

**Wyższa Szkoła Bankowa  
w Toruniu**

## **Badanie innowacyjności w podstawowych sektorach gospodarki regionu**

Raport z badań realizowanych dla  
Urzędu Marszałkowskiego woj. Kujawsko-pomorskiego w Toruniu

Toruń, 20 października 2009 r.

## Spis treści

<b>I. Informacje o badaniu</b>	<b>3</b>
<b>II. Zastosowana metodyka i opis realizacji badania</b>	<b>4</b>
<b>III. Opis analizowanej problematyki w oparciu o materiały wtórne</b>	<b>5</b>
<b>IV. Charakterystyka próby badawczej</b>	<b>20</b>
<b>V. Analiza wyników</b>	<b>23</b>
1. Dane socjo-demograficzne	23
2. Charakterystyka działalności innowacyjnej przedsiębiorstw	28
3. Ocena własności intelektualnej	39
4. Oczekiwania w zakresie wspierania potencjału innowacyjnego	40
<b>VI. Podsumowanie i rekomendacje</b>	<b>45</b>
<b>VII. Załączniki</b>	<b>52</b>
1. Kwestionariusz ankiety	52
2. Lista przedsiębiorstw objętych badaniem	63

## I. Informacje o badaniu

Zasadniczym celem badania było określenie poziomu innowacyjności przedsiębiorstw woj. kujawsko-pomorskiego działających w trzech wybranych sektorach gospodarki.

Do celów szczegółowych zalicza się:

- § określenie obszarów realizowanych przedsięwzięć innowacyjnych przez przedsiębiorstwa regionu,
- § identyfikacja kluczowych czynników determinujących rozwój innowacyjności przedsiębiorstw regionu,
- § określeniem potencjału innowacyjnego poddanych indagacji przedsiębiorstw regionu,
- § Ocena potencjału innowacyjnego badanych przedsiębiorstw,
- § Określenie barier w realizacji działań innowacyjnych badanych przedsiębiorstw regionu,
- § Poznanie oczekiwań badanych przedsiębiorstw regionu dotyczących działań wspierających ich potencjał innowacyjny.

Badania przeprowadzone zostały przez pracowników Wyższej Szkoły Bankowej w Toruniu, posiadających doświadczenie w prowadzeniu naukowych badań rynkowych i marketingowych. W skład zespołu wchodzi:

- § **dr Rafał Drewniak**, doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie: nauki o zarządzaniu. Zatrudniony w Katedrze Marketingu na stanowisku Kierownika Katedry,
- § **dr Piotr Majewski**, doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie: nauki o zarządzaniu. Zatrudniony w Katedrze Finansów i Bankowości, pełniący funkcję Pełnomocnika Rektora ds. Badań Naukowych w WSB w Toruniu,
- § **dr Marek Matuszak**, doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie: nauki o zarządzaniu. Zatrudniony w Katedrze Marketingu WSB w Toruniu oraz w Politechnice Warszawskiej,
- § **mgr Zbigniew Drewniak**, absolwent Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania UMK w Toruniu, na kierunku Ekonomia o specjalności Finanse Międzynarodowe, obecnie słuchacz studiów doktoranckich (IV rok) na WNEiZ UMK, zatrudniony w Katedrze Finansów i Bankowości WSB w Toruniu.

## II. Zastosowana metodyka i opis realizacji badania

Badaniem objęto 113 przedsiębiorstw z trzech wskazanych przez Zleceniodawcę sektorów gospodarki, prowadzących działalność gospodarczą na terenie województwa kujawsko-pomorskiego. Są to sektory: tworzyw sztucznych, poligrafii oraz elektroniki. Lista przedsiębiorstw, objętych badaniem, została sporządzona w oparciu o zasoby bazy ISI Emerging Markets (EMIS – Emerging Markets Information Service).

Badanie zostało zrealizowane metodą sondażu przy wykorzystaniu narzędzia kwestionariusza ankiety pocztowej. Kwestionariusz ten zawierał pytania obejmujące zagadnienia badawcze, dotyczące potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw regionu. Został on wysłany do wszystkich respondentów, stanowiących próbę badawczą, tj. do wszystkich przedsiębiorstw, prowadzących działalność w wymienionych wcześniej sektorach. W kolejnym etapie, po uzyskaniu zwrotu kwestionariuszy od respondentów, dane zostały wstępnie zweryfikowane pod względem kompletności i zgodności z ustalonym celem, a następnie przeanalizowane zbiorczo. Dalej dane zostały poddane klasyfikacji, sumowaniu i przetworzeniu (tabele, wykresy) oraz prezentacji w formie niniejszego raportu.

Przeprowadzone badanie miało charakter badania wyczerpującego, tzn. bazowało na całej populacji. Otrzymana liczba wypełnionych ankiet stanowiła podstawowy materiał do analizy i stawiania wniosków – choć, *jak wiadomo*, niska zwrotność ankiet jest powszechnym utrudnieniem prowadzenia badań empirycznych). Sytuacja ta wystąpiła również w przypadku raportowanego badania, w którym otrzymano 9 wypełnionych kwestionariuszy ankiety, co stanowi zwrotność na poziomie 8% (kwestia ta szerzej opisana jest w pkt. III niniejszego raportu). W tej sytuacji, charakter badania może sprowadzać się do analizy studiów przypadków, które w razie takiej potrzeby, zostaną przez Wykonawcę przygotowane.

W badaniach innowacyjności przedsiębiorstw wykorzystuje się różne metody badawcze, które zależą od celu analizy. W raportowanym badaniu wykorzystano kwestionariusz ankiety, przygotowany w oparciu o metodologię i doświadczenia liczących się krajowych i zagranicznych instytucji badawczych. Przy konstrukcji instrumentu badawczego bazowano na metodyce badawczej, nazywanej popularnie „metodologią Oslo” (Oslo Manual). Metodyka ta jest powszechnie stosowaną i stanowi międzynarodowy standard w zakresie badań statystycznych innowacji w przemyśle oraz sektorze usług rynkowych. Metodyka ta opracowana została pod kierunkiem OECD i Eurostatu przez zespół ekspertów pochodzących z trzydziestu krajów. Obejmuje cztery obszary innowacji: produktowe, procesowe, organizacyjne oraz marketingowe, które zostały uwzględnione w

zrealizowanych badaniach (por. kwestionariusz ankiety w załączniku do raportu). Należy jednocześnie podkreślić, że liczące się ośrodki naukowe oraz instytucje państwowe, badające problematykę innowacyjności przedsiębiorstw, również wykorzystują opisywaną metodykę (m.in. GUS prowadzi cykliczne badania w tym zakresie, korzystając z podobnego narzędzia, uwzględniającego cztery wspomniane obszary innowacji).

Informacje zawarte w Oslo Manual należy traktować jako rekomendacje w zakresie zbierania oraz interpretowania danych o innowacjach. Metodyka ta służy do badania innowacji na poziomie przedsiębiorstwa, dotyczy czterech rodzajów innowacji, oraz analizuje dyfuzję i stopień innowacyjności z punktu widzenia nowości dla firmy. Ustalenie precyzyjnych wskazówek metodologicznych jest trudne, z uwagi na kompleksowość zagadnienia dotyczącego procesów innowacyjnych. Niemniej jednak, głównym celem Oslo Manual było zaproponowanie solidnie ugruntowanego zestawu zaleceń, będących podstawą do opracowania uzasadnionych merytorycznie wskaźników innowacji<sup>1</sup>. Ze względu na ograniczony czas realizacji projektu badawczego, co zostało uzgodnione ze Zleceniodawcą, w procedurze pominięto badanie pilotażowe.

### III. Opis analizowanej problematyki w oparciu o materiały wtórne

W tej części raportu, dokonano bardzo zwięzłego wprowadzenia zarówno w wybrane aspekty problematyki znaczenia i uwarunkowań innowacyjności przedsiębiorstw jak i pozycji naszego regionu w tym zakresie na tle innych polskich województw. Oparto je na wyselekcjonowanych przez autorów niniejszego opracowania źródłach, którymi były zarówno wcześniejsze, choć zachowujące walor aktualności, różnego typu raporty z badań poświęcone tej problematyce jak i publikacje GUS<sup>2</sup>. Ta część raportu traktowana jest przez autorów jedynie jako tło do dalszych rozważań.

---

<sup>1</sup> B. Bigliardi, A.I. Dormio, *An empirical investigation of innovation determinants in food machinery enterprises* "European Journal of Innovation Management," vol. 12, no. 2, 2009, ss.223-242; *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3<sup>rd</sup> edition, OECD and Eurostat, 2005, s. 16.

<sup>2</sup> Por.: *Nauka i technika w 2007r.*, GUS Warszawa 2009, Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2004-2006, GUS Warszawa 2008; *Innowacyjność i potrzeby proinnowacyjne przedsiębiorstw regionu kujawsko – pomorskiego*, pod red. M.Haffera, Wydawnictwa UMK, Toruń 2004; Por.: ekspertyzy przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy w Radomiu w 2008 roku, nt. *analizy porównawczej innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard*; RSW – *Rocznik Statystyczny Województw 2007*, GUS, Warszawa, grudzień 2007; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw przemysłowych w latach 2002-2004*, GUS Warszawa 2006; Kalinowski T. (pod red.), *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2005*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2005; [http://paiz.gov.pl/files/?id\\_plik=1575](http://paiz.gov.pl/files/?id_plik=1575) (listopad 2006); *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw przemysłowych w latach 2002-2004*, GUS Warszawa 2006.

Poziom innowacyjności polskich przedsiębiorstw w ujęciu regionalnym, tj. według województw, jest zróżnicowany. Problem ten można jednak identyfikować i analizować wykorzystując różne podejścia, wykorzystując jednocześnie różne wskaźniki. W wyniku analizy wykonanej przez Instytut technologii Eksploatacji opracowany zostały rankingi województw według kryterium wysokości nakładów wydatkowanych w nich na sferę B+R. Przedstawione zostały one w tabeli 1 i tabeli 2.

Tabela 1. Ranking województw w grupie wskaźników **Działalność B+R**

Województwo	Ranking województw według wskaźników			
	Nakłady na sferę B+R w %PKB (intensywność B+R), dane z 2005 r.	Nakłady na B+R finansowane przez biznes jako %PKB, dane z 2005 r.	Nakłady B+R na 1 mieszkańca, dane z 2006 r.	Udział nakładów na B+R w nakładach na działalność innowacyjną przemysłu, dane z 2006 r. w %
Dolnośląskie	7	5	7	5
Kujawsko-pomorskie	11	9	8	3
Lubelskie	5	10	9	8
Lubuskie	13	11	15	12
Łódzkie	4	7	4	4
Małopolskie	2	2	2	1
Mazowieckie	1	1	1	6
Opolskie	15	13	14	13
Podkarpackie	9	3	10	2
Podlaskie	16	16	11	15
Pomorskie	12	8	3	7
Śląskie	8	6	6	9
Świętokrzyskie	10	4	16	11
Warmińsko-mazurskie	3	12	13	16
Wielkopolskie	14	14	5	10
zachodniopomorskie	6	15	12	14

Źródło: opracowanie własne na podstawie: ekspertyzy *Analiza porównawcza innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard* przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2008.

Tabela 2. Wskaźniki **Działalności B+R** w województwach

Wyszczególnienie	Ranking województw według wskaźników			
	Nakłady na sferę B+R w %PKB (intensywność B+R) w %	Nakłady na B+R finansowane przez biznes jako %PKB	Nakłady B+R na 1 mieszkańca	Udział nakładów na B+R w nakładach na działalność innowacyjną w %
Polska	0,57	0,18	154,53	9,16
W tym: (Polska=100%)				
Dolnośląskie	78,95	80,44	67,0	107,8
Kujawsko-pomorskie	43,86	58,07	54,9	139,4
Lubelskie	84,21	56,41	53,8	80,9
Lubuskie	29,82	41,74	15,3	56,6

Łódzkie	91,23	67,13	89,5	117,3
Małopolskie	178,95	162,07	143,8	238,5
Mazowieckie	192,98	185,7	308,1	88,6
Opolskie	21,05	30,12	22,5	48,1
Podkarpackie	52,63	88,05	48,5	169,4
Podlaskie	14,04	13,59	33,0	37,0
Pomorskie	42,11	62,5	90,2	85,3
Śląskie	59,65	76,72	68,7	80,3
Świętokrzyskie	47,37	85,95	10,9	58,9
Warmińsko-mazurskie	91,23	36,43	25,0	24,5
Wielkopolskie	26,32	22,92	87,1	72,8
zachodniopomorskie	82,46	22,3	31,2	46,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie: ekspertyzy *Analiza porównawcza innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard* przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2008.

Uzyskano taką samą pozycję, według syntetycznych wskaźników, w dziewięciu województwach: małopolskim (1), mazowieckim (2), łódzkim (3), śląskim (6), świętokrzyskim (10), wielkopolskim (11), lubuskim (14), opolskim (15), podlaskim (16) (tabela 1). Była to jedyna grupa wskaźników, dla których uzyskano wysoką zgodność oceny pozycji województw dwiema metodami. Tabela 1 pokazuje, że województwo kujawsko-pomorskie plasuje się na 11 miejscu spośród wszystkich województw w Polsce pod względem wysokości nakładów na działalność B+R, oraz na 9 miejscu z uwagi na finansowanie tych nakładów przez biznes.

W oparciu o analizę danych statystycznych można stwierdzić, iż poziom innowacyjności przedsiębiorstw regionu nie jest wysoki i czasem odbiega od średniej krajowej. Rodzi to oczywiście pytanie o przyczyny tego stanu rzeczy<sup>3</sup> oraz zrozumiałą troskę i zainteresowanie władz samorządowych o skuteczne sposoby podwyższania tego poziomu.

Jeśli chodzi o liczbę przedsiębiorstw i nakłady przypadające na 1 przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną, to sytuację w tym zakresie ilustruje tabela 3. W tabeli wyszczególnione zostały również województwa mające największe i najmniejsze udziały procentowe i największe i najmniejsze nakłady na prowadzenie działalności innowacyjnej.

---

<sup>3</sup> W świetle ekspertyzy wykonanej w Instytucie Badań nad Gospodarką Rynkową województwo kujawsko - pomorskie zajmuje w ujęciu syntetycznym 12 pozycję pod względem atrakcyjności inwestycyjnej województw. Niżej w tym rankingu znajduje się jedynie województwo: warmińsko- mazurskie, świętokrzyskie, lubelskie i podlaskie. Jeśli chodzi o wskaźniki cząstkowe, to w województwie najwyższe oceniane są: zasoby i koszty pracy (klasa B), a gorzej i bardzo źle: - klasa C :dostępność transportowa, infrastruktura społeczna, poziom bezpieczeństwa powszechnego, klasa D: infrastruktura gospodarcza i klasa E: rynek zbytu, aktywność województwa wobec inwestorów (skala A-E). Por.: *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2005* red. T. Kalinowski IBnGR, Gdańsk 2005r.

Tabela 3. Udziały procentowe i nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw według województw w 2007r (dotyczy przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 49 osób)

Wyszczególnienie	Udział przedsiębiorstw, które poniosły nakłady na działalność innowacyjna w %	Nakłady przypadające na 1 przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjna w tys zł.
Polska	31,8	7068,5
Kujawsko- pomorskie	28,4	6061,7
Podkarpackie/ Śląskie	38,7 / 38,3	5292,8 / 12303,9
Zachodniopomorskie/ Lubuskie	23,3 / 26,7	3043,8 / 2613,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie Nauka i technika w 2007r., GUS Warszawa 2009, tab. 2.6, s. 139.

Z tabeli 3 wynika, iż poziom innowacyjności przedsiębiorstw województwa kujawsko - pomorskiego jest poniżej średniej krajowej. Udział przedsiębiorstw ponoszących nakłady na działalność innowacyjną w województwach najbardziej innowacyjnych jest o około 10% wyższy i zaledwie o około 5% wyższy niż w regionie najmniej innowacyjnym z tego punktu widzenia, tj. w woj. zachodniopomorskim. Jeśli chodzi o nakłady przypadające na 1 przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną, to w regionie najbardziej innowacyjnym, tj. w województwie śląskim, są one dwukrotnie wyższe niż w województwie kujawsko - pomorskim , podczas gdy regionie najmniej innowacyjnym, tj. w woj. lubuskim, są one o połowę mniejsze.

W regionie kujawsko - pomorskim obserwuje się bardzo niekorzystną tendencję polegającą na stałym spadku procentowego udziału nakładów na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach. Ilustruje to tabela 4.

Tabela 4. Nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw

Wyszczególnienie	2005		2006		2007	
	W mln zł	%	W mln zł	%	W mln zł	%
Polska	14669,9	100,0	16558,1	100,0	20222,9	100,0
Kujawsko- pomorskie	834,7	5,7	864,3	5,2	957,8	4,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Nauka i technika w 2007r., GUS Warszawa 2009, ta.2.11, s. 146

Z przedstawionej tabeli wynika zatem, iż pomimo nieznacznego wzrostu nakładów przedsiębiorstw na działalność innowacyjną, sytuacja regionu kujawsko - pomorskiego na tle innych regionów stale pogarsza się.



Charakter wprowadzanych przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko –pomorskiego innowacji na tle charakteru innowacji wprowadzanych przez najbardziej i najmniej innowacyjne regiony (patrz tabela 3) przedstawia tabela 5.

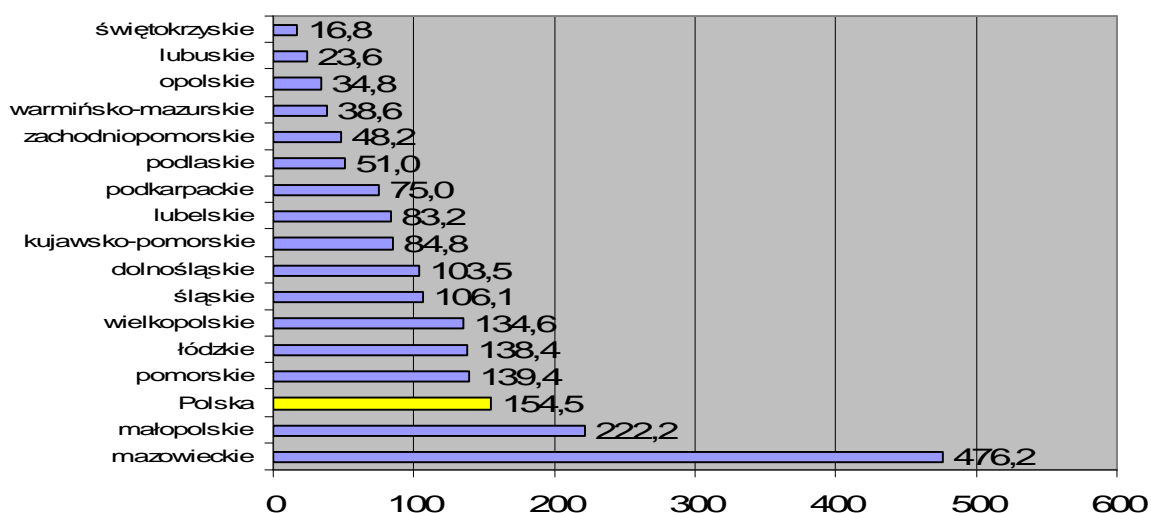
Tabela 5. Podstawowe rodzaje innowacji przedsiębiorstw

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwa przemysłowe, które wprowadziły innowacje w % ogółu przedsiębiorstw w latach 2005-2007			
	Ogółem	Nowe lub istotnie ulepszone produkty	w tym nowe dla rynku	Nowe lub istotnie ulepszone procesy
Polska	36,7	28,0	14,5	25,2
<b>Kujawsko –pomorskie</b>	32,9	26,4	15,8	22,6
Śląskie	41,3	31,7	18,1	27,4
Podkarpackie	40,7	32,6	17,4	29,2
Zachodniopomorskie	31,5	22,2	12,2	22,4
Lubuskie	28,1	17,9	10,5	22,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie Nauka i technika w 2007r., GUS Warszawa 2009, tab.2.11, s. 146.

Stopień rozpiętości nakładów na działalność B+R na 1 mieszkańca w województwach spośród wskaźników grupy Działalność B+R przedstawiono je na wykresie 1.

Wykres 1. Nakłady na działalność B+R na 1 mieszkańca w województwach w 2006 r.



Źródło: RSW – *Rocznik Statystyczny Województw 2007*, GUS, Warszawa, grudzień 2007; *Analiza porównawcza innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard* przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2008.

Z danych zaprezentowanych na wykresie 1 wynika, iż bezwzględny liderem w nakładach na działalność B+R jest województwo mazowieckie, z silnym ośrodkiem akademicko-naukowym w Warszawie. W grupie wskaźników działalności B+R, pozycja mazowieckiego została obniżona ze względu na niski udział nakładów B+R w nakładach na działalność innowacyjną przemysłu mazowieckiego (8,1%; 6 pozycja w kraju).

Innym obszarem analitycznym prezentowanej ekspertyzy, ważnym dla podejmowanych zagadnień w niniejszym raporcie, jest działalność innowacyjna przemysłu i usług. Z analizy dotychczasowej struktury nakładów na działalność innowacyjną przemysłu w Polsce wynika, że ponad 60% stanowią inwestycje w maszyny i urządzenia techniczne (tzw. innowacyjne maszyny „embodied technology”), niewiele ponad 10% na działalność B+R, a tylko 2% szkolenia (organizowane na zewnątrz przez profesjonalne firmy szkoleniowe i opłacane przez przedsiębiorstwa). Natomiast rozpiętość wskaźnika udziału „embodied technology” w przemyśle regionów w 2006 r. wahała się od 46,6% w mazowieckim do 76,4% w świętokrzyskim. Wyniki badań w tym zakresie prezentuje tabela 6.

Tabela 6. Ranking województw w grupie wskaźników ***Działalność innowacyjna przemysłu i usług***

Województwo	Ranking województw według wskaźników:					
	Innowacje wprowadzone w MSP w przetwórstwie przemysłowym, w % ogółu MSP	Nakłady na działalność innowacyjną, w % obrotu (intensywność innowacji)	Udział przedsiębiorstw przemysłowych, które wprowadziły innowacje, w % ogółu	Udział przedsiębiorstw usługowych, które wprowadziły innowacje, w % ogółu	Udział przedsiębiorstw przemysłowych, które wprowadziły nowe innowacje dla rynku, w % ogółu	Udział przedsiębiorstw usługowych, które wprowadziły nowe innowacje dla rynku, w % ogółu
Dolnośląskie	9	10	7	6	3	3
Kujawsko-pomorskie	8	4	10	16	7	16
Lubelskie	7	3	13	11	14	12
Lubuskie	16	14	14	13	16	15
Łódzkie	11	16	15	14	15	6
Małopolskie	2	6	8	8	2	2
Mazowieckie	12	7	1	3	6	1
Opolskie	6	13	5	10	13	14
Podkarpackie	3	2	2	15	5	10
Podlaskie	13	1	4	2	9	13
Pomorskie	10	8	9	5	11	5
Śląskie	1	5	3	4	4	4
Świętokrzyskie	4	12	12	1	8	8
Warmińsko-mazurskie	5	11	6	7	1	11
Wielkopolskie	15	9	11	9	12	7
Zachodniopomorskie	14	15	16	12	10	9

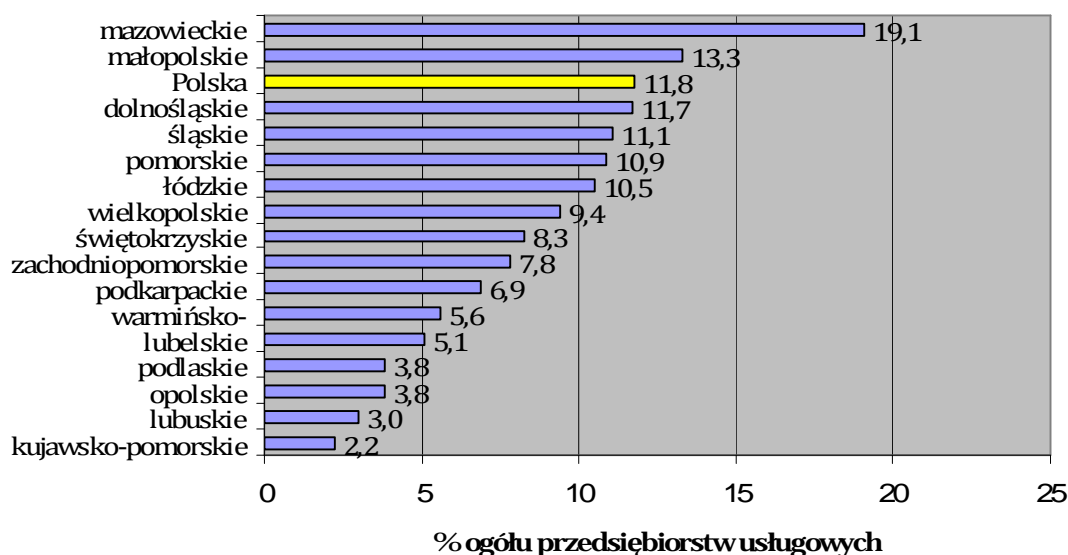
Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Rocznik Statystyczny Województw 2007*, GUS, Warszawa, grudzień 2007; *Nauka i Technika w 2006 r.*, GUS, Warszawa 2008; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw przemysłowych w latach 2002-2004*, GUS, Warszawa 2006;

Liderami dla tej grupy wskaźników są następujące województwa: mazowieckie (1), śląskie (2), dolnośląskie (3), a ostatnie pozycje zajęły województwa: lubelskie (14), zachodniopomorskie (15), lubuskie (16). Województwo Kujawko-pomorskie plasuje się na 8 miejscu pod względem innowacji wprowadzonych w MSP, natomiast gorsza pozycja dotyczy sektora usług (16 miejsce).

Najbardziej niekorzystna rozpiętość występuje w przypadku dwóch wskaźników:

- § udział przedsiębiorstw usługowych, które wprowadziły nowe innowacje dla rynku w województwach (wykres 2),
- § intensywność innowacji w przemyśle (wykres 3).

Wykres 2. Udział przedsiębiorstw usługowych, które wprowadziły nowe innowacje dla rynku w województwach w latach 2004-2006



Źródło: ekspertyza *Analiza porównawcza innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard* przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2008.

Ponadprzeciętna (powyżej 2,11%) wartość intensywności innowacji wystąpiła w siedmiu województwach, przy czym tylko trzy z nich miały w 2006 r. znaczący udział w produkcji sprzedanej przemysłu: mazowieckie (21,2%), śląskie (17,9%), małopolskie (6,5%). Województwa te posiadały również mocną pozycję pod względem ponoszenia nakładów na działalność innowacyjną

(tabela 7). Udział wymienionych województw oraz wielkopolskiego, dolnośląskiego, pomorskiego i łódzkiego stanowi ponad trzy czwarte (76,8%) produkcji sprzedanej przemysłu. Udział tych województw w nakładach na działalność innowacyjną stanowi również ponad trzy czwarte 75,8%. Znaczący udział w nakładach na działalność innowacyjną i zarazem wyższy niż w produkcji sprzedanej przemysłu posiadały kujawsko-pomorskie i podkarpackie (tabela 7), stąd województwa te znalazły się wśród liderów pod względem intensywności innowacji (wykres 3).

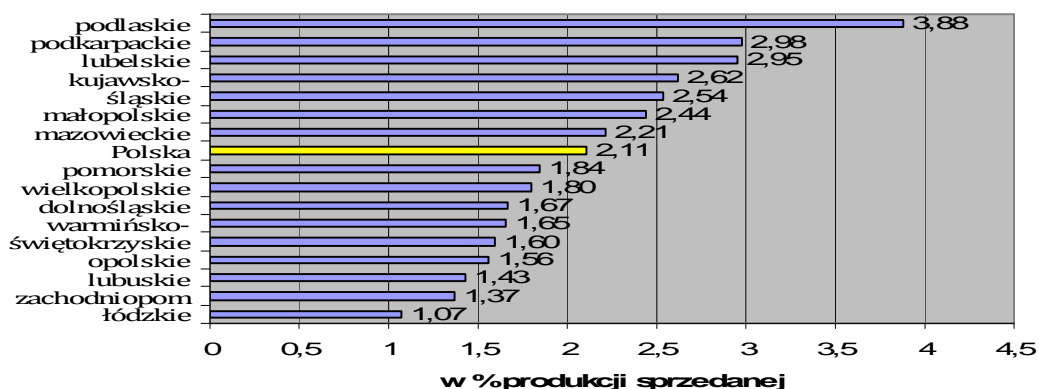
Tabela 7. Wartość, struktura produkcji sprzedanej i nakładów na działalność innowacyjną przemysłu w województwach w 2006 r.

Wyszczególnienie	Produkcja sprzedana przemysłu	Nakłady na działalność innowacyjną
Polska w mln zł	784721,1	16558,1
<b>W tym (%):</b>		
Mazowieckie	21,2	22,2
Śląskie	17,9	21,6
Wielkopolskie	11,4	9,7
Dolnośląskie	8,5	6,8
Małopolskie	6,5	7,5
Pomorskie	6,2	5,4
Łódzkie	5,1	2,6
<b>Razem siedem województw</b>	<b>76,8</b>	<b>75,8</b>
Kujawsko-pomorskie	4,2	5,2
Podkarpackie	3,5	4,9
Zachodniopomorskie	2,8	1,8
Opolskie	2,3	1,7
Lubelskie	2,3	3,2
Świętokrzyskie	2,2	1,7
Warmińsko-mazurskie	2,1	1,7
Lubuskie	2,0	1,4
Podlaskie	1,6	2,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie: ekspertyzy *Analiza porównawcza innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard* przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2008.

Najbardziej innowacyjnymi województwami wprowadzającymi nowe innowacje dla rynku w sektorze usług są: mazowieckie (19,1%) i małopolskie (13,3%), a najmniej kujawsko-pomorskie (2,2%), lubuskie (3%), przy przeciętnej dla Polski wynoszącej 11,8%. Drugim wskaźnikiem o dużej rozpiętości jest intensywność innowacji rozumiana jako relacja procentowa nakładów na działalność innowacyjną w wartości produkcji sprzedanej (wykres 3).

Wykres 3. Intensywność innowacji w przemyśle województw w 2006 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie: ekspertyzy *Analiza porównawcza innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard* przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2008.

Niemniej ważnym aspektem poruszonym w prezentowanej ekspertyzie jest zakres finansowania innowacji. Ranking województw według każdego z wskaźników finansowania innowacji, w tabeli 8, a poziomy wyodrębnionych wskaźników w poszczególnych województwach w odniesieniu do przeciętnej wartości dla Polski przedstawiono w tabeli 9.

Tabela 8. Ranking województw w grupie wskaźników Finansowanie innowacji

Województwo	Ranking województw według wskaźników:			
	Udział środków własnych przemysłu w nakładach na działalność innowacyjną	Nakłady na 1 przedsiębiorstw o prowadzące działalność innowacyjną w przemyśle	Nakłady na 1 przedsiębiorstw o prowadzące działalność innowacyjną w usługach	Udział środków budżetowych w finansowaniu działalności innowacyjnej przemysłu
Dolnośląskie	7	7	9	14
Kujawsko-pomorskie	12	6	8	16
Lubelskie	14	8	5	7
Lubuskie	16	14	10	5
Łódzkie	9	15	2	13
Małopolskie	3	4	4	10
Mazowieckie	2	1	1	9
Opolskie	5	13	16	12
Podkarpackie	6	10	7	2
Podlaskie	13	3	15	3
Pomorskie	1	9	3	8
Śląskie	4	2	6	11
Świętokrzyskie	11	11	13	1
Warmińsko-mazurskie	8	16	14	15
Wielkopolskie	10	5	12	4
zachodniopomorskie	15	12	11	6

Źródło: opracowanie własne na podstawie: ekspertyzy *Analiza porównawcza innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard* przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2008.

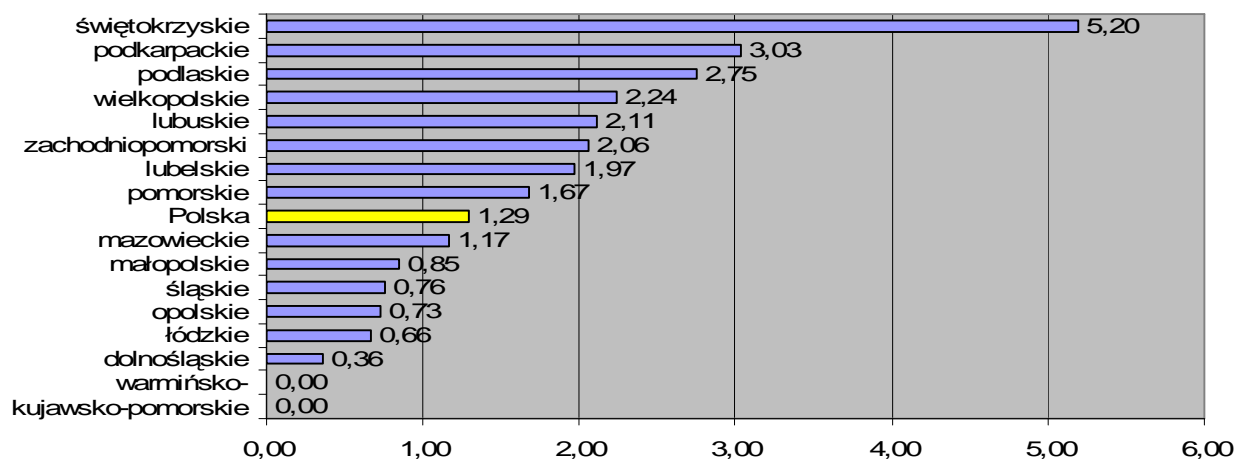
Tabela 9. Wskaźniki *Finansowania innowacji w województwach*

Województwo	Ranking województw według wskaźników:			
	Udział środków własnych w nakładach na działalność innowacyjną, w %	Nakłady na 1 przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną w przemyśle, w tys. zł	Nakłady na 1 przedsiębiorstwo prowadzące działalność innowacyjną w usługach, w tys. zł	Udział środków budżetowych w finansowaniu działalności innowacyjnej, w %
Polska	79,7	4888,7	6202,0	1,29
W tym: ( <i>Polska=100%</i> )				
Dolnośląskie	96,6	87,3	27,8	28,3
Kujawsko-pomorskie	86,0	92,1	28,9	0,0
Lubelskie	83,1	85,5	37,1	153,0
Lubuskie	72,0	51,1	23,2	164,1
Łódzkie	94,6	41,5	65,3	51,2
Małopolskie	103,8	102,1	37,2	65,7
Mazowieckie	111,5	154,5	237,2	90,9
Opolskie	100,0	57,9	9,0	56,9
Podkarpackie	98,5	83,6	30,2	235,6
Podlaskie	84,0	102,3	11,5	213,9
Pomorskie	112,8	83,8	54,7	129,5
Śląskie	101,9	142,0	34,9	58,7
Świętokrzyskie	86,6	69,4	13,4	404,0
Warmińsko-mazurskie	94,6	41,2	12,3	0,0
Wielkopolskie	93,2	99,4	15,3	173,8
zachodniopomorskie	74,5	62,8	16,9	160,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie: ekspertyzy *Analiza porównawcza innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard* przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2008.

Liderami dla tej grupy wskaźników są następujące województwa: mazowieckie (1), pomorskie (2), śląskie (3), a końcowe pozycje zajęły województwa: zachodniopomorskie (14), lubuskie (15), warmińsko-mazurskie (16).

Wykres 4. Udział procentowy środków budżetowych w finansowaniu działalności innowacyjnej przemysłu w województwach w 2006 r.



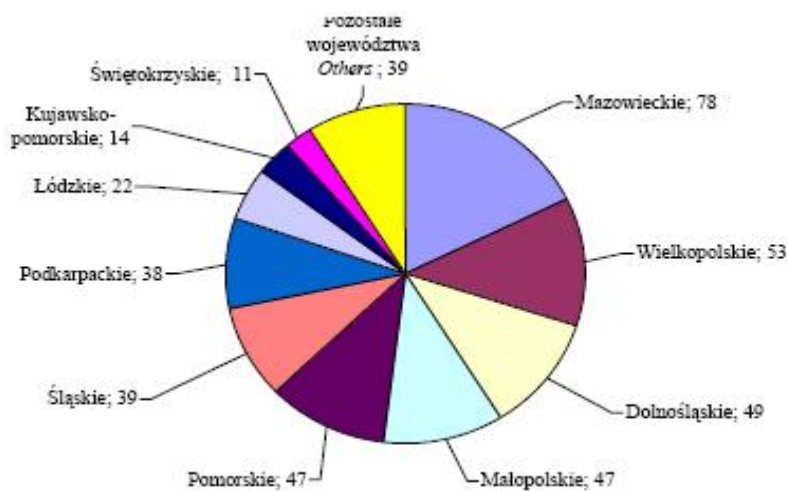
Źródło: opracowanie własne na podstawie: ekspertyzy *Analiza porównawcza innowacyjności regionów w Polsce w oparciu o metodologię European Innovation Scoreboard* przeprowadzonej przez Instytut Technologii Eksploatacji Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2008.

Generalnie przemysł w wielu regionach w niewielkim zakresie w 2006 r. wykorzystywał środki budżetowe w finansowaniu działalności innowacyjnej, tj. przeciętnie tylko 1,29% środków pochodzi z budżetu. Przedsiębiorstwa przemysłowe w województwach wykazują dość wysoki poziom wykorzystania środków własnych (od 72% w lubuskim do 93,4% w pomorskim) w finansowaniu działalności innowacyjnej (przeciętnie w Polsce 79,7%). Z finansowaniem działalności innowacyjnej związane jest finansowanie rozwoju przez napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) i wpływ na rozwój przedsiębiorstw giełdy papierów wartościowych (GWP). Dotychczas nie uwzględniano tych aspektów w ocenie innowacyjności regionów. Szacuje się, że ponad jedną piątą nakładów inwestycyjnych w Polsce stanowią inwestycje BIZ.

Rekomendacja: rekomenduje się badanie liczby notowanych spółek w układzie regionalnym we wskaźniku udziału liczby notowanych spółek na GPW w odniesieniu do nowozarejestrowanych podmiotów gospodarczych, a także udziału BIZ w nakładach inwestycyjnych regionu. Dla innowacyjności gospodarki regionów istotną rolę odgrywa także faza komercjalizacji innowacji, w której uzyskuje się efekt w postaci nowego wyrobu, technologii, czy też rozwiązania organizacyjnego. Z komercjalizacją innowacji wiąże się zaangażowanie kapitałów wysokiego ryzyka, które związane są z inwestycjami na niepublicznym rynku kapitałowym. W Polsce mechanizmy pobudzające kapitały wysokiego ryzyka oraz zasady prefinansowania przedsięwzięć badawczo-rozwojowych znajdują się w fazie tworzenia, chociażby w ramach zamykanego obecnie programu SPO-WKP oraz w rozpoczynanym programowaniu w ramach PO IG. Statystycznie rzecz ujmując porównanie udziałów tych funduszy w gospodarce regionalnej jest nie znane.

Ostatnią z zaprezentowanych charakterystyk jest zestawienie czynnych licencji zagranicznych w przedsiębiorstwach działających w poszczególnych województwach. Ilustruje to wykres 5.

Wykres 5. Licencje zagraniczne czynne w przedsiębiorstwach przemysłowych wg województw w 2007 r.



a Dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Nauka i technika w 2007r., GUS Warszawa 2009, tab.2.5, s. 163.

Z rysunku 5 wynika, iż liczba czynnych licencji zagranicznych w przedsiębiorstwach regionu kujawsko – pomorskiego wyraźnie odbiega od średniej krajowej (27) i liczby licencji w najbardziej innowacyjnych z tego punktu widzenia regionach. Sytuacja ta upoważnia do podejmowania prób pośredniego wnioskowania o poziomie nowoczesności przemysłu w naszym regionie. Również i w tym zakresie ocena ta nie wypada zbyt korzystnie.

Z badań Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości nt. potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw wynika, że przedsiębiorstwa jeżeli w ogóle podejmują współpracę w zakresie działań innowacyjnych, najczęściej jest to współpraca z przedsiębiorstwami krajowymi. Dotyczy to 38% przedsiębiorstw. Zdecydowana większość przedsiębiorstw nie podejmuje żadnej współpracy w celu tworzenia innowacji. Jako marginalne należy również uznać przypadki współpracy z przedsiębiorstwami zagranicznymi, w tym z UE, co należy negatywnie odbierać w kontekście transferu technologii i know-how. Przedsiębiorstwa rzadko współpracują z jednostkami badawczo-rozwojowymi, wyższymi uczelniami czy z centrami transferu technologii zarówno w kraju jak i zagranicą (tabela 10 i 11).



Tabela 10. Współpraca MSP z podmiotami takimi jak: inne przedsiębiorstwa, inkubatory przedsiębiorczości, parki przemysłowe w kraju bądź zagranicy

	Odsetek przedsiębiorstw podejmujących współpracę
<b>W KRAJU</b>	38
W kraju MSP	36,7
W kraju z inkubatorami przedsiębiorczości	3,6
W kraju z parkami przemysłowymi	2,8
<b>Z UE</b>	4,6
Z UE z MSP	4,4
Z UE z inkubatorami przedsiębiorczości	0,5
Z UE z parkami przemysłowymi	0,5
<b>Z INNYCH KRAJÓW</b>	2,1
Z innych krajów MSP	1,9
Z innych krajów z inkubatorami przedsiębiorczości	0,3
Z innych krajów z parkami przemysłowymi	0,1
<b>BRAK JAKIEJKOLWIEK WSPÓŁPRACY</b>	61,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie A. Żółnierski, *Potencjał innowacyjny polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005, s. 35.

Tabela 11. Współpraca MSP z krajowymi i/lub zagranicznymi ośrodkami takimi jak: jednostki badawczo-rozwojowe, wyższe uczelnie, centra transferu technologii

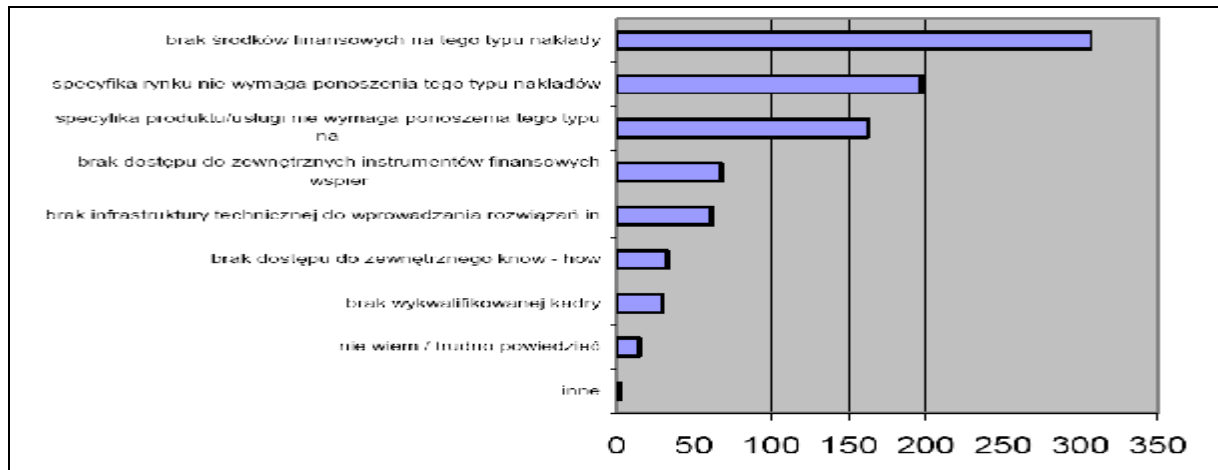
Wyszczególnienie	Odsetek przedsiębiorstw podejmujących współpracę
<b>W KRAJU</b>	8,9
W kraju z jednostkami badawczo-rozwojowymi	4,1
W kraju z wyższymi uczelniami	6,4
W kraju z centrami transferu technologii	1,4
<b>Z UE</b>	1,3
Z UE z jednostkami badawczo-rozwojowymi	1,1
Z UE z wyższymi uczelniami	0,9
Z UE z centrami transferu technologii	0,2
<b>Z INNYCH KRAJÓW</b>	0,8
Z innych krajów z jednostkami badawczo-rozwojowymi	0,6
Z innych krajów z wyższymi uczelniami	0,3
Z innych krajów z centrami transferu technologii	0,3
<b>BRAK JAKIEJKOLWIEK WSPÓŁPRACY</b>	90,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie A. Żółnierski, *Potencjał innowacyjny polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005, s. 35.

Główną przyczyną nie wprowadzania innowacji przez przedsiębiorstwa jest brak środków finansowych. Między innymi na tej podstawie wydaje się być celowym zainteresowanie przedsiębiorstw możliwościami pozyskania środków z Unii Europejskiej. Inne przyczyny wskazywane przez przedsiębiorców związane są z brakiem bodźców i specyfiką rynku, na którym

działa przedsiębiorstwo. Ponadto przedsiębiorcy są często przekonani, że ich produkt bądź usługa nie wymaga ulepszeń (wykres 6).

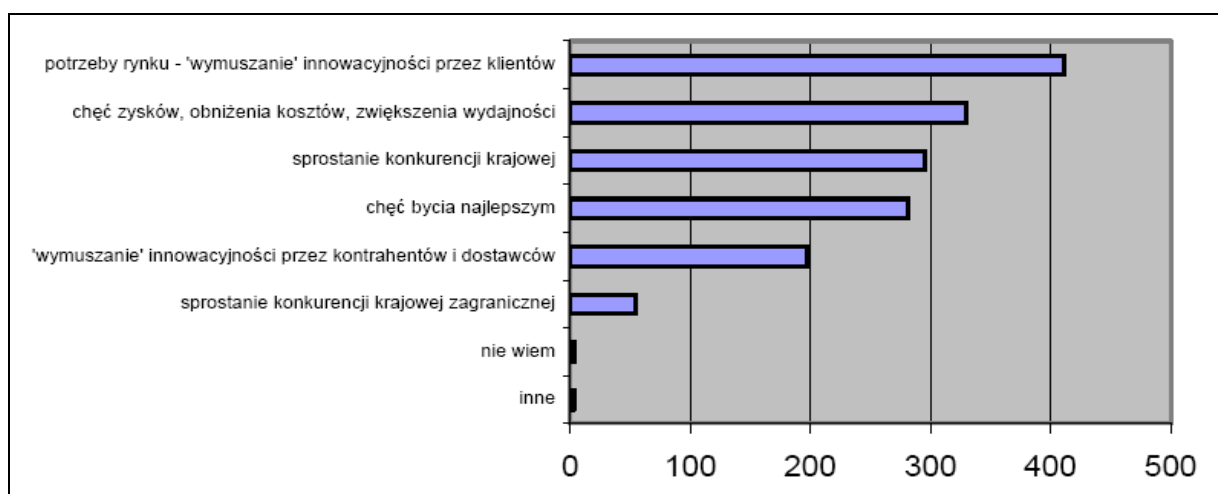
Wykres 6. Powody nie wprowadzania innowacji



Źródło: A. Żółnierski, *Potencjał innowacyjny polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005, s. 55.

Z kolei do czynników motywujących przedsiębiorstwa do podejmowania działań innowacyjnych możemy zaliczyć w pierwszej kolejności potrzeby rynku, który niejako wymusza na przedsiębiorstwach działania innowacyjne. Przedsiębiorstwa decydują się na wprowadzanie innowacji z przekonania o ich pozytywnym wpływie na redukcję kosztów, a co za tym idzie podniesienie zyskowności (wykres 7).

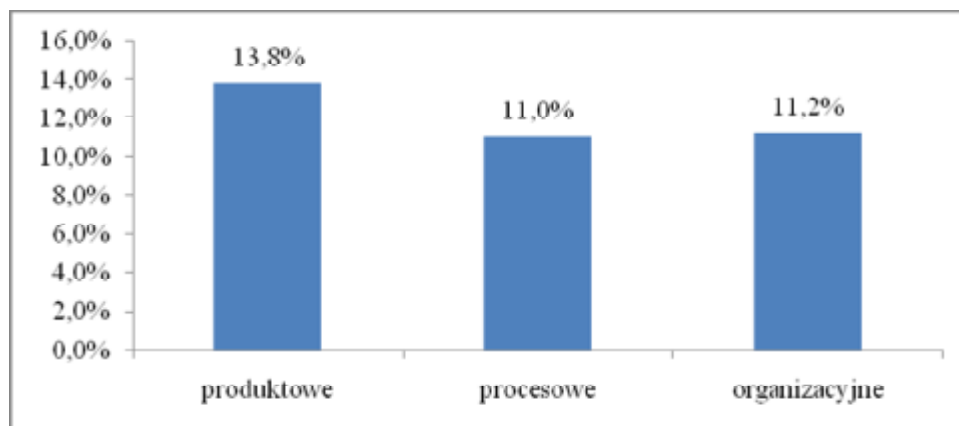
Wykres 7. Powody wprowadzania innowacji



Źródło: A. Żółnierski, *Potencjał innowacyjny polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005, s. 54.

Dla niespełna 14% przedsiębiorstw, wprowadzenie innowacji produktowych stało się ich celem strategicznym. W przypadku innowacji procesowych oraz organizacyjnych i marketingowych dotyczy to odpowiednio 11% i 11,2% przedsiębiorstw (wykres 8).

Wykres 8. Rodzaj innowacji będący celem strategicznym przedsiębiorstwa



Źródło: Opracowanie własne na podstawie A. Żółnierski, *Potencjał innowacyjny polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005, s. 56.

Istotne znaczenie dla budowy konkurencyjnej gospodarki w aspekcie regionalnym mają Regionalne Strategie Innowacji (RSI). Ich zadaniem jest budowa w regionach trwałego partnerstwa pomiędzy jednostkami naukowymi a przemysłem, podnoszenie konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez wprowadzanie nowych technologii oraz rozwijanie kompetencji kadr sektora nauki i przedsiębiorstw w zakresie prowadzenia prac B+R, zarządzania tymi pracami oraz komercjalizacji ich wyników<sup>4</sup>.

Główny cel strategiczny województwa kujawsko-pomorskiego w zakresie podnoszenia poziomu innowacyjności możemy określić jako: „Kujawsko-Pomorskie regionem wysokiej innowacyjności gospodarki”. Zdefiniowano trzy priorytety w zakresie realizacji celu strategicznego:

- 1) Rozwój firm w kierunku gospodarki opartej na wiedzy.
- 2) Efektywny system współpracy gospodarki i nauki w regionie.
- 3) Proinnowacyjne otoczenie biznesu.

---

<sup>4</sup> *Kierunki zwiększania innowacyjności gospodarki na lata 2007-2013*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2006, s. 42-44.

W każdym z trzech priorytetów określono 11 celów operacyjnych, a dla każdego z nich podano zestaw działań i poddziałań realizujących ten cel <sup>5</sup>.

#### IV. Charakterystyka próby badawczej

Respondentami była najwyższa kadra zarządzająca: dyrektorzy zarządzający, osoby kierujące działaniami firm na różnych rynkach, prezesi zarządu, dyrektorzy generalni, członkowie zarządu oraz osoby zajmujące inne wysokie stanowiska, które są odpowiedzialne za działania innowacyjne firmy.

Jeśli chodzi o analizę po zakodowaniu pytań otwartych i wprowadzeniu ankiet do bazy, analizę danych przeprowadzono z wykorzystaniem baz danych Access oraz Excel.

Rozkład liczby respondentów przedstawia się następująco (szczegółowa lista przedsiębiorstw objętych badaniem zawarta jest w załączniku do niniejszego raportu):

- sektor tworzyw sztucznych (produkcja wyrobów plastikowych i gumowych):

**52 przedsiębiorstwa,**

- sektor poligrafii (działalność wydawnicza, poligrafia i usługi wspomagające):

**26 przedsiębiorstw,**

- sektor elektroniki (produkcja komputerów i sprzętu elektronicznego):

**35 przedsiębiorstw.**

Po realizacji badania uzyskano 45 „zwrotów” ankiet, z czego 9 stanowiły kompletnie wypełnione kwestionariusze. Zestawienie wszystkich odpowiedzi, uzyskanych w trakcie realizacji badania, prezentuje tabela 12.

---

<sup>5</sup> G. Gorzelak, A. Bąkowski, M. Kozak, A. Olechnicka, *Polskie Regionalne Strategie Innowacji: ocena i wnioski dla dalszych działań*, Regional Studies Association, Warszawa, styczeń 2006 r., s. 29-36.

Tabela 12. Rozkład odpowiedzi respondentów

Lp.	Charakterystyka uzyskanej odpowiedzi	Liczba przedsiębiorstw
1.	Zwrot wypełnionych i kompletnych kwestionariuszy	9
2.	Zwrot wysłanych formularzy (brak firmy, nieznana lokalizacja)	13
3.	Brak zainteresowania, problematyka nie dotyczy przedsiębiorstwa	12
4.	Zakaz udzielania informacji będącej przedmiotem badań	8
5.	Niepełne zrozumienie problematyki, „przypadkowe” innowacje	8
6.	Brak odpowiedzi po wysłaniu wiadomości e-mail	34
7.	Błąd w nawiązaniu połączenia telefonicznego	29
<b>RAZEM</b>		<b>113</b>

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Wykonawca dołożył wszelkich starań w celu zwiększenia zwrotności odpowiedzi. W tym celu nawiązano bezpośredni kontakt telefoniczny z przedstawicielami wszystkich poddanych indagacji przedsiębiorstw, w trakcie którego ponawiano prośbę o wypełnienie i zwrot kwestionariusza. Dzięki temu uzyskano odpowiedzi, uzasadniające brak odpowiedzi oraz – w niektórych przypadkach – zobowiązanie do odpowiedzi drogą e-mail’ową (również w wersji elektronicznej). Pomimo złożenia ustnego zapewnienia o uczestnictwie w badaniu, tylko jeden z podmiotów z wyżej wymienionej grupy udzielił odpowiedzi.

Wykonawcy badania skontaktowali się telefonicznie ze wszystkimi podmiotami, którzy nie nadesłali kwestionariuszy drogą pocztową. W każdym przypadku próbowano skontaktować się z przedstawicielem najwyższego kierownictwa z danego przedsiębiorstwa. Zadanie to zostało tylko częściowo wykonane, ponieważ część indagowanych obsługiwana jest przez sekretariaty skutecznie uniemożliwiające nawiązanie bezpośredniego kontaktu. Badacze uzyskali jednak zapewnienie o przekazaniu kwestionariusza decydentowi, lub innej osobie o podobnych kompetencjach.

Na podstawie przeprowadzonych rozmów można zauważyć kilka powtarzających się tendencji oraz postawić pewne wnioski:

§ w wielu przypadkach kwestionariusz badania w ogóle nie dotarł do decydenta i został potraktowany przez osobę odpowiedzialną za obsługę korespondencji za przesyłkę nieistotną bądź reklamową. W kilku przypadkach przesyłka została potraktowana jako prośba o wsparcie finansowe, bądź próba podszywania się pod inne instytucje. Powyższe dowodzi o bardzo niedoskonałych metodach obsługi korespondencji w przedsiębiorstwach. Taki stan rzeczy może prowadzić do niedoinformowania decydentów. Ponadto negatywne nastawienie respondentów do badań znacznie utrudnia prowadzenie badań naukowych wszelkich typów.

Przyczyn takiego stanu rzeczy dopatrywać można się między innymi w dużej ilości niechcianej korespondencji dostarczanej do firm;

§ kolejna konkluzja dotyczy postrzegania przez przedsiębiorców sektora nauki jako nieprzydatnego do ich bieżącej działalności. Rozmówcy twierdzili, że nieustannie są zasypywani różnymi prośbami o wzięcie udziału w badaniu i świadomie je ignorują, sądząc że są kompletnie nieprzydatne, a zgoda na wzięcie udziału w badaniu równoznaczna jest z marnowaniem ich cennego czasu;

§ część respondentów kategorycznie odmówiła udziału w badaniu motywując to nawałem pracy, niechęcią do naukowców i wszelkiego rodzaju badań oraz obciążeniem bieżącymi obowiązkami. Badacze spotkali się także z argumentacją o tajemnicy gospodarczej (handlowej), która zabrania danym podmiotom udzielania jakichkolwiek informacji o swojej sytuacji rynkowej. Niektóre podmioty deklarowały, że innowacje nie są domeną ich działalności i w związku z tym nie będą brały udziału w badaniu.

Stan ten dowodzi niestety przytoczonych powyżej przypuszczeń o braku zrozumienia roli nauki w nowoczesnej gospodarce i możliwościach, jakie daje współpraca pomiędzy nauką a biznesem. **Większość podmiotów potwierdziła, że bieżąca działalność operacyjna i walka rynkowa całkowicie je pochłaniają, i nie pozostawiają miejsca na myślenie strategiczne oraz formułowanie wizji przyszłej działalności.**

Pomimo, że uzyskano 9 egzemplarzy wypełnionych kwestionariuszy, co stanowi 8% zwrotności w stosunku do całej populacji generalnej, to u uwagi na fakt, że przedsiębiorstwa te są największymi i najbardziej liczącymi się podmiotami z poszczególnych sektorów objętych badaniem, mogą stanowić cenne źródło danych oraz wskazywać reprezentatywne tendencje ogólne w zakresie poziomu innowacyjności i potrzeb jej wspierania przez Instytucje regionu. Największą grupę stanowią przedsiębiorstwa, którym w nawiązaniu do wcześniejszych ustaleń telefonicznych wysłano elektroniczną wersję kwestionariusza. Niestety nie uzyskano od nich odpowiedzi. Z znaczną częścią przedsiębiorstw nie udało się nawiązać kontaktu. Warto jednocześnie podkreślić fakt niewielkiej świadomości przedstawicieli badanych przedsiębiorstw w zakresie problematyki objętej badaniem – znacznej części badanych przedsiębiorstw badana problematyka nie dotyczyła, z uwagi na brak prowadzonych działań innowacyjnych (np. ze względu na koncentrację myśli technologicznej i innowacyjnej w centrali poza granicami kraju). Skutkowało to brakiem zainteresowania uczestnictwem w badaniu.

## V. Analiza wyników

### 1. Dane socjo-demograficzne

W niniejszej części raportu zawarto charakterystykę badanych przedsiębiorstw pod względem przynależności branżowej oraz cech organizacyjnych, jak również w zakresie oceny ich pozycji konkurencyjnej na głównych rynkach zbytu.

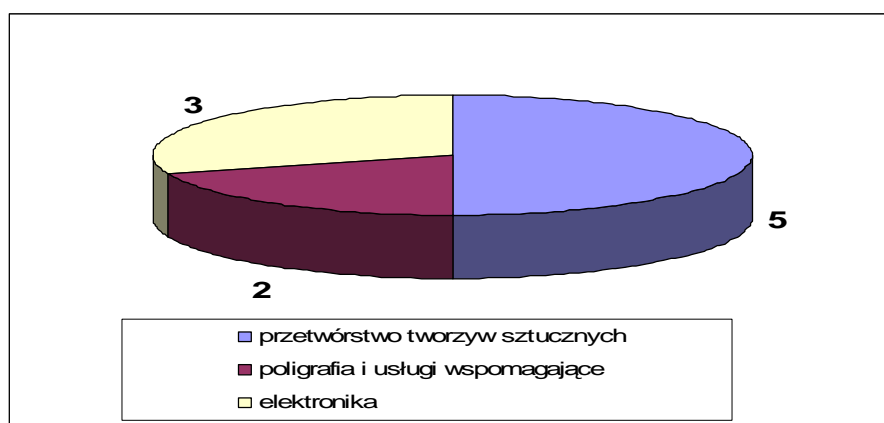
Najwięcej przedsiębiorstw objętych badaniem reprezentowało sektor przetwórstwa tworzyw sztucznych, 3 spośród respondentów prowadzi działalność w sektorze elektroniki, zaś najmniejsza liczba przedsiębiorstw (2 respondentów) funkcjonuje w sektorze poligrafii i usług wspomagających. Należy podkreślić, że jedno z największych przedsiębiorstw wskazało dwa sektory. Szczegółowy rozkład respondentów przy uwzględnieniu kryterium sektora działalności prezentuje tabela 13 oraz wykres 9.

Tabela 13. Charakterystyka respondentów pod względem sektora działalności

Lp.	Branża	Liczba
1.	przetwórstwo tworzyw sztucznych	5
2.	poligrafia i usługi wspomagające	2
3.	Elektronika	3

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Wykres 9. Sektory działalności badanych przedsiębiorstw



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Większość przedsiębiorstw objętych badaniem funkcjonuje w obrębie większej grupy. W przypadku 3 przedsiębiorstw są to grupy polskie, natomiast 2 respondentów wskazało Niemcy jako główną siedzibę grupy. Pozostałe przedsiębiorstwa stanowią autonomiczne jednostki – wyniki badań w tym zakresie prezentuje tabela 14.

Tabela 14. Przynależność respondentów do grupy przedsiębiorstw

	Liczba wskazań	Kraj pochodzenia grupy	
		POLSKA	NIEMCY
Tak	5	3	2
Nie	4		

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Kolejną kwestią, stanowiącą zakres przeprowadzonego badania była identyfikacja zmian, które zaszły w badanych przedsiębiorstwach w okresie 2004-2008. Tabela 15 zawiera wyniki badań w tym zakresie.

Tabela 15. Zmiany, jakie zaszły w badanych przedsiębiorstwach w latach 2004-2008

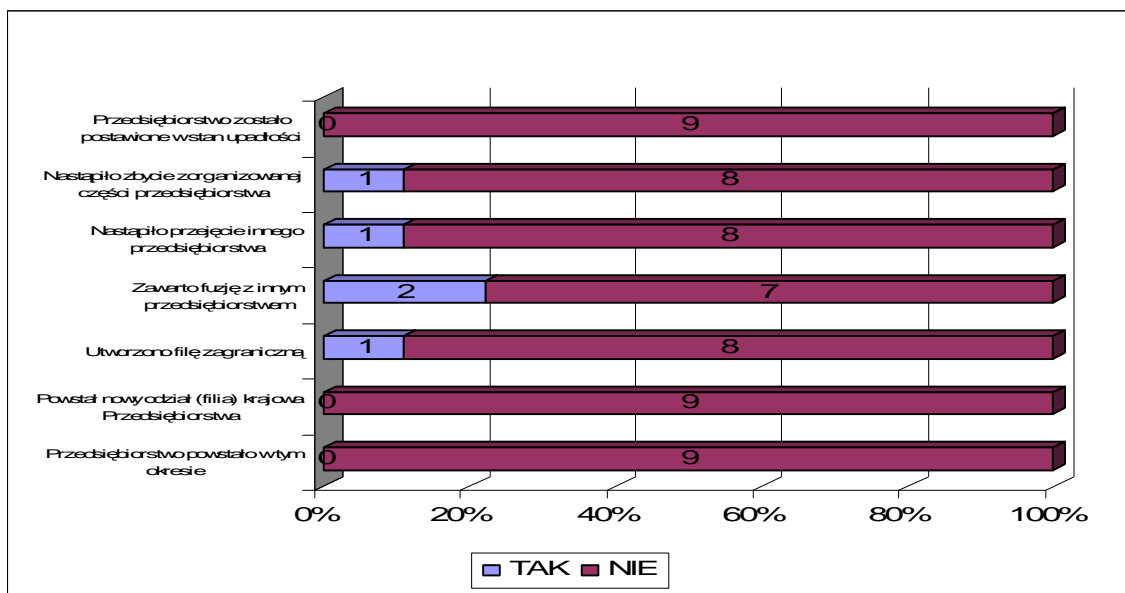
Lp.	Charakterystyka zmiany	TAK	NIE
1.	Przedsiębiorstwo powstało w tym okresie	0	9
2.	Powstał nowy oddział (filia) krajowa Przedsiębiorstwa	0	9
3.	Utworzono filię zagraniczną	1	8
4.	Zawarto fuzję z innym przedsiębiorstwem	2	7
5.	Nastąpiło przejęcie innego przedsiębiorstwa	1	8
6.	Nastąpiło zbycie zorganizowanej części przedsiębiorstwa	1	8
7.	Przedsiębiorstwo zostało postawione w stan upadłości	0	9
8.	Inne - jakie?	0	9

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Badane przedsiębiorstwa zajmują stabilną pozycję na rynku. Każde z nich powstało przed badanym okresem, tj. przed rokiem 2004. W przypadku jednego z respondentów utworzona została filia zagraniczna przedsiębiorstwa. Żaden z badanych podmiotów nie utworzył w badanym okresie swojej filii bądź oddziału krajowego. W przypadku 2 przedsiębiorstw zawarta została fuzja w wyniku której nastąpił wzrost dochodów przedsiębiorstwa nie większy niż o 10%. W jednym przypadku doszło do przejęcia innego przedsiębiorstwa. Jeden z respondentów wykazał również zbycie zorganizowanej części przedsiębiorstwa. Wszystkie z badanych przedsiębiorstw prowadzą w dalszym ciągu swoją działalność, żadne nie zostało postawione w stan upadłości. Graficznie opisane wyżej zmiany w działalności badanych przedsiębiorstw przedstawia wykres 10.



Wykres 10. Zmiany w działalności badanych przedsiębiorstw w latach 2004-2008.



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Większość respondentów nie określiła średniego okresu życia najważniejszego produktu bądź usługi przedsiębiorstwa. W przypadku 2 przedsiębiorstw okres ten wynosił od 1 roku do 3 lat. Kolejne 2 przedsiębiorstwa oszacowały ten okres na 4 do 7 lat. Przedstawia to tabela 16.

Tabela 16. Średni okres życia najważniejszego produktu lub usługi przedsiębiorstw (zanim zostanie on zastąpiony lub zmodyfikowany)

Okres	Liczba wskazań
Mniej niż rok	0
1-3	2
4-7	2
Trudno określić	5

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

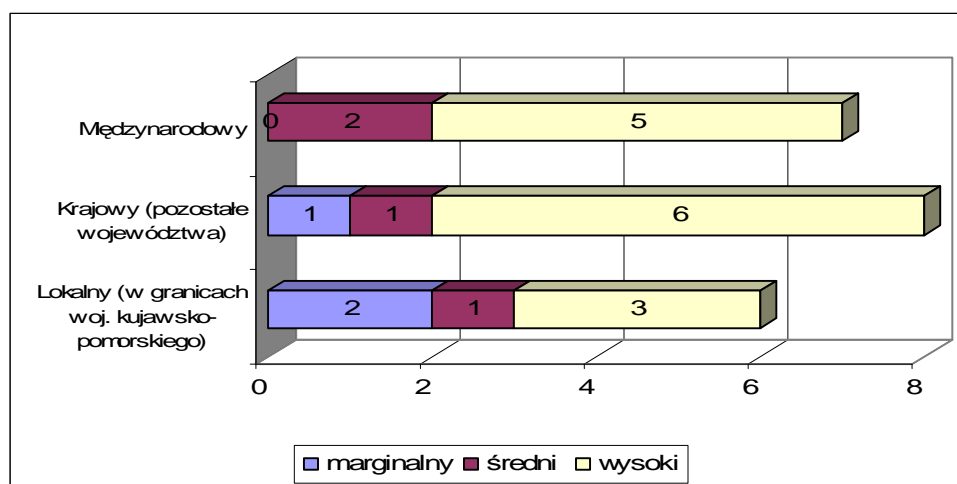
Przeprowadzone badania dostarczyły również pewnych informacji co do poziomu konkurencyjności badanych przedsiębiorstw. Dane te przedstawia zestawienie w tabeli 17 oraz wykres 11.

Tabela 17. Ocena konkurencyjności badanych przedsiębiorstw na głównym rynku zbytu

Rynek	Poziom konkurencyjności		
	marginalny	średni	Wysoki
Lokalny (w granicach woj. kujawsko-pomorskiego)	2	1	3
Krajowy (pozostałe województwa)	1	1	6
Międzynarodowy	0	2	5

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Wykres 11. Konkurencyjność badanych przedsiębiorstw.



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Respondenci najczęściej wskazywali rynek krajowy, jako ten, na którym są najbardziej konkurencyjni. Co więcej, 5 przedsiębiorstw oceniło wysoko swoją konkurencyjność na rynku międzynarodowym. Wyniki wskazują na pozalokalne ukierunkowanie ekspansji badanych przedsiębiorstw.

Odrębną kwestią będącą przedmiotem zrealizowanych badań była charakterystyka podstawowych pozycji finansowych i ekonomicznych badanych przedsiębiorstw. Ich zmiany w ujęciu dynamicznym przedstawia zestawienie zawarte w tabeli 18.

Tabela 18. Podstawowe dane i ekonomiczne badanych przedsiębiorstw

Rok	Charakterystyka	Wartości dla poszczególnych przedsiębiorstw									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
2008		Zysk netto (w tys. PLN)	Zatrudnienie (etaty)	Nakłady inwestycyjne brutto (w tys. PLN)	Eksport (w tys. PLN)	Przychody ze sprzedaży ogółem (w tys. PLN)	Zysk netto (w tys. PLN)	Zatrudnienie (etaty)	Nakłady inwestycyjne brutto (w tys. PLN)	Eksport (w tys. PLN)	Przychody ze sprzedaży ogółem (w tys. PLN)
		657	128	1278	15446	32337	217	84	1970	9946	20864
		4500	240	17000	5000	140000	3000	180	3000	3000	100000
		-1070	72	0	0	34297	1459	63	0	0	28336
		8828	235	5408	23460	78334	8641	162	2449	16410	55789
		9551	230	4439	2727	45496	2843	231	2930	1406	30847
		34607	398	4208	23484	100031	31633	479	6487	10536	94057
		44	180	1863	27743	32101	1659	148	589	23936	25345
		2447	90	2002	342	19935	2867	80	2566	120	15925
		400	145	200	30	13820		60	100	15	11402
2004		Zysk netto (w tys. PLN)	Zatrudnienie (etaty)	Nakłady inwestycyjne brutto (w tys. PLN)	Eksport (w tys. PLN)	Przychody ze sprzedaży ogółem (w tys. PLN)	Zysk netto (w tys. PLN)	Zatrudnienie (etaty)	Nakłady inwestycyjne brutto (w tys. PLN)	Eksport (w tys. PLN)	Przychody ze sprzedaży ogółem (w tys. PLN)
		657	128	1278	15446	32337	217	84	1970	9946	20864
		4500	240	17000	5000	140000	3000	180	3000	3000	100000
		-1070	72	0	0	34297	1459	63	0	0	28336
		8828	235	5408	23460	78334	8641	162	2449	16410	55789
		9551	230	4439	2727	45496	2843	231	2930	1406	30847
		34607	398	4208	23484	100031	31633	479	6487	10536	94057
		44	180	1863	27743	32101	1659	148	589	23936	25345
		2447	90	2002	342	19935	2867	80	2566	120	15925
		400	145	200	30	13820		60	100	15	11402

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 18 w większości przypadków nastąpił wzrost w zakresie wskazanych charakterystyk. Jednocześnie wskaźnik nakładów inwestycyjnych do przychodów kształtował się w 2004 roku w granicach od 0-16%, a w 2008 roku od 0-12%. Wartość średnia tego wskaźnika utrzymywała się na poziomie 6% na początku i na końcu badanego okresu. Badane przedsiębiorstwa cechowało duże zróżnicowanie pod względem udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży. Na początku badanego okresu eksport stanowił średnio 21% sprzedaży, a na końcu 22%. Większość badanych przedsiębiorstw stanowiły przedsiębiorstwa średnie, jedno z nich możemy zaliczyć do przedsiębiorstw dużych.

## 2. Charakterystyka działalności innowacyjnej przedsiębiorstw

W kolejnej części badania otrzymano dane i informacje dotyczące działalności innowacyjnej badanych przedsiębiorstw w zakresie innowacji produktowych, procesowych, w tym także innowacji strukturalnych, organizacyjnych i o charakterze marketingowym. W dalszej części raportu zaprezentowane będą uzyskane wyniki, obejmujące m.in. zakres wdrożonych innowacji oraz ocenę ich skutków. Tabela 19 przedstawia liczbę badanych przedsiębiorstw, które wprowadziły lub zasadniczo zmodyfikowały dotychczasowe produkty.

Tabela 19. Wprowadzenie nowych lub znacząco zmodyfikowanych produktów i/lub usług

Wprowadzenie innowacji produktowych	Liczba
NIE	2
<b>TAK, Nowe</b>	5
<b>TAK, znacząco zmodyfikowane</b>	6
Opracowanie innowacji produktowych	
<b>Samodzielnie, w ramach Przedsiębiorstwa</b>	6
W ramach grupy, do której Przedsiębiorstwo należy	2
<b>We współpracy z innymi przedsiębiorstwami:</b>	
- krajowymi	0
- zagranicznymi	1
<b>We współpracy z instytucjami zaplecza B+R:</b>	
- krajowymi	1
- zagranicznymi	0
Przez inne przedsiębiorstwa lub instytucje (Jakie? W jaki sposób je pozyskano?) .....	0

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw wprowadziła nowe produkty i/lub usługi lub znacząco je zmodyfikowała. Innowacje produktowe nie zostały wprowadzone przez 2 przedsiębiorstwa. Istotną kwestią jest fakt, że innowacje produktowe były w większości opracowywane przez przedsiębiorstwa samodzielnie (2 przedsiębiorstwa korzystały w tym zakresie z pomocy grupy, do której należą), co może świadczyć o wysokim potencjale innowacyjnym badanych przedsiębiorstw. W przypadku pozostałych respondentów wskazano współpracę z innym zagranicznym przedsiębiorstwem oraz z krajowymi instytucjami zaplecza B+R w zakresie opracowania innowacji produktowych.

Ważnym obszarem zainteresowań przeprowadzonych badań była ocena poziomu innowacyjności produktów względem zarówno konkurencji, jak i rynku. Wyniki badań w tym zakresie prezentuje tabela 20.

Tabela 20. Ocena poziomu innowacyjności wprowadzonych i/lub zmodyfikowanych produktów względem rynku i konkurentów

Odniesienie	Ocena	Liczba
<b>Konkurenci</b>	Zdecydowanie bardziej atrakcyjne	0
	<b>Bardziej atrakcyjne</b>	5
	Porównywalnie atrakcyjne	2
	Nadal mniej atrakcyjne	0
<b>Rynek</b>	Zdecydowanie bardziej atrakcyjne	1
	<b>Bardziej atrakcyjne</b>	4
	Porównywalnie atrakcyjne	1
	Nadal mniej atrakcyjne	0

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Dane zawarte w tabeli 20 świadczą o wysokiej konkurencyjności innowacji produktowych badanych przedsiębiorstw. Respondenci, oceniając poziom innowacyjności wprowadzonych i/lub zmodyfikowanych produktów w większości ocenili je jako bardziej lub zdecydowanie bardziej atrakcyjne w odniesieniu do konkurentów i rynku.

O wysokim znaczeniu wdrożonych innowacji świadczą również dane dotyczące procentowego udziału tych produktów w obrotach badanych przedsiębiorstw, co przedstawia tabela 21.

Tabela 21. Procentowy udział w obrotach nowych i/lub zmodyfikowanych produktów

Charakterystyka	% wartość dla poszczególnych przedsiębiorstw								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Nowe produkty, które zostały wprowadzone w okresie 2004-2008	--	3	0	--	10,7	25	--	60	15
Istotnie zmodyfikowane produkty, wprowadzone w okresie 2004-2008	18,46	10	0	--	--	80	--	40	20

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Udział nowych produktów w obrotach ogółem kształtował się w granicach od 0-60% i wynosił średnio 18,95%. Z kolei udział w obrotach ogółem istotnie zmodyfikowanych produktów wprowadzonych w badanym okresie kształtował się w granicach od 0-80% i wynosił średnio 28,08%.

Kolejnym celem przeprowadzonych badań była identyfikacja i zakres wprowadzonych przez badane przedsiębiorstwa innowacji procesowych. Tabela 22 prezentuje dane dotyczące wdrożonych i/lub zmodyfikowanych innowacji procesowych przez badane przedsiębiorstwa.

Tabela 23. Wprowadzenie nowych lub zmodyfikowanych procesów

Zakres innowacji procesowych	TAK	NIE
<b>Nowe lub istotnie ulepszone metody wytwarzania (produkcji) wyrobów</b>	6	3
<b>Nowe lub istotnie ulepszone metody z zakresu logistyki</b>	4	5
<b>Nowe lub istotnie ulepszone metody dystrybucji wyrobów</b>	4	5
Nowe lub istotnie ulepszone metody zaopatrzenia	3	6
<i>Nowe lub istotnie ulepszone metody (systemy) wspierające procesy w zakresie:</i>		
- obsługi i konserwacji	2	7
- zakupów	2	7
- rachunkowości (księgowości)	4	5
- systemów obliczeniowych	1	6
- innych obszarów (jakich?) .....planowanie.....	1	--
Inne - jakie? .....	--	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Badane przedsiębiorstwa cechuje raczej wysoki poziom innowacyjności procesowej. Większość przedsiębiorstw wprowadziła bowiem w badanym okresie nowe lub istotnie ulepszone metody wytwarzania (produkcji) wyrobów a blisko połowa przedsiębiorstw dokonywała zmian w sferze logistyki i dystrybucji wyrobów. Jedna trzecia badanych przedsiębiorstw zadeklarowała natomiast dokonywanie zmian w stosowanych metodach zaopatrzenia. Na zmiany w pozostałych, wskazanych w ankiecie zakresach, wskazuje wyraźnie mniejsza liczba przedsiębiorstw. Zwraca jednak uwagę wysoki udział przedsiębiorstw (blisko połowa) deklarujących dokonywanie zmian w systemach rachunkowości (księgowości). Świadczyć to może o docenianiu znaczenia postępu w tym

zakresie oraz/ i próbach wdrażania lepszych rozwiązań. Odnotowano również pojedyncze wskazania w odniesieniu do procesów związanych z systemami obliczeniowymi i planowaniem, które to obszary traktowane są jako mniej istotne z punktu widzenia ich innowacyjności.

Tabela 23 zawiera informacje na temat autorstwa opracowanych i wdrożonych przez badane przedsiębiorstwa innowacji procesowych.

Tabela 23. Opracowanie innowacji procesowych

<b>Autorstwo innowacji procesowych</b>	<b>Liczba</b>
<b>Samodzielnie, w ramach Przedsiębiorstwa</b>	4
W ramach grupy, do której Przedsiębiorstwo należy	0
<b>We współpracy z innym przedsiębiorstwem lub instytucjami B+R:</b>	
- krajowymi	3
- zagranicznymi	0
Przez inne przedsiębiorstwa lub instytucje	2

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Z tabeli 23 wynika, iż wprowadzane innowacje procesowe w zdecydowanej większości przypadków są opracowywane przez przedsiębiorstwa samodzielnie lub we współpracy z innymi przedsiębiorstwami lub instytucjami sfery B+R, co uznać należy za zjawisko wysoce pozytywne. Z drugiej jednak strony może to świadczyć o niewystarczającym poziomie wiedzy, umiejętności i kompetencji, których to zasobów poszukiwano w potencjale partnerów. Tylko w dwóch przypadkach wprowadzone w przedsiębiorstwie innowacje przygotowane były poza przedsiębiorstwem (tzn. bez jego udziału). Warto jednak zauważyć, iż współpraca w zakresie przygotowywania innowacji procesowych badanych przedsiębiorstw ogranicza się jedynie do przedsiębiorstw lub instytucji krajowych.

Innym obszarem objętym badaniem była sfera innowacji organizacyjnych, strukturalnych i marketingowych. Wyniki badań dotyczące zakresu wdrożonych innowacji w wspomnianym zakresie prezentuje tabela 24.

Tabela 24. Zakres innowacji organizacyjnych, strukturalnych i marketingowych

<b>Innowacje</b>	<b>Zakres</b>	<b>TAK</b>	<b>NIE</b>
Organizacyjne i strukturalne	Wdrożenie nowej lub znacząco zmienionej strategii przedsiębiorstwa	4	5
	<b>Wdrożono istotne zmiany w formach i metodach organizacji pracy</b>	5	4
	<b>Nowe lub istotnie ulepszone systemy zarządzania wiedzą w celu lepszego (efektywniejszego) zastosowania lub wymiany informacji, wiedzy i umiejętności wewnątrz Państwa przedsiębiorstwa</b>	5	4
	Wdrożono bardziej zaawansowane systemy/techniki zarządzania w firmie	3	6
<b>Dokonano znaczących modyfikacji w strukturach organizacyjnych:</b>			

	- na szczeblu przedsiębiorstwa	4	5
	<b>- na szczeblu jego wewnętrznych komórek organizacyjnych</b>	6	3
	<i>Zastosowano nowe rozwiązania w zakresie współpracy z partnerami:</i>		
	- zawarto alianse strategiczne	2	7
	- podjęto outsourcing	3	6
	- inne - jakie? .....szkolenia.....	1	--
	Dokonano offshoring'u	0	9
Marketingowe i rynkowe	Znacząca zmiana strategii i koncepcji marketingowej firmy	2	7
	<i>Dokonano istotnych zmian w:</i>		
	<b>- wyglądzie, formie czy kształcie (design)</b>	5	4
	<b>- opakowaniu przynajmniej jednego z Państwa produktów</b>	5	4
	<i>Zastosowano nowe lub istotnie zmieniono:</i>		
	- sposoby sprzedaży	3	6
	- sprzedaż za pośrednictwem Internetu	1	8
	- franchising, sprzedaż bezpośrednia	1	8
	- uzyskano pozwolenia (koncesje) na zbyty produktów	1	8
	- zaopatrzenia	1	8
	Zmieniono kanały dystrybucji	2	7
	Inne - jakie? ..... <i>dodatkowy kanał dystrybucji</i> .....	1	--

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Dane zawarte w tabeli 24 wskazują, iż badane przedsiębiorstwa cechuje również raczej wysoki poziom innowacyjności w sferze zmian organizacyjnych, strukturalnych oraz marketingowych i rynkowych. Na wstępie należy zauważyć, iż blisko połowa przedsiębiorstw zadeklarowała, iż w badanym okresie dokonała istotnych zmian lub zmieniła dotychczasową strategię działania. Wiąże się z tym niewątpliwie potrzeba dokonywania szeregu zmian organizacyjno strukturalnych. Ponad połowa przedsiębiorstw dokonała w badanym okresie zmian:

- dotyczących struktur organizacyjnych,
- formach i metodach organizacji pracy,
- wewnętrznych systemach zarządzania wiedzą,
- 30% badanych przedsiębiorstw dokonało wdrożenia bardziej zaawansowanych systemów zarządzania oraz zastosowała tzw. **outsourcing**.

Z tabeli 24 wynika, iż tylko nieliczne firmy dokonały znaczących zmian w swych strategiach i koncepcjach marketingowych ( pomimo tego, iż większość firm dokonała w badanym okresie zmian swych strategii generalnych). Jednak ponad połowa badanych firm dokonywała głębokich zmian w wyglądzie, formie czy kształcie swych produktów oraz w ich opakowaniach. 30% badanych firm dokonało także głębokich zmian w sposobach sprzedaży. Inne formy innowacji marketingowo-rynkowych podejmowane były przez badane przedsiębiorstw sporadycznie.

Wyniki badań dotyczące autorstwa omawianego zakresu innowacji wdrożonych przez badane przedsiębiorstwa prezentuje tabela 25.



Tabela 25. Opracowanie innowacji organizacyjnych, strukturalnych i marketingowych

Autorstwo innowacji	Liczba
<b>Samodzielnie, w ramach Przedsiębiorstwa</b>	6
W ramach grupy, do której Przedsiębiorstwo należy	1
<i>We współpracy z innym przedsiębiorstwem lub instytucjami B+R:</i>	
- krajowymi	2
- zagranicznymi	2
Przez inne przedsiębiorstwa lub instytucje	1

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Z tabeli 25 wynika, iż dokonywane innowacje były opracowane przez przedsiębiorstwa samodzielnie lub we współpracy z innymi przedsiębiorstwami lub instytucjami sfery B+R, co uznać należy za zjawisko wysoce pozytywne. Pozytywnie należy również ocenić fakt, iż część przedsiębiorstw współpracowała w procesie przygotowywania omawianych wyżej typów innowacji z przedsiębiorstwami zagranicznymi.

Ważnym rezultatem przeprowadzonych było uzyskanie informacji na temat oceny znaczenia wprowadzonych innowacji organizacyjnych przez badane przedsiębiorstwa. Uzyskane wyniki w tym zakresie przedstawiono w tabeli 26.

Tabela 26. Ocena znaczenia wprowadzonych innowacji organizacyjnych przez badane przedsiębiorstwa

Efekt wprowadzonych innowacji	Ocena wpływu		
	wysoki	umiarkowany	bez znaczenia
<b>Skrócenie czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców</b>	5	3	--
<b>Poprawa jakości produktów</b>	4	3	--
Obniżka kosztów na jednostkę produktu	3	4	--
Wzrost satysfakcji pracowników i/lub zmniejszenie stopnia rotacji załogi	2	4	1
<b>Poprawa wizerunku firmy i/lub produktu (usługi)</b>	5	1	1
Inne (jakie?) .....	--	--	--

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Z tabeli 26 wynika, iż efekty wprowadzonych innowacji organizacyjnych w zasadzie nie wykraczają poza wskazane w pytaniu warianty. Wskazuje na nie w każdym przypadku wyraźna większość przedsiębiorstw. Jeśli chodzi o ocenę siły wpływu tych innowacji to wywierają one największy wpływ na:

- skrócenie czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców,
- poprawę wizerunku firmy i/ lub produktu (usługi),
- poprawę jakości produktu,
- obniżkę kosztów na jednostkę produktu.

Podejmowane innowacje w najmniejszym stopniu oddziałują na wzrost satysfakcji pracowników i/ lub zmniejszenie stopnia rotacji załogi. Ocena efektów wdrożonych przez badane przedsiębiorstwa innowacji przedstawia tabela 27.

Tabela 27. Ocena efektów innowacji wprowadzonych w latach 2004-2008 na sytuację przedsiębiorstw w końcu 2008 r.

Obszar	Efekty	Ocena (liczba wskazań)		
		Wysoka	Umiarkowana	Bez znaczenia
Efekty po stronie produktów	Zwiększenie asortymentu towarów lub usług	2	5	--
	Wejście na nowe rynki lub zwiększenie udziału na dotychczasowych rynkach	4	3	--
	Poprawa jakości produktów i usług	4	3	--
	Obniżenie kosztów jednostkowych produktu	1	5	--
Efekty po stronie procesów	<i>Skrócenie czasu trwania stosowanych procesów:</i>			
	- zaopatrzenia	1	3	1
	- produkcji	2	4	--
	- dystrybucji	4	1	2
	<i>Obniżenie kosztów:</i>			
	- zaopatrzenia	2	2	1
	- produkcji	1	5	--
	- dystrybucji	2	3	1
	Zwiększenie stopnia elastyczności działania	3	3	--
	<b>Zwiększenie zdolności produkcyjnych</b>	4	2	--
	Obniżka kosztów pracy (osobowych) na jednostkę produktu	2	2	1
	<i>Zmniejszenie jednostkowego zużycia:</i>			
	- materiałów (materiałochłonności)	1	3	1
	- energii (energochłonności)	3	2	--
Zmniejszenie stopnia rotacji załogi	3	1	1	
Efekty rynkowe i ekonomiczno-finansowe	<b>Wzrost obrotów przedsiębiorstwa</b>	4	3	--
	Zwiększenie rentowności przedsiębiorstwa	2	4	--
	<b>Wejście na nowe rynki</b>	5	1	1
	<b>Wzrost udziału w dotychczasowym rynku</b>	4	3	--
	Zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstwa	3	3	--
	Poprawa wizerunku firmy	2	--	--
	Poprawa wizerunku produktu (usługi)	2	--	--
Inne	Wzrost satysfakcji pracowników	2	3	--
	Zmniejszenie szkodliwości dla środowiska	3	2	--
	<b>poprawa bezpieczeństwa i higieny pracy</b>	4	1	--
	<b>Lepsze spełnianie przepisów, norm, standardów</b>	4	1	--
	Jakie?.....wprowadzenie SAP.....	2	--	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Dokonywane w przedsiębiorstwach innowacje wywoływały różnorodne skutki – w sferze produktów, procesów efekty ekonomiczno finansowe i inne.

W sferze produktów, dokonywane w badanych przedsiębiorstwach innowacje przyniosły największe efekty przy wchodzeniu przez przedsiębiorstwa na nowe rynki lub przy zwiększaniu ich udziałów rynkowych oraz w sferze poprawy jakości wytwarzanych produktów i usług. Podejmowane przez przedsiębiorstwa innowacje przynosiły natomiast w zasadzie umiarkowane efekty jeśli chodzi o zwiększenie asortymentu towarów lub usług i obniżanie jednostkowych kosztów produkcji wyrobów.

Jeśli chodzi o ocenę efektów dokonywanych innowacji po stronie procesów, to najwyższe efekty przypisywane są przez największą grupę badanych przedsiębiorstw skróceniu czasu dystrybucji wytwarzanych towarów i zwiększaniu zdolności produkcyjnych a następnie: zwiększaniu stopnia elastyczności działania przedsiębiorstwa, zmniejszeniu jednostkowego zużycia energii i zmniejszeniu stopnia rotacji załogi. W pozostałych przypadkach – tj. jeśli chodzi o skrócenie cykli produkcji, obniżenie kosztów zaopatrzenia, dystrybucji oraz kosztów pracy na jednostkę produktu – uzyskanie wysokich efektów deklarują zaledwie po dwa przedsiębiorstwa.

Jeśli chodzi o ocenę efektów rynkowych i ekonomiczno – finansowych dokonywanych innowacji to najwięcej przedsiębiorstw wskazuje, iż największe efekty dotyczą wejść przedsiębiorstw na nowe rynki, następnie wzrostu obrotów przedsiębiorstwa i wzrostu udziałów w rynkach dotychczasowych. Trzy przedsiębiorstwa największe efekty przypisują zwiększeniu konkurencyjności, a po dwa: zwiększeniu rentowności, poprawie wizerunku firmy i poprawie wizerunku produktu.

Jeśli chodzi o ocenę efektów „innych” dokonywanych innowacji to najwięcej przedsiębiorstw (prawie połowa) wskazuje, iż największe efekty pojawiły się w sferze poprawy bhp oraz lepszego spełniania przepisów, norm i standardów, 3 przedsiębiorstwa wskazują na zmniejszenie szkodliwości dla środowiska a jedynie dwa na wzrost satysfakcji pracowników.

Wyniki przeprowadzonych badań dostarczyły również informacji dotyczących kraju pochodzenia partnera, z którym badane przedsiębiorstwa podjęły współpracę w zakresie podnoszenia poziomu innowacyjności. Wyniki te zawarte zostały w tabeli 28.

Tabela 28. Kraj pochodzenia współpracujących z badanymi przedsiębiorstwami organizacji w zakresie podnoszenia poziomu innowacyjności badanych przedsiębiorstw

Organizacje/instytucje/przedsiębiorstwa	Liczba wskazań			
	PL	UE	USA	Inne UE
Inne przedsiębiorstwo w obrębie grupy	--	1	1	--
<b>Dostawcy (wyposażenia, materiałów, komponentów, oprogramowania)</b>	9	7	--	6
<b>Klienci lub konsumenci</b>	8	8	--	6
<b>Inne przedsiębiorstwa</b>	5	3	1	2
<b>Firmy konsultingowe (konsultanci), laboratoria komercyjne, prywatne instytucje B+R</b>	3	1	--	--
Placówki naukowe PAN	1	--	--	--
<b>Jednostki badawczo-rozwojowe (tzw. JBR'y)</b>	3	--	--	--
Zagraniczne publiczne instytucje B+R	1	--	--	--
Szkoły wyższe	1	--	--	--
Agencja Rozwoju Rynku	1	--	--	--
Izby Gospodarcze	1	1	--	--
Izby Handlowo-Przemysłowe	2	1	--	--
Inkubatory przedsiębiorczości	--	--	--	--
Inne - jakie? .....	--	--	--	--

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Z tabeli 28 wynika, iż badane przedsiębiorstwa, w celu podnoszenia swej innowacyjności, najczęściej współpracują: ze swoimi dostawcami, swoimi klientami lub konsumentami, innymi przedsiębiorstwami – w zdecydowanie mniejszym stopniu zaś z firmami konsultingowymi i prywatnymi czy państwowymi jednostkami badawczo rozwojowymi. O ile intensywną współpracę z trzema wymienionymi wyżej grupami podmiotów uznać należy za zjawisko wyraźnie pozytywne (i zgodne z zachowaniami najlepszych firm „światowych”), o tyle niską intensywność kontaktów badanych firm z firmami konsultingowymi i jednostkami badawczo rozwojowymi uznać należy za zjawisko wysoce niekorzystne (*znajduje to swoje konsekwencje w identyfikacji przyczyn braku współpracy-patrz wyniki zawarte w tabeli 36*). Z tabeli wynika także, iż kontakty badanych przedsiębiorstw z innymi wskazanymi typami jednostek otoczenia biznesu mają charakter incydentalny i jest to również zjawisko niekorzystne, zmniejszające niewątpliwie potencjalne możliwości podnoszenia innowacyjności przedsiębiorstw (*choć istotne wydaje się ustalenie rzeczywistych przyczyn tego stanu rzeczy*).

Bardzo pozytywnym zjawiskiem jest natomiast fakt, iż kontakty z innymi przedsiębiorstwami, dostawcami oraz klientami lub konsumentami nie ograniczają się tylko do krajowych podmiotów. Koncentrują się one na kraje unijnych i pozaunijnych krajach europejskich (co jak należy domniemywać, związane jest z kierunkami powiązań gospodarczych badanych przedsiębiorstw).

Świadczy to o względnie wysokim poziomie otwartości (internacjonalizacji) badanych przedsiębiorstw.

W ramach przeprowadzonych badań uzyskano również wyniki w zakresie oceny znaczenia podjętej przez badane przedsiębiorstwa współpracy, co prezentuje tabela 29.

Tabela 29. Ocena znaczenia współpracy z innymi podmiotami dla wzmocnienia działalności innowacyjnej

Organizacje/institucje/przedsiębiorstwa	Ocena			
	Bardzo istotne	Istotne	Umiarkowane	Bez znaczenia
Inne przedsiębiorstwo w obrębie grupy	1	2	--	1
<b>Dostawcy (wyposażenia, materiałów, komponentów, oprogramowania)</b>	5	2	--	--
<b>Klienci lub konsumenci</b>	6	--	--	--
Inne przedsiębiorstwa	--	3	2	--
<b>Firmy konsultingowe (konsultanci), laboratoria komercyjne, prywatne instytucje B+R</b>	1	3	--	--
Placówki naukowe PAN	--	--	1	2
Jednostki badawczo-rozwojowe (tzw. JBR-y)	2	1	1	2
Zagraniczne publiczne instytucje B+R	1	--	1	2
Szkoły wyższe	1	--	--	2
Agencja Rozwoju Rynku	--	1	--	2
Izby Gospodarcze	--	--	1	3
Izby Handlowo-Przemysłowe	--	--	1	3
Inkubatory przedsiębiorczości	--	--	--	3
Inne – jakie? .....	--	--	--	--

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Z tabeli 29 wynika, że największe znaczenia dla wzmocnienia potencjału konkurencyjności mają dla badanych przedsiębiorstw kontakty z klientami i dostawcami i jednostkami badawczo rozwojowymi, w wyrażnie mniejszym zaś stopniu z innymi wskazanymi grupami podmiotów. Znamienna wydaje się wyrażnie w istocie wyrażona przez badane przedsiębiorstwa bardzo negatywna ocena znaczenia tych kontaktów dla podnoszenia poziomu ich innowacyjności. Wskazuje to na istnienie wręcz patologicznej sytuacji w tym zakresie.

Jedną z kluczowych kwestii, którą starano się poznać w trakcie realizacji badania, była identyfikacja barier w prowadzeniu działalności innowacyjnej oraz ocena siły ich oddziaływania na rozpoczęcie i kontynuację działań innowacyjnych badanych przedsiębiorstw w latach 2004-2008. Uzyskane wyniki w tym zakresie prezentuje tabela 31. Dodatkowo, informacje dotyczące liczby zaniechanych, przez badane przedsiębiorstwa, przedsięwzięć innowacyjnych prezentuje tabela 30.

Tabela 30. Liczba projektów innowacyjnych nierozpoczętych, przerwanych lub opóźnionych

Charakterystyka niedanych innowacji	Liczba wskazań
W ogóle nierozpoczętych (zarzuconych w fazie opracowywania koncepcji)	2
Przerwanych w trakcie realizacji (zaniechanych po rozpoczęciu)	1
Poważnie opóźnionych	2

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Z tabeli 30 wynika, iż w sumie w badanych przedsiębiorstwach 5 projektów innowacyjnych napotkało na poważne przeszkody i utrudnienia realizacyjne, co spowodowało, iż dwa z nich zarzucono w fazie opracowywania koncepcji, jeden przerwano w trakcie realizacji a dwa są poważnie opóźnione.

Tabela 31. Przeszkody w prowadzeniu działalności innowacyjnej

Czynniki	Charakterystyka	Ocena wpływu na realizację		
		Uniemożliwiający	Utrudniający	Bez znaczenia
Czynniki ekonomiczne	<b>Brak własnych środków finansowych</b>	1	4	1
	<b>Trudności pozyskania zewnętrznych źródeł finansowania</b>	2	4	--
	<b>Zbyt wysokie koszty prowadzenia tych działań</b>	1	4	1
	Brak potrzeby dokonywania innowacji (produktowych/procesowych/organizacyjnych/marketingowych) z uwagi na ich wykonanie w latach ubiegłych	--	1	3
Czynniki organizacyjno-techniczne	Brak wykwalifikowanego personelu	1	1	3
	Brak dostępu informacji na temat technologii	--	2	4
	Brak dostępu informacji na temat rynków	--	1	4
	Trudności w znalezieniu partnerów do współpracy w zakresie działalności innowacyjnej	--	3	2
Czynniki rynkowe	<b>Rynek opanowany przez dominujące przedsiębiorstwa</b>	--	4	1
	Brak dostatecznego rozpoznania rzeczywistych potrzeb rynkowych w zakresie potrzebnych innowacji	1	1	5
	Brak zapotrzebowania rynku na nowe produkty (usługi)	--	1	4
	Brak potrzeby dokonywania innowacji (produktowych/procesowych/organizacyjnych/marketingowych)	--	--	5
	<b>Zbyt duże ryzyko (finansowe/technologiczne/organizacyjne) podejmowania działań innowacyjnych</b>	--	4	2
Pozostałe czynniki	Jakie?.....	--	--	--

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Jak wynika z tabeli 31 najistotniejsze znaczenie wśród czynników utrudniających działalność innowacyjną badanych przedsiębiorstw stanowiły przesłanki o charakterze ekonomicznym oraz organizacyjno-technicznym. Główną bolączką badanych przedsiębiorstw, będącą istotną barierą w prowadzeniu działalności innowacyjnej jest brak własnych środków finansowych na projekty B+R, zbyt wysokie koszty prowadzenia takiej działalności oraz – co się z tym bezpośrednio wiąże -

trudności w pozyskaniu niezbędnego kapitału z zewnętrznych źródeł finansowania. Na tej podstawie można wnioskować, że zbyt duża biurokracja i skomplikowany charakter niezbędnych formalności w pozyskaniu funduszy wspierających działalność innowacyjną stanowią kluczową determinantę zaniechania tego typu działalności przez przedsiębiorstwa. Wśród innych kluczowych barier rozwoju działalności innowacyjnej wskazano fakt zdominowania rynku przez silniejsze przedsiębiorstwa, posiadające znaczny kapitał do rozwoju i wdrażania projektów innowacyjnych, jak również zbyt duże ryzyko finansowe, technologiczne i organizacyjne związane z podejmowaniem tego typu działań. Wysokie ryzyko (zwłaszcza finansowe) wynika niewątpliwie z konieczności zaangażowania znacznych, jak na możliwości badanych przedsiębiorstw, nakładów finansowych. Pozostałe czynniki – w ocenie badanych przedsiębiorstw – nie determinują w sposób istotny niepowodzenia działań innowacyjnych lub nie mają większego znaczenia.

### 3. Ocena własności intelektualnej

W kolejnej części przeprowadzonych badań uzyskano informacje na temat ochrony prawnej już wdrożonych przez badane przedsiębiorstwa produktów i/lub procesów innowacyjnych. W tym zakresie przedsiębiorstwa objęte badaniem wskazały na liczbę złożonych wniosków o przyznanie patentów, chroniących opracowane i/lub wdrożone innowacje w obrębie produktów i/lub procesów w latach 2004-2008. Jednocześnie badane przedsiębiorstwa podały, obok wnioskowanych patentów, liczbę już posiadanych patentów na koniec 2008 r. Uzyskane wyniki w tym zakresie prezentują tabele 32 oraz 33.

Tabela 32. Liczba wniosków o przyznanie patentów chroniących innowacji badanych przedsiębiorstw w okresie 2004-2008

<b>Wnioski patentowe</b>	<b>TAK</b>			<b>NIE</b>
Liczba przedsiębiorstw	3			6
Wnioski patentowe w obrębie produktów	2	3	14	
Wnioski patentowe w obrębie procesów	0			

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Tabela 33. Liczba posiadanych patentów chroniących innowacji badanych przedsiębiorstw na koniec 2008 r.

<b>Posiadane patenty</b>	<b>TAK</b>			<b>NIE</b>
Liczba przedsiębiorstw	3			6
Liczba patentów w obrębie produktów	15	1	20	
Liczba patentów w obrębie procesów	0			

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Największe przedsiębiorstwa, które uczestniczyły w badaniu złożyły łącznie 19 wniosków o przyznanie patentów w obszarze produktów. Świadczy to o znacznym produktowym potencjale innowacyjnym badanych firm. Należy jednocześnie podkreślić fakt posiadania przez te przedsiębiorstwa łącznie 36 patentów w obrębie produktów.

Badane przedsiębiorstwa wskazały również na inne formy ochrony wdrożonych już innowacji, wśród których najistotniejsze znaczenie mają metody formalne, co prezentuje tabela 34.

Tabela 34. Inne formy ochrony innowacji wdrożonych przez badane przedsiębiorstwa

Metody	Forma ochrony	TAK	NIE
Formalne	Zarejestrowanie wzorów użytkowych	6	3
	Zastrzeżenie znaków handlowych	6	3
	Ochrona praw autorskich	2	7
Strategiczne	Tajemnica handlowa	3	6
	Wysoka złożoność projektu	2	7
	Stopień zaawansowania projektu	2	7

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Najczęściej badane przedsiębiorstwa chronią wdrożone już innowacje w formie rejestracji wzorów użytkowych i/lub zastrzeżenia znaków handlowych. Mniejsze znaczenie odgrywa ochrona praw autorskich oraz metody strategiczne. Świadczy to o wysokiej świadomości kierownictwa badanych przedsiębiorstw odnośnie konieczności ochrony własnych przedsięwzięć innowacyjnych przed nieuczciwą konkurencją i wykorzystaniem własnych rozwiązań. Warto jednocześnie podkreślić, że badane przedsiębiorstwa dostrzegają możliwość ochrony własnych działań innowacyjnych poprzez wykorzystanie ich strategicznego charakteru. Podejmowanie wysoce złożonych przedsięwzięć innowacyjnych oraz wysoki stopień ich zaawansowania świadczy nie tylko o wysokim potencjale badanych przedsiębiorstw, ale również o poszukiwaniu w takich rozwiązaniach źródeł przewagi konkurencyjnej. Znaczne zaawansowanie wysoce złożonych projektów może bowiem stanowić istotną barierę dla innych przedsiębiorstw, zwłaszcza konkurentów, w walce o pozycję konkurencyjną.

#### 4. Oczekiwania w zakresie wspierania potencjału innowacyjnego

Ostatnia grupa pytań, na które szukano odpowiedzi w przeprowadzonych badaniach, dotyczyła oczekiwań badanych przedsiębiorstw w zakresie wspierania ich działań i potencjału innowacyjnego. Był to jeden z istotnych celów badań, stanowić bowiem może ważne źródło informacji dla instytucji administracji państwowej, samorządowej i innych, powołanych do wspierania



przedsiębiorstw regionu w zakresie działań innowacyjnych. Ocena znaczenia rozwoju potencjału innowacyjnego przedsiębiorstwa dla regionu oraz samych przedsiębiorstw przedstawia tabela 35.

Tabela 35. Ocena znaczenia potencjału innowacyjnego badanych przedsiębiorstw dla respondentów i regionu

Znaczenie	Zakres	Ocena		
		Wysoka	Umiarkowana	Bez znaczenia
Znaczenie dla przedsiębiorstwa	Współpraca z innymi przedsiębiorstwami	2	3	1
	<b>Współpraca z ośrodkami naukowo-badawczymi</b>	4	2	1
	Inne (np. firmy szkoleniowe itp.)	1	4	
Znaczenie dla regionu	Współpraca z innymi przedsiębiorstwami	3	1	1
	<b>Współpraca z ośrodkami naukowo-badawczymi</b>	4	1	1
	Inne (np. firmy szkoleniowe itp.)	2	3	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Jak wynika z przeprowadzonych badań, przedsiębiorstwa oceniły prowadzenie współpracy z ośrodkami naukowo-badawczymi, jako działania o wysokim znaczeniu zarówno dla rozwoju przedsiębiorstw, jak i całego regionu. Mniejsze znaczenie ma możliwość nawiązania i prowadzenia współpracy z innymi przedsiębiorstwami (w formie aliansów strategicznych, wspólnych przedsięwzięć itp.). Z całą pewnością można stwierdzić, że przyczyną zainteresowania się badanych przedsiębiorstw podejmowaniem współpracy z innymi przedsiębiorstwami wynika z możliwości dzielenia między współpracujące podmioty, kosztów prac B+R czy też ryzyka prowadzenia działalności w pojedynkę.

Kolejnym obszarem objętym przeprowadzonymi badaniami była identyfikacja przyczyn braku współpracy badanych przedsiębiorstw z instytucjami B+R i ośrodkami naukowymi. Wyniki badań w tym zakresie prezentuje tabela 36.

Tabela 36. Przyczyny braku współpracy badanych przedsiębiorstw z jednostkami B+R i ośrodkami naukowymi

Przyczyny	Liczba wskazań
<b>Oferta ośrodków naukowo-badawczych nie przystaje do naszych potrzeb</b>	3
Trudno jest nawiązać taką współpracę	2
Współpraca z nauką jest zbyt kosztowna	2
Nie jesteśmy zainteresowani taką współpracą	1
Inne - jakie? .....niskie prawdopodobieństwo osiągnięcia celu....	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Najczęściej wskazywaną przesłanką utrudniającą nawiązanie i prowadzenie współpracy z wymienionymi ośrodkami jest niedopasowanie ich oferty naukowo-badawczej do potrzeb i zakresu prac realizowanych przez badane przedsiębiorstwa. Wynika z tego konieczność zwiększenia stopnia integracji jednostek B+R oraz ośrodków naukowych z sferą przedsiębiorstw w zakresie dostosowania oferty do ich celów. Wskazano ponadto, że nawiązanie takiej współpracy jest utrudnione. Potwierdza to konieczność nawiązywania ściślejszych relacji między sferą nauki i biznesu.

Przeprowadzone badania dostarczyły także informacji na temat uzyskanego w latach 2004-2008 publicznego wsparcia finansowego na działalność innowacyjną badanych przedsiębiorstw. Wyniki te zawiera tabela 37.

Tabela 37. Zakres publicznego wsparcia finansowego na działalność innowacyjną badanych przedsiębiorstw

Opis	Jednostka wspierająca	TAK	NIE
Zabiegało	Władz lokalnych	0	9
	<b>Rządu i instytucji rządowych</b>	3	6
	<b>Unii Europejskiej</b>	4	5
Otrzymało	Władz lokalnych	0	9
	<b>Rządu i instytucji rządowych</b>	3	6
	<b>Unii Europejskiej</b>	4	5
Przyznanie wnioskowanej kwoty	Władz lokalnych	0	9
	<b>Rządu i instytucji rządowych</b>	3	6
	<b>Unii Europejskiej</b>	5	4
Średni % realizacji potrzeb firmy z otrzymanego wsparcia		62%	

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Wszystkie badane przedsiębiorstwa, które zabiegały o dofinansowanie z zewnętrznych źródeł otrzymało wnioskowaną kwotę. Wsparcie finansowe pochodziło z środków funduszy Unii Europejskiej oraz władz państwowych. Żadne z badanych przedsiębiorstw nie starało się o pomoc finansową od władz lokalnych, co może świadczyć o braku takich możliwości lub braku informacji na ten temat. Należy jednocześnie zwrócić uwagę na fakt, że w nie wszystkich przypadkach otrzymane wsparcie finansowe w pełni zrealizowało potrzeby badanych przedsiębiorstw (jedynie w dwóch przypadkach wskazano na 100% zaspokojenie oczekiwań w tym zakresie). Średni % realizacji potrzeb firm z otrzymanej pomocy finansowej kształtuje się na poziomie 62%.

W efekcie przeprowadzonych badań uzyskano również cenne informacje na temat oczekiwań wobec jednostek administracji państwowej, samorządowej i wsparcia biznesu, odnośnie podniesienia potencjału innowacyjnego badanych przedsiębiorstw. Wyniki badań w zakresie oceny pilności

pomocy wskazanych jednostek przy uwzględnieniu obszarów wymagających szczególnego wsparcia przedstawia tabela 38.

Tabela 38. Oczekiwania badanych przedsiębiorstw w zakresie podniesienia poziomu innowacyjności w poszczególnych obszarach działania

Charakterystyka działania	Ocena		
	Najbardziej pożądane	Pożądane	Mniej istotne
<b>Wsparcie finansowe projektów badawczych</b>	5	--	--
<i>Szkolenia pracowników w zakresie:</i>			
- zarządzania	2	3	--
- marketingu	1	4	--
- jakości	2	1	1
- inne - jakie? .....	1	--	--
<b>Pomoc w zdobyciu środków Unii Europejskiej</b>	8	--	--
Pomoc w poszukiwaniu partnerów do współpracy	2	2	--
Pomoc w działaniach promocyjno-reklamowych	2	2	--
Doradztwo w zakresie zarządzania i innowacji	3	--	1
Pomoc prawna	1	1	1
Inne - jakie? .....	--	--	--

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

W ocenie badanych przedsiębiorstw obszarami wymagającymi szczególnego wsparcia są działania finansujące projekty badawcze oraz w zakresie pomocy w pozyskaniu środków Unii Europejskiej. Jak wynika z przeprowadzonych badań przedsiębiorstwa doceniają istotę i znaczenie środków unijnych dla rozwoju własnego potencjału innowacyjnego, jednakże trudności związane z pozyskaniem funduszy, zwłaszcza w zakresie przygotowania wniosków na dotacje z UE, stanowią istotną bolączkę badanych przedsiębiorstw. Oczekują one również pomocy w zakresie doradztwa dotyczącego sfery zarządzania i innowacji, jak również w zakresie poszukiwania odpowiednich partnerów do współpracy oraz wsparcia własnych działań promocyjnych. Mniejsze natomiast znaczenie ma pomoc w szkoleniach pracowników badanych przedsiębiorstw w różnorodnych sferach działalności (wsparcie to oceniono jako pożądane).

Jednym z celów przeprowadzonych badań było uzyskanie od przedsiębiorstw regionu oceny działalności kluczowych instytucji, powołanych do wspierania działalności innowacyjnej regionu i jego przedsiębiorstw. Proszono o ocenę czterech głównych instytucji, a mianowicie: Urzędu Marszałkowskiego, TARR, IPH oraz PARP. Ocenę prowadzonych działań przez wskazane instytucje prezentuje tabela 39.

Tabela 39. Ocena wsparcia potencjału innowacyjnego badanych przedsiębiorstw, udzielanego przez kluczowe instytucje regionu

Instytucja	Zakres wsparcia	Ocena (liczba wskazań)		
		Bardzo dobra	Umiarkowana	Słaba
Urząd Marszałkowski	Wsparcie finansowe projektów badawczych	1	1	2
	Szkolenia pracowników	1	--	3
	Pomoc w zdobyciu środków Unii Europejskiej	1	--	3
	Pomoc w poszukiwaniu partnerów do współpracy	--	--	3
	Doradztwo w zakresie zarządzania i innowacji	--	--	3
	Działalność promocyjno-reklamowa	--	--	3
Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego	Wsparcie finansowe projektów badawczych	2	2	--
	<b>Szkolenia pracowników</b>	3	1	--
	Pomoc w zdobyciu środków Unii Europejskiej	2	2	1
	Pomoc w poszukiwaniu partnerów do współpracy	--	1	2
	Doradztwo w zakresie zarządzania i innowacji	--	1	2
	Działalność promocyjno-reklamowa	1	1	1
Izba Przemysłowo-Handlowa	Wsparcie finansowe projektów badawczych	--	1	2
	Szkolenia pracowników	--	--	3
	Pomoc w zdobyciu środków Unii Europejskiej	--	--	3
	Pomoc w poszukiwaniu partnerów do współpracy	--	1	2
	Doradztwo w zakresie zarządzania i innowacji	--	1	2
	Działalność promocyjno-reklamowa	--	1	2
Inne (PARP)	Wsparcie finansowe projektów badawczych	--	--	--
	Szkolenia pracowników	--	--	--
	Pomoc w zdobyciu środków Unii Europejskiej	--	1	--
	Pomoc w poszukiwaniu partnerów do współpracy	--	--	--
	Doradztwo w zakresie zarządzania i innowacji	--	--	--
	Działalność promocyjno-reklamowa	--	--	--

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania

Większość badanych przedsiębiorstw oceniła wsparcie ich potencjału innowacyjnego przez wskazane instytucje jako słabe. Najwięcej pozytywnych ocen uzyskała Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego, która w ocenie badanych przedsiębiorstw, kieruje szeroką ofertę współpracy do sfery biznesu. Wydaje się zatem słuszne prowadzenie działań przez wszystkie instytucje, mających na celu wzmocnienie współpracy z przedsiębiorstwami regionu. Badane przedsiębiorstwa wskazały jednocześnie na sfery swojej działalności, w ramach których oczekują istotnego wsparcia ze strony instytucji do tego powołanych. Obszary funkcjonowania badanych przedsiębiorstw, wymagające szczególnego zainteresowania ze strony wskazanych instytucji, prezentuje tabela 40.

Tabela 40. Obszary działalności badanych przedsiębiorstw, wymagające szczególnego wsparcia w zakresie wzrostu poziomu innowacyjności

Sfera przedsiębiorstwa	Znaczenie		
	Wysokie	Umiarkowane	Bez znaczenia
Zaopatrzenie	--	2	1
<b>Prace badawczo-rozwojowe</b>	5	1	--
<b>Produkcja</b>	6	1	--
Zarządzanie zasobami ludzkimi	1	3	--
<b>Sprzedaż i marketing</b>	5	--	--
Dystrybucja	2	2	1
Inne - jakie? .....	--	--	--

*Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego badania*

Jak wynika z tabeli 40, badane przedsiębiorstwa w największym stopniu oczekują wsparcia działań z zakresu prac B+R, działalności produkcyjnej oraz pomocy w zakresie sprzedaży i instrumentów marketingowych. Nie jest to zaskoczeniem, zważywszy na fakt, że funkcje te wiążą się z koniecznością ponoszenia znacznych nakładów finansowych (B+R), jak również wymagają specjalistycznej wiedzy, kompetencji i doświadczenia (produkcja, marketing). Pozostałe sfery działania nie wymagają pilnego wzmocnienia ze strony instytucji regionu.

## VI. Podsumowanie i rekomendacje

Zasadniczym celem badania było określenie poziomu innowacyjności przedsiębiorstw woj. kujawsko-pomorskiego działających w trzech wybranych sektorach gospodarki. Do celów szczegółowych zaliczono: określenie obszarów realizowanych przedsięwzięć innowacyjnych przez przedsiębiorstwa regionu, identyfikację kluczowych czynników determinujących rozwój innowacyjności przedsiębiorstw regionu, określenie potencjału innowacyjnego poddanych indagacji przedsiębiorstw regionu, ocenę potencjału innowacyjnego badanych przedsiębiorstw, określenie barier w realizacji działań innowacyjnych badanych przedsiębiorstw regionu, poznanie oczekiwań badanych przedsiębiorstw regionu dotyczących działań wspierających ich potencjał innowacyjny.

Prezentowane wnioski i rekomendacje oparte są o przeprowadzone badania wśród grupy przedsiębiorstw trzech wybranych sektorów w regionie kujawsko-pomorskim (tj. tworzyw sztucznych, poligrafii i elektroniki), jak również w oparciu o analizę dostępnych materiałów wtórnych (por.: części raportu „Zastosowana metodyka badań i opis realizacji badania” oraz „Charakterystyka próby badawczej”). W badaniu wzięło udział 113 przedsiębiorstw, z czego najwięcej pochodziło z sektora tworzyw sztucznych (52 respondentów), a następnie z sektora elektroniki (35

respondentów) i sektora poligrafii (26 respondentów). Badanie zostało zrealizowane metodą sondażu przy wykorzystaniu narzędzia kwestionariusza ankiety pocztowej. Kwestionariusz skonstruowano w oparciu o metodologię i doświadczenia liczących się krajowych i zagranicznych instytucji badawczych. Wykorzystano m.in. metodologię Oslo (Oslo Manual), jako powszechnie stosowaną i stanowiącą międzynarodowy standard w zakresie badań statystycznych innowacji w przemyśle oraz sektorze usług rynkowych. Zgodnie z tą metodą innowacje można podzielić na cztery zasadnicze obszary, a mianowicie: produktowe, procesowe, organizacyjne oraz marketingowe.

Stosunkowo wąski zakres zleconych i wykonanych badań nie upoważnia autorów do wyciągania zbyt daleko idących i zbyt kategoriycznych wniosków. Stosunkowo niewielka liczba udzielonych odpowiedzi utrudnia, jak się wydaje możliwość zrealizowania w pełni założonego zamierzenia badawczego, jakim była analiza stanu i potrzeb w zakresie pobudzania innowacyjności przedsiębiorstw w ujęciu branżowym (patrz tabela 13). Wydaje się jednak, iż w oparciu o analizę dostępnych i wykorzystanych w raporcie danych oraz informacji, jak również przeprowadzonych badań można sformułować następujące wnioski oraz rekomendacje:

- § poziom innowacyjności przedsiębiorstw regionu nie jest wysoki i czasem odbiega od średniej krajowej. Województwo kujawsko-pomorskie plasuje się na 11 miejscu spośród wszystkich województw w Polsce pod względem wysokości nakładów na działalność B+R, oraz na 9 miejscu z uwagi na finansowanie tych nakładów przez biznes. Wskazuje to na małe zaangażowanie środków finansowych ze strony instytucji wspierających działalność innowacyjną;
- § poziom innowacyjności przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego jest poniżej średniej krajowej. Udział przedsiębiorstw ponoszących nakłady na działalność innowacyjną w województwach najbardziej innowacyjnych jest o około 10% wyższy niż w województwie kujawsko-pomorskim i jest on zaledwie o około 5% wyższy niż w regionie najmniej innowacyjnym z tego punktu widzenia;
- § w regionie kujawsko-pomorskim obserwuje się niekorzystną tendencję polegającą na stałym spadku procentowego udziału nakładów na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach. Zatem pomimo niewielkiego wzrostu nakładów przedsiębiorstw na działalność innowacyjną, sytuacja regionu kujawsko-pomorskiego stale pogarsza się;
- § województwo kujawsko-pomorskie plasuje się na 8 miejscu pod względem innowacji wprowadzonych w MSP w przemyśle, natomiast gorsza pozycja dotyczy sektora usług. Pod

względem udziału przedsiębiorstw usługowych, które wprowadziły nowe innowacje dla rynku w latach 2004-2006 województwo kujawsko-pomorskie plasuje się na ostatnim miejscu (wskaźnik 2,2% ogółu przedsiębiorstw usługowych, podczas gdy średnia krajowa stanowi 11,8%). Sugeruje się zatem zwiększenie zakresu działań, wspierających innowacyjność sektora usług;

§ pod względem intensywności innowacji (rozumianej jako relacja procentowa nakładów na działalność innowacyjną w wartości produkcji sprzedanej) województwo kujawsko-pomorskie plasuje się wśród liderów rankingu;

§ niepokojącym sygnałem jest zidentyfikowane słabe zaangażowanie środków budżetowych w finansowaniu działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. Region kujawsko-pomorski znalazł się na ostatnim miejscu. Świadczy to również o niewielkim zainteresowaniu przedsiębiorców tego typu pomocą. Przeprowadzone badania wykazały niski stopień świadomości kierownictwa badanych przedsiębiorstw w zakresie wspierania projektów innowacyjnych. Jedną z przyczyn tego stanu są liczne bariery uzyskania tego typu wsparcia. Słuszne zatem wydaje się organizowanie różnego rodzaju działań, mających na celu rozpowszechnianie informacji o wspieraniu działań innowacyjnych oraz zmniejszających bariery i utrudnienia związane z jej pozyskaniem;

§ dla innowacyjności gospodarki regionów istotną rolę odgrywa faza komercjalizacji innowacji, w której uzyskuje się efekt w postaci nowego wyrobu, technologii, czy też rozwiązania organizacyjnego. Z komercjalizacją innowacji wiąże się zaangażowanie kapitałów wysokiego ryzyka, które związane są z inwestycjami na niepublicznym rynku kapitałowym. Zaleca się wzmocnienie mechanizmów pobudzających kapitały wysokiego ryzyka oraz określenie zasad prefinansowania przedsięwzięć badawczo-rozwojowych (np. w ramach programu SPO-WKP czy PO IG);

§ ważne wydaje się zwrócenie uwagi na programy umożliwiające podnoszenie świadomości przedsiębiorstw odnośnie istoty i zakresu wsparcia innowacyjności firm oraz jej znaczenia dla rozwoju regionu (typu seminaria, konferencje, debaty, sympozja, spotkania nauki i biznesu);

§ liczba czynnych licencji zagranicznych w przedsiębiorstwach regionu kujawsko – pomorskiego wyraźnie odbiega od średniej krajowej i liczby licencji w najbardziej innowacyjnych z tego punktu widzenia regionach. Upoważnia to do pośredniego wnioskowania o stosunkowo niskim poziomie nowoczesności przemysłu w naszym regionie;

- § przedsiębiorstwa jeżeli w ogóle podejmują współpracę w zakresie działań innowacyjnych, to najczęściej podejmują ją z przedsiębiorstwami krajowymi. Zdecydowana większość przedsiębiorstw nie podejmuje żadnej współpracy w celu tworzenia innowacji. Przedsiębiorstwa rzadko współpracują z jednostkami badawczo-rozwojowymi, wyższymi uczelniami czy z centrami transferu technologii zarówno w kraju jak i zagranicą. Badane przedsiębiorstwa w większości przypadków wprowadziły innowacje samodzielnie, co może świadczyć o ich wysokim potencjale innowacyjnym. Wyraźnie jednak brakuje wsparcia dla rozwoju tego typu działalności ze strony instytucji do tego powołanych (tabele 19, 23, 25);
- § niepokojący jest fakt negatywnej oceny znaczenia innych jednostek wspierania biznesu, takich jak szkoły wyższe, Agencje Rozwoju Regionalnego czy inkubatory przedsiębiorczości dla podnoszenia poziomu innowacyjności indagowanych przedsiębiorstw;
- § najczęściej wskazywaną przesłanką utrudniającą nawiązanie i prowadzenie współpracy z instytucjami B+R i ośrodkami naukowymi jest niedopasowanie ich oferty naukowo-badawczej do potrzeb i zakresu prac realizowanych przez badane przedsiębiorstwa. Wynika z tego konieczność zwiększenia stopnia integracji jednostek B+R oraz ośrodków naukowych z sferą przedsiębiorstw w zakresie dostosowania oferty do ich celów;
- § istotnym stymulantem mogą być również Regionalne Strategie Innowacji mające na celu stworzenie trwałego partnerstwa pomiędzy jednostkami naukowymi a przemysłem. Powinno się to przyczynić do zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez wprowadzanie nowych technologii oraz rozwijania kompetencji kadr sektora nauki i przedsiębiorstw w zakresie prowadzenia prac B+R, zarządzania tymi pracami oraz komercjalizacji ich wyników;
- § główną przyczyną nie wprowadzania innowacji przez przedsiębiorstwa jest brak środków finansowych. Między innymi na tej podstawie celowe wydaje się jeszcze bardziej intensywne informowanie przedsiębiorstw o realnych możliwościach pozyskania środków z Unii Europejskiej. Inne przyczyny wskazywane przez przedsiębiorców związane są z brakiem bodźców i specyfiką rynku, na którym działa przedsiębiorstwo (tabela 36). Ponadto przedsiębiorcy są często przekonani, że ich produkt bądź usługa nie wymaga ulepszeń;
- § rekomenduje się również, z jednej strony zwiększenie nakładów na podejmowanie współpracy przedsiębiorstw z ośrodkami-naukowo badawczymi regionu i kraju, tworzenie warunków do tworzenia proinnowacyjnego otoczenia biznesu oraz wspieranie rozwoju firm w kierunku gospodarki opartej na wiedzy (wsparcie projektów technologicznych,



informacyjnych, elektronicznych, idei itp.), jak również, z drugiej strony, skuteczniejsze oddziaływanie na te jednostki, by profil ich działania oraz merytoryczny poziom świadczonej przez nie pomocy i usług był na należytych poziomie i był dostosowany do rzeczywistych potrzeb przedsiębiorstw;

§ zaobserwowano pewną obojętność (niską świadomość) przedstawicieli badanych przedsiębiorstw w zakresie problematyki objętej badaniem. Znaczna część objętych badaniem przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego stwierdziła, iż badana problematyka ich nie dotyczy, gdyż nie prowadzą działań innowacyjnych (np. ze względu na koncentrację myśli technologicznej i innowacyjnej w centrali poza granicami kraju), a część z nich stwierdziła nawet, że nie jest zainteresowana prowadzeniem działalności innowacyjnej;

§ przeprowadzone badania wskazują na wysoki poziom innowacyjności grupy przedsiębiorstw. Które udzieliły odpowiedzi, a także o wysokiej konkurencyjności innowacji produktowych badanych przedsiębiorstw. Respondenci, oceniając poziom innowacyjności wprowadzonych i/lub zmodyfikowanych produktów w większości ocenili je jako bardziej lub zdecydowanie bardziej atrakcyjne w odniesieniu do konkurentów i rynku. O wysokim znaczeniu wdrożonych innowacji świadczą również dane dotyczące procentowego udziału tych produktów w obrotach badanych przedsiębiorstw (tabela 21);

§ wśród istotnych efektów wprowadzonych innowacji wskazuje się m.in. na: skrócenie czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców, poprawę wizerunku firmy i/ lub produktu (usługi), poprawę jakości produktu, obniżkę kosztów na jednostkę produktu. Pozostałe efekty to: wejście na nowe rynki, zwiększenie obrotów, wzrost udziałów w rynkach dotychczasowych oraz zwiększenie konkurencyjności, rentowności i poprawę wizerunku zarówno firmy jak i samego produktu. Podejmowane innowacje w najmniejszym stopniu oddziałują na wzrost satysfakcji pracowników i/ lub zmniejszenie stopnia rotacji załogi (tabele 26 i 27);

§ najistotniejsze znaczenie wśród czynników utrudniających działalność innowacyjną badanych przedsiębiorstw stanowiły przesłanki o charakterze ekonomicznym oraz organizacyjno-technicznym. W tym zakresie wskazywano na brak własnych środków finansowych na projekty B+R, zbyt wysokie koszty prowadzenia takiej działalności oraz – co się z tym bezpośrednio wiąże - trudności w pozyskaniu niezbędnego kapitału z zewnętrznych źródeł finansowania. Na tej podstawie można wnioskować, że zbytnia biurokracja i skomplikowany charakter niezbędnych formalności w pozyskaniu funduszy wspierających działalność

innowacyjną stanowią kluczową determinantę zaniechania tego typu działalności przez przedsiębiorstwa. Wśród innych kluczowych barier rozwoju działalności innowacyjnej wskazano fakt zdominowania rynku przez silniejsze przedsiębiorstwa, posiadające znaczny kapitał do rozwoju i wdrażania projektów innowacyjnych, jak również zbyt duże ryzyko finansowe, technologiczne i organizacyjne związane z podejmowaniem tego typu działań. Wysokie ryzyko (zwłaszcza finansowe) wynika niewątpliwie z konieczności zaangażowania znacznych, jak na możliwości badanych przedsiębiorstw, nakładów finansowych;

§ największe przedsiębiorstwa, które uczestniczyły w badaniu złożyły łącznie 19 wniosków o przyznanie patentów w obszarze produktów. Świadczy to o znacznym produktowym potencjale innowacyjnym badanych firm. Należy jednocześnie podkreślić fakt posiadania przez te przedsiębiorstwa łącznie 36 patentów w obrębie produktów,

§ obszarami wymagającymi szczególnego wsparcia są: działania finansujące projekty badawcze oraz w zakresie pomocy w pozyskaniu środków Unii Europejskiej (trudności związane z pozyskaniem funduszy, zwłaszcza w zakresie przygotowania wniosków na dotacje z UE, stanowią istotną bolączkę), pomoc w zakresie doradztwa dotyczącego sfery zarządzania i innowacji, jak również w zakresie poszukiwania odpowiednich partnerów do współpracy oraz wsparcia własnych działań promocyjnych. Mniejsze natomiast znaczenie ma pomoc w szkoleniach pracowników badanych przedsiębiorstw w różnorodnych sferach działalności (wsparcie to oceniono jako pożądane);

§ wsparcie potencjału innowacyjnego przez wskazane instytucje zostało ocenione jako słabe. Wydaje się zatem konieczne zdecydowane podniesienie poziomu i efektywności działań, prowadzonych przez wszystkie instytucje, których celem jest wspieranie i wzmacnianie współpracy z przedsiębiorstwami regionu w zakresie poziomu ich innowacyjności (tabela 39);

§ badane przedsiębiorstwa w największym stopniu oczekują wsparcia działań z zakresu prac B+R, działalności produkcyjnej oraz pomocy w zakresie sprzedaży i instrumentów marketingowych. Nie jest to zaskoczeniem, zważywszy na fakt, że funkcje te wiążą się z koniecznością ponoszenia znacznych nakładów finansowych (B+R), jak również wymagają specjalistycznej wiedzy, kompetencji i doświadczenia (produkcja, marketing - tabela 40).

Na zakończenie warto też, jak się wydaje, zwrócić jeszcze uwagę na następujący fakt i sformułować wniosek (rekomendację badawczą) natury ogólnej. W cytowanym powyżej, zdecydowanie bardziej obszernym opracowaniu zrealizowanym w ramach projektu badawczego nr 6

RSI 2003/06003 „Kujawy-Pomorze RIS) sformułowano szereg wartościowych wniosków i rekomendacji dla budowy strategii innowacyjnej regionu (strony 184 - 196). Należy jednak mieć na uwadze, iż innowacyjność przedsiębiorstwa jest złożonym skutkiem równoczesnego oddziaływania wielu czynników, z których istotna część leży poza przedsiębiorstwem. Należy też mieć świadomość, iż nadmiar troski o działanie przedsiębiorstwa, podobnie jak tworzenie utrudnień i barier dla jego działalności, nie przynosi pożądanych rezultatów. Przy poszukiwaniu sposobów podnoszenia innowacyjności przedsiębiorstw nie można zatem pomijać ani ponadregionalnych ani wewnętrznych uwarunkowań tych procesów w przedsiębiorstwie, których równoczesne i łączne oddziaływanie wywiera decydujący wpływ na stan i **determinację przedsiębiorstw** w zakresie podnoszenia poziomu swej innowacyjności. Wydaje się zatem, iż przy poszukiwaniu sposobów zwiększania tego poziomu w zdecydowanie większym niż dotychczas stopniu uwzględniać należy znaczenie tzw. uwarunkowań instytucjonalnych, zarówno formalnych jak i nieformalnych oraz, co jest z tym związane, regulacji kształtujących faktyczny sposób działania mechanizmów rynkowych określających zachowania przedsiębiorców i przedsiębiorstw. One bowiem w największym stopniu, w ramach istniejących ograniczeń ekonomicznych, finansowych, technologicznych czy infrastrukturalnych, wpływają na wspomnianą powyżej determinację do podnoszenia poziomu innowacyjności.

## VII. Załączniki



*Człowiek – najlepsza inwestycja*

### **CZEŚĆ A. INFORMACJE OGÓLNE NA TEMAT PRZEDSIĘBIORSTWA I JEGO SYTUACJI EKONOMICZNO-FINANSOWEJ**

Pieczęć przedsiębiorstwa:

Sektor działalności	Symbol „X”
przetwórstwo tworzyw sztucznych	<input type="radio"/>
poligrafia i usługi wspomagające	<input type="radio"/>
Elektronika	<input type="radio"/>

**A.1. Czy Państwa przedsiębiorstwo stanowi część grupy<sup>6</sup> przedsiębiorstw?**

Tak  W jakim kraju mieści się centrala grupy? .....

Nie

**A.2. Czy spośród wymienionych znaczących zmian, którekolwiek wystąpiły w Państwa przedsiębiorstwie w okresie 2004-2008?**

Charakterystyka zmiany	Tak	Nie
Przedsiębiorstwo powstało w tym okresie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Powstał nowy oddział (filia) krajowa Przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utworzono filię zagraniczną	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zawarto fuzję z innym przedsiębiorstwem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nastąpiło przejęcie innego przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nastąpiło zbycie zorganizowanej części przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Przedsiębiorstwo zostało postawione w stan upadłości	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne – jakie? .....		
Jeżeli Przedsiębiorstwo zawarło fuzję lub/i nastąpiło przejęcie innego przedsiębiorstwa, proszę określić w sposób szacunkowy w jakim stopniu wpłynęło to na wzrost obrotów: - nastąpił wzrost obrotów:      do 10% <input type="radio"/> do 50% <input type="radio"/> powyżej 50% <input type="radio"/>		

**A.3. Proszę określić jaki jest średni okres życia najważniejszego produktu lub usługi Państwa przedsiębiorstwa zanim zostanie on zastąpiony lub znacząco zmodyfikowany?**

Mniej niż rok       1-3 lata       4-7 lat       trudno określić

<sup>6</sup> Grupa przedsiębiorstw obejmuje dwa lub więcej prawnie zdefiniowane przedsiębiorstwa stanowiące wspólną własność. Przedsiębiorstwa w grupie mogą działać na różnych rynkach w sensie geograficznym i produktowym. Centrala jest również częścią grupy.

**A.4. Proszę określić główny rynek zbytu oraz ocenić w skali 1-3 konkurencyjność Państwa przedsiębiorstwa na tym rynku, gdzie:**

1 - oznacza marginalny poziom konkurencyjności, 2 - poziom średni, 3 - oznacza wysoką konkurencyjność

Rynek zbytu	Symbol „X”	Poziom konkurencyjności		
		1	2	3
Lokalny (w granicach woj. kujawsko-pomorskiego)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Krajowy (pozostałe województwa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Międzynarodowy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**A.5. Podstawowe dane ekonomiczno-finansowe Państwa przedsiębiorstwa:**

Podstawowe dane	2004	2008
Przychody ze sprzedaży ogółem (w tys. PLN)	.....	.....
Eksport (w tys. PLN)	.....	.....
Nakłady inwestycyjne brutto (w tys. PLN)	.....	.....
Zatrudnienie (etaty)	.....	.....
Zysk netto (w tys. PLN)	.....	.....

**CZEŚĆ B INNOWACJE**

Innowacje produktowe<sup>7</sup>

**B.1. Czy w okresie 2004-2008 Państwa przedsiębiorstwo wprowadziło na rynek nowe lub znacząco zmodyfikowało swoje produkty<sup>8</sup> ?**

Tak <input type="radio"/>	Nowe	<input type="radio"/>
	znacząco zmodyfikowane	<input type="radio"/>
Nie <input type="radio"/>		

**B.2. Proszę wskazać przez kogo produkty te zostały opracowane:**

Samodzielnie, w ramach Przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>
W ramach grupy, do której Przedsiębiorstwo należy	<input type="radio"/>
<i>We współpracy z innymi przedsiębiorstwami:</i>	
- krajowymi	<input type="radio"/>
- zagranicznymi	<input type="radio"/>
<i>We współpracy z instytucjami zaplecza B+R:</i>	
- krajowymi	<input type="radio"/>
- zagranicznymi	<input type="radio"/>
Przez inne przedsiębiorstwa lub instytucje (Jakie? W jaki sposób je pozyskano?) .....	
.....	

<sup>7</sup> **Innowacja produktowa** to wprowadzenie wyrobu lub usługi, które są nowe lub znacząco udoskonalone w zakresie swoich cech lub zastosowań. Zalicza się tu znaczące udoskonalenia pod względem specyfikacji technicznych, komponentów i materiałów, wbudowanego oprogramowania, łatwości obsługi lub innych cech funkcjonalnych

<sup>8</sup> **Znaczące udoskonalenia** istniejących produktów polegać na zmianach materiałów, komponentów oraz innych cech zapewniających lepsze działanie tych produktów. Wprowadzenie systemu hamowania ABS, systemów nawigacji GPS czy innych udoskonalień w ramach podzespołów samochodowych to przykłady innowacji w obrębie produktu, polegających na częściowych zmianach lub uzupełnianiu jednego z wielu zintegrowanych podzespołów technicznych. Zastosowanie „oddychających” tkanin w odzieży to przykład innowacji produktowej polegającej na wykorzystaniu nowych materiałów poprawiających działanie produktu.

**B.3. Proszę ocenić poziom nowości nowych lub zmodernizowanych wyrobów wprowadzonych przez Państwa przedsiębiorstwo na rynek w latach 2004-2008. Oceny proszę dokonać względem wyrobów produkowanych przez Państwa najbliższych konkurentów oraz na tle produktów znajdujących się na rynku.**

Ocena	Względem konkurentów	Względem produktów na rynku
Zdecydowanie bardziej atrakcyjne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bardziej atrakcyjne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porównywalnie atrakcyjne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nadal mniej atrakcyjne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**B.4. Proszę podać szacunkową wielkość obrotów Państwa przedsiębiorstwa w 2008 roku, pochodzącą ze sprzedaży wyrobów nowych lub istotnie zmodyfikowanych, wprowadzonych do sprzedaży w latach 2004-2008.**

Charakterystyka obrotów firmy	Udział w obrotach (%)
Nowe produkty, które zostały wprowadzone w okresie 2004-2008	.....
Istotnie zmodyfikowane produkty, wprowadzone w okresie 2004-2008	.....

### Innowacje procesowe<sup>9</sup>

**B.5. Czy w okresie 2004-2008 w Państwa przedsiębiorstwie dokonano znaczących modyfikacji lub wprowadzono całkowicie nowe procesy i czego one dotyczyły?**

Obszar innowacji	Tak	Nie
Nowe lub istotnie ulepszone metody wytwarzania (produkcji) wyrobów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nowe lub istotnie ulepszone metody z zakresu logistyki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nowe lub istotnie ulepszone metody dystrybucji wyrobów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nowe lub istotnie ulepszone metody zaopatrzenia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Nowe lub istotnie ulepszone metody (systemy) wspierające procesy w zakresie:</i>		
- obsługi i konserwacji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- zakupów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- rachunkowości (księgowości)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- systemów obliczeniowych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- innych obszarów (jakich?) .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne – jakie? .....		
.....		

<sup>9</sup> Innowacja procesowe czyli innowacja w obrębie procesu to wdrożenie nowej lub znacząco udoskonalonej metody produkcji lub dostawy. Do tej kategorii zalicza się znaczące zmiany w zakresie technologii, urządzeń oraz/lub oprogramowania.

### B.6. Kto opracował te projekty?

Projekty te zostały opracowane:		Symbol „X”
Samodzielnie, w ramach Przedsiębiorstwa		<input type="radio"/>
W ramach grupy, do której Przedsiębiorstwo należy		<input type="radio"/>
We współpracy z innym przedsiębiorstwem lub instytucjami B+R:		
- krajowymi		<input type="radio"/>
- zagranicznymi		<input type="radio"/>
Przez inne przedsiębiorstwa lub instytucje		<input type="radio"/>

### Innowacje organizacyjne i marketingowe <sup>10</sup>

### B.7. Czy w latach 2004-2008 w Państwa Przedsiębiorstwie zostały wprowadzone następujące rodzaje innowacji

Rodzaj/typ innowacji	Szczegółowy obszar innowacji	Tak	Nie
<b>Organizacyjne i strukturalne</b>	Wdrożenie nowej lub znacząco zmienionej strategii przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Wdrożono istotne zmiany w formach i metodach organizacji pracy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Nowe lub istotnie ulepszone systemy zarządzania wiedzą w celu lepszego (efektywniejszego) zastosowania lub wymiany informacji, wiedzy i umiejętności wewnątrz Państwa przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Wdrożono bardziej zaawansowane systemy/techniki zarządzania w firmie (jakie?.....)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<i>Dokonano znaczących modyfikacji w strukturach organizacyjnych:</i>		
	- na szczeblu przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- na szczeblu jego wewnętrznych komórek organizacyjnych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<i>Zastosowano nowe rozwiązania w zakresie współpracy z partnerami:</i>		
	- zawarto alianse strategiczne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- podjęto <i>outsourcing</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- inne – jakie? .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Dokonano <i>offshoring'u</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Marketingowe i rynkowe</b>	Znacząca zmiana strategii i koncepcji marketingowej firmy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<i>Dokonano istotnych zmian w:</i>		

<sup>10</sup> **Innowacja organizacyjna** to wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez firmę zasadach działania, w organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem. Obejmują one również nowe lub istotnie zmienione struktury organizacyjne lub metody zarządzania wprowadzone w celu lepszego wykorzystania wiedzy w Państwa przedsiębiorstwie lub w celu poprawy jakości i efektywności (wydajności) Państwa działalności produkcyjnej. **Innowacja marketingowa** to wdrożenie nowej lub istotnie zmienionych metod (działań) marketingowych, wiążących się ze znaczącymi zmianami w projekcie/konstrukcji produktu lub w opakowaniu, dystrybucji, promocji lub strategii cenowej w celu zwiększenia atrakcyjności Państwa oferty lub wejścia na nowe rynki zbytu.

	- wyglądzie, formie czy kształcie ( <i>design</i> )	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- opakowaniu przynajmniej jednego z Państwa produktów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Zastosowano nowe lub istotnie zmieniono:</i>			
	- sposoby sprzedaży	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- sprzedaż za pośrednictwem Internetu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- <i>franchising</i> , sprzedaż bezpośrednia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- uzyskano pozwolenia (koncesje) na zbycie produktów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- zaopatrzenia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zmieniono kanały dystrybucji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Inne – jakie? .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### B.8. Kto opracował te procesy?

Procesy te zostały opracowane:	Symbol „X”
Samodzielnie, w ramach Przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>
W ramach grupy, do której Przedsiębiorstwo należy	<input type="radio"/>
We współpracy z innym przedsiębiorstwem lub instytucjami B+R:	
- krajowymi	<input type="radio"/>
- zagranicznymi	<input type="radio"/>
Przez inne przedsiębiorstwa lub instytucje	<input type="radio"/>

### B.9. Jeśli Państwa przedsiębiorstwo wprowadziło w latach 2004 - 2008 innowacje organizacyjne, prosimy o wskazanie, według poniższej skali, znaczenia każdego z wymienionych efektów:

Skala: 1 - wysokie, 2 - umiarkowane, 3 - bez znaczenia

Charakterystyka	Stopień wpływu ( <i>prosimy w każdym wierszu zakreślić właściwy symbol wg podanej skali</i> )		
	1 - wysoki	2 - umiarkowane	3 - bez znaczenia
Skrócenie czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poprawa jakości produktów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obniżka kosztów na jednostkę produktu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wzrost satysfakcji pracowników i/lub zmniejszenie stopnia rotacji załogi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poprawa wizerunku firmy i/lub produktu (usługi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne (jakie?) .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



## Efekty innowacji wprowadzonych w okresie 2004-2008

**B.10. Prosimy o wskazanie, według poniższej skali, wpływu wprowadzonych w latach 2004- 2008 przez Państwa przedsiębiorstwo innowacji na działalność przedsiębiorstwa w końcu roku 2008.**

Skala: **1** - wysoki, **2** - umiarkowany, **3** – bez znaczenia

Efekty	Charakterystyka	Stopień wpływu (prosimy w każdym wierszu zakreślić właściwy symbol wg podanej skali)		
		1 - wysoki	2 - umiarkowany	3 - bez znaczenia
Efekty po stronie produktów	Zwiększenie asortymentu towarów lub usług	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Wejście na nowe rynki lub zwiększenie udziału na dotychczasowych rynkach	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Poprawa jakości produktów i usług	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Obniżenie kosztów jednostkowych produktu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efekty po stronie procesów	<i>Skrócenie czasu trwania stosowanych procesów:</i>			
	- zaopatrzenia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- produkcji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- dystrybucji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<i>Obniżenie kosztów:</i>			
	- zaopatrzenia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- produkcji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- dystrybucji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zwiększenie stopnia elastyczności działania	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zwiększenie zdolności produkcyjnych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Obniżka kosztów pracy (osobowych) na jednostkę produktu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<i>Zmniejszenie jednostkowego zużycia:</i>			
	- materiałów (materiałochłonności)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	- energii (energochłonności)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zmniejszenie stopnia rotacji załogi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Efekty rynkowe i ekonomiczno-finansowe	Wzrost obrotów przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zwiększenie rentowności przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Wejście na nowe rynki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Wzrost udziału w dotychczasowym rynku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Poprawa wizerunku firmy			
	Poprawa wizerunku produktu (usługi)			
Inne	Wzrost satysfakcji pracowników	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zmniejszenie szkodliwości dla środowiska	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	poprawa bezpieczeństwa i higieny pracy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Lepsze spełnianie przepisów, norm, standardów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Jakie? .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Współpraca w zakresie działalności innowacyjnej w latach 2004-2008

**B.11. Czy w celu podnoszenia poziomu swej innowacyjności Państwa przedsiębiorstwo współpracuje z innymi przedsiębiorstwami lub instytucjami? Jeżeli tak, proszę wskazać rodzaje organizacji, z którymi Państwa przedsiębiorstwo współpracuje oraz kraje, w których one działają:**

Charakterystyka	Polska	UE	Inne państwa europejskie	USA	Japonia	Inne
Inne przedsiębiorstwo w obrębie grupy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dostawcy (wyposażenia, materiałów, komponentów, oprogramowania)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klienci lub konsumenci	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Firmy konsultingowe (konsultanci), laboratoria komercyjne, prywatne instytucje B+R	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Placówki naukowe PAN	<input type="radio"/>					
Jednostki badawczo-rozwojowe (tzw. JBR'y)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zagraniczne publiczne instytucje B+R	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szkoły wyższe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencja Rozwoju Rynku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Izby Gospodarcze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Izby Handlowo-Przemysłowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inkubatory przedsiębiorczości	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne – jakie? .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**B.12. Proszę określić jak oceniają Państwo znaczenie współpracy z poszczególnymi partnerami dla pobudzania działalności innowacyjnej Państwa przedsiębiorstwa.**

Charakterystyka	Znaczenie			
	bardzo istotne	istotne	umiarkowane	bez znaczenia
Inne przedsiębiorstwo w obrębie grupy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dostawcy (wyposażenia, materiałów, komponentów, oprogramowania)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klienci lub konsumenci	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Firmy konsultingowe (konsultanci), laboratoria komercyjne, prywatne instytucje B+R	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Placówki naukowe PAN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jednostki badawczo-rozwojowe (tzw. JBR-y)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zagraniczne publiczne instytucje B+R	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szkoły wyższe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Agencja Rozwoju Rynku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Izby Gospodarcze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Izby Handlowo-Przemysłowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inkubatory przedsiębiorczości	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne – jakie? .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Przeszkody dla innowacji lub zaniechanie innowacji

**B.13. Proszę podać ile projektów dotyczących podniesienia poziomu innowacyjności Państwa przedsiębiorstwa zostało w latach 2004 – 2008:**

Charakterystyka	Liczba projektów
W ogóle nierozpoczętych (zarzuconych w fazie opracowywania koncepcji)	.....
Przerwanych w trakcie realizacji (zaniechanych po rozpoczęciu)	.....
Poważnie opóźnionych	.....

**B.14. Czynniki utrudniające działalność innowacyjną**

*Proszę wskazać, które z wymienionych niżej czynników stanowiły w okresie 2004-2008 najistotniejsze przeszkody, utrudniające prowadzenie działalności innowacyjnej w Państwa przedsiębiorstwie lub wpłynęły na podjęcie decyzji o nieprowadzeniu/zaniechaniu tej działalności?*

Typ czynnika	Czynnik	Siła oddziaływania		
		Uniemożliwiające realizację	Utrudniające realizację	Bez większego znaczenia
<b>Czynniki ekonomiczne</b>	Brak własnych środków finansowych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Trudności pozyskania zewnętrznych źródeł finansowania	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zbyt wysokie koszty prowadzenia tych działań	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Brak potrzeby dokonywania innowacji (produktowych/procesowych/organizacyjnych/marketingowych) z uwagi na ich wykonanie w latach ubiegłych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Czynniki organizacyjno-techniczne</b>	Brak wykwalifikowanego personelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Brak dostępu informacji na temat technologii	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Brak dostępu informacji na temat rynków	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Trudności w znalezieniu partnerów do współpracy w zakresie działalności innowacyjnej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Czynniki rynkowe</b>	Rynek opanowany przez dominujące przedsiębiorstwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Brak dostatecznego rozpoznania rzeczywistych potrzeb rynkowych w zakresie potrzebnych innowacji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Brak zapotrzebowania rynku na nowe produkty (usługi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Brak potrzeby dokonywania innowacji (produktowych/procesowych/organizacyjnych /marketingowych)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zbyt duże ryzyko (finansowe/technologiczne/ organizacyjne) podejmowania działań innowacyjnych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Pozostałe czynniki</b>	Jakie?..... .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## **CZEŚĆ C. OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ**

**C.1. Czy w okresie 2004-2008 Państwa przedsiębiorstwo wnioskowało o przyznanie przynajmniej jednego patentu w celu ochrony innowacji opracowanych i/lub wdrożonych przez Państwa przedsiębiorstwo?**

		Wnioski patentowe w obrębie produktów	Wnioski patentowe w obrębie procesów
Tak <input type="radio"/>	Proszę wskazać liczbę złożonych wniosków	.....	.....
Nie <input type="radio"/>			

**C.2. Czy Państwa przedsiębiorstwo posiadało ważne patenty na koniec 2008 r. chroniące innowacje wdrożone w Państwa przedsiębiorstwie?**

		Liczba patentów w obrębie produktów	Liczba patentów w obrębie procesów
Tak <input type="radio"/>	Proszę wskazać liczbę złożonych wniosków	.....	.....
Nie <input type="radio"/>			

**C.3. Czy w okresie 2004-2008 Państwa przedsiębiorstwo korzystało z jakichkolwiek innych form ochrony innowacji wdrożonych w Państwa przedsiębiorstwie?**

Metody	Forma ochrony	Tak	Nie
<u>Metody formalne</u>	Zarejestrowanie wzorów użytkowych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zastrzeżenie znaków handlowych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Ochrona praw autorskich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<u>Metody strategiczne</u>	Tajemnica handlowa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Wysoka złożoność projektu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Stopień zaawansowania projektu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## **CZĘŚĆ D OCZEKIWANIA DOTYCZĄCE WSPARCIA POTENCJAŁU INNOWACYJNEGO.**

**D.1. Jakie znaczenie dla Państwa przedsiębiorstwa, jak i dla naszego regionu ma rozwój potencjału innowacyjnego Państwa Przedsiębiorstwa?**

	Znaczenie dla firmy			Znaczenie dla regionu		
	wysokie	umiarkowane	bez znaczenia	wysokie	umiarkowane	bez znaczenia
Współpraca z innymi przedsiębiorstwami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Współpraca z ośrodkami naukowo-badawczymi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne (np. firmy szkoleniowe itp.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**D.2. Jeżeli Państwa Przedsiębiorstwo nie współpracuje z żadnymi jednostkami naukowymi ani ośrodkami naukowo-badawczymi, proszę wskazać jakie są tego przyczyny?**

Przyczyna	Symbol „X”
Oferta ośrodków naukowo-badawczych nie przystaje do naszych potrzeb	<input type="radio"/>
Trudno jest nawiązać taką współpracę	<input type="radio"/>
Współpraca z nauką jest zbyt kosztowna	<input type="radio"/>
Nie jesteśmy zainteresowani taką współpracą	<input type="radio"/>
Inne – jakie? .....	<input type="radio"/>

**D.3. Czy w latach 2004-2008 Państwa przedsiębiorstwo zabiegało o publiczne wsparcie finansowe na działalność innowacyjną, w tym B+R (granty, dotacje, subwencje, ulgi podatkowe, kredyty preferencyjne, gwarancje kredytowe itp.) oraz czy pomoc taką otrzymano?**

Od:	Zabiegało		Otrzymało		Czy wnioskowana kwota została przyznana	
	Tak	Nie	Tak	Nie	Tak	Nie
Władz lokalnych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rządu i instytucji rządowych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unii Europejskiej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
W jakim % otrzymane wsparcie zrealizowało potrzeby firmy? ..... %						

**D.4. Proszę wskazać czego Państwo oczekują od powołanych do prowadzenia takich działań jednostek administracji państwowej, samorządowej i jednostek wsparcia biznesu w zakresie obszarów i form pomocy, zmierzających do podniesienia poziomu innowacyjności Państwa przedsiębiorstwa. Oczekiwane działania proszę zaznaczyć symbolem x w rubryce „X” a ich znaczenie wstawiając symbol x w odpowiedniej kolumnie, gdzie:**

**1** – oznacza działania najbardziej pożądane, **2** – działania pożądane, **3** – działania mniej istotne

Charakterystyka działania	Symbol „X”	Ocena		
		1	2	3
Wsparcie finansowe projektów badawczych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Szkolenia pracowników w zakresie:</i>				
Zarządzania	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marketingu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jakości	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
inne – jakie? .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pomoc w zdobyciu środków Unii Europejskiej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomoc w poszukiwaniu partnerów do współpracy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomoc w działaniach promocyjno-reklamowych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doradztwo w zakresie zarządzania i innowacji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomoc prawna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne - jakie? .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**D.5. Jak oceniają Państwo wsparcie oferowane w zakresie wymienionych działań przez wskazane jednostki administracji publicznej regionu? Proszę określić (wstawiając symbol „X”) według skali:**

**1 – oznacza ocenę bardzo dobrą, 2 – umiarkowaną, 3 – słabą**

Charakterystyka działania	Urząd Marszałkowski (UM)			Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego (TARR)			Izby Przemysłowo-Handlowe			Inne – jakie? ..... .....		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Wsparcie finansowe projektów badawczych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szkolenia pracowników	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomoc w zdobyciu środków Unii Europejskiej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomoc w poszukiwaniu partnerów do współpracy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doradztwo w zakresie zarządzania i innowacji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Działalność promocyjno-reklamowa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**D.6. Proszę określić, który z poniższych obszarów działalności Państwa przedsiębiorstwa wymaga szczególnego wsparcia w zakresie wzrostu poziomu jego innowacyjności? Proszę dokonać znaczenia wskazanych obszarów według poniższej skali:**

**1 - wysokie, 2 - umiarkowane, 3 - bez znaczenia.**

Sfera przedsiębiorstwa	Symbol „X”	Znaczenie		
		1 - wysokie	2 - umiarkowane	3 - bez znaczenia
Zaopatrzenie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prace badawczo-rozwojowe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produkcja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zarządzanie zasobami ludzkimi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sprzedaż i marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dystrybucja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne – jakie? .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**DZIEKUJEMY ZA WYPEŁNIENIE KWESTIONARIUSZA**

**Lista przedsiębiorstw sektora poligrafii:**

Lp.	Firma	ulica	kod	miasto
1.	Bezpieczeństwo.pl Sp. z o.o.	ul. Jagiellońska 103	85-027	Bydgoszcz
2.	EMAX S.A.	ul. Poznańska 13	88-230	Piotrków Kujawski
3.	EXPRESS MEDIA Sp. z o.o.	ul. Warszawska 13	85-058	Bydgoszcz
4.	Gazeta Pomorska - MEDIA Sp. z o.o.	ul. Zamoyskiego 2	85-063	Bydgoszcz
5.	KARTEL-PRESS S.A.	ul. Szosa Bydgoska 56	87-100	Toruń
6.	POSTDATA S.A.	ul. Fabryczna 3	85-741	Bydgoszcz
7.	MacroSoft Północ Sp. z o.o.	ul. Gdańska 76	85-021	Bydgoszcz
8.	ORBI Sp. z o.o.	ul. Cieszkowskiego 22/1	85-052	Bydgoszcz
9.	SABA S.A.	ul. Fordońska 246	85-531	Bydgoszcz
10.	Virtual Connection S.A.	ul. Przy Lesie 4	87-100	Toruń
11.	ARTIS ID S.A.	ul. Wojska Polskiego 1	85-171	Bydgoszcz
12.	Zakład Usług Poligraficznych BARTOREX Sp. z o.o.	ul. Poligraficzna 10	87-162	Lubicz
13.	Druk-Intro S.A.	ul. Świętokrzyska 32	88-100	Inowrocław
14.	Druk-Pak Sp. Z o.o.	ul. Wyspiańskiego 1	87-700	Aleksandrów Kujawski
15.	DRUKARNIE BYDGOSKIE S.A.	ul. Warszawska 13	85-085	Bydgoszcz
16.	NEUPACK Polska Sp. z o.o.	ul. Równa 2	85-846	Bydgoszcz
17.	ORKLA MEDIA MAGAZINES Sp. z o. o.	ul. Ołowiana 10	85-461	Bydgoszcz
18.	ORTIS S.A.	ul. Wojska Polskiego 1	85-171	Bydgoszcz
19.	Pack Druk Uszok & Uszok S.A.	ul. Gen. Józefa Dwernickiego 52/62	87-100	Toruń
20.	Zakład Poligraficzny Polprint Sp. z o.o.	ul. Średnia 5	88-100	Inowrocław
21.	Prasowe Zakłady Graficzne S.A.	ul. Wojska Polskiego 1	85-171	Bydgoszcz
22.	Samindruk Sp. z o.o.	ul. Sikorskiego 37	87-300	Brodnica
23.	WALL BDA Sp. z o.o.	ul. Toruńska 149A	85-880	Bydgoszcz
24.	Zakłady Graficzne im. Komisji Edukacji Narodowej S.A.	ul. Bydgoska 51	86-061	Brzoza k/Bydgoszczy
25.	Toruńskie Zakłady Graficzne ZAPOLEX Sp. z o.o.	ul. Gen. Sowińskiego 2/4	87-100	Toruń
26.	Zakład Poligraficzno-Wydawniczy POZKAL - Tadeusz Chęsy	ul. Cegielna 10/12	88-100	Inowrocław

**Lista przedsiębiorstw sektora tworzyw sztucznych:**

Lp.	Firma	ulica	kod	miasto
1.	Brüggmann Polska Sp. z o.o.	al. Kazimierza Wielkiego 6A	87-800	Włocławek
2.	BUDIZOL S.A.	ul. Komunalna 8	87-800	Włocławek
3.	Przedsiębiorstwo Usługowe CC MONTAGE Sp. z o.o.	ul. POW 22 A	87-800	Włocławek
4.	CON GRAPH Polska Sp. z o.o.	ul. Grudziądzka 124/126	87-100	Toruń
5.	CONKRET Z. R. Trejderowscy S.J.	Wielkie Rychnowo	87-410	Kowalewo Pomorskie
6.	Przedsiębiorstwo Produkcyjno - Handlowe CONTURA S.A.	ul. Przemysłowa 8	85-758	Bydgoszcz
7.	DARMEX CASING Sp. z o.o.	Sulnowo 53D	86-100	Świecie
8.	DELFA S.A.	ul. Szosa Chełmińska 222	87-100	Toruń
9.	DGG S.A.	ul. Przy Lesie 4	87-100	Toruń
10.	Domik Sp. z o.o.	ul. Fordońska 421	85-792	Bydgoszcz
11.	El-Plast Sp. z o.o.	ul. Toruńska 145	85-831	Bydgoszcz
12.	Erg-Pak Sp. z o.o.	ul. Dąbrowskiego 2	87-200	Wąbrzeźno
13.	FOMIX Fabryka Okuć Meblowych Sp. z o.o.	ul. Fordońska 44	85-719	Bydgoszcz
14.	FORM-PLAST S.A.	ul. Toruńska 143	85-831	Bydgoszcz
15.	General Modern Systems Sp. z o.o.	ul. Wapienna 10	87-100	Toruń
16.	GRAWIL Sp. z o.o.	ul. Komunalna 7	87-800	Włocławek
17.	HANPLAST Sp. z o.o.	ul. Wojska Polskiego 65	85-825	Bydgoszcz
18.	Zakład Wyrobów Gumowych HEWEA Sp. z o.o.	ul. Waryńskiego 32-36	86-300	Grudziądz
19.	INTERTEC Sp. Z o.o.	ul. Wojska Polskiego 65	85-825	Bydgoszcz
20.	NTUR Konstrukcje-Fasady-Spedycja Sp. z o.o.	ul. Marcinkowskiego 154	88-100	Inowrocław
21.	Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe IZOLACJA S.A.	ul. Bydgoska 11	87-140	Chełmża
22.	KA-PLAST A.D.J. Kacprowicz Sp. z o. o.	ul. Wapienna 5	87-800	Włocławek
23.	Micronel Sp. z o.o.	ul. Wojska Polskiego 65	85-825	Bydgoszcz
24.	Milagro-Powlekarnia Sp. z o.o.	ul. Waryńskiego 32/36	86-300	Grudziądz
25.	NATURAL CHEMICAL Products Sp. z o.o.	ul. Wojska Polskiego 65	85-825	Bydgoszcz
26.	Spółdzielnia ODRODZENIE	ul. Szosa Chełmińska 222	87-100	Toruń
27.	Oknotechnika Sp. z o.o.	ul. Przy Lesie 4	87-100	Toruń
28.	OKNOVID Sp. z o.o.	ul. Przemysłowa 8	85-758	Bydgoszcz
29.	OKT Polska Sp. z o.o.	ul. Mokra 3	85-810	Bydgoszcz
30.	PLAST-FARB	Czapple 30	87-214	Płużnica
31.	PLASTICA Sp. z o.o.	Frydrychowo 55	87-410	Kowalewo Pomorskie
32.	Plasticon Poland S.A.	ul. M. Skłodowskiej-	87-100	Toruń



Lp.	Firma	ulica	kod	miasto
		Curie 59		
33.	Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe MAVILEX	ul. Kętrzyńskiego 45/47	87-200	Wąbrzeźno
34.	Zakład Produkcji Materiałów Budowlanych PROMAX Sp. z o.o.	Giebnia 25	88-170	Pakość
35.	Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe Montostal Sp. z o.o.	ul. Łączna 7	88-160	Janikowo
36.	Przedsiębiorstwo Budowlano-Instalacyjne Rembud Sp. z o.o.	ul. Kruszyńska 1b	87-800	Włocławek
37.	REUTHER POLSKA Sp. z o.o.	ul. Chrobrego 135/137	87-100	Toruń
38.	SAMINEX Sp. z o.o.	ul. Sikorskiego 37	87-300	Brodnica
39.	SOCHA Neon Styl – Reklama Sp. z o.o.	ul. Podgórna 82a	87-300	Brodnica
40.	Bydgoskie Zakłady Przemysłu Gumowego STOMIL S.A.	ul. Toruńska 155	85-950	Bydgoszcz
41.	Grudziądzkie Zakłady Przemysłu Gumowego STOMIL S.A.	ul. Waryńskiego 32/36	86-300	Grudziądz
42.	SUPERFOS Włocławek Sp. z o.o.	Kaliska 140	87-840	Lubień Kujawski
43.	SUPRAVIS GROUP Sp. z o.o.	ul. Nowotoruńska 56	85-840	Bydgoszcz
44.	Tectro Kunststofftechnik Polska Sp. z o.o.	ul. Glinki 144B	85-861	Bydgoszcz
45.	TMR Plastics Sp. z o.o.	ul. Deszczowa 63a	85-467	Bydgoszcz
46.	TRION S.A.	ul. Marcinkowskiego 154	88-100	Inowrocław
47.	UNIBAX Sp. z o.o.	ul. Wapienna 6/8	87-100	Toruń
48.	BZT VIN-PLAST Sp. z o.o.	ul. Fabryczna 6a	85-741	Bydgoszcz
49.	WENA S.A.	ul. Toruńska 151	85-880	Bydgoszcz
50.	WIP s.j.	ul. Przemysłowa 3A	87-700	Aleksandrów Kujawski
51.	Zakład Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych Halina Błażejewicz	Katarzynki 1	87-200	Wąbrzeźno
52.	Zakład Produkcyjno-Usługowo-Handlowy ANWIS Export-Import	ul. Smocza 16/18	87-800	Włocławek

**Lista przedsiębiorstw sektora elektroniki:**

Lp.	Firma	ulica	kod	miasto
1.	ALCATEL - LUCENT Polska Sp. z o.o.	ul. Pilicka 6	85-776	Bydgoszcz
2.	APEX-ELZAR Sp. z o.o.	ul. Toruńska 222	87-805	Włocławek
3.	ELDA-ELTRA Elektrotechnika S.A.	ul. Glinki 146	85-861	Bydgoszcz
4.	Elton S.A.	ul. Smoleńska 37	85-871	Bydgoszcz
5.	Kolejowe Zakłady Łączności Sp. Z o.o.	Ludwikowo 1	85-502	Bydgoszcz
6.	METRON Fabryka Zintegrowanych Systemów Opomiarowania i Rozliczeń Sp. z o.o.	ul. Targowa 12/22	87-100	Toruń
7.	PPHU Elektronix Sp. Z o.o.	ul. Podłużna 11-13	85-790	Bydgoszcz
8.	Sharp Manufacturing Poland Sp. z o. o.	Ostaszewo 57b	87-148	Łysomice

Lp.	Firma	ulica	kod	miasto
9.	SLICAN Sp. z o.o.	ul. M. Konopnickiej 18	85-124	Bydgoszcz
10.	TABEMAX S.J.	ul. Betonowa 1	86-005	Białe Błota
11.	TELDAT Sp.j.	ul. Kijowska 44	85-703	Bydgoszcz
12.	TOPLUX Sp. z o.o.	ul. Szosa Bydgoska 40-62	87-100	Toruń
13.	Fabryka Obwodów Drukowanych TORAL S.A.	ul. Kociewska 28/30	87-100	Toruń
14.	Volex Poland Sp. z o.o.	ul. Podłużna 11-13	85-790	Bydgoszcz
15.	WIKI Polska S.A.	ul. Łęgska 29/35	87-800	Włocławek
16.	Zakłady Naprawcze Taboru Kolejowego PATEREK S.A.	ul. Przemysłowa 1	89-100	Nakło n. Notecią
17.	APATOR CONTROL Sp. z o.o.	ul. Żółkiewskiego 21/29	87-100	Toruń
18.	APATOR S.A.	ul. Żółkiewskiego 21/29	87-100	Toruń
19.	BKT Elektronik BKT Elektronik	ul. Łochowska 69	85-395	Bydgoszcz
20.	Bydgoskie Kable Sp. z o.o.	ul. Fordońska 152	85-957	Bydgoszcz
21.	El-Con Sp. z o.o.	ul. Sobieskiego 1	85-060	Bydgoszcz
22.	ELEKTROMONTAŻ POMORSKI S.A. ELEKTROMONTAŻ POMORSKI S.A.	ul. Grunwaldzka 229	85-451	Bydgoszcz
23.	EMC Sp. z o.o.	ul. Służewska 8-15	87-100	Toruń
24.	ENERGOTOR TORUŃ S.A.	Szosa Bydgoska 42	87-100	Toruń
25.	FAMOR S.A.	ul. Kaszubska 25	85-048	Bydgoszcz
26.	FER BELMA Sp. z o.o.	ul. Przemysłowa 34	85-758	Bydgoszcz
27.	Kaufmann Sp. z o.o.	ul. Bohaterów Czerwca 1956 r. 4	87-500	Rypin
28.	Fabryka Urządzeń Wentylacyjno-Klimatyzacyjnych KONWEKTOR	ul. Wojska Polskiego 6	87-600	Lipno
29.	Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe PLASTMET	ul. Radosna 2	85-836	Bydgoszcz
30.	Zakłady Sprzętu Instalacyjnego POLAM - Nakło S.A.	ul. Kościelna 8	89-100	Nakło n. Notecią
31.	Zakład Urządzeń Dozymetrycznych POLON-ALFA Sp. z o.o.	ul. Glinki 155	85-861	Bydgoszcz
32.	PPH Pol-Elektra Sp. z o.o.	ul. Nakielska 7	86-065	Łochowo, Łochowice
33.	SOCHA Sp. z o.o.	ul. Podgórna 82a	87-300	Brodnica
34.	Przedsiębiorstwo Usług Technicznych WIRCOM Sp. z o.o.	ul. Toruńska 222	87-805	Włocławek
35.	Zakłady Elektroniczne Spółdzielnia Inwalidów	ul. Nowy Świat 39	86-170	Nowe