

## Działania izb przemysłowo-handlowych na rzecz rozwoju innowacyjności polskich przedsiębiorstw

**W** procesie globalizacji i w warunkach gospodarki opartej na wiedzy<sup>1</sup>, jak zauważył M. E. Porter *przewaga konkurencyjna bazująca na czynniku kosztowym gwałtownie spada. Kraje, w których występuje obecnie zjawisko niskich kosztów pracy są szybko zastępowane przez inne*<sup>2</sup>. Szczęólnego znaczenia nabierają natomiast innowacje i innowacyjność będące jednym z głównych źródeł przewagi konkurencyjnej współczesnych gospodarek. Potwierdzają to najlepiej rozwijające się gospodarki na świecie, które cechuje wysoki poziom innowacyjności. Stąd zagadnienia innowacji i innowacyjności stały się priorytetami współczesnych gospodarek i funkcjonujących w ich ramach przedsiębiorstw.

Pojęcie „innowacja” wprowadził na początku XX w. wybitny austriacki ekonomista Joseph A. Schumpeter. W swoim dziele *Teoria rozwoju gospodarczego* innowacją nazwał:

- wprowadzenie nowego produktu na rynek;
- wprowadzenie nowej metody produkcji;
- otwarcie nowego rynku, tj., rynku, na którym dana gałąź przemysłu danego kraju nie była dotąd reprezentowana, bez względu na to czy rynek ten wcześniej istniał, czy też nie;
- zdobycie nowego źródła surowców i półfabrykatów i to niezależnie od tego czy rynek ten istniał wcześniej, czy też nie;
- wprowadzenie zmian w organizacji jakiegoś przemysłu, np. stworzenie sytuacji monopolistycznej lub jej złamanie<sup>3</sup>.

Definicja sformułowana przez Schumpetera pozwala wyodrębnić cztery typy innowacji: produktowe, procesowe, organizacyjne i rynkowe. Schumpeter za innowację uznaje wyłącznie pierwotną realizację wynalazku, pierwsze wprowadzenie go w życie. Innowacja według Schumpetera stanowi zmianę niepowtarzalną, jednorazową.

Inaczej definiuje innowacje Peter Drucker, dla którego *innowacja jest szczególnym narzędziem przedsiębiorców, za pomocą którego ze zmiany czynią okazję do podjęcia nowej działalności gospodarczej lub świadczenia nowych usług*. Dla Druckera innowacja jest powieleniem lub zaadoptowaniem do nowych warunków rozwiązań już istniejących<sup>4</sup>.

W szerokim kontekście, definiuje pojęcie innowacji tzw. Podręcznik Oslo, opracowany w 2005 r. przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju i europejski urząd staty-

---

<sup>1</sup> Gospodarka oparta na wiedzy to gospodarka, w której podstawowym składnikiem jest wiedza tworzona, absorbowana, przekazywana i efektywnie wykorzystywana przez podmioty gospodarujące (przedsiębiorstwa, organizacje, osoby fizyczne, społeczności), *Korea and the knowledge – based economy. Information society*, red. C. Dahlman, T. Andersson, OECD, Word bank Institute, London 2000, s. 11–12.

<sup>2</sup> M. E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York 1990.

<sup>3</sup> J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, Warszawa 1960, s. 104 i n.

<sup>4</sup> P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość – praktyka i zasady*, Warszawa 1992, 29 i n.

styczny Eurostat. Podręcznik ten uchodzi za standard metrologii badania zagadnień dotyczących innowacji. W trzeciej edycji podręcznika Oslo innowacją nazywa się *wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) albo nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, np. w organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem*<sup>5</sup>. Innowacja ma miejsce w przypadku *pierwszego wykorzystania wiedzy w nowy sposób, który będzie zakończony sukcesem rynkowym. Warunkiem zaistnienia innowacji jest sytuacja, w której produkt, proces, metoda marketingowa, metoda organizacyjna są nowe lub znacząco udoskonalone dla przedsiębiorstwa. Mogą to być produkty, procesy, metody, które dana firma opracowała jako pierwsza oraz te które zostały przyswojone od innych firm lub podmiotów*<sup>6</sup>.

W literaturze funkcjonuje także pojęcie „innowacyjność”, która oznacza wprowadzenie czegoś nowego i wiąże się z całokształtem działań naukowych, technicznych, organizacyjnych, finansowych, komercyjnych mających na celu wdrożenie innowacji. Innowacyjność to inaczej zdolność i motywacja gospodarki i podmiotów do ustawicznego poszukiwania i wykorzystywania w praktyce wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów, wynalazków<sup>7</sup>.

Zarówno w rozwiniętych, jak i rozwijających się państwach jedną z najważniejszych polityk gospodarczych stała się polityka innowacyjna. Rosnące znaczenie polityki innowacyjnej wynika z faktu słabnącej roli tradycyjnych czynników produkcji, ale i z słabości gospodarki rynkowej, która bez interwencji państwa nie jest w stanie kreować procesów innowacyjnych na odpowiednim poziomie. W polityce innowacyjnej państwa wykorzystuje się m.in. takie obszary jak:

- edukacja;
- rozwój nauki poprzez granty;
- rozbudowa infrastruktury wspomagającej działalność innowacyjną;
- informacja – ośrodki i sieci informacyjne;
- specjalistyczne usługi doradcze dla MSP;
- finanse – pożyczki, kredyty, gwarancje kredytowe;
- prawo i regulacje<sup>8</sup>.

Wiedza i innowacje są uznawane za kluczowe obszary rozwoju także europejskiej gospodarki. Integracja europejska ma na celu stworzenie silnej, spójnej gospodarki – zdolnej do konkurencji z najlepiej rozwijającymi się gospodarkami świata. Strategia Lizbońska przyjęta w marcu 2000 r. była do niedawna najważniejszym programem rozwoju społeczno-gospodarczego Europy. Strategia była reakcją na słabnące w porównaniu do USA tempo rozwoju UE. Dysproporcje w rozwoju między Stanami Zjednoczonymi a Europą ujawniły się szczególnie w latach dziewięćdziesiątych XX w. Wskaźnik rozwoju USA wynosił w tamtym okresie 3,3% rocznie a UE 2,3%. W 2000 r. przeciętny PKB w krajach członkowskich UE wynosił około 70% wartości wskaźnika w USA<sup>9</sup>. Gospodarka UE była określana jako mało dynamiczna, z wysokim bezrobociem, brakiem nowych technologii. Między innymi niski

---

<sup>5</sup> *Oslo Manual. The measurement of scientific and technological activities. Proposed guidelines for collecting and interpreting technological innovation data*, OECD, Paris 2005, s. 28–32.

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> J. Kot, *Foresight wiodących technologii województwa świętokrzyskiego w świetle jego struktury gospodarczej i poziomu innowacyjności. Gospodarka lokalna i regionalna w teorii i praktyce*, pod red. R. Broła, Prace Naukowe nr 46, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2009, s. 138.

<sup>8</sup> K. Koziół, *Modele polityki innowacyjnej w Unii Europejskiej*, w: *Innowacje w działalności przedsiębiorstwa w integracji z Unią Europejską*, pod red. W. Janasza, Warszawa 2005, s. 132.

<sup>9</sup> M. J. Radło, *Strategia Lizbońska a problemy gospodarcze Unii Europejskiej, Biała Księga 2004*, Polskie Forum Strategii Lizbońskiej, Gdańsk–Warszawa 2004, s. 16 i n.

poziom innowacyjności został uznany za główny czynnik osłabiający konkurencyjność gospodarki UE w porównaniu do innych światowych gospodarek.

Podniesieniu konkurencyjności gospodarki UE służyć miała Strategia Lizbońska<sup>10</sup>, a jej głównym celem, było uczynienie z UE do 2010 r. najbardziej konkurencyjnej gospodarki na świecie. Podstawą osiągnięcia tego celu miała być: gospodarka oparta na wiedzy, rozwój społeczeństwa informacyjnego, rozwój badań naukowych i innowacji.

W 2005 r. dynamika rozwoju gospodarki rynkowej okazała się wyższa niż przewidywano pięć lat wcześniej. Państwa członkowskie jednakże niejednolicie angażowały się w realizację Strategii Lizbońskiej. Pojawiła się potrzeba weryfikacji wizji rozwoju UE. W odnowionej w 2005 r. Strategii Lizbońskiej skoncentrowano się na dwóch głównych celach: wzroście gospodarczym i wzroście zatrudnienia. Priorytetami pozostały: rozwój wiedzy i innowacji, a kluczowym instrumentem finansowania tego rozwoju stała się polityka spójności.

Upłynęła dekada od przyjęcia Strategii Lizbońskiej jednak cel nie został osiągnięty. Wobec kolejnych wyzwań i pojawienia się nowych konkurentów, przyjęto nowy program rozwoju Wspólnoty „Europa 2020”<sup>11</sup>. Podobnie jak w Strategii Lizbońskiej, tak i w strategii Europa 2020 jedną z przewodnich inicjatyw pozostaje innowacyjność.

Unię Europejską pod względem innowacyjności wciąż dzieli dystans do Stanów Zjednoczonych i Japonii. Przewaga UE nad gospodarkami rozwijającymi się, takimi jak Indie i Rosja jest nadal znaczna, natomiast zmniejsza się dystans do Chin, które wzmocniają swoją pozycję w rankingach innowacyjności<sup>12</sup>.

Zjednoczoną Europę od światowych liderów innowacyjności dzielą największe opóźnienia w działaniach przedsiębiorstw, takich jak: wydatki firm na działalność badawczo-rozwojową i, w porównaniu z Japonią, liczba patentów. Dystans dzielący UE od jej konkurentów w sferze innowacji szybko się powiększa także w dziedzinie dochodów uzyskiwanych z zagranicy z tytułu licencji i patentów<sup>13</sup>.

Polska w UE pod względem poziomu innowacyjności gospodarki pozostaje na ostatnich miejscach. W porównaniu do lat ubiegłych, w przypadku niektórych wskaźników można zauważyć zmiany na lepsze, ale nie są to zmiany znaczące. Potwierdzają to wyniki ostatniego raportu *European Innovation Scoreboard 2010*<sup>14</sup>, publikowanego corocznie przez Komisję Europejską. Według danych tego raportu Polska zajmuje szóste miejsce od końca. W raporcie wyodrębniono 4 grupy państw. Do pierwszej grupy innowacji wchodzi: Szwecja, Dania, Finlandia i Niemcy. Druga grupa (innovations followers) obejmuje 10 krajów. Dziewięć krajów, w tym Polska zostało zaliczonych do trzeciej grupy tzw. moderate innovators; wskaźnik innowacyjności w tych państwach kształtuje się poniżej średniej unijnej. Ostatnią grupę (modest innovators) stanowią kraje, które dzieli największy dystans do liderów innowacyjności w UE. Jak wynika z rankingu słabością są polskie przedsiębiorstwa, a szczególnie ich mała aktywność w zakresie współpracy na rzecz innowacji, w zakresie wprowadzania nowych produktów na rynek, i niskie nakłady przedsiębiorstw na badania i rozwój. Dla przykładu firmy

<sup>10</sup> E. Czerwińska, *Strategia Lizbońska*, Kancelaria Sejmu Wydział Studiów i Ekspertyz, nr 1111, grudzień 2004.

<sup>11</sup> *Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*, KOM (2010) 2020 wersja ostateczna, Bruksela.

<sup>12</sup> *Innovation Union Scoreboard 2010. The Innovation Union's performance scoreboard for Research and Innovation*, February 2011, [www.proinno-europe.eu/inno-metrics/page/innovation-union-scoreboard-2010](http://www.proinno-europe.eu/inno-metrics/page/innovation-union-scoreboard-2010).

<sup>13</sup> *Zob. Background on innovation in Europe*, 4 February 2011, [www.ec.europa.eu/europe2020/pdf/innovation\\_background\\_en.pdf](http://www.ec.europa.eu/europe2020/pdf/innovation_background_en.pdf).

<sup>14</sup> *Innovation Union Scoreboard 2010. The Innovation Union's performance scoreboard for Research and Innovation*, February 2011, [www.proinno-europe.eu/inno-metrics/page/innovation-union-scoreboard-2010](http://www.proinno-europe.eu/inno-metrics/page/innovation-union-scoreboard-2010).

innowacyjne w Niemczech stanowią 72% ogółu przedsiębiorstw, w Polsce 22%. Wśród małych przedsiębiorstw (zatrudniających do 49 osób) w Polsce jest tylko 15% przedsiębiorstw innowacyjnych. Jest to wynik najgorszy w porównaniu z innymi krajami Europy<sup>15</sup>.

Jak wynika z raportu stan innowacyjności polskich przedsiębiorstw jest nadal niski. W tym miejscu rodzi się pytanie: dlaczego Polska w swojej grupie wyprzedza tylko Słowację? Dlaczego tak mała liczba przedsiębiorstw w Polsce to przedsiębiorstwa proinnowacyjne? Przyczyn takiego stanu rzeczy jest wiele. W literaturze podkreśla się, że na potencjał innowacyjny przedsiębiorstwa oddziałują zarówno czynniki wewnętrzne, jak i czynniki zewnętrzne. W sferze wewnętrznego potencjału innowacyjnego przedsiębiorstwa ważne są umiejętności gromadzenia zasobów rzeczowych, zbieranie informacji dotyczących najnowszych trendów technologicznych, wartościowanie informacji oraz podejmowanie decyzji. Czynnikiemami zewnętrznymi wpływającymi na potencjał innowacyjny przedsiębiorstwa są: rynek pracy, zasoby wiedzy technicznej w regionie, informacja naukowa, funkcjonowanie instytucji wspomagających przedsiębiorstwo w działaniu innowacyjnej<sup>16</sup>.

Wiele zależy też od istniejącego systemu innowacyjnego, który powinien uwzględniać specyficzne właściwości gospodarcze danego kraju czy regionu. System ten składa się z wielu czynników, rozwiązań instytucjonalnych. Obejmuje naukę, technologię, edukację i szkolenia, a także instytucje otoczenia biznesu, regionalną politykę innowacyjną i politykę państwa. System innowacyjny powinien przede wszystkim charakteryzować się współdziałaniem społeczności biznesowej, naukowej, rządowej i samorządowej.

W Polsce funkcjonuje wiele podmiotów, których celem jest instytucjonalne wsparcie dla przedsiębiorstw zainteresowanych działalnością innowacyjną. Do największych należy grupa usługodawców w ramach Krajowej Sieci Innowacji (KSI)<sup>17</sup>. Świadczenia usług dla przedsiębiorców w ramach KSI finansowane są przez Unię Europejską w ramach programu Innowacyjna Gospodarka. W systemie tym projekty proinnowacyjne realizują również izby przemysłowo-handlowe. Przykładem jest projekt KIGNET INNOWACJE<sup>18</sup> realizowany przez Krajową Izbę Gospodarczą, w którym uczestniczy dwunastu innych partnerów, w tym Wielkopolska Izba Przemysłowo-Handlowa<sup>19</sup>. Realizacja projektu trwa, trudno zatem ocenić rezultaty, a tym bardziej wpływ tych rezultatów na rozwój innowacyjny polskich przedsiębiorstw.

Elementem systemu innowacji w Polsce są Regionalne Strategie Innowacji<sup>20</sup>. Samorząd terytorialny na poziomie regionów ma do spełnienia istotną rolę w stymulowaniu procesów innowacyjnych, dostosowując politykę innowacyjną do regionalnych i lokalnych uwarunkowań. Każdy z 16 regionów w Polsce posiada regionalną strategię innowacji identyfikującą obszary, które mają kluczowe znaczenie dla rozwoju proinnowacyjnego regionu. Analiza dokumentów (Regionalnych Strategii Innowacji) wskazuje, że dla województw istotne jest wzmacnianie klastrów przemysłowych, usług wykorzystujących nowe technologie, wzmocnienie instytucji otoczenia biznesu. Województwa dostrzegają potrzebę aktywnego partnerstwa w realizacji polityki innowacyjnej, ale nie wyróżniają w tym zakresie samorządu gospodarczego (izb przemysłowo-handlowych), czyli samych przedsiębiorców najbardziej zainteresowanych innowacjami. Mimo rozbudowanego systemu instytucji wspierających

<sup>15</sup> *Innowacyjność 2010*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2010, s. 12.

<sup>16</sup> Zob. K. Poznańska, *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Warszawa 1998, s. 40–41.

<sup>17</sup> [http://ksu.parp.gov.pl/pl/oferta\\_ksu/porady\\_innowacyjne?first=Y](http://ksu.parp.gov.pl/pl/oferta_ksu/porady_innowacyjne?first=Y).

<sup>18</sup> <http://kignet.kig.pl/innowacje/>.

<sup>19</sup> <http://www.centrum.wiph.pl/>.

<sup>20</sup> Zob. A. Nowakowska, Z. Przygodzki, M. Sokołowicz, *Region w gospodarce opartej na wiedzy. Kapitał ludzki – innowacje – korporacje transnarodowe*, Warszawa 2011, s. 114 i n.

przedsiębiorstwa w regionach, poziom innowacyjności polskich przedsiębiorstw jest niezadowalający, o czym mowa wyżej.

W literaturze podkreśla się, że działalność wspierająca innowacyjność np. w regionach powinna być skoncentrowana w jednym lub dwóch podmiotach, nadmierne rozczłonkowanie prowadzi do dezorientacji potencjalnych zainteresowanych. Skutkuje niską efektywnością i często nakładającymi się zadaniami. Działania zaś przyjmują formę incydentalnych, przypadkowych działań a powinny mieć charakter systemowy i trwały.

Jednym z czynników ułatwiających podnoszenie zdolności przedsiębiorstw do kreowania i wprowadzania rozwiązań innowacyjnych jest współpraca, która może przybierać różne formy. Kooperacja potrzebna jest w głównej mierze małym i średnim przedsiębiorstwom, które nie są w stanie samodzielnie prowadzić działalności innowacyjnej. Ich potencjał innowacyjny, czyli zasoby materialne i niematerialne niezbędne do kreowania nowych rozwiązań są niewystarczające. Izby przemysłowo-handlowe, zrzeszające przedsiębiorców stanowią naturalną platformę współpracy podmiotów gospodarczych i mogą wspierać przedsiębiorców na różnych płaszczyznach ich działalności innowacyjnej. Działalność innowacyjna przedsiębiorstw składa się zazwyczaj z trzech etapów:

- 1) zbierania informacji, czyli badania rynku, jego wielkości, struktury nabywców oraz ich oczekiwań;
- 2) implikacji pozyskanych informacji w działalności B+R z podziałem na tworzenie zupełnych technologii i produktów, wykorzystaniem posiadanych technologii i produktów, wykorzystaniem posiadanych technologii w oferowaniu nowych produktów, modyfikacji technologii produkcji i sprzedaży aktualnych produktów na rynku;
- 3) wdrożenia przyjętych rozwiązań w działalności operacyjnej przedsiębiorstwa i mierzenia osiągniętych wyników<sup>21</sup>.

Na każdym tym etapie izby przemysłowo-handlowe jako instytucje publiczno-prawne mogłyby wspierać przedsiębiorców i zarazem koordynować politykę innowacyjną.

Obszarem, który wydaje się być niedoceniany jest kształtowanie postaw innowacyjnych przedsiębiorców; jest niedostateczne inspirowanie i wyzwalanie myśli innowacyjnej w środowisku społecznym przedsiębiorców. Rozbudzanie ducha innowacyjności jest istotnym wyzwaniem stojącym właśnie przed samorządem gospodarczym. W przedsiębiorstwach potrzebne są nowe koncepcje kształtowania procesów innowacyjnych. Kluczową rolę w tej sferze powinny odegrać izby przemysłowo-handlowe, czyli sami przedsiębiorcy. W literaturze podkreśla się, że w rozwoju innowacji dużą rolę odgrywają uwarunkowania kulturowe i społeczne, w szczególności jakość kapitału ludzkiego. W Konkluzjach Rady Europejskiej z 2008 r.<sup>22</sup> czytamy, że u podstaw innowacyjności leży kreatywność. Wyzwalać kreatywność może środowisko społeczne przedsiębiorców. Według E. Zielińskiego *środowisko społeczne przedsiębiorców stanowi całość kształtu społeczno-politycznych i ekonomicznych uwarunkowań działalności gospodarczej; tworzy ogół norm i obyczajów oraz cech swoistej grupy społecznej, w której dany przedsiębiorca wchodzi w układ wzajemnego oddziaływania*<sup>23</sup>. To oddziaływanie może mieć charakter wychowawczy, może kształtować osobowość, postawy i zachowania przedsię-

<sup>21</sup> P. Szczepankowski, *Zasoby innowacji w procesie kreowania wartości przedsiębiorstw*, w: *Podejście innowacyjne w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, pod red. R. Nowackiego, M. W. Staniewskiego, Warszawa 2010, s. 38.

<sup>22</sup> Konkluzje Rady i przedstawicieli rządów państw członkowskich zebranych w Radzie z dnia 22 maja 2008 r. w sprawie promowania kreatywności i innowacji przez kształcenie i szkolenie (2008/C 141/10), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:141:0017:0020:PL:PDF>.

<sup>23</sup> Zob. E. L. Zieliński, *Rola izb przemysłowo-handlowych w kształtowaniu środowiska społecznego przedsiębiorców*, w: *Samorząd w Polsce. Istota, formy, zadania*, pod red. S. Wykrętowicza, Poznań 2008, s. 323 i n.

biorców. Niewątpliwie takie środowisko tworzą izby przemysłowo-handlowe modelu francuskiego reprezentujące wszystkich przedsiębiorców. Jest to zadanie niezwykle ważne, bowiem, jak pokazują badania, polskich przedsiębiorców charakteryzuje niechęć do współpracy, tworzenia nowej wiedzy, lęk przed utratą tajemnicy, zlecenioborców itp.<sup>24</sup> Priorytetowym zadaniem, a nawet misją izb przemysłowo-handlowych powinno być stymulowanie rozwoju kapitału społecznego przez podnoszenie poziomu świadomości innowacyjnej przedsiębiorców – upowszechnianie wiedzy na temat innowacji i korzyści wynikających ze współpracy przedsiębiorstw z nauką. W rezultacie tych działań działalność innowacyjna przedsiębiorstw powinna stanowić filozofię zachowań przedsiębiorców w zmieniającym się otoczeniu. Tymczasem istniejące w Polsce izby modelu anglosaksońskiego obejmują zaledwie część środowiska społecznego przedsiębiorców; zaledwie 3% przedsiębiorstw jest zrzeszonych w izbach przemysłowo-handlowych w Polsce. Izby te nie mają legitymizacji do reprezentowania całego środowiska przedsiębiorców, bo funkcjonują jako podmioty prawa prywatnego, bez władztwa administracyjnego. Najprościej zmienić to i iść za wzorem Niemiec, Francji, czy II Rzeczypospolitej i przywrócić w Polsce francuski model izb samorządu gospodarczego – podmiotów prawa publicznego z obligatoryjnym członkostwem i władztwem administracyjnym. Tylko izby przemysłowo-handlowe jako podmioty zdecentralizowanej administracji państwowej mają status powszechny i obejmują całe środowisko przedsiębiorców.

Poważną barierą rozwoju kreatywności i w rezultacie innowacyjności jest także niedostosowanie do potrzeb rynku pracy system edukacyjny i niechęć do ustawicznego kształcenia. Innowacyjność zależy nie tylko od przedsiębiorców, ale też w dużym stopniu od potencjału intelektualnego i wiedzy ogółu pracowników przedsiębiorstw. Przedsiębiorcy za pośrednictwem izb przemysłowo-handlowych powinni również uczestniczyć w określaniu zakresu wiedzy i umiejętności niezbędnej absolwentowi, np. przez tworzenie autorskich programów nauczania, bądź wzorem Francji i Niemiec przez prowadzenie własnych szkół i uczelni. Obecnie izby przemysłowo-handlowe w Polsce mogą tylko uczestniczyć w przygotowywaniu programów nauczania lub postulować zmiany w tych programach, ale na zasadzie wyrażania niewiążącej opinii. Na prowadzenie własnych szkół, i uczelni samorząd gospodarczy nie ma delegacji ustawowej, nie ma odpowiednio wykwalifikowanych kadr, środków finansowych, możliwości lokalowych i technicznych.

Obszarem współpracy przedsiębiorstw, związanym z kreowaniem i dyfuzją wiedzy jest obszar prac badawczo rozwojowych. W Polsce uwidacznia się brak stałej współpracy izb przemysłowo-handlowych ze szkołami wyższymi i placówkami badawczymi chociażby w celu stałego dostępu przedsiębiorców do nowoczesnych rozwiązań z zakresu ekonomii, zarządzania i technologii czy wspólne prowadzenie projektów badawczo-rozwojowych. W rezultacie potencjał akademicki w Polsce jest niewykorzystany. W tej sferze rolę izb przemysłowo-handlowych powinno być też zarządzanie wiedzą polegające na systematycznych działaniach polegających na tworzeniu, wykorzystywaniu i upowszechnianiu wiedzy tak, by wyzwalała w przedsiębiorstwach kreatywność.

Kolejnym ważnym zadaniem izb przemysłowo-handlowych powinno być wspieranie przedsiębiorców w zakresie tworzenia i współdziałania w ramach tzw. sieci przedsiębiorstw, którą tworzy grupa przedsiębiorstw zorganizowanych wokół wspólnych działań, np. produktu<sup>25</sup>.

<sup>24</sup> Zob. E. Skawińska, *Kapitał społeczny jako podstawą rozwoju przedsiębiorczości i współpracy*, w: *Wielkopolskie rzemiosło między tradycją a nowoczesnością*, pod red. K. Bondyry, J. Sikory, Poznań 2008, s. 20.

<sup>25</sup> A. Sudolska, *Stan i potrzeba współpracy przedsiębiorstw w Polsce*, w: *Współpraca przedsiębiorstw w Polsce w procesie budowania ich potencjału innowacyjnego*, pod red. W. Popławskiego, A. Sudolskiej, M. Zastempowskiego, Toruń 2008, s. 107.

Jednym z rodzajów takich sieci są klastry, czyli *geograficzne skupiska wzajemnie powiązanych przedsiębiorstw, wyspecjalizowanych dostawców pokrewnych sektorowi, związanych z nimi wyspecjalizowanych instytucji, konkurujących między sobą, ale i współdziałających*<sup>26</sup>. Polska należy do krajów, w których tego typu inicjatywy nie znajdują większego zainteresowania wśród przedsiębiorców, ze względu na ich niski poziom zaufania społecznego, a także niechęć do członkostwa w stowarzyszeniach i zrzeszeniach. Podkreśla się, że bariery rozwoju klasteringu w Polsce mają przede wszystkim podłoże kulturowe<sup>27</sup>.

Izby przemysłowo-handlowe jako instytucje administracji publicznej, wyposażone we władztwo administracyjne, odpowiednie środki materialne i finansowe działania powinny mieć istotny wpływ na pomoc, doradztwo w wykorzystaniu zarówno czynników zewnętrznych, jak i wewnętrznych przedsiębiorstwa, być siłą napędową podejmowania aktywności innowacyjnej. W ujęciu M. Haffera otoczenie instytucjonalne, w tym instytucje wspierania biznesu stanowią integralny element modelu zarządzania innowacjami w przedsiębiorstwie<sup>28</sup>. To właśnie otoczenie instytucjonalne ma najważniejszy wpływ na kwestie związane z potrzebami dotyczącymi kreowania i wdrażania innowacji, a także potrzebami w zakresie budowy potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw.

Społeczny potencjał drzemiący w izbach przemysłowo-handlowych modelu francuskiego dostrzegły już w przeszłości Niemcy. Dzięki zaangażowaniu przedsiębiorców w realizację polityki gospodarczej państwa, Niemcy przyspieszyły swój postęp przemysłowo-techniczny i zdystansowały w końcu XX w. Anglię. Tym kierowały się również polskie koła gospodarcze po odzyskaniu przez Polskę niepodległości w 1918 r. Przykładem sukcesu może być Gdynia i Centralny Okręg Przemysłowy, fabryki produkujące nawozy sztuczne, rozwój szkolnictwa wyższego, które prowadzone było również przez izby przemysłowo-handlowe m.in. w Poznaniu. Wiele przykładów zaangażowania izb przemysłowo-handlowych w rozwój innowacyjności można odnaleźć we współczesnej Europie, szczególnie w Niemczech, Francji i we Włoszech.

Pojawia się zatem kolejne pytanie: dlaczego w Polsce izby przemysłowo-handlowe nadal funkcjonują jako podmioty prawa prywatnego i nie są znaczącym partnerem w realizacji polityki innowacyjnej? Jak wspomniano jest przecież wiele obszarów, w których izby mogą permanentnie, a nie tylko doraźnie uczestniczyć w systemie wsparcia innowacyjności przedsiębiorstw. Podkreślić należy, że większość usług proinnowacyjnych w Polsce realizowanych także przez izby przemysłowo-handlowe ma charakter doraźnych projektów, które finansuje Unia Europejska. Jaka jest alternatywa na przyszłość, kiedy fundusze unijne będą ograniczone? Uwagę zwrócić należy również na efektywność funkcjonującego w Polsce systemu wspierania innowacji, o czym świadczą rankingi innowacyjności.

\* \* \*

Rozwój innowacyjności leży w żywotnym interesie wszystkich państw Wspólnoty. W związku z tym wszystkie kraje muszą wnieść odpowiedni wkład w realizację polityki innowacyjnej

<sup>26</sup> Zob. K. Kubiak, *Rola organizacji przedsiębiorców w rozwijaniu innowacyjnych klastrów*, w: *Partnerstwo dla innowacji*, pod red. B. Piasecki, K. Kubiak, Łódź 2009.

<sup>27</sup> Por. M. Szyszka-Wierzbička, *Klastry w teorii ekonomii i w praktyce gospodarczej Polski*, Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej, „Organizacja i Zarządzanie” 2007, nr 49, s. 151.

<sup>28</sup> M. Haffer, *Innowacyjność i potrzeby proinnowacyjne przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego*, Toruń 2004, s. 3–8.

UE. Tymczasem jest inaczej; Polska jest beneficjentem postępu cywilizacyjnego innych państw europejskich – do UE wnosi zaś niewiele. Tymczasem pozycję Polski w UE będzie określać jej realny wkład w rozwój UE.

W gospodarce polskiej ukryte są potężne rezerwy gospodarcze i społeczne, które wyzwolić mogą tylko bezpośrednio zainteresowani, czyli sami przedsiębiorcy. W obecnym systemie prawnym odpowiedzialny za tworzenie warunków życia gospodarczego, w tym za politykę innowacyjności są administracja rządowa i samorząd terytorialny. Natomiast w niewielkim stopniu wpływ na rozwój życia gospodarczego, na innowacyjność i konkurencyjność gospodarki ma samorząd gospodarczy. W rezultacie ogromny potencjał wiedzy i doświadczenia najbardziej kompetentnego w sprawach gospodarczych czynnika obywatelskiego – przedsiębiorców nie jest w Polsce w pełni wykorzystywany.

Potrzebne są zatem izby przemysłowo-handlowe jako podmioty zdecentralizowanej administracji publicznej. Izby te z jednej strony byłyby reprezentantami interesów środowiska biznesowego, z drugiej strony pełniłyby funkcje publiczne w imieniu państwa, m.in. w zakresie polityki innowacyjnej.

Izby przemysłowo-handlowe jako samorząd powszechny, posiadający legitymacje do reprezentowania wszystkich przedsiębiorców powinny stać się płaszczyzną wymiany wiedzy i doświadczeń oraz platformą nawiązywania i utrzymywania współpracy podmiotów zajmujących się kreowaniem i udostępnianiem rozwiązań innowacyjnych i tych zainteresowanych ich wykorzystaniem, czyli przedsiębiorców. Priorytetami w działaniach izb przemysłowo-handlowych powinno być wspieranie możliwości innowacyjnych firm, zwiększenie informacji o możliwościach finansowania działalności innowacyjnej, tworzenie klastrów, waloryzacja badań naukowych, budowa sieci przedsiębiorstw chcących podjąć kooperację w dziedzinie innowacji.

W Polsce nie ma jak dotąd instytucji umocowanej w systemie, pełniącej rolę łącznika między biznesem a nauką, stanowiącą naturalną platformę współpracy przedsiębiorców. Jeśli ten stan rzeczy się nie zmieni, Polska nadal będzie w grupie państw o najgorszych wskaźnikach innowacyjności gospodarki.

---

## Summary

### **The activity of the chambers of commerce and industry to promote the innovativeness of Polish businesses**

In a knowledge-based economy innovativeness is among the most significant factors that are decisive for the competitiveness of modern businesses. EU member states undertake numerous activities to support the innovativeness of their businesses and to reduce the distance between them and the global leaders of innovativeness. In Poland only a small proportion of businesses run innovative activities and the level of innovativeness of the economy significantly differs from that of the majority of EU states. Stimulating an enterprise's innovative potential is significantly influenced by cooperation and connections with the institutions of the business environment. The institutions supporting the innovative activity of businesses in Poland are not fit to meet their needs. At the same time the civil factor, namely the entrepreneurs, is not taken advantage of. Their role in business life can be strengthened by the chambers of commerce and industry – the institutions of public law that represent all entrepreneurs and which are competent to participate in the shaping and implementation of policies to promote the innovativeness of the state and its regions.