

ROZWÓJ WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO
RÓŻNICE REGIONALNE I PODREGIONALNE

INNOWACJE I INTERNACJONALIZACJA W WOJEWÓDZTWIE
MAZOWIECKIM

JULITA MAJCYK

KATARZYNA MODRZEJEWSKA

Seria ROZWÓJ WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO. RÓŻNICE REGIONALNE I PODREGIONALNE prezentuje analizy pomocnicze i dokumenty robocze wykonane w związku z pracami badawczymi prowadzonymi w ramach projektu „Zrównoważony rozwój województwa mazowieckiego w nowym układzie jednostek NUTS2 i NUTS3. Poziom metropolitalny, regionalny i podregionalny”.

Projekt był realizowany w latach 2019-2020 przez Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego, Szkołę Główną Handlową oraz Politechnikę Warszawską i finansowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju.

ISBN 978-83-967581-8-7
DOI 10.32062/20230406

Politechnika Warszawska
Centrum Zarządzania Innowacjami i Transferem Technologii
Warszawa, 2023



SPIS TREŚCI

INNOWACJE I INTERNACJONALIZACJA W WOJEWÓDZTWIE MAZOWIECKIM	4
1. CZYM SĄ INNOWACJE?	4
2. MAZOWIECKA STRUKTURA PRZEDSIĘBIORSTW INNOWACYJNYCH	6
3. INTERNACJONALIZACJA REGIONU	8
4. WSPÓŁPRACA MIĘDZYORGANIZACYJNA – PRZEGLĄD INSTRUMENTÓW WSPARCIA	13
O AUTORKACH	18

INNOWACJE I INTERNACJONALIZACJA W WOJEWÓDZTWIE MAZOWIECKIM

JULITA MAJCZYK¹

KATARZYNA MODRZEJEWSKA²

Mechanizmy budowy innowacyjności i konkurencyjności oraz wspomaganie sprawności rynków innowacji wpisują się w potrzebę zrównoważonego rozwoju rynków - w tym w szczególności w odniesieniu do wzmacniania procesów dyfuzji innowacji, technologii i wiedzy w ramach województwa. Regionalny System Innowacji tworzą organizacje i instytucje, których celem jest wzrost poziomu innowacyjności w regionie poprzez wspieranie potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw. W rozdziale zaprezentowane różne wyniki badań zastanych związanych internacjonalizacją oraz współpracą międzynarodową w kontekście systemu wsparcia rozwoju innowacji na Mazowszu. Przedstawione zostaną zagadania innowacji, wpływu poszczególnych czynników na rozwój i innowacyjność przedsiębiorstw. Dokonany zostanie również przegląd instrumentów wsparcia procesów innowacyjnych, podmiotów uczestniczących we wzroście potencjału innowacyjnego regionu.

1. CZYM SĄ INNOWACJE?

Innowacje wiążące się zarówno ze zmianami technologicznymi, wynalazkami, jak i nowymi wcześniej nieistniejącymi zjawiskami społecznymi, nie są jednorazowym aktem działania, lecz procesem skierowanym na wdrożenie zmian. Są przedmiotem zainteresowań nie tylko nauk ekonomicznych ale również takich dziedzin jak: psychologia, która traktuje innowacje jako kreatywną działalność człowieka czy socjologia, która jest zainteresowana skutkami społecznymi jakie wywołują innowacje. Różne dyscypliny naukowe są zainteresowane odmiennymi aspektami innowacji (Czerska i Rutka, 2014) a ich poszczególne rodzaje tj. innowacje antropocentryczne (odnoszące się do różnych przejawów życia jednostek ludzkich) czy innowacje biotyczne (innowacje w zakresie przyrody) można odnaleźć w Regionalnych Systemach Innowacji. J. A. Schumpeter, już w 1934 r. zdefiniował innowacje jako wprowadzenie nowych produktów, technologii czy rozwiązań i dowiódł, że innowacje wprowadzane przez przedsiębiorców jako jedna z sił wewnętrznych (obok istnienia twórczego przedsiębiorcy i kredytu), są przyczyną rozwoju gospodarczego (Schumpeter, 1960). Udowodnił również, że rozwój gospodarczy jest stymulowany przez innowacje w dynamicznym procesie, w którym nowe technologie zastępują stare (proces ten nazwał kreatywną destrukcją). Wyróżnił pięć typów innowacji: "(1) wprowadzanie nowego towaru/gatunku towaru, (2) wprowadzanie nowej metody produkcji (jeszcze nie wypróbowanej w danej gałęzi przemysłu, (3) otwarcie nowego rynku zbytu/zdobycie nowego źródła surowców lub półfabrykantów, (4) zdobycie nowego źródła surowców lub półfabrykantów, (5) przeprowadzenie nowej organizacji jakiegos

¹ Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski

² Centrum Zarządzania Innowacjami i Transferem Technologii, Politechnika Warszawska

przemysłu np. stworzenie/złamanie sytuacji monopolistycznej” (Schumpeter, 1960, s. 104). Pozycja monopolisty w gospodarce to pozycja przedsiębiorstwa, które uzyskało przewagę konkurencyjną w wyniku wdrożenia innowacji jako pierwsze, jest ona chwilowa, utrzymuje się do czasu gdy innowacja nie rozpowszechni się na tyle, iż przedsiębiorstwo będzie musiało poszukiwać innej innowacji jako źródła przewagi konkurencyjnej.

P.F. Drucker prezentując klasyfikację źródeł innowacji podzielił je na źródła okazji do innowacji, wewnątrz każdego przedsiębiorstwa (np. nieoczekiwane powodzenie lub zdarzenie) oraz na zewnątrz (np. demografia, nowa wiedza czy zmiany wartości społeczeństwa) (Drucker, 1992). Przykładem źródeł wewnętrznych są prace badawczo-rozwojowe prowadzone przez przedsiębiorstwa, gdzie znaczącą rolę odgrywają wiedza i doświadczenie pracowników organizacji. Źródła zewnętrzne są związane z przejmowaniem technologii opracowanej przez inne podmioty np. zakup licencji, praw własności do patentów, joint venture (Knosala, Boratyńska-Sala, Jurczyk-Bunkowska i Moczala, 2014). Ze względu na źródło procesów innowacyjnych, innowacje można podzielić na innowacje popytowe, których źródłem są potrzeby rynku tj. zmiany w strukturze rynku czy branży) (Drucker, 1992) oraz innowacje podażowe (ich źródłem jest zwykle działalność wewnętrzna przedsiębiorcy jak np. działu B+R firmy) (Schumpeter, 1960). Od strony popytowej proces innowacyjny to ciąg zdarzeń podejmowany na podstawie procesów rynkowych, gdzie wdrażanie innowacji pozwala przedsiębiorcy uzyskać przewagę konkurencyjną. Popytowe podejście do tworzenia innowacji zakłada, że proces innowacyjny zachodzi na podstawie procesów rynkowych, tzn. występuje powiązanie lub kontakt pomiędzy producentem innowacji, a przedsiębiorcą zainteresowanym wynikami przed zakończeniem procesu tworzenia innowacji (Baran, Ostrowska i Pander, 2012). Od strony podażowej proces innowacyjny stanowi „pewien ciąg zdarzeń od powstania pomysłu (inwencji), poprzez ucieleśnienie pomysłu (innowacja) do upowszechnienia (imitacja/dyfuzja)” (Godin i Lane, 2013, s. 637).

A. Pomykalski podchodzi do innowacji i innowacyjności jako zdolności organizacji do stałego poszukiwania, wdrażania i upowszechniania innowacji, twierdząc przy tym, że z uwagi na konkurencyjność rynkową (gdzie szansę rozwoju mają te organizacje, które wprowadzają nowe produkty, procesy i zmiany w organizacji), innowacje stanowią podstawowe wyzwanie dla przedsiębiorstw, regionu, państw, Unii Europejskiej (Pomykalski, 2004). Źródła innowacji (kreowania zmian) dostrzega nie tylko w transferze technologii działalności B+R ale również w rozwijaniu kreatywności pracowników organizacji (Pomykalski, 2001). Według Ph. Kotlera źródłami innowacji np. źródłami pomysłów na nowy produkt mogą być pomysły „klientów, naukowców, konkurentów, pracowników, uczestników kanałów dystrybucji i zarządu (Kotler, 1994, s. 322).

Podejścia do innowacji zmieniały się w czasie i były podyktowane były zmianami technologicznymi, rozwojem sektora usług oraz modeli funkcjonowania przedsiębiorstw (Baran, Ostrowska i Pander, 2012). W literaturze przedmiotu, innowacje zaczęły być utożsamiane z technologiami i tak na przykład C.M. Christensen dzieli technologie (nazywając je zamiennie z innowacjami) na: przełomowe (ang. disruptive technologies) i kontynuacyjne (ang. sustaining technologies). Innowacje kontynuacyjne poprawiają funkcjonalność i efektywność dotychczasowych produktów i usług, są mierzone i analizowane. Mogą mieć charakter przerywany, radykalny bądź przyrostowy. Oparte są one na analizach rynku i badaniach potrzeb klientów. Innowacje przełomowe

to te, które wprowadzają nowe produkty bądź usługi, których wcześniej nie było na rynku i przerywają tym samym tok rozwoju danej branży. Mogą być one nowe na rynku lub podobne do istniejących, lecz oparte na nowej technologii. Różnią się od innych: niższą ceną, wyglądem, łatwiejszym sposobem obsługi, mniejszym rozmiarem itp. (Christensen, 2010). Takimi technologiami była np.: fotografia cyfrowa, telefonia komórkowa, druk cyfrowy.

W niniejszym rozdziale zaprezentowano statystyki na temat innowacji produktowych i procesowych w dwóch rodzajach przedsiębiorstw funkcjonujących na terenie kraju. Zbierane i powszechnie dostępne dane nie pozwalają na rozróżnienie typów innowacji rynkowych czy wskazanie na źródła (jak wewnętrzne czy zewnętrzne) ich pochodzenia.

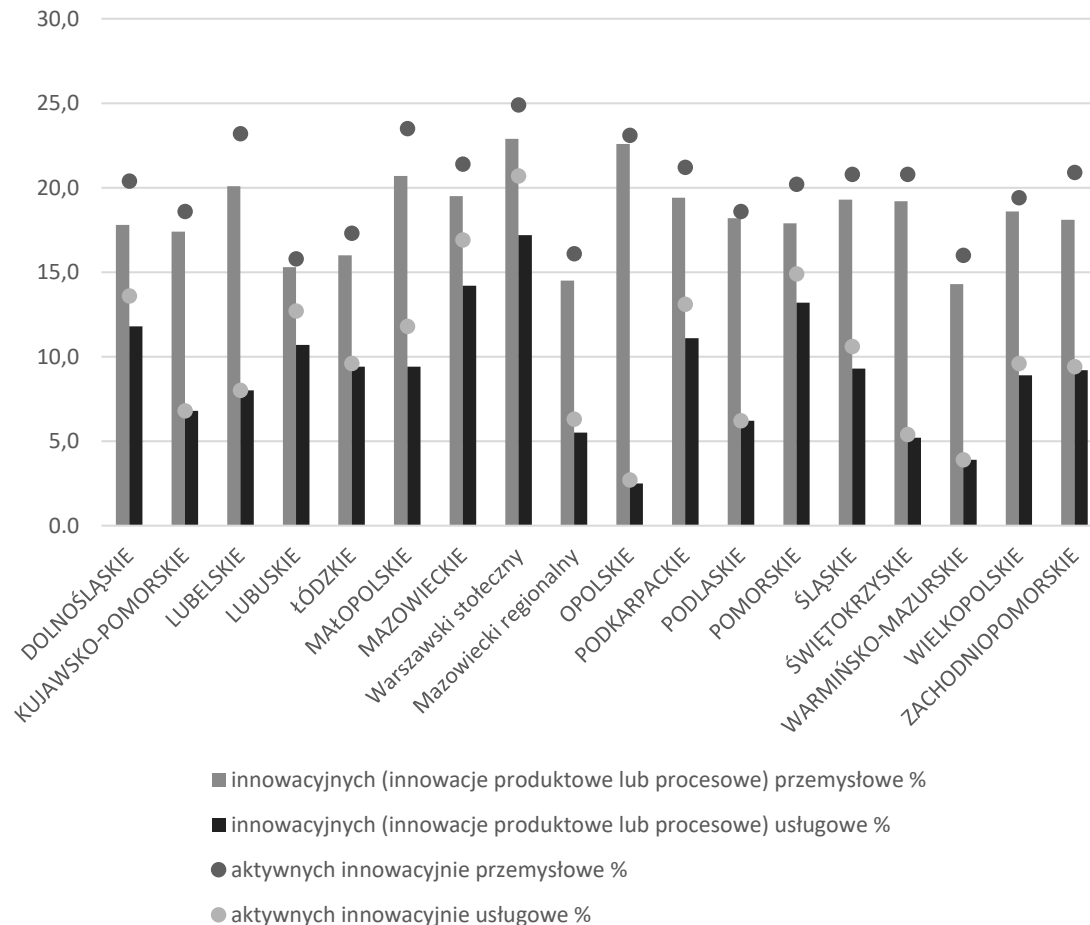
2. MAZOWIECKA STRUKTURA PRZEDSIĘBIORSTW INNOWACYJNYCH

Mechanizmy budowy innowacyjności i konkurencyjności oraz wspomaganie sprawności rynków innowacji wpisują się w potrzebę zrównoważonego rozwoju rynków i regionów. Zgodnie z definicją OECD „konkurencyjność oznacza zarówno zdolność firm, przemysłów, regionów, narodów lub ponadnarodowych ugrupowań do sprostania międzynarodowej konkurencji, jak i do zapewniania relatywnie wysokiej stopy zwrotu od zastosowanych czynników produkcji i relatywnie wysokiego zatrudnienia na trwałych podstawach” (Stankiewicz, 2005, s. 36). Konkurencyjność jest miarą przewagi lub wady kraju w sprzedaży jego produktów na rynkach międzynarodowych (OECD, 2019). Decydenci w ramach polityki regionalnej kreują otoczenie sprzyjające budowie ekosystemu innowacji. Poza zachęcaniem do upowszechniania wiedzy i promowania współpracy, działania mają na celu uświadomienie potrzeby dyfuzji wiedzy i podwyższenia poziomu innowacyjności podmiotów gospodarczych, co ich zdaniem ma się przełożyć się na wzrost poziomu konkurencyjności. Stąd zachowania wspierające nawiązywanie współpracy międzyorganizacyjnej, promowanie dzielenia się wiedzą, współtworzenia wiedzy i inwestowania w projekty. Postawa otwarta na współpracę dotyczy podmiotów operujących również poza granicami państwa. W Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza do 2030 r. za cel główny przyjęto wzrost innowacyjności Mazowsza co ma prowadzić do przyspieszenia procesów wzrostowych i zwiększenia konkurencyjności w skali Unii Europejskiej (SWM, 2015).

Mazowsze zdominowało resztę kraju pod względem podmiotów działających w obszarze innowacji. W Strategii Rozwoju Obszaru Metropolitalnego Warszawy do roku 2030 (MSW, 2015) podaje się, że na 500 innowacyjnych podmiotów w Polsce 104 znajdowały się w granicach Obszaru Metropolitalnego Warszawy, w tym 84 w samej Warszawie. W regionie NUTS 2 warszawskim stołecznym odnotowano najwyższy udział przedsiębiorstw innowacyjnych w kategoriach innowacji produktowych lub procesowych i przedsiębiorstw aktywnie innowacyjnych³ w przedsiębiorstwach ogółem w latach 2015-2017 (Wegner, 2018, s. 31) (porównaj Rys. 1).

³ Przedsiębiorstwo aktywne innowacyjnie (ang. innovation active enterprise) to zgodnie z definicją GUS przedsiębiorstwo, które wdrożyło przynajmniej jedną innowację produktową lub procesową bądź prowadziło działalność innowacyjną zaniechaną lub niezakończoną (w tym działalność badawczo-rozwojową, która nie jest bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji) <https://stat.gov.pl/metainformacje/slownik-pojec/pojecia-stosowane-w-statystyce-publicznej/3165,pojecie.html> dostęp: 19.04.2020

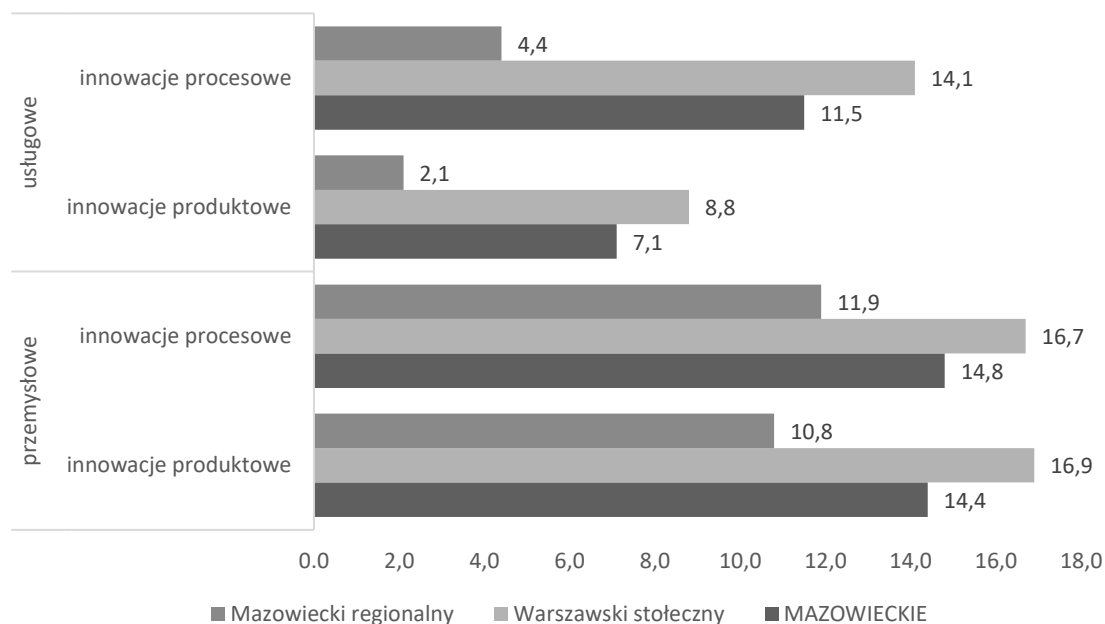
Rysunek 1. Przedsiębiorstwa innowacyjne i aktywne innowacyjne w latach 2015-2017



Źródło: (Wegner, 2018, s. 29).

W latach 2015-2017 w województwie mazowieckim aktywność innowacyjną procesową wykazało 11,5% przedsiębiorstw usługowych oraz 14,8% przedsiębiorstw przemysłowych, a aktywność innowacyjną produktową 7,1% przedsiębiorstw usługowych oraz 14,4% przedsiębiorstw przemysłowych. Zauważyć należy, iż innowacyjnych przedsiębiorstw w regionie warszawskim stołecznym jest znacznie więcej niż w mazowieckim regionalnym (Wegner, 2018, s. 21-29) (porównaj Rys. 2).

Rysunek 2. Odsetek przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych, które wprowadziły innowacje w latach 2015-2017 w województwie mazowieckim



Źródło: (Wegner, 2018, s. 29).

3. INTERNACJONALIZACJA REGIONU

Internacjonalizacja to działania podejmowane przez aktorów społecznych celem ustanowienia międzynarodowych powiązań gospodarczych i naukowych. Wspieranie poziomu umiędzynarodowienia wiąże się z realizacją zadań skoncentrowanych na budowaniu trwałych relacji z zagranicznymi jednostkami, co w konsekwencji może skutkować wzrostem innowacyjności. Umiędzynarodowienie gospodarki jest bezpośrednio kojarzone z poziomem innowacyjności (SWM, 2015), przy czym cel wzrostu wdrożenia produktów innowacyjnych nie powinien być postrzegany jedynie w kategoriach pojedynczego odbiorcy – podmiotu gospodarczego, a całego rynku (Stawicki, Rauzer i Pander, 2015). Wzrost poziomu umiędzynarodowienia pojedynczych podmiotów powinien uwolnić ich potencjał rozwojowy i pozytywnie wpłynąć na wzrost innowacyjności gospodarki województwa. Z kolei wzrost innowacyjności i internacjonalizacji podmiotów gospodarczych mógłby pozytywnie wpłynąć na przyspieszenie wzrostu gospodarczego (MBPR, 2014).

Poza zachęcaniem do upowszechniania wiedzy i promowania współpracy, działania podejmowane przez decydentów mają na celu uświadomienie potrzeby dyfuzji wiedzy i podwyższenia poziomu innowacyjności podmiotów gospodarczych, co przekłada się na wzrost poziomu konkurencyjności. Stąd zachowania wspierające nawiązywanie współpracy międzyorganizacyjnej, promowanie dzielenie się wiedzą, współtworzenia wiedzy i inwestowania w projekty. Postawa otwarta na współpracę dotyczy podmiotów operujących również poza granicami państwa. Do celów operacyjnych Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza do 2020 r., które mają umożliwić wzrost internacjonalizacji, należą (SWM, 2015):

- wzrost działań przedsiębiorstw, klastrów i jednostek naukowych o zasięgu międzynarodowym,
- wzrost liczby ośrodków badawczo-rozwojowych oraz bezpośrednich inwestycji zagranicznych z sektorów wysokich technologii umożliwiających współpracę z otoczeniem lokalnym,
- wzrost liczby projektów badawczych i rozwojowych o zasięgu międzynarodowym realizowanych w województwie mazowieckim,
- efektywny marketing Mazowsza.

Działania skoncentrowane na budowaniu i utrzymaniu relacji na poziomie międzynarodowym wspiera się i promuje z uwagi na potencjalne korzyści, jakie może osiągnąć podmiot budujący, biorący udział w sieci relacji. Do najważniejszych zalicza się podjęcie przez podmiot działalności innowacyjnej i wzrost potencjału innowacyjnego choćby poprzez współpracę przedsiębiorstw usługowych, jak i przemysłowych, głównie ze szkołami wyższymi w Polsce i instytutami badawczymi czy jednostkami PAN (Wegner, 2018). Internacjonalizacja podmiotów gospodarczych obejmuje kwestie takie jak: zagraniczne relacje handlowe, udział kapitału zagranicznego, prace B+R.

Kryterium wspierającym wzrost internacjonalizacji jest także otoczenie instytucjonalne. Istotne w tym względzie mogą być np. ambasady, biura instytucji międzynarodowych, podaż przestrzeni biurowych, ale także odpowiednie zagospodarowanie przestrzeni publicznej – napisy w obcych językach ułatwiający poruszanie się po mieście, oferty kulturalna i sportowa zachęcające obcokrajowców do przyjazdu i pobytu w kraju. Dla właściwego funkcjonowania systemu gospodarczego ważne jest zaprojektowanie instytucji na różnych poziomach administracyjnych. Stąd przykładowo obsługą inwestycji zagranicznych w Warszawie zajmuje się kilka instytucji: agencja rządowa Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A. (dawniej Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A.), na poziomie samorządowym wojewódzkim Regionalne Centrum Obsługi Inwestora i Eksportera, a na poziomie miejskim Wydział Promocji Gospodarczej w strukturach Biura Funduszy Europejskich i Rozwoju Gospodarczego. Na poziomie samorządowym to Agencja Rozwoju Mazowsza SA pełni funkcję Centrum. Co więcej, w relacjach z potencjalnymi inwestorami aktywnie uczestniczy także Urząd m. st. Warszawy (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b).

W ramach procesu internacjonalizacji można wyróżnić różne instrumenty wsparcia dostosowane do wybranego profilu działalności jednostki. Na podstawie zidentyfikowanych narzędzi dokonano ich klasyfikacji na podstawie kryteriów opisanych w tabeli 1.

Tabela 1. Instrumenty umiędzynarodowienia działalności

Instrument	Zastosowanie	Grupa docelowa
Programy doskonalenia potencjału kadrowego związanego ze sferą innowacji; programy wsparcia inwestycji	Wspieranie prowadzenia prac B+R	MŚP, wysoce innowacyjne przedsiębiorstwa
Wyjazdy studyjne, wsparcie uczestnictwa w wystawach i targach, misjach handlowych –	Nawiązanie kontaktów z potencjalnymi kontrahentami zagranicznymi i prezentacja oferty	Przedsiębiorstwa, głównie MŚP;

gospodarczych misjach wyjazdowych	eksportowej, wskazanie nowych rynków docelowych działalności eksportowej	jednostki naukowe; IOB
Klasy eksportowe	Budowa i wzmacnianie potencjału innowacyjnego	
Międzynarodowe akredytacje i certyfikaty, oferty „Study in Warsaw” i studiów w językach obcych skierowane do obcokrajowców	Wykorzystanie potencjału szkolnictwa wyższego w międzynarodowej promocji gmin i województwa.	Jednostki naukowe
Promocja turystyczna i oferta	Pozyskanie międzynarodowych imprez	Przedsiębiorstwa, instytucje publiczne
Modele biznesowe dla MŚP	Umiejscowienie podmiotów	MŚP
Wsparciem rozwiązania TIK w obszarze handlu elektronicznego	podstawą jest posiadanie przez przedsiębiorstwo strategii rozwoju eksportu, która w szczególności przeanalizuje i wskaże nowe rynki docelowe działalności eksportowej podmiotu	Przedsiębiorstwa
Zagraniczne i krajowe wizyty studyjne; konsultacje polityczne na wysokim szczeblu oraz na poziomie eksperckim; warsztaty i konferencje międzynarodowe	Rozwój, transfer i rozpowszechnianie nowoczesnych technologii w obszarze energii i środowiska	Jednostki naukowe, przedsiębiorstwa, IOB
Instrumenty wsparcia dla IOB	Nawiązywanie partnerstw oraz współpraca z instytucjami naukowo-badawczymi	IOB

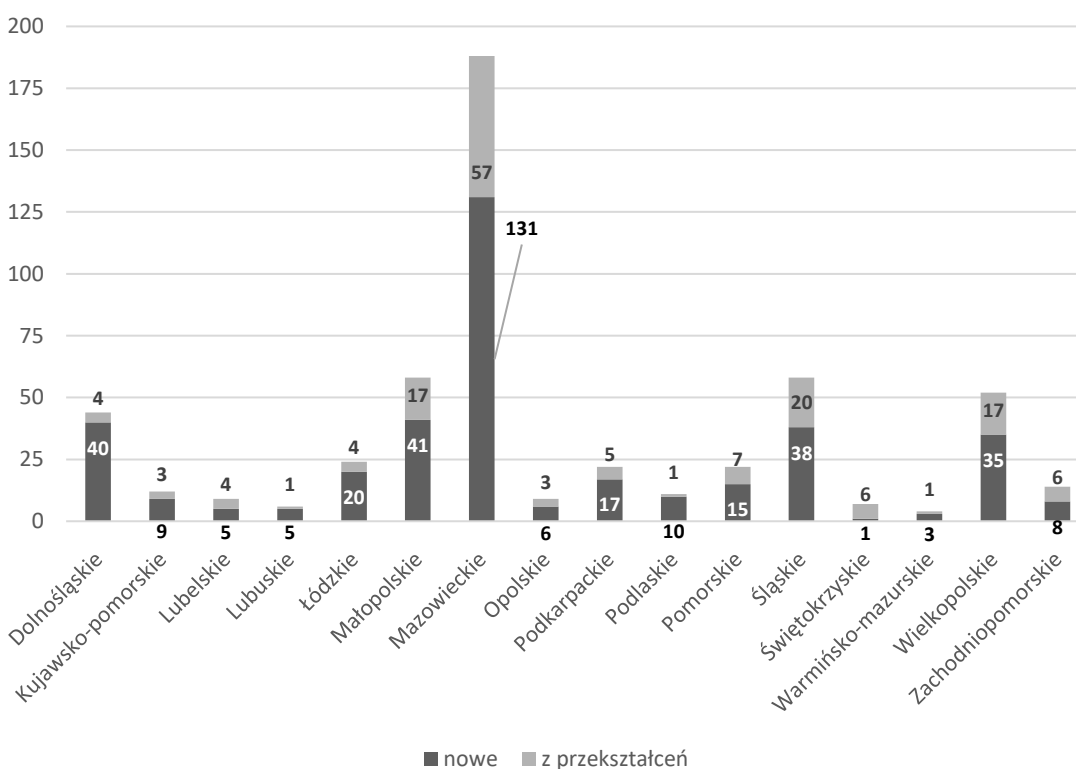
Źródło: opracowanie własne na podstawie (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b; MGMS, 2014; Strzelecki, 2015).

Podjęte działania w celu tworzenia kolejnych instrumentów (dostosowanych do profilu działalności podmiotów, ich wielkości i subregionu, w którym funkcjonują) pozwalają aktywizować gminy, sprzyjają budowaniu kultury opartej na tolerancji, otwartości, gdzie zachodzi możliwość zderzenia się wielu kultur w jednym miejscu (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b). W Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020 (UMWM, 2018) wskazano, że nawiązanie współpracy międzynarodowej, ma wpływ na ułatwienie dostępu lub rozwój nowych technologii, budowanie środowiska do tworzenia i wdrożenia innowacji, dostęp do klientów czy dostawców. Budowanie sieci powiązań z partnerami zagranicznymi umożliwia więc dostęp do zasobów wiedzy i umożliwia dyfuzję idei (Stawicki, Rauzer i Pander, 2015).

Współpraca na poziomie międzynarodowym może przyczynić się do wzrostu konkurencyjności podmiotu, polepszenia wyniku finansowego, ale i wpłynąć pozytywnie na zrównoważony rozwój. Konsekwencją na poziomie województwa może być poprawa bilansu wymiany zagranicznej oraz poprawienie i ugruntowanie wizerunku Mazowsza i Warszawy jako obszaru inwestycyjnego z wysokim potencjałem do założenia i prowadzenia działalności gospodarczej (UMWM, 2018). Wśród innych pożądaných efektów wymienia się: wzrost eksportu województwa, zakup licencji

w przedsiębiorstwach czy wzrost bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ). Informacje na temat BIZ można zasięgnąć z opracowań GUS. W 2017 roku najwięcej podmiotów z kapitałem zagranicznym powstało w województwie mazowieckim – łącznie 188 podmiotów (por. Rys. 3).

Rysunek 3. Liczba powstałych w 2017 roku podmiotów z kapitałem zagranicznym



Źródło: opracowanie własne na podstawie: (Walkowska, 2018, s. 24).

Województwo mazowieckie zdominowało udział bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Również przychody ogółem wypracowane przez podmioty z kapitałem zagranicznym osiągnęły tu najwyższy poziom, tj. 37,9% - później wielkopolskie (17,1%) i śląskie (11,3%). Podobna sytuacja dotyczy także kosztów ogółem poniesionych przez podmioty w tych województwach (por. Tabela 2).

Tabela 2. Przychody i koszty ogółem podmiotów z kapitałem zagranicznym w mld zł w 2017 r.

WOJEWÓDZTWO	PRZYCHODY OGÓŁEM	KOSZTY OGÓŁEM	WYNIK FINANSOWY
dolnośląskie	114,4	108,8	5,6
kujawsko-pomorskie	40,0	38,2	1,8
lubelskie	15,4	14,5	0,9
lubuskie	26,1	25,0	1,1
łódzkie	56,4	52,6	3,8
małopolskie	88,4	84,1	4,3
mazowieckie	582,6	550,5	32,1
opolskie	25,3	24,2	1,1

podkarpackie	30,0	27,5	2,5
podlaskie	6,1	5,8	0,3
pomorskie	58,1	54,1	4,0
śląskie	173,2	165,1	8,1
świętokrzyskie	15,2	14,2	1,0
warmińsko-mazurskie	9,7	9,2	0,5
wielkopolskie	263,0	252,6	10,4
zachodniopomorskie	33,6	32,3	1,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie: (Walkowska, 2018, s. 52).

Internacjonalizacja pozytywnie wpływa na rozwój metropolii, ułatwia dostęp i pozyskanie nowych klientów, nawiązanie relacji z dostawcami oraz dostęp do nowych technologii (Szymtykie, 2013). Dostęp do nowych technologii rozumiany jest w kategoriach zakupu, sprzedaży licencji, narzędzi automatyzacji czy usług doradczych w zakresie nowych rozwiązań. Z kolei dostęp do zasobów tj. prace badawczo rozwojowe, środki automatyzacji czy usługi konsultingowe wspomagają osiągnięcie lepszych wyników finansowych (ZWM, 2019).

Umiejscowienie przedsiębiorstw może odbywać się w drodze współpracy joint venture, udziału bezpośrednich inwestycji zagranicznych, dyfuzji wiedzy czy poprzez eksport (UMWM, 2018). Dlatego też internacjonalizację można analizować w kontekście eksportu. Działania w zakresie eksportu obejmują ułatwienia nawiązywania relacji z eksporterami, utrzymania tej współpracy, doradztwo w zakresie eksportu oraz pozyskiwania informacji o rynkach zagranicznych. Stopień zaawansowania pomocy wynika z lokalizacji zainteresowanych tym wsparciem przedsiębiorstw – a dla Obszaru Metropolitalnego Warszawy przypisuje się wsparcie tworzenia oddziałów zagranicznych a dla podregionów dostęp do wstępnych informacji oraz wsparcie w nawiązywaniu kontaktów (Stawicki, Rauzer i Pander, 2015). Do działań samorządów w obszarze internacjonalizacji należą między innymi (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014a):

- skuteczniejsze przyciąganie inwestycji zagranicznych z różnych sektorów, przy wykorzystaniu potencjału i oferty inwestycyjnej całego obszaru,
- współpraca administracji na poziomie rządowym, samorządowym wojewódzkim i miejskim w zakresie przyciągania i obsługi inwestorów zagranicznych,
- rozbudowywanie otoczenia do przyjmowania obcokrajowców, studentów i naukowców,
- stymulowanie jednostek naukowych do wzrostu poziomu internacjonalizacji,
- tworzenie na poziomie między samorządowym produktów turystycznych,
- budowanie wspólnej oferty i promocji turystycznej,
- działania edukacyjne, kulturalne i sportowe promujące otwartość i tolerancję.

Charakterystyka działań eksportowych mazowieckich przedsiębiorstw, których celem jest wzrost udziału eksportu artykułów rolno-spożywczych i w przemyśle zaawansowanych i średniozaawansowanych technologii, przedstawia się następująco (SWM, 2015):

- około 30% przychodów ze sprzedaży produktów w Polsce,

- około 25% sprzedaży na eksport,
- przyrost udziału sprzedaży eksportowej w sprzedaży ogółem nie przekracza średnio 0,5 punktu procentowego w skali roku,
- najpopularniejsze kierunki eksportu: kraje Unii Europejskiej i inne państwa europejskie,
- największe rynki zbytu: Niemcy, Litwa, Czechy, Rosja, Ukraina i Białoruś,
- najważniejsze grupy towarów eksportowych: przemysł elektromaszynowy, przemysł chemiczny, artykuły rolno-spożywcze,
- charakter relacji pomiędzy stronami: kontakty i wiedza kadry kierowniczej lub zatrudnionych pracowników.

4. WSPÓŁPRACA MIĘDZYORGANIZACYJNA – PRZEGLĄD INSTRUMENTÓW WSPARCIA

Współpraca pomiędzy jednostkami naukowymi a przedsiębiorcami czy instytucjami otoczenia biznesowego napotyka wiele barier. Chcąc zarządzać ryzykiem, ograniczyć lub eliminować powstające przeszkody tworzone są rozwiązania, które mają sprzyjać otwartości, efektywnej komunikacji, swobodnemu przepływowi kapitału czy wiedzy. W myśl założeń Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020 współpraca pomiędzy partnerami społecznymi, decydentami, biznesem a jednostkami naukowymi ma zapewnić trafność wyboru projektów oraz zwiększyć skuteczność egzekucji tych, które pozytywnie wpłyną na dalszy rozwój gospodarczy (EVALU, 2018). Jednym z rozwiązań aktywnie wspierających współtworzenie współpracy międzyorganizacyjnej przez rozmaite podmioty są klastry. Zgodnie z przyjętymi definicjami klastery i inicjatywa klastrowa stanowią odrębne pojęcia, jednak w raportach często wyniki przeprowadzonych badań przedstawiają wartości zagregowane dla obu terminów. W raporcie Samorząd Województwa Mazowieckiego przyjęto, że klastery to „geograficzne skupiska wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji” (SWM, 2015, s. 60). Podmioty współtworzące klastery, przykładowo przedsiębiorstwa, jednostki B+R, IOB, współpracują ze sobą, pomimo tego, że konkurują, co jest podyktowane celem skoncentrowanym na wzrost poziomu innowacyjności. Z kolei inicjatywę klastrową określono jako „zorganizowane przedsięwzięcie uczestników klastra, wpływające w sposób usystematyzowany na potencjał rozwoju klastra i podniesienie jego konkurencyjności” (SWM, 2015, s. 59). W myśl Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza do 2020 r. funkcjonowanie klastrow będzie wspierane od strony struktury zarządzania klastrem i przedsiębiorców tworzących klastery. Na poziomie zarządzania klastrem pomoc ma być udzielona animatorom i koordynatorom odpowiedzialnym za zwiększenie internacjonalizacji innowacyjności. Za cel przyjmuje się również wspomaganie działań instytucji otoczenia biznesu (IOB) ukierunkowanych na wzrost kreatywności wśród młodych osób (MBPR, 2014). Na uwagę zasługują również jednostki badawczo-rozwojowe i inwestycje infrastrukturalne, które wpływają na wzrost potencjału instytucjonalnego i wzrost konkurencyjności. Ponadto IOB uzupełniają deficyty wiedzy i sprzyjają nabywaniu i rozwijaniu kompetencji (ECORYS, 2018). Zarówno instytucje otoczenia biznesu, stowarzyszenia branżowe, klastry, jak i grupy producenckie, są w stanie

zapewnić wsparcie dla podmiotów, takie jak: doradztwo, szkolenia, inżynieria projektowa w zakresie przygotowania i zarządzania projektami. A dzięki współpracy otoczenia gospodarczego z politycznym powinny być pozyskiwane zasoby takie jak wiedza, doświadczenie, zaufanie czy kapitał. Wyniki badań pokazują, że tak się jednak nie dzieje. Poziom współpracy pomiędzy instytucjami otoczenia biznesu i inicjatywami klastrowymi województwa mazowieckiego oceniany jest jako „dość niski” (SWM, 2015, s. 42) lub „słaby” (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014a, s. 33) a rzeczywista współpraca instytucji postrzegana jest jako ograniczona (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b) (porównaj częstotliwość kontaktów w Tabeli 3).

Tabela 3. Częstotliwość kontaktów przedsiębiorców z innymi podmiotami

Częstotliwość kontaktów	Obiekt do współpracy
systematycznie	dostawcy, odbiorcy, grupy producenckie – partnerstwo poziome
rzadko	podmioty doradcze, ośrodki/centra transferu, jednostki badawczo-rozwojowe, uczelnie wyższe
bardzo rzadko	konkurenci w przypadku zbieżności celów – partnerstwo pionowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie: (Strzelecki, 2015).

Obszarem, w którym ułatwia się współpracę pomiędzy podmiotami, bo te zlokalizowane są w jednym miejscu, są specjalne strefy ekonomiczne, które w odróżnieniu od klastrów czy inicjatyw klastrowych uprawniają przedsiębiorców do prowadzenia działań na preferencyjnych warunkach. Bierność przedsiębiorców wraz z niskim poziomem zaufania społecznego ogranicza współpracę przedsiębiorców również w ramach klastrów czy inicjatyw klastrowych (UMWM, 2018). Wśród barier dla współpracy biznesu z instytucjami otoczenia wymienia się także (Stawicki, Rauzer i Pander, 2015; MSW, 2015; Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014a):

- kwestie fiskalne, usztywnione metody rozliczeń narzucone instytucjom naukowym,
- problemy z komunikacją, niezrozumiały język,
- inne postrzeganie celów (materialne jak zysk versus niematerialne jak prestiż naukowy),
- brak parku naukowo-technologicznego w Warszawie,
- brak spójnej i pełnej oferty dla przedsiębiorstw, a w innych przypadkach oferty oparte na działaniach duplikujących się na poziomie podmiotów,
- funkcjonowanie środowisk biznesu i naukowego niezależnie od siebie.

Działania znoszące bariery należałoby dobrać do profilu współpracy. Pośród tych zmierzających do ułatwienia kooperacji czy kooperacji można wymienić (Stawicki, Rauzer i Pander):

- informowanie i uświadamianie o możliwości rozwiązań innowacyjnych,
- korzystanie z patentów, licencji, innowacji otwartych,
- informowanie o specyfice rynku przedsiębiorstw, oczekiwań i korzyści wynikających z komercjalizacji rozwiązań,

- promowanie inicjatyw klastrowych, przekazywanie wiedzy na temat ich funkcjonowania,
- promowanie wspólnego dialogu podczas targów, misji handlowych, szkoleń,
- wskazanie kryterium współpracy jako elementu obowiązkowego w przetargach czy konkursach publicznych.

Wśród pozostałych kryteriów, które stanowią fundament współpracy można wymienić przykładowo:

- specjalizacja IOB w typie usług zainteresowanego przedsiębiorstwa (Strzelecki, 2015),
- świadomość potrzeb w zakresie innowacyjności przy współpracy biznesu z JBR, IOB (Strzelecki, 2015),
- dobre praktyki współpracy pomiędzy zainteresowanymi podmiotami o usługach komplementarnych, uczestniczących w sieciach organizacji (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b),
- integracja funkcjonalna między miastami (Strzelecki, 2015),
- umożliwienie zachodzenia wzajemnych złożonych relacji w procesie budowania wiedzy pomiędzy biznesem – IOB – ośrodkami naukowymi – administracją (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b),
- budowanie tożsamości regionalnej, która przekłada się na chęć rozwoju miejsca, z którym jednostka utożsamia się (Łukomska i Szmigiel-Rawska, 2012),
- zaufanie do JBR i uczelni jako potencjalnych partnerów działań rynkowych (SWM, 2015),
- pozytywne nastawienie pojedynczych pracowników starostw powiatowych do współpracy (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b),
- sformalizowanie współpracy jednostek naukowych i biznesu w postaci procedur (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b),
- uczenie się na podstawie wcześniejszej współpracy – wymiana doświadczeń, wspólne uczestnictwo w projektach pilotażowych, spotkania gmin (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b),
- łączenie własnych zasobów, w tym finansowych, z zasobami innych samorządów celem osiągnięcia efektów synergii (Dziemianowicz, Mackiewicz i Szmigiel-Rawska, 2014b),
- rozszerzanie stref lub budowanie nowych terenów inwestycyjnych (UMWM, 2018),
- działania sieciujące jak konferencje czy dedykowane platformy umożliwiające nawiązanie kontaktów pomiędzy jednostkami naukowymi, podmiotami gospodarczymi oraz z sektora publicznego (ECORYS, 2018),

- wspieranie inicjatyw klastrowych, umożliwiających nawiązywania relacji, zdobywania wiedzy o potencjalnych projektach B+R (ECORYS, 2018),
- realizowanie kursów językowych z języka akademicko-biznesowego na potrzeby składania wniosków w konkursie finansowanym ze środków unijnych H2020 (ECORYS, 2018).

Wyniki przeprowadzonego przeglądu wskazują na konieczność ciągłego inwestowania w działania podmiotów skoncentrowane na wzroście innowacyjności celem podniesienia konkurencyjności rynku czy przyspieszenie wzrostu gospodarczego w ogóle. Elementami, które aktywnie mają wspierać rozwój inicjatyw działań innowacyjnych, jest internacjonalizacja podmiotów oraz niekoniecznie uświadomiona potrzeba współpracy rozmaitych organizacji zarówno z otoczenia ekonomicznego, jak i politycznego. Internacjonalizacja powinna przebiegać na poziomie jednostek, pojedynczych przedsiębiorstw, jak i sieci społecznych, klastrow. Współpracy natomiast ma towarzyszyć otwarta kultura sprzyjająca tworzeniu i dyfuzji wiedzy integrująca podmioty prowadzące ten sam profil działalności, jak i te z ofertą usług komplementarnych. Na upowszechnienie współpracy pomiędzy organizacjami nie ma wpływu natomiast lokalizacja instytucji, tj. koncentracja instytucji w Warszawie nie jest barierą dostępu do usług okołobiznesowych ani barierą dla rozwoju MŚP w regionie. Aktywność gospodarczą wspierają działania polegające na pozyskaniu kapitału zagranicznego. Jego udział jest dominujący w województwie mazowieckim, jednak trudno jest wskazać zróżnicowanie na poziomie podregionów województwa mazowieckiego. Należy podkreślić, że poziom współpracy pomiędzy organizacjami ze sfery IOB, B+R, klastrow/inicjatyw klastrowych oraz stopień komercjalizacji działań jest mimo wszystko niski, co może skutkować niskim poziomem transferu technologii.

Bibliografia:

- Baran, M., Ostrowska, A. i Pander, W. (2012). Innowacje popytowe, czyli jak tworzy się współczesne innowacje. Warszawa: PARP.
- Christensen, C.M. (2010). Przełomowe innowacje. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Czerska, M., Rutka, R. (2014). Kształtowanie innowacyjnej kultury organizacji poprzez styl kierowania. Studia Ekonomiczne, 183(14), 32–44.
- Drucker, P.F. (1992). Innowacje i przedsiębiorczość, praktyka i zasady. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWE.
- Dziemianowicz, W., Mackiewicz, M., Szmigiel-Rawska, K. (2014a). Diagnoza obszaru metropolitalnego Warszawy, raport syntetyczny, Warszawa: Geoprofit Wojciech Dziemianowicz, ECORYS Polska Sp. z o.o.
- Dziemianowicz, W., Mackiewicz, M., Szmigiel-Rawska, K. (red.). (2014b). Potencjały i wyzwania dla Obszaru Metropolitalnego Warszawy. Warszawa: Miasto Stołeczne Warszawa.
- ECORYS. (2018). Określenie potrzeb interesariuszy Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego post 2020, raport końcowy. Warszawa: Ecorys.
- EVALU. (2018). Ewaluacja bieżąca wdrażania zintegrowanego podejścia do rozwoju terytorialnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020, Raport końcowy. Warszawa: EVALU Sp. z o.o.
- Wegner, M. (2018). Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2015 – 2017, Warszaw, Szczecin: Główny Urząd Statystyczny, Główny Urząd Statystyczny w Szczecinie
- Knosala, R., Boratyńska-Sala, A., Jurczyk-Bunkowska, M., Moczala, A. (2014). Zarządzanie innowacjami. Warszawa: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne.
- Kotler, P. (1994). Marketing narodów: strategiczne podejście do budowania bogactwa narodowego. Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznes.
- Łobejko, S. (2010). Dobre praktyki innowacyjne, podręcznik przedsiębiorcy. Warszawa: Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego.

- Łukomska, J., Szmigiel-Rawska, K. (2012). Pozaekonomiczne czynniki rozwoju Mazowsza, *Mazowsze, Studia Regionalne*, 10, 107-124.
- Godin, B., Lane, J.P. (2013). Pushes and Pulls: The Hi(story) of the Demand Pull Model of Innovation, *Project on the Intellectual History of Innovation. Science, Technology and Human Values*, No 38, pp. 621-654
- MBPR. (2014). *Badanie potencjałów i specjalizacji województwa mazowieckiego*. Warszawa: Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego.
- MGMS. (2014). *Strategia bezpieczeństwa energetycznego i środowiska, perspektywa do 2020 r.* Warszawa: Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Środowiska.
- MSW. (2015). *Strategia Rozwoju Obszaru Metropolitalnego Warszawy do roku 2030*. Warszawa: Miasto Stołeczne Warszawa.
- OECD. (2019). Sources & Methods of the OECD Economic Outlook. Pozyskano ze strony: <http://www.oecd.org/economy/outlook/sources-and-methods.htm>, dostęp 18.04.2020
- Pomykalski, A. (2001). *Innowacje*. Łódź: Politechnika Łódzka.
- Pomykalski, A. (2004). *Innowacyjność przedsiębiorstw w kontekście rynku globalnego*. *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Oeconomica*, 197, 141–148.
- Schumpeter, J.A. (1960). *Teorie rozwoju gospodarczego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Stankiewicz, M. J. (2005). *Konkurencyjność przedsiębiorstwa*, Toruń: TNOiK.
- Stawicki, M., Rauzer, A., Pander, W. (2015). *Analiza rekomendacji rozwoju społeczno-gospodarczego dla Mazowsza i Warszawy zawartych w bazie badań współfinansowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego oraz Miasto Stołeczne Warszawa w latach 2007-2013*. Warszawa: Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego.
- Strzelecki, Z. (red.) (2015). *Rekomendowane działania na rzecz równoważenia rozwoju województwa mazowieckiego*. Warszawa: Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego.
- SWM (2015). *Regionalna Strategia Innowacji dla Mazowsza do 2020 roku. System wspierania innowacyjności oraz inteligentna specjalizacja regionu*, Warszawa: Samorząd Województwa Mazowieckiego.
- Szmytkie, R. (2013). W kwestii metropolii i obszarów metropolitalnych. *Przegląd Administracji Publicznej*, 2, 35-47.
- UMWM (2018). *Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020*. Warszawa: Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego.
- Walkowska, K. (2018). *Działalność gospodarcza podmiotów z kapitałem zagranicznym w 2017 r.* Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- ZWM. (2019). *Szczegółowy opis osi priorytetowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020 (uszczegółowienie RPO WM/SZOOP) (wersja 3.2)*. Załącznik nr 1 do Uchwały Zarządu Województwa Mazowieckiego nr 218/25/19 z dnia 18 lutego 2019 r. Warszawa: Zarząd Województwa Mazowieckiego.

O AUTORKACH

Julita Majczyk

Absolwentka Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego na kierunku ekonomia (2011) oraz University of the West of Scotland Business School na kierunku business economics and enterprise (2010). Doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu (Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, 2016). Adiunkt na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Zajmuje się przywództwem i motywowaniem zespołów, w szczególności stylami sprawowania władzy, ale także zachowaniami przedsiębiorczymi. Autorka publikacji na temat zarządzania procesami, ról menedżera, zachowań organizacyjnych w korporacjach, stylów przywódczych przedsiębiorców czy znaczenia megainstytucji finansowych. Wykładała na uniwersytetach w Chinach (Shanghai University) i Włoszech (University of Pisa).

Katarzyna Modrzejewska

Absolwentka socjologii (Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, 2006), studiów podyplomowych z: pedagogiki (Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, 2006), ewaluacji projektów UE (Uniwersytet Warszawski, 2007) oraz zarządzania przedsiębiorstwem na jednolitym rynku europejskim (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, 2008). Doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości (Wydział Zarządzania Politechniki Warszawskiej, 2019). Tytuł rozprawy doktorskiej: „Kultura innowacyjności polskich parków technologicznych”. Na Politechnice Warszawskiej pracuje od 2010 r., gdzie do tej pory koordynowała realizację ponad 100 projektów badawczych tj.: „Foresight regionalny dla szkół wyższych Warszawy i Mazowsza – Akademickie Mazowsze 2030” (PO IG 1.1.1) czy „Global Entrepreneurial Talent Management 3” (H2020-MSCA-RISE). Obecnie Kierownik Działu Badań i Analiz Centrum Zarządzania Innowacjami i Transferem Technologii Politechniki Warszawskiej. Zawodowo zajmuje się zagadnieniami związanymi z zarządzaniem uczelnią, zarządzania innowacjami, instytucjami otoczenia biznesu i kulturą innowacyjności organizacji.

ISBN 978-83-967581-8-7
DOI 10.32062/20230406

Politechnika Warszawska
Centrum Zarządzania Innowacjami i Transferem Technologii