

Raport

Bariery współpracy przedsiębiorców i ośrodków naukowych

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego
Departament Wdrożeń i Innowacji
listopad 2006 r.

Spis treści

Wstęp	3
1. Współpraca z nauką oczami przedsiębiorców	4
1.1 Świadomość przedsiębiorców dotycząca możliwości współpracy	4
1.2 Skala prób nawiązania współpracy, źródła informacji, umiejętność dotarcia	5
1.3 Przyczyny niepodejmowania współpracy	8
1.4 Ocena współpracy ze środowiskiem naukowym	10
1.5 Korzyści: innowacyjność, wiedza, konkurencyjność	11
1.6 Bariery współpracy	13
1.7 Plany	15
2. Współpraca z biznesem oczami naukowców	16
2.1 Cele współpracy	16
2.2 Skala prób nawiązania współpracy	17
2.3 Sukcesy i porażki	18
2.4 Bariery współpracy i wprowadzania w życie innowacyjnych projektów	19
2.5 Korzyści ze współpracy i plany	20
3. Wnioski	22
4. Informacje na temat projektu badawczego, którego wyniki stanowiły podstawę opracowania raportu	23

Wstęp

Wzrost gospodarczy we współczesnym świecie to w dużej mierze zasługa wprowadzanych innowacji. Silna gospodarka, to gospodarka innowacyjna. Wprowadzanie na rynek nowych produktów, usług i technologii to efekt współpracy świata nauki i biznesu. Niestety, jedynie 9 procent przedsiębiorstw w Polsce inwestuje w działalność badawczo – rozwojową. Co roku zgłaszamy tylko 2,7 patentów na milion mieszkańców. Średnia w Unii Europejskiej wynosi aż 133,6 patentów. Podczas gdy nasi zachodni partnerzy intensywnie inwestują w badania i rozwój, my przyciągamy inwestorów najczęściej niskimi kosztami pracy. To, że jest to na dłuższą metę strategia nieopłacalna, która przynieść może tylko i wyłącznie fatalne następstwa, nie trzeba nikogo przekonywać.

Niestety, próby nawiązania współpracy między nauką, a biznesem często w ogóle nie są podejmowane. Oprócz praktycznych przeszkód istnieją także te nieformalne – choćby popularne stereotypy, których ofiarami stają się obie strony. Naukowiec to według częstych opinii osoba oderwana od życia, skoncentrowana przede wszystkim na prowadzeniu badań o trudnej do pojęcia tematyce oraz na spotkaniach ze studentami. Przedsiębiorca w wielu oczach to z kolei przedstawiciel szybko bogacącej się grupy nie zainteresowanej pogłębianiem wiedzy i budowaniem przewagi konkurencyjnej opartej na fachowej ekspertyzie, know-how.

Jak jest naprawdę? Czy przedsiębiorcy poszukują kontaktów ze światem nauki? Czy naukowcy szukają dróg komercjalizacji swoich prac? Czy obie strony widzą olbrzymie szanse, które mogłaby im dać współpraca? Żeby odpowiedzieć na te ważne pytania przeprowadzono badania opinii obu środowisk. Projektem badawczym objęto grupę przedsiębiorców reprezentujących przemysł i grupę naukowców z polskich ośrodków naukowo-badawczych. Niniejszy raport prezentuje wyniki badania. Mamy nadzieję, że pomogą one budować pomost między środowiskami, które zdecydowanie za rzadko wspólnie podejmują wysiłek tworzenia nowych produktów i technologii.

1 Współpraca z nauką oczami przedsiębiorców

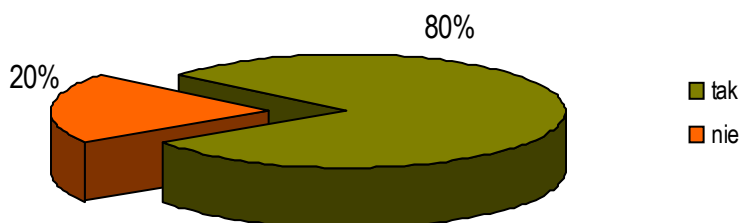
1.1 Świadomość przedsiębiorców dotycząca możliwości współpracy

Jedno z pierwszych pytań, które zadano polskim przedsiębiorcom dotyczyło tego, czy w ogóle są świadomi możliwości współpracy ich firm z ośrodkami naukowymi. Wśród przedsiębiorców prowadzących już taką współpracę, nie budziło to oczywiście żadnych wątpliwości. Jednak wśród managerów z pozostałych firm, aż 1/3 odpowiedziała na to pytanie przecząco. Analizując ogół środowiska przedsiębiorców, aż 20% przyznało, że nie wie w ogóle o możliwościach w tym zakresie. Biorąc pod uwagę znaczenie takiej współpracy dla rozwoju gospodarczego Polski, wynik należy uznać za niekorzystny.

Aż 1/5 polskich przedsiębiorców nie wie o możliwościach współpracy ze środowiskiem naukowym

Wykres 1

Czy słyszał(a) Pan(i) o możliwości współpracy firm z naukowcami/ ośrodkami naukowymi?



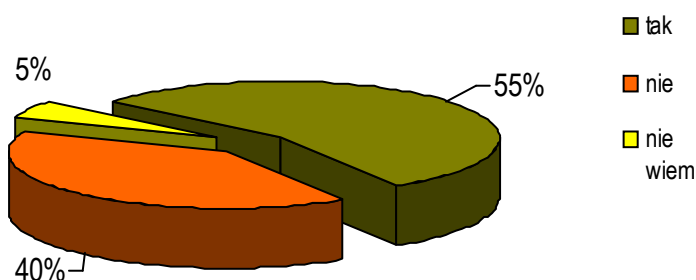
Trudno spekulować na temat możliwych przyczyn tego zjawiska, choć bez wątplenia nie bez znaczenia jest krótka tradycja przedsiębiorczości opartej na innowacyjności, brak ukierunkowania polskich przedsiębiorstw na rozwój rynkowej konkurencyjności oraz kłopoty z komunikacją między środowiskiem biznesu i nauki. Taki wynik prowadzi też do wniosku, że konieczne jest podjęcie szeroko zakrojonych działań edukacyjnych, uświadamiających. Jeśli co piąte polskie przedsiębiorstwo w ogóle nie wie o możliwości współpracy z naukowcami, dotarcie do nich z informacjami na ten temat staje się kluczowym zagadnieniem z punktu widzenia stymulacji rozwoju gospodarki opartej na innowacyjności.

1.2 Skala prób nawiązania współpracy, źródła informacji, umiejętność dotarcia

Nawet ci przedsiębiorcy, którzy mają świadomość możliwości współpracy ze środowiskiem nauki, nie zawsze z niej korzystają. Wyniki przeprowadzonego badania pokazały, że tylko nieco ponad połowa firm w Polsce podejmowała w ogóle próby takiej kooperacji. Aż 40% przedsiębiorców nie próbowało nigdy korzystać z pomocy ośrodków naukowych.

Wykres 2

Czy Pana(i) firma kiedykolwiek próbowała nawiązać współpracę z naukowcami/ ośrodkami naukowymi?



Prawie połowa (45%) z tych przedsiębiorców, którzy przyznają się do prób współpracy z naukowcami deklaruje jednocześnie, że źródłem wiedzy o możliwościach nawiązania takiej współpracy była w ich przypadku inicjatywa środowisk naukowych. Jednocześnie prawie 36% ogółu firm przyznaje, że w przeszłości zdarzały się sytuacje, że zgłaszał się do nich naukowiec lub ośrodek naukowy z propozycją współpracy. Okazuje się, że ten kierunek przepływu informacji jest więc zdecydowanie najważniejszy. Jego rola zmusza do przemyśleń na temat postaw obu środowisk. Skala wskazań naukowców jako źródła inicjatywy i informacji w tym zakresie wskazuje też, że ta – bezpośrednia - droga komunikowania obu środowisk jest dużo skuteczniejsza niż realizowane na najszerszą choćby skalę działania promujące pracę nauki dla biznesu przy pomocy mediów, materiałów edukacyjnych. Wagę problemu aktywizacji naukowców i przedsiębiorców w poszukiwaniu możliwości wspólnych działań podkreśla dodatkowo fakt, że wśród firm, które do tej pory nie podejmowały prób współpracy, zaledwie 1/5 w ogóle spotkała się z propozycją tego typu.

Można się domyślać, że być może właśnie to jest jedną z przyczyn, dla których do takiej współpracy nie dochodziło.

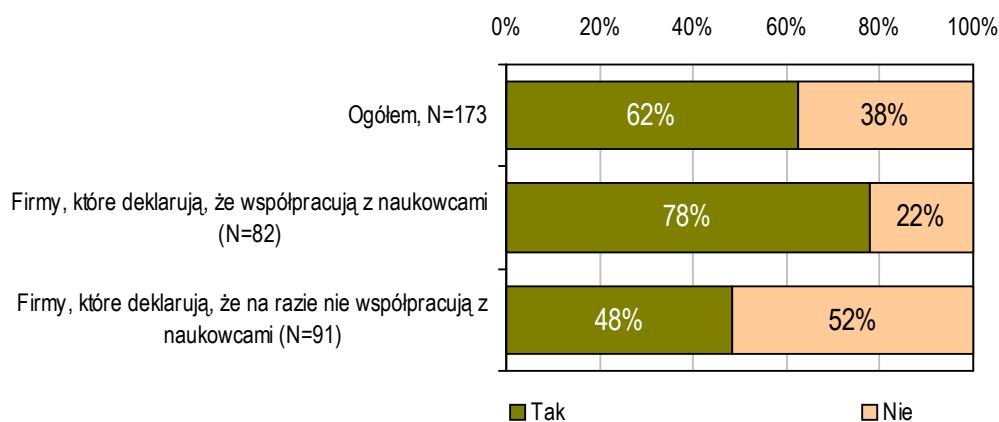
Drugim ze źródeł, z których przedsiębiorcy decydujący się na współpracę czerpali swoją wiedzę był Internet. Wskazało go aż 30% managerów biorących udział w badaniu. Wskazuje to na potrzebę tworzenia np. internetowych platform komunikacyjnych dla obu środowisk, wirtualnych giełd wymiany informacji i innych miejsc w cyberprzestrzeni, w których zainteresowane strony mogłyby nawiązać jakikolwiek kontakt. Kolejne 20% firm czerpało informacje na temat możliwości współpracy z naukowcami od innych przedsiębiorców lub z prasy. Przemawia to za celowością prowadzenia edukacyjnych działań medialnych i ścisłą współpracą z prasą biznesowo-ekonomiczną w tym zakresie.

Prawie 40% firm nie wie, jak dotrzeć do ośrodków naukowych zainteresowanych komercjalizacją badań

Podczas przeprowadzonych badań zwrócono się też do przedsiębiorców z pytaniem o ich wiedzę na temat sposobów dotarcia/ znalezienia naukowców lub ośrodków naukowych, które byłyby zainteresowane współpracą z biznesem. Wiedza o możliwych drogach dotarcia do ośrodków naukowych to przecież często konieczny warunek podjęcia ewentualnej współpracy.

Wykres 3

Czy wie Pan(i) w jaki sposób dotrzeć do naukowców/ośrodków naukowych zainteresowanych komercjalizacją badań naukowych?



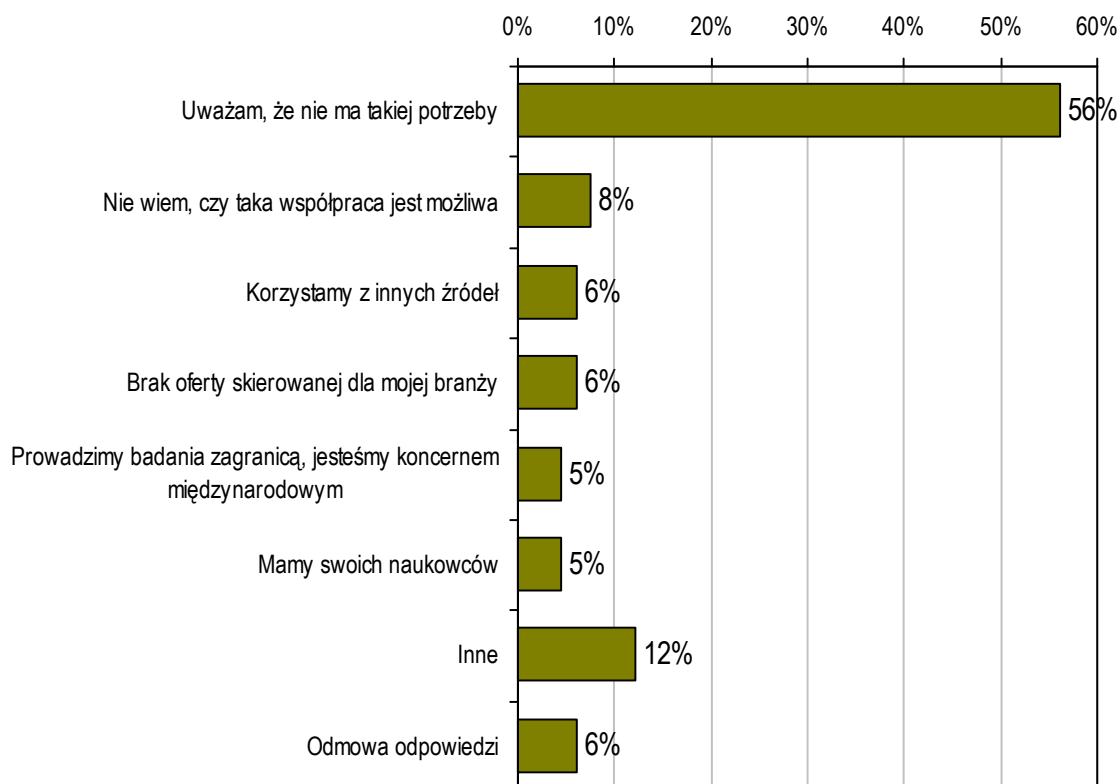
Okazało się, że tylko 62% ogółu badanych przedsiębiorców deklaruje, że zna sposoby dotarcia do naukowców/ ośrodków naukowych zainteresowanych komercjalizacją badań. Odsetek takich deklaracji był naturalnie znacznie wyższy wśród badanych, których firmy współpracują już z ośrodkami naukowymi (prawie 80%) niż wśród tych, których firmy takiej współpracy nie utrzymują (około 50%). Tak niska wiedza i umiejętności w tym zakresie przedsiębiorców to dodatkowy argument za wzmiankowanymi wcześniej postulatami aktywizacji naukowców i tworzeniu nowoczesnych platform umożliwiających wzajemne kontakty obu środowisk.

1.3 Przyczyny niepodjęcia współpracy

Z punktu widzenia popularyzacji współpracy środowisk biznesu i nauki, najciekawsza wydaje się próba odpowiedzi o przyczyny jej braku. Dlatego w ramach przeprowadzonych badań, przedsiębiorcom, którzy zadeklarowali, że nie podejmowali prób współpracy z naukowcami lub ośrodkami naukowymi zadano pytanie o przyczyny takiego stanu rzeczy. Pytanie miało charakter otwarty – przedsiębiorcy mogli wypowiadać swobodnie swoje opinie na ten temat. Okazało się, że większość – 56% z nich wskazuje wprost, że nie widzi potrzeby takiej współpracy. Wynik nie nastraja optymistycznie, choć jednocześnie mówi o pewnej szansie. Nawet przy założeniu, że część z wypowiadających się tak przedsiębiorców faktycznie nie odniosłaby dużych korzyści z pomocy naukowców, nadal pozostaje w tej grupie spory odsetek takich, których można byłoby przekonać o celowości takiej współpracy.

Wykres 4

Dlaczego nie próbował(a) Pan(i) podjąć współpracy z naukowcami/ośrodkami naukowymi?



Mając na względzie podnoszenie konkurencyjności Polskiej gospodarki, optymalnym kierunkiem działań mających popularyzować inwestycje w badania i wdrożenia innowacyjnych rozwiązań jest więc uświadamianie przedsiębiorcom płynących z tego korzyści. Drogą edukacji na ten temat mogłaby być na przykład ekspozycja przykładów współpracy zwieńczonej sukcesem.

Inną istotną barierą, która powstrzymuje środowiska biznesowe od inwestycji w badania wydaje się ich nieświadomość możliwości ośrodków badawczych w odniesieniu do branży, w której działają i nieznajomość zasad takiej współpracy. Aż w 6% wypowiedzi pojawiały się zdania typu „nie ma oferty naukowej dla firm takich jak moja” albo „nie wiem, w jaki sposób mogliby nam pomóc naukowcy”. Wielu managerów nie potrafi wyobrazić sobie, źródłem jakich ulepszeń czy udoskonaleń mogłaby być taka współpraca. Zmiana takiego stanu rzeczy to duże wyzwanie - zwłaszcza, że wymaga zmiany nie tylko wiedzy, ale także sposobu myślenia o przedsiębiorczości i konkurowaniu na nowoczesnym rynku.

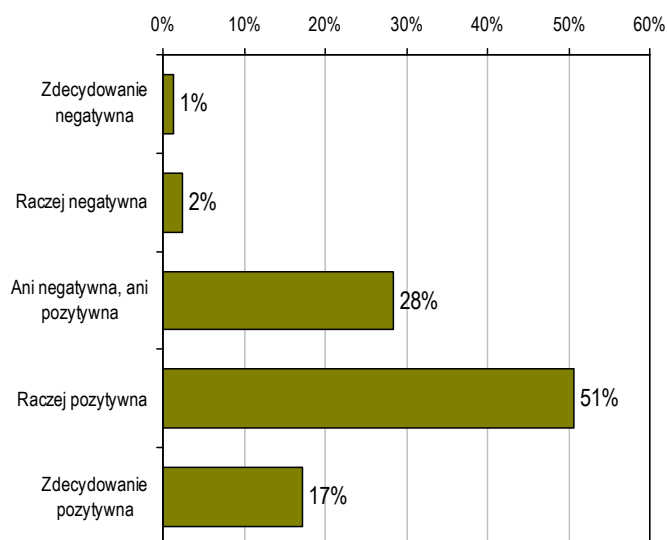
1.4 Ocena współpracy ze środowiskiem naukowym

Ci z przedsiębiorców, którzy zdecydowali się na współpracę z ośrodkami naukowymi, są z niej na ogół zadowoleni. Mimo to często zwracają uwagę na niedostateczną aplikacyjność innowacji proponowanych przez ośrodki naukowe. Część przedsiębiorców, którzy zdecydowali się na współpracę z naukowcami, jest potem zawiedziona jej efektami. Niektórzy przedstawiciele środowiska biznesu narzekają na niskie kompetencje naukowców lub ich zbyt teoretyczne podejście do interesujących ich zagadnień. W praktyce okazuje się czasem, że współpraca nie kończy się sukcesem właśnie ze względu na rozbieżność interesów i inne rozumienie celowości wspieranych przez biznes badań.

Nie bez znaczenie są też wysokie koszty badań naukowych, które – w realiach polskiej przedsiębiorczości – są niebagatelną barierą w podejmowaniu współpracy. Dla tych, którzy się na nią zdecydują i nie są z niej zadowoleni, poniesienie bardzo wysokich kosztów jest potem źródłem dodatkowej frustracji i wzmacnia negatywną ocenę. W działaniach popularyzujących współpracę środowisk naukowych i biznesu trzeba więc kłaść szczególny nacisk na edukację obu grup w zakresie możliwego zakresu wyników oraz intencji obu środowisk i wzajemnych oczekiwań.

Wykres 5

Proszę na skali od 1 do 5 gdzie „1” oznacza ocenę zdecydowanie negatywną a „5” ocenę zdecydowanie pozytywną ocenić efekty współpracy Pana(i) firmy z naukowcami/ośrodkami naukowymi.



1.5 Korzyści: innowacyjność, wiedza, konkurencyjność

Jednym z najważniejszych zagadnień jest postrzeganie przez przedsiębiorców ewentualnych korzyści płynących ze współpracy z ośrodkami badawczymi, naukowymi. Dlatego zwrócono się do managerów z prośbą o wskazanie rodzaju takich korzyści, nazwanie ich.

Przedstawiony dalej wykres przedstawia odpowiedzi managerów firm, które zdecydowały się na współpracę z naukowcami. Okazało się, że dla zdecydowanej większości (61%) korzystanie z pracy naukowców to przede wszystkim możliwość wdrożenia nowoczesnych, innowacyjnych rozwiązań. To dominująca opinia, która cieszy, jeśli założyć, że jest wyrazem dążenia firm do podnoszenia swojej innowacyjności. Drugą z wskazywanych przyczyn był dostęp do najnowszej wiedzy. Ciekawe, że wzrost konkurencyjności był wskazywany zaledwie przez 43% respondentów. Może to oznaczać m.in., że przez część managerów innowacyjność nie jest wiązana wprost z podnoszeniem konkurencyjności, albo – co bardziej prawdopodobne – że duża część badań jest finansowana w celu optymalizacji procesów technologicznych, obniżania kosztów, a wyższa konkurencyjność jest tylko pośrednią korzyścią.

Stosunkowo niewiele (10%) firm wskazywało, że współpraca z naukowcami może przełożyć się na większe możliwości w zakresie eksportu. Może to dziwić, gdy wziąć pod uwagę, że na globalnym rynku trudno jest obecnie konkurować bez znacznych inwestycji w badania. Może to wskazywać na brak

Tylko 10% firm widzi we współpracy z naukowcami szansę zwiększenia możliwości eksportowych

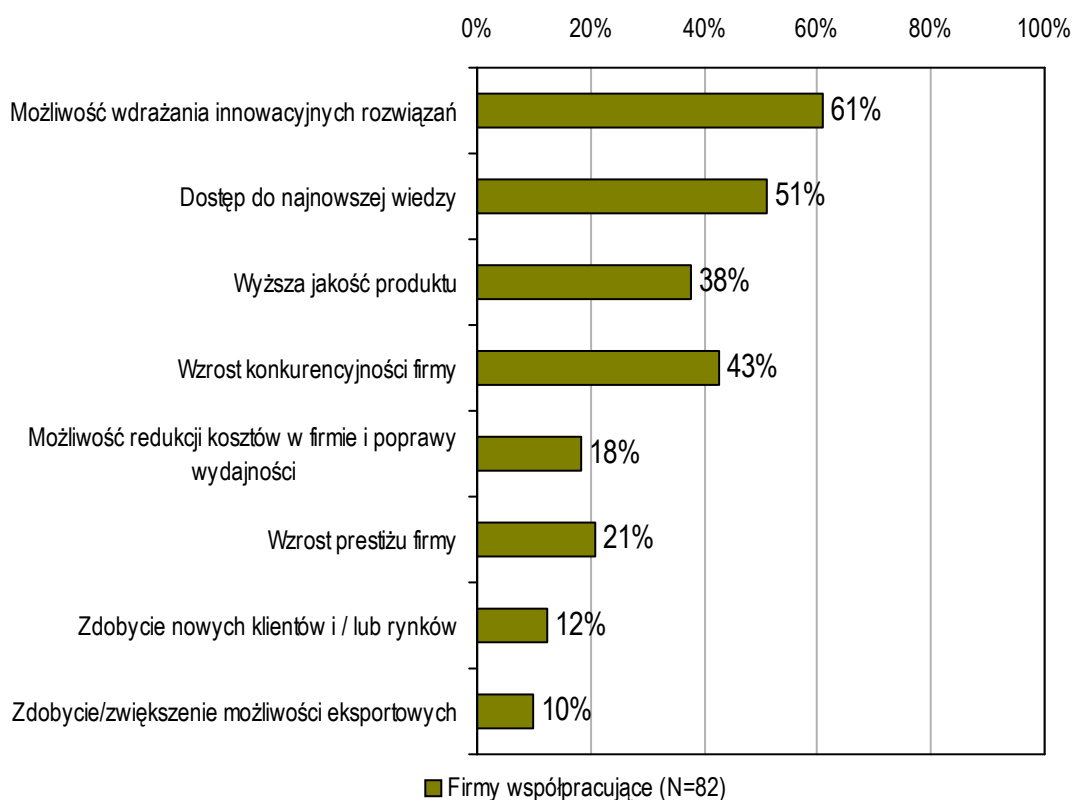
wiary przedsiębiorców w możliwości uzyskania wyników prac naukowych, które w istotny sposób wpłyną na odniesienie sukcesu na rynkach zagranicznych i brak przekonania o możliwościach uzyskania spektakularnych wyników takich prac.

Wśród przedsiębiorców, którzy wcześniej deklarowali, że nie współpracowali wcześniej i nie współpracują obecnie z ośrodkami naukowymi, odpowiedzi były bardzo podobne. Może to wskazywać, że na poziomie ogólnych skojarzeń „prac

naukowych” z innowacyjnością, wiedzą czy konkurencyjnością wśród firm biernych w zakresie prac naukowych nie różnią się od skojarzeń wśród firm aktywnych. Prawdziwa różnica objawia się prawdopodobnie w przekonaniu (lub jego braku) o rzeczywistym przełożeniu na własny zakres działalności i możliwościach aplikacyjnych.

Wykres 6

Proszę powiedzieć jakie korzyści Pana/i zdaniem dla firmy stwarza współpraca przedsiębiorców z naukowcami? (Możliwość wskazania maks. 3 odpowiedzi)



1.6 Bariery współpracy

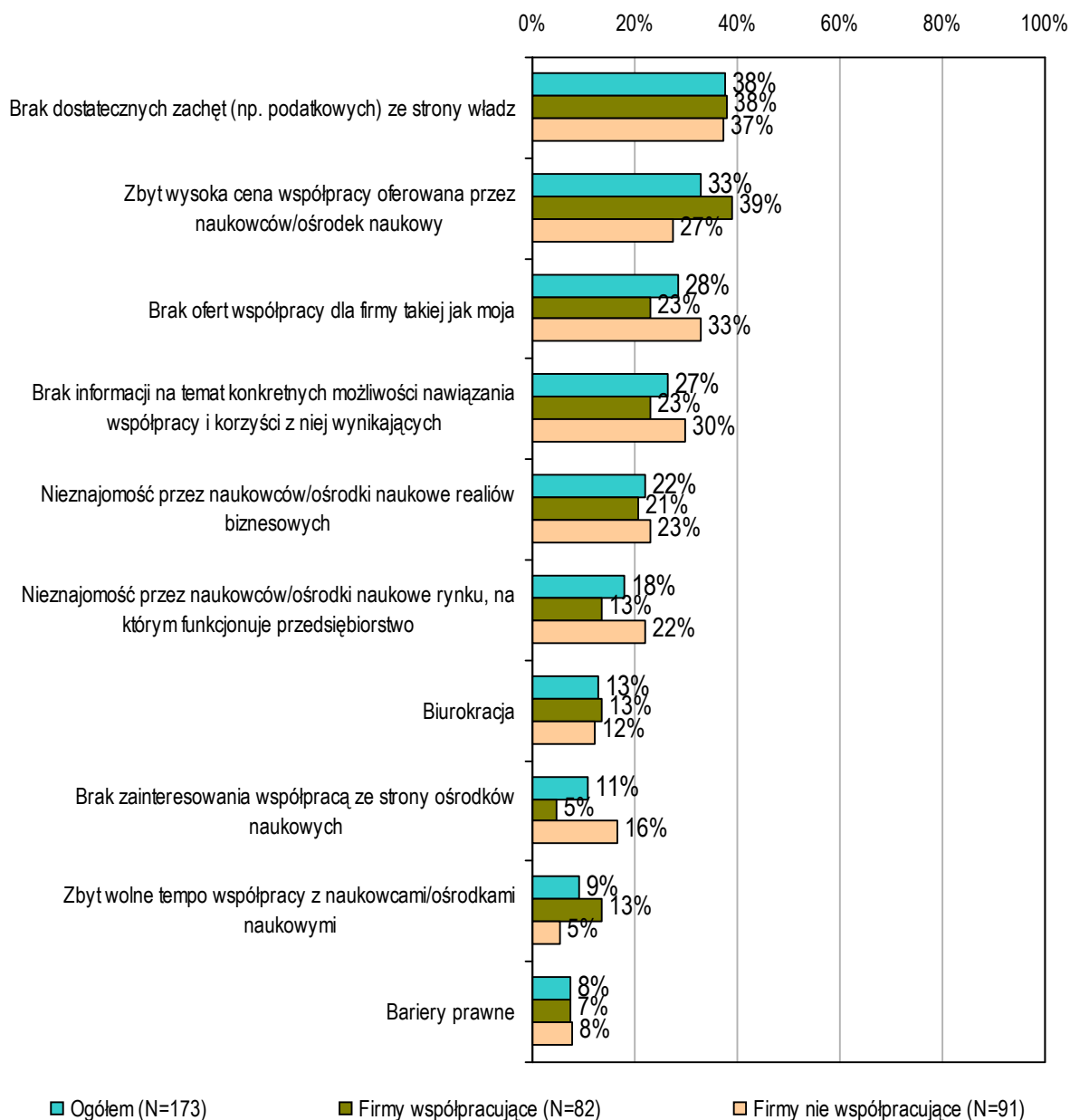
Biorąc pod uwagę, że celem działań podejmowanych m.in. przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego powinno być promowanie współpracy środowisk biznesu i nauki, kluczowe jest określenie barier współpracy innych niż zwykła niewiedza o istnieniu takich możliwości. Dlatego w badaniu opinii przedsiębiorców zrealizowanym na zlecenie Ministerstwa znalazło się też pytanie o największe przeszkody w tym względzie. Okazało się, że managerowie firm w zasadzie nie są zgodni w tej kwestii. Brak było wśród odpowiedzi jednej, która zdecydowanie dominowałaby. Istnieją jednak takie, które wydają się mieć nieco większe znaczenie.

Wśród firm, które do tej pory nie zdecydowały się na współpracę z ośrodkami naukowymi, najczęściej (37% wskazań) pojawia się zarzut braku uregulowań prawnych (np. podatkowych), które promowałyby taką współpracę. Przedsiębiorcy wprost wskazują, że konieczne jest stworzenie aktów prawnych, które sprzyjałyby inwestycjom w badania, bodźców zachęty. Niewiele mniej (33%) wskazań uzyskała opinia, że ze strony ośrodków naukowych brak jest odpowiednich ofert współpracy. Biorąc pod uwagę, że następna w kolejności odpowiedź (30%) dotyczy braku informacji, nasuwa się wniosek o konieczności podjęcia odpowiednich działań edukacyjnych i działań, które pozwolą na skojarzenie konkretnych firm z konkretnymi zespołami naukowców. Aktywizacja środowisk naukowych i zachęta ich do wyjścia naprzeciw zapotrzebowaniu firm oraz podejmowania przez nie projektów badawczych, które prowadziłyby do konkretnych wdrożeń mogłyby być z kolei odpowiedzią na zarzut braku zainteresowania współpracą ze strony naukowców. Firmy nie inwestujące w prace naukowe wyrażały go ponad 3-krotnie częściej niż pozostałe.

Przedsiębiorcy narzekają na brak zachęt prawnych i konkretnych ofert ze strony środowisk naukowych

Wykres 7

Proszę powiedzieć jakie dostrzega Pan/i największe bariery utrudniające współpracę firm z naukowcami/ośrodkami naukowymi? (maks. 3 wskazania)



Opinie tych firm, które współpracowały już z ośrodkami naukowymi na temat barier we współpracy z nimi różnią się nieco. Dla managerów tych przedsiębiorstw największą przeszkodą w inicjacji prac naukowych są przede wszystkim ich bardzo wysokie koszty. O ile większość pozostałych barier wskazywanych przez takie firmy nie różniła się od ograniczeń wskazywanych przez firmy bez doświadczeń w zakresie współpracy, o tyle biurokracja i zbyt wolne tempo prac naukowców były

wymieniane nieco częściej. Planując promocję takiej współpracy konieczne jest wzięcie tego pod uwagę. Zachęcając przedsiębiorców do korzystania z pomocy naukowców warto promować też warunki takiej współpracy satysfakcjonujące dla obu stron, dbać o zadowolenie z podjętej kooperacji.

1.7 Plany

Dość optymistycznie nastrajają postawy przedsiębiorców wobec ewentualnej, przyszłej współpracy z naukowcami. Na bezpośrednie pytanie o zamiar takiej kooperacji aż 70% ogółu badanych managerów odpowiedziało twierdząco. Niestety wyniki różnią się znacznie między grupą firm, która już współpracuje z naukowcami, a grupą, która takiej współpracy do tej pory nie podejmowała. O ile w pierwszej grupie odsetek odpowiedzi twierdzących wyniósł aż 95%, wśród respondentów z firm nie utrzymujących współpracy sięgnął zaledwie poziomu 44%. Pozostali z przedsiębiorców nie planują lub nie mają jeszcze opinii na temat inicjowania i wspierania prac naukowych przydatnych w ich działalności.

Bardzo ciekawa jest analiza odpowiedzi na pytanie o przyczyny określonych postaw. Zdecydowanie chętniej wypowiadali się na ten temat przedsiębiorcy planujący prace badawcze. Padały odpowiedzi takie jak np.: „wierzę, że dzięki temu możemy zdobyć nowe rynki zbytu”, „odniesiemy korzyści finansowe”, „wiedza naukowców jest niezbędna dla rozwoju firmy” świadczące o głębokim przekonaniu o celowości takich prac. Mniej chętnie uzasadniali przyczyny swojej postawy przedsiębiorcy niechętni współpracy z naukowcami. Najczęściej odpowiadali: „firma rozwija się, nie ma takiej potrzeby” lub po prostu „nie wiem, nie myśleliśmy o tym do tej pory”.

Współpraca z naukowcami nie jest prowadzona często przez niewiedzę nt. potencjalnych korzyści

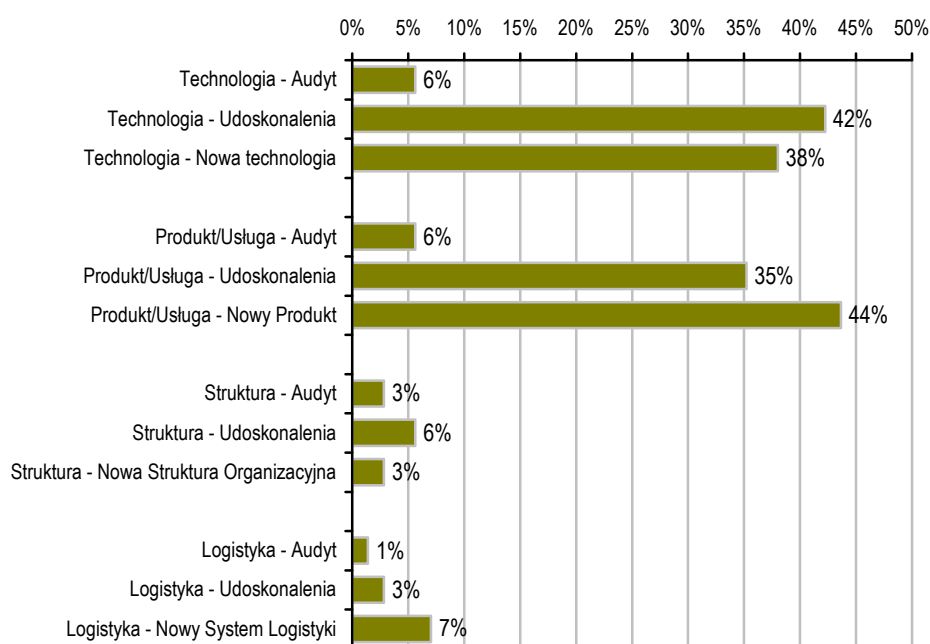
2 Współpraca z przedsiębiorcami oczami naukowców

2.1 Cele współpracy

Perspektywa naukowców zaangażowanych w projekty badawcze dla biznesu różni się nieco od perspektywy samych przedsiębiorców. Budowanie porozumienia między oboma środowiskami wymaga analizy postaw obu stron. Pierwsze pytanie, na które miało dać odpowiedź prowadzone badanie, dotyczyło zakresu realizowanej współpracy. Naukowców, którzy deklarują, że w ciągu ostatnich 2 lat współpracowali ze środowiskiem przedsiębiorców spytano o obszar zagadnień, którymi się zajmowali. Okazało się, że w olbrzymiej większości zadania stawiane przed naukowcami dotyczą technologii i nowych produktów. Prace dotyczące struktur organizacyjnych czy rozwiązań dla logistyki zdarzają się dużo rzadziej. O ile jednak w przypadku technologii najczęściej chodziło o udoskonalenie (42% wskazań), o tyle w przypadku produktów popularniejsze od udoskonalień były prace nad zupełnie nowymi produktami lub usługami (44%).

Wykres 8

Czego dotyczy(ła) współpraca Pana(Pani) ośrodka naukowego z przedsiębiorcami?

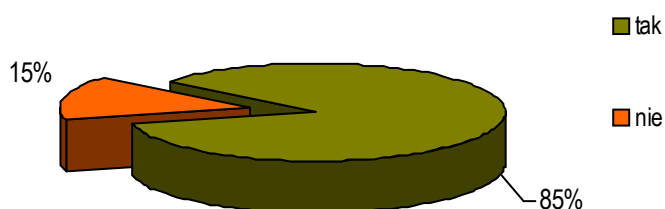


2.2 Skala prób nawiązania współpracy

Większość naukowców deklaruje, że ośrodki naukowe, w których pracują, zwracają się do przedsiębiorców z ofertą współpracy. Na pytanie o aktywność tego rodzaju, większość naukowców odpowiada twierdząco. Jedynie ok. 15% naukowców deklaruje, że ich ośrodek naukowy nie poszukuje szans współpracy. Nastraja to optymistycznie – widać, że naukowcy są zdecydowanie aktywniejszą stroną dialogu.

Wykres 9

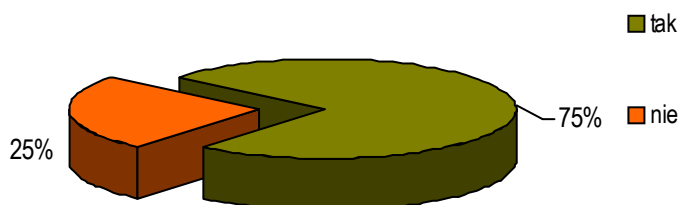
Czy Pan(Pani) lub Pana(Pani) ośrodek naukowy kiedykolwiek zwrócił się do przedsiębiorcy z ofertą współpracy?



Zauważalnie gorsze są wśród naukowców oceny aktywności samych przedsiębiorców, którzy – ich zdaniem nie starają się o współpracę tak często jak oni. Nie jest jednak bardzo źle. Aż 75% naukowców biorących udział w badaniu przyznaje, że ich ośrodek naukowy był (jest) adresatem zapytań ze strony biznesu. Ogólnie można jednak wnioskować, że naukowcy uważają się za bardziej aktywnych w poszukiwaniu dróg komercjalizacji badań.

Wykres 10

Czy zgłaszają się do Pana(Pani) przedsiębiorcy zainteresowani wprowadzeniem innowacji w firmie?



2.3 Sukcesy i porażki

Większość naukowców jest zdania, że w ciągu ostatnich dwóch lat opracowali rozwiązanie, które można byłoby skomercjalizować. Pozytywnie oceniają skutki swojej pracy, wierząc, że może być ona przydatna przedsiębiorcom. Wśród zapytanych o to naukowców, jedynie 38% przyznaje, że nie są autorami rozwiązania, które można byłoby wdrożyć z komercyjnym sukcesem. Jednocześnie 3/4 naukowców, którzy przyznają się do autorstwa obiecującego rozwiązania deklaruje, że wdrożenie/komercjalizacja już zakończyła się sukcesem. Ze strony środowiska naukowego mamy więc do czynienia z dużym optymizmem. Większość tych, którzy przyznali, że komercjalizacja jeszcze się nie udała, deklarowali jednocześnie, że jest w toku. Pojedyncze, inne wytłumaczenia to m.in. „brak wystarczających funduszy własnych”, a także „brak wiedzy przedsiębiorców na temat tego w jaki sposób to zrobić”.

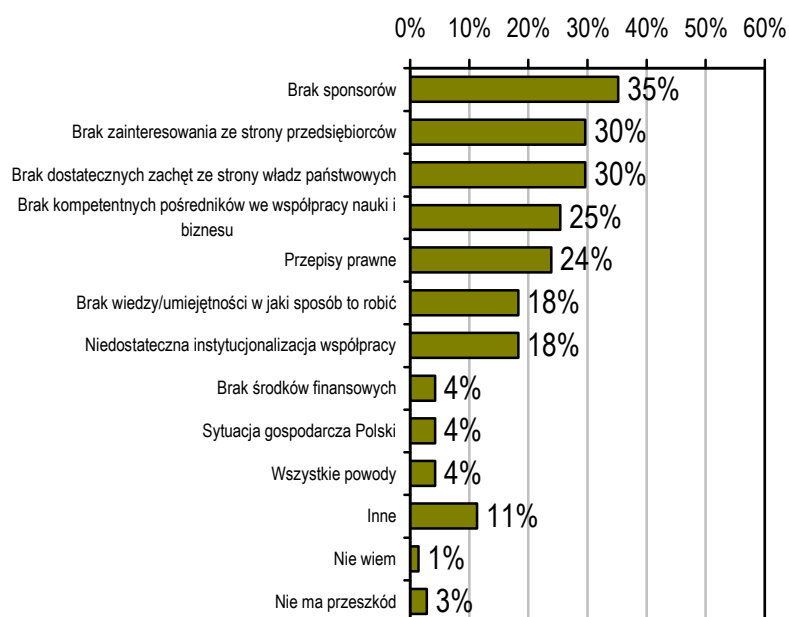
62% naukowców deklaruje, że są autorami rozwiązania, które nadaje się do komercjalizacji

2.4 Bariery współpracy i wprowadzania w życie innowacyjnych projektów

Z punktu widzenia naukowców, jedną z najważniejszych przeszkód we współpracy świata nauki z przedsiębiorcami jest brak inicjatywy i zainteresowania ze strony biznesu. Wyniki są dość jednoznaczne. Przedstawiciele środowiska nauki wydają się widzieć winę przede wszystkim po stronie biznesu, który ich zdaniem nie chce finansować badań (pozycja „brak sponsorów”) lub w ogóle się tym nie interesuje. Istotną pozycję na liście potencjalnych przeszkód według naukowców zajmuje też brak zachęt ze strony władz państwowych oraz – co może wskazywać sposób na udroźnienie komunikacji obu grup – brak kompetentnych pośredników we współpracy. Zdaniem pracowników naukowych niski jest też poziom świadomości korzyści przedsiębiorców z płynących ze współpracy. Uzasadnia to dodatkowo wnioski dotyczące konieczności podejmowania działań edukacyjnych opisane we wcześniejszej części raportu dotyczącej perspektywy przedsiębiorców. Tylko niecałe 3% respondentów odpowiedziało, że przeszkody wprowadzania innowacyjnych projektów w życie nie istnieją.

Zdaniem 1/3 naukowców przedsiębiorcy przejawiają zbyt mało inicjatywy w poszukiwaniu pól współpracy

Wykres 11
Co Pana(Pani) zdaniem w największym stopniu przeszkadza we wprowadzaniu innowacyjnych projektów w życie? (możliwość wskazania 3 pozycji)

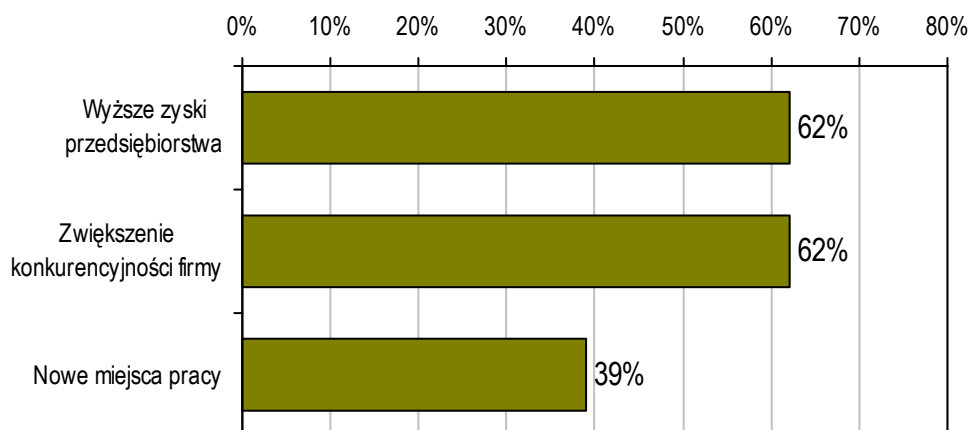


2.5 Korzyści ze współpracy i plany

Naukowcy doskonale zdają sobie sprawę ze skali korzyści, które mogą odnieść przedsiębiorcy, którzy decydują się z nimi współpracować. Na pytanie o zalety komercjalizacji ich badań i wprowadzanie innowacji, odpowiadają w większości, że pomaga to firmom generować wyższe zyski (62% wskazań) oraz podwyższać konkurencyjność (62%). Nieco mniej wskazuje jako bezpośrednią zaletę tworzenie nowych miejsc pracy. Tę korzyść wskazało 39% naukowców biorących udział w badaniu. Dalej uplasowały się m.in. niższe koszty firmy (37%) i usprawnienie działalności operacyjnej i biznesowej (14%).

Wykres 12

Jakie są Pana(Pani) zdaniem zalety komercjalizacji badań i wprowadzania innowacji? (3 najczęściej wskazywane pozycje)



Przedstawiciele środowiska naukowego widzą też wyraźne korzyści ze współpracy odnoszone przez nich i ich ośrodki naukowe. Wśród najważniejszych zalet takiej kooperacji naukowcy wskazują m.in. korzyści finansowe i intelektualne dla ośrodka naukowego. Silną pozycję zajęło też upowszechnianie osiągnięć wskazywane przez prawie połowę (44%) respondentów. Nieco

rzadziej na pytanie o korzyści z kooperacji z biznesem wskazywana jest możliwość wymiany doświadczeń (42%). Wdrożenie konkretnego rozwiązania przygotowanego

**99% naukowców
deklaruje chęć
poszukiwania
przedsiębiorców
zainteresowanych
współpracą**

jako efekt prac naukowych nie jest powszechnie postrzegane jako źródło prestiżu – tę odpowiedź wskazał tylko co trzeci naukowiec.

Świadomość obustronnych korzyści, jakie naukowcy i przedsiębiorcy odnoszą ze współpracy skłania przytłaczającą większość (99%) pracowników naukowych do deklaracji, że w przyszłości będą poszukiwać przedsiębiorców zainteresowanych współpracą. Takie podejście naukowców nastroja zdecydowanie optymistycznie. Pokazuje znaczny potencjał ze strony naukowców, którzy chętnie odpowiedzą na zapytania o prace badawcze ze strony biznesu.

3 Wnioski

Z badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorców i naukowców płynie kilka ciekawych wniosków, które mogą pomóc w popularyzacji dialogu obu środowisk:

- Konieczność zwiększania świadomości przedsiębiorców na temat możliwości współpracy z ośrodkami naukowymi. Podejmowanie działań edukacyjnych i nagłaśnianie możliwości przy wykorzystaniu spotkań, Internetu, mediów adresowanych do środowiska biznesu wydaje się koniecznością. Zwłaszcza w sytuacji, w której co piąta firma w Polsce w ogóle nie wie o istnieniu możliwości takiej kooperacji, a co druga z firm, które mogłyby być nią zainteresowane, nie wie jak dotrzeć do odpowiednich ośrodków badawczych.
- Konieczność edukacji przedsiębiorców na temat korzyści ze współpracy z ośrodkami naukowymi. Wiele firm, które nie myślą o współpracy z naukowcami, nie robi tego ze względu na brak pomysłu na biznesowe wykorzystanie takiej współpracy. Nie wierzą, że może to pomóc im w zwiększeniu możliwości eksportowych, są zadowoleni z osiągniętych wyników i boją się, że naukowcy nie są w stanie zaoferować im nic ciekawego. Konieczna wydaje się ekspozycja i nagłośnienie przykładów sukcesów polskich firm osiąganych dzięki nauce, edukacja dot. roli innowacyjności w gospodarce.
- Dodatkowa aktywizacja naukowców, zachęcanie ich do wyjścia naprzeciw potrzebom biznesu, działań autopromocyjnych. Prawie połowa (45%) z tych przedsiębiorców, którzy przyznają się do prób współpracy z naukowcami deklaruje jednocześnie, że źródłem wiedzy o możliwościach nawiązania takiej współpracy była w ich przypadku inicjatywa środowisk naukowych. Świadczy to o bardzo ważnej roli tego kierunku w komunikacji między obiema grupami.
- Tworzenie internetowych platform wymiany kontaktów, dialogu. Dla 30% przedsiębiorców źródłem informacji o ewentualnych możliwościach ośrodków badawczych jest Internet. Jednocześnie 33% firm, które nie podejmują współpracy z naukowcami wskazuje, że nie napotykają na odpowiednie oferty współpracy z ich strony. Nowoczesne rozwiązania w rodzaju giełd informacji i ich aktywna promocja mogłyby stać się odpowiedzią na te problemy.

4 Informacje na temat projektu badawczego, którego wyniki stanowiły podstawę opracowania raportu

Raport przygotowano w oparciu o wyniki badań opinii polskich przedsiębiorców i naukowców zrealizowane na zlecenie Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego przez agencję badawczą ARC Rynek i Opinia w 2006 r.

Celem badania były:

- Identyfikacja czynników wpływających na współpracę między producentami a ośrodkami naukowymi.
- Ocena różnic w postrzeganiu barier współpracy przez przedsiębiorców posiadających doświadczenie we współpracy z ośrodkami naukowymi i tych przedsiębiorców, którzy nie posiadają takich doświadczeń.

Badanie zostało przeprowadzone metodą CATI - wspomaganą komputerowo wywiadów telefonicznych zrealizowanych w dniach 10-14 listopada 2006 roku. Badanie przeprowadzono na próbie 173 managerów firm, z których 82 współpracuje, a 91 nie współpracuje z ośrodkami naukowymi. Badanie opinii środowiska naukowego oparto na wywiadach z 71 pracownikami ośrodków naukowych. Dobór jednostek do badania przeprowadzono w oparciu o bazę danych „Firmy polskie 2006” wydaną przez Sekcję Informacji Gospodarczej IPEiK Netex-Sterling, zawierającej dane na temat 320 tys. polskich podmiotów gospodarczych. Z liczby tej, zgodnie z założeniami badania, dokonano wyboru firm zajmujących się działalnością produkcyjną (kierując się sekcją EKD). Doboru ośrodków naukowych dokonano w oparciu o tę samą bazę danych. Kierując się kodami EKD dokonano wyboru ośrodków naukowo-badawczych.

Warszawa, 2006

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego

Departament Wdrożeń i Innowacji

www.mnispw.gov.pl