcji i taka sama część beneficjentów usługi transferu technologii deklaruje wzrost wydatków inwestycyjnych. Zatrudnienie wzrosło u prawie 1/3 przedsiębiorców. Więcej respondentów deklaruje spadek zadłużenia niż wzrost zadłużenia oraz spadek kosztów wytwarzania niż wzrost kosztów wytwarzania. Są to bardzo dobre wskaźniki ekonomiczne przedsiębiorstw świadczące o tym, że duża część przedsiębiorst-Klientów KSI jest w dobrej kondycji i znajduje się w fazie rozwoju, do czego w ich opinii przyczyniła się wdrożona technologia będąca przedmiotem usługi ośrodka KSI KSU.

Wyniki samooceny klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) dotyczące pozycji konkurencyjnej ich firmy na rynku wydają się być równie optymistyczne. Ponad połowa klientów uważa że ma korzystną pozycję konkurencyjną co najmniej na rynku krajowym, z czego co dziesiąty tak ocenia swoją pozycję na rynku co najmniej europejskim (pozycja korzystna – przedsiębiorstwo charakteryzuje się przewagami konkurencyjnymi i ma możliwości ciągłej poprawy własnej pozycji konkurencyjnej na wskazanym rynku).

Podsumowanie

Prawie co trzeci klient usługi doradczej proinnowacyjnej uważa, że usługa przyniosła mu realne korzyści, przy czym prawie połowa nie wyklucza, że takie korzyści mogą się pojawić w przyszłości („jest jeszcze za wcześnie żeby to ocenić”). Wyraźnie większy odsetek (36,7%) klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) widzi realne korzyści z otrzymanej usługi w porównaniu do klientów audytu technologicznego(24,9%). Wdrożona technologia, która była przedmiotem usługi KSI KSU przyniosła ponad połowie klientów ,według ich opinii, znaczną poprawę wszystkich podstawowych wskaźników pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa : przychodów ze sprzedaży, udziału w rynku, zysku, wielkości produkcji. Ponad połowa klientów uważa że ma korzystną pozycję konkurencyjną co najmniej na rynku krajowym, z czego co dziesiąty tak ocenia swoją pozycję na rynku co najmniej europejskim

3. Czy usługa KSI KSU jest dostosowana do potrzeb odbiorców?

Profil klientów

Pomimo, że usługi ośrodków KSI KSU mogą być świadczone dla dużych przedsiębiorstw zasadnicza grupa klientów tych ośrodków pochodzi z sektora MSP. Największy odsetek klientów ośrodków KSI KSU stanowią przedsiębiorstwa mikro (2/3), w drugiej kolejności małe (ok. 20%) i średnie (ok. 10%)/ Przedsiębiorstwa duże stanowią 2-3% klientów ośrodków KSI KSU. Struktura klientów KSI KSU nie zmieniła się znacząco w obu analizowanych okresach.

Badanie przeprowadzone w 2010 r.²³ wykonane na dwóch grupach przedsiębiorców: klientach KSI KSU (w obecnym raporcie – Klienci 2010) i próbie reprezentatywnej mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce pokazało, że klienci KSI KSU mają lepsze wskaźniki charakteryzujące ich

²³ „Badanie rynku wybranych usług wspierania przedsiębiorczości i innowacyjności w Polsce – transfer technologii”, PARP, grudzień 2010.

pozycję konkurencyjną i innowacyjność od przeciętnej w populacji ogółu przedsiębiorstw. Otrzymany obraz był następujący:

- po usługi proinnowacyjne sięgają firmy będące w fazie rozwoju, o wysokiej pozycji konkurencyjnej,
- po usługi proinnowacyjne sięgają firmy intensywniej i w większej skali inwestujące w rozwój,
- dla zdecydowanej liczniejszej grupy Klientów KSI KSU innowacyjność została wpisana w strategię firmy i motywuje ich do podejmowania proinnowacyjnych działań,

Informacje uzyskane od Klientów 2012 – respondentów obecnego badania – generalnie potwierdzają ten obraz. **Charakterystyki klientów KSI KSU w obu porównywanych okresach nie różnią się zasadniczo** pozwalając sądzić, że nadal, jeśli nie zmieniły się charakterystyki innowacyjności ogółu przedsiębiorstw (na co nie wskazują dane statystyczne), ta grupa przedsiębiorstw wyróżnia się pozytywnie z ogółu przedsiębiorstw.

Odpowiedź na bariery

Barierą dostępności usług doradczych proinnowacyjnych jest koszt tych usług. Bardzo niewielki odsetek klientów ośrodków KSI KSU (8%) korzystało kiedykolwiek z usług doradczych proinnowacyjnych świadczonych przez usługodawców komercyjnych. Jednocześnie niewielki odsetek klientów KSI KSU jest gotów ponieść jakieś koszty związane z tą usługą (usługa KSI KSU jest bezpłatna) - wśród Klientów 2012 jest to 17,3% a wśród Klientów 2010 - 12,5%. Przeciętna wartość tych kosztów (mediana) to 5000 zł dla obu grup klientów, przy czym klienci którzy skorzystali z usługi transferu technologii są skłonni ponieść dwukrotnie wyższą opłatę. Kwoty te są niższe od wartości dofinansowania, która otrzymują usługodawcy, co oznacza, że nawet w przypadku tych, którzy są gotowi ponieść pewien koszt, usługa musi być częściowo dofinansowana.

Wartość dodana usług

Pomimo że usługi audytu technologicznego stanowią większość usług wyświadczonych w ramach projektu systemowego Działania 5.2 PO IG, zapotrzebowanie na usługi pośrednictwa w transferze technologii okazało się większe od oczekiwanego. Proporcja liczby usług audytu technologicznego przypadających na jedną usługę pośrednictwa w transferze technologii jest znacznie korzystniejsza niż zakładana (20:1) w projekcie systemowym Działania 5.2 PO IG. Wynosi ona 7,5:1 dla usług z okresu 2009/2010 i 5,1:1 dla usług z okresu 2010/2011. Jest to efekt pozytywny, bowiem jej bezpośrednim efektem jest transfer technologii pomiędzy dostawcą a odbiorcą technologii²⁴.

Także liczba usług transferu technologii przypadająca na jeden ośrodek KSI KSU od początku trwania projektu systemowego do końca czerwca 2011, która wyniosła średnio 12,5 jest trzykrotnie wyższa od zakładanej minimalnej (4 na ośrodek). Rekordziści (Instytut Logistyki i Magazynowania) wykonali 37 usług pośrednictwa w transferze technologii w omawianym okresie.

Zakres i profil usług

Deklaracje klientów co do zakresu usług doradczych proinnowacyjnych (ponad połowa obecnych klientów deklaruje taki zamiar), z których zamierzają skorzystać w przyszłości potwierdzają istnienie zapotrzebowania na audyt technologiczny i usługi pośrednictwa w transferze technologii – usługi te znalazły się na czele rankingu oczekiwanych usług.

Warto zauważyć, że większy odsetek klientów (Klienci 2012) korzystających z pośrednictwa w transferze technologii niż klientów usługi audytu technologicznego deklaruje skorzystanie z usługi doradczej proinnowacyjnej w przyszłości (58,9% vs 48,8%). Nie oznacza to bynajmniej, że ci klienci oczekują głównie bardziej zaawansowanych usług pośrednictwa w transferze technologii. Usługa

²⁴Usługa transferu technologii jest uznana za wykonaną jeśli zakończy się co najmniej podpisaniem umowy pomiędzy dostawcą a odbiorcą technologii.

audytu technologicznego zdaje się być doceniana przez klientów korzystających z pośrednictwa w transferze technologii – usługa zajmuje pierwsze miejsce w rankingu usług, z których klient zamierza skorzystać w okresie najbliższych trzech lat (Klienci 2012).

Zarówno w deklaracjach wszystkich klientów jak i w szczególności w deklaracja klientów usługi transferu pojawiają się zapotrzebowanie na usługi spoza zakresu oferowanego w ramach obecnego projektu systemowego Działania 5.2 PO IG. Są to usługi: pośrednictwa w zakresie transferu wiedzy z uczelni do przedsiębiorstwa, pomoc w ochronie własności intelektualnej i pomoc doradcza w realizacji projektów badawczych prowadzących do stworzenia prototypu.

Pośrednictwo w zakresie transferu technologii wsparte solidną wiedzą (i renomą) ośrodka o profilu branżowym wydaje się być bardziej poszukiwane przez bardziej wymagających klientów od usługi pośrednictwa niewspartej wiedzą o charakterze branżowym. Ośrodki o profilu branżowym (KSI branżowe) przodują w liczbie wyświadczonych usług transferu technologii w proporcji do liczby wyświadczonych usług audytu technologicznego. Średnio w grupie KSI branżowych (usługi 2010/2011) co trzecia usługa jest usługą transferu technologii, podczas gdy w pozostałych ośrodkach tylko co ósma.

KSI branżowe częściej niż pozostałe ośrodki KSI KSU obsługują klientów, którzy działają na bardziej konkurencyjnych rynkach: światowym (19,4% vs 7,2%) i europejskim (12,9% vs 9,3%), a rzadziej klientów działających na rynkach regionalnym i lokalnym.

Usługodawcy o profilu branżowym znajdują klientów na swoje usługi poza granicami województwa w którym mają siedzibę znacznie częściej niż pozostali - to raczej klienci wydają się szukać ich specyficznej ekspertyzy niż oni klientów.

Klienci ośrodków branżowych częściej niż pozostali dowiedzieli się o usłudze ośrodka „od znajomych”, co świadczy o zadowoleniu klientów z tych usług i poleceniu ich innym przedsiębiorcom.

Podsumowanie

Usługi doradcze proinnowacyjne dofinansowywane z Działania 5.2 PO IG trafiają do mikro, małych i średnich firm aktywnych innowacyjnie, które nie mają środków na finansowanie tego typu usług a więc działania te wypełniają pewną lukę rynkową, która wymagała interwencji publicznej podjętej właśnie w ramach Działania 5.2 PO IG.

Klienci KSU KSI deklarują chęć skorzystania w przyszłości z usługi transferu technologii lub usługi audytu technologicznego. Katalog najczęściej oczekiwanych usług powiększył się o usługi nie wchodzące w skład obecnej usługi finansowanej z Działania 5.2 PO IG: pośrednictwa w zakresie transferu wiedzy z uczelni do przedsiębiorstwa, pomoc w ochronie własności intelektualnej i pomoc doradcza w realizacji projektów badawczych prowadzących do stworzenia prototypu.

Pośrednictwo w zakresie transferu technologii wsparte solidną wiedzą (i renomą) ośrodka o profilu branżowym wydaje się być bardziej poszukiwane przez bardziej wymagających klientów od usługi pośrednictwa nie wspartej wiedzą o charakterze branżowym.

Usługa powinna być dofinansowana ze środków publicznych – bardzo mały odsetek (choć rosnący) klientów KSI KSU byłby gotów ponieść koszty tej usługi.

6. Rekomendacje

Czy zakres usługi Krajowej Sieci Innowacji (KSI) i procedura jej świadczenia były właściwie zdefiniowane?

Badanie obecne jest kontynuacją, w ograniczonym do badania ilościowego Klientów KSI KSU zakresie, badania przeprowadzonego w 2010 r. Generalnie profil i opinie oraz postawy klientów ośrodków KSI KSU się nie zmieniły. Naszym zdaniem pozostają więc w mocy rekomendacje, które zostały sformułowane w raporcie z badania poprzedniego.

Natomiast badanie obecne przyniosło kilka innych obserwacji, które mogą się przełożyć na dodatkowe rekomendacje.

Jaki kształt powinna przybrać usługa doradcza w obszarze audytu technologicznego i transferu technologii finansowana ze środków publicznych?

Pytanie powyższe interpretujemy jako pytanie o takie postulaty zmian kształtu usługi dofinansowanej ze środków publicznych, aby zaangażowane środki publiczne były wykorzystywane jak najefektywniej i przynosiły największą wartość dodaną. Z tego punktu widzenia otwarte pozostaje pytanie, czy interwencja publiczna finansowana ze środków projektu systemowego Działania 5.2 PO IG jest w pełni efektywna, tj. czy do ośrodków KSI KSU po usługę dofinansowaną ze środków publicznych trafiają liderzy innowacyjności i czy usługę otrzymują ci którzy wdrażają rozwiązania nowatorskie na poziomie wyższym niż poziom firmy lub rynku lokalnego i czy świadczone są najbardziej zaawansowane usługi prowadzące do transferu technologii pomiędzy dostawcą i odbiorcą.

Pomimo korzystniejszej od ogółu przedsiębiorców charakterystyki Klientów KSI KSU bardziej dogłębna analiza struktury klientów KSI KSU pokazuje że ta struktura mogłaby być bardziej optymalna z punktu widzenia efektywności zaangażowanych środków publicznych (pomimo wypełniania zawiązków, jak to pokazano wcześniej, założeń projektu systemowego działania 5.2 PO IG).

Większość klientów ośrodków KSI KSU są to firmy, których potencjał innowacyjny nie jest wysoki: hołdują „imitacyjnemu” modelowi wdrażania innowacji, wdrażane przez nich innowacje mają poziom firmy lub rynku lokalnego, transfer technologii realizują poprzez zakup maszyn i urządzeń. Jednym ze wskaźników potencjału innowacyjnego przedsiębiorstwa jest przynależność do sektorów wysokiej techniki i usług wiodących²⁵. Okazuje się, że klientami ośrodków KSI KSU nie są na ogół przedsiębiorstwa należące do sektorów wysokiej techniki i usług wiodących. Tylko co 10 klient ośrodka KSI KSU należy do sektora wysokich i średnich technik wytwarzania, a co 15 do usług wysokiej techniki.

Należy się zatem zastanowić jak można zmienić strukturę klientów ośrodków KSI KSU aby ich klientami stały się firmy o większym potencjale innowacyjnym.

Postawiona została przez nas robocza teza, która wymaga dalszego sprawdzenia, lecz która już w obecnie zebranych materiałach znajduje pewne uzasadnienie, a mianowicie, że zakres oferty usług KSI KSU, a mówiąc bardziej precyzyjnie - profil kompetencji doradców pracujących w ośrodkach KSI KSU, odpowiada m.in. za obecną strukturę klientów KSI KSU.

Z badania zrealizowanego w 2010 r., w którym badano również usługodawców wynika, że doradcy zatrudnieni na etatach w ośrodkach nie mają wyraźnych specjalizacji wskazując na posiadanie kompetencji w wielu obszarach a oferowana wiedza nie jest pogłębiona („wszyscy znają się na wszystkim”).

Poniżej przedstawiono przesłanki, które zdają się wskazywać na prawdziwość postawionej tezy, że **ogólny charakter oferowanej wiedzy przez większość ośrodków KSI KSU, wynikający z braku ekspertyzy o charakterze branżowym zatrudnionych w nich doradców, wpływa na strukturę klientów KSI KSU:**

²⁵ Jednym z kryteriów przynależności danego sektora do sektorów wysokiej techniki jest odsetek środków przeznaczanych na badania B+R, a usług wiodących – pracownicy z wykształceniem wyższym i specjalistycznym

- Większość ośrodków KSI KSU oferuje głównie usługi najprostsze (77% usług w 2010/2011 r zakończyło się na etapie audytu technologicznego). Usługa audytu technologicznego przynosi mniejszą wartość dodaną również w ocenie klientów - wyraźnie większy odsetek (36,7%) klientów usługi transferu technologii (Klienci 2012) widzi realne korzyści z otrzymanej usługi w porównaniu do klientów audytu technologicznego (24,9%).
- Ekspertyza specjalistyczna, o charakterze branżowym, jest bardziej poszukiwana przez innowacyjne przedsiębiorstwa. Struktura klientów ośrodków o charakterze branżowym²⁶ jest korzystniejsza od struktury klientów pozostałych ośrodków KSI KSU - na jednego usługodawcę branżowego przypada więcej klientów z sektorów wysokiej i średniej techniki niż na usługodawcę z pozostałych ośrodków (odpowiednio: 1,6:0,6 i 3,5:2,1), klienci ośrodków branżowych częściej działają na rynkach światowych (19,4% vs 7,2%), usługodawcy branżowi świadczą znacznie więcej usług transferu technologii (branżowi – co trzecia usługa, pozostali co ósma usługa).
- Najczęściej powtarzającym się zarzutem co do jakości wyświadczanej usługi jest brak dostatecznej wiedzy doradcy o specyfice rynku na którym działa klient, o czym świadczą mankamenty wskazywane przez klientów: niedostatecznie kompetencje doradcy, niedostosowanie usługi do rzeczywistych potrzeb firmy i nieznanomość tych potrzeb wynikające ze słabego przygotowania merytorycznego konsultanta, braku znajomości branży w której działa firma, niedostatecznej wiedzy praktycznej usługodawcy.
- Przy brakach w wiedzy specjalistycznej doradców można przypuszczać, że niekorzystna selekcja klientów odbywać się może już na etapie ich poszukiwania – doradcy nie posiadający specyficznej wiedzy branżowej będą szukać raczej klientów, którzy nie oczekują takiej ekspertyzy. Świadczy o tym struktura usług świadczonych dla klientów spoza najbliższego otoczenia ośrodka KSI KSU. Usługodawcy o profilu branżowym są największymi „eksporterami” usług - znajdują klientów na swoje usługi poza granicami województwa, w którym mają siedzibę, znacznie częściej niż pozostali. To klienci wydają się szukać ich specyficznej ekspertyzy branżowej. Natomiast usługodawcy nie reprezentujący jakiegokolwiek konkretnej branży (np. agencje rozwoju regionalnego) działają lokalnie.

Wyłania się więc obraz, z którego wynika, że ośrodki o charakterze branżowym świadczą więcej usług o wyższej wartości dodanej, dla klientów o większym potencjale innowacyjnym i mają zasięg ponadlokalny. Ich aktywność w projekcie systemowym była większa niż pozostałych ośrodków i to również stwarza większe szanse na akumulację doświadczeń, wzrost potencjału ośrodka, i możliwości bardziej samodzielnego działania na rynku w przyszłości. Niebezpieczeństwem, w okresie korzystania ze wsparcia publicznego dla oferowanych usług, jest potencjalny konflikt interesów w przypadku zainteresowania klientów technologiami stworzonymi przez sam ośrodek o charakterze branżowym.

Konieczne wydaje się zatem, dla poprawy efektywności usług doradczych proinnowacyjnych, dążenie do wzbogacenia oferty sieci KSI KSU o specyficzną wiedzę branżową.

Rekomendacja

Zmianę profilu oferowanych usług transferu technologii na bardziej specjalistyczny można osiągnąć dwoma sposobami:

1. Należy zmienić strukturę usługodawców KSI KSU przyciągając do sieci więcej ośrodków o charakterze branżowym,
2. Należy zwiększyć wymagania co do kompetencji doradców pracujących w ośrodkach KSI KSU lub współpracujących z tymi ośrodkami

²⁶ Instytut Logistyki i Magazynowania z Poznania, Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości (Warszawa), Instytut Zawansowanych Technologii z Krakowa, Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii, Instytut technologii Eksploatacji z Radomia, Fundacja Poszanowania Energii z Warszawy

Operacjonalizacja

1. Zwiększenie udziału ośrodków o charakterze branżowym wśród usługodawców KSI KSU może nastąpić poprzez ułatwienie dostępu tym ośrodkom do dotacji na dofinansowanie tych usług w przyszłych konkursach (przyznawanie dodatkowych punktów za branżowy charakter instytucji aplikującej o środki). Standard usługi powinien przewidzieć mechanizm eliminujący potencjalny konflikt interesu w przypadku zainteresowania klienta transferem technologii będącej własnością usługodawcy branżowego.
2. Zwiększenie kompetencji branżowych doradców świadczących usługi transferu technologii może nastąpić poprzez nawiązywanie współpracy strategicznej ośrodków KSI KSU z instytucjami o charakterze branżowym. Fakt istnienia takiej sformalizowanej współpracy powinien być atutem promocyjnym danego ośrodka przyciągającym do niego przedsiębiorców posiadających specyficzne technologiczne problemy do rozwiązania, charakterystyczne dla danej branży.

Nr Koordynatora

Nr Ankietera

Nr ankiety

Nr rekordu z bazy

7. Załączniki

7.1. Kwestionariusz do badania przedsiębiorców, którzy skorzystali z usługi doradczej proinnowacyjnej usługodawców KSI KSU dofinansowanej w ramach PO IG 5.2

BADANIE PRZEDSIĘBIORCÓW W OBSZARZE TRANSFERU TECHNOLOGII – PRZEDSIĘBIORCY KTÓRZY SKORZYSTALI Z USŁUGI W RAMACH PO IG 5.2_CAPI4

WYWIAD WŁAŚCIWY

Nazywam się i jestem ankieterem firmy ASM Centrum Badań i Analiz Rynku, która na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości realizuje badanie dotyczące wybranych usług wspierających rozwój przedsiębiorczości w Polsce w zakresie transferu technologii. Chciałbym zadać Panu(i) szereg pytań dotyczących usług doradczych proinnowacyjnych, oceny zapotrzebowania na nie, postrzegania oferty tych usług oraz stopnia i zakresu korzystania z nich.

Wszystkie Pana/i odpowiedzi pozostaną anonimowe i przedstawiane będą jedynie w postaci zbiorczych zestawień statystycznych. Państwa wiedza i doświadczenie są dla nas bardzo istotnym źródłem informacji, a wnioski z tego badania posłużą poprawie działalności ośrodków Krajowej Sieci Innowacji świadczących pomoc przedsiębiorcom.

1. Proszę wymienić wszystkie organizacje/instytucje jakie Pan/i zna, które świadczą pomoc lub wsparcie dla przedsiębiorstw?

[Ankieter: Nie odczytywać odpowiedzi, wszystkie odpowiedzi respondenta zaklasyfikować do kategorii poniżej lub wpisać inne.]

1. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)
2. Urząd Pracy
3. Urząd Skarbowy
4. Zakład Ubezpieczeń Społecznych
5. Krajowy System Usług (KSU) (w tym Punkt Konsultacyjny KSU, ośrodek Krajowej Sieci Innowacji KSU, fundusz pożyczkowy współpracujący w ramach KSU, fundusz poręczeniowy współpracujący w ramach KSU)
6. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
7. Urząd Gminy/Miasta
8. Starostwo Powiatowe
9. Inne /jakie?.....
10. Nie znam żadnych/trudno powiedzieć

[ANKIETER: Wręczyć kartę P1a.]

1a. Nie zawsze można sobie wszystko przypomnieć. Odczytam teraz listę różnych instytucji. Proszę wskazać te które Pan/i zna i które, Pana/i zdaniem, świadczą pomoc lub wsparcie dla przedsiębiorstw.

[Ankieter: Zaznaczyć wszystkie odpowiedzi.]

1. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)
2. Urząd Pracy
3. Urząd Skarbowy
4. Zakład Ubezpieczeń Społecznych
5. Krajowy System Usług (KSU) (w tym Punkt Konsultacyjny KSU, ośrodek Krajowej Sieci Innowacji KSU, Fundusz pożyczkowy współpracujący w ramach KSU, Fundusz poręczeniowy współpracujący w ramach KSU)
6. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
7. Urząd Gminy/Miasta
8. Starostwo Powiatowe
9. *Nie znam żadnych/trudno powiedzieć*

**2.Z jakich usług, Pana(i) zdaniem, można skorzystać w ramach Krajowego Systemu Usług?
[Ankieter: Odpowiedzi respondenta przyporządkować do kafeterii.]**

1. Informacyjnych
2. Doradczych proinnowacyjnych
3. Finansowych polegających na udzielaniu pożyczek
4. Finansowych polegających na udzielaniu poręczeń
5. Optymalizacji kosztów prowadzenia działalności gospodarczej
6. Doradztwa w zakresie ochrony środowiska
7. Asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej
8. Inne – jakie?
9. *Nie wiem / trudno powiedzieć*

[Ankieter: Wręczyć kartę P2a]

2a. Proszę spojrzeć na usługi wymienione na karcie. Z jakich jeszcze usług można, Pana(i) zdaniem, skorzystać w ramach KSU?

1. Informacyjnych
2. Doradczych proinnowacyjnych
3. Finansowych polegających na udzielaniu pożyczek
4. Finansowych polegających na udzielaniu poręczeń
5. Optymalizacji kosztów prowadzenia działalności gospodarczej
6. Doradztwa w zakresie ochrony środowiska
7. Asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej
8. Inne – jakie?
9. *Nie wiem / trudno powiedzieć*

I. POTENCJAŁ INNOWACYJNY PRZEDSIĘBIORSTWA

3. Czy w okresie ostatnich 12 miesięcy Pana(i) firma wprowadziła na rynek nowe lub zmodernizowała istniejące produkty lub usługi w sposób wykraczający poza rutynowe aktualizacje i regularne zmiany sezonowe?

1. Tak
2. Nie **PRZEJDŹ DO PYT. 10**

4. Czy produkty/usługi wprowadzone na rynek w okresie ostatnich 12 miesięcy były:

Ankieter: możliwość wskazania tylko 1 opcji przez respondenta; w przypadku kilku wprowadzonych zmian należy wziąć pod uwagę zmiany o najszerszym zasięgu

1. Nowe w Państwa ofercie, ale istniały na rynku lokalnym
2. Nowe dla rynku lokalnego (powiatu)
3. Nowe dla rynku regionalnego (województwa/makroregionu)
4. Nowe dla rynku krajowego
5. Nowe dla rynku zagranicznego (jakiego?.....)

5. Jaki był szacunkowy procentowy udział sprzedaży nowych lub zmodernizowanych produktów/usług wprowadzonych na rynek w okresie ostatnich 12 miesięcy w całkowitej sprzedaży przedsiębiorstwa w tym samym okresie?

Prosimy o podanie wartości w procentach, np. 5%, 30% _____

6. Jakie były główne powody wprowadzenia nowych produktów lub zmian w istniejących produktach lub usługach?

Ankieter: zaznaczyć max.3 najważniejsze; przeczytaj kafeterię

Uwaga: rotować odpowiedzi

1. Zapotrzebowanie zgłaszane przez klientów przedsiębiorstwa
2. Wprowadzenie nowych rozwiązań przez dostawców
3. Odpowiedź na działania konkurencji
4. Przyjęcie nowej strategii przez przedsiębiorstwo
5. Dostosowanie do nowych regulacji i przepisów przyjętych w sektorze działania przedsiębiorstwa
6. Wprowadzenie systemu zarządzania jakością, np. ISO
7. Wykorzystanie wyników własnych prac badawczo-rozwojowych
8. Wykorzystanie wyników prac badawczo-rozwojowych prowadzonych przez podmioty zewnętrzne
9. Inne, jakie?
10. Nie wiem/ odmowa odpowiedzi

7. Czy nowe rozwiązania, które Państwo wdrożyli w ostatnich 12 miesiącach, zostały wprowadzone poprzez:

Ankieter: należy zaznaczyć wszystkie wskazania respondenta, nie czytaj kafeterii

1. Zakup maszyn/urządzeń
2. Wdrożenie wyników własnych prac badawczo-rozwojowych
3. Nabycie i wdrożenie wyników prac badawczo-rozwojowych/ prac rozwojowych od innego podmiotu, w szczególności jednostki naukowej
4. Nabycie praw własności intelektualnej
5. Zakup procesu lub rozwiązania organizacyjnego
6. Nawiązanie współpracy z jednostką naukową lub innym podmiotem w celu opracowania nowego rozwiązania lub unowocześnienia rozwiązania posiadanego przez przedsiębiorcę
7. Inne (jakie?).....

8. Jaki są główne trudności we wprowadzaniu nowych rozwiązań w zakresie świadczonych usług lub produkcji w Pana(i) firmie?

Ankieter: zaznaczyć max. 3 najważniejsze; czytaj kafeterię

Uwaga: rotować odpowiedzi

1. Brak środków finansowych
2. Brak czasu
3. Ryzyko niepowodzenia
4. Brak odpowiednio wykwalifikowanego personelu
5. Niewystarczające wyposażenie techniczne
6. Brak informacji na temat nowych technologii
7. Brak znajomości rynku (potrzeb klientów, możliwości sprzedaży)
8. Trudności związane z ochroną patentową
9. Trudności w uzyskaniu wsparcia zewnętrznego ze strony odpowiednich specjalistów i doradców
10. Brak kooperantów współpracujących przy rozwoju innowacji
11. Wykonywanie produktów standardowych, nie wymagających zmian
12. Inne, jakie?.....
13. Brak barier

9. Jaki odsetek (proszę podać wartość procentową) przychodów przedsiębiorstwa w okresie ostatnich 12 miesięcy był przeznaczony na wprowadzenie nowych usług lub produktów lub modernizację już istniejących usług lub produktów?

1. Przedsiębiorstwo nie poniosło żadnych wydatków na wprowadzenie nowych usług lub produktów lub modernizację już istniejących usług lub produktów?
2. Wpisz _____%

II. ŹRÓDŁA WIEDZY O TECHNOLOGIACH

10. Czy Pana(i) firma śledzi zmiany technologiczne, jakie dokonują się w branży, w której firma działa?

1. Tak
2. Nie **przejdź do pyt. 14**

11. Skąd pochodzi wiedza w Pana(i) firmie o dokonujących się w branży zmianach technologicznych?

Ankieter: należy zaznaczyć wszystkie wskazania respondenta; nie czytaj kafeterii

1. Od klientów
2. Od dostawców
3. Od konkurentów
4. Od konsultantów zewnętrznych
5. Z targów, wystaw, konferencji
6. Z literatury fachowej i popularnonaukowej
7. Od organizacji branżowych i zawodowych
8. Z kontaktów z uczelniami wyższymi lub ich jednostkami organizacyjnymi (fundacjami, klinikami)
9. Od innych niż uczelnie wyższe jednostek naukowych
10. Od instytutów badawczych
11. Z samodzielnie podejmowanych przez firmę prac rozwojowych
12. Od instytucji otoczenia biznesu ukierunkowanych na wsparcie innowacyjności i/lub transferu technologii (np. centra innowacji i transferu technologii, parki technologiczne)
13. Od instytucji otoczenia biznesu wspierających ogólnie pojętą przedsiębiorczość, bez wyraźnego ukierunkowania na wsparcie innowacyjności i/lub transferu technologii (np. agencje rozwoju regionalnego lub lokalnego, centra rozwoju przedsiębiorczości)

14. Z innych źródeł, jakich.....?

12.W jakim stopniu Pana(i) firma jest zaznajomiona z najnowszymi rozwiązaniami w branży, w której działa:

Ankieter: możliwość wskazania tylko 1 opcji przez respondenta; przeczytaj kafeterię

1. Nie interesują nas nowe rozwiązania
2. Nie mamy dobrego rozeznania w rozwiązaniach stosowanych przez inne firmy działające w tej branży
3. Mamy dobrą znajomość rozwiązań stosowanych przez firmy głównych konkurentów, działające w naszej branży
4. Mamy dobrą znajomość rozwiązań stosowanych przez firmy najlepsze w naszej branży
5. Trudno powiedzieć **ankieter: nie czytać tej opcji**

12a. Czy Pana(i) firma ma dobrą znajomość najnowszych wyników badań naukowych dotyczących branży, w której działa?

1. Tak
2. Nie

13.Jak by Pan(i) ocenił(a) poziom wiedzy w Pani(a) firmie o dostawcach najnowszych rozwiązań?

Ankieter: możliwość wskazania tylko 1 opcji przez respondenta; przeczytaj kafeterię

1. Nie interesujemy się ofertą dostawców nowych rozwiązań w naszej branży
2. Sporadycznie przeglądamy ofertę dostawców nowych rozwiązań w naszej branży
3. Regularnie przeglądamy oferty kilku dostawców, którzy oferują nowe rozwiązania w naszej branży
4. Regularnie przeglądamy oferty najlepszych dostawców w naszej branży
5. Utrzymujemy bezpośredni kontakt z najlepszymi dostawcami w naszej branży (lub z ich przedstawicielami)
6. Trudno powiedzieć **ankieter: nie czytać tej opcji**

III. TRANSFER TECHNOLOGII

14.Czy Pana(i) firma w okresie ostatnich 3 lat dokonała zakupu maszyn lub urządzeń potrzebnych do wdrożenia nowego lub zmodernizowania już istniejącego procesu produkcyjnego lub usługowego albo też pozyskała nową wiedzę umożliwiającą wdrożenie nowych rozwiązań w firmie? (z wyłączeniem szkoleń)

1. Tak **nie zadawaj pyt. 16**
2. Nie **przejdź do pyt. 16**
3. Nie wiem **przejdź do pyt. 16**

15.Czy zmiany związane z wdrożeniem nowych procesów w firmie lub ich modernizacją zrealizowane w okresie ostatnich 3 lat nastąpiły poprzez:

Ankieter: należy zaznaczyć wszystkie wskazania respondenta; czytaj kafeterię

1. Zakup licencji
2. Zakup usług mających charakter prac badawczo-rozwojowych
3. Zakup wyników prac badawczo-rozwojowych
4. Zakup maszyn lub urządzeń
5. Zakup usług doradczych
6. W inny sposób, jaki.....?

16. Dlaczego w Pana(i) firmie nie nastąpiły w okresie ostatnich 3 lat zmiany związane z wdrożeniem nowych procesów w firmie lub ich modernizacją?

Ankieter: należy zaznaczyć wszystkie wskazania respondenta; nie czytaj kafeterii

UWAGA: ROTOWAĆ ODPOWIEDZI

1. wysokie koszty zakupu technologii
2. brak wiedzy o nowych technologiach
3. brak wiedzy o dostawcach technologii
4. niechęć przedsiębiorstwa do współpracy ze sferą nauki
5. niechęć ze strony sfery nauki do współpracy z przedsiębiorstwami
6. nadmierna czasochłonność wprowadzenia tych zmian
7. brak wiedzy o możliwości uzyskania wsparcia doradczego dla wprowadzenia tych zmian
8. brak wiedzy o możliwości uzyskania dofinansowania na zakup technologii
9. ryzyko prawne związane z wprowadzeniem tych zmian
10. brak zachęt ze strony państwa (np. podatkowych)
11. inne,
jaki?.....
-
12. nie było takiej potrzeby

17. Czy Pana(i) firma w okresie najbliższych 3 lat planuje dokonać zakupu maszyn lub urządzeń potrzebnych do wdrożenia nowego lub zmodernizowania już istniejącego procesu produkcyjnego lub usługowego albo też pozyskać nową wiedzę umożliwiającą wdrożenie nowych rozwiązań w firmie (z wyłączeniem szkoleń)?

1. Tak
2. Nie **przejdź do pyt. 19**
3. Nie wiem **przejdź do pyt. 19**

18. Czy zmiany związane z wdrożeniem nowych procesów w firmie lub ich modernizacją planowane w okresie najbliższych 3 lat nastąpią poprzez:

Ankieter: należy zaznaczyć wszystkie wskazania respondenta; nie czytaj kafeterii

1. Zakup licencji
2. Zakup usług mających charakter prac badawczo-rozwojowych
3. Zakup wyników prac badawczo-rozwojowych
4. Zakup maszyn lub urządzeń
5. Zakup usług doradczych
6. W inny sposób,
jaki.....?

IV. WIEDZA O USŁUGACH TRANSFERU TECHNOLOGII I ICH DOSTAWCACH

19. Na czym Pan(i) zdaniem polega audyt technologiczny (jakie obejmuje działania)?

Ankieter: zapisać wypowiedź respondenta, nie czytać opcji

.....
.....
.....

20. Na czym Pan(i) zdaniem polega usługa transferu technologii (jakie obejmuje działania)?

Ankieter: zapisać wypowiedź respondenta, nie czytać opcji

.....
.....
.....

21. Czy zna Pan(i) jakichkolwiek dostawców usług pośredniczących pomiędzy sprzedającymi a kupującymi technologię (usług transferu technologii)?

1. Tak

2. Nie **przejdź do pyt. 24**

22. Proszę wymienić ich nazwy.

Ankieter: zanotować nazwy dostawców usług transferu technologii, policzyć ich i zakodować liczbę

.....Nazwa

.....Nazwa

..... Liczba dostawców usług transferu technologii (ZAKODOWAĆ)

23. Czy zna Pan(i) ofertę dostawców usług pośredniczących pomiędzy sprzedającymi a kupującymi technologię?

1. Tak, znam szczegóły oferty niektórych dostawców.
2. Tak, znam w ogólnym zarysie ofertę niektórych dostawców.
3. Nie znam wcale oferty

24. Czy firma jest w stanie dokonać samodzielnej oceny szans produktu na odniesienie sukcesu rynkowego?

1. Tak, jest w stanie bardzo dokładnie ocenić te szanse.
2. Do pewnego stopnia jest w stanie ocenić te szanse.
3. Nie.
4. Nie wiem/ trudno powiedzieć **ankieter: nie czytać tej opcji**

V. OCENA ZAKRESU DOSTĘPNYCH USŁUG DORADCZYCH PROINNOWACYJNYCH

25. Proszę wskazać, z których usług doradczych wspierających rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie Pana(i) firma korzystała w okresie ostatnich 3 lat?

Ankieter – nie czytaj opcji „nie wiem”; przeczytaj kafeterię

	Tak	Nie	Nie wiem
1. Ocena potencjału i potrzeb technologicznych przedsiębiorstwa (audyt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Pośrednictwo w procesie transferu wiedzy, np. z uczelni wyższej do	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Pośrednictwo w procesie transferu technologii, w tym:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(i) przygotowanie zapytania o technologię	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(ii) przygotowanie oferty technologii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(iii) przegląd profili dostawców technologii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(iv) przegląd profili odbiorców technologii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(v) nawiązanie kontaktu z dostawcą technologii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(vi) nawiązanie kontaktu z odbiorcą technologii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(vii) pomoc doradcza we wdrażaniu technologii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(viii) pomoc doradcza podczas negocjacji i zawierania umowy pomiędzy odbiorcą a dostawcą technologii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(ix) monitorowanie wdrażania technologii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(x) monitorowanie realizacji umowy oraz inne aspekty pomocy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Pomoc doradcza w realizacji projektów badawczych obejmujących przedsięwzięcia techniczne, technologiczne lub organizacyjne prowadzące	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Pomoc we wdrażaniu wyników prac badawczych w przedsiębiorstwie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Pomoc we wdrażaniu nowych technologii w przedsiębiorstwie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Pomoc we wdrażaniu nowych produktów lub usług przez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Pomoc we wdrażaniu nowych rozwiązań organizacyjnych	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Pomoc w rozwijaniu wzornictwa przemysłowego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Pomoc w ochronie własności przemysłowej (patentów, wzorów	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Czy w Pana(i) opinii liczba podmiotów oferujących poszczególne typy usług doradczych wspierających rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie jest wystarczająca?

Ankieter: proszę posłużyć się skalą od 1 do 5, gdzie 1 całkowicie wystarczająca, 2 – raczej wystarczająca, 3 – ani zbyt mała, ani zbyt duża, 4 – raczej nie wystarczająca, 5 – całkowicie nie wystarczająca, dla odpowiedzi „nie wiem/ nie mam zdania” – kod 9; Przeczytaj kafeterię

1. Ocena potencjału i potrzeb technologicznych przedsiębiorstwa (audyt technologiczny)	<input type="checkbox"/>
2. Pośrednictwo w procesie transferu wiedzy, np. z uczelni wyższej do firmy	<input type="checkbox"/>
3. Pośrednictwo w procesie transferu technologii, w tym:	<input type="checkbox"/>
(i) przygotowanie zapytania o technologię	<input type="checkbox"/>
(ii) przygotowanie oferty technologii	<input type="checkbox"/>
(iii) przegląd profili dostawców technologii	<input type="checkbox"/>
(iv) przegląd profili odbiorców technologii	<input type="checkbox"/>
(v) nawiązanie kontaktu z dostawcą technologii	<input type="checkbox"/>
(vi) nawiązanie kontaktu z odbiorcą technologii	<input type="checkbox"/>
(vii) pomoc doradcza we wdrażaniu technologii	<input type="checkbox"/>
(viii) pomoc doradcza podczas negocjacji i zawierania umowy pomiędzy odbiorcą a dostawcą technologii	<input type="checkbox"/>
(ix) monitorowanie wdrażania technologii	<input type="checkbox"/>
(x) monitorowanie realizacji umowy oraz inne aspekty pomocy powdrożeniowej	<input type="checkbox"/>
4. Pomoc doradcza w realizacji projektów badawczych obejmujących przedsięwzięcia techniczne, technologiczne lub organizacyjne prowadzące do stworzenia prototypu	<input type="checkbox"/>
5. Pomoc we wdrażaniu wyników prac badawczych w przedsiębiorstwie	<input type="checkbox"/>
6. Pomoc we wdrażaniu nowych technologii w przedsiębiorstwie	<input type="checkbox"/>
7. Pomoc we wdrażaniu nowych produktów lub usług przez przedsiębiorstwo	<input type="checkbox"/>
8. Pomoc we wdrażaniu nowych rozwiązań organizacyjnych	<input type="checkbox"/>
9. Pomoc w rozwijaniu wzornictwa przemysłowego	<input type="checkbox"/>
10. Pomoc w ochronie własności przemysłowej (patentów, wzorów użytkowych)	<input type="checkbox"/>

VI. OCENA USŁUGI DORADCZEJ PROINNOWACYJNEJ WYŚWIADCZONEJ W RAMACH DZIAŁANIA PO IG 5.2

(Źródła informacji)

27.W jaki sposób dowiedzieliście się Państwo o istnieniu ośrodka KSI i jego ofercie usług proinnowacyjnych?

Ankieter: należy zaznaczyć wszystkie wskazania respondenta; nie czytaj kafeterii

1. Strona internetowa ośrodka KSI
2. Strona internetowa PARP
3. Inne strony internetowe
4. Jednostka samorządu terytorialnego
5. Inna instytucja otoczenia biznesu
6. Podczas konferencji, spotkania informacyjnego organizowanego przez PARP
7. Podczas konferencji, spotkania informacyjnego organizowanego przez inny podmiot niż PARP
8. Ogłoszenie w prasie
9. Od znajomych
10. Z innego źródła, jakiego?.....

(Mocne i słabe strony)

28.Proszę dokonać oceny poszczególnych elementów usługi doradczej wyświadczonej przez ośrodek KSI.

	Zdecydowanie zadowolony	Raczej zadowolony	Ani zadowolony, ani niezadowolony	Raczej niezadowolony	Zdecydowanie nie zadowolony
Czas realizacji usługi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terminowość realizacji (dotrzymanie ustalonych terminów)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kompetencje pracowników usługodawcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Przejrzystość umowy z usługodawcą pod kątem obowiązków usługodawcy i klienta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zdolność usługodawcy do rozpoznania potrzeb firmy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dostosowanie oferty usługodawcy do potrzeb firmy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Komunikacja z usługodawcą w trakcie realizacji usługi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29.Co było najwartościowsze w usłudze KSI, z której Państwo skorzystaliście?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....

30. Co budziło najczęściej zastrzeżeń w usłudze KSI, z której Państwo skorzystaliście?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....
.....

(Odpłatność usług)

31. Czy Pana(i) firma dopłaciła do usługi wyświadczonej przez ośrodek KSI?

JEŚLI TAK, to ile?

31a. Wpisz _____ PLN

31b. Za jakie działania?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....
.....

(Skuteczność usługi)

32. Czy w rezultacie usługi doradczej wyświadczonej przez ośrodek KSI Pana(i) firma osiągnęła realne korzyści?

ANKIETER: MOŻLIWOŚĆ WSKAZANIA TYLKO 1 OPCJI PRZEZ RESPONDENTA

1. Tak
2. Nie
3. Nie wiem/ Za wcześnie na ocenę **ankieter: nie czytać tej opcji**

32a. Jeśli tak, jakie realne korzyści osiągnięto?

.....
.....
.....

32b. Jeśli nie, dlaczego?

.....
.....
.....

(Plany)

33. Czy przewiduje Pan(i), że Pana(i) firma w okresie najbliższych 3 lat skorzysta z usług doradczych wspierających rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie?

1. Tak
2. Nie **przejdź do pyt. 37**

34. Z jakich usług doradczych wspierających rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie Pana(i) firma skorzysta w okresie najbliższych 3 lat?

Ankieter: należy zaznaczyć wszystkie wskazania respondenta; czytaj kafeterię

1. Ocena potencjału i potrzeb technologicznych przedsiębiorstwa (audyt technologiczny)	<input type="checkbox"/>
2. Pośrednictwo w procesie transferu wiedzy, np. z uczelni wyższej do firmy	<input type="checkbox"/>
3. Pośrednictwo w procesie transferu technologii, w tym:	<input type="checkbox"/>
a) przygotowanie zapytania o technologię	<input type="checkbox"/>
b) przygotowanie oferty technologii	<input type="checkbox"/>
c) przegląd profili dostawców technologii	<input type="checkbox"/>
d) przegląd profili odbiorców technologii	<input type="checkbox"/>
e) nawiązanie kontaktu z dostawcą technologii	<input type="checkbox"/>
f) nawiązanie kontaktu z odbiorcą technologii	<input type="checkbox"/>
g) pomoc doradcza we wdrażaniu technologii	<input type="checkbox"/>
h) pomoc doradcza podczas negocjacji i zawierania umowy pomiędzy odbiorcą a dostawcą technologii	<input type="checkbox"/>

i) monitorowanie wdrażania technologii	<input type="checkbox"/>
j) monitorowanie realizacji umowy oraz inne aspekty pomocy powdrożeniowej	<input type="checkbox"/>
4. Pomoc doradcza w realizacji projektów badawczych obejmujących przedsięwzięcia techniczne, technologiczne lub organizacyjne prowadzące do stworzenia prototypu	<input type="checkbox"/>
5. Pomoc we wdrażaniu wyników prac badawczych lub nowych technologii w przedsiębiorstwach	<input type="checkbox"/>
6. Pomoc we wdrażaniu nowych produktów lub usług przez przedsiębiorstwa	<input type="checkbox"/>
7. Pomoc we wdrażaniu nowych rozwiązań organizacyjnych	<input type="checkbox"/>
8. Pomoc w rozwijaniu wzornictwa przemysłowego	<input type="checkbox"/>
9. Pomoc w ochronie własności przemysłowej (patentów, wzorów użytkowych)	<input type="checkbox"/>
10. Nie wiem, trudno powiedzieć ankieter: nie czytać tej opcji	<input type="checkbox"/>

34a. Czy są jakieś usługi doradcze wspierające rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie, z których firma nie skorzysta, choć ma taką potrzebę?

1. Tak
2. Nie **przejdź do pyt. 36**

34b. Jakie to usługi?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....
.....
.....

(Gotowość do ponoszenia kosztów w przyszłości)

35. Jakież koszty usługi doradczej (proszę podać wartość w PLN) wspierającej rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie Pana(i) firma byłaby skłonna ponieść?

1. Wpisz _____ PLN **PRZEJDŹ DO PYT. 38**
2. Firma chciałaby skorzystać z usługi doradczej, ale nie jest skłonna ponieść jakichkolwiek kosztów

36. Czy gdyby zmienił się kształt (zakres i standard) usługi doradczej wspierającej rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie byłby Pan(i) gotowa częściowo finansować tę usługę?

1. Tak
2. Nie **PRZEJDŹ DO PYT. 38**

36a. JEŚLI TAK, co należałoby zmienić w kształcie (zakresie i standardzie) usługi doradczej?

.....
.....
.....

BLOK PYTAŃ DO FIRM, KTÓRE SKORZYSTAŁY Z USŁUGI TRANSFERU TECHNOLOGII

W RAMACH DZIAŁANIA PO IG 5.2

JEŚLI FIRMA NIE KORZYSTAŁA Z USŁUGI TRANSFERU TECHNOLOGII PRZEJDŹ DO PYT. 41

37. Jaka technologia była przedmiotem usługi transferu technologii?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....

37a Jaki był poziom nowatorstwa technologii?

1. nowa dla firmy,
2. nowa na rynku lokalnym (powiat)
3. nowa na rynku regionalnym (województwo/makroregion)
4. nowa na rynku krajowym
5. nowa na rynku międzynarodowym,
6. Nie wiem

37b Od ilu lat ta technologia znana jest na świecie?

1. Wpisz liczbę lat.....
2. Nie wiem

37c Jaki był orientacyjny koszt zakupu technologii (w PLN)?

1. Wpisz kwotęPLN

37d. Jakie były przyczyny wyboru tej a nie innej technologii?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....

38. Jakich procesów zachodzących w Pana(i) firmie dotyczył dokonany transfer technologii?

Ankieter: należy zaznaczyć wszystkie wskazania respondenta; przeczytaj kafeterię

1. Procesów podstawowych decydujących o sytuacji ekonomicznej i rynkowej przedsiębiorstwa, związanych z procesem produkcji
2. Procesów podstawowych decydujących o sytuacji ekonomicznej i rynkowej przedsiębiorstwa, związanych z procesem dostarczania produktu/ usługi na rynek
3. Procesów podstawowych decydujących o sytuacji ekonomicznej i rynkowej przedsiębiorstwa, o innym charakterze niż wymienione w pkt. 1 i 2
4. Procesów wspomagających funkcjonowanie przedsiębiorstwa, ale nie determinujących jego sytuacji ekonomicznej i rynkowej (np. usprawnień w procesie magazynowania produktów) **Ankieter: jeśli respondent wskaże wyłącznie 4 opcję przejdź do pyt.**

40

38a. Czy w wyniku wdrożenia technologii w firmie zmieniła się sytuacja przedsiębiorstwa w następujących sferach

Ankieter: Odczytuj respondentowi sfery po kolei i zaznacz ocenę respondenta.

Wyszczególnienie	Znaczny wzrost	Wzrost	Bez zmian	Spadek	Znaczny spadek	Jest za wcześnie, żeby to ocenić <i>Ankieter: Nie czytaj tej odpowiedzi</i>	Nie dotyczy/Nie wiem <i>Ankieter: Nie czytaj tej odpowiedzi</i>
1. udział w rynku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. zysk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. przychody ze sprzedaży	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. przychody ze sprzedaży na eksport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. zadłużenie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. inwestycje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. koszty wytwarzania	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. wielkość produkcji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. zatrudnienie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

38b. Proszę dokonać oceny pozycji konkurencyjnej Pani/a przedsiębiorstwa.

Ankieter: Odczytuj respondentowi nazwy rynków po kolei i zaznacz ocenę respondenta.

W przypadku wątpliwości wyjaśnij:

- 1. pozycja KORZYSTNA – przedsiębiorstwo charakteryzuje się przewagami konkurencyjnymi i ma możliwości ciągłej poprawy własnej pozycji konkurencyjnej na wskazanym rynku;*
- 2. pozycja ŚREDNIA – przedsiębiorstwo ma możliwość sprawnego realizowania własnych celów, ale z trudem utrzymuje obecną pozycję i ma mniej niż przeciętne możliwości dalszej poprawy własnej pozycji konkurencyjnej na wskazanym rynku;*
- 3. pozycja SŁABA – przedsiębiorstwo nie funkcjonuje na wskazanym rynku lub funkcjonuje na niekorzystnym poziomie, a perspektywy na poprawę sytuacji są znikome.*

Rynek działania	Pozycja KORZYSTNA – jesteśmy konkurencyjni na rynku....	Pozycja ŚREDNIA – z trudem konkurujemy na rynku....	Pozycja SŁABA – nie jesteśmy w stanie konkurować na rynku...	Nie dotyczy/Nie wiem
1. rynek światowy	<input type="checkbox"/> <i>Ankieter: Jeżeli TAK przejdź do pytania 40</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. rynek europejski	<input type="checkbox"/> <i>Ankieter: Jeżeli TAK to przejdź do pytania 40</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. rynek krajowy	<input type="checkbox"/> <i>Ankieter: Jeżeli TAK to przejdź do pytania 40</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. rynek regionalny (województwo)	<input type="checkbox"/> <i>Ankieter: Jeżeli TAK to przejdź do pytania 40</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. rynek lokalny (powiat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

39. Czy w rezultacie usługi transferu technologii wyświadczonej przez ośrodek Krajowej Sieci Innowacji w ramach działania PO IG 5.2 Pana(i) firma zrealizowała zakładane cele:

Ankieter: możliwość wskazania tylko 1 opcji przez respondenta

- Tak, w pełni
- Tak, ale tylko częściowo
- Nie
- Nie wiem/ Za wcześnie na ocenę **ANKIETER: NIE CZYTAĆ TEJ OPCJI**

39a. Czego nie udało się zrealizować? Jakie były tego przyczyny?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....
.....
.....

(Ocena oferty usługodawców spoza KSI)

40. Czy Pana(i) firma korzystała w okresie ostatnich 3 lat z usług doradczych wspierających rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie oferowanych przez niekomercyjne ośrodki wsparcia biznesu, inne niż KSI?

1. Tak
2. Nie **przejdź do pyt. 42**
3. Nie wiem **przejdź do pyt. 42**

40a. Jaka to była usługa(i)?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....
.....

40b. Kto był usługodawcą? Proszę wymienić nazwę firmy lub typ instytucji

1. Nazwa lub typ instytucji.....

40c. Jaka była cena wykonanej usługi (w PLN)?

1. Wpisz kwotę..... PLN

40d. Jak Pan(i) ocenia zadowolenie z poziomu tej usługi doradczej (tych usług)?

Ankieter: możliwość wskazania tylko 1 opcji przez respondenta; przeczytaj kafeterię

1. Zdecydowanie zadowolony **przejdź do pyt. 42**
2. Raczej zadowolony **przejdź do pyt. 42**
3. Ani zadowolony, ani niezadowolony
4. Raczej niezadowolony
5. Zdecydowanie niezadowolony
6. Nie wiem, nie mam zdania **ankieter: nie czytać tej opcji**

40e. Jakie są powody braku pełnego zadowolenia z poziomu usług doradczych wspierających rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie oferowanych przez niekomercyjne ośrodki wsparcia biznesu, inne niż KSI?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....
.....
.....

41. Czy Pana(i) firma korzystała w okresie ostatnich 3 lat z usług doradczych wspierających rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie oferowanych przez firmy komercyjne?

1. Tak
2. Nie **przejdź do pyt. M1**
3. Nie wiem **przejdź do pyt. M1**

41a. Jaka to była usługa?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....
.....

41b. Kto był usługodawcą? Proszę wymienić nazwę firmy

Wpisz nazwę.....

41c. Jaka była cena wykonanej usługi (w PLN)?

Wpisz kwotęPLN

41d. Jak Pan(i) ocenia zadowolenie z poziomu tej usługi doradczej (tych usług)?

Ankieter: możliwość wskazania tylko 1 opcji przez respondenta; przeczytaj kafeterię

1. Zdecydowanie zadowolony **PRZEJDŹ DO PYT. M1**
2. Raczej zadowolony **PRZEJDŹ DO PYT. M1**
3. Ani zadowolony, ani niezadowolony
4. Raczej niezadowolony
5. Zdecydowanie niezadowolony
6. Nie wiem, nie mam zdania **ANKIETER: NIE CZYTAĆ TEJ OPCJI**

41e. Jakie są powody braku pełnego zadowolenia z poziomu usług doradczych wspierających rozwój i wdrażanie technologii w przedsiębiorstwie oferowanych przez firmy komercyjne?

Ankieter: zanotować dokładnie odpowiedź respondenta

.....
.....
.....

METRYCZKA

M1. Płeć respondenta

1. kobieta
2. mężczyzna

M2. Jaka jest forma organizacyjno-prawna przedsiębiorstwa?

1. Jednoosobowa działalność gospodarcza
2. Spółka cywilna
3. Spółka z o.o.
4. Spółka akcyjna
5. Spółka jawna
6. Przedsiębiorstwo państwowe
7. Stowarzyszenie / fundacja
8. Inna forma organizacyjna, jaka.....?

M3. W jakiej miejscowości przedsiębiorstwo ma swoją główną siedzibę?

1. Wieś
2. Miasto do 20.000 mieszkańców
3. Miasto 20.001 – 50.000 mieszkańców
4. Miasto 50.001 – 100.000 mieszkańców
5. Miasto powyżej 100.000 mieszkańców

M4. Ile osób średniorocznie jest zatrudnionych w przedsiębiorstwie w przeliczeniu na pełne etaty?

1. 5 – 9
2. 10 – 49
3. 50 – 249

M5. Jak zmieniła się liczba pracowników w okresie ostatnich 4 lat?

1. Zmniejszyła się o więcej niż 20%
2. Zmniejszyła się między 10% a 20%
3. Zmniejszyła się o mniej niż 10%
4. Pozostała bez zmian
5. Zwiększyła się o mniej niż 10%
6. Zwiększyła się między 10% a 20%
7. Zwiększyła się o więcej niż 20%

M6. Jaka jest główna branża, w której Pani/Pana przedsiębiorstwo prowadzi działalność?

1. Przemysł (w tym przetwórstwo przemysłowe, wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych, dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją)
2. Budownictwo,
3. Handel i naprawy,
4. Hotele i restauracje,
5. Transport, gospodarka magazynowa i łączność,
6. Pośrednictwo finansowe (w tym ubezpieczenia)
7. Obsługa firm (w tym usługi dla firm), nieruchomości,
8. Edukacja,
9. Ochrona zdrowia,
10. Pozostała działalność usługowa, społeczna i indywidualna

M7. W jakim przedziale mieści się łączna wielkość przychodów osiągniętych przez przedsiębiorstwo w 2010 roku?

1. Do 1,5 mln zł
2. Powyżej 1,5 mln zł do 10 mln zł
3. Powyżej 10 mln zł do 30 mln zł
4. Powyżej 30 mln zł do 100 mln zł
5. Powyżej 100 mln zł
6. Nie wiem/ odmowa odpowiedzi **ANKIETER: NIE CZYTAĆ TEJ OPCJI**

M8. Jak zmieniła się łączna wielkość przychodów osiągniętych przez przedsiębiorstwo w okresie ostatnich 4 lat?

1. Zmniejszyła się więcej niż o 20%
2. Zmniejszyła się między 10% a 20%
3. Zmniejszyła się o mniej niż 10%
4. Pozostała bez zmian
5. Zwiększyła się o mniej niż 10%
6. Zwiększyła się między 10% a 20%
7. Zwiększyła się więcej niż o 20%
8. Nie wiem/ odmowa odpowiedzi **ankieter: nie czytać tej opcji**

Imię nazwisko respondenta oraz telefon (do kontroli):		
Województwo Ankieter: zaznaczyć województwo	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>dolnośląskie</i> 2. <i>kujawsko-pomorskie</i> 3. <i>lubelskie</i> 4. <i>lubuskie</i> 5. <i>łódzkie</i> 6. <i>małopolskie</i> 7. <i>mazowieckie</i> 8. <i>opolskie</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 9. <i>podkarpackie</i> 10. <i>podlaskie</i> 11. <i>pomorskie</i> 12. <i>śląskie</i> 13. <i>świętokrzyskie</i> 14. <i>warmińsko-mazurskie</i> 15. <i>wielkopolskie</i> 16. <i>zachodniopomorskie</i>
Nazwa podmiotu badanego:	<i>Ankieter: wpisać czytelnie nazwę</i>	<i>Ankieter: pełna nazwa i dane adresowe instytucji</i>
Rok założenia przedsiębiorstwa	<i>Ankieter: wpisać w systemie 19__ (np. 1972)</i>	

