



Projekt badania potrzeb firm – proces przedsiębiorczego odkrywania

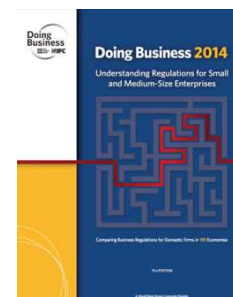
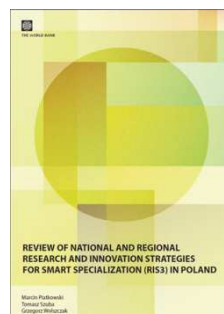
Tomasz Szuba
(tszuba@worldbank.org)

Szczecin, 6 listopada 2014 r.

Plan prezentacji

1	Wstęp
2	Kontekst
3	Analiza potrzeb firm: PPO
4	Podsumowanie

Bank Światowy w Polsce: czym jesteśmy i co robimy?



Maj 2012 r.

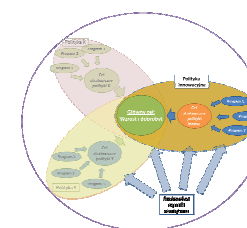
Przewodnik Strategii Badań i Innowacji na rzecz inteligentnej specjalizacji (RIS 3)

Europe Direct odpowiada na pytania dotyczące Unii Europejskiej.
Europejska sieć informacyjna
00 800 6 7 8 9 10 11
Tłumaczenie: Centrum Europejskie w Warszawie (CEW) w ramach projektu "Europejska sieć informacyjna".
Wszystkie informacje na temat Unii Europejskiej, w tym o jej politykach i programach, są dostępne w języku polskim na stronie internetowej: www.europa.eu
Lubuska: ul. 1 Maja 100, 65-001 Zielona Góra, 2012
ISBN: 978-83-7618-111-1
© 2012 CEW
Wszystkie prawa zastrzeżone. Wszelkie prawa zastrzeżone. Wszelkie prawa zastrzeżone. Wszelkie prawa zastrzeżone.

TRANSLACJA SPRAWOWANA ZE ŚRODKÓW WŁASNYCH
BANKU ŚWIATOWEGO - KWIECIEŃ 2013
OBOWIĄZUJĄCA OFICJALNIE JEST WERSJA ANGIELSKA.



Założenia dla koordynacji systemu monitoringu i ewaluacji (M&E) dla strategii badań i innowacji na rzecz inteligentnej specjalizacji (RIS3) w Polsce



Wrocław 2014

1	Wstęp
2	Kontekst
3	Analiza potrzeb firm: PPO
4	Podsumowanie

Istnieją 3 stany rzeczy.....



**Donald Rumsfeld –
administracja prezydencka G.W.
Busha**

Known knowns;
sprawy, o których wiemy,
że wiemy.

Known unknowns;
sprawy, o których wiemy,
że nie wiemy.

Unknown unknowns;
sprawy, o których nie
wiemy, że nie wiemy.

Known knowns: doganiamy świat Zachodu, ale.....

Przez 500 lat byliśmy na europejskich peryferiach, „niewolnictwo pańszczyźniane” nie pozwalało na rozwój. Teraz w ciągu 25 lat nadrobiliśmy dystans do Zachodu

– mówi Marcin Piątkowski, ekspert Banku Światowego.

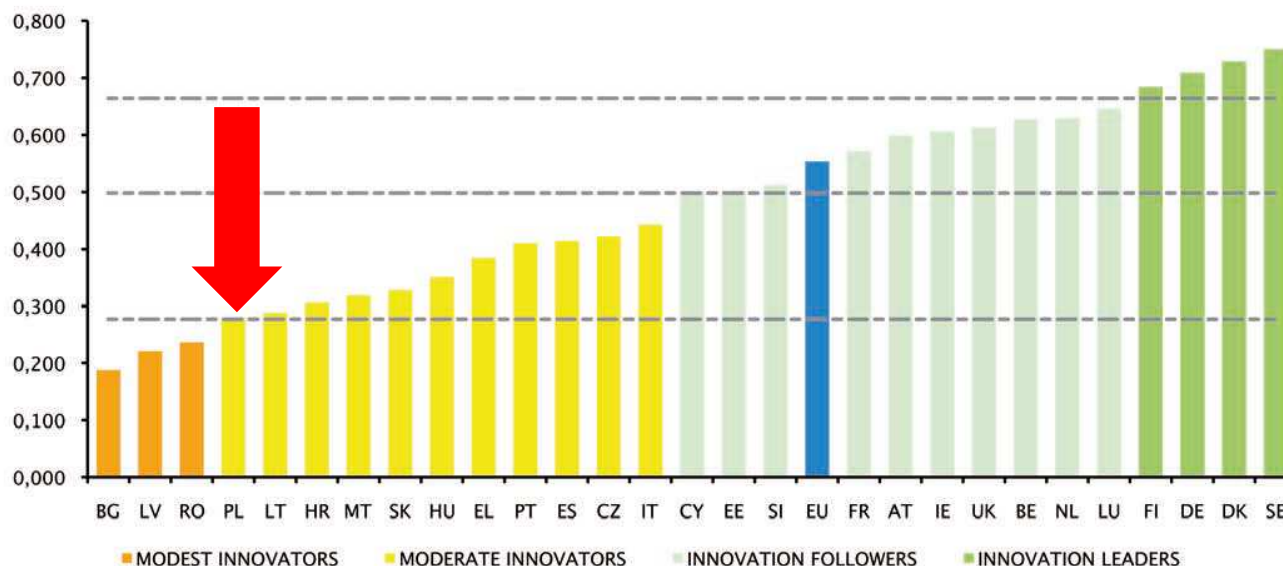


JAK WRÓCIŁIŚMY DO EUROPY



....ale sporo do nadrobienia

1. Ostatnia tak hojna perspektywa finansowa UE.
2. Polska w ogonie innowacyjności w Europie.
3. Zmiana paradygmatu z wydawania/absorpcji na inwestowanie.
4. RIS3, inteligentne specjalizacje, proces przedsiębiorczego odkrywania, warunkowość ex ante, TO1-3
5. Nie spełniamy warunkowości ex ante.



Known unknowns: wiemy, że nie wiemy?

1. Czy jesteśmy dobrze przygotowani do nowej perspektywy i czy dobrze rozumiemy oczekiwania KE?

- Warunkowość ex ante
- Uwagi do RPO

RIS3:

zintegrowana, wynikająca ze **specyfiki miejsca** agenda zmian, która przyczynia się do 5 ważnych działań:

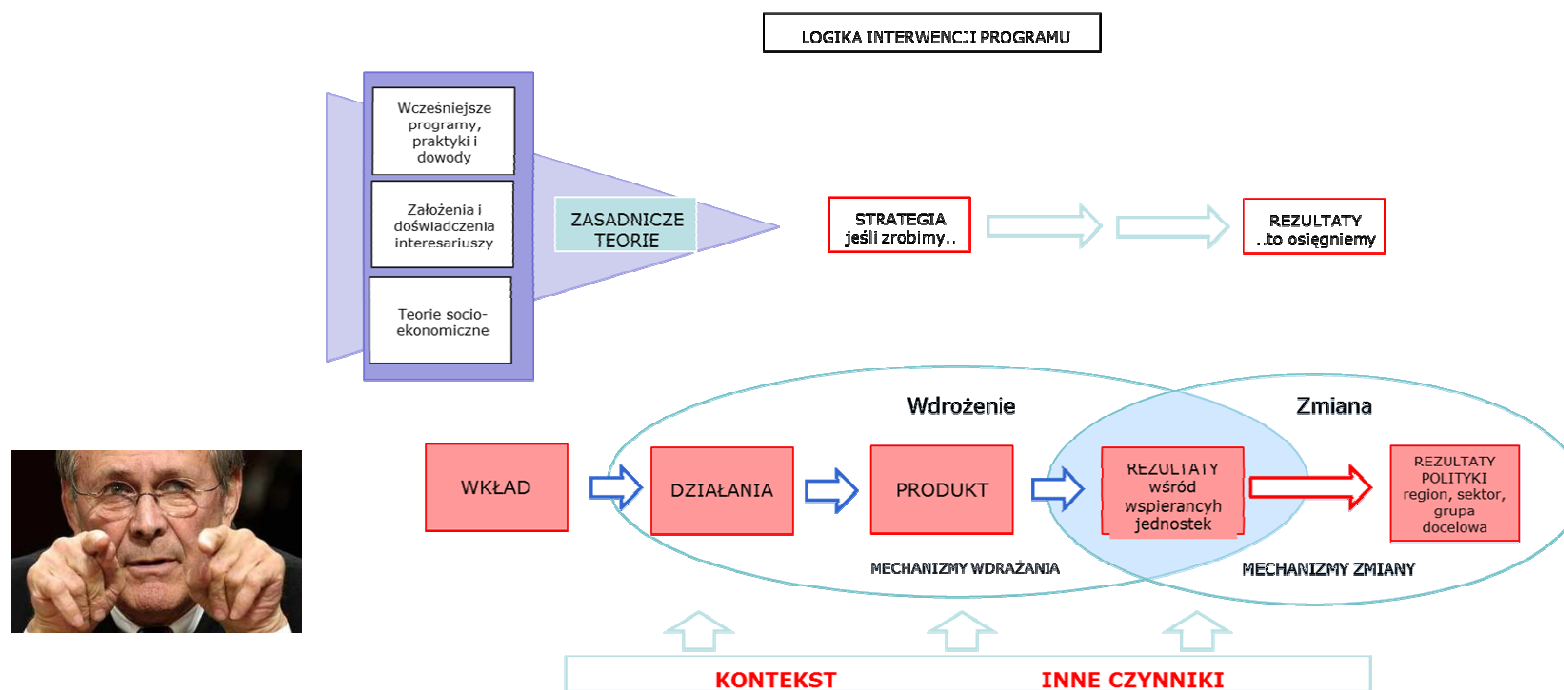
1. **Koncentruje wsparcie** (w tym inwestycje) na **kluczowych priorytetach**, wyzwaniach i **potrzebach rozwoju** opartego na wiedzy, w tym kwestii ICT;
2. Czerpie z regionalnych **silnych stron**, przewag konkurencyjnych i potencjału rozwojowego;
3. Wspiera technologiczne oraz nietechnologiczne **innowacje**, skupiając się na stymulowaniu **prywatnych inwestycji**;
4. W pełni angażuje **interesariuszy**, zachęcając do innowacyjności i eksperymentów;
5. Jest **oparta na dowodach** i zawiera efektywny system **monitoringu i ewaluacji**.



Known unknowns: wiemy, że nie wiemy?

2. Czy mamy dobrze przemyślaną logikę interwencji publicznej?

- Kogo?
- Jak?
- Dlaczego?
- Jaki efekt?



DYGRESJA: kogo wspierać? (KE mówi o byciu selektywnym)

1. „Mały biznes jest kręgosłupem naszej gospodarki”:
B. Obama (2010)



2. „Nowe firmy to krwiobieg zdrowej gospodarki”:
D. Cameron (2013)



DYGRESJA cd.: high growth firms (HGF)&high impact firms – w poszukiwaniu efektów/Rol



WORLD BANK GROUP

TEST WIEDZY OGÓLNEJ:

PYTANIE	A	B	C
1. Jaki % firm w regionie odpowiedzialny jest za tworzenie nowych miejsc pracy i wzrost przychodów?	1%-6%	10%-30%	40%-60%
2. Czy zwiększenie liczby start-upów przelożyło się na zwiększenie liczby HGF?	TAK	NIE	BEZ ZNACZENIA
3. Czy zainwestowany 1 EUR lub 1 godzina czasu w tworzenie dodatkowej/nowej firmy to rozwiązanie lepsze/gorsze niż zainwestowanie 1 EUR/1 godziny w ekspansję już istniejącej firmy?	LEPSZE	GORSZE	BEZ ZNACZENIA
4. HGFy to zazwyczaj firmy mające.....	1-2 lata	3-10 lat	15-30 lat
5. HGFy występują zwykle w następujących sektorach:	ICT, life science	Budownictwo, żywność	
6. Dopasuj liczbę firm zatrudniających poniżej 10 pracowników w gospodarce do grupy krajów: 40%, 20%, 95.6%	Grecja, Meksyk, Hiszpania, Portugalia, Włochy	Niemcy, Szwajcaria, Nowa Zelandia, UK	Polska
7. MSP to zazwyczaj firmy, które nie urosną – przez cały okres swojej egzystencji pozostaną MSP	PRAWDA	FAŁSZ	

Known unknowns: wiemy, że nie wiemy?

3. Jak żyć Panie Premierze, jak żyć po 2022?



Unknown unknowns: nie wiemy, że nie wiemy

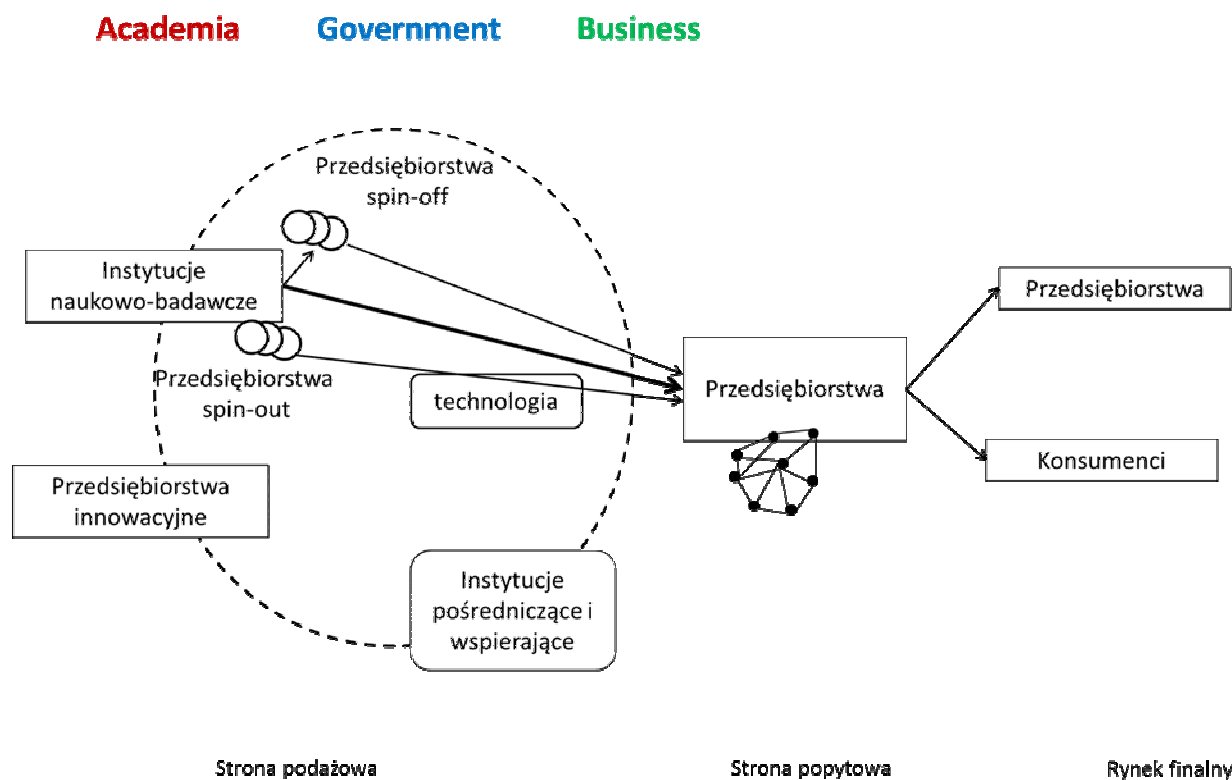


1	Wstęp
2	Kontekst
3	Analiza potrzeb firm: PPO
4	Podsumowanie

Praktyczny test na to czy spełniony jest warunek PPO?

- 1. Do ilu prezesów firm macie administracyjno bezpośredni kontakt?**
- 2. Ilu prezesów odbierze od Was telefon i/lub odpowie na maila?**
- 3. Z iloma przedsiębiorcami spotkał się w ostatnim kwartale Marszałek?**
- 4. Jaki macie pomysł na aktywne i rzeczywiste zaangażowanie przedsiębiorców w kształtowanie polityki innowacyjnej?**
- 5. Operacja osoby sparaliżowanej – czy to już jest pomysł na biznes?**

Czym jest a czym nie jest nasz projekt?



Cele projektu

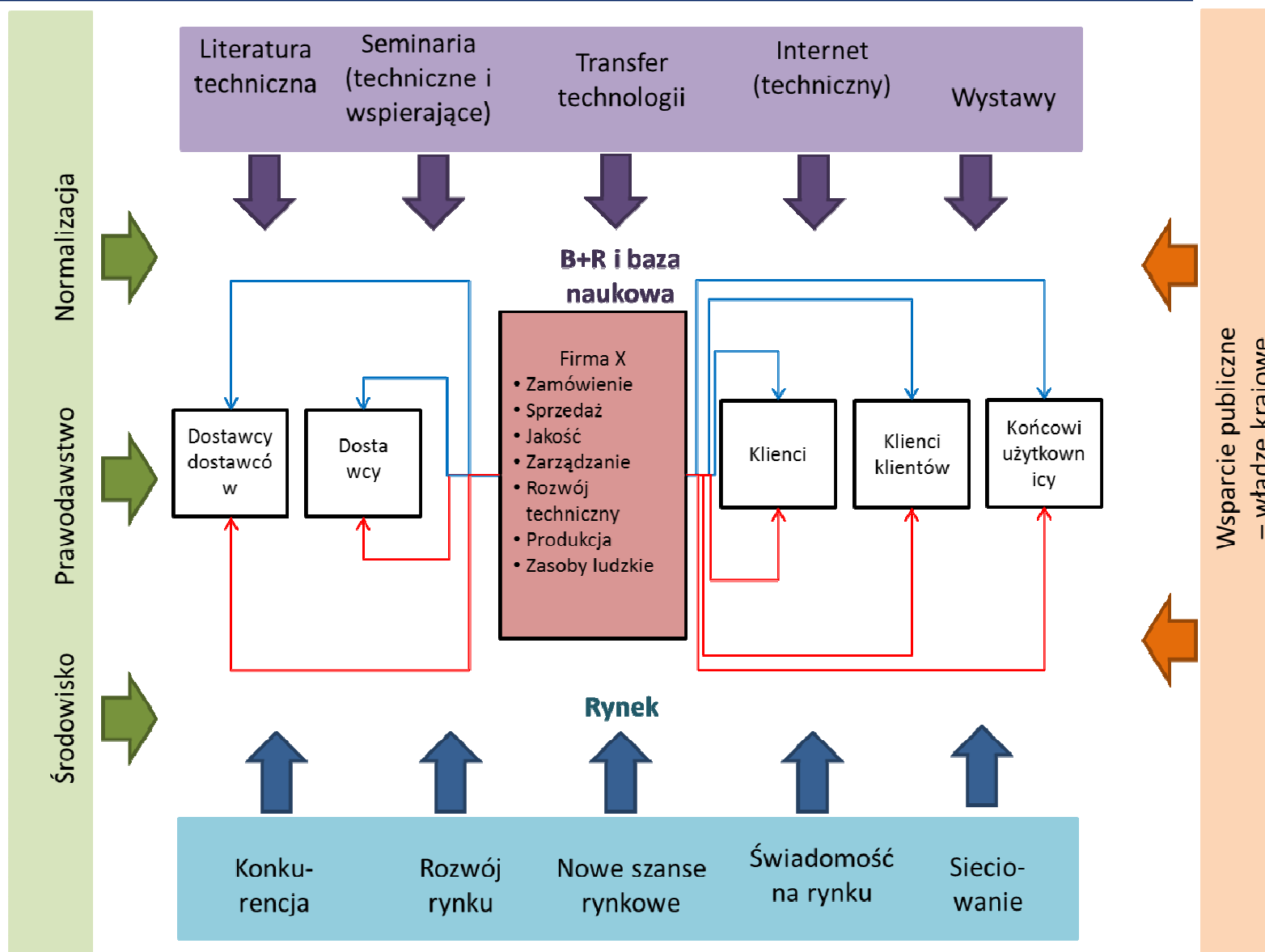
- Cel 1: Ocena potrzeb przedsiębiorstw w zakresie podnoszenia innowacyjności oraz ich potencjału rozwojowego.
- Cel 2: Pomoc w dopełnieniu warunków wstępnych wyznaczonych przez KE w odniesieniu do PPO.
- Cel 3: Wzmocnienie potencjału instytucji otoczenia biznesu w celu zapewnienia ciągłości PPO.

różnica między „needs” (potrzeby) a „demands” (roszczenia)

Firma X

- Zamówienie
- Sprzedaż
- Jakość
- Zarządzanie
- Rozwój techniczny
- Produkcja
- Zasoby ludzkie

Potrzeby firm – metodologia cd.



Rozmowy z prezesami firm

 Company's Innovation Strategy Page 4 of 13																	
Company's strategy	Reactive (Company responds to needs for changes) ☐ Yes = 1 / No = 0																
	Proactive (Company responds to needs for changes and seeks to identify additional benefits/market advantage) ☐ Yes = 1 / No = 0																
	Pre-emptive (Company has prior knowledge of the needs for changes and has implemented the optimum responses) ☐ Yes																
Type of innovation Frequency 1-5	<table border="1"> <tr> <td>Product</td> <td>☐</td> <td>Process</td> <td>☐</td> <td>Marketing</td> <td>☐</td> <td>Organisational</td> <td>☐</td> </tr> <tr> <td></td> <td>☐</td> <td></td> <td>☐</td> <td></td> <td>☐</td> <td></td> <td>☐</td> </tr> </table>	Product	☐	Process	☐	Marketing	☐	Organisational	☐		☐		☐		☐		☐
Product	☐	Process	☐	Marketing	☐	Organisational	☐										
	☐		☐		☐		☐										
Nb of innovation projects that have been developed during the past 3 years																	
Manager's vision	In your estimation, are you able to solve innovation matters sufficiently quickly ? Yes / No ☐ Do you feel comfortable taking risky decisions (1-5) Very comfortable - Very Uncomfortable ☐																
Welcome page Frequency between 1-never to 5-frequently Quote 0 if the question is not relevant																	

 Company's Innovation & growth potential Page 5 of 13	
Customer knowledge	Customers database (Yes / no) ☐
	Long term customers (more than 5 years working with / total number of customers) 0-20% / 21-40% / 41-60% / 61-80% / 81-100% ☐
	Do you spend resources to collect information about your existing customers or potential customers ? (Yes / No) ☐
Supplier knowledge	your suppliers to subcontract your R&D activities ? ☐ (Yes / No) ☐ (Amount €) ☐
	Number of suppliers ☐
	Do you spend resources to collect information about your existing or potential suppliers ? (Yes / No) ☐ Yes ☐
Competitions knowledge	Do you spend resources to collect information about your competitors ? (Yes / No) ☐
	How often do you develop partnership with yours competitors ? (From 1 - Never to 5 frequently) ☐
	Gain new market ☐
	Influence market price (suppliers or customers) ☐
	R&D / Technical development ☐
Develop export activities ☐	
Welcome page	

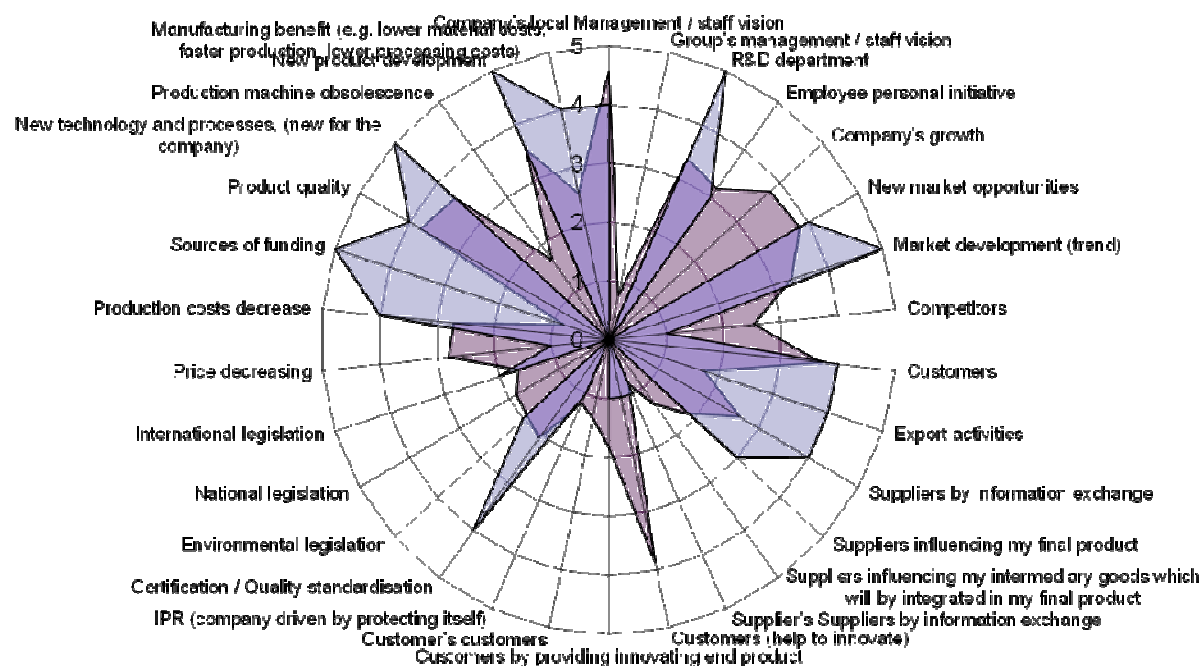
Przykładowa ilustracja wyników rozmowy (dla firm)

■ Ideal score
■ Company score

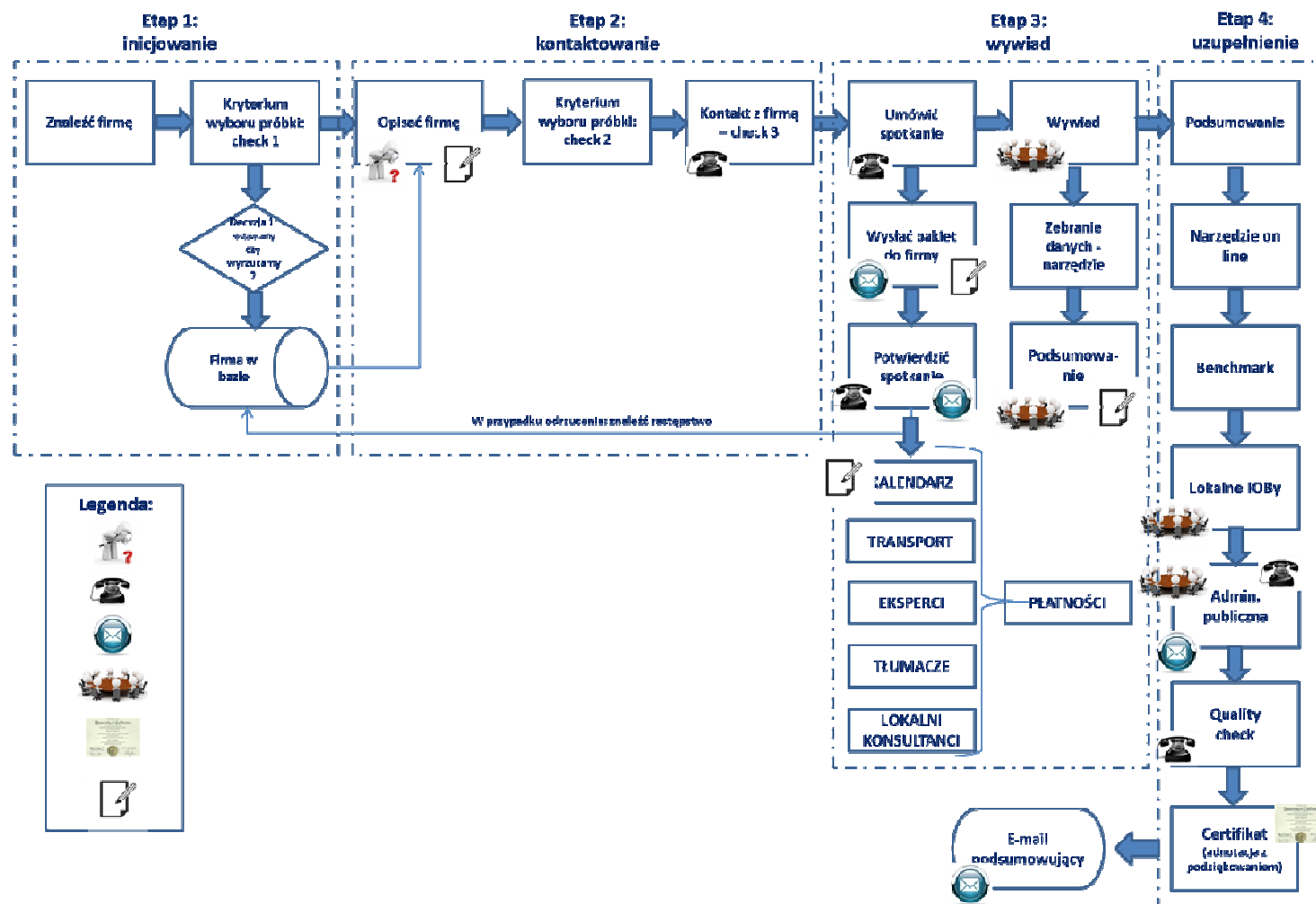


Company's drivers of innovation

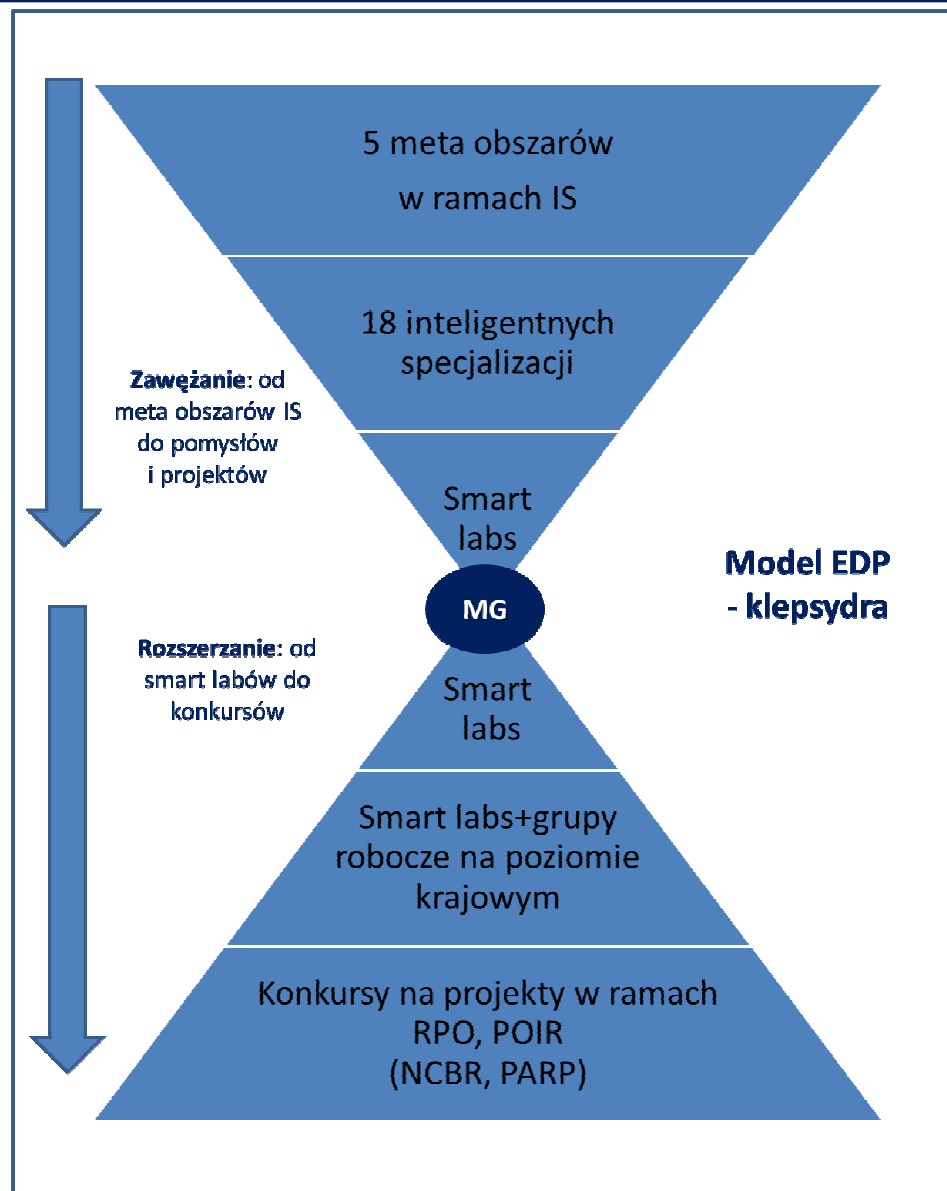
EXAMPLE



Logistyka



W jakim kierunku chcemy pójść?



Korzyści z udziału w projekcie

IOBy:

1. Przeszkolenie wybranej liczby konsultantów/pracowników danego IOB;
2. Przekazanie narzędzia informatycznego do analizy i porównania;
3. Szkolenie trenerów;
4. Potwierdzenie wsparcia Banku Światowego;
5. Referencje.
6. Możliwość umieszczenia logo WB na stronie z informacją o projekcie.
7. Dopasowanie oferty IOBów do potrzeb firm;

FIRMY:

1. Doradztwo gospodarcze: motory wzrostu i czynniki blokujące wzrost w firmie;
2. Określenie obszarów do wzmocnienia w firmie;
3. Tworzenie „mapy drogowej” innowacyjności w firmie;
4. Przekazanie narzędzia IT do benchmarku;
5. Lepsze profilowanie polityki innowacyjnej;
6. Budowanie zaufania między biznesem, administracją publiczną oraz instytucjami otoczenia biznesu;
7. Pisemne potwierdzenie udziału firmy w projekcie.

Niektóre z „produktów” projektu

TWARDE	MIĘKKIE
- Dowody (evidence-based) - Analiza potrzeb (nie roszczeń) i pokazanie jak połączyć je z interwencją publiczną - Docelowe grupy wsparcia - Przekazanie wiedzy i narzędzia: przeszkoleni konsultanci - Zbudowanie bazy przedsiębiorców – do wykorzystania w przedsiębiorczym odkrywaniu - Analiza potencjału inteligentnych specjalizacji - Luka między potrzebami firm a ofertą IOB	- Budowanie zaufania między kluczowymi graczami w regionie i na poziomie krajowym - Przekonanie niektórych firm do tego, żeby rozwijały się na bazie innowacyjności - Wsparcie procesu przedsiębiorczego odkrywania - Poszukiwanie synergii między poziomem krajowym a regionalnymi w kontekście wsparcia inteligentnych specjalizacji
CO DALEJ? ➔ Inteligentne fundusze Inteligentna administracja Inteligentny system wsparcia	

Pierwsze wstępne wniosko-pytania podsumowujące

FIRMY	ADMINISTRACJA	IOBy
1. Oblężona twierdza – czy jesteśmy wystarczająco otwarci? 2. Czy wiemy co i jak chcemy robić (plan, strategia)? 3. Czy mamy wystarczający apetyt na sukces? 4. Czy mamy pomysł na to jak wejść na półkę wyżej (sukcesja, mikrozarządz.)? 5. Czy wiemy co robić ze środkami?	1. Czy znamy swoich klientów? 2. Czy mądrze rozmawiamy z firmami (indywidualnie, roszczenia/potrzeby)? 3. Czy wiemy gdzie chcemy być za 10-15-20 lat? (wizja, inteligentna specjalizacja) 4. Kto do kogo przychodzi? 5. Czy mamy silnego przywódcę/lidera? 6. Czy rzeczywiście inwestujemy? (ROI) 7. Czy wiemy jak zachęcić firmy do prywatnych inwestycji W RDI? 8. Czy wiemy jak podzielić „tort”?	1. Czy jesteśmy dopasowani do wyrafinowanych potrzeb firm (np. mentoring, VC)? 2. Kto do kogo przychodzi? 3. Czy znamy swoją grupę wsparcia? 4. Czy IOBy tworzą spójny system wsparcia? PIRAMIDA 5. Czy mamy wystarczającą wiedzę? 6. Jak przejść z prostych instrumentów na bardziej wyrafinowane?



Wniosko-pytania podsumowujące: przykładowa typologia firm

CAMPEONES



ŚPIĄCE
KRÓLEWNY



SZCZĘŚLIWE
KRÓLICZKI



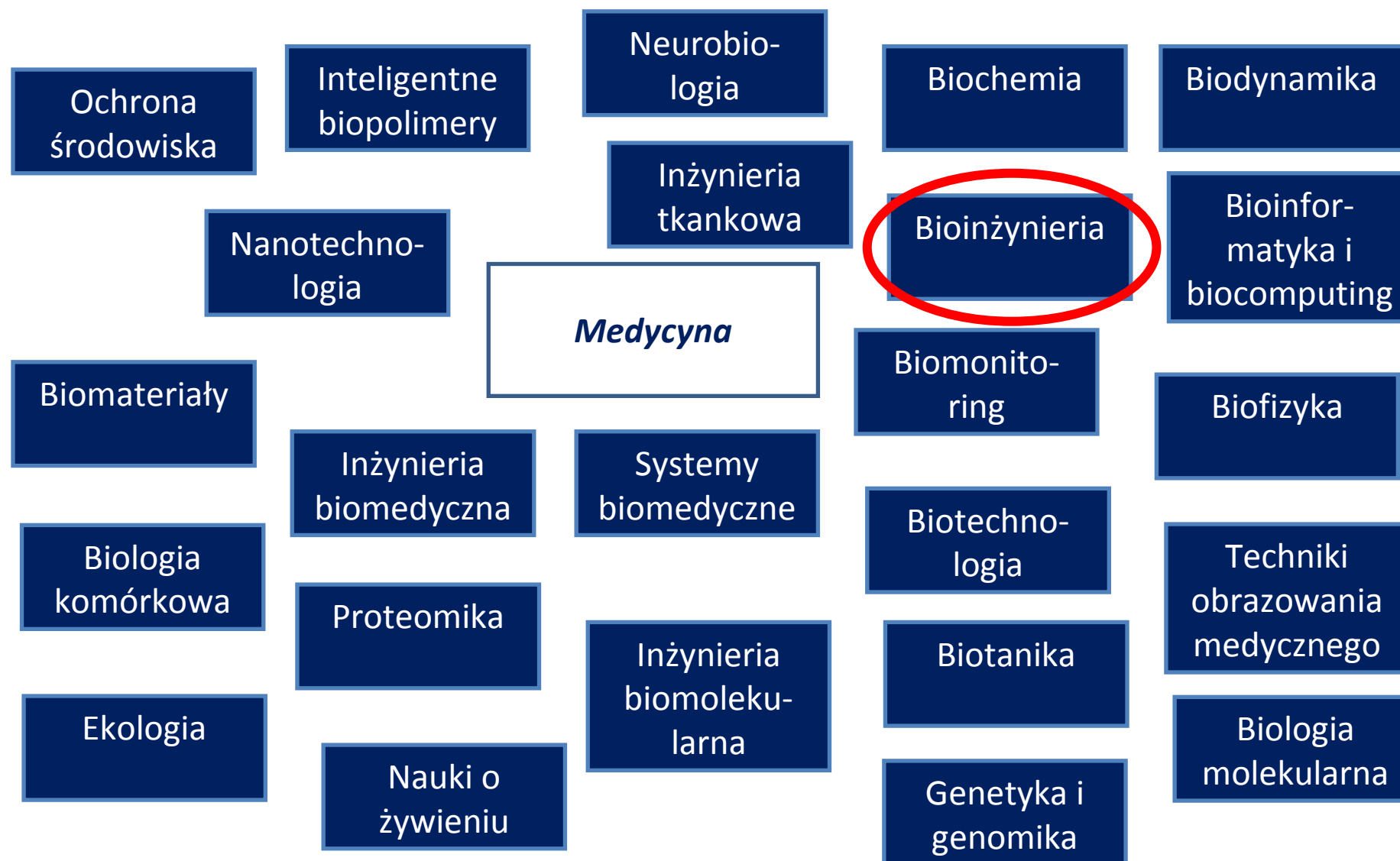
SCHYŁKOWI



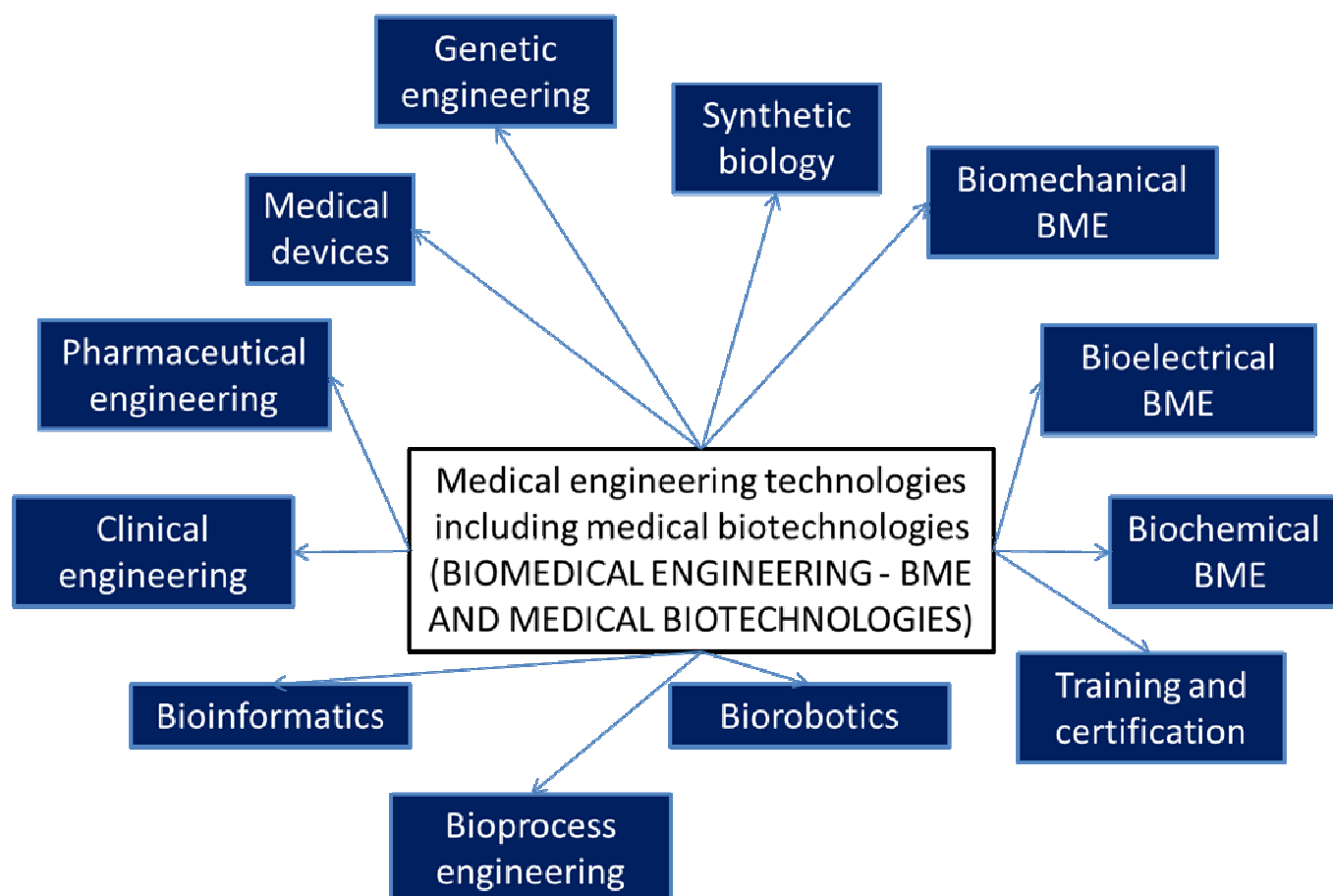
DYGRESJA: potrzeby firm a wybór inteligentnych specjalizacji

Medycyna

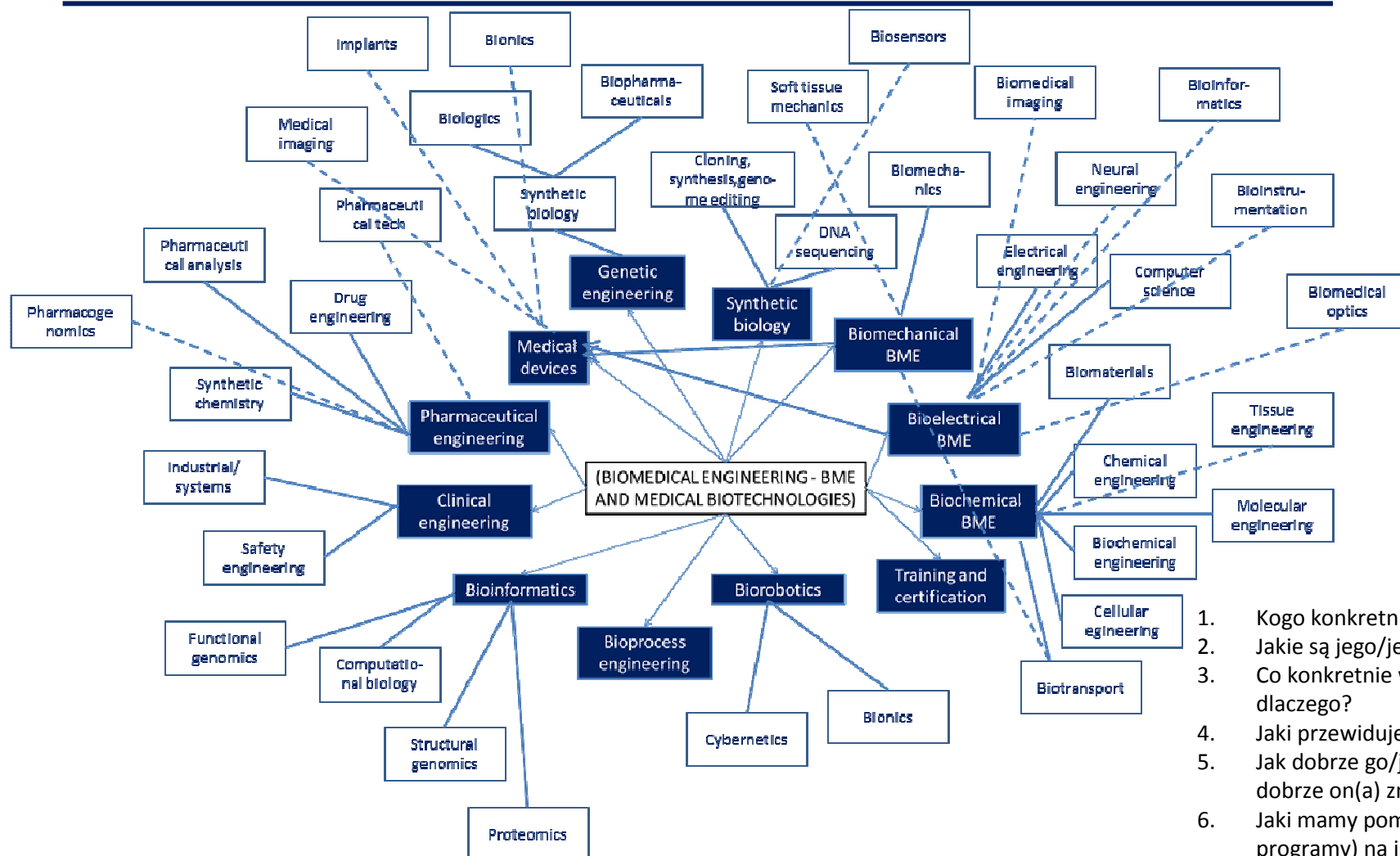
DYGRESJA: potrzeby firm a wybór inteligentnych specjalizacji – cd.



Potrzeby firm a wybór inteligentnych specjalizacji - cd.



Potrzeby firm a wybór inteligentnych specjalizacji - cd.



1. Kogo konkretnie wspieramy?
2. Jakie są jego/jej potrzeby?
3. Co konkretnie wspieramy i dlaczego?
4. Jaki przewidujemy efekt?
5. Jak dobrze go/ją znamy i jak dobrze on(a) zna nas?
6. Jaki mamy pomysł (narzędzia, programy) na jego/jej wsparcie?
7. Jak możemy Ci pomóc „drogi klientie”?

1	Wstęp
2	Kontekst
3	Analiza potrzeb firm: PPO
4	Podsumowanie

Rola przedsiębiorstw w polityce innowacji: firmocentryzm



**PRZEDSIĘBIORCA
I FIRMA +
POTRZEBY**

Rola przedsiębiorstw w polityce innowacji cd. – praktyczny wymiar



Wśród obowiązków określonych przez KE:

A. POBUDZANIE B+R

Biznes powinien być liderem konsorcjów i powinien definiować cele/plany programów B+R

B. PODNOSZENIE POTENCJAŁU PRZEDSIĘBIORSTW DO TWORZENIA INNOWACJI

Rolą instytucji otoczenia biznesu (IOB/B+R) jest dostosowanie swojej oferty do popytu i potrzeb firm

Dziękuję!