

Janusz Kornecki, Elżbieta Roszko-Wójtowicz

Rozdział 7. Aktywność innowacyjna przedsiębiorstw jako odpowiedź na popyt sektora publicznego

Wstęp

W niniejszym rozdziale przedstawione zostaną wyniki badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorstw (w tym wykonawców zamówień publicznych) na temat możliwości stymulowania działalności proinnowacyjnej w odpowiedzi na popyt zgłaszany przez sektor publiczny.

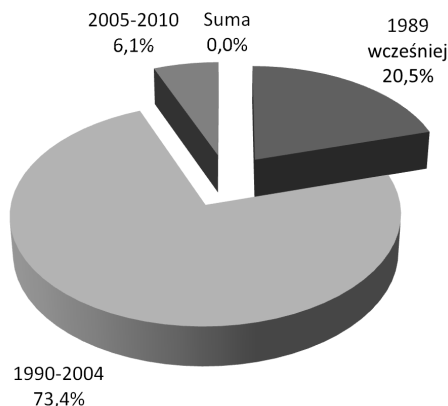
W pierwszej części rozdziału dokonano charakterystyki próby badawczej, co jest o tyle istotne, iż jej profil może rzucić dodatkowe światło na opinie wyrażane przez respondentów. Ważnym elementem podjętych tu rozważań jest określenie znaczenia innowacyjności dla rozwoju konkretnej branży, jak i samych przedsiębiorstw w niej działających. Odpowiednio wysoka ranga innowacyjności, stanowiąca istotny element środowiska konkurencyjnego, w jakim przedsiębiorstwa danej branży funkcjonują, silnie przekłada się na zakres i jakość działań innowacyjnych podejmowanych przez przedsiębiorstwa, stanowiąc dla nich często kwestię nie tyle wyboru, ile imperatyw działania.

O innowacyjności nie można najczęściej mówić bez oceny kosztów podejmowania działań innowacyjnych w powiązaniu ze źródłami ich finansowania, co znalazło swoje odzwierciedlenie w dalszej analizie. Treścią rozważań podjętych w niniejszym rozdziale jest jednakże w głównej mierze ocena aktualnego stanu i możliwości wpływania na innowacyjność przedsiębiorstw poprzez system zamówień publicznych w opinii przedsiębiorstw tworzących stronę podażową rynku zamówień publicznych.

7.1. Charakterystyka próby badawczej

Jak pokazuje wykres 20, blisko 75% firm uczestniczących w badaniu rozpoczęło swoją działalność w okresie kształtowania się gospodarki wolnorynkowej (lata 1990–2004). Z kolei co piąta firma powstała przed rokiem 1990, co oznacza, że w momencie prowadzenia badania funkcjonowała na rynku od co najmniej 20 lat. Zaledwie 6,1% firm-respondentów rozpoczęło rynkową działalność nie wcześniej niż 5 lat przed badaniem.

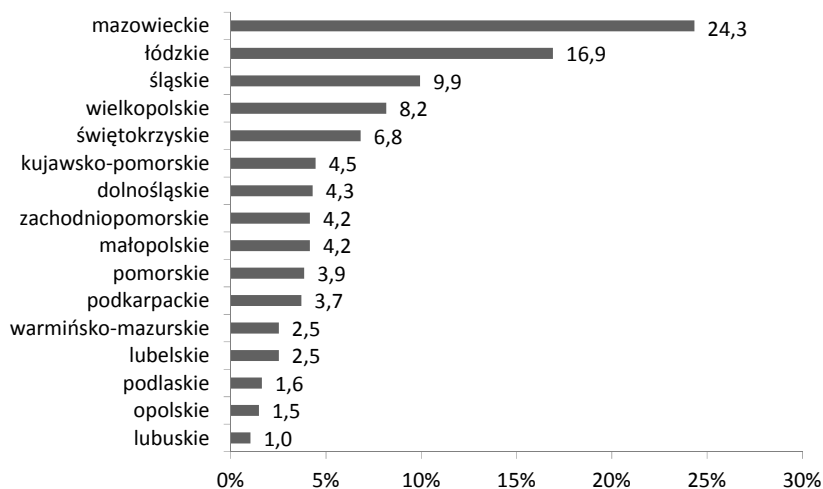
Wykres 20. Struktura badanych firm według roku rozpoczęcia działalności (wystawienia pierwszej faktury)



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

W próbie badawczej najliczniej były reprezentowane firmy mające swoją siedzibę w województwie mazowieckim (niemal co czwarta badana firma) lub w województwie łódzkim (co szósta firma), na co wskazują dane przedstawione na wykresie 21. Udział przedsiębiorców z pozostałych województw był każdorazowo mniejszy niż 10%.

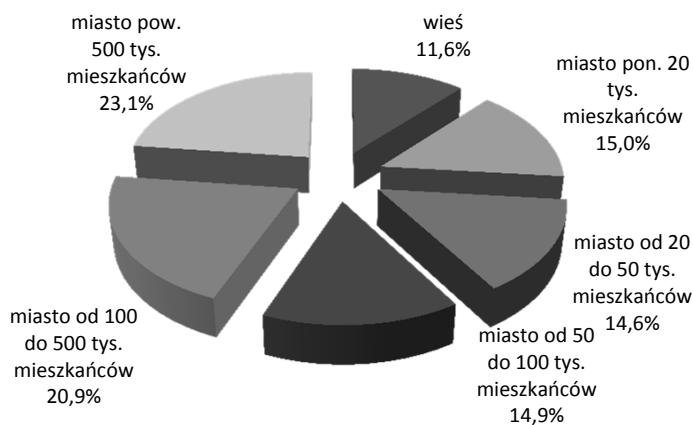
Wykres 21. Struktura badanych firm według województw



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Rozkład respondentów badania z punktu widzenia lokalizacji głównej siedziby ich przedsiębiorstwa był względnie równomierny, bez wyraźnej dominacji respondentów o określonej, w ten sposób wyróżnionej charakterystyce. Z wykresu 22 wynika, że najwięcej przedsiębiorców wywodziło się z dużych miast, liczących powyżej 500 tys. mieszkańców (23,1%) oraz miast mających od 100 do 500 tys. mieszkańców (20,9%). Nieco mniej liczną reprezentację wśród respondentów badania miały małe miasta liczące poniżej 20 tys. mieszkańców (15%), miasta o liczebności od 50 do 100 tys. mieszkańców (14,9%) i miasta liczące od 20 do 50 tys. mieszkańców (14,6%). Najrzadziej można w próbie badawczej znaleźć reprezentantów wsi (11,6%).

Wykres 22. Struktura badanych firm według lokalizacji głównej siedziby



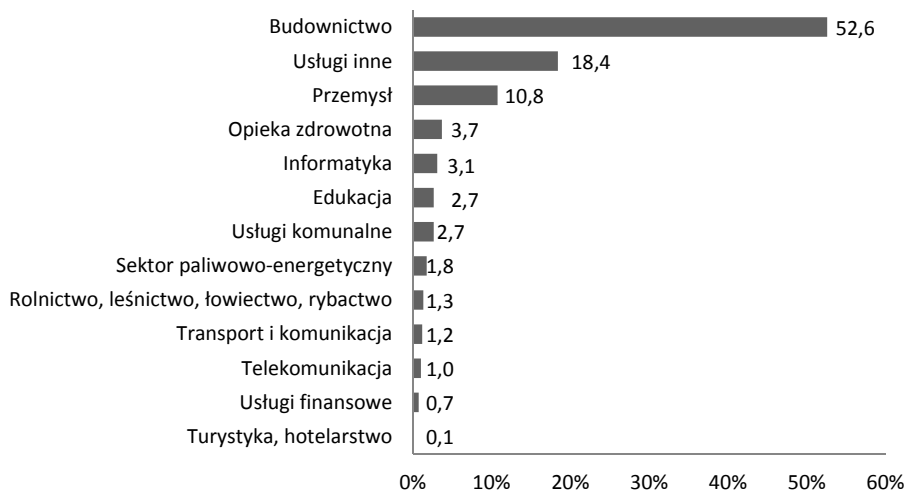
Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Przeszło połowę respondentów badania stanowiły firmy z sektora *Budownictwo*, co obrazują dane na wykresie 23. Ponadto znaczący udział miały sektory *Usługi inne* (18,4%) i *Przemysł* (10,8%). Reprezentacja pozostałych sektorów w próbie badawczej była marginalna.

Niemal połowa respondentów uczestniczących w badaniu wywodziła się z grona firm małych, zatrudniających 10–49 osób (por. wykres 24). Znaczącą reprezentację miały także firmy mikro o liczbie zatrudnionych nieprzekraczającej 9 osób – 26% (wyłączywszy z tego grona firmy jednoosobowe) i firmy średniej wielkości zatrudniające od 50 do 249 osób (20,3%).

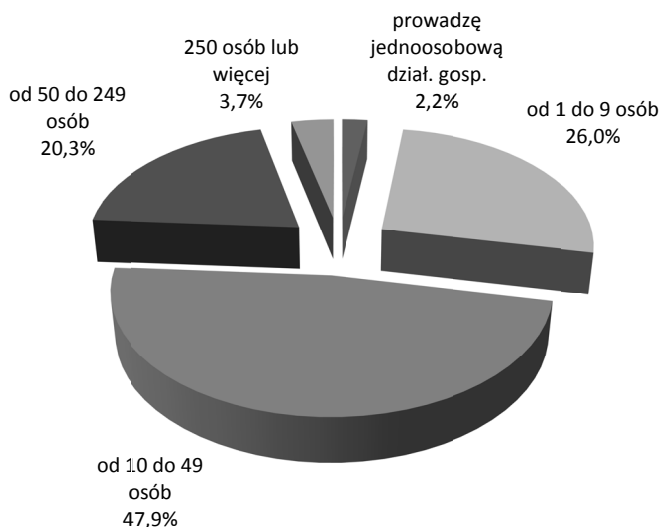
Wielkość rocznych przychodów, w 2009 r., nie przekroczyła w przypadku ponad 75% firm uczestniczących w badaniu pułapu 10 mln zł, przy czym co trzecia firma osiągnęła przychody mniejsze niż 1,5 mln zł (por. wykres 25).

Wykres 23. Struktura badanych firm według dominującego ze względu na strukturę przychodów obszaru działalności firmy



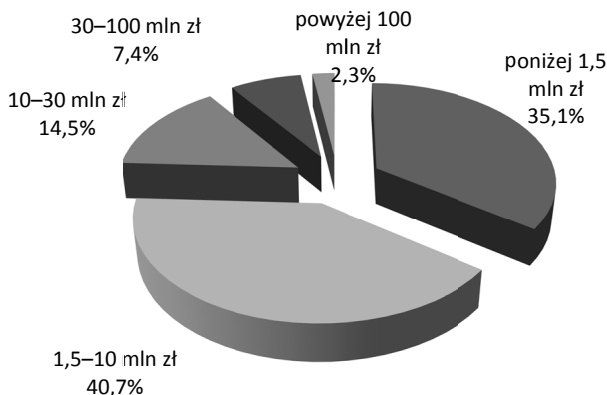
Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Wykres 24. Struktura badanych firm według liczby osób zatrudnionych w przedsiębiorstwie w roku 2009



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Wykres 25. Struktura badanych firm według szacunkowej wielkości przychodów w roku 2009



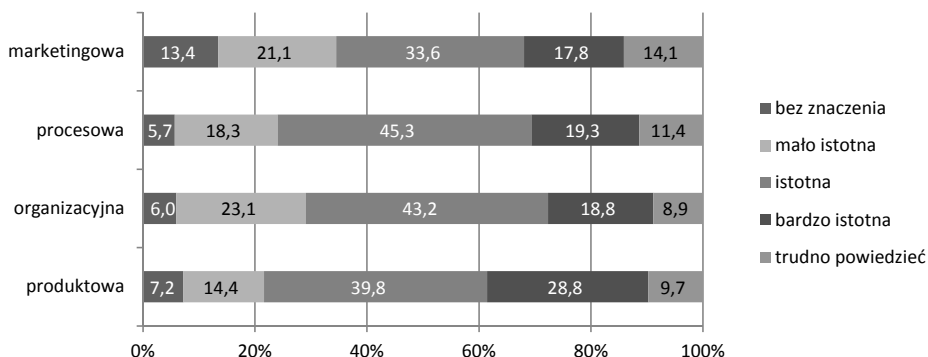
Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

W grupie respondentów zdecydowanie dominowały firmy o wyłącznie polskim kapitale (93,9%), podczas gdy firmy we władaniu kapitału zagranicznego stanowiły 2,8% firm uczestniczących w badaniu. Pozostałe podmioty (3,3%) to jednostki z dominującym udziałem kapitału polskiego lub takie, w których parytet udziału kapitału polskiego i zagranicznego był równy.

7.2. Znaczenie innowacyjności dla rozwoju przedsiębiorstw i branży

Nie sposób nie docenić znaczenia innowacyjności w rozwoju przedsiębiorstw, na co wskazują odpowiedzi przedsiębiorców na tak postawione pytanie (por. wykres 26). Spośród różnych wymiarów innowacyjności przedsiębiorcy najczęściej wskazywali na szczególną rolę innowacji produktowych – 68,6% respondentów, wobec 21,6% badanych przekonanych o małym znaczeniu innowacji tego rodzaju lub jego braku. Natomiast w przypadku innowacji procesowych 64,6% ankietowanych wskazało na ich co najmniej istotne znaczenie dla rozwoju przedsiębiorstwa przy 24-procentowym udziale odpowiedzi dla wariantów „mało istotne” i „bez znaczenia”. Nieco mniejsza liczba pozytywnych wskazań dotyczyła innowacyjności w wymiarze organizacyjnym (62%). Relatywnie najmniejsze znaczenie przypisano innowacyjności w wymiarze marketingowym (51,4%).

Wykres 26. Znaczenie różnych wymiarów innowacyjności dla przedsiębiorstw



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Wykres 27. Wpływ innowacyjności na koszty zakupu i eksploatacji oraz jakość produktów i usług w branży

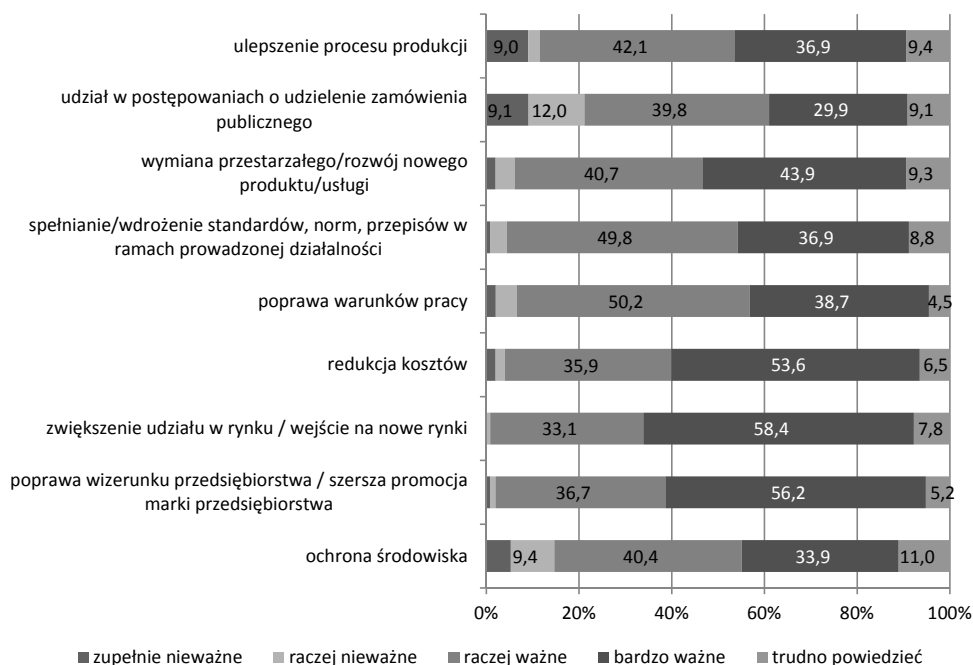


Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Z perspektywy branży, w jakiej działa przedsiębiorstwo, innowacyjność jest najczęściej kojarzona z wyższymi kosztami zakupu innowacyjnych produktów i usług, przy jednoczesnym wskazaniu na ich niższe koszty eksploatacji, czego dowodzą dane przedstawione na wykresie 27. Innowacyjność w opinii bardzo nielicznej grupy przedsiębiorców przekłada się na niższą cenę oferowanego produktu lub usługi. Natomiast w opinii 22,5% respondentów ma ona neutralny charakter w stosunku do ceny produktów i usług obowiązujących w branży. Wyrażane przez

przedsiębiorców na ten temat opinie były niezależne od wielkości firmy mierzonej liczbą zatrudnionych w niej pracowników. Wyraźnie natomiast kształtowała się zależność, polegająca na tym, że przedsiębiorstwa, dla których dominującym typem odbiorcy byli klienci indywidualni, były mniej skłonne uznać, iż innowacyjność w branży w bardzo nieznacznym stopniu jest związana z ceną.

Wykres 28. Cele działalności innowacyjnej przedsiębiorstw

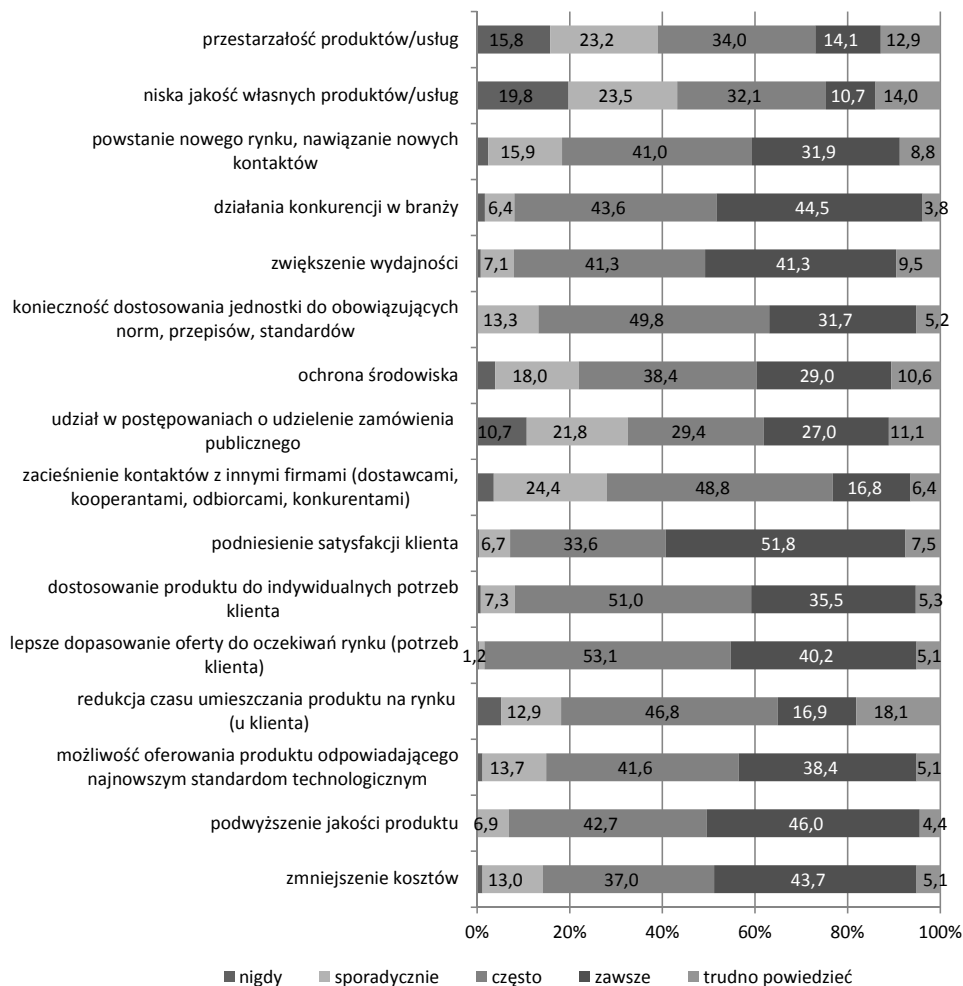


Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

Najczęściej głównym celem podejmowanej przez przedsiębiorstwa działalności innowacyjnej była poprawa wizerunku przedsiębiorstwa i szersza promocja jego marki (92,8%) oraz zwiększenie udziału w rynku lub wejście na nowe rynki (91,4%), na co wskazują dane przedstawione na wykresie 28. Najrzadziej, jako istotny cel działalności innowacyjnej, przedsiębiorstwa wymieniały udział w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego (69,7%). Wyjątkowo wysokie odsetki wskazań stwierdzających chęć osiągnięcia jednego z wymienionych w badaniu celów jako powód podejmowania przez respondentów działalności innowacyjnej nakazuje znaczną ostrożność w formułowaniu wniosków. Dlatego też bardziej miarodajnym wskaźnikiem obrazującym rzeczywiste intencje przedsiębiorców realizujących działalność innowacyjną wydaje się odsetek wskazań

wykluczających dany cel z wiązki celów, które poprzez działalność innowacyjną przedsiębiorstwa starają się osiągnąć. Taka analiza prowadzi jednakże do podobnej konkluzji w przypadku celu określonego jako udział w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego. Sugeruje bowiem najmniejszą rolę przypisywaną mu w hierarchii zadań realizowanych w drodze działalności innowacyjnej, na co wskazuje najwyższy odsetek przedsiębiorstw nie wiążących celów prowadzonej działalności innowacyjnej z udziałem w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego (21,1%).

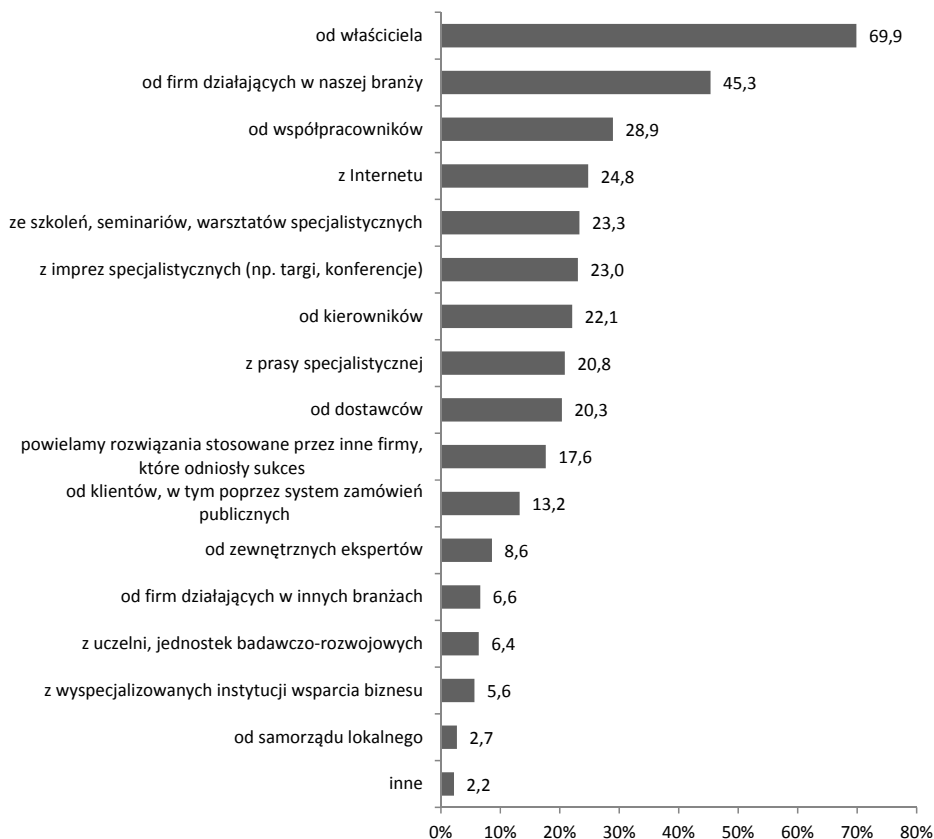
Wykres 29. Wpływ różnych czynników na decyzje przedsiębiorstw w zakresie wdrażania innowacji



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

Jak przedstawiają dane zamieszczone na wykresie 29, najczęściej bodźcem do wdrożenia innowacji jest lepsze dopasowanie oferty przedsiębiorstwa do oczekiwań rynku i powiązane z nią podniesienie satysfakcji klienta, czego odzwierciedleniem jest na ogół podwyższenie jakości produktu. Wdrożenie innowacji jest też często reakcją na działania rynkowe konkurentów lub konieczność spełnienia norm środowiskowych. Innowacje są traktowane przez większość przedsiębiorstw raczej jako swoista „ucieczka do przodu” przed konkurencją, a u ich podłoża relatywnie rzadko leży niska jakość oferowanych produktów i usług lub ich przestarzałość. Chęć udziału w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego stosunkowo rzadko wyzwala u przedsiębiorców działania wdrożeniowe w dziedzinie innowacji, choć dane mogłyby sugerować, że dla przeszło połowy respondentów (56,3%) jest to czynnik zawsze lub często wpływający na ich aktywność w zakresie wdrażania innowacji.

Wykres 30. Źródła innowacji w przedsiębiorstwach



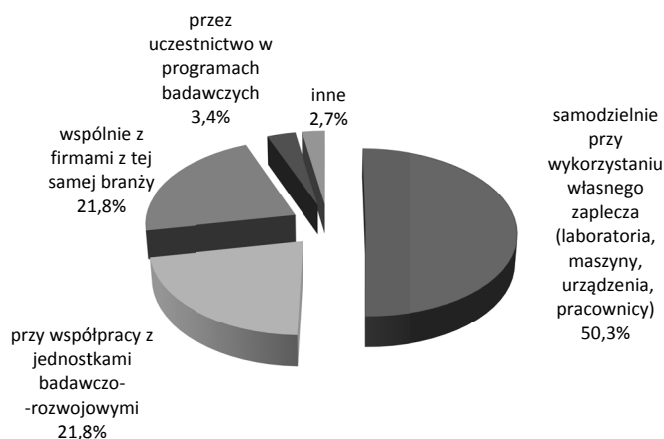
Respondent mógł wskazać 3 najważniejsze źródła.

Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

Jak wynika z deklaracji przedsiębiorstw (por. wykres 30), głównym źródłem pomysłów na nowe produkty, procesy oraz zmiany organizacyjne i marketingowe jest sam właściciel (69,9%). Ważnym źródłem innowacji są też firmy działające w tej samej branży (45,3%). Znaczenie innych źródeł jest już zdecydowanie mniejsze. Poza samą firmą i jej otoczeniem konkurencyjnym, relatywnie rzadko bodźców do podejmowania działalności innowacyjnej dostarcza system zamówień publicznych.

Spośród przedsiębiorstw deklarujących prowadzenie działalności badawczo-rozwojowej, połowa czyni to samodzielnie przy wykorzystaniu posiadanego zaplecza technicznego, kapitałowego i ludzkiego (por. wykres 31). Samodzielna działalność w dziedzinie B+R dominuje także w przypadku tych przedsiębiorstw, które podejmują współpracę z jednostkami badawczo-rozwojowymi, firmami z tej samej branży, uczestniczą w programach badawczych lub w inny sposób podejmują taką działalność.

Wykres 31. Sposób prowadzenia w przedsiębiorstwie działalności badawczo-rozwojowej



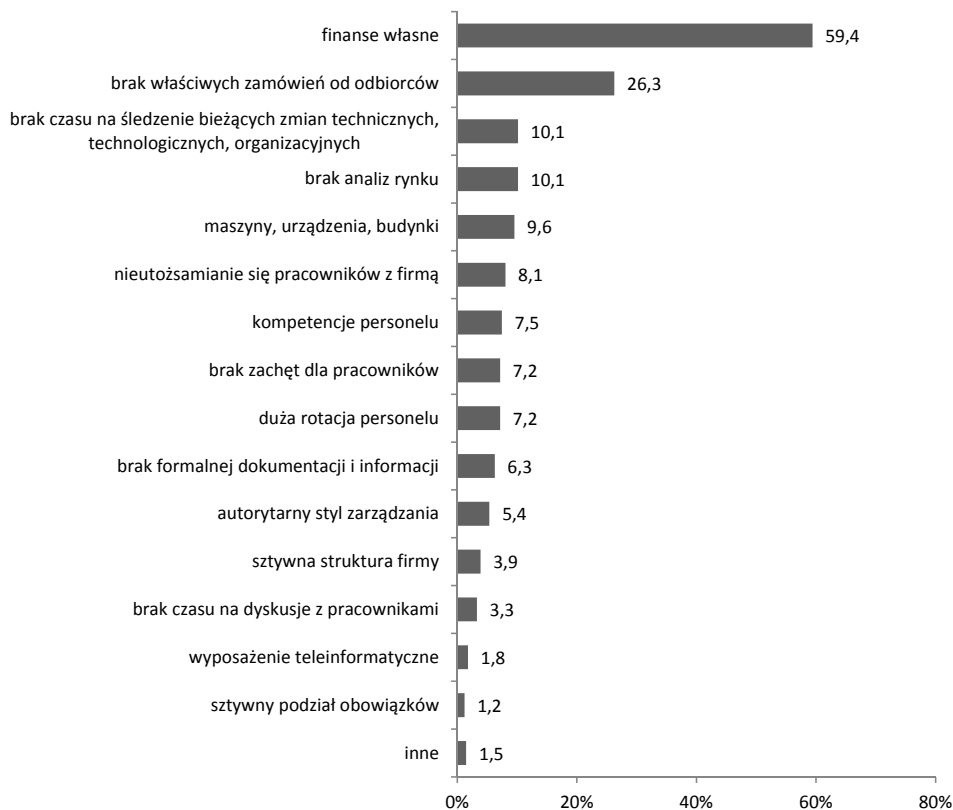
Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

Małe otwarcie przedsiębiorstw na współpracę w dziedzinie B+R powoduje, że szczególne znaczenie zyskuje bariera w postaci finansów własnych, utrudniająca wdrażanie innowacji w przedsiębiorstwie, która dodatkowo potęguje trudności w podejmowaniu działalności wdrożeniowej. Występowanie tej bariery deklaruje blisko 60% przedsiębiorstw (por. wykres 32), co czyni ją zdecydowanie najczęstszą.

W kontekście przedmiotu analizy warto zwrócić uwagę na częstość występowania bariery związanej z brakiem właściwych zamówień od odbiorców (26,3% wskazań). Relatywnie wysoki odsetek wskazań na tę barierę wskazuje na duży

potencjał do wyzwania innowacyjności przedsiębiorstw za pośrednictwem systemu zamówień publicznych. Niskie deklarowane braki w pozafinansowych zasobach firmy nie powinny w tej sytuacji raczej krępować proinnowacyjnych działań przedsiębiorstw, na ułomność zasobów rzeczowych (maszyny, urządzenia, budynki) wskazało bowiem 9,6% respondentów, a na niedostatki zasobów ludzkich w postaci niskich kompetencji personelu 7,5%.

Wykres 32. Bariery utrudniające wdrażanie innowacji w przedsiębiorstwie



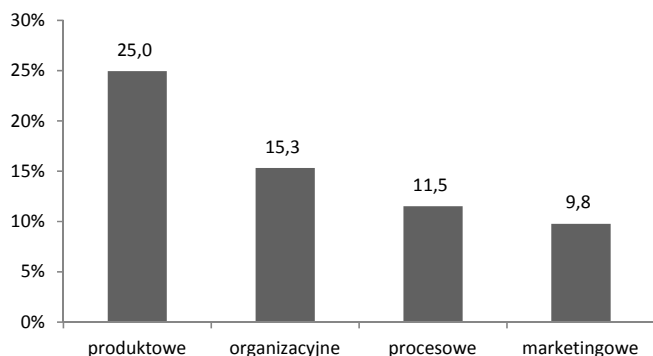
Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

7.3. Innowacje wdrożone w przedsiębiorstwie

Spośród przedsiębiorstw uczestniczących w badaniu, innowacje w rozpatrywanym przedziale czasowym obejmującym okres od początku roku 2007 do końca I półrocza roku 2010 wprowadziło 55,2% przedsiębiorstw. Co czwarta firma

realizowała w tym czasie innowacje produktowe (por. wykres 33). Rzadziej były to innowacje organizacyjne (15,3%), procesowe (11,5%) czy też marketingowe (9,8%).

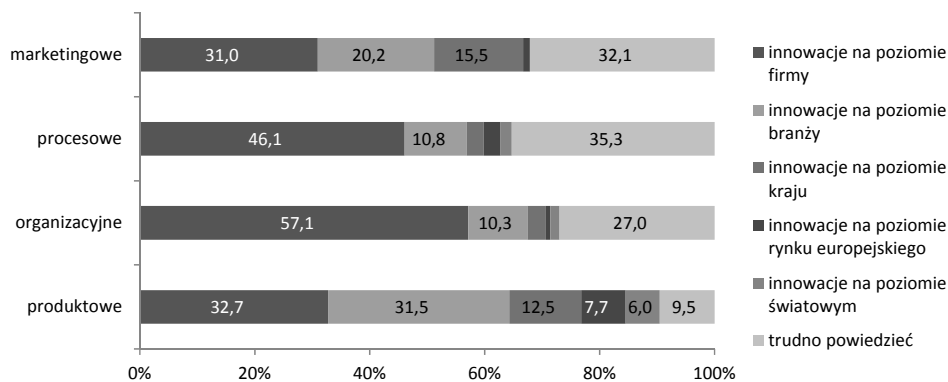
Wykres 33. Rodzaj innowacji wdrożonych w przedsiębiorstwach w okresie od początku roku 2007 do końca I półrocza 2010 r.



Respondent miał możliwość wyboru więcej niż jednej odpowiedzi.

Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

Wykres 34. Stopień innowacji wprowadzonych w przedsiębiorstwach w okresie od początku 2007 r. do końca I półrocza 2010 r.



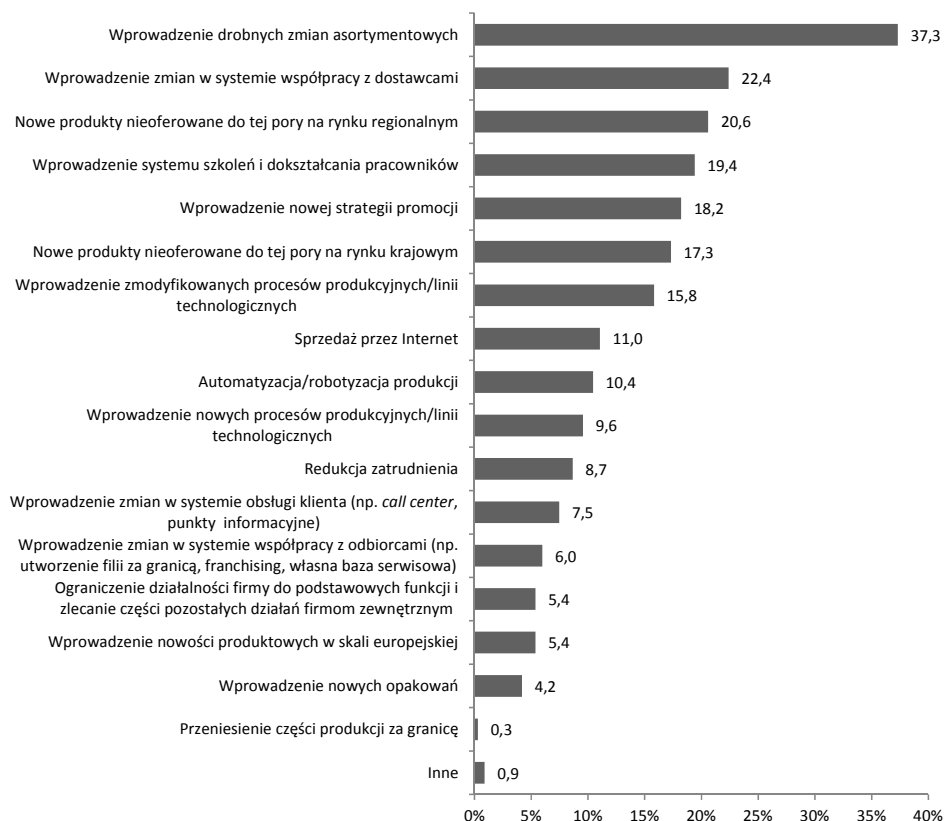
Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

Najwyższym stopniem nowości innowacji wdrażanych przez przedsiębiorstwa charakteryzowały się innowacje produktowe, 13,7% innowacji miało

bowiem cechy nowości na skalę rynku międzynarodowego (w tym 6% na skalę rynku światowego, a 7,7% na skalę rynku europejskiego), a kolejne 12,5% na poziomie kraju (por. wykres 34). Co trzecia innowacja produktowa i marketingowa stanowiła nowość o najmniejszym stopniu, stanowiąc udoskonalenie na poziomie firmy, a odpowiednie odsetki w przypadku innowacji procesowych i organizacyjnych wynosiły 46,1 i 57,1%.

Zadziwiająco, że co trzeci przedsiębiorca wprowadzający innowacje procesowe, marketingowe lub organizacyjne miał problem z określeniem stopnia ich nowości w odniesieniu do branży i szerszego rynku geograficznego. Może to świadczyć o słabym rozpoznaniu przez te przedsiębiorstwa ich otoczenia konkurencyjnego.

Wykres 35. Rodzaj zmian wprowadzonych w przedsiębiorstwie w okresie od początku 2007 r. do końca I półrocza 2010 r.



Respondent miał możliwość wyboru więcej niż jednej odpowiedzi.

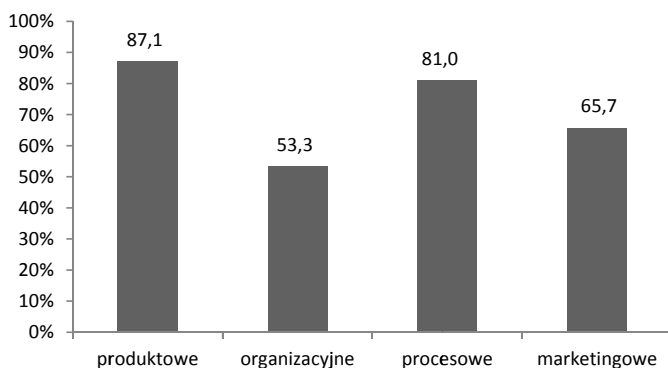
Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

Potwierdzeniem niskiego stopnia nowości innowacji wprowadzonych przez przedsiębiorstwa w badanym okresie jest charakter dokonanych zmian. Jak pokazuje wykres 35, w przypadku co trzeciej firmy zmiany polegały na drobnych przekształceniach asortymentowych. Relatywnie często wprowadzane zmiany dotyczyły modyfikacji systemu współpracy z dostawcami (22,4% wskazań), oferowania nowych produktów na rynku regionalnym (20,6%), wprowadzenia systemu szkoleń i dokształcania pracowników (19,4%) lub nowego systemu promocji (18,2%).

7.4. Wydatki badanych przedsiębiorstw ponoszone na działalność innowacyjną i źródła ich finansowania

Innowacje są rzadko wprowadzane bez ponoszenia dodatkowych kosztów. Najczęściej koszty pojawiają się w przypadku innowacji produktowych (87,1% wskazań) i procesowych (81%), rzadziej – marketingowych (65,7%) i organizacyjnych (53,3%), co obrazuje wykres 36.

Wykres 36. Odsetek przedsiębiorstw ponoszących koszty w związku z wdrażaniem różnego rodzaju innowacji

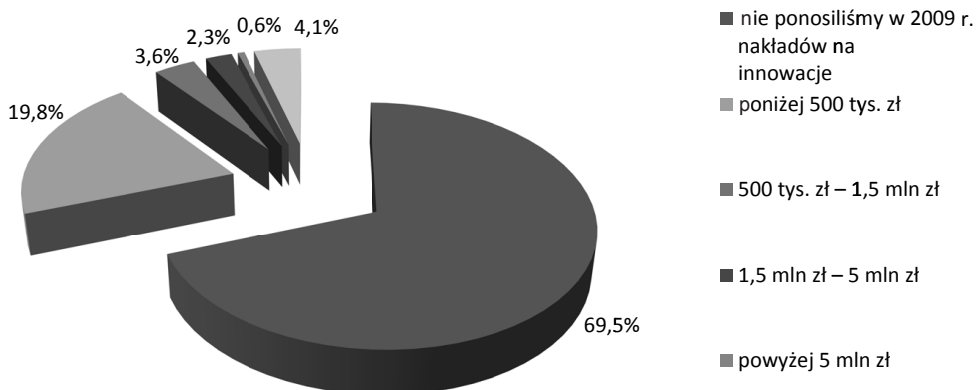


Respondent miał możliwość wyboru więcej niż jednej odpowiedzi.

Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

Jak pokazują dane zamieszczone na wykresie 37, blisko 70% wykonawców włączonych do badania nie poniosło w roku 2009 żadnych wydatków na działalność innowacyjną. W przypadku niemal 20% respondentów wielkość nakładów na innowacje była w tym okresie niższa niż 500 tys. zł. Wyniki badania pokazują wyraźnie, że innowacyjność nie jest główną bazą budowania konkurencyjności przez przedsiębiorstwa.

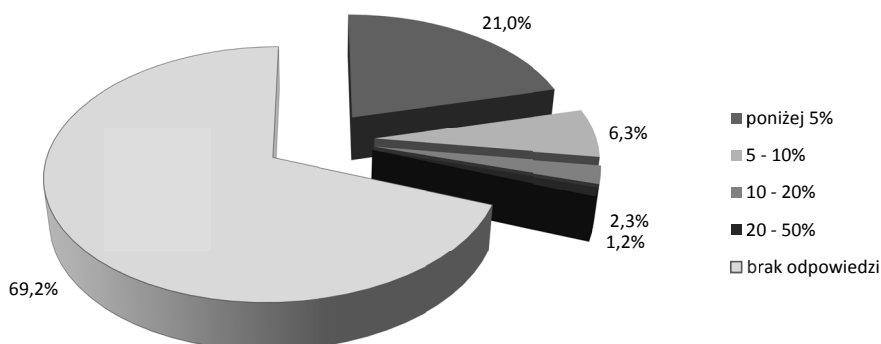
Wykres 37. Przybliżona wartość nakładów na innowacje poniesionych przez przedsiębiorstwa w roku 2009



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

O ile przedsiębiorstwa w ogóle ponoszą nakłady na innowacje, o tyle w przypadku większości z nich mają one śladowy tylko udział w ogólnych przychodach (por. wykres 38). Z drugiej strony jest też grupa przedsiębiorców, którzy przeznaczają znaczne środki finansowe (od 20 do 50% ogólnych przychodów) na prowadzenie działalności innowacyjnej. Takich przedsiębiorstw w badanej próbie było jednak zaledwie 1,2%.

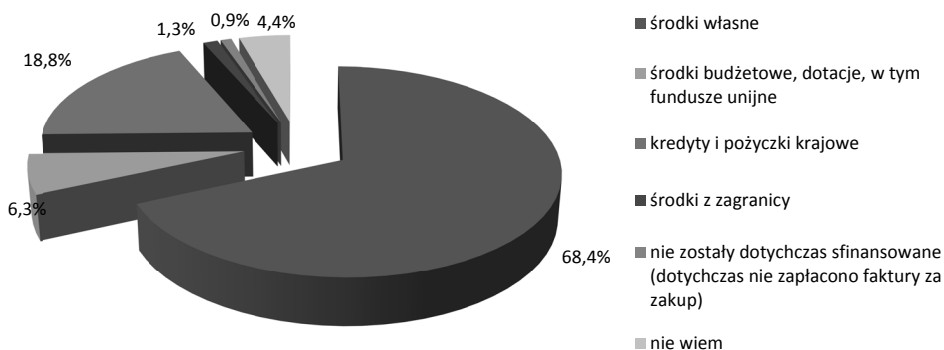
Wykres 38. Przybliżony udział nakładów na innowacje w przychodach przedsiębiorstwa w roku 2009



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

W ponad 2/3 badanych przedsiębiorstw głównym źródłem finansowania wydatków na działalność innowacyjną w roku 2009 były środki własne, co ilustrują dane przedstawione na wykresie 39. Kolejnym, istotnym źródłem finansowania takich wydatków były kredyty i pożyczki krajowe (18,8%). Znacznie mniejszą rolę odgrywały środki budżetowe i dotacje, w tym pochodzące z funduszy unijnych (6,3%) lub środki z zagranicy (1,3%).

Wykres 39. Główne źródła finansowania wydatków na działalność innowacyjną w roku 2009

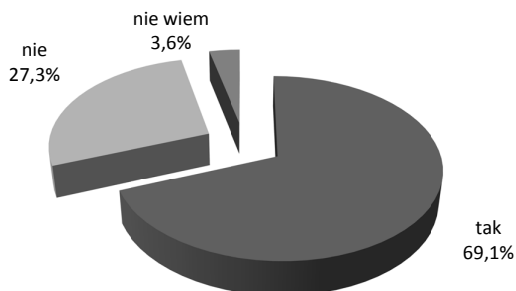


Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

7.5. Uczestnictwo badanych przedsiębiorstw w zamówieniach publicznych

W grupie badanych respondentów blisko 70% podmiotów uczestniczyło w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, a kolejne 27,3% zadeklarowało brak doświadczeń w tym względzie (por. wykres 40).

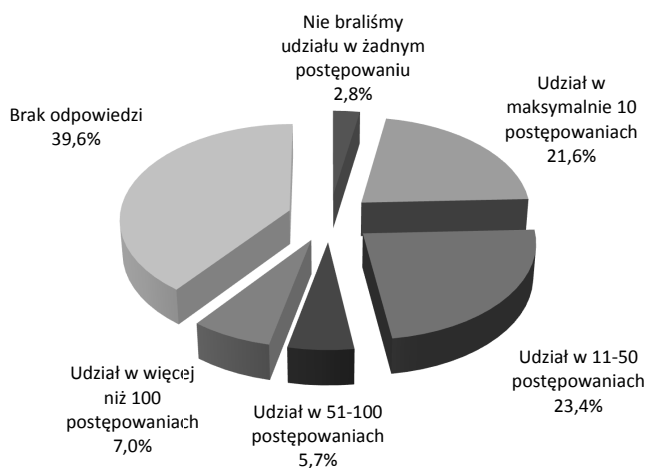
Wykres 40. Czy przedsiębiorstwo kiedykolwiek brało udział w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego?



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n= 685]

Z odpowiedzi firm, które określiły liczbę postępowań, w których firma uczestniczyła w roku 2009, przedstawionych na wykresie 41, wynika, że najczęściej firmy uczestniczyły w 11–50 postępowaniach (23,4% ogółu przedsiębiorstw, którym zadano to pytanie) lub w maksymalnie 10 postępowaniach (21,6%). Jest też wcale niemała grupa firm (7%) uczestniczących w ponad 100 postępowaniach w roku poprzedzającym badanie. Dla firm zaangażowanych w uczestnictwo w zamówieniach publicznych są to najczęściej świeże doświadczenia, zaledwie 2,8% deklarujących uczestnictwo kiedykolwiek w postępowaniu, nie brało bowiem udziału w żadnym postępowaniu w roku 2009.

Wykres 41. Przybliżona liczba postępowań, w których przedsiębiorstwo uczestniczyło w roku 2009



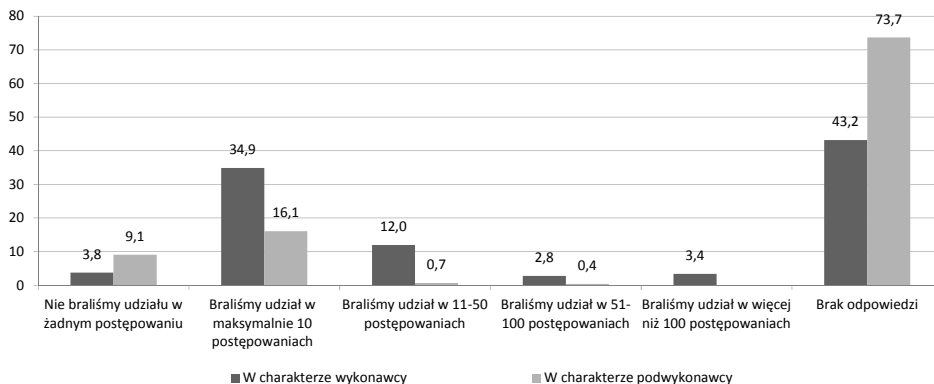
Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 463]

Spośród respondentów, którzy zadeklarowali realizację w roku 2009 zamówień publicznych, w charakterze wykonawcy występowały firmy najczęściej w maksymalnie 10 postępowaniach (por. wykres 42). Podobnie sytuacja wyglądała w przypadku uczestników zamówień publicznych w charakterze podwykonawcy.

Respondenci zapytani o aktualny stan i perspektywy udziału przedsiębiorstwa w rynku zamówień publicznych w perspektywie kilku najbliższych miesięcy (do końca roku 2010) najczęściej wskazywali na brak sprecyzowanych planów w tym zakresie (por. wykres 43). Taką deklarację złożył co trzeci z nich. Pozostali, którzy w momencie badania mieli skonkretyzowane plany w tej kwestii, charakteryzowali się umiarkowanym optymizmem, 23,1% ogółu bowiem podtrzymało niechęć do uczestnictwa w zamówieniach publicznych, kolejne 16,2% zadeklarowało udział w postępowaniach na tym samym poziomie w stosunku do roku 2009,

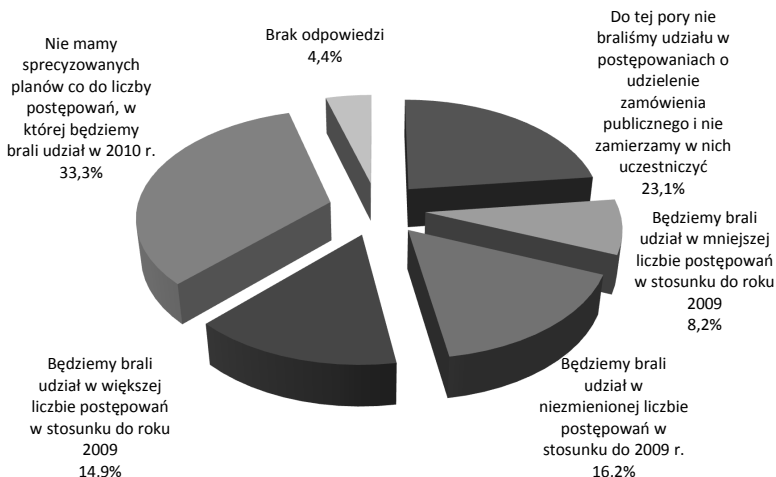
a odsetek przedsiębiorstw deklarujących zwiększenie liczby postępowań nieco przewyższył odsetek tych przedsiębiorstw, które przewidywały zmniejszenie liczby postępowań (odpowiednio 14,9 i 8,2% ogółu respondentów).

Wykres 42. Liczba zamówień publicznych, jakie badane przedsiębiorstwa realizowały w roku 2009 w charakterze wykonawcy lub podwykonawcy



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 463]

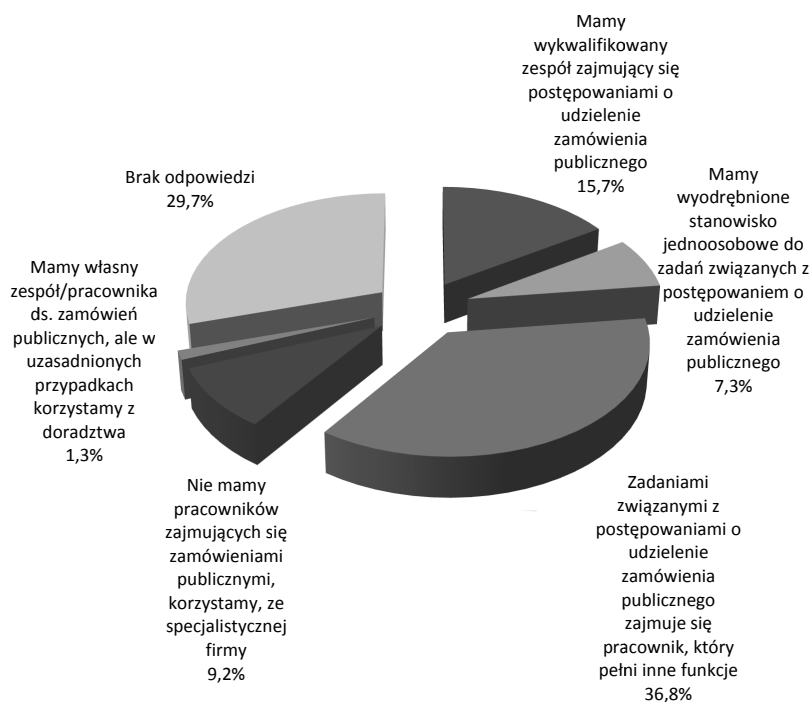
Wykres 43. Aktualny stan i perspektywy udziału przedsiębiorstwa w rynku zamówień publicznych do końca roku 2010



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Jak pokazują dane zamieszczone na wykresie 44, firmy relatywnie rzadko przypisują wyłączną realizację zadań związanych z postępowaniami o udzielenie zamówienia publicznego odpowiednio wykwalifikowanemu zespołowi (15,7%) lub jednej osobie (7,3%). Najczęstszym modelem działania przedsiębiorstw w tym zakresie jest doraźne zlecenie zadań związanych z zamówieniami publicznymi jednej osobie, która godzi realizację tych zadań z pozostałymi obowiązkami (36,8%). Inną jeszcze praktyką jest korzystanie z usług specjalistycznych firm (9,2%).

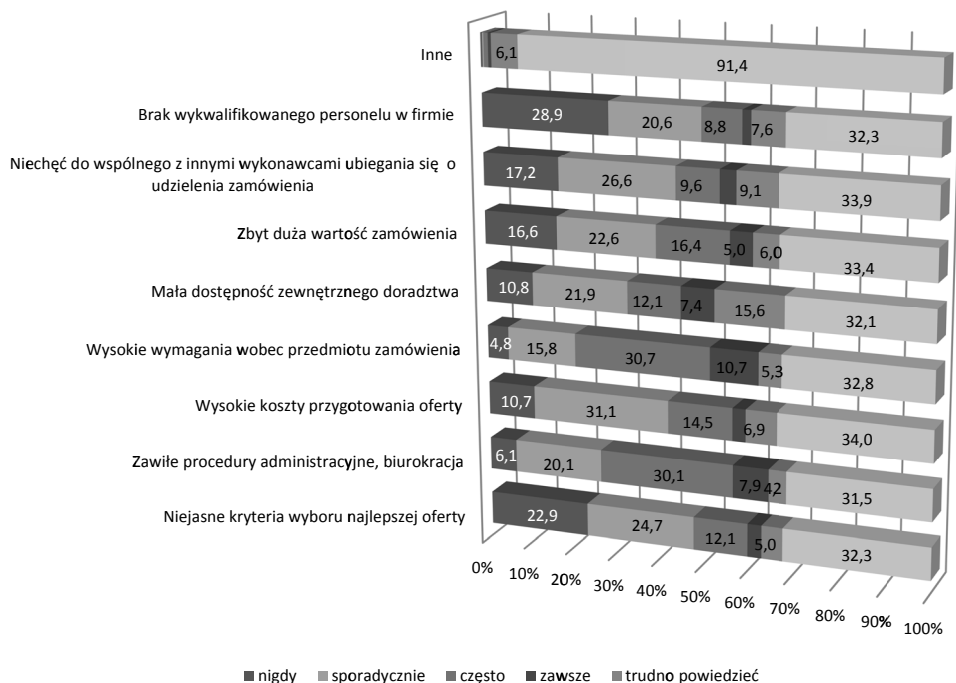
Wykres 44. Stan przygotowania przedsiębiorstw w zakresie kwalifikacji personelu do uczestnictwa w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Spośród barier utrudniających przystąpienie do postępowań o udzielenie zamówienia publicznego, respondenci najczęściej wskazywali na wysokie wymagania wobec przedmiotu zamówienia oraz zawiłe procedury administracyjne i biurokrację (por. wykres 45). Z kolei najmniej problemów nastęrczały brak wykwalifikowanego personelu w firmie oraz niejasne kryteria wyboru najlepszej oferty.

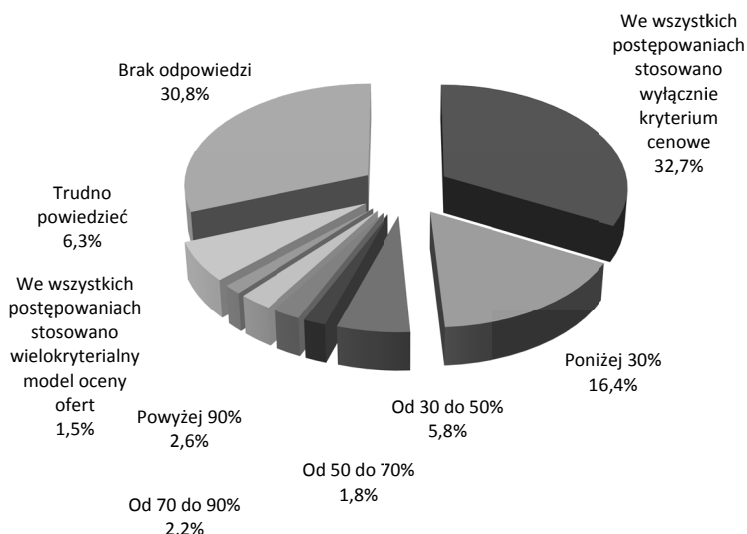
Wykres 45. Bariery przystępowania przedsiębiorstw do postępowań o udzielenie zamówienia publicznego (okres referencyjny obejmujący lata 2007 – I półrocze 2010)



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 463]

Posługiwanie się przez zamawiających wyłącznie kryterium cenowym dominuje we wskazaniach respondentów zapytanych o model oceny ofert w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego, w których uczestniczyli (por. wykres 46). Relatywnie rzadko w postępowaniach stosowany jest wielokryterialny model oceny ofert polegający na łączeniu kryterium cenowego z innymi, pozacenowymi kryteriami. Doświadczenia zaledwie 8% respondentów wskazują na dominację wielokryterialnego modelu oceny ofert w postępowaniach, w których uczestniczyli.

Wykres 46. Odsetek postępowań o udzielenie zamówienia publicznego, w których stosowany był wielokryterialny model oceny ofert (kryterium ceny łączone było z kryteriami pozacenowymi)



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 463]

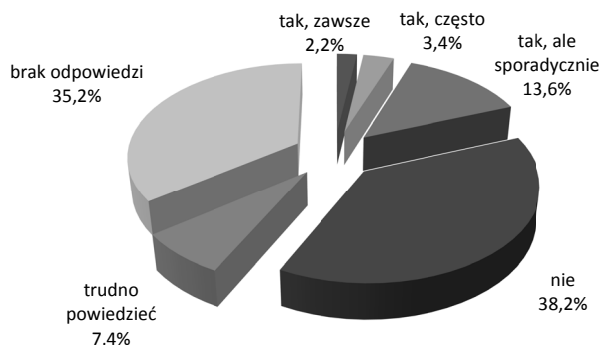
7.6. Zamówienia publiczne na innowacyjne produkty lub usługi

Innowacyjność jest – jak wynika z deklaracji składanych przez respondentów, przedstawionych na wykresie 47 – dość słabo powiązana z zamówieniami publicznymi. Ponad 38% przedsiębiorstw uczestniczących w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego zaprzeczyło, by ich przedmiotem były kiedykolwiek innowacyjne produkty lub usługi. Jeżeli już przedmiotem zamówienia są innowacyjne produkty bądź usługi, to jest to zazwyczaj sytuacja występująca raczej sporadycznie, aniżeli często lub zawsze.

Zamawiający już na etapie konstruowania dokumentacji przetargowej decydują jak istotnym punktem przedmiotu zamówienia będą innowacje. Dzieje się tak za sprawą szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia, gdzie znajduje się charakterystyka produktu/usługi, na który zgłaszane jest zapotrzebowanie. Jednakże równie istotne są kryteria, na podstawie których zamawiający dokonuje wyboru najkorzystniejszej oferty. Przedsiębiorcy zapytani o ograniczającą rolę kryterium cenowego w promowaniu innowacyjnych rozwiązań w ramach systemu zamówień publicznych byli w swoich opiniach mocno podzieleni (por. wykres 48). W opinii niemalże co czwartego z nich kryterium cenowe, jako główne kryterium wyboru najkorzystniejszej oferty (gdy waga przyjęta dla ceny wynosi

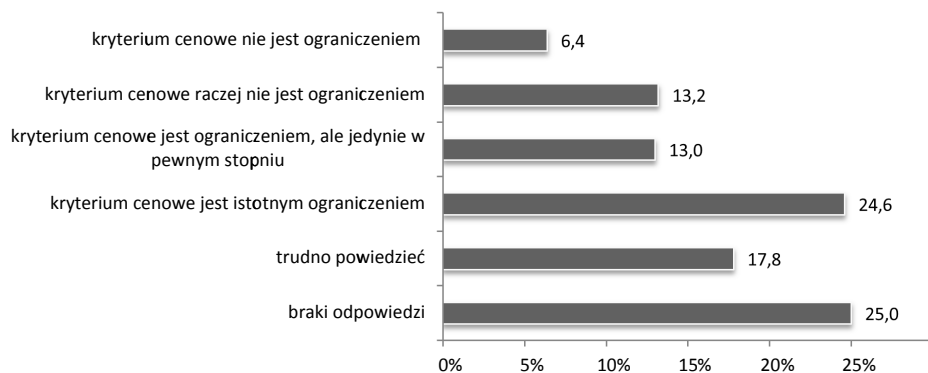
50% lub więcej) w branży, w której działa przedsiębiorstwo, istotnie ogranicza innowacyjne rozwiązania proponowane przez wykonawców. Jednocześnie jednak blisko co piąty z respondentów uznał, że kryterium cenowe nie jest lub raczej nie jest ograniczeniem. Z kolei 13% respondentów przypisuje mu ograniczającą rolę jedynie w pewnym stopniu.

Wykres 47. Czy w zamówieniach, w których przedsiębiorstwo uczestniczyło, przedmiotem zamówienia były innowacyjne produkty?



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 463]

Wykres 48. Opinia wykonawców na temat ograniczającego oddziaływania ceny jako głównego kryterium wyboru najkorzystniejszej oferty w przypadku ofert uwzględniających innowacyjne rozwiązania



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

W badaniu ankietowym znalazł się blok pytań poświęconych zrealizowanym bądź realizowanym w chwili obecnej zamówieniom publicznym, w których

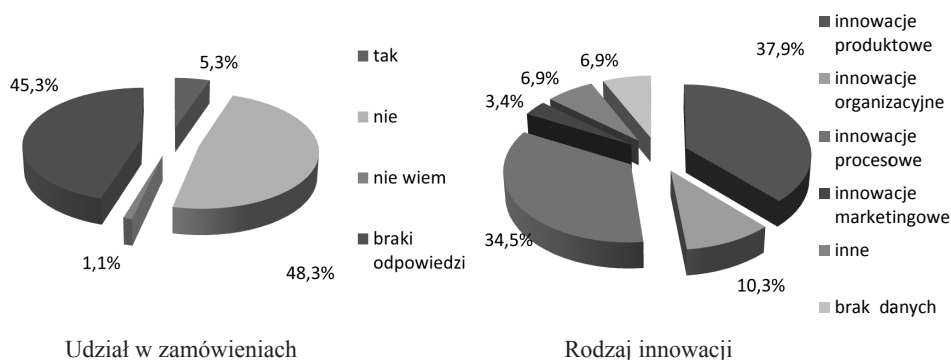
przedmiotem zamówienia były innowacyjne produkty/usługi. Zaledwie 5,3% respondentów zadeklarowało, że uczestniczyli w zamówieniach o charakterze innowacyjnym (por. wykres 49). Dość symptomatyczny jest bardzo wysoki odsetek przedsiębiorców (ponad 45%) nie będących w stanie ocenić, czy przedmiotem zamówienia, w którym uczestniczyli, były innowacje, czy też nie. Oczywiście w pewnym stopniu taki stan rzeczy może wyjaśniać mało precyzyjny opis przedmiotu zamówienia, za co odpowiedzialność ponosi już sam zamawiający, tym niemniej stanowi to asumpt do uznania, iż innowacyjność nie jest kojarzona z zamówieniami publicznymi w powszechnej świadomości przedsiębiorców.

W zamówieniach innowacyjnych ich przedmiotem były najczęściej innowacje produktowe (37,9%) oraz innowacje procesowe (34,5%). Pozostałe typy innowacji pojawiały się znacznie rzadziej, przy czym najrzadziej wskazywano na innowacje marketingowe (zaledwie 3,4%). Wyniki badania pokazują, że w efekcie zamówienia publicznego relatywnie sporadycznie powstają innowacje organizacyjne stanowiące istotny typ innowacji tworzonych przez przedsiębiorstwa jako efekt działań rynkowych.

Analiza zależności pomiędzy typem innowacji wprowadzanych w rezultacie zamówień innowacyjnych a wielkością przedsiębiorstwa wskazuje na następujące prawidłowości:

- firmy mikro są bardziej skłonne do wprowadzania innowacji procesowych,
- firmy małe są bardziej skłonne do wprowadzania innowacji produktowych.

Wykres 49. Opinie przedstawicieli badanych przedsiębiorstw na temat realizacji innowacyjnych zamówień z uwzględnieniem rodzaju innowacji

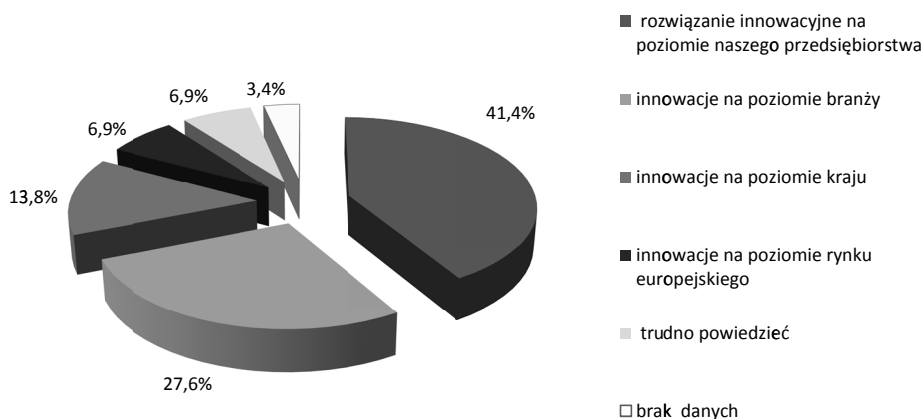


Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Jak pokazują dane zamieszczone na wykresie 50, przedsiębiorstwa wdrażające innowacje w odpowiedzi na zamówienie publiczne najczęściej dokonują zmian na poziomie samego przedsiębiorstwa (41,4% wskazań), przy czym bardziej

skłonne do wprowadzania nowości na tym poziomie są firmy mikro. Znacznie rzadziej nowości stosowane są na poziomie branży (27,6%), co jest bardziej typowe dla firm małych i średnich, na poziomie rynku krajowego (13,8%) czy też rynku europejskiego (6,9%).

Wykres 50. Opinie przedstawicieli badanych przedsiębiorstw na temat stopnia nowości innowacji będących przedmiotem realizowanych zamówień publicznych



Respondent miał możliwość wyboru więcej niż jednej odpowiedzi.

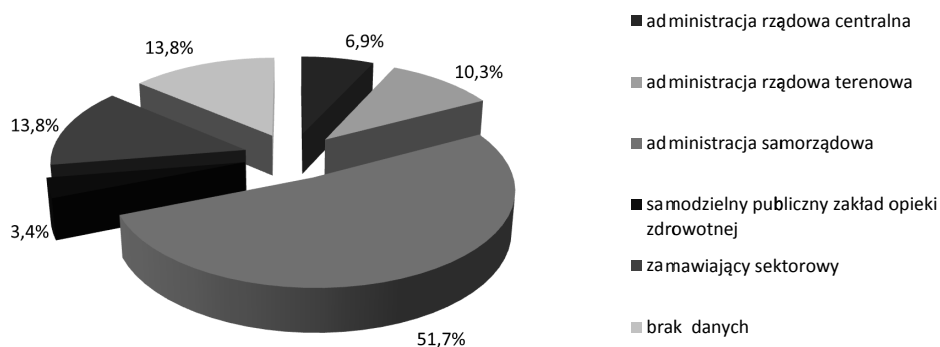
Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 408]

W zamówieniach publicznych, których przedmiotem jest innowacyjny produkt lub usługa, zlecniodawcy dostarczane są najczęściej produkty znajdujące się w fazie dojrzałości cyklu życia, rzadziej zaś produkty dopiero wprowadzane na rynek. Nowe cechy nie są natomiast nadawane produktom lub usługom, które znajdują się w schyłkowej fazie swojego cyklu życia.

Jak pokazują dane przedstawione na wykresie 51, zamówieniami publicznymi o charakterze innowacyjnym najczęściej zainteresowana jest administracja samorządowa (51,7% wskazań). W dalszej kolejności zamawiający produkty innowacyjne reprezentowali ten sam sektor działalności co wykonawcy (13,8%) lub wywodzili się z administracji rządowej terenowej (10,3%). Najrzadziej ogłoszenia o innowacyjnym przedmiocie zamówienia składały samodzielne publiczne zakłady opieki zdrowotnej (3,4%) oraz administracja rządowa centralna (6,9%).

Podobnie jak w przypadku innych postępowań tak i tutaj, gdy przedmiotem zamówienia były innowacyjne produkty i/lub usługi, dominującym trybem wybieranym przez zamawiających, zastosowanym w blisko 90% zrealizowanych innowacyjnych postępowań, był przetarg nieograniczony.

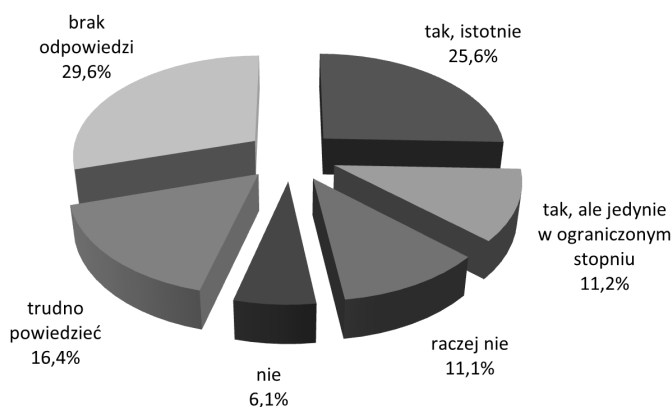
Wykres 51. Rodzaj zamawiających ogłaszających wszczęcie postępowania na innowacyjne produkty w opinii przedstawicieli badanych przedsiębiorstw



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Respondenci wskazywali na ograniczający wpływ kryterium cenowego na złożenie oferty uwzględniającej innowacyjne rozwiązania. Jak pokazują dane przedstawione na wykresie 52, posługiwanie się głównie kryterium cenowym przy wyborze oferty często w sposób istotny utrudnia uwzględnienie w nim przez wykonawcę innowacyjnych rozwiązań (25,6% ogółu wskazań). Dla kolejnych 11,2% ten wpływ jest ograniczony. Tymczasem następnym 17,2% respondentów takiego wpływu raczej nie dostrzega lub zdecydowanie mu zaprzecza.

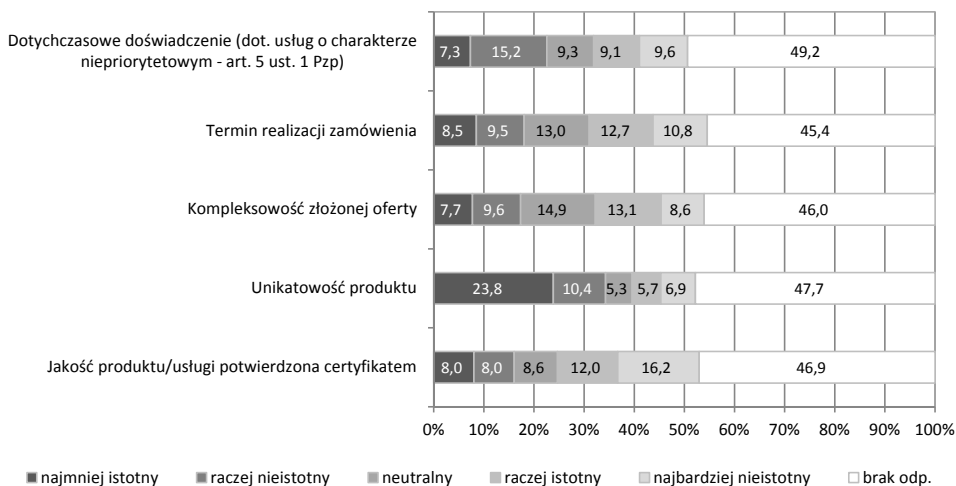
Wykres 52. Czy cena, jako główne kryterium wyboru najkorzystniejszej oferty (gdy waga przyjęta dla ceny wynosi 50% lub więcej), ogranicza w branży działania przedsiębiorstwa złożenie oferty uwzględniającej innowacyjne rozwiązania?



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Spośród różnych kryteriów pozacenowych, w opinii respondentów największy wpływ na wybór najkorzystniejszej oferty wykonania zamówienia publicznego w branży działania przedsiębiorstwa mają jakość produktu potwierdzona certyfikatem (16,2% respondentów wskazujących na to kryterium jako najbardziej istotne) i termin realizacji zamówienia (10,8% – por. wykres 53). Z kolei najmniej istotny wpływ przypisywany jest unikatowości produktu i – znacznie jeszcze rzadziej – dotychczasowemu doświadczeniu (w przypadku usług o charakterze priorytetowym – art. 5 ust. 1 Pzp).

Wykres 53. Wpływ poszczególnych kryteriów pozacenowych na wybór najkorzystniejszej oferty wykonania zamówienia publicznego w branży działania przedsiębiorstwa

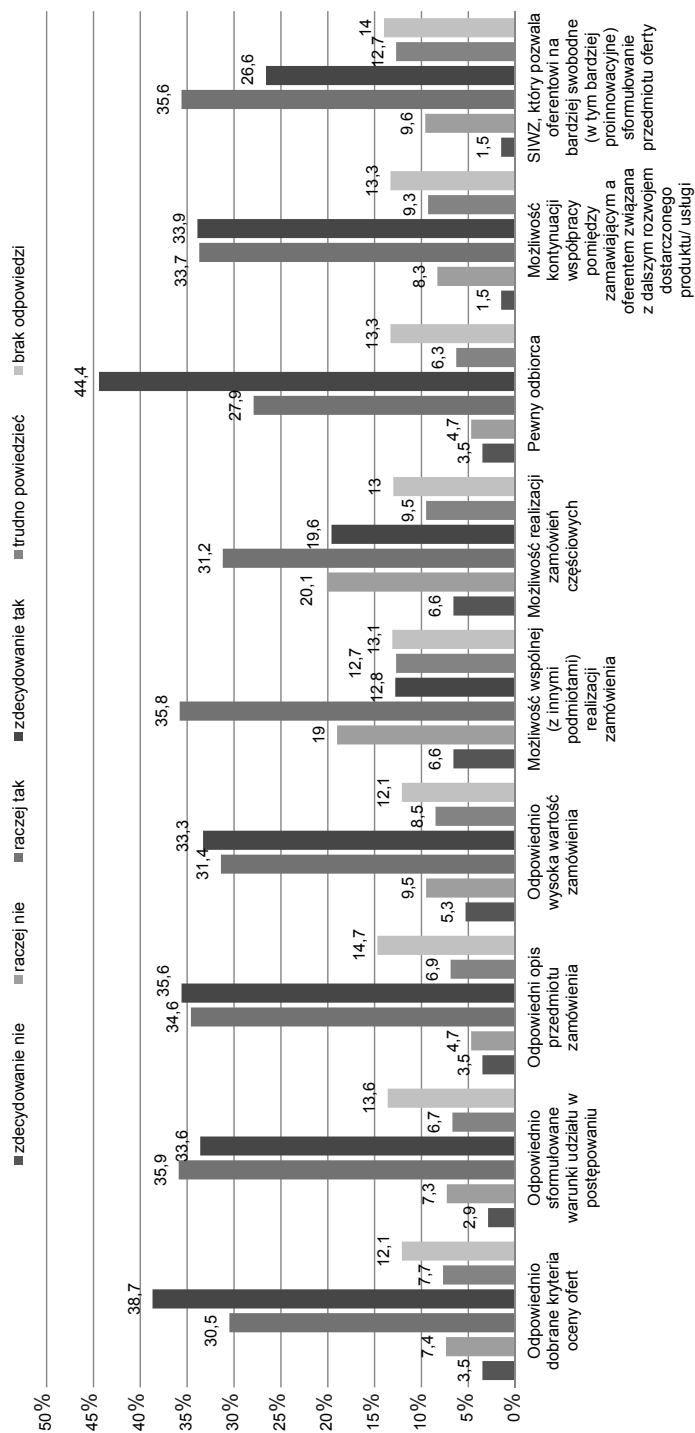


Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Czynnikiem mogącym stanowić najbardziej skuteczną zachętę dla wykonawców do składania ofert zawierających innowacyjne rozwiązania jest, w opinii samych przedsiębiorstw, pewny odbiorca (por. wykres 54). Przedsiębiorcy wskazywali też na szczególnie duży potencjał tkwiący w odpowiednio dobranych kryteriach oceny ofert, odpowiednim opisie przedmiotu zamówienia oraz należycie sformułowanych warunkach udziału w postępowaniu.

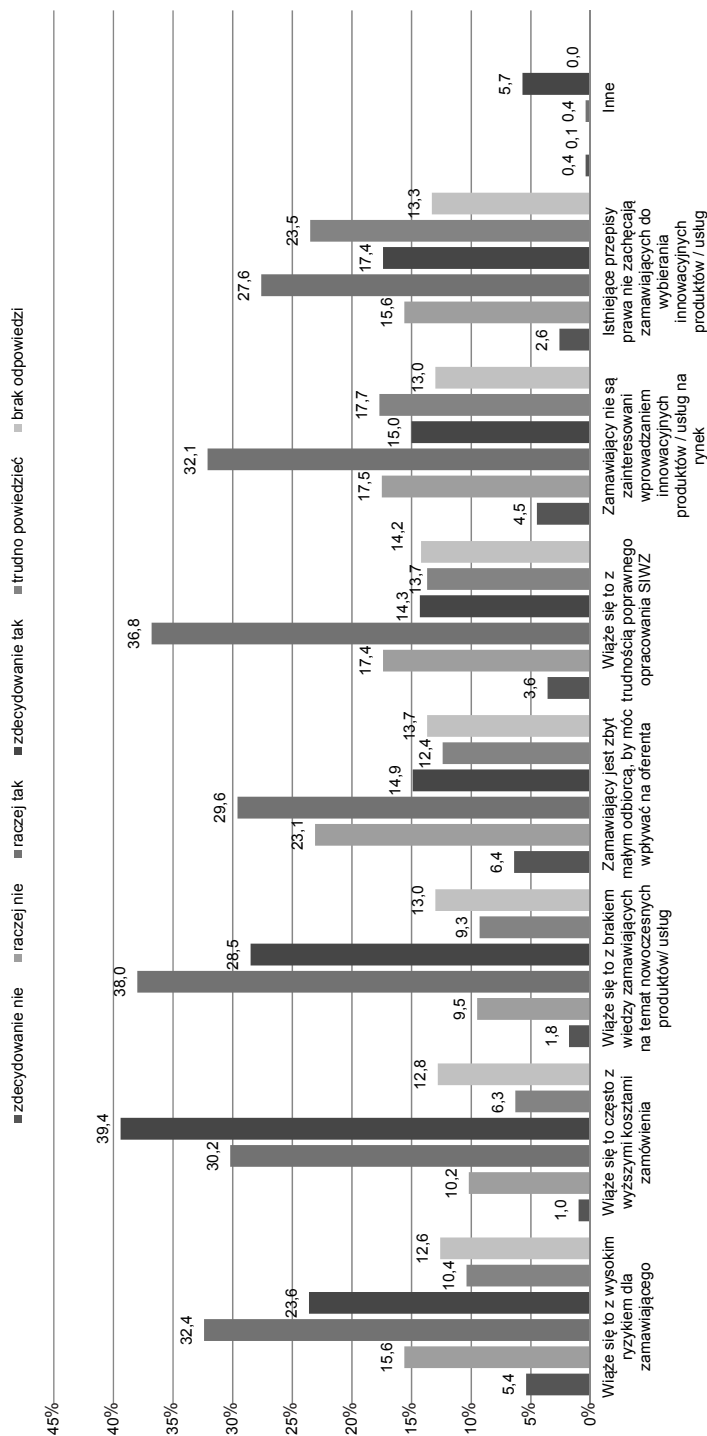
Z perspektywy wykonawców najbardziej istotną barierą stosowania zamówień na innowacyjne produkty/usługi jest często związany z nimi wyższy koszt zamówienia. Nieco mniejszą rangę przypisano brakowi wiedzy zamawiających na temat nowoczesnych produktów/usług i wysokiemu ryzyku dla zamawiającego (por. wykres 55).

Wykres 54. Wpływ poszczególnych elementów oceny ofert mogących stanowić zachętę dla wykonawców do składania ofert zawierających innowacyjne rozwiązania (w %)



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

Wykres 55. Czynniki zniechęcające zamawiających do stosowania zamówień na innowacyjne produkty (w %)



Źródło: oprac. własne na podstawie wyników badania przeprowadzonego w ramach projektu *Zamówienia publiczne a innowacyjność przedsiębiorstw – stan obecny i perspektywy* [n = 685]

7.7. Podsumowanie

Firmy przystępujące do postępowań o udzielenie zamówienia publicznego nie traktują najczęściej tych działań jako kluczowych dla swojego funkcjonowania, czego widocznym przejawem jest powierzanie zadań związanych z zamówieniami publicznymi jednej osobie, która musi pogodzić ich realizację z innymi pełnionymi funkcjami. Jednakże – jak przyznają przedstawiciele badanych firm – brak wykwalifikowanego personelu nie stanowi istotnej bariery utrudniającej przystąpienie do postępowań o udzielenie zamówienia publicznego. Do takich barier zaliczają najczęściej wysokie wymagania wobec przedmiotu zamówienia oraz zawiłe procedury administracyjne i biurokrację.

W postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego dominuje model oceny ofert oparty wyłącznie na kryterium najniższej ceny, natomiast relatywnie rzadko w postępowaniach stosowany jest wielokryterialny model oceny ofert łączący kryterium cenowe z innymi, pozacenowymi kryteriami.

W świadomości przedsiębiorstw innowacyjność jest słabo powiązana z zamówieniami publicznymi i relatywnie rzadko innowacyjne produkty lub usługi stanowią przedmiot zamówienia. Jeżeli już zamówienia publiczne mają charakter innowacyjny, to ich przedmiotem są najczęściej innowacje produktowe oraz procesowe, a stopień nowości rozwiązań ogranicza się do samego przedsiębiorstwa.

Powszechne stosowanie kryterium cenowego jako głównego kryterium wyboru najkorzystniejszej oferty istotnie ogranicza możliwość proponowania przez wykonawców innowacyjnych rozwiązań. Czynnikiem mogącym stanowić najbardziej skuteczną zachętę dla wykonawców do składania ofert zawierających innowacyjne rozwiązania jest pewny odbiorca. Duży potencjał tkwi też – zdaniem przedsiębiorców – w trafnie dobranych kryteriach oceny ofert, odpowiednim opisie przedmiotu zamówienia oraz należycie sformułowanych warunkach udziału w postępowaniu. Natomiast najczęściej wskazywaną barierą stosowania zamówień na innowacyjne produkty jest związany z nimi wyższy koszt zamówienia.