

Raport z badania „Smart Industry Polska 2017”

W ubiegłym roku ponad połowa polskich firm produkcyjnych z sektora mikrofirm oraz małych i średnich przedsiębiorstw wdrożyła innowacje – w większości zainicjowane przez pracowników. Głównym motywem wprowadzania nowych rozwiązań była konieczność sprostania wymaganiom rynku. To najważniejsze wnioski z badania „Smart Industry Polska 2017”.

Na początku maja br. firma Siemens wraz z Ministerstwem Rozwoju zaprezentowała wyniki drugiego badania „Smart Industry Polska” (pierwsze, dotyczące dużych przedsiębiorstw, przeprowadzono w 2016 r.). Jego celem było zebranie opinii przedstawicieli mikrofirm oraz małych i średnich przedsiębiorstw produkcyjnych na temat adaptacji technologicznych rozwiązań w procesach wytwarzania, a także rozwiązań komunikacyjnych i dotyczących zarządzania informacją. Ponadto badanie miało pomóc w identyfikacji barier we wdrażaniu innowacji.

W badaniu uczestniczyło 251 firm z sektora MŚP, działających na terenie Polski w branży przemysłu lekkiego i ciężkiego. Większość respondentów reprezentowała przedsiębiorstwa o charakterze rodzinnym, w całości finansowane przez polski kapitał (89,6%).

Na czym polegają innowacje wdrażane przez MŚP?

Jak wykazało badanie „Smart Industry Polska 2017”, aż 58,6% przedsiębiorstw przemysłowych z sektora MŚP w 2016 r. wdrożyło innowacje. Na ogół polegały one na: wprowadzeniu nowego lub znacząco ulepszanego produktu bądź usługi (37,8% wskazań), wykorzystaniu zupełnie nowej lub udoskonalonej metody lub technologii produkcji bądź dostawy (32,7% wskazań), innowacji marketingowej (15,5%) lub organizacyjnej (8%).

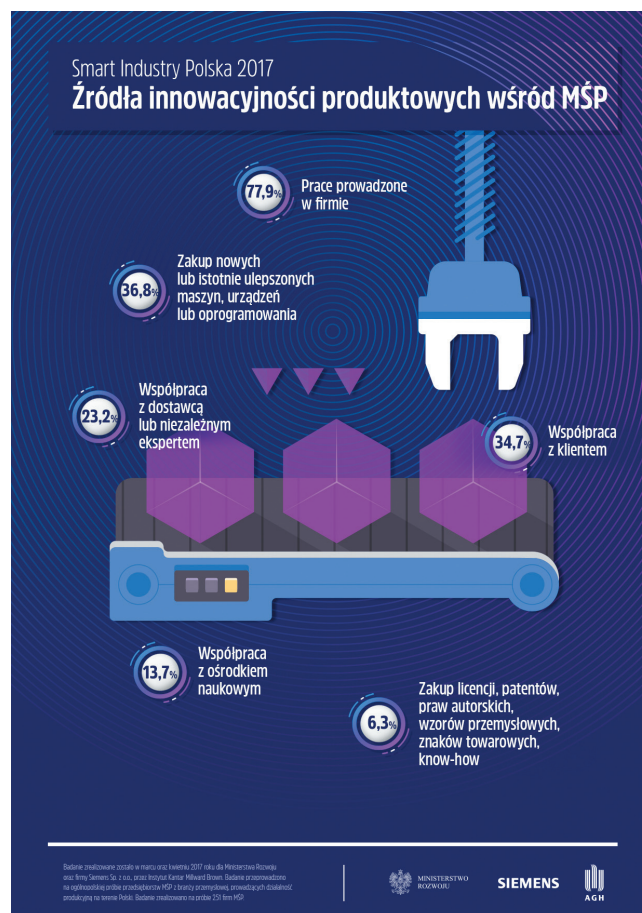
Im większa firma, tym więcej innowacji. Najmniej zmian wprowadzały firmy małe, skoncentrowane na rynkach lokalnych i niedziałające na rynkach międzynarodowych.

Gdzie tkwią główne źródła innowacyjności MŚP?

W 37% przypadków do wdrożenia innowacyjnych rozwiązań i technologii dochodziło dzięki inspiracji ze strony pracowników firmy. Do wdrożenia innowacji produktowych najczęściej (77,9% przypadków) prowadziły prace podejmowane wewnątrz organizacji, aczkolwiek nie był to jedyny czynnik. Znaczącą rolę we wdrażaniu innowacji odgrywał zakup nowego lub ulepszanego sprzętu i oprogramowania (36,8%). W niektórych przypadkach (34,7%) wprowadzenie innowacji wynikało ze współpracy z kontrahentami. Współpraca z ośrodkami naukowymi to niestety rzadko spotykany rodzaj inspiracji przy wdrażaniu nowych technologii, metod produkcji lub zmian produktowych – jedynie 13,7% respondentów wskazało na to źródło. Również pozyskiwanie niezależnych ekspertów było wskazywane przez stosunkowo niedużą grupę respondentów (23,2%). Zakupy licencji, patentów, praw autorskich, wzorów przemysłowych, znaków towarowych czy know-how, w wyniku których dochodziło do wdrożenia nowych produktów lub usług, to wśród polskich MŚP wyjątek – na ten czynnik wskazało zaledwie 6,3% badanych. Przyczyną tego może być brak kapitału na rozwój.

Jakie zmiany przynoszą przewagę konkurencyjną?

Według respondentów technologią dającą największą przewagę konkurencyjną jest automatyzacja i robotyzacja produkcji. Jednocześnie w znaczącej części przypadków



nowoczesne technologie w widoczny sposób przyczyniają się do poprawy funkcjonowania firm. Chodzi tu przede wszystkim o obszary: poprawy jakości oferowanych produktów lub usług (66% wskazań), zwiększenia wydajności (58,8%) czy efektywności produkcji (57,2%).

Jakie czynniki hamują innowacyjność?

Barierami, jakie napotykają firmy z sektora MŚP przy wprowadzaniu nowych technologii, okazują się przede wszystkim trudności formalne i urzędowe. Na kolejnych miejscach znajdują się: ograniczone możliwości finansowania (33,9%), brak dostępu do wykwalifikowanych kadr (32,3%) czy obawa przed ryzykiem braku zwrotu z inwestycji (31,9%).

Prawie połowa respondentów (47%), którzy jako barierę wskazywali brak zachęt ze strony państwa, oczekuje pomocy finansowej – ich zdaniem taka pomoc motywuje do modernizacji i innowacji.

Pełna wersja „Raportu Smart Industry Polska 2017” dostępna jest na stronie: www.mechanik.media.pl.