

Analiza sektorów wiedzy w regionie Mazowsza w kontekście smart specialization

*na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego w Warszawie
w ramach projektu „Budowa systemu monitoringu i podstaw ewaluacji wdrażania Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza”*

RAPORT KOŃCOWY

Nazwa i adres wykonawcy:

PSDB Sp. z o.o.

00-825 Warszawa, ul. Sienna 64

Tel: 22 - 492 71 04

Fax: 22 - 492 71 39

e-mail: psdb@psdb.com.pl



EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o.

25-604 Kielce, ul. Szkolna 36A

Tel: 041 – 345 32 71

Fax: 041 – 345 25 87

e-mail: badania@eprd.pl



Warszawa, czerwiec 2013

Spis treści

1. Streszczenie	3
Summary	9
2. Wprowadzenie	16
2.1. Koncepcja badania	16
2.2. Cele badania	17
2.3. Opis zastosowanej metodologii.....	21
3. Wyniki badania	27
3.1. Charakterystyka sektora wiedzy województwa mazowieckiego	27
3.2. Funkcjonowanie firm sektora wiedzy w województwie mazowieckim	46
3.3. Tendencje do tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych firm sektora wiedzy.....	62
3.4. Współpraca międzynarodowa w działalności sektora	65
3.5. Aktywność projektowa z wykorzystaniem środków publicznych.....	79
3.6. Potencjał współpracy z sektorem B+R	82
3.7. Potencjał absorpcyjny firm sektora wiedzy w kontekście nowej perspektywy finansowej UE.....	89
3.8. Diagnoza sektora wiedzy województwa mazowieckiego w kontekście innych regionów Polski	92
3.9. Podsumowanie wyników analizy	108
3.10. Analiza SWOT	116
4. Załączniki.....	117
4.1. Tabela wniosków i rekomendacji	117
4.2. Drzewo problemów	121
4.3. CANVAS – Kluczowe elementy modeli biznesowych firm sektorów wiedzy	123
4.4. Case Study	126
4.5. Słowniczek terminologiczny.....	149

1. Streszczenie

Prezentowany raport jest końcowym rezultatem projektu badawczego pt.: *Analiza sektorów wiedzy w regionie Mazowsza w kontekście smart specialization*. Badanie to realizowane było na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego w Warszawie w ramach projektu *Budowa systemu monitoringu i podstaw ewaluacji wdrażania Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza*.

Analiza realizowana była przez konsorcjum firm PSDB Sp. z o.o. i EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o.

Celem głównym badania było przeprowadzenie inwentaryzacji sektora wiedzy w województwie mazowieckim, posiadanego potencjału, zasobów i kwalifikacji kapitału ludzkiego w takich gałęziach jak: reklama, usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT), usługi/pośrednictwo finansowe, usługi prawne i inne usługi dla biznesu (np. konsulting, badania rynku).

Zakres niniejszej analizy zakładał osiągnięcie celu głównego poprzez realizację badań w ramach 8 obszarów badawczych.

Obszar badawczy 1: *Charakterystyka sektora wiedzy województwa mazowieckiego*

Przeprowadzone badania miały na celu ocenę potencjału sektora wiedzy, jako specjalizacji województwa w oparciu o zebrane informacje dotyczące struktury, zatrudnienia i rozmieszczenia podmiotów z inteligentnych branż. Dzięki realizacji badania udało się zebrać w jednym miejscu dane charakteryzujące ten sektor. Analizy w ramach pierwszego obszaru badawczego miały charakter diagnostyczny i opierały się w głównej mierze na dostępnych danych wtórnych.

Obszar badawczy 2: *Funkcjonowanie firm sektora wiedzy w WM*

Realizacja niniejszego obszaru badawczego związana była z uzupełnieniem danych statystycznych dotyczących ilości i lokalizacji firm i instytucji o dane dotyczące ich funkcjonowania. Dzięki analizom prowadzonym w ramach drugiego obszaru badawczego możliwe było zrozumienie kierunków rozwoju sektora (i poszczególnych gałęzi). Pogłębiono informacje dotyczące typowych dla badanych branż produktów i usług, jakie oferują klientom/odbiorcom. Drugi obszar badawczy umożliwił również określenie dynamiki rozwoju branż objętych badaniem w województwie mazowieckim.

Obszar badawczy 3: *Tendencje do tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych firm sektora wiedzy*

W trakcie realizacji tego obszaru badawczego analizie poddano ilość i strukturę klastrów i inicjatyw klastrowych w sektorze wiedzy. Zebrany materiał pozwolił również na określenie zainteresowania podmiotów z badanych branż funkcjonowaniem w ramach struktur klastrowych.

Obszar badawczy 4: *Współpraca międzynarodowa w działalności sektora*

Realizacja niniejszego obszaru badawczego umożliwiła scharakteryzowanie badanego sektora w kontekście współpracy międzynarodowej. Obszar ten jest szczególnie istotny z uwagi na fakt, że aktywność podmiotów w wymiarze międzynarodowym jest uznawana za przesłankę ich dojrzałości i mniejszego zagrożenia niepowodzeniem gospodarczym. Badanie pozwoliło również na określenie kierunków i charakteru dotychczas podejmowanej współpracy międzynarodowej przez podmioty reprezentujące inteligentne branże.

Obszar badawczy 5: *Aktywność projektowa z wykorzystaniem środków publicznych*

Analiza sektora wiedzy z punktu widzenia spełnienia kryteriów Smart Specialization zachowywała bezpośredni związek z oceną stopnia gotowości przedsiębiorstw i instytucji do realizacji działań finansowanych z środków publicznych. W ramach piątego obszaru badawczego analizowano potencjał absorpcyjny badanych podmiotów. Zakres badania uwzględniał aktywność w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego, Komponentu Regionalnego Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki oraz innych z zewnętrznych źródeł finansowania.

Obszar badawczy 6: *Potencjał współpracy z sektorem B+R*

Założenia dotyczące definiowania Smart Specialization uwzględniają, jako jeden z kluczowych aspektów, związki przedstawicieli tej specjalizacji z instytucjami B+R, przede wszystkim w kontekście prowadzenia wspólnych badań naukowych. Konsekwentnie, badania naukowe prowadzone w ramach specjalizacji są warunkiem powodzenia jej rozwoju. Realizacja przedmiotowego obszaru badawczego pozwoliła na określenie potencjału współpracy przedsiębiorstw sektora wiedzy z sektorem B+R.

Obszar badawczy 7: *Potencjał absorpcyjny firm sektora wiedzy w kontekście nowej perspektywy finansowej UE*

Kluczowym aspektem omawianego obszaru było ustalenie zainteresowania podmiotów z badanych branż realizacją projektów w ramach nowego okresu programowania 2014-2020. Uzyskane dane pozwoliły na określenie potencjalnych zakresów wsparcia, które byłoby najbardziej adekwatne do potrzeb respondentów.

Obszar badawczy 8: *Diagnoza sektora wiedzy województwa mazowieckiego w kontekście innych regionów Polski*

Ostatni obszar badawczy miał charakter konkluzyjny względem pozostałych obszarów. Analizy prowadzone w ramach niego pozwoliły na określenie - czy i w jakim zakresie sektor wiedzy w województwie mazowieckim jest konkurencyjny względem innych regionów, czy i gdzie znajdują się konkurenci oraz jakie warunki należy stworzyć, aby przedsiębiorstwa i instytucje na Mazowszu miały sprzyjające warunki do rozwoju.

W niniejszym badaniu uwzględniono wiele wzajemnie uzupełniających się metod i technik badawczych. Przyjęta metodologia zakładała wykorzystanie technik jakościowych i ilościowych. Wśród nich znalazły się:

1. Analiza danych zastanych (*desk research*)
2. Wywiady telefoniczne CATI (*Computer Assisted Telephone Interview*)
3. Indywidualne wywiady pogłębione – IDI (*Individual in-Depth Interview*)
4. Panel ekspertów
5. Case study
6. Warsztat ewaluacyjny
7. CANVAS
8. Analiza SWOT
9. Drzewo problemów

Wnioski wynikające z przeprowadzonych analiz pozwalają na diagnozę stanu obecnego podmiotów sektora wiedzy, określenie czynników stymulujących kształtowanie i rozwój sektora wiedzy w województwie mazowieckim oraz na analizę trendów rozwojowych tego sektora.

Najważniejsze wnioski z badań przeprowadzonych w ramach poszczególnych obszarów badawczych są następujące:

Obszar badawczy 1: Charakterystyka sektora wiedzy województwa mazowieckiego

- Sektor wiedzy cechuje znaczący stopień heterogeniczności, co uniemożliwia zastosowanie tych samych narzędzi dla ukierunkowanego wsparcia ich rozwoju.
- Firmy sektorów wiedzy w województwie mazowieckim dysponują znaczącym potencjałem i dynamicznie się rozwijają, zarówno pod względem liczby podmiotów, jak i generowanego przez nie zatrudnienia. Mają już one jednak za sobą fazę gwałtownego wzrostu i przechodzą do fazy rozwoju stabilnego.
- Podmioty reprezentujące sektor wiedzy w województwie mazowieckim są wyraźnie skoncentrowane w miastach, w stopniu wyższym aniżeli w innych województwach.
- Sektor wiedzy skupia relatywnie więcej podmiotów małych, aniżeli inne sektory gospodarki. Są one także poddane silniejszej fluktuacji rynkowej, aniżeli obserwowana w innych gałęziach.
- W sektorze wiedzy nastąpiła koncentracja efektu wyprzedzenia (w stosunku do rozwoju obserwowanego w innych regionach UE), co nakazuje uznać, że wyrównanie tych opóźnień będzie się dokonywać na przestrzeni najbliższych 10-15 lat.
- W ujęciu terytorialnym wyraźna jest absolutna koncentracja podmiotów sektorów wiedzy mających swoją siedzibę w Warszawie i jej najbliższych okolicach.

Obszar badawczy 2: Funkcjonowanie firm sektora wiedzy w województwie mazowieckim

- Bardzo niejednoznaczny obraz tego sektora na obszarze województwa mazowieckiego. Z jednej strony sektor ten tworzy bardzo wiele małych i niezbyt aktywnych przedsiębiorstw,

z drugiej strony zaś pojawiają się w nim podmioty bardzo dynamiczne i wskazujące na duże możliwości rozwoju.

- Lokalizacja większości tych podmiotów to powiat miasta stołecznego Warszawy. Oczywiście ich aktywność wykracza poza granice miasta, ponieważ najczęściej funkcjonują one na rynku krajowym (co najmniej 2 województwa).
- Podmioty sektora wiedzy wdrażają nowe produkty, ale najczęściej opierając się na własnym doświadczeniu lub współpracy z innymi przedsiębiorstwami. Współpraca z sektorem B+R jest raczej wyjątkiem dla tego sektora.
- Deklarowane potrzeby podmiotów z sektora wiedzy dotyczą głównie dotacji, czyli utrzymania wsparcia bezzwrotnego przyznawanego ze środków publicznych. Kolejnymi ważnymi obszarami jest: wiedza z zakresu marketingu i sprzedaży, nowych rozwiązań informatycznych i nowych technologii.
- Badane podmioty wskazują, że ważnym czynnikiem budowania przewagi konkurencyjnej jest jakość usług oraz przystosowanie produktu do potrzeb klientów.

Obszar badawczy 3: Tendencje do tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych firm sektora wiedzy

- Jednoczesna konkurencja i kooperacja są w chwili obecnej podstawowym modelem funkcjonowania przedsiębiorstwa, w szczególności w sektorze wiedzy. Współpraca może przyjmować jednakże różnorodne modele, od mniej do bardziej sformalizowanych. Klastery jako forma współpracy jest bardzo sformalizowaną strukturą.
- Klastry jako organizacje wspierające przedsiębiorstwa powstały na obszarze województwa mazowieckiego niedawno, a ich powołanie było najczęściej związane z możliwościami dotacyjnymi oferowanymi w ramach funduszy europejskich.
- Ocena efektywności tej formy organizacyjnej wspierającej współpracę podmiotów jest w tej chwili w Polsce (oraz Mazowszu) bardzo trudna. Z jednej strony warto zauważyć, że te instytucje liczą się raczej z niewielkim zainteresowaniem małych i średnich przedsiębiorstw, z drugiej strony zaś należy pamiętać, że większość z nich otrzymała dofinansowanie na rozwój dopiero w latach 2007 – 2013. Klastry są zatem na początku swojej drogi i dopiero w tej chwili budują długookresowe strategie wspierania swoich członków.
- Przeprowadzone badania wskazały z jednej strony praktyczny brak wiedzy o klastrach i ich ofercie, z drugiej zaś pokazały, że współpraca jest immanentną cechą podmiotów sektora wiedzy. W związku z tym wydaje się zasadna dalsza popularyzacja rozwiązań klastrowych oraz wspieranie tej formy organizacyjnej współpracy.

Obszar badawczy 4: Współpraca międzynarodowa w działalności sektora

- Firmy sektorów wiedzy wcześniej (pomimo ich statystycznie mniejszych rozmiarów), aniżeli firmy w innych sektorach, osiągają dojrzałość do podjęcia międzynarodowej ekspansji. Warto

także podkreślić, że firmy tego sektora niejednokrotnie opanowują nisze rynkowe i mają silną pozycję na rynkach światowych.

- Podstawowym przejawem aktywności międzynarodowej podmiotów sektorów wiedzy jest współpraca z zagranicznymi firmami. Firmy jednoosobowe równie często, jak ich więksi odpowiednicy, poddają się internacjonalizacji, co odbiega od klasycznego jej wzorca, zgodnie z którym skłonność firmy do internacjonalizacji rośnie wraz z wielkością firmy.
- Wyraźnie dostrzegalna jest cezura czasowa, która istotnie zwiększa skłonność firm do działania w wymiarze międzynarodowym. Dla podjęcia działalności na rynkach państw członkowskich UE stanowi ją okres 3 – 6 lat, natomiast dla podjęcia działalności na rynkach państw nie będących członkami UE i na rynkach globalnych – 7 – 10 lat.
- Nieco ponad połowa firm zaangażowanych już obecnie w działalność międzynarodową planuje wzmocnienie swojej aktywności. Niezależnie od branży działalności, planowanym kierunkiem ekspansji są kraje europejskie. W przypadku pozostałych destynacji, da się zauważyć pewne zróżnicowania branżowe.
- Szansę w internacjonalizacji działalności częściej dostrzegają firmy najmłodsze, funkcjonujące na rynku krócej niż 3 lata oraz firmy najstarsze o ponad dziesięcioletnim stażu rynkowym.

Obszar badawczy 5: Aktywność projektowa z wykorzystaniem środków publicznych

- Aktywność projektowa wydaje się być umiarkowana w badanej grupie podmiotów. Może to wynikać z faktu, iż są to organizacje świadczące usługi doradcze lub wspierające rozwój innych podmiotów, dla których praktycznie nie ma bezpośrednich rozwiązań dotacyjnych. Najczęściej korzystają one z możliwości finansowania rozwoju swoich pracowników, tak aby podwyższyć jakość swojego kapitału ludzkiego lub współpracują w grantach badawczych.
- Poszukując odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób wpierać rozwój tego sektora ze środków publicznych, wydaje się, że warto skoncentrować się na: umożliwieniu sfinansowania kosztów przygotowania wykwalifikowanych pracowników przez te podmioty poprzez szkolenia, staże i praktyki, budowaniu zachęt do budowania powiązań kooperacyjnych, rozszerzaniu wolumenu usług doradczych kupowanych przez władze samorządowe w formie zamówień publicznych.

Obszar badawczy 6: Potencjał współpracy z sektorem B+R

- Przeprowadzone badania wskazały na niski poziom współpracy pomiędzy biznesem a sektorem nauki, co jest jedną ze słabych stron nie tylko gospodarki Mazowsza, ale całej Polski. Na tym tle sektor wiedzy województwa mazowieckiego nie odbiega zbytnio od normy.
- Zachęcanie przedsiębiorstw sektora wiedzy do budowania współpracy z sektorem biznesu jest ważnym czynnikiem, który umożliwi zbudowanie trwałej przewagi konkurencyjnej. Koniecznym jest zatem utrzymanie dotychczasowych oraz tworzenie nowych mechanizmów zachęt. Należać do nich powinny: rozwiązania podatkowe, dotacje ukierunkowane na

tworzenie bądź utrzymywanie takiej współpracy, tworzenie struktur umożliwiających taką współpracę (m.in. parki technologiczne, klastry, inkubatory).

Obszar badawczy 7: Potencjał absorpcyjny firm sektora wiedzy w kontekście nowej perspektywy finansowej UE

- Sektor wiedzy wyraźnie wskazuje na potrzebę utrzymania dotacji. Należy jednak podkreślić, że w grupie podmiotów z analizowanego sektora występuje duży odsetek firm niezainteresowanych ubieganiem się o dotacyjne formy wsparcia. Ten trudny do zinterpretowania wniosek wynikający z odpowiedzi respondentów może wskazywać na kilka ważnych aspektów:
 - Dotacja jako forma finansowania rozwoju podmiotu chociaż bezzwrotna tworzy określony koszt dla korzystającego.
 - Dostęp do dotacji jest trudny pod względem administracyjnym i wymaga specyficznej wiedzy.
 - Dotacja jako mechanizm bezzwrotny jest ważnym zastrzykiem środków finansowych dla wnioskodawcy, często jedynym dostępnym dla niego źródłem kapitału na rozwój.
 - Warto podkreślić, że niektóre rozwiązania dotacyjne, z których korzystają podmioty sektora wiedzy, nie są możliwe do zrealizowania w oparciu o pozadotacyjne rozwiązania (takie jak np. kredyt bankowy, inwestor strategiczny).
- Konkluzja analizy jest niewątpliwie bardzo trudna. Wewnętrzne zróżnicowanie sektora wiedzy wymaga różnorodnych mechanizmów jego wspierania. Sektor ten potrzebuje zarówno dotacji (przede wszystkim związanych z uruchamianiem działalności lub zacieśnianiem współpracy ponadsektorowej) jak i mechanizmów odnawialnych w postaci instrumentów pożyczkowych i funduszy inwestycyjnych.

Obszar badawczy 8: Diagnoza sektora wiedzy województwa mazowieckiego w kontekście innych regionów Polski

- Rozwój ilościowy sektora wiedzy w woj. mazowieckim zdecydowanie wyprzedza wszystkie pozostałe regiony Polski. Co istotne, w odróżnieniu od wielu innych województw, w których rozwój ilościowy uległ na przestrzeni lat 2009-2012 zahamowaniu lub nawet regresowi, w województwie mazowieckim notuje stały, stabilny wzrost.
- Rozwój ilościowy podmiotów reprezentujących sektor wiedzy jest silnie powiązany z poziomem rozwoju społeczno-gospodarczego regionów.

Sektor wiedzy w województwie mazowieckim notuje kontynuowany, stabilny rozwój ilościowy. Dowodzi to osiągnięcia przez ten sektor fazy względnej dojrzałości rozwojowej, która daje większe poczucie stabilności funkcjonującym w nim podmiotom oraz stwarza większe możliwości dla polityki gospodarczej.

Summary

The following report is a final output of the evaluation study titled: *Analysis of the knowledge sectors in Mazovia region in the context of smart specialization*. This study was conducted on behalf of the Marshal Office of Mazowieckie Voivodship (MV) in Warsaw within the framework of a project *Creation of the system for monitoring and basic evaluation for implementation of the Regional Innovation Strategy for Mazovia*.

The analysis was conducted by the consortium of PSDB Ltd. and EPRD Office for Economic Policy and Regional Development Ltd.

The primary objective was to carry out an inventory of the knowledge sector in MV, its potential, resources and qualifications of the human capital in such branches as: advertising, ICT services, financial services and mediation, legal services, as well as other services for business (e.g. consulting, market research).

The scope of this analysis assumed achievement of the primary objective by conducting research within 8 research areas.

Research area 1: *Characteristics of the knowledge sector of Mazowieckie Voivodship*

The research carried out was aimed at assessing the potential of the knowledge sector, as part of the Voivodship's specialisation, basing on the collected information on the structure, employment and location of smart industries. Due to realisation of the study it was possible to gather in one place the data characterising this sector. Analyses within the first research area were of diagnostic character and were based mainly on the available secondary data.

Research area 2: *Functioning of the knowledge sector companies in Mazowieckie Voivodship*

Implementation of this research area was related to complementing of the statistical data on the number and location of companies and institutions with data on their operations. Due to the analyses carried out in the second research area it was possible to comprehend the developments trends of the sector (and individual branches). The information on products and services offered, typical for the studied branches, was deepened. The second research area also allowed to determine the dynamics of development of the branches covered by the survey in Mazowieckie Voivodship.

Research area 3: *Tendencies towards forming of clusters and cluster initiatives of the knowledge sector companies:*

During the realisation of this research area, the subject of the analysis was the quantity and structure of clusters and cluster initiatives within the knowledge sector. The collected material also allowed to determine the interest for functioning within cluster structures of the surveyed entities.

Research area 4: *International cooperation in sector's activities:*

Realisation of this research area allowed to characterise the examined sector in the context of international cooperation. This area is particularly important due to the fact that international activity of the entities is recognised as a condition for their maturity and lower risk of economic failure. The study also allowed to determine the direction and nature of international cooperation undertaken so far by the entities representing smart industries.

Research area 5: *Project activities with the use of public funds:*

The analysis of the knowledge sector in terms of the smart specialisation criteria was directly related to the assessment of the degree of preparedness of enterprises and institutions to carry out the activities financed from the public funds. The fifth research area analysed the absorption potential of the studied entities. The scope of the study took into account the activity under the Regional Operational Programme for Mazowieckie Voivodship, the Regional Component of the Human Capital Regional Operational Programme, and other external sources of funding.

Research area 6: *Potential for cooperation with R&D sector:*

Assumptions on defining smart specialisation include, as one of the key aspects, the relations of key representatives of this specialisation with R&D institutions, primarily in the context of joint scientific research. Consequently, the scientific research conducted within this specialisation are a condition for its successful development. Realisation of this research area allowed to determine the potential for cooperation of the knowledge sector enterprises with R&D sector

Research area 7: *Absorption potential of the knowledge sector companies in the context of the new EU financial perspective:*

A key aspect of the area in question was to determine the interest among the surveyed industries in the implementation of projects under the new programming period for 2012-2020. The obtained data allowed to identify potential scope of support, that would be most relevant to the needs of the respondents.

Research area 8: *Diagnosis of the knowledge sector of Mazowieckie Voivodship in the context of other Polish regions:*

The last research area was of conclusive nature in relation to the other areas. The analyses conducted within this area allowed to determine whether, and to what extent the knowledge sector of Mazowieckie Voivodship is competitive with respect to other regions, if, and where are the competitors located, and what conditions should be created for Mazovian enterprises and institutions to ensure favourable environment for development.

The study employed several complementary research methods and techniques. The adopted methodology assumed the use of qualitative as well as quantitative techniques, including:

1. Desk research
2. Computer Assisted Telephone Interviews (CATI)
3. Individual in-Depth Interviews (IDI)
4. Experts' panel
5. Case study
6. Evaluation workshop
7. CANVAS
8. SWOT analysis
9. Problem tree

The conclusions of the conducted analyses allow to diagnose the current condition of the knowledge sector entities, identify the factors that stimulate the formation and development of the knowledge sector in Mazowieckie Voivodship, and to analyse development trends in the sector.

Key findings from studies in specific research areas cover:

Research area 1: Characteristics of the knowledge sector of Mazowieckie Voivodship

- The knowledge sector is characteristic for a significant degree of heterogeneity, which makes it impossible to employ the same tools for targeted support for their development.
- The knowledge sector enterprises in Mazowieckie Voivodship display significant potential and develop dynamically, both in terms of the number of entities, as well as the generated employment. However, they have already passed the phase of rapid growth and move to the phase of stable growth.
- The entities that represent the knowledge sector in Mazowieckie Voivodship are clearly concentrated in the cities, in a significantly higher degree than in other voivodships.
- The knowledge sector concentrates relatively more small companies than other sectors of the economy. They are also subjected to stronger market fluctuations than observed in other industries.
- Within the knowledge sector a concentration of the effect of overtaking (in relation to the development observed in other regions of the EU) took place, what implies that the compensation for these delays will take next 10-15 years.
- In territorial context an absolute concentration of the knowledge sector entities with their headquarters registered in Warsaw and its immediate vicinity is evident.

Research area 2: Functioning of the knowledge sector companies in Mazowieckie Voivodship

- The view of this sector in the area of Mazowieckie Voivodship is very ambiguous. On one hand, the sector is formed by many small and not very active enterprises, on the other hand however, there are some very dynamic entities with great potential for development.
- The location of most of these entities is a district of Warsaw. Their activity, of course, goes beyond the city limits, as in most cases they operate on the domestic market (at least two voivodships).
- The knowledge sector entities implement new products, but mostly basing on their own experiences or cooperation with other enterprises. Cooperation with R&D sector is rather an exception for this sector.
- The needs declared by the knowledge sector concern mainly grants, i.e. maintaining a non-repayable assistance granted from the public funds. Other important areas include: knowledge of marketing and sales, new ICT solutions and new technologies.
- The examined entities indicate that an important factor in achieving a competitive advantage is the quality of services and products, and adaptation of the product to the needs of customer.

Research area 3: Tendencies towards forming of clusters and cluster initiatives of the knowledge sector companies

- Simultaneous competition and cooperation are at the moment the basic model for functioning of an enterprise, particularly in the knowledge sector. Cooperation can assume, however, a variety of models, less or more formalised. A cluster as a form of cooperation is a highly formalised form.
- Clusters as business support organisations were created in the area of Mazowieckie Voivodship relatively recently, while their appointment was mostly associated with grant possibilities offered by European funds.
- Assessment of the effectiveness of this form of organisation supporting the cooperation of entities in Poland (Mazovia included) is highly difficult. On one hand it is noteworthy, that these institutions receive rather little attention of small and medium enterprises; on the other hand it should be kept in mind that most of them received funding only within 2007 to 2013. These clusters are therefore at the very beginning of their path, and only now are building their long-term strategies of supporting their members.
- The study indicated on one hand the virtual absence of knowledge about clusters and their offer, and on the other hand that cooperation is an inherent feature of the knowledge sector entities. Therefore, further promotion of cluster solutions, and support to this organisational form of cooperation appears appropriate and justified.

Research area 4: International cooperation in sector's activities

- The knowledge sector companies reach maturity to undertake an international expansion earlier (despite their statistically smaller size) than enterprises in other sectors. It should also be underlined, that the companies of this sector often dominate niche markets and have strong position in global markets.
- The primary manifestation of international activity of the knowledge sector entities is cooperation with foreign companies. Sole proprietorships, as often as their larger counterparts, are subject to internationalisation, what differs from the classic pattern, according to which the tendency for internationalisation increases with the size of the company.
- The caesura, which significantly increases the tendency of companies to operate internationally is clearly visible. It takes 3 years for a company to take up the activity on the markets of the EU Member States and 7 years to take up the activity in the non-Member States and in the global markets.
- Slightly more than a half of companies already involved in international business plan on expanding their activity. Regardless of the branch of industry, the direction of the expansion are European countries. In case of other destinations, certain branch variations can be observed.
- A chance offered by internationalisation is noticed more often by the youngest companies, operating in the market for less than three years, as well as by the oldest companies, operating in the market for over 10 years.

Research area 5: Project activities with the use of public funds

- The project activity appears to be moderate in the examined group of entities. This may be due to the fact that they are the organisations that provide consulting services and support to other entities, and for which there are virtually no direct grant solutions. Most often they make use of the possibilities of financing the development of their employees, so as to increase the quality of their human capital, or they cooperate in research grants.
- Attempting to answer the question of how to promote the development of this sector through public funding, it seems that it would be worthwhile to focus on: enabling the funding of costs of preparing of skilled workers by these entities through trainings, internships and apprenticeships; providing incentives for establishing cooperative relations; expanding the volume of advisory services purchased by local governments through public procurement.

Research area 6: Potential of cooperation with R&D sector

- The conducted study indicated a low level of cooperation between business and science sectors, which is one of the weaknesses not only of Mazovian economy, but Polish economy in

general. In this regard, the knowledge sector of Mazowieckie Voivodship does not deviate much from the norm.

- Encouraging the knowledge sector enterprises to build cooperation with business sector is an important factor, which will allow to create a sustainable competitive advantage. It is therefore necessary to maintain the existing incentive mechanisms and create new ones. They should include: tax solutions, subsidies aimed at creating or maintaining such cooperation, establishment of structures enabling such cooperation (e.g. technology parks, clusters, incubators).

Research area 7: Absorption potential of the knowledge sector companies in the context of the new EU financial perspective

- The knowledge sector clearly demonstrates the need to maintain subsidies. Yet, it must be highlighted that within this group of entities there is a high percentage of companies not interested in applying for grant forms of support. This difficult to interpret conclusion is drawn from the answers of the responses, and may indicate a number of important aspects:
 - the grant as a form of financing for development of an entity, while non-refundable, creates a definite cost for the beneficiary.
 - access to subsidies is difficult in administrative terms, and requires specific knowledge.
 - the subsidy as a non-refundable mechanism is an important injection of funds for the applicant, often the only available source of capital for development.
 - it should be noted that certain grant solutions used by the knowledge sector entities are not feasible while basing on non-grant solutions (e.g. bank credit, strategic investor).
- The conclusion of the analysis is undoubtedly difficult. The internal diversity of the knowledge sector requires a variety of supporting mechanisms. This sector needs both grants (mainly related to starting of business or establishing closer cross-sectoral cooperation), as well as renewable mechanisms in the form of lending instruments and investment funds.

Research area 8: Diagnosis of the knowledge sector of Mazowieckie Voivodship in the context of other Polish regions

- The quantitative development of the knowledge sector in Mazowieckie Voivodship is far ahead of all other Polish regions. Importantly, unlike many other voivodships, in which the quantitative development within 2009-2012 halted or even regressed, Mazowieckie Voivodship records steady, stable growth..
- The quantitative development of the entities representing the knowledge sector is strongly linked to the level of socio-economic development of the regions.

- The knowledge sector in Mazowieckie Voivodship records continued stable quantitative growth. This demonstrates the achievement of relative development maturity by the sector, which gives a greater sense of stability to the entities functioning within it, and creates better opportunities for economic policy.

2. Wprowadzenie

2.1. Koncepcja badania

Obecny poziom rozwoju charakteryzuje się silną presją tworzenia konkurencyjnych, opartych na wiedzy gospodarek. Podstawą podejścia, szczególnie ważną z punktu widzenia nowej perspektywy finansowej Funduszy Strukturalnych na lata 2014-2020, jest Strategia Europa 2020, definiująca cel stworzenia z Europy najbardziej konkurencyjnej gospodarki opartej na wiedzy w świecie.

Podejmowanie problematyki innowacyjności gospodarek w sposób szczególny koncentruje uwagę na małych i średnich przedsiębiorstwach. Istota tkwi w roli, jaką przypisuje się im obecnie w całokształcie rozwoju ekonomiczno - społecznego świata: wskazuje się ich kluczową rolę w tworzeniu miejsc pracy, udziału we wzroście gospodarczym a w konsekwencji w podnoszeniu konkurencyjności gospodarek. Podejmując starania, aby gospodarki przejawiały cechy innowacyjności, kluczową uwagę skupia się na tych najmniejszych podmiotach, mówiąc jednocześnie o konieczności pobudzania ich innowacyjności. Aby jednakże te nadzieje mogły zostać urzeczywistnione, podmioty te powinny posiadać dostęp do wiedzy będącej efektem działalności innowacyjnej. Dostęp do jej zasobów możliwy jest poprzez zewnętrzne współfinansowanie. W konsekwencji mówi się o konieczności zwiększenia roli tzw. sektora wiedzy (inaczej: czwartego sektora), oddziałującego na przedsiębiorstwa w sposób bezpośredni, kreującego warunki do bardziej skutecznego, szybszego i efektywniejszego wdrażania nowych rozwiązań.

Kontekst rozważań na temat rozwoju sektora wiedzy w województwie mazowieckim w sposób szczególny zwraca uwagę na wymogi określenia tzw. Smart Specialization, jako warunku ex-ante implementacji środków na innowacyjność oraz rozwój społeczeństwa informacyjnego w ww. nowej perspektywie Funduszy Strukturalnych (bezpośrednio dotyczy to Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego). Kluczowe wyzwania wyborów specjalizacji na poziomie regionalnym koncentrują się wokół następujących aspektów:

- 1) Określeniu warunków tworzenia miejsc pracy opartych na wiedzy.
- 2) Koncentracji tematycznej, wzmacniającej programowanie strategiczne oraz skuteczność wsparcia publicznego.
- 3) Ustaleniu pozycji regionu na określonych rynkach/niszach globalnych i w międzynarodowych łańcuchach wartości.

Smart Specialization rozumieć będziemy jako statystycznie identyfikowalną grupę firm i podmiotów:

- charakteryzującą się zidentyfikowanym potencjałem konkurencyjności w obszarach nowych rozwiązań produktowych, procesowych, organizacyjnych i/lub marketingowych, z uwzględnieniem nowoczesnych technologii (*Key Enabling Technologies*)

- zorientowanych na identyfikację i udział w sieciach współpracy i klastrach, uznając zarazem te formy za dźwignię własnego rozwoju i konkurencyjności,
- z zidentyfikowanym potencjałem absorpcyjnym w zakresie wyników prac badawczo-rozwojowych (własnych i zewnętrznych), świadomych potrzeb w tym względzie,
- ukierunkowanych na udział w międzynarodowych łańcuchach wartości,
- identyfikujących wsparcie publiczne jako możliwość spełnienia ww. kryteriów.

2.2. Cele badania

Cel główny badania

Celem głównym badania było **przeprowadzenie inwentaryzacji sektora wiedzy w WM, posiadanego potencjału, zasobów i kwalifikacji kapitału ludzkiego w takich gałęziach jak: reklama; usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT); usługi/pośrednictwo finansowe; usługi prawne i inne usługi dla biznesu (np. konsulting, badania rynku).**

Cele szczegółowe badania

- 1) Przeprowadzenie diagnozy stanu obecnego, dokonania analizy stanu/dynamiki rozwoju sektora wiedzy w WM wraz z wskazaniem w jaki sposób wpływa on na wzrost gospodarczy i jaką odgrywa rolę w kształtowaniu gospodarki w skali województwa oraz kraju.
- 2) Określenie czynników stymulujących kształtowanie i rozwój sektora wiedzy w województwie mazowieckim – rola determinantów (miękkich, twardych) rozwoju sektora w WM.
- 3) Analiza trendów rozwojowych sektora wiedzy tj. określenie kierunków rozwoju branży, które w regionie w perspektywie długookresowej mają szansę i możliwość stać się inteligentną specjalizacją regionu.

Pytania i obszary badawcze

Obszar badawczy 1: *Charakterystyka sektora wiedzy województwa mazowieckiego*

Pytania badawcze:

1. Jaka jest ilość zarejestrowanych podmiotów gospodarczych w województwie mazowieckim?
2. Jaka jest struktura podmiotów gospodarczych zlokalizowanych na terenie województwa mazowieckiego?
3. Jakie jest rozmieszczenie terytorialne podmiotów gospodarczych z województwa mazowieckiego: miasta/powiaty?
4. Jaka jest ilość zarejestrowanych podmiotów gospodarczych z sektora wiedzy w województwie mazowieckim?
5. Jaka jest struktura podmiotów gospodarczych z sektora wiedzy zlokalizowanych na terenie województwa mazowieckiego?

6. Jakie jest rozmieszczenie terytorialne podmiotów gospodarczych z sektora wiedzy z województwa mazowieckiego miasta/powiaty?
7. Jaka była dynamika rozwoju firm z sektora wiedzy od 2010 do 2012 roku?
8. Jaki procent przedsiębiorstw województwa mazowieckiego stanowią te z sektora wiedzy?
9. Ile jest ogółem osób zatrudnionych w województwie mazowieckim?
10. Ile osób jest zatrudnionych w sektorach wiedzy ogółem? Jaki to procent ogólnej liczby zatrudnionych?
11. Ile jest osób zatrudnionych w poszczególnych branżach sektora? Jak te liczby zmieniały się w latach 2010-2012?
12. Ile jest osób zatrudnionych w sektorach wiedzy w poszczególnych miastach/ powiatach województwa?

Obszar badawczy 2: Funkcjonowanie firm sektora wiedzy w WM

Pytania badawcze

1. Jaka jest charakterystyka podmiotów sektora wiedzy?
2. Jak długo funkcjonują na rynku podmioty z sektora wiedzy?
3. Czy od momentu uruchomienia działalności zmieniał się profil funkcjonowania firm objętych badaniem? Na czym polegała ewentualna zmiana? Czym te zmiany były podyktowane?
4. Jakie produkty/usługi oferują firmy z sektora wiedzy?
5. Kim są klienci/odbiorcy produktów/usług oferowanych przez firmy z sektora wiedzy?
6. Jaka jest pozycja rynkowa firm z sektora wiedzy?
7. Jaka jest kondycja ekonomiczna firm z sektora wiedzy?

Obszar badawczy 3: Tendencje do tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych firm sektora wiedzy

Pytania badawcze

1. Czy firmy z sektora wiedzy uczestniczą w inicjatywach klastrowych?
2. Ile jest w WM inicjatyw klastrowych, w których uczestniczą firmy z sektora wiedzy?
3. Z jakimi firmami i instytucjami współpracują firmy z sektora wiedzy w klastrach?
4. Jakie są główne powody koncentracji w ramach klastrów?
5. Co powstrzymuje pozostałe firmy przed podejmowaniem tego typu współpracy?
6. Czy firmy uczestniczące w inicjatywach klastrowych zauważyły pozytywne rezultaty tego typu współpracy? Jakie są to efekty?

Obszar badawczy 4: Współpraca międzynarodowa w działalności sektora

Pytania badawcze:

1. Czy firmy sektora wiedzy podejmują współpracę międzynarodową?
2. Czy firmy sektora wiedzy podejmują współpracę w ramach projektów międzynarodowych o charakterze badawczym?

3. Czy firmy sektora wiedzy podejmują współpracę w ramach projektów międzynarodowych tzw. miękkich (np. nakierowanych na rozwój zasobów ludzkich)?
4. Gdzie (w których regionach Europy i świata) zlokalizowane są firmy, z którymi podejmują współpracę firmy sektora wiedzy?
5. Gdzie (w których regionach Europy i świata) zlokalizowane są zagraniczne firmy, które stanowią największą konkurencję dla firm sektora wiedzy WM?

Obszar badawczy 5: Aktywność projektowa z wykorzystaniem środków publicznych

Pytania badawcze

1. Czy firmy sektora wiedzy realizowały dotychczas projekty w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego?
2. Jakie projekty w ramach RPO WM były realizowane z udziałem firm sektora wiedzy?
3. Czy firmy z sektora wiedzy realizowały projekty w ramach RPO WM?
4. Czy firmy sektora wiedzy realizowały dotychczas projekty w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?
5. Jakie projekty w ramach PO KL były realizowane z udziałem firm sektora wiedzy?
6. Czy firmy z sektora wiedzy realizowały projekty w ramach PO KL?
7. Czy firmy sektora wiedzy realizowały dotychczas projekty w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka?
8. Czy firmy sektora wiedzy realizowały dotychczas projekty finansowane z innych źródeł (np. NCBiR, PARP)? Jakie projekty były realizowane przez te firmy?
9. Czy firmy sektora wiedzy planują realizację projektów z wykorzystaniem środków publicznych?

Obszar badawczy 6: Potencjał współpracy z sektorem B+R

Pytania badawcze:

1. Czy firmy sektora wiedzy współpracują z sektorem B+R?
2. Jakiego typu jest to współpraca?
3. Czy firmy sektora wiedzy prowadzą wspólne badania naukowe z sektorem B+R?
4. Czego dotyczą te badania?
5. Czy firmy sektora wiedzy planują wspólne badania naukowe z sektorem B+R?
6. Jakimi zakresami tematycznymi są zainteresowane firmy planujące prowadzenie wspólnych badań naukowych z sektorem B+R?

Obszar badawczy 7: Potencjał absorpcyjny firm sektora wiedzy w kontekście nowej perspektywy finansowej UE

Pytania badawcze:

1. Czy firmy sektora wiedzy planują aplikować o środki w ramach nowej perspektywy finansowej UE?
2. Czy w przypadku braku dostępu do środków publicznych/ niepowodzenia przy aplikowaniu o nie, firmy będą realizować zaplanowane działania?

3. Realizacja jakich działań będzie niemożliwa w przypadku braku dostępu do środków publicznych w nowej perspektywie finansowej?
4. Czy przedstawiciele firm sektora wiedzy dostrzegają alternatywne do funduszy UE źródła finansowania swojej działalności?

Obszar badawczy 8: Diagnoza sektora wiedzy województwa mazowieckiego w kontekście innych regionów Polski

Pytania badawcze:

1. Czym charakteryzuje się sektor wiedzy w innych województwach?
2. W których województwach sektor wiedzy jest najlepiej rozwinięty?
3. Co przyczyniło się do rozwoju sektora wiedzy w tych województwach?
4. Jakie są warunki niezbędne do dalszego rozwoju sektora wiedzy w innych regionach?
5. Jak kształtuje się poziom rozwoju sektora wiedzy WM w stosunku do innych województw?
6. Czy wielkość ośrodka ma wpływ na rozwój firm z sektora wiedzy w WM? W jakim zakresie czynnik ten sprzyja rozwojowi, a w jakim go hamuje?
7. Czy dostępność komunikacyjna ma wpływ na rozwój firm z sektora wiedzy w WM? W jakim zakresie czynnik ten sprzyja rozwojowi, a w jakim go hamuje?
8. Czy wysokość płac w regionie ma wpływ na rozwój firm z sektora wiedzy w WM? W jakim zakresie czynnik ten sprzyja rozwojowi, a w jakim go hamuje?
9. Czy dostępność i jakość mieszkalnictwa w regionie ma wpływ na rozwój firm z sektora wiedzy w WM? W jakim zakresie czynnik ten sprzyja rozwojowi, a w jakim go hamuje?
10. Czy atrakcyjność środowiska naturalnego w regionie ma wpływ na rozwój firm z sektora wiedzy w WM? W jakim zakresie czynnik ten sprzyja rozwojowi, a w jakim go hamuje?
11. Czy bezpieczeństwo w regionie ma wpływ na rozwój firm z sektora wiedzy w WM? W jakim zakresie czynnik ten sprzyja rozwojowi, a w jakim go hamuje?
12. Czy atmosfera tolerancji w regionie ma wpływ na rozwój firm z sektora wiedzy w WM? W jakim zakresie czynnik ten sprzyja rozwojowi, a w jakim go hamuje?
13. Jakie inne czynniki sprzyjają rozwojowi sektora wiedzy w WM? Jakie inne czynniki hamują rozwój sektora wiedzy w WM?
14. Jakie są najważniejsze warunki dla rozwoju sektora wiedzy w WM?
15. Jakie są największe bariery dla rozwoju sektora wiedzy w WM?
16. Jaką rolę odgrywa sektor wiedzy w procesie rozwoju miast WM?
17. Jaką rolę odgrywa sektor wiedzy w procesie rozwoju całego WM?

2.3. Opis zastosowanej metodologii

1. Analiza danych zastanych (*desk research*)

W ramach niniejszego badania dane zastane poddane zostały zarówno analizie jakościowej (raporty, analizy, strategie) jak i ilościowej (statystyki publiczne).

Analiza dokumentów prowadzona była równolegle w kilku zakresach i pełniła kilka funkcji. Na etapie przygotowania raportu metodologicznego posłużyła stworzeniu podłoża teoretycznego dla badanych zagadnień, m.in. w zakresie analizy specyfiki firm reprezentujących sektory wiedzy. Na etapie realizacji badania zasadnicza część analizy danych zastanych opierała się na analizie dostępnych badań i ekspertyz związanych z zakresem funkcjonowania sektorów wiedzy w kraju i w regionie. Był to punkt wyjścia do pozostałych badań i pozwolił uzyskać niezbędną wiedzę we wszystkich obszarach uwzględnionych w analizie. Istotnym elementem *desk research* była także analiza źródeł statystycznych, na podstawie których opracowane zostały główne elementy zestawień strukturalnych podmiotów z sektora wiedzy.

2. Wywiady telefoniczne CATI (Computer Assisted Telephone Interview)

W ramach badania wykorzystano ilościową technikę badawczą w postaci wywiadów telefonicznych (CATI – *Computer Assisted Telephone Interview*). Kwestionariusz skierowany został do przedstawicieli przedsiębiorstw funkcjonujących w województwie mazowieckim.

Zastosowanie techniki wywiadów telefonicznych i objęcie nią przedsiębiorców województwa mazowieckiego, pozwoliło uzyskać informacje bezpośrednio od podmiotów z badanych branż. Dzięki temu możliwe było zebranie dokładnych informacji we wszystkich obszarach uwzględnionych w badaniu.

Respondenci do badania wybierani byli w drodze doboru losowego. W tym celu została zakupiona komercyjna baza podmiotów z pięciokrotnie większą liczbą rekordów od założonej do realizacji próby (1500 podmiotów). Wielkość próby określona została zgodnie z zapewnieniem jak największej możliwej reprezentatywności badania. Aby frakcje uzyskane z dobranej próby mogły być uogólniane na populację przedsiębiorców z prawdopodobieństwem 0,95 nie popełnienia błędu większego niż 3,99%, wielkość próby ustalona została na poziomie 266 podmiotów (N=266). Analizą objęte zostały jedynie przedsiębiorstwa aktywne, tzn. prowadzące działalność w momencie realizacji badania. Pominięte zostały przedsiębiorstwa w budowie, organizujące się, w stanie likwidacji, upadłości, z zawieszoną lub zakończoną działalnością oraz te, które mimo zarejestrowania nie podjęły jeszcze działalności.

Badanie prowadzone było w okresie 8 kwietnia – 20 maja.

3. Indywidualne wywiady pogłębione – IDI (*Individual in-Depth Interview*)

Indywidualne wywiady pogłębione zostały przeprowadzane w oparciu o kwestionariusz strukturyzujący rozmowę. W przypadku niniejszego badania wywiady przeprowadzane zostały z reprezentantami następujących branż:

- Branża reklamowa,
- Branża ICT,
- Branża świadcząca usługi prawne,
- Branża świadcząca usługi dla biznesu,
- Sektor B+R,
- Branża usług/pośrednictwa finansowego.

Pierwszym etapem tej części badania było przygotowanie wstępnej bazy potencjalnych respondentów. Opracowana została ona w oparciu o zasoby sieci internetowej. Tworzenie ostatecznej bazy respondentów IDI obejmowało również uwzględnienie danych zawartych w listach beneficjentów RPO WM. Do wywiadów zostali zaproszeni przedstawiciele instytucji z poszczególnych branż sektora wiedzy. Dobór respondentów objętych wywiadami indywidualnymi IDI uzupełniony został wynikami ankiet CATI. Przeprowadzono 18 indywidualnych wywiadów pogłębionych (6 wywiadów prowadzonych było w ramach Case Study). IDI prowadzono w 3 turach:

I fala badań terenowych – 23 - 24 kwietnia,

II fala badań terenowych - 6 - 8 maja,

III fala badań terenowych- 15 - 16 maja.

Indywidualnymi Wywiadami Pogłębionymi objętych zostało 18 respondentów następujących podmiotów:

Przedstawiciele branży reklamowej:

1. Polymus Sp. z o.o
2. BF Marketing Agency
3. Online Sales and Marketing Group

Przedstawiciele branży świadczącej usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT):

1. Bit Life
2. Eversoft Sp. z o.o.
3. Mazowiecki Klaster ICT

Przedstawiciele branży usług/pośrednictwa finansowego:

1. Mazowiecki Fundusz Poręczeń Kredytowych
2. Europejska Akademia Planowania Finansowego

Przedstawiciele branży świadczącej usługi prawne:

1. Usługi Szkoleniowo-Doradcze Agnieszka Krochmal Węgrzyn
2. Kancelaria Adwokacka Katarzyna Bondaryk
3. Kancelaria JWP Rzecznicy Patentowi (Jan Wierzchoń & Partnerzy Sp. j. Biuro Patentów i Znaków Towarowych)

Przedstawiciele branży świadczącej usługi dla biznesu (np. konsulting, badania rynku):

1. AMPS
2. EKOMAT
3. Inno-project

Przedstawiciele sektora B+R

1. CTL - Centrum Techniki Laserowej LASERINSTRUMENTS Sp. z o.o.
2. BioTechMed Cluster Mazovia
3. Instytut Chemii Przemysłowej im. prof. Ignacego Mościckiego
4. Biuro Współpracy z Biznesem SGH

Zastosowanie takiego doboru respondentów dało możliwość pogłębionej oceny poszczególnych branż. Wywiady prowadzone były zgodnie z przyjętymi obszarami badawczymi. Dane jakościowe uzyskane dzięki IDI, posłużyły również do opracowania analizy CANVAS oraz Case Study.

4. Panel ekspertów

Panel ekspertów przeprowadzono dnia 21 maja 2013r w siedzibie Wydziału Innowacji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego przy al. Solidarności 61 w Warszawie. Wzięło w nim udział 6 ekspertów, asystenci zespołów badawczych oraz przedstawiciel Zamawiającego. Podczas panelu przedstawiono wstępne wyniki i wnioski z badania. Udało się wskazać najważniejsze problemy w badanych obszarach oraz wskazać wstępne propozycje rekomendacji. Uczestnikami Panelu ekspertów byli:

1. Przedstawiciel Departamentu Strategii i Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego,
2. Przedstawiciel stowarzyszenia klastrów na Mazowszu,
3. Przedstawiciel klastra skupiającego podmioty z branży technologii informatycznych,
4. Przedstawiciel Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego,
5. Przedstawiciel Instytutu Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie,
6. Przedstawiciel Polskiego Towarzystwa Ewaluacyjnego,
7. Przedstawiciele wykonawcy badania.

5. Case study

Celem studium przypadku było wyodrębnienie przykładów dobrych praktyk tj. podmiotów i usług, które świadczą o wysokiej konkurencyjności sektora wiedzy w województwie mazowieckim, tym samym mogą potwierdzać zasadność rozważań o uwzględnieniu tego sektora jako smart specialization. Opracowano 6 studiów przypadku – po 1 dla każdej badanej branży. Podstawą doboru podmiotów były m.in. trendy w sektorze, tendencje do tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych, prowadzonej działalności (współpraca międzynarodowa), potencjał współpracy z sektorem B+R.

Na podstawie analizy danych zastanych oraz informacji zgromadzonych w badaniu CATI zostały wyłonione podmioty, które stanowiły przykłady dobrych praktyk. Uzupełnieniem uzyskanych danych były wywiady indywidualne z przedstawicielami podmiotów objętych case study.

Jako przykłady dobrej praktyki wyodrębniono następujące podmioty:

- Branża reklamowa - Polymus Sp. z o.o
- Branża ICT – Eversoft Sp. z o.o.
- Branża świadcząca usługi prawne – JWP Rzecznicy Patentowi
- Branża świadcząca usługi dla biznesu – EKOMAT Sp. z o.o.
- Sektor B+R - BioTechMed Cluster Mazovia
- Branża usług/pośrednictwa finansowego - Mazowiecki Fundusz Poręczeń Kredytowych

Szczegółowy opis studiów przypadku został zamieszczony w załącznikach do raportu końcowego.

6. Warsztat ewaluacyjny

Warsztat ewaluacyjny przeprowadzono dnia 12 czerwca 2013r w siedzibie EPRD Sp. z o.o. w Warszawie. Wziął w nim udział kierownik zespołu badawczego oraz czterech przedstawicieli Zamawiającego. Podczas warsztatu Kierownik badania przedstawił wnioski z prowadzonych analiz oraz wynikające z nich rekomendacje. Udało się wskazać najważniejsze problemy w badanych obszarach. Udział w warsztacie przedstawicieli Zamawiającego pozwolił na wypracowanie sposobów wdrożenia rekomendacji.

7. CANVAS

Zgodnie z przyjętym w raporcie metodologicznym założeniem, analiza polegała na bieżącym uzupełnianiu poszczególnych pól schematu CANVAS w trakcie realizacji poszczególnych obszarów badawczych. Do jej opracowania wykorzystano dane zastane, dane ilościowe oraz dane jakościowe uzyskane podczas indywidualnych wywiadów pogłębionych.

Metodyka CANVAS z uwagi na istotne odniesienia do otoczenia organizacji (społecznego, gospodarczego, technologicznego, kulturowego) posłużyła do opisania ram, dla efektywnych w przypadku konkretnych branż modeli biznesowych. Rzeczywistość funkcjonowania opisana została w konkretnym sektorze poprzez system dziewięciu współzależnych elementów. Tymi elementami były:

1. Segmenty klientów
2. Propozycja wartości
3. Kanały
4. Relacje z klientami
5. Strumienie przychodów
6. Kluczowe zasoby
7. Kluczowe działania
8. Kluczowi partnerzy
9. Strumienie kosztów

Dzięki zastosowaniu metodyki CANVAS udało się zidentyfikować tendencje zmian w otoczeniu, które mogą tworzyć dla przedsiębiorstw działających w badanych sektorach i w branżach w inny sposób powiązanych z sektorem wiedzy określone szanse i zagrożenia.

CANVAS wymaga pełnej informacji, dlatego też jego opracowanie zostało oparte na wnioskach z przeprowadzonych analiz (ilościowych i jakościowych).

Analiza CANVAS została zamieszczona w załącznikach do raportu końcowego.

8. Analiza SWOT

Analiza SWOT zastosowana w przedmiotowym badaniu pozwoliła na zebranie i uporządkowanie wszystkich danych uzyskanych w wyniku badania, a tym samym przyczyniła się do uzyskania odpowiedzi na zagadnienia zawarte we wszystkich obszarach badawczych.

Analiza SWOT objęła zagadnienia związane z:

1. Tendencjami do tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych firm sektora wiedzy (mocne i słabe strony podmiotów z sektora wiedzy oraz szanse na tworzenie tego rodzaju inicjatyw),
2. Współpracą międzynarodową w działalności sektora wiedzy (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia),
3. Aktywnością projektową z wykorzystaniem środków publicznych (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia),
4. Potencjałem współpracy z sektorem B+R (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia)
5. Potencjałem absorpcyjnym firm sektora wiedzy w kontekście nowej perspektywy finansowej UE (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia).

Analiza SWOT została zamieszczona w załącznikach do raportu końcowego.

9. Drzewo problemów

Drzewo problemów posłużyło do zidentyfikowania negatywnych aspektów sektora wiedzy województwa mazowieckiego w kontekście konkurencyjności i perspektyw rozwoju. Drzewo problemów opracowane zostało równolegle z Analizą SWOT. Wskazano podstawowe problemy w badanych obszarach, następnie określono powiązane z nimi utrudnienia i niedogodności. Kolejnym krokiem było zdefiniowanie związków przyczynowo-skutkowych oraz opracowanie drzewa problemów. Analiza przedstawiona została na schemacie będącym załącznikiem do raportu końcowego.

3. Wyniki badania

3.1. Charakterystyka sektora wiedzy województwa mazowieckiego

W dobie gospodarki opartej na wiedzy konkurencyjność regionu rozumiana jako jego zdolność adaptacyjna do pojawiających się wyzwań gospodarczych, społecznych i środowiskowych oraz do kształtowania odpowiednich warunków rozwoju w układzie krajowym i międzynarodowym w decydującej mierze determinowana jest przez kapitał wiedzy, kapitał ludzki i społeczny¹. Sektory wiedzy mogą skutecznie wspierać rozwój podmiotów gospodarczych w regionie dostarczając im odpowiedniej informacji i wiedzy, które odpowiednio wykorzystane mogą budować ich konkurencyjność oraz konkurencyjność całego regionu.

W tym kontekście sektory wiedzy będą rozumiane jako te wyodrębnione sektory działalności usługowej prowadzonej na rzecz innych podmiotów gospodarczych, które w wysokim stopniu wykorzystują wiedzę (tzw. *knowledge-intensive services*). Warto zwrócić uwagę, że sektory wiedzy stanowią zbiór cechujący się znacznym stopniem heterogeniczności. Obok usług wymagających wiedzy specjalistycznej (np. usługi prawnicze) i niekiedy też wysokiego zaawansowania technologicznego (np. usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT), które zaliczone zostały przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju do usług wysokich technologii, tzw. *high-tech knowledge-intensive services*), mamy w nim usługi względnie proste, które można wykonywać po krótkim przeszkoleniu, jak np. usługi rachunkowo-księgowe.

Na potrzeby niniejszego badania, do sektorów wiedzy zaliczono następujące rodzaje działalności według Polskiej Klasyfikacji Działalności 2007 (Tab. 1):

¹ T. Czyż, Konkurencyjność regionu wielkopolskiego w aspekcie gospodarki opartej na wiedzy, <http://igsegp.amu.edu.pl/RAPORTY/8.%20Konkurencyjnosc%20regionu%20wielkopolskiego%20w%20aspekcie%20GOW.pdf>

Tabela 1. Klasyfikacja sektorów wiedzy według PKD 2007

Dział PKD	Nazwa działu	Grupa / klasa	Nazwa grupy/klasy	Zakres
61	Telekomunikacja	61.1	Działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej	- obsługa i konserwacja systemów łącznościowych i transmisyjnych w celu zapewnienia komunikacji pomiędzy dwiema centralami przez linie naziemne, mikrofałe lub kombinację linii naziemnych z połączeniami satelitarnymi - obsługa systemów dystrybucji kablowej, np. dystrybucja danych, sygnałów telewizyjnych - zapewnienie komunikacji telegraficznej i pozostałej innej niż głosowa, przy użyciu własnych systemów - dzierżawa łączy od właścicieli i operatorów - świadczenie usług telekomunikacyjnych firmom i gospodarstwom domowym - zapewnianie dostępu do Internetu przez operatora sieci przewodowej
		61.2	Działalność w zakresie telekomunikacji bezprzewodowej, z wyłączeniem telekomunikacji satelitarnej	- obsługa, konserwacja lub udostępnianie systemów transmisyjnych do przesyłania głosu, danych, tekstu, dźwięku i obrazu realizowane za pomocą infrastruktury telekomunikacji bezprzewodowych - obsługa i konserwacja bezprzewodowych sieci telekomunikacyjnych takich jak: pagery, telefony komórkowe i podobne - zakup dostępu i pojemności do sieci od właścicieli i operatorów sieci - świadczenie usług telekomunikacji bezprzewodowej (z wyłączeniem satelitarnych) firmom i gospodarstwom domowym - zapewnianie dostępu do Internetu przez operatora sieci bezprzewodowej
		61.3	Działalność w zakresie telekomunikacji satelitarnej	- działalność związana z obsługą, konserwacją lub udostępnianiem systemów transmisyjnych do przesyłania głosu, danych, tekstu, dźwięku i obrazu realizowane za pomocą infrastruktury telekomunikacji satelitarnej - dostarczanie programów wizualnych, dźwiękowych i tekstowych odbieranych z kanałów telewizyjnych, stacji i sieci telewizyjnych lub radiowych, przez systemy satelitarne bezpośrednio do domu odbiorców - zapewnianie dostępu do Internetu przez operatora sieci satelitarnej
		61.9	Działalność w zakresie pozostałej telekomunikacji	- świadczenie wyspecjalizowanych usług telekomunikacyjnych takich jak: śledzenie za pomocą satelitów, telemetria komunikacyjna i obsługa stacji radarowych - obsługa końcowych stacji satelitarnych i związanych z nimi systemów operacyjnych połączonych z jednym lub większą liczbą naziemnych systemów komunikacyjnych, zdolnych do przesyłania lub odbioru sygnałów telekomunikacyjnych z systemów satelitarnych - zapewnienie dostępu do Internetu przez sieci, na podstawie umowy pomiędzy klientem a dostawcą usług internetowych, które nie są jego własnością i nie są przez niego kontrolowane, tak jak np. komutowany dostęp do Internetu - udostępnienie telefonu i Internetu w obiektach ogólnie dostępnych - dostarczanie usług telekomunikacyjnych przez istniejące połączenia telekomunikacyjne: - o umożliwianie rozmów za pośrednictwem Internetu (VOIP - Voice Over Internet Protocol) - o pośrednictwo w zakresie usług telekomunikacyjnych (tj. zakup i odsprzedaż uprawnień do sieci bez świadczenia dodatkowych usług)



Dział PKD	Nazwa działu	Grupa / klasa	Nazwa grupy/klasy	Zakres
62	Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana	62.01	Działalność związana z oprogramowaniem	- pisanie, modyfikowanie, badanie, dokumentowanie i wspomaganie oprogramowania, włączając pisanie zleceń sterujących programami dla użytkowników - analizowanie, projektowanie systemów gotowych do użycia: - o rozbudowa, tworzenie, dostarczanie oraz dokumentacja oprogramowania wykonanego na zlecenie określonego użytkownika - o pisanie programów na zlecenie użytkownika - o projektowanie stron internetowych
		62.02	Działalność związana z doradztwem w zakresie informatyki	- planowanie i projektowanie systemów komputerowych, które łączą sprzęt komputerowy, oprogramowanie i technologie komunikacyjne, włączając szkolenia dla użytkowników
		62.03	Działalność związana z zarządzaniem urządzeniami informatycznymi	- zarządzanie i obsługę systemów komputerowych i/lub urządzeń przetwarzania danych należących do klienta w miejscu ich zainstalowania, włączając usługi wspomagające
		62.09	Pozostała działalność usługowa w zakresie technologii informatycznych i komputerowych	- usługi odzyskiwania danych z uszkodzonych komputerów - instalowanie komputerów osobistych - instalowanie oprogramowania
63	Działalność usługowa w zakresie informacji	63.1	Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi	- działalności związane z zapewnieniem infrastruktury dla usług hostingowych, przetwarzania danych i działalności powiązanych - specjalistyczne usługi hostingowe, takie jak: hosting sieci www, usługi przesyłania strumieniowego lub oferowania hostingu do wykonywania aplikacji, świadczenie usług aplikacyjnych, dostarczanie klientom urządzeń głównego komputera ze współdzieleniem czasu - przetwarzanie danych, włączając kompletną obróbkę i specjalistyczne raporty z danych dostarczonych przez klienta lub zapewnienie automatycznego przetwarzania danych oraz wprowadzania danych, włącznie z prowadzeniem bazy danych - działanie witryn internetowych, które wykorzystują wyszukiwarki, aby generować i utrzymywać obszerne bazy danych internetowych adresów i treści w formie łatwym do wyszukania - działanie pozostałych witryn internetowych, które działają jak portale internetowe, tj.: strony mediów dostarczających aktualne informacje

Dział PKD	Nazwa działu	Grupa / klasa	Nazwa grupy/klasy	Zakres
64	Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych	64.1	Pośrednictwo pieniężne	- działalność związana z przyjmowaniem depozytów i udzielaniem kredytów, w takich formach jak: pożyczki, zastawy hipoteczne, karty kredytowe itp. przez instytucje finansowe inne niż bank centralny, np. banki, kasy oszczędnościowe, towarzystwa kredytowe - działalność związana z pocztową obsługą kredytów i oszczędności oraz pozostałych operacji finansowych realizowanych za pośrednictwem poczty - działalność związana z udzielaniem kredytów mieszkaniowych przez specjalistyczne instytucje przyjmujące depozyty - działalność agencji bankowych i punktów pobierania opłat
		64.3	Działalność trustów, funduszy i podobnych instytucji finansowych	- działalność osób prawnych (np. funduszy, trustów) lokujących w papiery wartościowe lub inne aktywa w imieniu akcjonariuszy lub beneficjentów, z wyłączeniem zarządzania
		64.9	Pozostała finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych	- dzierżawy, których okres w przybliżeniu pokrywa się z przewidywanym czasem amortyzacji środków trwałych, a dzierżawca otrzymuje wszelkie zyski płynące z dzierżawy i ponosi wszelkie ryzyko związane z posiadanym prawem własności - udzielanie kredytów konsumpcyjnych - finansowanie handlu międzynarodowego - zapewnienie długoterminowego finansowania działalności przemysłowej - pożyczki pieniężne poza systemem bankowym - udzielanie kredytów mieszkaniowych przez specjalistyczne instytucje, nieprzyjmujące depozytów - udzielanie pożyczek pod zastaw (np. działalność lombardów) - pozostałe pośrednictwo finansowe związane głównie z dystrybucją środków finansowych, w inny sposób niż udzielanie pożyczek: - o faktoring - o wystawianie swapów, dokonywanie opcji oraz zawieranie transakcji zabezpieczających - działalność inwestycyjna na własny rachunek dokonywana poprzez lokatę kapitału za pośrednictwem przedsiębiorstw wysokiego ryzyka, klubów inwestycyjnych itp.
69	Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe	69.1	Działalność prawnicza	- reprezentowanie interesów jednej strony przeciw drugiej stronie przed sądem lub innym ciałem orzekającym, prowadzone przez adwokatów, radców prawnych lub pod ich nadzorem - doradztwo prawne i ogólne konsultacje, przygotowywanie dokumentów prawnych w zakresie: - o statutów, umów, porozumień i innych dokumentów związanych z prowadzeniem firm - o dokumentacji patentowej i praw autorskich - o przygotowywanie innych dokumentów prawnych, np.: testamentów, pełnomocnictw - działalność notariuszy, komorników, sędziów polubownych, rzeczników patentowych, radców prawnych, mediatorów sądowych

Dział PKD	Nazwa działu	Grupa / klasa	Nazwa grupy/klasy	Zakres
		69.2	Działalność rachunkowo - księgowa; doradztwo podatkowe	- księgowanie wszelkiego rodzaju transakcji gospodarczych, wykonywane na zlecenie, - sporządzanie sprawozdań i bilansów finansowych - kontrola i potwierdzanie poprawności sprawozdań i bilansów finansowych (działalność biegłych księgowych/ biegłych rewidentów) - przygotowywanie dokumentów o dochodach osób i firm w celach podatkowych - doradztwo podatkowe i reprezentowanie klientów przed organami podatkowymi
70	Działalność firm centralnych (head offices); doradztwo związane z zarządzaniem	70.1	Działalność firm centralnych (head offices) i holdingów z wyłączeniem holdingów finansowych	- kontrolowanie i zarządzanie innymi spółkami lub przedsiębiorstwami - planowanie strategiczne lub organizacyjne oraz procesy podejmowania decyzji
		70.2	Doradztwo związane z zarządzaniem	- doradztwo i bezpośrednia pomoc, włączając lobbing dla podmiotów gospodarczych i innych jednostek w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji - doradztwo i bezpośrednią pomoc dla podmiotów gospodarczych i innych jednostek w zakresie: - o planowania strategicznego i organizacyjnego - o strategii i działalności marketingowej - o kontroli kosztów i innych zagadnień finansowych - o zarządzania produkcją - o zarządzania zasobami ludzkimi, doradztwa personalnego - o planowania, organizacji pracy, efektywności zarządzania - o opracowywania systemów prowadzenia rachunkowości i kontroli wydatków - doradztwo i bezpośrednia pomoc dla podmiotów gospodarczych i administracji państwowej w zakresie: - o planowania metod czy procedur dotyczących rachunkowości, programów związanych z kalkulowaniem kosztów, procedur dotyczących kontroli budżetu - o planowania, organizacji, efektywności i kontroli itp.
72	Badania naukowe i prace rozwojowe	72.1	Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie nauk przyrodniczych i technicznych	- prowadzenie badań naukowych i prac rozwojowych w dziedzinie biotechnologii - prowadzenie badań naukowych i prac rozwojowych w dziedzinie nauk przyrodniczych i technicznych, innych niż biotechnologia - prowadzenie badań naukowych i prac rozwojowych w zakresie: - o nauk społecznych - o nauk humanistycznych - o międzydiscyplinarnych nauk z przewagą nauk społecznych i humanistycznych



Dział PKD	Nazwa działu	Grupa / klasa	Nazwa grupy/klasy	Zakres
73	Reklama, badanie rynku i opinii publicznej	73.1	Reklama	- pełna oferta kampanii reklamowej (tzn. od możliwości wewnątrz firmy po zadania zlecane podwykonawcom) zawierająca: - o strategię i planowanie mediów - o projektowanie reklam, ilustracji i plakatów - o pisanie scenariuszy do filmów reklamowych, umieszczanie ich w mediach - o doradztwo - o usługi kreatywne - o planowanie materiałów reklamowych (bez ich produkcji) - o marketing bezpośredni i reklamę bezpośrednią - działalność związana z reprezentowaniem mediów: - o pośrednictwo w sprzedaży miejsca i czasu na cele reklamowe w różnych mediach - o pośrednictwo w odsprzedaży miejsca i czasu na cele reklamowe w różnych mediach - kompleksowe projektowanie i realizowanie kampanii reklamowych poprzez: - o projektowanie, planowanie i umieszczanie reklam w mediach drukowanych, radiu, telewizji, Internecie oraz innych mediach - o projektowanie, planowanie i umieszczanie reklam zewnętrznych, w formie billboardów, paneli, gablot, balonów i sterowców reklamowych, wystawach okiennych, reklam na samochodach i autobusach itp. - o dystrybucję i doręczanie prospektów i próbek reklamowych - o tworzenie stoisk oraz innych konstrukcji i miejsc wystawowych - prowadzenie kampanii reklamowych i pozostałe usługi reklamowe mające na celu przyciągnięcie lub zatrzymanie klientów, np. poprzez: - o promocję wyrobów - o marketing bezpośredni - o doręczanie i zamieszczanie prospektów i próbek reklamowych oraz bezpośrednią reklamę korespondencyjną, - o doradztwo marketingowe
		73.2	Badanie rynku i opinii publicznej	- badanie potencjału rynkowego, popytu i zwyczajów konsumentów w celu zwiększenia sprzedaży i wprowadzania nowych produktów, włączając analizę statystyczną uzyskanych wyników - badanie opinii publicznej w kwestiach zagadnień politycznych, gospodarczych i społecznych oraz analiza statystyczna uzyskanych wyników

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Wyjaśnienia PKD 2007*, załącznik do Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD), Dz. U. nr 251, poz. 1885.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego **na dzień 31.12.2012 w woj. mazowieckim było zarejestrowanych w systemie REGON ogółem 699 212 podmiotów gospodarczych**, z czego 686 267 w sektorze prywatnym i 12 945 w sektorze publicznym.

Jak przedstawia Tab. 2, **sektory wiedzy reprezentowane przez 83 623 podmioty według stanu na 31.12.2012 r. mają znaczący, bo sięgający blisko 12% udział w ogólnej populacji podmiotów gospodarczych w województwie mazowieckim**. Ten udział zwiększył się na przestrzeni lat 2009-2012 o 2,25 pkt. proc. W tym okresie ich liczba wzrosła o 18,2 tys., co stanowiło **wzrost o 27,8%, co przeszło trzykrotnie przewyższyło dynamikę wzrostu liczby podmiotów w całej ich populacji w woj. mazowieckim (8,1%)**. Należy jednocześnie zauważyć, że **dynamika wzrostu populacji podmiotów sektorów wiedzy z roku na rok maleje², co może oznaczać, że te sektory gospodarki mają za sobą fazę gwałtownego wzrostu i przechodzą do fazy rozwoju stabilnego**.

Najwięcej podmiotów gospodarki narodowej jest zarejestrowanych w dziale 69 (Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe) - 20 379 (2,91% udziału w populacji podmiotów) i dziale 70 (Działalność firm centralnych (*head offices*); doradztwo związane z zarządzaniem) – 19 817 (2,83%), a najmniej w działach: 72 (Badania naukowe i prace rozwojowe) – 1 063 (0,15%), 63 (Działalność usługowa w zakresie informacji) – 4 714 (0,67%) i 64 (Finansowa działalność usługowa) – 5 343 (0,76%). **W latach 2009-2012 we wszystkich sekcjach reprezentujących sektory wiedzy nastąpił wzrost liczby zarejestrowanych podmiotów**, przy czym największy pod względem wolumenu miał miejsce w dziale 62 (Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki) – o 4 530 (39,1%) i dziale 69 (Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe) – o 4 518 (28,5%). W analizowanym okresie bardziej dynamicznie rosły działy: 63 (Działalność usługowa w zakresie informacji) – o 54,1% i 61 (Telekomunikacja) – o 28,7%, należy jednakże zauważyć, że ich wzrost nastąpił z dalece niższych poziomów. O wysokim tempie rozwoju ilościowego sektorów wiedzy najlepiej świadczy fakt, że w grupie tych sektorów najwolniej powiększał się stan liczbowy podmiotów gospodarczych z działu 73 (Reklama, badanie rynku i opinii publicznej), który zanotował i tak znaczący wzrost o 16,3%. W latach 2009-2012 stan ilościowy podmiotów reprezentujących sektory wiedzy zwiększył się ogółem o 18 174 podmioty, co oznaczało wzrost na poziomie 27,8%.

² Może mieć to związek z prowadzonymi przez urzędy statystyczne w latach 2008-2009 intensywnymi pracami nad przeklasyfikowaniem według PKD 2007 działalności podmiotów wpisanych do krajowego rejestru urzędowego podmiotów gospodarki narodowej REGON i jednoczesną aktualizacją danych zawartych w tym rejestrze REGON, które ujawniły brak ciągłości prowadzenia działalności gospodarczej licznych podmiotów.

Tabela 2. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w systemie REGON w województwie mazowieckim według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy i ich udział w populacji firm ogółem, 2009-2012

Dział PKD	Wyszczególnienie	Ogółem	Przyrost liczby podmiotów r/r (w %)	Przyrost liczby podmiotów 2012/2009 (w %)	Udział w populacji firm ogółem (w %)	Przyrost udziału r/r (pkt. proc.)
61	Telekomunikacja					
	2012	2 034	8,6%	28,7%	0,29%	0,01 p.p.
	2011	1 873	5,8%		0,28%	0,02 p.p.
	2010	1 770	12,0%		0,26%	0,02 p.p.
	2009	1 581	X		0,24%	x
62	Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki					
	2012	16 130	11,7%	39,1%	2,31%	0,17 p.p.
	2011	14 444	8,2%		2,14%	0,18 p.p.
	2010	13 353	15,1%		1,96%	0,17 p.p.
	2009	11 600	x		1,79%	x
63	Działalność usługowa w zakresie informacji					
	2012	4 714	10,5%	54,1%	0,67%	0,04 p.p.
	2011	4 265	9,3%		0,63%	0,06 p.p.
	2010	3 903	27,6%		0,57%	0,12 p.p.
	2009	3 059	x		0,45%	x
64	Finansowa działalność usługowa					
	2012	5 343	8,5%	22,5%	0,76%	0,03 p.p.
	2011	4 925	5,5%		0,73%	0,04 p.p.
	2010	4 670	7,0%		0,69%	0,05 p.p.
	2009	4 363	x		0,64%	x
69	Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe					
	2012	20 379	7,7%	28,5%	2,91%	0,11 p.p.
	2011	18 922	6,2%		2,80%	0,18 p.p.
	2010	17 815	12,3%		2,62%	0,29 p.p.
	2009	15 861	x		2,33%	x
70	Działalność firm centralnych (head offices); doradztwo związane z zarządzaniem					
	2012	19 817	9,2%	24,0%	2,83%	0,14 p.p.
	2011	18 145	5,6%		2,69%	0,17 p.p.
	2010	17 191	7,5%		2,52%	0,17 p.p.
	2009	15 987	x		2,35%	x
72	Badania naukowe i prace rozwojowe					
	2012	1 063	9,0%	27,3%	0,15%	0,01 p.p.
	2011	975	4,8%		0,14%	0,00 p.p.
	2010	930	11,4%		0,14%	0,02 p.p.
	2009	835	X		0,12%	x
73	Reklama, badanie rynku i opinii publicznej					
	2012	14 143	5,0%	16,3%	2,02%	0,02 p.p.
	2011	13 471	3,9%		2,00%	0,10 p.p.
	2010	12 967	6,6%		1,90%	0,11 p.p.
	2009	12 163	x		1,79%	x
	Ogółem sektory wiedzy					
	2012	83 623	8,6%	27,8%	11,96%	0,55 p.p.
	2011	77 020	6,1%		11,41%	0,75 p.p.
	2010	72 599	10,9%		10,66%	0,95 p.p.
	2009	65 449	x		9,71%	x

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

Spśród 86 wyróżnionych sekcji i działów PKD 2007, sektory wiedzy znajdowały się w grupie **najszybciej rosnących na przestrzeni lat 2009-2012 w województwie mazowieckim** (zob. Tab. 3). Uwzględniając te sekcje i działy, które w roku 2009 liczyły przynajmniej 1 000 zarejestrowanych podmiotów gospodarczych najbardziej w ujęciu procentowym zwiększyła się populacja podmiotów w sekcji J dział 63 (Działalność usługowa w zakresie informacji) – o 54,1%, sekcji Q dział 88 (Pomoc społeczna bez zakwaterowania) – o 53,2% oraz sekcji J dział 62 (Działalność

związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki) – o 39,1%. W pierwszej dziesiątce najszybciej rosnących sekcji i działów znalazły się jeszcze inne sekcje i działy reprezentujące sektory wiedzy, a mianowicie: sekcja J dział 61 (na miejscu 6. – wzrost o 28,7%), sekcja M dział 69 (na miejscu 7. – wzrost o 28,5%) i sekcja M dział 72 (na miejscu 9. – wzrost o 27,3%).

Należy jednakże zauważyć, że liczba podmiotów w poszczególnych sekcjach reprezentujących sektory wiedzy mocno odbiega od liczby podmiotów zarejestrowanych chociażby w sekcji G dział 47 (Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi), gdzie ich liczebność przekracza 100 tys., czy też sekcji G dział 46 (Handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi), gdzie ich liczba wynosi 63,6 tys.



Tabela 3. Dynamika zmian na przestrzeni lat 2009-2012 liczby podmiotów gospodarki narodowej w województwie mazowieckim zarejestrowanych w systemie REGON według sekcji i działów PKD

Rok	Sekcja A dział 01	Sekcja A dział 02	Sekcja A dział 03	Sekcja B dział 05	Sekcja B dział 06	Sekcja B dział 07	Sekcja B dział 08	Sekcja B dział 09	Sekcja C dział 10	Sekcja C dział 11	Sekcja C dział 12	Sekcja C dział 13	Sekcja C dział 14	Sekcja C dział 15	Sekcja C dział 16
2012	11 188	1 043	63	24	105	8	553	97	5 015	329	12	1 166	4 944	1 524	3 386
2009	11 021	949	61	6	52	5	399	45	4 361	281	9	982	5 557	1 879	3 266
Zmiana 2012/2009	1,5%	9,9%	3,3%	300,0%	101,9%	60,0%	38,6%	115,6%	15,0%	17,1%	33,3%	18,7%	-11,0%	-18,9%	3,7%
Rok	Sekcja C dział 17	Sekcja C dział 18	Sekcja C dział 19	Sekcja C dział 20	Sekcja C dział 21	Sekcja C dział 22	Sekcja C dział 23	Sekcja C dział 24	Sekcja C dział 25	Sekcja C dział 26	Sekcja C dział 27	Sekcja C dział 28	Sekcja C dział 29	Sekcja C dział 30	Sekcja C dział 31
2012	999	6 262	91	1 205	214	2 763	2 936	310	7 090	1 860	739	1 535	491	433	3 594
2009	727	5 955	73	1 081	172	2 742	2 924	234	6 763	1 641	644	1 505	498	432	3 199
Zmiana 2012/2009	37,4%	5,2%	24,7%	11,5%	24,4%	0,8%	0,4%	32,5%	4,8%	13,3%	14,8%	2,0%	-1,4%	0,2%	12,3%
Rok	Sekcja C dział 32	Sekcja C dział 33	Sekcja D	Sekcja E dział 36	Sekcja E dział 37	Sekcja E dział 38	Sekcja E dział 39	Sekcja F dział 41	Sekcja F dział 42	Sekcja F dział 43	Sekcja G dział 45	Sekcja G dział 46	Sekcja G dział 47	Sekcja H dział 49	Sekcja H dział 50
2012	4 075	6 205	1 431	222	507	1 282	111	25 153	3 343	42 229	22 904	63 659	100 562	40 639	83
2009	4 025	5 481	626	180	378	1 001	40	25 025	2 452	41 599	20 365	60 143	103 833	44 133	52
Zmiana 2012/2009	1,2%	13,2%	128,6%	23,3%	34,1%	28,1%	177,5%	0,5%	36,3%	1,5%	12,5%	5,8%	-3,2%	-7,9%	59,6%
Rok	Sekcja H dział 51	Sekcja H dział 52	Sekcja H dział 53	Sekcja I dział 55	Sekcja I dział 56	Sekcja J dział 58	Sekcja J dział 59	Sekcja J dział 60	Sekcja J dział 61	Sekcja J dział 62	Sekcja J dział 63	Sekcja K dział 64	Sekcja K dział 65	Sekcja K dział 66	Sekcja L
2012	245	3 350	1 058	2 257	15 001	5 450	4 442	284	2 034	16 130	4 714	5 343	315	18 049	29 374
2009	129	2 974	755	1 855	13 359	5 049	3 529	277	1 581	11 600	3 059	4 363	288	18 275	25 388
Zmiana 2012/2009	89,9%	12,6%	40,1%	21,7%	12,3%	7,9%	25,9%	2,5%	28,7%	39,1%	54,1%	22,5%	9,4%	-1,2%	15,7%
Rok	Sekcja M dział 69	Sekcja M dział 70	Sekcja M dział 71	Sekcja M dział 72	Sekcja M dział 73	Sekcja M dział 74	Sekcja M dział 75	Sekcja N dział 77	Sekcja N dział 78	Sekcja N dział 79	Sekcja N dział 80	Sekcja N dział 81	Sekcja N dział 82	Sekcja O	Sekcja P
2012	20 379	19 817	14 457	1 063	14 143	13 775	1 678	2 493	1 425	2 929	1 484	7 881	7 047	3 494	24 314
2009	15 861	15 987	13 179	835	12 163	13 162	1 469	1 961	1 080	2 619	1 370	7 067	5 783	3 544	18 946
Zmiana 2012/2009	28,5%	24,0%	9,7%	27,3%	16,3%	4,7%	14,2%	27,1%	31,9%	11,8%	8,3%	11,5%	21,9%	-1,4%	28,3%
Rok	Sekcja Q dział 86	Sekcja Q dział 87	Sekcja Q dział 88	Sekcja R dział 90	Sekcja R dział 91	Sekcja R dział 92	Sekcja R dział 93	Sekcja S dział 94	Sekcja S dział 95	Sekcja S dział 96 i Sekcja T dział 97 i 98	Sekcja U				
2012	28 262	473	1 563	3 848	655	209	5 989	20 049	5 703	15 510	142				
2009	23 823	411	1 020	3 497	643	259	5 541	16 939	6 026	14 168	66				
Zmiana 2012/2009	18,6%	15,1%	53,2%	10,0%	1,9%	-19,3%	8,1%	18,4%	-5,4%	9,5%	115,2%				

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

Dane przedstawione w Tab. 4 dobitnie wskazują na **wyraźną koncentrację w województwie mazowieckim lokalizacji podmiotów reprezentujących sektory wiedzy w miastach**. W miastach województwa mazowieckiego ma swoją siedzibę od 87,5% (w przypadku działu 61) do 91,4% (w przypadku działu 63) podmiotów z sektorów wiedzy. Analogiczne wskaźniki dla Polski kształtują się na poziomach niższych od 3,3 pkt. proc. (w przypadku działu 69) do 6,5 pkt. proc. (w przypadku działu 61). Główną przyczyną tych różnic wydaje się być **silniejsza, aniżeli w przypadku innych zespołów miejskich, dominacja Warszawy jako miejsca lokalizacji podmiotów gospodarczych należących do sektorów wiedzy**. Na przestrzeni lat 2009-2012 można zaobserwować **nieznaczne zmniejszanie się opisanych powyżej dysproporcji w układzie lokalizacyjnym miasto – wieś**, co także charakteryzuje tendencje ogólnopolskie. Jedynym wyjątkiem (także w przypadku Polski) jest tu dział 64, gdzie owe dysproporcje uległy dalszemu pogłębieniu.

Tabela 4. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w systemie REGON w województwie mazowieckim i w Polsce według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy i w układzie miasto-wieś, 2009-2012

Wyszczególnienie		Sekcja J dział 61				Sekcja J dział 62			
		2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Mazowieckie	Miasto	88,9%	88,1%	88,1%	87,5%	91,2%	90,7%	90,1%	89,9%
	Wieś	11,1%	11,9%	11,9%	12,5%	8,8%	9,3%	9,9%	10,1%
Polska	Miasto	81,8%	81,5%	81,4%	81,0%	88,0%	87,2%	86,5%	86,1%
	Wieś	18,2%	18,5%	18,6%	19,0%	12,0%	12,8%	13,5%	13,9%
Wyszczególnienie		Sekcja J dział 63				Sekcja K dział 64			
		2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Mazowieckie	Miasto	92,4%	91,9%	91,6%	91,4%	90,1%	90,0%	90,5%	90,9%
	Wieś	7,6%	8,1%	8,4%	8,6%	9,9%	10,0%	9,5%	9,1%
Polska	Miasto	87,8%	87,4%	87,0%	87,0%	85,6%	85,4%	85,8%	85,9%
	Wieś	12,2%	12,6%	13,0%	13,0%	14,4%	14,6%	14,2%	14,1%
Wyszczególnienie		Sekcja M dział 69				Sekcja M dział 70			
		2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Mazowieckie	Miasto	90,1%	89,7%	89,3%	89,0%	91,1%	90,8%	90,5%	90,4%
	Wieś	9,9%	10,3%	10,7%	11,0%	8,9%	9,2%	9,5%	9,6%
Polska	Miasto	87,5%	86,9%	86,2%	85,7%	87,0%	86,3%	85,8%	85,5%
	Wieś	12,5%	13,1%	13,8%	14,3%	13,0%	13,7%	14,2%	14,5%
Wyszczególnienie		Sekcja M dział 72				Sekcja M dział 73			
		2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Mazowieckie	Miasto	92,3%	92,5%	91,6%	90,7%	92,4%	91,9%	91,3%	91,0%
	Wieś	7,7%	7,5%	8,4%	9,3%	7,6%	8,1%	8,7%	9,0%
Polska	Miasto	90,0%	88,9%	87,3%	86,3%	88,7%	87,9%	87,1%	86,7%
	Wieś	10,0%	11,1%	12,7%	13,7%	11,3%	12,1%	12,9%	13,3%

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

Dane statystyki publicznej uwzględniające sektory własności (publiczne i prywatne) dostępne są jedynie na poziomie sekcji PKD. Prezentowane w Tab. 5 dane wyraźnie pokazują, że **wzrost liczby podmiotów gospodarki narodowej w poszczególnych sekcjach reprezentujących sektory**

wiedzy dokonał się za sprawą sektora prywatnego. Sektor publiczny w tym okresie dostrzegalnie się skurczył – od 6,1% w przypadku sekcji K do nawet 12,9% w przypadku sekcji J.

Tabela 5. Liczba podmiotów gospodarki narodowej w województwie mazowieckim zarejestrowanych w systemie REGON wg stanu na 31.12.2010 i 31.12.2012 według sektorów wiedzy i sektorów własności

Sekcja PKD	Wyszczególnienie	2010	2012	2012/2010
J	Informacja i komunikacja (działy 58-63)			
	Ogółem	28633	33054	15,4%
	Sektor publiczny	70	61	-12,9%
	Sektor prywatny	28563	32993	15,5%
K	Działalność finansowa i ubezpieczeniowa (działy 64-66)			
	Ogółem	23503	23707	0,9%
	Sektor publiczny	33	31	-6,1%
	Sektor prywatny	23470	23676	0,9%
M	Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (działy 69-75)			
	Ogółem	78032	85312	9,3%
	Sektor publiczny	408	379	-7,1%
	Sektor prywatny	77624	84933	9,4%

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

Dane zamieszczone w Tab. 6 pokazują, że **sektory wiedzy są częścią gospodarki bardziej przyciągającą nowych przedsiębiorców aniżeli przeciętnie inne jej działy.** O ile w 2012 roku udział zarejestrowanych w systemie REGON podmiotów wiedzy ogółem w gospodarce wynosił 11,96%% (wzrost z 9,71% w 2009 roku), to ich udział w populacji firm nowo zarejestrowanych w analogicznym roku osiągnął poziom 13,32% (wzrost z 10,47% w 2009 roku). Udział nowo rejestrowanych firm reprezentujących sektory wiedzy rósł na tle całej gospodarki w okresie 2009-2012, przy czym ta dynamika była znacząco wyższa w roku 2010 i 2011, podczas gdy w roku 2012 uległa istotnemu zahamowaniu. Najwyższy przyrost nowo zakładanych firm na tle całej gospodarki miał miejsce w działach: 70 (Działalność firm centralnych (*head offices*); doradztwo związane z zarządzaniem) i 62 (Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki). Spadek zainteresowania przedsiębiorców otwieraniem nowych działalności dotknął zwłaszcza dział 63 (Działalność usługowa w zakresie informacji), a w 2012 roku także szczególnie dział 69 (Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe).

Tabela 6. Liczba podmiotów gospodarki narodowej nowo zarejestrowanych w systemie REGON w województwie mazowieckim według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy, 2009-2012

Dział PKD	Wyszczególnienie	Ogółem	Udział w populacji firm nowo zarejestrowanych ogółem	Przyrost r/r
61	Telekomunikacja			
	2012	262	0,43%	0,05 pkt. proc.
	2011	218	0,38%	0,04 pkt. proc.
	2010	229	0,34%	-0,13 pkt. proc.
	2009	243	0,47%	x
62	Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki			
	2012	2 234	3,68%	0,39 pkt. proc.
	2011	1 889	3,29%	0,31 pkt. proc.
	2010	1 978	2,98%	0,18 pkt. proc.
	2009	1 454	2,80%	x
63	Działalność usługowa w zakresie informacji			
	2012	711	1,17%	-0,08 pkt. proc.
	2011	716	1,25%	-0,23 pkt. proc.
	2010	984	1,48%	-0,05 pkt. proc.
	2009	792	1,53%	x
64*	Finansowa działalność usługowa			
	2012	725	1,19%	-0,03 pkt. proc.
	2011	702	1,22%	0,21 pkt. proc.
	2010	674	1,01%	x
69	Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe			
	2012	1 821	3,00%	-0,26 pkt. proc.
	2011	1 871	3,26%	-0,05 pkt. proc.
	2010	2 195	3,31%	0,73 pkt. proc.
	2009	1 339	2,58%	x
70	Działalność firm centralnych (head offices); doradztwo związane z zarządzaniem			
	2012	2 965	4,88%	0,34 pkt. proc.
	2011	2 605	4,54%	1,14 pkt. proc.
	2010	2 255	3,40%	0,04 pkt. proc.
	2009	1 746	3,36%	x
72	Badania naukowe i prace rozwojowe			
	2012	107	0,18%	0,03 pkt. proc.
	2011	88	0,15%	0,01 pkt. proc.
	2010	95	0,14%	0,02 pkt. proc.
	2009	61	0,12%	x
73	Reklama, badanie rynku i opinii publicznej			
	2012	1 504	2,47%	0,03 pkt. proc.
	2011	1 403	2,44%	0,32 pkt. proc.
	2010	1 409	2,12%	-0,30 pkt. proc.
	2009	1 255	2,42%	x
	Ogółem sektory wiedzy			
	2012	8 095	13,32%	0,07 pkt. proc.
	2011	7 603	13,25%	1,44 pkt. proc.
	2010	7 841	11,81%	1,34 pkt. proc.
	2009	5 436	10,47%	x

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa. * Dane dla działu 64 za rok 2009 są niedostępne

O ponadprzeciętnie wysokiej fluktuacji rynkowej firm sektorów wiedzy świadczą dane, które przedstawia Tab. 7. Podmioty sektorów wiedzy są wyrejestrowywane z systemu REGON relatywnie częściej aniżeli przeciętna dla całej gospodarki. Działy PKD najbardziej dotknięte „wypadaniem z rynku” to – analogicznie jak w przypadku nowo zakładanych przedsiębiorstw gospodarczych – działy 62 i 70.

Tabela 7. Liczba podmiotów gospodarki narodowej wyrejestrowanych z systemu REGON w województwie mazowieckim według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy, 2009-2012*

Dział PKD	Wyszczególnienie	Ogółem	Udział w populacji firm wyrejestrowanych ogółem	Przyrost r/r
61	Telekomunikacja			
	2012	124	0,33%	0,09%
	2011	151	0,24%	0,03%
	2010	70	0,21%	0,02%
	2009	101	0,19%	x
62	Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki			
	2012	640	1,69%	0,34%
	2011	860	1,34%	0,16%
	2010	396	1,18%	0,20%
	2009	529	0,99%	x
63	Działalność usługowa w zakresie informacji			
	2012	257	0,68%	0,13%
	2011	348	0,54%	0,01%
	2010	178	0,53%	0,20%
	2009	176	0,33%	x
64**	Finansowa działalność usługowa			
	2012	309	0,81%	0,15%
	2011	427	0,67%	-0,28%
	2010	316	0,94%	x
69	Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe			
	2012	543	1,43%	-0,12%
	2011	990	1,55%	0,29%
	2010	421	1,26%	0,34%
	2009	492	0,92%	x
70	Działalność firm centralnych (head offices); doradztwo związane z zarządzaniem			
	2012	928	2,44%	0,38%
	2011	1 319	2,06%	0,16%
	2010	638	1,90%	0,22%
	2009	903	1,68%	x
72	Badania naukowe i prace rozwojowe			
	2012	45	0,12%	0,02%
	2011	63	0,10%	0,00%
	2010	34	0,10%	0,04%
	2009	33	0,06%	x
73	Reklama, badanie rynku i opinii publicznej			
	2012	690	1,82%	0,34%
	2011	943	1,47%	-0,20%
	2010	561	1,67%	0,39%
	2009	691	1,29%	x
	Ogółem sektory wiedzy			
	2012	2 896	7,63%	1,00%
	2011	4 241	6,63%	0,01%
	2010	2 218	6,62%	2,15%
	2009	2 396	4,46%	x

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

* Liczba podmiotów wyrejestrowanych obejmuje także wykreślenia dokonane na podstawie ankiety aktualizacyjnej związanej z wprowadzeniem klasyfikacji PKD 2007.

** Dane dla działu 64 za rok 2009 są niedostępne.

Analiza zmian w zakresie produkcji i usług, które dokonały się w latach 1999-2008 pokazuje, że zwłaszcza w dwóch wydzielonych sektorach wiedzy, a mianowicie pośrednictwie finansowym i obsłudze firm, nastąpił wzrost szybszy w województwie mazowieckim aniżeli w kraju³. Jednocześnie **przy istniejących właśnie w tych działach największych opóźnieniach rozwojowych w stosunku do wyżej rozwiniętych krajów UE, oznacza to koncentrację efektu wyprzedzenia i nakazuje uznać, że wyrównanie tych opóźnień będzie się dokonywać na przestrzeni najbliższych 10-15 lat⁴. Dla podtrzymania tendencji wyprzedzania w stosunku do innych regionów kraju niezbędne jest pojawienie się nowych impulsów, które będą ten wzrost napędzać.**

Na koniec 2010 roku na ogólną liczbę pracujących w województwie mazowieckim wynoszącą 2 225,6 tys. osób w podmiotach gospodarki narodowej mających swoją siedzibę w województwie mazowieckim i reprezentujących sektory wiedzy (bez działu 64 - Finansowa działalność usługowa, dla którego brak danych) **pracowało 169,2 tys. osób** (Tab. 8), co stanowiło 7,6% ogółu pracujących. **Sektory wiedzy na przestrzeni lat 2008-2010 dały zatrudnienie dodatkowym 19,1 tys. osobom (wzrost zatrudnienia o 12,8%), co dowodzi ich znaczącego potencjału w generowaniu nowych miejsc pracy.** Najszybciej zatrudnienie rosło w dziale 69 (Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe) i dziale 63 (Działalność usługowa w zakresie informacji).

Odnosząc liczbę pracujących w sektorach wiedzy do liczby zarejestrowanych podmiotów gospodarczych można stwierdzić, że **w przeciętnej firmie tego sektora w 2010 roku pracowało 2,5 osoby⁵.** Ponadprzeciętnie dużo pracujących zatrudnia dział 61 (Telekomunikacja) – 16,5 osoby. Na drugim biegunie znajduje się dział 69 (Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe) dający zatrudnienie przeciętnie 1,9 osoby.

³ Karpiński A., Paradysz S., *Trendy zmian w poziomie i strukturze zatrudnienia w województwie mazowieckim w latach 1999-2008 (na tle kraju i Unii Europejskiej)*, seria „Trendy rozwojowe Mazowsza” nr 2/2012, Warszawa 2012, s. 11.

⁴ Autorzy opracowania jednocześnie przewidują, że tendencja do wyprzedzania we wzroście zatrudnienia w województwie mazowieckim w tych sektorach utrzyma się przynajmniej do 2020 roku.

⁵ Bez działu 64.

Tabela 8. Liczba osób pracujących w podmiotach gospodarki narodowej w województwie mazowieckim według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy, 2008-2010*

Dział PKD	Wyszczególnienie	Ogółem	Przyrost r/r
61	Telekomunikacja		
	2010	29 174	-1,4%
	2009	29 598	6,6%
	2008	27 771	x
62	Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki		
	2010	30 096	15,1%
	2009	26 142	1,2%
	2008	25 827	x
63	Działalność usługowa w zakresie informacji		
	2010	9 635	13,8%
	2009	8 464	9,4%
	2008	7 740	x
69	Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe		
	2010	34 319	2,3%
	2009	33 533	32,9%
	2008	25 238	x
70	Działalność firm centralnych (head offices); doradztwo związane z zarządzaniem		
	2010	26 504	0,6%
	2009	26 354	1,1%
	2008	26 072	x
72	Badania naukowe i prace rozwojowe		
	2010	2 848	-11,3%
	2009	3 211	15,7%
	2008	2 776	x
73	Reklama, badanie rynku i opinii publicznej		
	2010	36 600	3,1%
	2009	35 515	2,6%
	2008	34 605	x
	Ogółem sektory wiedzy		
	2010	169 176	3,9%
	2009	162 817	8,5%
	2008	150 029	x

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

* Dane dla działu 64 są niedostępne.

Jak przedstawia Tab. 9, najwyższy przeciętnie poziom wynagrodzenia swoim pracownikom oferują podmioty prowadzące działalność w działach: 72 (Badania naukowe i prace rozwojowe) – 85,9 tys. zł rocznie i 61 (Telekomunikacja) – 81,9 tys. zł. Z kolei najniższych wynagrodzeń można oczekiwać w działach: 69 (Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe - 32,6 tys. zł, 70 (Działalność firm centralnych (*head offices*); doradztwo związane z zarządzaniem) – 53,0 tys. zł i 63 (Działalność usługowa w zakresie informacji) – 53,9 tys. zł. Największy wzrost przeciętnego wynagrodzenia w okresie 2008-2010 miał miejsce w dziale 72 (Badania naukowe i prace rozwojowe), a największy spadek w dziale 63 (Działalność usługowa w zakresie informacji).

Tabela 9. Wynagrodzenia osób pracujących w podmiotach gospodarki narodowej w województwie mazowieckim (w tys. zł na 1 pracującego) według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy, 2008-2010*

Dział PKD	Wyszczególnienie	Ogółem (w tys. zł)	Wynagrodzenie na 1 pracującego (w tys. zł)	Przyrost r/r
61	Telekomunikacja			
	2010	2389142	81,9	2,9%
	2009	2355382	79,6	-3,7%
	2008	2295880	82,7	x
62	Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki			
	2010	2031611	67,5	9,8%
	2009	1607301	61,5	11,0%
	2008	1431508	55,4	x
63	Działalność usługowa w zakresie informacji			
	2010	519676	53,9	-4,1%
	2009	475769	56,2	-4,6%
	2008	455819	58,9	x
69	Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe			
	2010	1118452	32,6	-3,3%
	2009	1129129	33,7	1,5%
	2008	839049	33,2	x
70	Działalność firm centralnych (head offices); doradztwo związane z zarządzaniem			
	2010	1403625	53,0	1,1%
	2009	1380648	52,4	8,3%
	2008	1262944	48,4	x
72	Badania naukowe i prace rozwojowe			
	2010	244781	85,9	5,0%
	2009	262760	81,8	26,0%
	2008	180138	64,9	x
73	Reklama, badanie rynku i opinii publicznej			
	2010	2624621	71,7	5,8%
	2009	2407389	67,8	-1,7%
	2008	2388154	69,0	x

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

* Dane dla Działu 64 są niedostępne.

W ujęciu terytorialnym wyraźna jest absolutna koncentracja podmiotów sektorów wiedzy mających swoją siedzibę w powiecie m.st. Warszawa, co przedstawia Tab. 10. Udział liczby podmiotów z powiatu m.st. Warszawa w ogólnej ich populacji w woj. mazowieckim waha się w zależności od działu od 64,0% w przypadku działu 61 (Telekomunikacja) i 65,9% w przypadku działu 69 (Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe) do 77,5% w przypadku działu 70 (Działalność firm centralnych (*head offices*); doradztwo związane z zarządzaniem) i 79,3% w przypadku działu 72 (Badania naukowe i prace rozwojowe). Jeśli by uwzględnić aglomerację warszawską (podregion warszawski wschodni i podregion warszawski zachodni) udział ten wahałby się w granicach od 86,4% do nawet 96,5%. Zestawienia te pokazują, że **sektory wiedzy poza aglomeracją warszawską praktycznie nie występują**.

Tabela 10. Liczba podmiotów gospodarki narodowej w województwie mazowieckim zarejestrowanych w systemie REGON według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy i powiatów, 2009-2012

Jednostka terytorialna	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
	Sekcja J dział 61				Sekcja J dział 62				Sekcja J dział 63				Sekcja K dział 64			
MAZOWIECKIE	1581	1770	1873	2034	11600	13353	14444	16130	3059	3903	4265	4714	4363	4670	4925	5343
Podregion ciechanowsko-płocki	76	77	86	87	299	335	358	368	72	85	101	113	211	201	188	210
Powiat ciechanowski	16	11	11	9	45	53	50	44	12	14	20	17	25	20	18	23
Powiat gostyniński	4	6	6	8	22	21	20	25	9	11	7	6	7	8	5	3
Powiat mławski	12	11	11	10	16	16	17	20	4	5	6	12	30	27	24	25
Powiat płocki	9	9	10	13	26	29	29	32	5	7	6	6	29	28	26	24
Powiat płoński	8	8	7	8	28	32	42	38	13	13	19	18	17	20	16	18
Powiat sierpecki	2	4	5	7	12	12	12	10	3	3	4	7	12	8	9	15
Powiat żuromiński	2	5	6	6	9	11	11	12	1	1	3	5	5	5	5	7
Powiat m.Płock	23	23	30	26	141	161	177	187	25	31	36	42	86	85	85	95
Podregion ostrołęcko-siedlecki	95	94	104	100	277	321	372	409	80	92	103	121	227	225	216	217
Powiat łosicki	2	2	2	3	3	6	7	10	0	2	3	4	9	10	12	12
Powiat makowski	1	0	0	0	9	11	11	10	9	7	3	3	13	11	11	9
Powiat ostrołęcki	4	6	7	7	11	15	19	19	1	3	6	13	23	24	21	21
Powiat ostrowski	23	20	21	17	29	31	33	34	8	11	9	9	11	12	15	15
Powiat przasnyski	3	3	3	3	12	12	14	15	9	10	11	11	13	14	15	14
Powiat pułtuski	4	3	3	4	15	19	22	24	2	4	4	7	10	11	6	6
Powiat siedlecki	2	1	4	5	14	21	32	38	3	5	4	3	12	15	14	14
Powiat sokołowski	8	9	9	10	14	16	14	18	4	4	7	7	13	12	14	14
Powiat węgrowski	8	8	10	7	25	23	26	27	5	4	8	7	24	23	23	24
Powiat wyszkowski	10	10	11	13	30	37	41	51	9	7	10	13	22	20	14	20
Powiat m.Ostrołęka	12	13	12	11	36	41	49	50	17	18	19	21	32	31	27	24
Powiat m.Siedlce	18	19	22	20	79	89	104	113	13	17	19	23	45	42	44	44
	Sekcja J dział 61				Sekcja J dział 62				Sekcja J dział 63				Sekcja K dział 64			
Podregion radomski	75	86	88	89	302	346	361	390	103	115	113	128	194	192	190	215
Powiat białobrzegi	1	4	1	5	11	11	16	18	3	3	2	4	10	8	8	14
Powiat kozienicki	10	12	15	12	27	30	35	48	7	11	10	9	21	26	23	24
Powiat lipski	2	2	2	2	5	6	6	6	1	1	1	2	5	5	5	5
Powiat przysuski	1	1	0	0	7	8	8	10	3	2	3	4	6	4	7	7
Powiat radomski	9	14	16	14	39	47	50	51	17	16	14	14	31	26	27	28
Powiat szydlowiecki	4	4	5	5	6	9	9	9	3	4	1	3	8	7	7	9
Powiat zwoleński	3	3	4	6	8	9	6	10	4	6	3	3	4	4	6	5
Powiat m.Radom	45	46	45	45	199	226	231	238	65	72	79	89	109	112	107	123
Podregion m. Warszawa	1008	1115	1172	1301	8374	9568	10259	11471	2292	2934	3180	3526	2934	3204	3461	3809
Powiat m. st. Warszawa	1008	1115	1172	1301	8374	9568	10259	11471	2292	2934	3180	3526	2934	3204	3461	3809
Podregion warszawski wschodni	170	204	212	214	966	1155	1259	1450	197	246	291	311	358	377	390	421
Powiat garwoliński	13	17	20	18	35	37	38	43	4	5	11	15	40	44	41	45
Powiat legionowski	30	37	37	39	236	282	292	341	47	58	66	65	44	41	45	51
Powiat miński	33	38	35	37	126	156	178	210	30	38	49	52	62	57	67	66
Powiat nowodworski	11	15	18	14	52	71	80	82	25	27	22	30	29	31	31	35
Powiat otwocki	31	35	36	34	216	256	281	308	45	47	54	54	73	84	78	80
Powiat wołomiński	52	62	66	72	301	353	390	466	46	71	89	95	110	120	128	144
Podregion warszawski zachodni	157	194	211	243	1382	1628	1835	2042	315	431	477	515	439	471	480	471
Powiat grodziski	15	16	18	24	159	204	233	254	37	49	53	55	44	46	50	48
Powiat grójce	10	14	14	18	57	58	61	63	10	14	24	21	34	31	30	28
Powiat piaseczyński	48	58	65	74	391	495	576	639	108	156	169	175	116	126	135	128
Powiat pruszkowski	31	43	47	54	388	439	478	544	75	105	111	123	105	108	102	111
Powiat sochaczewski	20	22	23	21	52	61	75	79	20	24	23	27	35	34	41	41
Powiat warszawski zachodni	21	29	30	34	264	297	330	369	41	57	65	80	59	74	75	78
Powiat żyrardowski	12	12	14	18	71	74	82	94	24	26	32	34	46	52	47	37
	Sekcja M dział 69				Sekcja M dział 70				Sekcja M dział 72				Sekcja M dział 73			
MAZOWIECKIE	15861	17815	18922	20379	15987	17191	18145	19817	835	930	975	1063	12163	12967	13471	14143
Podregion ciechanowsko-płocki	657	718	754	807	269	288	287	316	11	12	11	10	251	285	286	311
Powiat ciechanowski	92	107	111	116	34	37	30	37	0	0	0	0	31	35	38	43
Powiat gostyniński	38	46	51	53	13	9	9	13	1	1	0	0	18	20	13	14
Powiat mławski	49	56	56	59	24	25	26	31	1	1	2	2	22	21	20	20
Powiat płocki	54	65	73	79	25	31	33	38	0	0	1	1	16	19	24	32
Powiat płoński	80	85	87	91	46	48	52	50	1	1	1	1	29	38	35	36
Powiat sierpecki	28	28	30	30	7	12	9	10	1	1	1	1	11	12	10	7

Jednostka terytorialna	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Powiat żuromiński	17	19	17	20	5	6	7	10	0	1	1	1	5	6	7	6
Powiat m. Płock	299	312	329	359	115	120	121	127	7	7	5	4	119	134	139	153
Podregion ostrołęcko-siedlecki	741	827	903	952	233	233	241	280	11	12	14	14	278	301	324	321
Powiat łosicki	23	25	25	24	8	11	12	10	0	0	0	0	6	6	5	5
Powiat makowski	18	22	24	25	10	9	8	14	0	0	0	0	6	6	8	12
Powiat ostrołęcki	35	37	48	54	10	11	11	12	0	0	1	0	10	8	12	12
Powiat ostrowski	62	67	69	76	20	21	22	27	0	0	0	1	22	23	23	22
Powiat przasnyski	36	36	38	35	5	5	9	11	0	0	1	1	12	16	14	14
Powiat pułtuski	45	52	50	60	17	17	14	15	0	0	0	0	18	19	18	16
Powiat siedlecki	32	36	46	50	10	13	15	21	0	0	0	1	15	18	21	21
Powiat sokołowski	36	44	50	57	15	18	17	17	0	0	0	0	21	23	23	20
Powiat węgrowski	52	58	72	77	14	12	13	15	0	0	0	0	11	13	11	9
Powiat wyszkowski	98	114	124	121	25	19	16	21	2	2	2	1	30	31	36	36
Powiat m. Ostrołęka	120	129	138	144	32	34	41	43	1	1	1	1	39	42	48	46
Powiat m. Siedlce	184	207	219	229	67	63	63	74	8	9	9	9	88	96	105	108
	Sekcja M dział 69				Sekcja M dział 70				Sekcja M dział 72				Sekcja M dział 73			
Podregion radomski	654	728	748	780	233	254	260	271	12	11	11	13	314	355	357	378
Powiat białobrzegi	21	24	26	26	8	8	9	11	0	0	0	0	13	14	11	13
Powiat kozienicki	34	40	41	46	14	11	12	12	3	3	3	3	19	18	18	24
Powiat lipski	15	13	12	15	3	3	5	3	0	0	0	0	8	6	8	6
Powiat przysuski	23	22	21	21	3	8	10	15	0	0	0	0	8	11	15	12
Powiat radomski	81	93	101	102	32	37	37	34	0	0	1	2	37	49	50	48
Powiat szydłowiecki	27	29	28	29	7	9	10	7	0	0	0	0	5	11	13	16
Powiat zwoleński	6	6	8	10	4	3	4	4	0	0	0	0	6	7	5	5
Powiat m. Radom	447	501	511	531	162	175	173	185	9	8	7	8	218	239	237	254
Podregion m. Warszawa	10494	11763	12443	13428	12349	13220	13972	15354	675	757	785	843	9240	9739	10049	10502
Powiat m. st. Warszawa	10494	11763	12443	13428	12349	13220	13972	15354	675	757	785	843	9240	9739	10049	10502
Podregion warszawski wschodni	1346	1547	1687	1837	926	1018	1077	1185	44	48	57	63	768	860	915	986
Powiat garwoliński	74	86	88	92	24	25	24	23	1	0	0	1	21	23	24	32
Powiat legionowski	288	337	379	404	242	270	281	310	15	16	23	21	186	205	208	237
Powiat miński	219	234	256	276	129	138	151	157	9	11	14	15	121	136	147	151
Powiat nowodworski	84	95	108	124	62	64	65	89	2	2	1	3	35	43	48	52
Powiat otwocki	243	276	299	324	181	211	233	245	8	7	6	8	176	186	190	192
Powiat wołomiński	438	519	557	617	288	310	323	361	9	12	13	15	229	267	298	322
Podregion warszawski zachodni	1969	2232	2387	2575	1977	2178	2308	2411	82	90	97	120	1312	1427	1540	1645
Powiat grodziski	202	232	260	274	198	223	234	238	9	11	12	9	147	164	170	180
Powiat grójecki	104	111	114	131	47	55	64	64	2	3	4	3	43	47	51	55
Powiat piaseczyński	568	643	690	758	766	850	877	913	26	28	28	38	409	433	489	518
Powiat pruszkowski	566	645	666	703	524	567	597	618	25	25	25	34	347	384	411	441
Powiat sochaczewski	77	88	99	106	50	50	54	46	4	5	6	5	51	60	67	75
Powiat warszawski zachodni	369	426	459	493	338	376	421	467	14	16	19	25	260	284	292	306
Powiat żyrardowski	83	87	99	110	54	57	61	65	2	2	3	6	55	55	60	70

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

3.2. Funkcjonowanie firm sektora wiedzy w województwie mazowieckim

Realizacja niniejszego obszaru badawczego związana była z uzupełnieniem danych statystycznych dotyczących ilości i lokalizacji firm i instytucji o dane dotyczące ich funkcjonowania. Dzięki analizom prowadzony w ramach drugiego obszaru badawczego możliwe jest zrozumienie kierunków rozwoju sektora (i poszczególnych gałęzi). Zdefiniowane zostały także mapy produktów i usług dostępnych dla klientów sektora wiedzy oraz mapy odbiorców w rozumieniu branży i działu gospodarki (w tym łańcuchy dostaw).

W trakcie realizacji tego obszaru badawczego analizie poddane zostały następujące zakresy:

1. Charakterystyka podmiotów sektora wiedzy pod kątem okresu działania i ewolucji profilu działalności,
2. Katalog produktów i usług
3. Klienci/odbiorcy
4. Kondycja ekonomiczna, pozycja na rynku

Sektor wiedzy obejmuje swoim zakresem następujące rodzaje działalności gospodarczej:

- reklama;
- usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT);
- usługi/pośrednictwo finansowe;
- działalność B+R;
- usługi prawne i inne usługi dla biznesu (np. konsulting, badania rynku).

Zakres sektora wiedzy został ustalony w zapytaniu ofertowym przez Zamawiającego. Sektor wiedzy jest jednym z sektorów usług w gospodarce regionu. Wstępna analiza tych przedsiębiorstw wskazuje, że ich struktura oraz wybrane cechy ekonomiczne nie odbiegają zasadniczo od innych podmiotów prowadzących działalność gospodarczą w innych sektorach usług. Można zatem oczekiwać, że ich struktura, specyfika działalności, wiek oraz kondycja ekonomiczna nie będą zasadniczo odbiegać od przeciętnej sytuacji w sektorze usług obserwowanej w województwie mazowieckim.

Przeprowadzone na potrzeby badania wywiady CATI pozwoliły na znaczne poszerzenie informacji na temat sytuacji oraz funkcjonowania tego sektora na obszarze województwa mazowieckiego. Przedsiębiorstwa tego sektora nie są zlokalizowane równomiernie na obszarze całego województwa. Lokalizacja ich siedziby (lub lokalizacja głównego zakładu) wskazuje, że dominującym miejscem umiejscowienia jest powiat miasta stołecznego Warszawy. Oczywiście nie oznacza to, że ich aktywność gospodarcza jest ograniczona tylko do tego powiatu, jednakże warto zauważyć, że ewentualne korzyści z istnienia tego sektora, do których należą m.in. zatrzymywanie części podatku w lokalnym budżecie, czy poprawę statystyki dotyczącej bezrobocia uzyskuje przede wszystkim m.st. Warszawa. Poddane analizie przedsiębiorstwa funkcjonowały najczęściej w następujących branżach⁶:

⁶ Obliczenia na podstawie wyników badania terenowego zrealizowanego w miesiącach kwiecień – maj 2013r.

- usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT) – 15% ogółu respondentów,
- usługi konsultingowe – 13%,
- reklama - 13%,
- usługi pośrednictwa finansowego – 11%,
- usługi prawne – 9%,
- sektor badawczo – rozwojowy – 9%,
- usługi badania rynku – 3%.

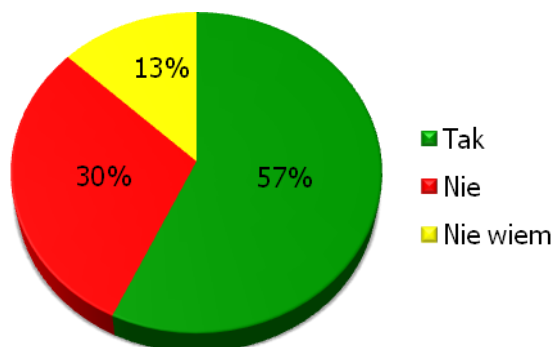
Wśród respondentów najbardziej popularną formą prowadzenia działalności gospodarczej była spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (56%), kolejnymi popularnymi formami były: osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą (17%) oraz spółka akcyjna (9%)⁷. Powyższa popularność form organizacyjnych może wynikać z kilku czynników:

- wymogi formalne związane z funkcjonowaniem w sektorze wiedzy – wybrane branże tego sektora wymagają uzyskania określonych licencji (sektor pośrednictwa finansowego) lub spełnienia wymogów związanych z uzyskaniem prawa do prowadzenia tego typu aktywności gospodarczej (sektor prawny). Wskazuje to ciągle na silną regulację tego sektora w polskim systemie prawnym. Oczywiście bardzo trudno jest jednoznacznie wypowiedzieć się na temat konieczności utrzymywania regulacji w tym sektorze. Z jednej strony oznaczać to może potencjalnie wyższe niż rynkowe koszty obsługi, natomiast z drugiej strony deregulacja może skutkować zauważalnym obniżeniem jakości, standardów świadczenia usługi, co ostatecznie może negatywnie odbić się na klientach tego sektora;
- efektywność gospodarowania spółką kapitałową – spółki kapitałowe w porównaniu do innych form prowadzenia aktywności gospodarczej pozwalają na efektywne przenoszenie własności organizacji oraz na rozszerzanie (lub zmniejszanie) liczby właścicieli. Wydaje się, że ten czynnik istotnie wpływa na wybór tej formy prawnej. Duże znaczenie ma tutaj także obniżenie progów wymogów kapitałowych niezbędnych do utworzenia tych form organizacyjnych;
- zabezpieczenie właściciela przedsiębiorstwa – spółki kapitałowe oferują bardziej zaawansowane formy ochrony kapitału ich właścicieli w porównaniu do innych form organizacji aktywności gospodarczej.

Badane przedsiębiorstwa są podmiotami wprowadzającymi na rynek nowe lub znacząco ulepszone produkty. Wśród zebranych opinii, 57% podmiotów poinformowało o wprowadzeniu nowych lub znacząco udoskonalonych produktów do swojej oferty.

⁷ Ibidem.

Rysunek 1. Struktura odpowiedzi na pytanie o wprowadzenie nowych lub znacząco udoskonalonych produktów do oferty



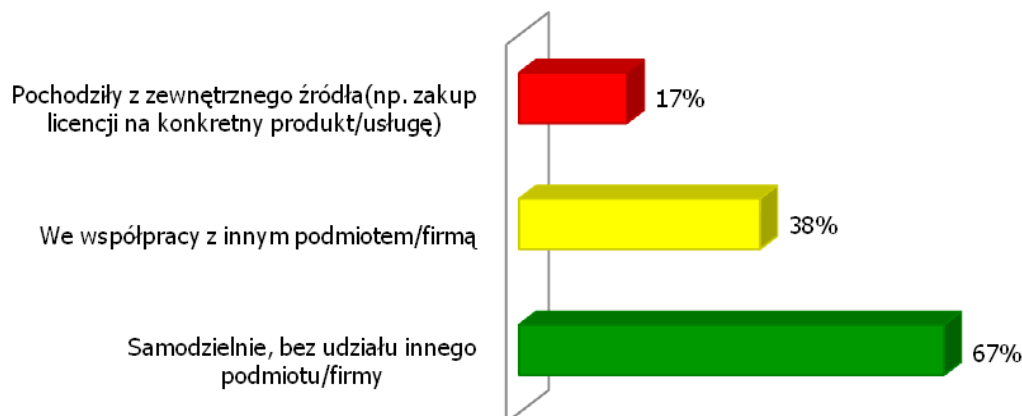
Źródło: Badanie CATI [n=265]

Deklarowana liczba wprowadzania nowych lub znacząco udoskonalonych produktów do oferty organizacji zależy od wieku podmiotu. Najbardziej innowacyjnymi⁸ w świetle przeprowadzonych badań terenowych są podmioty funkcjonujące na rynku od 7 do 10 lat (65% pozytywnych odpowiedzi dla tej grupy wiekowej), następnie podmioty funkcjonujące dłużej niż 10 lat (58,5%). Może to oznaczać, że **dopiero kilkuletnie funkcjonowanie na tym rynku pozwala przedsiębiorstwu na poznanie oczekiwań klientów oraz potrzeb rynkowych, a następnie dzięki skumulowanemu doświadczeniu oraz wiedzy stworzenie nowego produktu i włączenie do swojej oferty sprzedażowej.**

Innowacyjność tego sektora oraz jego potencjał do nawiązywania współpracy z innymi sektorami może być mierzony nie tylko liczbą podmiotów, które wprowadziły nowy lub znacząco ulepszony produkt do swojej oferty, ale także mechanizmem tworzenia tego typu produktów, co zaprezentowano na poniższym rysunku.

⁸ Przyjmując jako wyznacznik innowacji wprowadzenie na rynek nowych lub znacząco udoskonalonych produktów.

Rysunek 2. Struktura odpowiedzi na pytanie o sposób wprowadzenia nowych lub znacząco ulepszonych produktów do oferty



Źródło: Badanie CATI [n=151]

Zauważalna jest tendencja do tworzenia nowych produktów w oparciu o własne zasoby (67% wskazań). Podobny rozkład wskazań utrzymuje się niezależnie od wieku badanego przedsiębiorstwa oraz niezależnie od liczby zatrudnionych w nim osób. W oparciu o zebrane wyniki badań można zatem powiedzieć, że analizowane firmy sektora wiedzy rzadko tworzą nowe produkty poprzez transfer wiedzy w formie licencji bądź zakupów. Najczęstszym sposobem jest wykorzystanie własnych doświadczeń lub współpraca z innymi podmiotami. Wydaje się, że wynika to z kilku przesłanek, z których najważniejsza to fakt, iż **sektor wiedzy tworzą podmioty świadczące usługi (najczęściej wysokiego zaawansowania) dla innych podmiotów**. Warto też zauważyć, że ewentualne licencje czy zakup nowych technologii dotyczy raczej transferu wiedzy ze sfery badawczo – rozwojowej do przemysłu niż wspierania sektora usługowego.

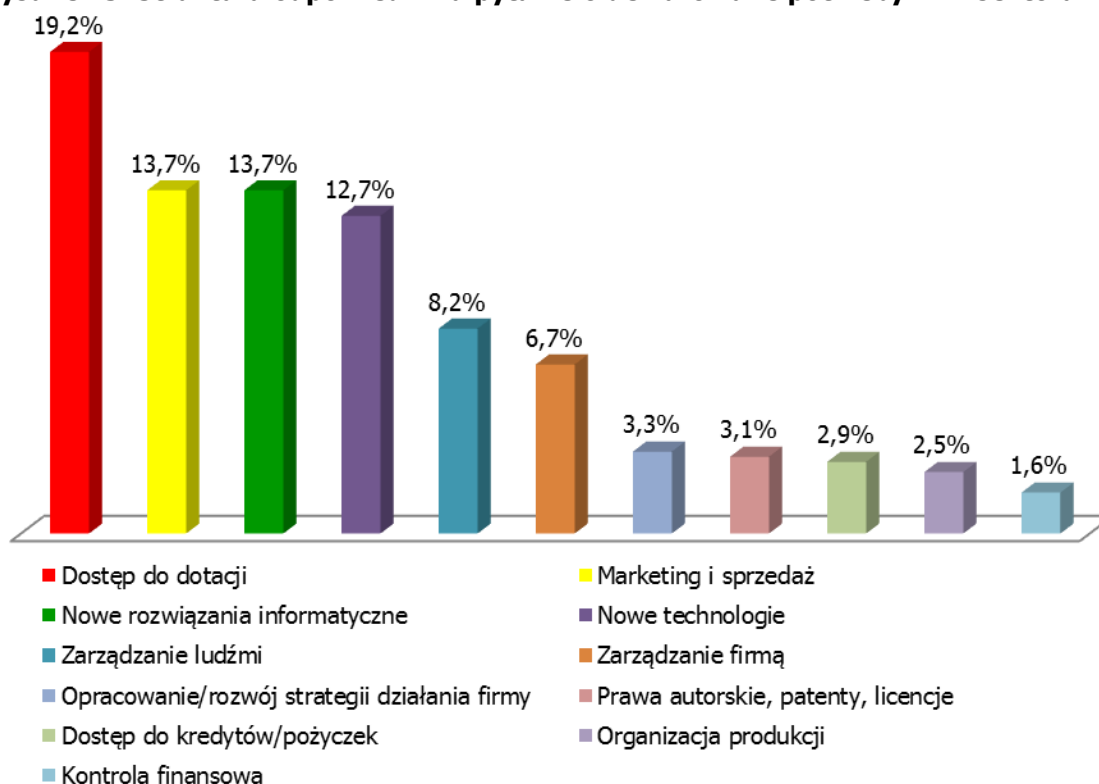
Ważnym czynnikiem rozwoju organizacji jest jej zdolność do współpracy z otoczeniem mikroekonomicznym. Badane podmioty sektora wiedzy, które wskazały, że wprowadziły na rynek nowy produkt lub znacząco udoskonalili istniejący, współpracowali przy jego tworzeniu najczęściej z innymi przedsiębiorstwami z regionu lub spoza regionu. Tylko 15% podmiotów wskazało, że współpracowało przy tworzeniu nowych produktów z jednostkami naukowymi (uczelnie wyższe, instytuty badawcze, instytuty PAN). Zebrane wyniki badań prowadzą do następujących wniosków:

- Firmy sektora wiedzy chętniej współpracują z innymi firmami, niż z sektorem B+R. Może to wynikać z kilku ważnych aspektów, które zostaną omówione w dalszej części raportu.
- Firmy sektora wiedzy mogą być zainteresowane budowaniem formalnych sieci powiązań (kooperacji) z innymi organizacjami, dzięki którym mogą pogłębić dotychczasową współpracę.
- Tendencje do współpracy podmiotów sektora wiedzy z innymi przedsiębiorstwami są silnie zauważalne niezależnie od wieku badanego podmiotu, ani od formy prawnej prowadzenia działalności gospodarczej.

- Podmioty sektora wiedzy posiadające formę organizacyjną spółki z ograniczoną odpowiedzialnością chętniej niż inne formy organizacyjne nawiązują współpracę z jednostkami naukowymi, jednakże warto podkreślić, że podstawowym partnerem do współpracy dla nich pozostają inne przedsiębiorstwa.

Odpowiedzi na pytania związane ze zmianą zakresu działalności, wskazują na względną trwałość tego sektora gospodarki regionu - wśród zbadanych podmiotów tylko 15 na 266 respondentów od momentu powstania podmiotu zmieniło dotychczasową branżę. Wśród przyczyn zmiany branży działalności wskazywano czynniki takie jak: chęć wejścia na nowe rynki lub chęć zwiększenia obrotów. Badane podmioty sektora wiedzy wskazywały na następujące braki konieczne do uzupełnienia w swojej bieżącej aktywności (Rys. 3).

Rysunek 3. Struktura odpowiedzi na pytanie o deklarowane potrzeby firm sektora wiedzy



Źródło: Badanie CATI [n=265]

Uwaga: respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Wysoki odsetek wskazań dostępu do dotacji dla tego sektora nie odbiega zanadto od innych badań prowadzonych wśród przedsiębiorstw, które wyraźnie podkreślają konieczność utrzymania dotacji publicznych (przede wszystkim z funduszy europejskich). Ważnymi brakami w funkcjonowaniu tego sektora jest także wiedza w zakresie marketingu i sprzedaży, rozwiązania informatyczne, dostęp do nowych technologii, wiedza z zakresu zarządzania ludźmi, zarządzania przedsiębiorstwem oraz inne

aspekty, do których należy m.in. wiedza z zakresu praw autorskich, dostęp do kapitału obcego, organizacja produkcji, techniki kontroli finansowej. Kolejne rysunki przedstawiają rozkład potrzeb w zależności od liczby osób w niej zatrudnionych.

Tabela 11. Zestawienie deklarowanych potrzeb w odniesieniu do wielkości badanych podmiotów

Deklarowane potrzeby firm sektora wiedzy	Wielkość przedsiębiorstwa											
	Jednoosobowa działalność gospodarcza		Do 2 pracowników		Do 9 pracowników		Do 49 pracowników		Do 249 pracowników		Powyżej 250 pracowników	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Dostęp do dotacji	6	24%	7	50%	28	45%	32	33%	13	33%	3	25%
Nowe rozwiązania informatyczne	5	20%	4	29%	11	18%	27	28%	11	28%	4	33%
Zarządzanie firmą	3	12%	1	7%	7	11%	15	16%	4	10%	0	0%
Nowe technologie	3	12%	4	29%	14	23%	19	20%	10	25%	5	42%
Marketing i sprzedaż	2	8%	1	7%	13	21%	29	30%	16	40%	5	42%
Opracowanie/rozwój strategii działania firmy	2	8%	1	7%	2	3%	6	6%	2	5%	2	17%
Kontrola finansowa	1	4%	2	14%	0	0%	2	2%	3	8%	0	0%
Zarządzanie ludźmi	1	4%	1	7%	5	8%	16	17%	10	25%	5	42%
Dostęp do kredytów/pożyczek	0	0%	2	14%	4	7%	4	4%	2	5%	0	0%
Organizacja produkcji	0	0%	0	0%	1	2%	3	3%	4	10%	1	8%
Prawa autorskie, patenty, licencje	0	0%	3	21%	0	0%	4	4%	4	10%	1	8%
inne obszary	5	20%	2	14%	4	7%	3	3%	1	3%	1	8%
Ogółem	25		14		62		96		40		12	

Źródło: Badanie CATI [n=249]

Przedsiębiorstwa jednoosobowe stanowią specyficzną grupę sektora wiedzy, są to podmioty znajdujące się w początkowej fazie swojego rozwoju, bardzo często w trudnej sytuacji finansowej oraz skoncentrowane raczej na przetrwaniu niż na planowaniu szerszego rozwoju. Wczesny etap rozwoju i związane z nim określone trudności w bieżącym funkcjonowaniu potwierdzają zakres potrzeb zgłaszanych przez te organizacje. Kluczowe dla tych podmiotów są dotacje, czyli bezzwrotne wsparcie finansowe. Kolejnym ważnym obszarem jest dostęp do rozwiązań informatycznych, które umożliwiają prowadzenie działalności w tej branży.

Deklaracje potrzeb zgłaszane przez podmioty sektora wiedzy zatrudniające do dwóch pracowników oraz właściciela, nie odbiegają znacząco od potrzeb podmiotów jednoosobowych. Kluczowym obszarem pozostają dotacje publiczne umożliwiające pozyskanie bezzwrotnego kapitału na prowadzenie działalności. Ważnymi potrzebami są także: dostęp do technologii, wiedza w zakresie praw autorskich oraz dostęp do kapitału obcego. Tak skonstruowana lista potrzeb wskazuje, iż te podmioty osiągnęły poziom dojrzałości umożliwiający im rozpoczęcie koncentracji na planowaniu dalszego rozwoju.

Potrzeby zgłaszane przez podmioty sektora wiedzy zatrudniające od 4 do 9 pracowników wciąż wskazują na kluczową rolę dotacji w rozwoju podmiotu. Warto zauważyć, że ciągle istotny jest dostęp do nowych technologii. W wypowiedziach respondentów pojawia się nowy obszar potrzeb – marketing i sprzedaż, co może wskazywać na decyzje o ekspansji rynkowej tych podmiotów. Zastanawiający jest także fakt, iż potrzeby związane z prawami autorskimi nie są wskazywane w tej grupie podmiotów, co oznacza, że te podmioty nie potrzebują tego typu usług. Może to być dwojako interpretowane. Po pierwsze może to oznaczać, że te podmioty posiadają już wiedzę na ten temat, druga interpretacja oznacza, że te podmioty nie są zainteresowane lub świadome konieczności takiej ochrony.

Także podmioty sektora wiedzy zatrudniające od 10 do 49 pracowników deklarują kluczową rolę dotacji w ich rozwoju. Warto zauważyć, że kluczowe grupy potrzeb praktycznie pokrywają się z tymi deklarowanymi przez podmioty zatrudniające od 4 do 9 osób. Rosnąca rola potrzeb w zakresie zarządzania ludźmi koresponduje z wielkością przedsiębiorstwa, przy której niezbędne jest już wprowadzenie efektywnych systemów zarządzania zasobami ludzkimi.

Deklaracje potrzeb zgłaszane przez podmioty sektora wiedzy zatrudniające od 50 do 249 pracowników wskazują, że kluczowym obszarem wspierania tych podmiotów powinno być wsparcie o charakterze marketingowym. W tej grupie dostęp do dotacji nie jest już najważniejszym czynnikiem, oznacza to, że ten poziom rozwoju przedsiębiorstwa uzasadnia występowanie o finansowanie w ramach kapitału obcego (pożyczki, kredyty).

Dla podmiotów sektora wiedzy zatrudniających powyżej 249 pracowników kluczowe obszary wspierania ich rozwoju to: wiedza z zakresu zarządzania ludźmi, marketing i sprzedaż oraz nowe technologie. Ważnym obszarem jest także dostęp do nowych rozwiązań informatycznych.

Analiza potrzeb deklarowanych przez podmioty sektora wiedzy w zależności od liczby zatrudnionych w nich osób pozwala na wyciągnięcie **kilku wniosków**:

- Bardzo ważnym obszarem wsparcia tych podmiotów jest dostęp do dotacji, czyli bezzwrotnego dofinansowania ich działalności. Rola dotacji maleje dopiero w przypadku średnich i dużych przedsiębiorstw.
- Kluczowe obszary wsparcia tych podmiotów obejmują także marketing i sprzedaż, nowe technologie, nowe rozwiązania informatyczne.
- Wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa rośnie także znaczenie wiedzy z zakresu zarządzania ludźmi.
- Zastanawiająca jest niewielka świadomość istoty zagadnień związanych z prawami autorskimi. Oznaczać to może małe zainteresowanie lub wiedzę dotyczącą konieczności ochrony własności intelektualnej przez podmioty sektora wiedzy.

- Zauważalna niska istotność dostępu do kapitału obcego (pożyczki i kredyty) może oznaczać, że te podmioty postrzegają dotychczasową ofertę instytucji finansowych jako wyczerpującą ich potrzeby oraz dostępną dla nich⁹.

Na poniższej tabeli przedstawiono rozkład potrzeb podmiotów sektora wiedzy w zależności od wieku badanego podmiotu.

Tabela 12. Zestawienie deklarowanych potrzeb w odniesieniu do długości funkcjonowania na rynku.

Deklarowane potrzeby firm sektora wiedzy	Długość funkcjonowania firmy na rynku							
	Krócej niż 3 lata		3 lata-6 lat		7 lat-10 lat		Dłużej niż 10 lat	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Dostęp do dotacji	6	50%	23	45%	25	42%	38	29%
Nowe technologie	3	25%	12	24%	14	23%	28	22%
Nowe rozwiązania informatyczne	3	25%	10	20%	12	20%	38	29%
Marketing i sprzedaż	3	25%	11	22%	11	18%	40	31%
Zarządzanie ludźmi	3	25%	8	16%	11	18%	18	14%
Prawa autorskie, patenty, licencje	1	8%	1	2%	5	8%	6	5%
Dostęp do kredytów/pożyczek	0	0%	5	10%	2	3%	7	5%
Opracowanie/rozwój strategii działania firmy	0	0%	2	4%	3	5%	10	8%
Zarządzanie firmą	0	0%	5	10%	7	12%	18	14%
Organizacja produkcji	0	0%	0	0%	3	5%	7	5%
Kontrola finansowa	0	0%	1	2%	2	3%	5	4%
inne obszary	1	8%	4	8%	3	5%	8	6%

Źródło: Badanie CATI [n=266]

Deklaracje potrzeb zgłaszane przez podmioty sektora wiedzy które funkcjonują na rynku krócej niż 3 lata wyraźnie wskazują na rolę dotacji jako kluczowego obszaru wsparcia. Warto nadmienić, że system dotacji oferowanych dla tych podmiotów w latach 2007 – 2013 przewidywał bardzo interesujące możliwości dostępne dla przedsiębiorców na samym początku drogi¹⁰, czyli na tym etapie rozwoju, w którym instytucje finansowe nie są zainteresowane udzielaniem wsparcia, przede wszystkim ze względu na brak zabezpieczeń oraz niemożność oszacowania rzeczywistej pozycji rynkowej podmiotu i jego szans na sukces. Pierwsze 3 lata działalności firmy są bowiem krytycznym okresem jej funkcjonowania, często nie posiada ona wystarczającego zaplecza finansowego a musi prowadzić aktywne działania marketingowe. Oferta dotacji stanowi zatem często jedyną poza środkami własnymi możliwość finansowania rozwoju tych podmiotów.

⁹ Warto w tym miejscu przypomnieć, iż większość respondentów pochodziła z obszaru miasta stołecznego Warszawy, czyli tego regionu Mazowsza, gdzie podaż oferty instytucji finansowych jest zdecydowanie najwyższa.

¹⁰ Warto chociażby zwrócić uwagę na liczne dotacje dla osób zakładających firmę (np. Działania 6.2. POKL, 8.1.2 POKL, 8.1. POIG).

Potrzeby wskazywane przez podmioty sektora wiedzy które funkcjonują na rynku od 3 do 6 lat także wyraźnie podkreślają rolę dotacji jako kluczowego obszaru wsparcia. Wśród badanej grupy respondentów deklarowano również na duże znaczenie w dostępie do nowych technologii, marketingu i sprzedaży oraz nowych rozwiązaniach informatycznych.

Badane firmy (funkcjonujące na rynku od 7 do 10 lat) w obszarze deklarowanych potrzeb rozwojowych, wykazywały zbieżność z podmiotami funkcjonującymi na rynku do 6 lat. W obu grupach dużą rolę odgrywają dotacje. Poza dotacjami zauważalnymi potrzebami są także dostęp do nowych technologii, marketing i sprzedaż oraz nowe rozwiązania informatyczne. Dostrzegalna jest także rosnąca rola technik zarządzania ludźmi.

Podmioty funkcjonujące na rynku powyżej 10 lat są już bardzo doświadczonymi przedsiębiorstwami, często aktywnie działającymi na rynkach zagranicznych. Jako kluczowe obszary wsparcia wskazują one marketing i sprzedaż, dostęp do dotacji oraz nowe rozwiązania informatyczne.

Zestawienie potrzeb zgłaszanych przez podmioty sektora wiedzy w zależności od ich wieku wskazuje na kilka prawidłowości:

- Dotacje, jako źródło finansowania rozwoju podmiotu odgrywają bardzo ważną rolę dla tego sektora.
- Wraz z doświadczeniem rośnie rola wsparcia obejmującego marketing i sprzedaż.
- Zauważalne jest nikłe zainteresowanie wsparciem w ramach prawa własności intelektualnej.

Próba zestawienia tych dwóch obszarów analizy pozwala na zidentyfikowanie tych obszarów wsparcia, które odgrywają kluczową rolę dla sektora wiedzy. W pierwszej kolejności są nimi dotacje zasilające ten sektor kapitałem. Drugim czynnikiem jest wsparcie o charakterze marketingowym, które pozwoli tym podmiotom na dalszy rozwój. Zastanawiający jest niski deklarowany poziom potrzeb w zakresie ochrony własności intelektualnej. Może to niestety negatywnie świadczyć o potencjale innowacyjnym tego sektora na obszarze województwa mazowieckiego.

Zdolność do przetrwania na rynku wymaga od każdego z podmiotów zdefiniowania kluczowych czynników wpływających na konkurencyjność oraz zbudowania odpowiednio dostosowanej do nich strategii marketingowej. Badane podmiot sektora wiedzy wskazały na następujące czynniki wpływające na konkurencyjność ich firmy (Tab. 13).

Tabela 13. Kluczowe czynniki wpływające na konkurencyjność sektora wiedzy

Czynnik konkurencyjności	%
Jakość usług / produktów	22,1
Przystosowanie produktu lub usługi do potrzeb klientów	21,4
Cena produktów/usług	19,3
Nowoczesność produktu lub usługi	11,1
Jakość oferty dostawców i podwykonawców	10,5
Oryginalność, niepowtarzalność produktu/usługi	8,3
Zdolność ochrony własnych pomysłów	3,5

Źródło: Badanie CATI [n=266]

Uwaga: respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Ważną informacją jest zmiana popularności tych czynników w zależności od wieku podmiotu, co zostało przedstawione w poniższej tabeli.

Tabela 14. Kluczowe czynniki wpływające na konkurencyjność sektora wiedzy według wieku podmiotu

Liczba lat funkcjonowania na rynku	Krócej niż 3 lata	3 lata - 6 lat	7 lat-10 lat	Dłużej niż 10 lat
Liczba podmiotów w danej grupie wiekowej	N=10	N=41	N=50	N=99
Czynnik konkurencyjności	% wskazań			
Jakość usług/ produktów	21,05	21,10	22,50	24,07
Przystosowanie produktu lub usługi do potrzeb klientów	31,58	22,02	18,33	22,96
Cena produktów/usług	21,05	17,43	25,00	18,52
Nowoczesność produktu lub usługi	15,79	12,84	11,67	10,00
Jakość oferty dostawców i podwykonawców	0,00	11,93	9,17	13,33
Oryginalność, niepowtarzalność produktu/usługi	10,53	7,34	7,50	9,26
Zdolność ochrony własnych pomysłów	0,0	7,3	5,8	1,8

Źródło: Badanie CATI

Uwaga: respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Kluczowym czynnikiem budowania konkurencyjności tego sektora jest prawidłowe zrozumienie potrzeb odbiorców i dostosowanie jakości produktu do oczekiwań klientów. Kolejnymi ważnymi czynnikami są: cena oferowanych produktów, nowoczesność produktów, jakość oferty dostawców i podwykonawców oraz oryginalność i zdolność ochrony własności intelektualnej.

Sektor wiedzy w województwie mazowieckim obejmuje kilka branż. Każda z nich kieruje różne rodzaje produktów do swoich klientów. W przypadku branży reklamowej (liczba respondentów z tej branży, którzy udzielili odpowiedzi to 34 podmioty) podstawowe produkty oferowane klientom obejmują¹¹:

- zamieszczanie reklam w mediach,
- organizację i prowadzenie kampanii reklamowych,
- kreatywne pomysły i pisanie tekstów,

¹¹ Wskazania na podstawie wyników badania terenowego zrealizowanego w miesiącach kwiecień – maj 2013r. Kolejność według popularności wskazań od najczęściej do najrzadziej oferowanych.



- projekty graficzne i ich produkcja,
- działalność marketingowa i planowanie mediów,
- produkcja radiowa i telewizyjna,
- kontakty z prasą i planowanie imprez,
- programy marketingu bezpośredniego.

Wśród podstawowych produktów oferowanych klientom branży usług informatycznych i telekomunikacyjnych (39 respondentów) można wymienić:

- programowanie,
- obsługa informatyczna firm, administracja systemami komputerowymi, serwerami,
- systemy i usługi telekomunikacyjne (np. światłowody),
- projektowanie i wykonawstwo sieci komputerowych,
- sprzedaż i serwis komputerów, modernizacja komputerów i sieci,
- centrale telefoniczne,
- odzyskiwanie i kasowanie danych,
- usługi telefonii komórkowej,
- usługi radiokomunikacyjne,
- tworzenie stron internetowych, pozycjonowanie i hosting,
- dostawa Internetu.

Podmioty branży usługi finansowe i pośrednictwo finansowe (29 respondentów) oferują swoim klientom następujące podstawowe produkty:

- doradztwo podatkowe,
- obsługa bieżącej działalności podmiotów gospodarczych i osób fizycznych/ księgowość,
- doradztwo inwestycyjne, fundusze emerytalne,
- pośrednictwo kredytowe dla firm, leasing, factoring,
- pośrednictwo kredytowe dla osób fizycznych, pożyczki,
- pośrednictwo ubezpieczeniowe,
- wymiana walut.

W przypadku branży usługi finansowe i pośrednictwo finansowe (24 respondentów) podstawowe produkty oferowane klientom obejmują:

- doradztwo prawne i reprezentacja w pozostałych dziedzinach prawa,
- doradztwo prawne i reprezentacja w dziedzinie prawa cywilnego,
- doradztwo prawne i reprezentacja w dziedzinie prawa spółek,
- doradztwo prawne i reprezentacja w dziedzinie prawa podatkowego,
- doradztwo prawne i reprezentacja w dziedzinie prawa administracyjnego,
- usługi w zakresie ochrony własności intelektualnej,
- doradztwo prawne i reprezentacja w dziedzinie prawa karnego,
- usługi związane z zamówieniami publicznymi.

Reprezentanci branży świadczącej usługi dla biznesu – konsulting, badania rynku (liczba respondentów, którzy udzielili odpowiedzi z tej branży wynosi 43 podmioty) jako podstawowe produkty wskazywali:

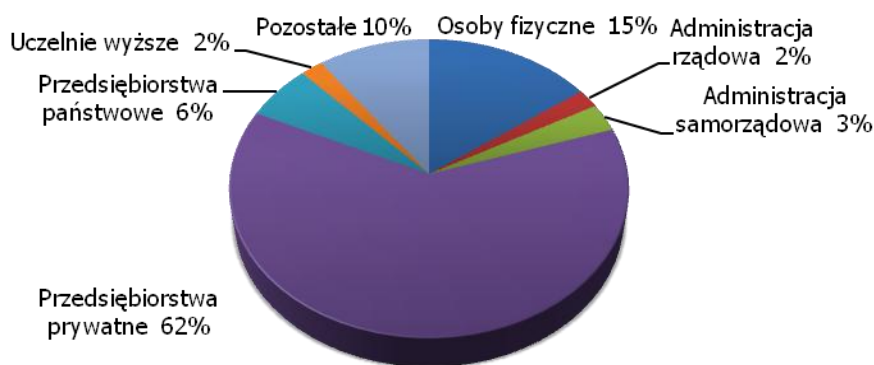
- doradztwo w zakresie zarządzania, strategii i procesów biznesowych,
- obsługa klienta,
- badania rynku,
- pozyskiwanie funduszy UE,
- zarządzanie zasobami ludzkimi/ doradztwo personalne,
- outsourcing procesów biznesowych (BPO),
- audyt,
- centra usług wspólnych (*shared services centers* - SSC),
- zarządzanie produkcją/ zaopatrzeniem.

W przypadku branży sektor badań i rozwoju (liczba respondentów, którzy udzielili odpowiedzi z tej branży wynosi 23 podmioty) podstawowe produkty oferowane klientom obejmują :

- badania stosowane (prace badawcze mające na celu zdobycie nowej wiedzy mającej konkretne zastosowanie),
- prace rozwojowe (opracowywanie prototypów o potencjalnym wykorzystaniu komercyjnym, działalność związana z produkcją eksperymentalną oraz testowaniem produktów, procesów i usług, opracowywanie projektów, rysunków, planów oraz innej dokumentacji do tworzenia nowych produktów, procesów i usług),
- badania naukowe podstawowe (nie ukierunkowane na uzyskanie konkretnych zastosowań praktycznych),
- wdrożenia wyników prac badawczo-rozwojowych.

Podmioty sektora wiedzy oferują swoje produkty różnym grupą klientów, według opinii zebranych od respondentów uczestniczących w badaniu terenowym, kluczowym odbiorcą produktów sektora wiedzy jest sektor biznesu.

Rysunek 4. Struktura odpowiedzi na pytanie o klientów podmiotów z sektora wiedzy



Źródło: Badanie CATI [n=266]

Wyraźnie potwierdza to tezę, że **sektor wiedzy kieruje swoją aktywność przede wszystkim do innych podmiotów gospodarczych, co oznacza, że jest on bezpośrednio uzależniony od ogólnej sytuacji gospodarczej w regionie**. Główni klienci tego sektora nie ulegają zmianie ze względu na wiek badanego podmiotu. W odpowiedzi na zmianę liczby klientów w okresie ostatnich dwóch lat, 47% respondentów wskazało na ich wzrost, a tylko 17% wskazało, że nie uległa zmianie. Warto w tym miejscu przypomnieć, że badanie obejmowało rok 2012 w porównaniu do 2010 roku. Firmy sektora wiedzy świadczą najczęściej usługi wspierające inny biznes, może się zatem okazać, że te wyniki nie uwzględniają jeszcze spowolnienia obserwowanego w pierwszym kwartale 2013 roku. Zróżnicowanie odpowiedzi na pytanie dotyczące zmiany liczby klientów nie ulega większym zmianom w zależności od branży badanego podmiotu ani od wieku organizacji. W każdej z tych podgrup deklarowano ich zwiększenie w porównaniu z 2010 rokiem. Jak wspomniano, tylko 17% ogółu respondentów wskazało, że straciły klientów, co było najbardziej zauważalne w branżach¹²:

- badania naukowe i prace rozwojowe,
- telekomunikacja,
- reklama, badania rynku i opinii publicznej.

Zmiana w liczbie klientów przekłada się bezpośrednio na deklarowane wyniki finansowe badanych firm sektora wiedzy.

W odpowiedzi na pytanie o zmianę przychodu ze sprzedaży w roku 2012 w porównaniu do 2010 roku respondenci wskazywali na jego wzrost (42%), a tylko 17% deklarowało na spadek. Analizując rozkład odpowiedzi na to pytanie w zależności od branży, w której funkcjonuje badane przedsiębiorstwo zauważa się, że praktycznie w każdej z branż zaobserwowano jego wzrost. Największą liczbę podmiotów deklarujących wzrost przychodów ze sprzedaży odnotowano w branżach:

¹² Wskazania na podstawie wyników badania terenowego zrealizowanego w miesiącach kwiecień – maj 2013r. Kolejność według liczby wskazań.

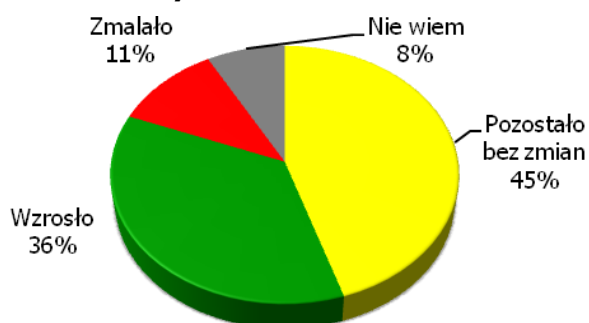
- doradztwo podatkowe,
- finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych,
- działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana,
- reklama, badanie rynku i opinii publicznej.

Wzrost zysku netto w porównaniu z rokiem 2010 do 2012 deklarowało aż 41% badanych podmiotów. Spadek tej wartości jest zauważalny przez 17% respondentów. Analizując rozkład odpowiedzi na to pytanie w odniesieniu do branży, w której funkcjonuje badane przedsiębiorstwo zauważa się, że praktycznie w każdej z branż zadeklarowano wzrost zysku netto. Największą liczbę podmiotów zauważających wzrost odnotowano w branżach:

- doradztwo podatkowe,
- reklama, badanie rynku i opinii publicznej,
- działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana,
- działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe.

Ważnym wskaźnikiem informującym o kondycji podmiotu jest jego zdolność do tworzenia nowych miejsc pracy. Rozkład odpowiedzi na pytanie o zmianę zatrudnienia w przeliczeniu na pełne etaty w okresie ostatnich 3 lat przedstawiono na rysunku 5.

Rysunek 5. Struktura odpowiedzi na pytanie o zmianę zatrudnienia w sektorze wiedzy w przeliczeniu na etaty w okresie 3 ostatnich lat



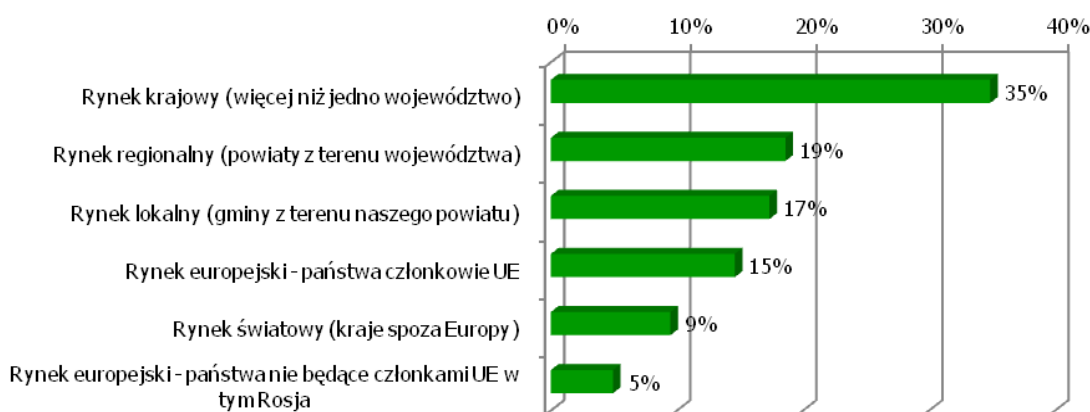
Źródło: Badanie CATI [n=266]

Można zatem powiedzieć, że firmy sektora wiedzy tworzą relatywnie stałą (nawet z tendencją do powiększania się) bazę miejsc pracy w regionie. Tak pozytywny wynik w świetle publikowanych przez Główny Urząd Statystyczny informacji o pogłębiającym się spowolnieniu gospodarczym kraju wymaga kilku słów komentarza. Może on wynikać z następujących czynników. Pierwszym jest okres przeprowadzenia badania terenowego, otóż w miesiącach kwiecień – maj 2013 respondenci ciągle mogli nie zauważyć spowolnienia gospodarki. Wynika to z faktu, iż w większości przypadków ich

klientami są przedsiębiorstwa z innych sektorów, a horyzont czasowy nawiązanej współpracy może być dłuższy. Drugim czynnikiem jest specyfika pracy w branży sektora wiedzy. Podmioty funkcjonujące w tym obszarze gospodarki świadczą przede wszystkim usługi wspierające funkcjonowanie innych przedsiębiorstw, często o wysokiej jakości. W takim przypadku główną przewagą konkurencyjną jest potencjał kapitału ludzkiego podmiotu sektora wiedzy. Kapitał ludzki jest ważnym czynnikiem, bardzo trudnym do zbudowania a koszty rekrutacji wykwalifikowanych pracowników, gotowych do produktywniej pracy może być bardzo wysoki. Może się zatem okazać, że badane firmy oczekują powolnego wzrostu gospodarczego i - póki co - odkładają decyzję o zmniejszeniu zatrudnienia, które spowodowałoby pozbycie się wartościowych pracowników.

W odpowiedzi na pytanie o rynki, na których funkcjonuje podmiot sektora wiedzy, respondenci wskazywali następujące rynki docelowe (Rys. 6).

Rysunek 6. Struktura odpowiedzi na pytanie o rynki docelowe wskazywane jako obszar aktywności podmiotów sektora wiedzy

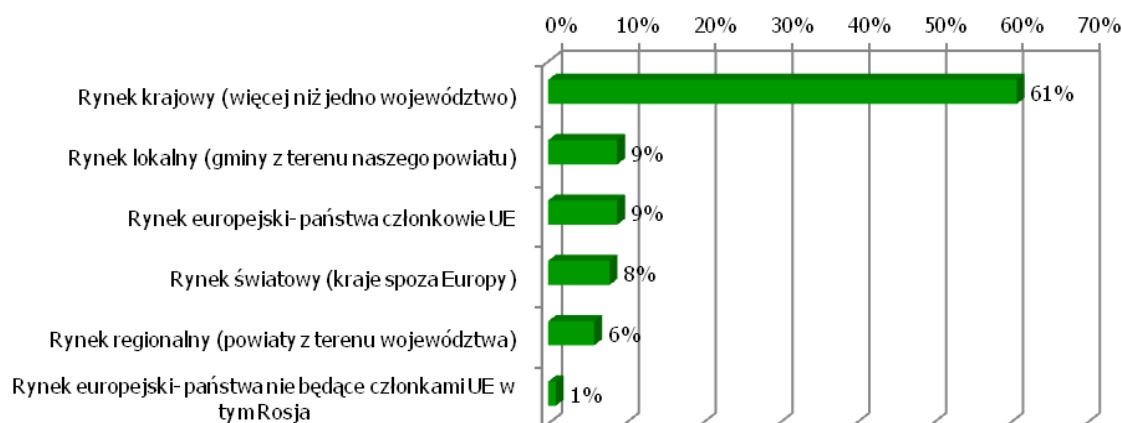


Źródło: Badanie CATI [n=266]

Uwaga: respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

W świetle wyników badań, mazowiecki sektor wiedzy świadczy swoje usługi głównie na rynku krajowym w więcej niż jednym województwie. Świadczy to o dużej dynamice i elastyczności firm sektora wiedzy. Niski poziom wskazań związany z eksportem wynika niewątpliwie z charakterystyki oferowanych usług, które w większości przypadków skierowane są do obecnych na terenie Polski przedsiębiorstw. Rozkład odpowiedzi na temat rynku docelowego jest podobny w zależności od wieku badanego podmiotu. Warto zauważyć, że w zależności od wieku badanego podmiotu lekkim zmianom ulega pozycja aktywności eksportowej, która zaczyna odgrywać coraz ważniejszą rolę w zależności od wieku badanego podmiotu.

Rysunek 7. Struktura odpowiedzi na pytanie o rynki docelowe wskazywane jako obszar zainteresowania podmiotów sektora wiedzy



Źródło: Badanie CATI [n=266]

Przedstawione informacje o deklarowanym rynku docelowym wyraźnie wskazują, że ten sektor świadczy swoje usługi na rzecz innych podmiotów na terenie Polski. Prezentowane wyniki nie podlegają zauważalnym zmianom w zależności od wieku badanego podmiotu. Przedstawiciele branż sektora wiedzy mają raczej niewielki udział w rynku docelowym, najczęściej deklarują mniejszy niż 10% udział w rynku (39,6% wskazań na 250 respondentów, którzy udzielili odpowiedzi na to pytanie).

3.3. Tendencje do tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych firm sektora wiedzy

Zgodnie z założeniem Strategii Europa 2020 oraz dokumentami operacyjnymi (rola polityki regionalnej w realizacji założeń Smart Specialization, przewodnik RIS3 i inne), istotnym kryterium wyboru specjalizacji regionalnych jest naturalna tendencja do tworzenia skupisk o charakterze klastrowym. W wielu województwach wybór specjalizacji bazował na analizie klastrów i zakładał ich dynamiczny rozwój. W związku z analizą sektora wiedzy kluczowe było określenie obecnego stanu i kształtu współpracy firm i instytucji (inaczej: czy istnieją klastry) oraz czynników mogących wzmacniać takie tendencje.

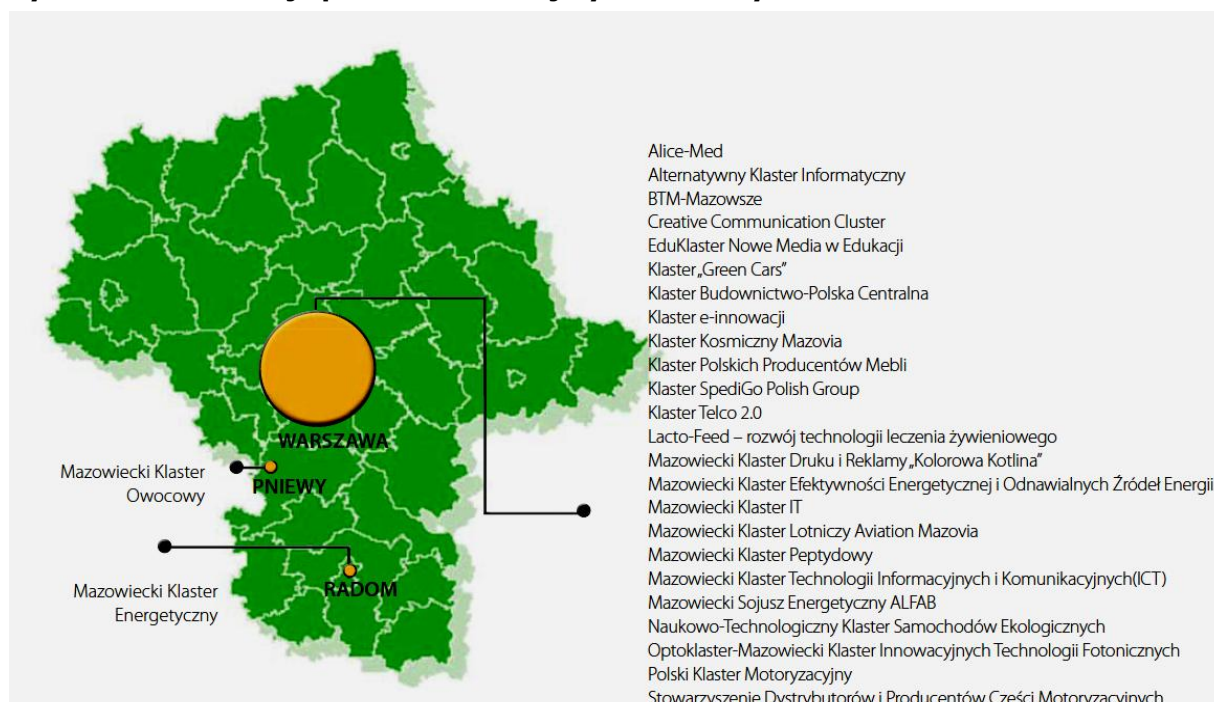
W trakcie realizacji tego obszaru badawczego analizie poddane zostały następujące zakresy:

- Ilość i struktura klastrów i inicjatyw klastrowych w sektorze wiedzy.
- Kierunki rozwoju analizowanych struktur, w tym narzędzia komunikacji i współpracy z otoczeniem.
- Sposób zarządzania klastrami i narzędzia.

Charakterystyka klastrów w województwie mazowieckim

W województwie mazowieckim do końca 2011 powstało łącznie 25 inicjatyw klastrowych. Organizacje te najczęściej powstawały z inicjatywy przedsiębiorstw. Zdarzało się jednak, że inicjatorem ich działalności były instytucje naukowe oraz samorządy. Na uwagę zasługuje ich koncentracja przestrzenna – prawie wszystkie zlokalizowane są w Warszawie. Tylko nieliczne znajdują się w innych miastach regionu (Radom, Pniewy).

Rysunek 8. Lokalizacja przestrzenna inicjatyw klastrowych na Mazowszu



Źródło: Klasy w województwie mazowieckim, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2012.

Najwięcej inicjatyw klastrowych (24%) funkcjonuje w najdynamiczniej rozwijającym się sektorze IT. W latach 2008-2010 jego przychody w regionie mazowieckim wzrosły o 32%, a dla porównania przychody całego sektora przedsiębiorstw o 6%. Nieco mniej inicjatyw (16%) działa w przemyśle samochodowym, który na Mazowszu jest reprezentowany m.in. przez Fabrykę Samochodów Osobowych produkującą i montującą samochody marki Chevrolet. Jednocześnie potencjał regionu jest wykorzystywany w sektorach, które stwarzają duże możliwości inwestycyjne. Branża spożywcza i budowlana zostały zidentyfikowane jako tzw. sektory wysokiej szansy – wśród nich także powstały inicjatywy klastrowe (Mazowiecki Klaster Owocowy i Klaster Budownictwo – Polska Centralna). Stworzenie przyjaznego otoczenia zarówno dla przedsiębiorców, jak i rozwoju współpracy na linii biznes – nauka – otoczenie stanowi jeden z priorytetów polityki Samorządu Województwa Mazowieckiego. W dokumentach strategicznych regionu wskazuje się klasy jako ważny instrument do osiągnięcia tego celu. Strategia Rozwoju Województwa Mazowieckiego do roku 2020 jako jeden z kierunków działań wyznacza „rozwój regionalnych sieci kooperacyjnych i przepływu nowoczesnych technologii”. Z kolei Regionalna Strategia Innowacji dla Mazowsza na lata 2007-2015 (RIS Mazovia) uznaje m.in. pobudzanie tworzenia i rozwoju klastrów oraz innych struktur sieciowych za swój cel operacyjny. Klasy na Mazowszu mogą również korzystać zarówno ze środków dostępnych w ramach Funduszy Europejskich, jak i ze wsparcia różnorodnych instytucji okołobiznesowych.

Przedsiębiorstwa prowadzące działalność w sektorze wiedzy przejawiają tendencje do budowania powiązań kooperacyjnych i sieci kontaktów. Tego typu aktywność ma wiele zalet. Należy do nich niewątpliwie zwiększenie potencjału rozwojowego podmiotu, możliwość rozszerzenia obszaru

aktywności gospodarczej czy możliwość wdrożenia nowych produktów. Wejście Polski do UE otworzyło bardzo ciekawe możliwości grantowe dla podmiotów gospodarczych w tym także dostępne na budowanie powiązań klastrowych lub kooperacyjnych podmiotów. Najczęściej wymogiem formalnym aplikowania po te środki jest utworzenie podmiotu, który jest odpowiedzialny za zarządzanie takim powiązaniem klastrowym i jako lider konsorcjum aplikuje po środki publiczne. Tego typu rozwiązania finansowe wytworzyły w ostatnich latach dużą podaż organizacji, które tworzą powiązanie klastrowe i po spełnieniu wysokich wymagań formalnych aplikują po środki publiczne na wzmocnienie jej funkcjonowania. Wydaje się, że obecnie wspieranie tego typu powiązań jest ważnym elementem zauważalnym zarówno w strategiach lokalnych (np. RSI), jak i strategiach krajowych oraz aktywności Komisji Europejskiej.

Klaster (czy kooperacja) może być zatem postrzegany dwojako. Z jednej strony, jest ważną formułą współpracy pomiędzy podmiotami w nim zrzeszonymi, która umożliwia zacieśnianie współpracy i wszelkie pozytywne efekty wynikające z synergii działań. Z drugiej strony bardzo często jest to formalna struktura, która powstała na potrzeby wniosków aplikacyjnych po środki publiczne. Struktura, która spełnia bardzo wyrafinowane wymogi formalne odnośnie liczby i charakteru jej członków. Wymogi te często narzucają obowiązek podpisania umowy o współpracy pomiędzy bardzo zróżnicowanymi względem siebie typami podmiotów takimi jak m.in. uczelnie, instytuty naukowe, organizacje nie działające dla zysku oraz mikroprzedsiębiorstwa. Za względu na relatywną „młodość” tej formuły współpracy wynikającą z faktu, iż o klastrach zaczęto mówić w kilku ostatnich latach, bardzo trudno jest jednoznacznie ocenić ich efektywność. Niewątpliwie ich pozytywne oddziaływanie będzie rosło. Uwzględniając powyższe dylematy warto zwrócić uwagę na opinie respondentów sektora wiedzy uczestniczących w badaniu terenowym. W odpowiedzi na pytanie o planowane nawiązanie współpracy w obszarze badań z podmiotami z sektora badań i rozwoju, respondenci wskazywali, że nie planują (45% wskazań), nie wiedzą (37%), natomiast tylko 18% wskazuje, że planuje nawiązanie tego typu współpracy. Wśród badanych podmiotów sektora wiedzy większość (85%) wskazuje, że nie jest członkiem klastra. Tych kilka podmiotów, które zadeklarowały uczestnictwo w klastrach, jako czynniki motywujące do tego rodzaju działalności wymienili¹³:

- dostęp do specyficznej wiedzy,
- możliwość obniżenia kosztów działalności,
- możliwość wejścia na nowe rynki w kraju,
- dostęp do środków publicznych na innowacyjność,
- możliwość wejścia na nowe rynki zagraniczne,
- możliwość wspólnego lobbowania,
- możliwość kreowania wspólnych innowacyjnych produktów/usług,
- prowadzenie wspólnych badań naukowych.

¹³ Wskazania na podstawie wyników badania terenowego zrealizowanego w miesiącach kwiecień – maj 2013r. Kolejność według liczby wskazań.

Współpraca z podmiotami umożliwia najczęściej zwiększenie skali działania lub rozwój produktu i usługi wspólnie z innymi firmami. Te podmioty, które są członkami klastra wskazują, że zauważyły pozytywne rezultaty z tego członkostwa. Natomiast respondenci, którzy nie są członkami klastra (większość odpowiedzi wśród respondentów badań terenowych) wyraziły opinię że kluczowym powodem brak członkostwa w klastrze jest brak zainteresowania takim uczestnictwem (56%).

Powyższa deklaracja nie oznacza, że te podmiot nie współpracują ze sobą. Jak wspomniano wyżej badane przedsiębiorstwa przejawiają tendencje do budowania powiązań kooperacyjnych i sieci kontaktów. Wydaje się jedynie, że z ich punktu widzenia klastry jako forma współpracy jest zbyt sformalizowana.

Respondenci wyraźnie wskazują, że współpracują z innymi podmiotami i fakt ten często stanowi źródło inspiracji do wprowadzania nowych produktów do ich oferty. Badane podmioty najczęściej deklarowały podejmowanie współpracy z następującymi sektorami:

- branża reklamowa (20,5% odpowiedzi),
- usługi informatyczne i telekomunikacyjne (18,6% odpowiedzi),
- usługi prawne (17,0% odpowiedzi).

3.4. Współpraca międzynarodowa w działalności sektora

Wiedzechłonne usługi biznesowe tworzące sektor wiedzy stanowią najszybciej rozwijający się sektor usług w krajach rozwiniętych w ostatnich 30 latach¹⁴. Zainteresowanie polityków gospodarczych sektorem wiedzy może wzbudzać zwłaszcza jego dynamiczny rozwój oraz fakt, że ułatwia on procesy innowacyjne i w ten sposób wpływa na konkurencyjność kraju i poszczególnych regionów¹⁵.

Dla kreowania konkurencyjności regionu znaczenie sektora wiedzy przejawia się m. in. w jego roli mediacyjnej poprzez tworzenie ważnego mechanizmu tworzenia i dyfuzji innowacji¹⁶. Istotne znaczenie w tym kontekście mają powiązania sieciowe, które rozwijają i utrzymują firmy sektora wiedzy. Sieciowy charakter relacji jest szczególnie odpowiedni dla sektorów wysokich technologii, gdzie wiedza szybko się starzeje i wymaga stałej aktualizacji¹⁷. Ważnych konkluzji dla polityki regionalnej dostarczają wyniki badań Windruma i Tomlinsona, które ujawniły, że potencjał ilościowy sektora wiedzy nie jest wystarczający dla dynamicznego rozwoju gospodarki, lecz stopień integracji powiązań pomiędzy podmiotami (sieciowość), który warunkuje transfer wiedzy¹⁸.

¹⁴ M. Toivonen, Rola usług wiedzechłonnych (KIBS) w procesie transferu technologii, [w:] Partnerstwo dla innowacji, B. Piasecki, K. Kubiak (red.), Wydawnictwo SWSPiZ, Łódź 2009, 151-161.

¹⁵ I. Miles, N. Kastrinos, K. Flanagan, R. Bilderbeek, B. Hertog, W. Huntink, M. Bouman, Knowledge-Intensive Business Services: Users, Carriers and Sources of Innovation, European Innovation Monitoring System, EIMS Publication No. 15, Luxembourg 1995.

¹⁶ OECD, Business Services: Trends and Issues, Paris 1999.

¹⁷ M. Toivonen, op. cit., s. 155.

¹⁸ P. Windrum, M. Tomlinson, Knowledge-intensive Services and International Competitiveness: A Four Country Comparison, Technology Analysis & Strategic Management 1999, Vol. 11, No. 3, 391-408.

Pomimo ważnej roli, jaką dla stymulowania rozwoju regionalnego może pełnić sektor wiedzy, można wskazać zaledwie jedno krajowe opracowanie, w ramach którego podjęta została (jako jedno z wielu zagadnień badawczych) analiza sektora wiedzy na poziomie regionu. Elementów takiej analizy dostarcza raport pt „Klimat inwestycyjny w województwie małopolskim” przygotowany w 2013 roku w ramach Małopolskiego Obserwatorium Gospodarki, który został opracowany przez zespół pracowników i doktorantów Zakładu Rozwoju Regionalnego Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego pod redakcją R. Guzika, K. Gwosdz i J. Działka¹⁹.

Wnioski z przeprowadzonej analizy zaprezentowane we wskazanym raporcie potwierdzają, że obecność podmiotów świadczących usługi dla biznesu może być jednym z czynników stymulujących rozwój gospodarczy w skali lokalnej i regionalnej i działać jako katalizator wzrostu gospodarczego, ułatwiając powstawanie i funkcjonowanie firm. Autorzy raportu dowodzą, że koncentracja działalności związanej z wiedzochłonnymi usługami biznesowymi zwiększa zarówno atrakcyjność danej jednostki terytorialnej dla inwestorów zewnętrznych, jak również pozytywnie wpływa na lokalną przedsiębiorczość, przy czym występująca zależność ma charakter dwukierunkowy.

Znaczenie sektora wiedzy wyraża się poprzez zapewnienie klientom biznesowym dostępu do wysokospecjalistycznych usług, wykorzystanie wysokiej jakości kapitału ludzkiego oraz stymulujące oddziaływanie na innowacyjność klientów. W rezultacie tych procesów następuje dyfuzja innowacji w skali lokalnej i regionalnej.

Wśród firm sektorów wiedzy widoczna jest tendencja do preferowania w swoich decyzjach lokalizacyjnych ośrodków, w których występuje wysoka ogólna koncentracja działalności gospodarczej, co tłumaczy skupianie się tych podmiotów w głównych miastach regionu i relatywnie małą ich koncentrację na terenach wiejskich. W decyzjach lokalizacyjnych podmiotów sektora wiedzy ważną rolę odgrywają wymogi lokalizacyjne dla tego typu działalności, a więc odpowiednio wysoka podaż wykwalifikowanych kadr i przestrzeni biurowych.

Aktywność w wymiarze międzynarodowym lokalnych podmiotów jest często uznawana za przesłankę ich dojrzałości i mniejszego zagrożenia niepowodzeniem gospodarczym. To stwierdzenie jest zwłaszcza prawdziwe w odniesieniu do przedsiębiorstw, które są aktywne na wielu rynkach zagranicznych i w ten sposób dywersyfikują ryzyko działalności, jednocześnie uzyskując najczęściej wynik finansowy lepszy od możliwego do uzyskania działając jedynie na rynku krajowym.

Przedsiębiorstwa uczestniczące w badaniu najczęściej wskazywały na rynek krajowy jako rynek swojej aktywności (działa na nim 72% firm), co pokazuje Tab. 15. Wysoko należy jednakże ocenić wskazania na rynki ponadkrajowe (europejskie i światowe), na które firmy sektorów wiedzy kierują swoje produkty i usługi. Na rynek europejski krajów członkowskich UE ofertę kieruje 30% firm, na rynki europejskie poza UE – 10%, a na rynki światowe (poza Europą) – 20% firm. Co prawda, brak jest reprezentatywnych badań wśród polskich MSP, które pozwoliłyby oszacować wielkość populacji firm podejmujących aktywność międzynarodową, jednakże pewnych informacji w tym względzie

¹⁹ Klimat inwestycyjny w województwie małopolskim, R. Guzik, K. Gwosdz, J. Działek (red.), Małopolskie Obserwatorium Gospodarki, Kraków 2013.

dostarczają dane statystyki publicznej prowadzone w ramach programu badań statystycznych. Z danych tych wynika, że w 2011 roku na ogólną liczbę 50 519 podmiotów o liczbie pracujących powyżej 9 osób zobowiązanych do sporządzania dla GUS cyklicznych sprawozdań F-01, eksport realizowało 15 828 firm (31,3%). Należy pamiętać, że co trzecia firma uczestnicząca w badaniu CATI zatrudniała do 9 osób, a więc należała do kategorii firm mikro, które w mniejszym zakresie i skali podejmują aktywność międzynarodową. Może to stanowić przesłankę do uznania, że **firmy sektorów wiedzy uczestniczące w badaniu są znacznie bardziej umiędzynarodowione w porównaniu ze statystyczną polską firmą.**

Tabela 15. Rynki geograficzne, na których firma aktualnie oferuje swoje produkty/usługi

Wyszczególnienie	Liczba firm	% firm
Rynek lokalny (gminy z terenu naszego powiatu)	95	36%
Rynek regionalny (powiaty z terenu województwa)	102	38%
Rynek krajowy (więcej niż jedno województwo)	191	72%
Rynek europejski - państwa członkowie UE	80	30%
Rynek europejski - państwa nie będące członkami UE w tym Rosja	27	10%
Rynek światowy (kraje spoza Europy)	52	20%
Nie wiem	1	0%

Źródło: badanie CATI [n=266]

Uwaga: respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Zestawiając powyższe dane z danymi przedstawionymi w Tab. 16 warto zwłaszcza podkreślić, że **dla znacznej części – bo aż 40% - firm, które zadeklarowały rynek światowy jako obszar geograficzny działania, stanowi on dla nich główny rynek.** Ekspansja na tak odległe geograficznie i mentalnie rynki stanowi dla każdej firmy – nawet dużej – spore wyzwanie.

Tabela 16. Główny geograficzny rynek działania firmy

Wyszczególnienie	Liczba firm	% firm
Rynek lokalny (gminy z terenu naszego powiatu)	25	9%
Rynek regionalny (powiaty z terenu województwa)	17	6%
Rynek krajowy (więcej niż jedno województwo)	161	61%
Rynek europejski- państwa członkowie UE	24	9%
Rynek europejski- państwa nie będące członkami UE w tym Rosja	2	1%
Rynek światowy (kraje spoza Europy)	21	8%
Nie wiem	15	6%

Źródło: badanie CATI [n=266]

Uwaga: respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź.



Dane zamieszczone w Tab. 17 pokazują, że **najwyższy stopień umiędzynarodowienia cechuje branżę usług badania rynku**, gdzie niemal połowa firm deklaruje prowadzenie działalności na rynku światowym, **oraz branżę usług prawnych**, której przedstawiciele uczestniczący w badaniu relatywnie najczęściej obecni są na rynku UE (przeszło połowa firm).

Najniższy stopień internacjonalizacji działalności charakteryzuje branżę usług/pośrednictwa finansowego oraz usług informatycznych i telekomunikacyjnych (ICT).

Biorąc pod uwagę główny rynek działania firmy, silną obecność na rynkach międzynarodowych, w tym zwłaszcza na rynku światowym, zaznacza ponadto sektor badawczo-rozwojowy (Tab. 18). Dla 13% firm tego sektora rynek światowy stanowi główny rynek działania. Z kolei dla co piątej firmy z branży reklamowej tym rynkiem jest rynek krajów członkowskich UE.

Tabela 17. Rynki geograficzne działania firmy według branż

Branża	Rynek lokalny (gminy z terenu naszego powiatu)	Rynek regionalny (powiaty z terenu województwa)	Rynek krajowy (więcej niż jedno województwo)	Rynek europejski - państwa członkowie UE	Rynek europejski - państwa nie będące członkami UE, w tym Rosja	Rynek światowy (kraje spoza Europy)	Nie wiem
reklamowa	52,9%	58,8%	70,6%	38,2%	8,8%	11,8%	0%
usługi ICT	33,3%	46,2%	84,6%	23,1%	7,7%	7,7%	2,6%
usługi/pośrednictwo finansowe	24,1%	27,6%	82,8%	17,2%	0%	10,3%	0%
usługi prawne	20,8%	25,0%	79,2%	54,2%	20,8%	25,0%	0%
usługi konsultingowe	45,7%	54,3%	82,9%	42,9%	14,3%	20,0%	0%
usługi badania rynku	44,4%	66,7%	77,8%	44,4%	44,4%	44,4%	0%
sektor badawczo- rozwojowy	21,7%	34,8%	65,2%	30,4%	17,4%	21,7%	0%
inna	39,5%	25,9%	58,0%	22,2%	4,9%	25,9%	0%
<i>Ogółem</i>	<i>35,7%</i>	<i>38,3%</i>	<i>71,8%</i>	<i>30,1%</i>	<i>10,2%</i>	<i>19,5%</i>	<i>0,4%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

Tabela 18. Główne rynki geograficzne działania firmy według branż

Branża	Rynek lokalny (gminy z terenu naszego powiatu)	Rynek regionalny (powiaty z terenu województwa)	Rynek krajowy (więcej niż jedno województwo)	Rynek europejski - państwa członkowie UE	Rynek europejski - państwa nie będące członkami UE, w tym Rosja	Rynek światowy (kraje spoza Europy)	Nie wiem
reklamowa	11,8%	2,9%	52,9%	20,6%	0,0%	5,9%	5,9%
usługi ICT	5,3%	7,9%	78,9%	2,6%	2,6%	0,0%	2,6%
usługi/pośrednictwo finansowe	6,9%	3,4%	72,4%	6,9%	0,0%	6,9%	3,4%
usługi prawne	8,3%	4,2%	58,3%	16,7%	0,0%	4,2%	8,3%
usługi konsultingowe	5,7%	5,7%	71,4%	14,3%	0,0%	0,0%	2,9%
usługi badania rynku	0,0%	11,1%	44,4%	22,2%	0,0%	11,1%	11,1%
sektor badawczo- rozwojowy	4,3%	17,4%	43,5%	8,7%	0,0%	13,0%	13,0%
inna	16,0%	4,9%	53,1%	4,9%	1,2%	14,8%	4,9%
<i>Ogółem</i>	<i>9,4%</i>	<i>6,4%</i>	<i>60,8%</i>	<i>9,1%</i>	<i>0,8%</i>	<i>7,9%</i>	<i>5,7%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

Jak pokazuje Tab. 19, **dla blisko 50% firm, które zadeklarowały prowadzenie aktywności międzynarodowej w jakiejkolwiek postaci, najczęściej przejawia się ona we współpracy z zagranicznymi firmami (32% ogólnej liczby ankietowanych firm)**. Relatywnie najrzadziej taką współpracę podejmuje sektor badawczo-rozwojowy (13%) oraz podmioty realizujące usługi badania rynku (22,2%).

Kolejnymi, najczęściej stosowanymi formami aktywności biznesowej w wymiarze międzynarodowym jest posiadanie przedstawicielstwa w innym kraju w Europie (15%) i poza Europą (9%). Tak częste wskazania na te formy umiędzynarodowienia i ich wysoka ranga mogą stanowić niemałe zaskoczenie, bowiem zgodnie z powszechnie uznawanym modelem internacjonalizacji fazowej firmy, w pierwszej kolejności w swojej ekspansji zagranicznej stosują jej prostsze formy, takie jak eksport. Dopiero po okrzepnięciu i nabraniu odpowiedniego doświadczenia, decydują się na wybór bardziej złożonych i wymagających form internacjonalizacji, za jaką niewątpliwie należy uznać utworzenie przedstawicielstwa na rynku zagranicznym. Utworzenie przedstawicielstwa za granicą jako dominującą formę ekspansji zagranicznej deklarowali reprezentanci branży usług badania rynku (33,3% wskazań na przedstawicielstwo w Europie i 22% wskazań na przedstawicielstwo poza Europą). Z kolei jest to rzadko obierana droga ekspansji zagranicznej przez podmioty oferujące usługi prawne (odpowiednio 4,2% i 4,2% wskazań).

Ekspansja międzynarodowa w formie eksportu jest najczęściej podejmowana przez podmioty branży reklamowej (11,8% wskazań) i usług badania rynku (11,1%).

Firmy oferujące usługi badania rynku są jednocześnie najczęściej uczestnikami międzynarodowych sieci współpracy (22,2%) i w największym stopniu aktywne międzynarodowo (jedynie 22,2% nie prowadzi działalności w wymiarze międzynarodowym).

Dane przedstawione w Tab. 20 przedstawiają częstotliwość stosowania poszczególnych form umiędzynarodowienia ze względu na wielkość firmy mierzoną liczbą zatrudnionych osób. Czytelna zależność pomiędzy wielkością firmy a umiędzynarodowieniem widoczna jest jedynie w przypadku tworzenia przedstawicielstwa – wraz ze wzrostem liczby zatrudnionych w firmie pracowników rośnie częstotliwość wyboru przedstawicielstwa jako formy internacjonalizacji. W przypadku innych form umiędzynarodowienia taka prawidłowość nie występuje. Co więcej, **w przypadku niektórych form międzynarodowej aktywności, firmy jednoosobowe równie często poddają się internacjonalizacji, jak ich więksi odpowiednicy**. Dotyczy to zwłaszcza prowadzenia działalności eksportowej, współpracy z zagranicznymi firmami, partnerstwa w projektach międzynarodowych, czy też członkostwa w międzynarodowych sieciach współpracy.

Tabela 19. Formy aktywności międzynarodowej badanych firm według branż

Aktywność międzynarodowa:	Branża								
	reklamowa	usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	usługi/pośrednictwo finansowe	usługi prawne	usługi konsultingowe	usługi badania rynku	sektor badawczo-rozwojowy	inna	ogółem
Firma posiada przedstawicielstwo w innym kraju w Europie	17,60%	15,40%	13,80%	4,20%	14,30%	33,30%	17,40%	14,80%	15,00%
Firma posiada przedstawicielstwo w innym kraju poza Europą	11,80%	12,80%	3,40%	4,20%	11,40%	22,20%	4,30%	8,60%	9,00%
Firma prowadzi działalność eksportową	11,80%	7,70%	0%	8,30%	8,60%	11,10%	0,00%	4,90%	6,40%
Firma uczestniczy w międzynarodowych targach i wystawach	14,70%	7,70%	0%	0%	5,70%	0%	0%	6,20%	5,60%
Firma współpracuje z zagranicznymi firmami	35,30%	35,90%	31,00%	37,50%	28,60%	22,20%	13,00%	35,80%	32,00%
Firma jest członkiem międzynarodowego klastra	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1,20%	0,40%
Firma jest członkiem międzynarodowej sieci współpracy	8,80%	7,70%	6,90%	8,30%	11,40%	22,20%	8,70%	2,50%	7,50%
Firma jest partnerem w projekcie międzynarodowym	5,90%	2,60%	0%	8,30%	8,60%	0%	4,30%	6,20%	5,30%
Nie prowadzimy działalności poza krajem	38,20%	35,90%	58,60%	37,50%	45,70%	22,20%	65,20%	44,40%	45,10%
Nie wiem/ trudno powiedzieć	11,80%	12,80%	3,40%	4,20%	5,70%	11,10%	4,30%	3,70%	6,00%

Źródło: badanie CATI [n=266]

Tabela 20. Formy aktywności międzynarodowej badanych firm według liczby zatrudnionych

Aktywność międzynarodowa:	Wielkość podmiotu							Ogółem
	0 osób	Do 2 osób (właściciel+2 pracowników)	Do 9 osób	Do 49 osób	Do 249 osób	Powyżej 250 osób	Nie wiem	
Firma posiada przedstawicielstwo w innym kraju w Europie	0,00%	0,00%	6,50%	17,70%	27,50%	66,70%	0,00%	15,00%
Firma posiada przedstawicielstwo w innym kraju poza Europą	0,00%	0,00%	1,60%	10,40%	20,00%	33,30%	5,90%	9,00%
Firma prowadzi działalność eksportową	12,00%	0,00%	1,60%	6,30%	15,00%	0,00%	5,90%	6,40%
Firma uczestniczy w międzynarodowych targach i wystawach	4,00%	0,00%	3,20%	4,20%	12,50%	8,30%	11,80%	5,60%
Firma współpracuje z zagranicznymi firmami	40,00%	7,10%	29,00%	33,30%	37,50%	33,30%	29,40%	32,00%
Firma jest członkiem międzynarodowego klastra	0,00%	0,00%	0,00%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
Firma jest członkiem międzynarodowej sieci współpracy	8,00%	7,10%	6,50%	5,20%	15,00%	8,30%	5,90%	7,50%
Firma jest partnerem w projekcie międzynarodowym	12,00%	7,10%	4,80%	4,20%	7,50%	0,00%	0,00%	5,30%
Nie prowadzimy działalności poza krajem	52,00%	71,40%	58,10%	39,60%	35,00%	8,30%	47,10%	45,10%
Nie wiem/ trudno powiedzieć	4,00%	14,30%	1,60%	7,30%	5,00%	8,30%	11,80%	6,00%

Źródło: badanie CATI [n=266]

Tabela 21. Deklarowany udział firm w poszczególnych rynkach geograficznych

Rynek:	Mniej niż 10%	11-20%	21%-30%	31%-40%	41%-50%	51%-60%	61%-70%	71%-80%	81%-90%	91%-100%	nie wiem
Rynek lokalny (gminy z terenu naszego powiatu)	68,0%	12,0%	0%	0%	4,0%	0%	0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%
Rynek regionalny (powiaty z terenu województwa)	76,5%	5,9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	17,6%
Rynek krajowy (więcej niż jedno województwo)	33,5%	3,7%	3,7%	0,6%	2,5%	0%	0%	0,6%	1,9%	5,6%	47,8%
Rynek europejski- państwa członkowie UE	33,3%	8,3%	4,2%	0%	4,2%	0%	0%	4,2%	0%	12,5%	33,3%
Rynek europejski- państwa nie będące członkami UE w tym Rosja	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50,0%	0%	50,0%
Rynek światowy (kraje spoza Europy)	33,3%	9,5%	4,8%	0%	0,0%	0%	0%	4,8%	4,8%	4,8%	38,1%
<i>Ogółem</i>	<i>39,6%</i>	<i>5,6%</i>	<i>3,2%</i>	<i>0,4%</i>	<i>2,4%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>1,6%</i>	<i>2,4%</i>	<i>5,6%</i>	<i>39,2%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

Respondenci badania poproszeni zostali również o oszacowanie udziału firmy w ich głównym rynku działalności. Dane zestawione w Tab. 21 pokazują, że wśród firm mających swoją siedzibę na terenie województwa mazowieckiego znajdują się też takie, które według własnych deklaracji opanowały znaczącą część, zapewne niszowych, rynków międzynarodowych (w tym nawet światowych) dla swoich produktów i usług. Pozycja monopolisty na rynku działania firmy stanowi o jej sile.

Główną spodziewaną korzyścią z tytułu podejmowania przez firmy działalności w wymiarze międzynarodowym jest wzrost sprzedaży lub uzyskanie dostępu do rynku. Taką deklarację złożyło ponad 2/3 badanych firm (Tab. 22). Z kolei dla blisko 30% ankietowanych spodziewanym rezultatem jest dostęp do wiedzy i technologii.

Tabela 22. Oczekiwane rezultaty działalności firmy w wymiarze międzynarodowym

Wyszczególnienie	Liczba firm	% firm
Wzrost sprzedaży/dostęp do rynku	89	68%
Dostęp do wiedzy i technologii	38	29%
Obniżenie kosztów przedsiębiorstwa	9	7%
Inne	4	3%
Nie wiem	13	10%

Źródło: badanie CATI [n=130]

Do interesujących wniosków prowadzi analiza danych przedstawionych w Tab. 23 i 24. Wyraźnie dostrzegalna jest **cezura czasowa, która istotnie zwiększa skłonność firm do działania w wymiarze międzynarodowym**. I tak, **dla podjęcia działalności na rynkach państw członkowskich UE taką cezurę czasową stanowi okres 3 - 6 lat, natomiast dla podjęcia działalności na rynkach państw nie będących członkami UE i na rynkach globalnych – 7 - 10 lat**. Firmy reprezentujące sektory wiedzy, które uczestniczyły w badaniu, istotnie zwiększały swoją aktywność na tych rynkach po przekroczeniu wskazanych okresów prowadzenia działalności. Ta konkluzja może stanowić ważną przesłankę dla ukierunkowanego wsparcia, bowiem firmy w tym wieku osiągają już taki poziom dojrzałości rynkowej, który pozwala im wybrać opcję międzynarodowego rozwoju.

Tabela 23. Rynki geograficzne działania firmy według wieku firmy

Branża	Rynek lokalny (gminy z terenu naszego powiatu)	Rynek regionalny (powiaty z terenu województwa)	Rynek krajowy (więcej niż jedno województwo)	Rynek europejski - państwa członkowie UE	Rynek europejski - państwa nie będące członkami UE, w tym Rosja	Rynek światowy (kraje spoza Europy)	Nie wiem
Krócej niż 3 lata	16,7%	41,7%	75,0%	8,3%	0%	8,3%	0%
3 - 6 lat	33,3%	39,2%	68,6%	29,4%	3,9%	7,8%	0%
7 - 10 lat	28,3%	30,0%	70,0%	30,0%	11,7%	21,7%	0%
Dłużej niż 10 lat	38,5%	37,7%	71,5%	33,1%	13,8%	25,4%	0,8%
Nie wiem	69,2%	76,9%	92,3%	23,1%	0%	7,7%	0%
<i>Ogółem</i>	<i>35,7%</i>	<i>38,3%</i>	<i>71,8%</i>	<i>30,1%</i>	<i>10,2%</i>	<i>19,5%</i>	<i>0,4%</i>

Tabela 24. Główne rynki geograficzne działania firmy według wieku firmy

Branża	Rynek lokalny (gminy z terenu naszego powiatu)	Rynek regionalny (powiaty z terenu województwa)	Rynek krajowy (więcej niż jedno województwo)	Rynek europejski - państwa członkowie UE	Rynek europejski - państwa nie będące członkami UE, w tym Rosja	Rynek światowy (kraje spoza Europy)	Nie wiem
Krócej niż 3 lata	0%	16,7%	66,7%	0%	0%	8,3%	8,3%
3 - 6 lat	7,8%	11,8%	60,8%	9,8%	0%	2,0%	7,8%
7 - 10 lat	8,3%	5,0%	61,7%	10,0%	0%	11,7%	3,3%
Dłużej niż 10 lat	11,6%	3,9%	59,7%	10,1%	1,6%	8,5%	4,7%
Nie wiem	7,7%	7,7%	61,5%	0%	0%	7,7%	15,4%
<i>Ogółem</i>	<i>9,4%</i>	<i>6,4%</i>	<i>60,8%</i>	<i>9,1%</i>	<i>0,8%</i>	<i>7,9%</i>	<i>5,7%</i>

Jak pokazuje Tab. 25, **firmy zaangażowane już obecnie w działalność międzynarodową planują wzmocnienie swojej aktywności** (54%), choć rzadko planuje się, by nastąpiło ono w rezultacie silnej ekspansji. Jedynie 2% respondentów można uznać za rozczarowanych z prowadzonej działalności międzynarodowej i planuje jej zakończenie.

Tabela 25. Plany w zakresie aktualnie prowadzonej międzynarodowej działalności firmy

Wyszczególnienie	Liczba firm	% firm
Planujemy działalność na obecnym poziomie	40	31%
Planujemy wzmocnić swoją aktywność	70	54%
Planujemy silną ekspansję	3	2%
Planujemy zakończenie działalności międzynarodowej	2	2%
Nie wiem/trudno powiedzieć	15	12%

Źródło: badanie CATI [n=130]

Plany wzmocnienia aktywności międzynarodowej najczęściej formułowali przedstawiciele branży usług badania rynku (83%), a silną ekspansję jedynie jeden respondent wywodzący się z branży usług informatycznych i telekomunikacyjnych (5%). Także jeden przedstawiciel branży usług/ pośrednictwa finansowego wskazał na plany zakończenia działalności międzynarodowej.

Tabela 26. Plany w zakresie aktualnie prowadzonej międzynarodowej działalności firmy według branży

Branża	Planujemy działalność na obecnym poziomie	Planujemy wzmocnić swoją aktywność	Planujemy silną ekspansję	Planujemy zakończenie działalności międzynarodowej	Nie wiem/ trudno powiedzieć
reklamowa	29%	53%	0%	0%	18%
usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	40%	50%	5%	0%	5%
usługi/pośrednictwo finansowe	18%	55%	0%	9%	18%
usługi prawne	43%	36%	0%	0%	21%
usługi konsultingowe	35%	59%	0%	0%	6%
usługi badania rynku	17%	83%	0%	0%	0%
sektor badawczo-rozwojowy	14%	57%	0%	0%	29%
inna	26%	60%	5%	2%	7%
<i>Ogółem</i>	<i>31%</i>	<i>54%</i>	<i>2%</i>	<i>2%</i>	<i>12%</i>

Źródło: badanie CATI [n=130]

Wśród planowanych kierunków działalności międzynarodowej respondenci najczęściej wymieniali inne kraje UE (73%), inne kraje nie będące członkami UE (34%), ale także bardziej egzotyczne kierunki, takie jak Ameryka Północna (18%), Azja (15%), Afryka (14%), Bliski Wschód (14%), Amerykę Południową (12%), a nawet Australię i Oceanię (8%).

Tabela 27. Planowane kierunki działalności międzynarodowej

Wyszczególnienie	Liczba firm	% firm
Inne kraje UE	106	73%
Inne kraje nie będące członkami UE	49	34%
Kraje Ameryki Północnej	26	18%
Kraje Ameryki Południowej	18	12%
Kraje Azji	22	15%
Kraje Afryki	21	14%
Bliski Wschód i Azja	20	14%
Australia i Ocenia	11	8%
Nie wiem	15	10%

Źródło: badanie CATI [n=145]

Niezależnie od branży działalności, planowanym krajem ekspansji były kraje europejskie.

Jeśli chodzi o pozostałe destynacje, to da się zauważyć pewne zróżnicowania branżowe. I tak, **kraje Ameryki Północnej są preferowanym (poza Europą) miejscem ekspansji dla firm z branży usług ICT i sektora badawczo-rozwojowego, kraje Afryki - dla firm z branży usług badania rynku i usług konsultingowych, natomiast kraje Azji - dla firm z branży usług prawnych.**

Tabela 28. Planowane kierunki działalności międzynarodowej według branży

Branża	Inne kraje UE	Inne kraje nie będące członkami UE	Kraje Ameryki Płn.	Kraje Ameryki Płd.	Kraje Azji	Kraje Afryki	Bliski Wschód i Azja	Australia i Ocenia	Nie wiem
reklamowa	67%	29%	10%	5%	5%	10%	10%	5%	14%
usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	74%	22%	22%	11%	7%	11%	15%	4%	7%
usługi/pośrednictwo finansowe	91%	27%	9%	9%	9%	0%	0%	0%	0%
usługi prawne	64%	36%	18%	9%	27%	9%	0%	0%	27%
usługi konsultingowe	91%	33%	19%	14%	14%	24%	14%	10%	0%
usługi badania rynku	100%	57%	14%	14%	14%	29%	14%	14%	0%
sektor badawczo-rozwojowy	67%	33%	44%	22%	22%	11%	22%	11%	22%
inna	64%	39%	14%	14%	21%	18%	18%	11%	14%
<i>Ogółem</i>	<i>73%</i>	<i>34%</i>	<i>18%</i>	<i>12%</i>	<i>15%</i>	<i>15%</i>	<i>14%</i>	<i>8%</i>	<i>10%</i>

Źródło: badanie CATI [n=145]

Spośród firm nie prowadzących aktywności w wymiarze międzynarodowym, co czwarta planuje taką aktywność podjąć (Rys. 9).

Rysunek 9. Plany w zakresie umiędzynarodowienia działalności firmy



Źródło: badanie CATI [n=136]

Plany w zakresie podjęcia współpracy zagranicznej częściej formułują firmy najmłodsze, funkcjonujące na rynku krócej niż 3 lata (43%) oraz firmy najstarsze o ponad dziesięcioletnim stażu rynkowym (25%).

Tabela 29. Plany podjęcia działalności poza krajem według wieku firmy

Okres funkcjonowania na rynku	Tak		Nie	
	Liczba firm	% firm	Liczba firm	% firm
Krócej niż 3 lata	3	43%	4	57%
3 - 6 lat	7	21%	26	79%
7 - 10 lat	5	16%	26	84%
Dłużej niż 10 lat	14	25%	43	75%
Nie wiem	3	38%	5	63%
<i>Ogółem</i>	<i>32</i>	<i>24%</i>	<i>104</i>	<i>77%</i>

Źródło: badanie CATI [n=136]

Podobnie, jak w przypadku firm już prowadzących działalność międzynarodową, firmy nie wychodzące obecnie poza rynek krajowy deklarują najczęściej kraje europejskie jako kraj destynacji ekspansji. Firmy w wieku 3 – 6 lat są bardziej skłonne poszukiwać nowych możliwości w krajach Afryki i na Bliskim Wschodzie, a firmy starsze wiekiem – w krajach Ameryki Północnej (Tab. 30).

Tabela 30. Kierunki planowanej ekspansji zagranicznej według wieku firmy

Branża	Inne kraje UE	Inne kraje nie będące członkami UE	Kraje Ameryki Półn.	Kraje Ameryki Płd.	Kraje Azji	Kraje Afryki	Bliski Wschód i Azja	Australia i Ocenia	Nie wiem
Krócej niż 3 lata	100%	43%	0%	14%	0%	0%	0%	0%	0%
3 - 6 lat	62%	24%	14%	10%	14%	19%	19%	5%	24%
7 - 10 lat	79%	35%	24%	10%	14%	7%	10%	7%	7%
Dłużej niż 10 lat	73%	36%	20%	15%	17%	19%	16%	10%	9%
Nie wiem	57%	29%	0%	0%	14%	0%	0%	0%	14%
<i>Ogółem</i>	<i>73%</i>	<i>34%</i>	<i>18%</i>	<i>12%</i>	<i>15%</i>	<i>15%</i>	<i>14%</i>	<i>8%</i>	<i>10%</i>

Źródło: badanie CATI [n=136]

3.5. Aktywność projektowa z wykorzystaniem środków publicznych

Analiza sektora wiedzy z punktu widzenia spełnienia kryteriów Smart Specialization zachowuje bezpośredni związek z oceną stopnia gotowości przedsiębiorstw i instytucji do realizacji działań finansowanych z środków publicznych. W ramach niniejszego obszaru badawczego uzyskana zatem została odpowiedź na pytanie: W jakim zakresie sektor wiedzy w województwie mazowieckim rozwijał się z wykorzystaniem środków publicznych (głównie z Funduszy Strukturalnych). Dodatkowo uzyskano informacje w zakresie perspektyw dalszego rozwoju sektora.

W trakcie realizacji tego obszaru badawczego analizie poddane zostały następujące zakresy:

1. Aktywność sektora wiedzy w Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Mazowieckiego
2. Aktywność sektora wiedzy w projektach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki
3. Aktywność sektora wiedzy w projektach finansowanych z innych źródeł (np. NCBiR, PARP)

Fundusze strukturalne dostępne dla sektora wiedzy w latach 2007 – 2013 stanowią ważne źródło finansowania tych przedsiębiorstw. Kluczowymi źródłami finansowania aktywności podmiotów jest Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego oraz komponent regionalny Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Aktywność sektora wiedzy w Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Mazowieckiego

Według stanu na dzień 26.02.2013 poziom wykorzystania alokacji w RPO WM wynosił 83,39%. W ramach RPO podpisanych zostało 1590 umów na dofinansowanie projektów, o całkowitej wartości 10 709 844 758 PLN (2 550 691 807 EUR). Wartość dofinansowania w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego wynosi 6 220 438 111 PLN (1 481 479 973 EUR). Wartość środków przekazanych Beneficjentom w ramach zawartych umów na podstawie rozliczonych wniosków o płatność wynosi 4 230 680 569 PLN.

Poza działaniem 1.5, które jest bezpośrednio skierowane do przedsiębiorstw i z którego mogą oni finansować przede wszystkim działalność inwestycyjną, W ramach RPO wyodrębniono jeszcze następujące działania, które mogą się cieszyć zainteresowaniem firm z sektora wiedzy.

Tabela 31. Możliwości finansowania firm w wybranych działaniach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007 – 2013

Numer działania	Krótką charakterystyka	Wartość przyznanego dofinansowania dla umów, których stroną jest przedsiębiorstwo (według stanu na dzień 11.09.2012r.)
Działanie 1.2.	Transfer innowacji do gospodarki poprzez wspieranie inwestycji w badania i przedsięwzięcia rozwojowe.	9 322 363
Działanie 1.7.	Dofinansowanie na: uczestnictwo przedsiębiorców w targach, imprezach targowo - wystawienniczych w charakterze wystawcy, udział w branżowych misjach gospodarczych mających na celu wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych.	6 506 952
Działanie 1.8.	zapobieganie powstawaniu i redukcja zanieczyszczeń różnych komponentów środowiska poprzez dostosowywanie się przedsiębiorstw do wymogów BAT.	24 193 709
Działanie 2.3.	rozwój społeczeństwa informacyjnego poprzez rozwój technik informacyjnych i telekomunikacyjnych w MSP	42 318 551

Źródło: obliczenia własne na podstawie informacji udostępnionych przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Funduszy Unijnych.

Aktywność sektora wiedzy w komponencie regionalnym Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki

Według stanu na dzień 26.02.2013 podpisanych zostało 4027 umów na dofinansowanie projektów o całkowitej wartości 2 438 964 782 PLN (585 613 903 EURO), co stanowi 82% planowanej alokacji. Wartość zatwierdzonych wniosków o płatność wyniosła: 1 540 500 069 PLN (369 885 725 EURO), co stanowi 52% alokacji. Natomiast łączna wartość środków przekazanych w ramach zaliczki wyniosła 1 857 397 717 PLN (445 975 249 EURO) co stanowi 62% alokacji.

Jednym z wymiernych efektów integracji Polski z UE było umożliwienie dostępu do szerokiej gamy środków pomocowych w ramach funduszy strukturalnych UE. Część z tych środków jest wdrażana na poziomie regionalnym i umożliwia wspieranie bardzo szerokiego zakresu aktywności przedsiębiorstw. Truizmem jest zatem stwierdzenie, że oferta środków pochodzących z funduszy strukturalnych UE tworzy interesujące możliwości wspierania realizacji projektów ukierunkowanych na podnoszenie innowacyjności wspieranych podmiotów.

Podmioty sektora wiedzy uczestniczą w tych możliwościach wielu formułach, takich jak bezpośredni wnioskodawca, jako partner lub jako podmiot wspierający proces aplikowania. Warto także przypomnieć, że ze względu na specyfikę funkcjonowania tego sektora bardzo często nie jest on bezpośrednim beneficjentem wsparcia. Wsparcie w ramach funduszy strukturalnych jest w większości ukierunkowane na wspieranie sektora produkcji pozwalając sfinansować nowe inwestycje, aktywność eksportową, czy optymalizację zużycia surowców.

Badane podmioty sektora wiedzy wskazują, że raczej nie uczestniczą one w projektach finansowanych ze środków publicznych (62% odpowiedzi), natomiast te podmioty, które zadeklarowały uczestnictwo

w projektach najczęściej występowały w nich jako wnioskodawca (18%), rzadziej jako partner (9%). Niewielkie zaangażowanie tego sektora w realizację projektów finansowanych ze środków publicznych wydaje się wynikać z charakterystyki tego sektora, który najczęściej świadczy usługi doradcze dla innych podmiotów. Wynika zatem, że ewentualne wsparcie dla tej grupy podmiotów powinno być ukierunkowane raczej na zlecenie temu sektorowi prac badawczych lub doradczych finansowanych ze środków publicznych, niż tworzenie rozbudowanego systemu dotacji skierowanych do tych podmiotów.

Badane podmioty sektora wiedzy wskazują, że projekty najczęściej są dodatkową aktywnością przedsiębiorstwa (53%), rzadziej są głównym obszarem aktywności (23%) oraz źródłem innowacji w firmie (17%).

Respondenci, którzy uczestniczyli w realizacji projektów najczęściej korzystali z projektów finansowanych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (42% wskazań), programów wdrażanych przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (13%) oraz Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego (9%).

Niska aktywność badanych przedsiębiorstw w realizacji projektów finansowanych ze środków publicznych wynika z następujących czynników:

- Brak potrzeby (50% wskazań).
- Nadmierna biurokracja związana z realizacją projektów (16%).
- Brak możliwości ubiegania się o wsparcie oferowane w ramach programów (12%).
- Brak sukcesu w ramach podejmowanych prób (5%).
- Brak wiedzy o możliwości ubiegania się o wsparcie (5%).

Badanie podmiotów sektora wiedzy pod kątem ich aktywności w pozyskiwaniu środków publicznych lub realizacji projektów finansowanych ze środków publicznych nasuwa kilka ważnych wniosków. Przede wszystkim wyraźnie widać, że system dotacji dostępny w kolejnych latach członkostwa Polski w UE nie był skierowany na wsparcie tego sektora na Mazowszu. Jest to wyraźnie zauważalne jeżeli porówna się kwotę alokacji dostępnej dla wspierania inwestycji produkcyjnych w porównaniu do linii dotacyjnych, które zainteresowałyby sektor wiedzy. Jednakże z drugiej strony warto zwrócić uwagę, że specyfiką funkcjonowania tego sektora są najczęściej wysokie koszty osobowe związane z zatrudnianiem wykwalifikowanych pracowników, a tego typu wydatek w większości linii dotacyjnych nie stanowi kosztu podlegającego refundacji.

3.6. Potencjał współpracy z sektorem B+R

Założenia dotyczące definiowania Smart Specialization uwzględniają, jako jeden z kluczowych aspektów, związki przedstawicieli specjalizacji z instytucjami B+R, rozumiane w kontekście prowadzenia wspólnych badań naukowych. Pierwotnie kontekst ten stanowił główny warunek wyboru specjalizacji, obecnie stanowi element dzielący miejsce z założeniem o rozwoju w oparciu o przedsiębiorcze odkrywanie dziedzin, na których region buduje swoją przewagę komparatywną. Konsekwentnie badania naukowe prowadzone w ramach specjalizacji są warunkiem powodzenia rozwoju specjalizacji. Tym samym podejmując przedmiotowe badanie podjęto próbę zdefiniowania kierunków badań naukowych prowadzonych przez przedsiębiorstwa wspólnie z sektorem badawczym oraz perspektyw w tym względzie. Realizacja przedmiotowego obszaru badawczego pozwoliła na udzielenie odpowiedzi na pytanie kluczowe: Jaki jest potencjał współpracy przedsiębiorstw sektora wiedzy z sektorem B+R.

W trakcie realizacji tego obszaru badawczego analizie poddane zostały następujące zakresy:

1. Zakres dotychczasowej działalności badawczej przedstawicieli sektora wiedzy z sektorem B+R
2. Potencjał współpracy rozumiany jako przyszłe tematy badawcze realizowane wspólnie

Rozwój przedsiębiorstw sektora wiedzy wymaga wypracowania efektywnych i trwałych mechanizmów transferu wiedzy ze środowiska badawczego – rozwojowego do sektora przedsiębiorstw. Bowiem tylko takie mechanizmy pozwolą wypracować trwałą przewagę konkurencyjną.

Identyfikacja obszarów współpracy oraz możliwości transferu wiedzy

Współpraca pomiędzy sektorem B+R²⁰ oraz sektorem przedsiębiorstw ma na celu transfer wiedzy i technologii. Można wyróżnić bardzo wiele form tej współpracy:

- Patronat i sponsoring edukacyjny, obiektu lub sprzętu – polega na udzielaniu patronatu lub sponsorowaniu przez firmy różnego rodzaju wydarzeń na uczelni w celach wizerunkowych. Cele pośrednie dotyczą pozyskania dobrej opinii wśród studentów jako przyszłych pracowników i pracowników naukowych jako potencjalnych współpracowników. Sponsoring może także dotyczyć budowy laboratorium, wyposażenia sali w sprzęt komputerowy, dostarczenia licencji na oprogramowanie itp.;
- Wymiana usług na podstawie umowy lub bez niej – obejmuje zatrudnianie naukowców w firmie w celu realizacji określonych projektów;

²⁰ Na podstawie: Innowacyjność przedsiębiorstw na Mazowszu oraz współpraca ze szkołami wyższymi, Raport z badania realizowanego w ramach projektu Akademickie Mazowsze 2030.

- Usługi na zlecenie – sektor biznesowy zleca ośrodkowi naukowemu wykonanie określonego zadania prowadzącego do praktycznych rezultatów, np. stworzenie prototypu urządzenia, dokonanie pomiarów testowych, wykonanie badań potrzeb dotyczących określonego produktu lub usługi;
- Jednorazowe wspólne przedsięwzięcie – dotyczy dużych projektów realizowanych wspólnie przez joint venture złożone z przedsiębiorstwa i ośrodka naukowego. Może to dotyczyć takich przedsięwzięć jak zbudowanie ośrodka badawczego, zaprojektowanie nowego produktu, zaprojektowanie, wdrożenie i eksploatacja innowacyjnej linii technologicznej itp.;
- Spółka biznesu i uczelni – obejmuje stałą, zinstytucjonalizowaną współpracę między przedsiębiorstwem a uczelnią;
- Udostępnianie wyników badań, wyposażenia lub laboratoriów – dotyczy odpłatnego (lub nieodpłatnego) użyczania firmom różnego rodzaju zasobów uczelni;
- Współpraca między sektorem gospodarki a spółkami spin-off – dotyczy współpracy przedsiębiorstw ze spółkami tworzonymi przez pracowników jednostek naukowo-badawczych;
- Działalność informacyjna i upowszechnianie efektów – dotyczy przede wszystkim budowania zdolności fundraisingowej. Obejmuje popularyzowanie wyników badań prowadzonych na uczelni, dostarczanie informacji na temat zakresu prowadzonych badań naukowych oraz na temat realizowanych kierunków kształcenia i programów dydaktycznych;
- Współpraca polegająca na usługach promocyjnych – uczelnie wykorzystują w dydaktyce narzędzia wypracowane przez firmy (np. oprogramowanie komputerowe), a te w zamian wyposażają uczelnie w niezbędny sprzęt i uzyskują lepiej przygotowanych absolwentów;
- Prowadzenie prac magisterskich i doktorskich w określonych firmach;
- Udział przedstawicieli biznesu w procesach dydaktycznych;
- Stypendia ufundowane przez biznes dla pracowników nauki;
- Zatrudnianie pracowników nauki w biznesie;
- Praktyki pracowników naukowych w przedsiębiorstwach;
- Praktyki i staże dla studentów organizowane w przedsiębiorstwach;
- Tworzenie przedsiębiorstw przez przedstawicieli nauki;
- Wspólne publikacje, konferencje, seminaria i targi;
- Studia podyplomowe i szkolenia realizowane przez uczelnie specjalnie dla przedstawicieli biznesu;
- Członkostwo w stowarzyszeniach branżowych i izbach gospodarczych przedstawicieli nauki;
- Nieformalne kontakty naukowców z praktykami, które przynoszą wymianę doświadczeń.

Dotychczasowe wyniki badań wskazują, że najpopularniejszą formą współpracy przedsiębiorców z sektorem nauki są praktyki studenckie i staże oraz doradztwo lub ekspertyza wykonywana przez placówkę naukową. Również stosunkowo często można spotkać się z organizowaniem wspólnych konferencji, sympozjów, sprzedażą przedsiębiorstwom usług badawczo-rozwojowych dotyczących bieżących problemów firmy, dofinansowywaniem lub sponsoringiem projektów badawczych oraz

bezpośrednim udziałem firm w procesach dydaktycznych. Warto w tym kontekście zwrócić uwagę, że prowadzenie obopólnie korzystnych badań, których rezultatem byłyby praktyczne zastosowania, jest ciągle dość rzadko spotykane. Dotychczasowa współpraca przybiera zatem postać raczej dorywczych prac niż systematycznych projektów badawczych. Kooperacja różnicuje się także w zależności od oferty uczelni.

Pracodawcy najczęściej zainteresowani są nowymi technologiami, natomiast znacznie rzadziej poszukują nowych rozwiązań organizacyjnych, doradztwa w zakresie funkcjonowania firmy, badań społecznych i marketingowych, czy szkoleń. Częstość współpracy – zarówno formalnej, jak i nieformalnej – wzrasta wraz z wielkością przedsiębiorstw. Im większa jest firma, tym większe prawdopodobieństwo, że będzie współpracować z co najmniej jedną placówką naukową.

Badania przeprowadzone w 2008 r. wśród najszybciej rozwijających się innowacyjnych przedsiębiorstw wg rankingu Deloitte Fast 50, największych pod względem przychodów i wartości majątku firm wg Listy 500 „Rzeczpospolitej” i najwyżej stojących uczelni w rankingu „Wprost” wykazały, że współpraca między sektorem nauki i biznesu miała miejsce w ok. 57% badanych polskich ośrodków naukowych i 41% ankietowanych przedsiębiorstw²¹. Biorąc pod uwagę fakt, że w próbie badawczej znalazła się zarówno czołówka szkół wyższych (a na dodatek z dużą reprezentacją uczelni technicznych, ekonomicznych i medycznych, których działalność naukowa ma duże możliwości komercjalizacji), jak i najlepiej rozwijających się firm, to ten odsetek wcale nie musi być traktowany jako nadzwyczaj wysoki (w badaniach międzynarodowych odsetek ten dla firm i ośrodków naukowych wynosi ok. 75-80%). Najczęściej kontakty biznesu ograniczają się do jednej instytucji naukowej, a placówki naukowe kierują swoje propozycje do ograniczonej grupy przedsiębiorstw (często największych). Badania wykazują też, że obustronne zainteresowanie współpracą rośnie.

Tabela 32. Czynniki ograniczające współpracę

Bariera natury komunikacyjnej	Przedsiębiorcy bardzo często zwracają uwagę, że właściwie nie znają oferty badawczo-rozwojowej placówek naukowych, a także napotykają trudności w uzyskaniu wyczerpującej informacji na temat potencjału badawczego uczelni. Barierą jest także niewysoka świadomość przedsiębiorców na temat korzyści, jakie mogą osiągnąć poprzez współpracę ze środowiskiem naukowym.
Różnice oczekiwań i wzajemne uprzedzenia	Przedsiębiorcy przede wszystkim krytykują nieznamość biznesu przez pracowników naukowych, wytykają nieterminowość, brak praktyczności i konkretności ofert, a także niereformowalność, zachowawczość i pasywną postawę w stosunku do firm. Według przedsiębiorców środowiska naukowe traktują ich instrumentalnie i przedmiotowo. Najczęściej kierowane do nich oferty zakładają, że będą źródłem finansowania albo ze względu na wymogi biurokratyczne jedynie elementem występującym we współpracy formalnie. Oznacza to, że środowiska naukowe często nie postrzegają firm jako równorzędnych partnerów w realizacji wspólnych projektów, co wywołuje wśród przedsiębiorców demotywujące poczucie niedoceny.

²¹ Na podstawie: Innowacyjność przedsiębiorstw na Mazowszu oraz współpraca ze szkołami wyższymi, Raport z badania realizowanego w ramach projektu Akademickie Mazowsze 2030.

Bariery finansowe	Wśród tych czynników należy wymienić wysokie koszty prac badawczo-rozwojowych, technologii oraz wdrożeń, ograniczone środki własne firm i uczelni, trudności w pozyskaniu zewnętrznego finansowania, wysokie ryzyko związane z inwestowaniem w nowe technologie związane częściowo z ograniczonym popytem na nowe produkty. Bariery dla przedsiębiorców przy podejmowaniu decyzji był także brak w ofertach współpracy wymienionych korzyści oraz dokładnych informacji o produkcie końcowym. Biznes obawia się także, że niewielkie doświadczenie pracowników naukowych we współpracy z gospodarką może pociągnąć za sobą dotkliwe skutki finansowe związane z nieterminowym wywiązywaniem się z umów, rozminięciem się z oczekiwaniami zleceniodawcy albo porażką prac nad komercjalizacją wyników badań. Współpraca obu środowisk jest obciążona w związku z tym znacznym ryzykiem finansowym. Ponadto dla znacznej liczby prac badawczych jest bardzo trudno oszacować koszty i zyski.
Bariery organizacyjne	Ciągle uczelnie nie posiadają wypracowanych standardów podziału korzyści ze sprzedaży praw własności intelektualnej, a także ciągle brakuje zinstytucjonalizowanych form współpracy. Współpraca szkół wyższych z biznesem opiera się przede wszystkim na zaangażowaniu poszczególnych naukowców, którzy nierzadko są pozbawieni jakiegokolwiek wsparcia ze strony uczelni.
Bariery kulturowe	Środowiska biznesowe i naukowe charakteryzują się zupełnie inną kulturą organizacyjną – dla pierwszych wartością dominującą działalność jest zysk, a dla drugich rozwój nauki.

Źródło: Innowacyjność przedsiębiorstw na Mazowszu oraz współpraca ze szkołami wyższymi, Raport z badania realizowanego w ramach projektu Akademickie Mazowsze 2030.

Tabela 33. Czynniki sprzyjające współpracy

Elementarne zasady kooperacji	W tym sensie zarówno środowiska naukowe, jak i biznesowe zaznaczają, że współpracy pomaga otwartość i zaangażowanie obu stron, osobista uczciwość i dotrzymywanie zobowiązań, przełamanie wzajemnej nieufności, praktyczność podejścia, konkretność, terminowość, sprecyzowanie wzajemnych oczekiwań na początku współpracy, optymizm (entuzjazm, pozytywne nastawienie, przekonanie o sukcesie przedsięwzięcia) oraz opracowywanie projektów, w których obie strony odnoszą korzyści
Aktywność edukacyjna uczelni	Często podkreśla się, że środowiska biznesowe nie wchodzą we współpracę z nauką, bo nie wiedzą, czego taka kooperacja mogłaby dotyczyć i w jakiej formie przebiegać. Ważną kwestią jest propagowanie przykładów sukcesów polskich przedsiębiorstw, które zostały osiągnięte dzięki nauce. Według przedsiębiorców istotnym wsparciem byłoby też utworzenie sieci współpracy oraz organizowanie regularnych spotkań branżowych.

Działania uczelni ukierunkowane za zachęcanie jej pracowników do nawiązywania współpracy	Wśród pozostałych działań stojących po stronie uczelni, które sprzyjają współpracy z biznesem, wymienia się m.in.: • wprowadzenie systemu motywowania pracowników do podejmowania projektów badawczo-rozwojowych, które zarówno posiadają potencjał rozwojowy dla naukowców, jak i zapewniają wzrost instytucjonalny; • śledzenie, analizowanie i wdrażanie światowych trendów w działalności badawczo-rozwojowej; • promowanie projektów, które zakładają komercjalizację rezultatów; • przeznaczanie funduszy i zasobów na wspieranie własnych pracowników naukowych; • określanie jasnych zasad podziału korzyści z projektów realizowanych pod auspicjami uczelni; • aktywne wspieranie tworzenia uczelnianych zespołów badawczych (także interdyscyplinarnych); • analizowanie potrzeb przedsiębiorców w kontekście prac badawczo-rozwojowych; • ustalanie przejrzystych, formalnych reguł dotyczących własności intelektualnej komercjalizowanych wyników badań; • ustalanie przejrzystych, formalnych reguł dotyczących współpracy między uczelnią a firmami.
Działania podejmowane przez przedsiębiorstwa	Sukces współpracy zależy także od działań podejmowanych przez przedsiębiorców. Efektywnej współpracy sprzyjają m.in.: • rozpoznawanie i badanie potencjału określonego środowiska naukowego; • określenie bez uprzedzeń korzyści płynących ze współpracy ze środowiskiem naukowym i komercjalizacji rezultatów prac B+R; • ustalanie przejrzystych, formalnych reguł dotyczących własności intelektualnej komercjalizowanych wyników badań; • ustalanie przejrzystych, formalnych reguł dotyczących współpracy ze szkołami wyższymi.
Działania władzy publicznej stymulujące tę współpracę	Można wśród nich wymienić m.in.: • powiązanie polityki naukowej z programem rozwoju gospodarki; • wzrost nakładów na naukę; • zmianę polityki finansowania badań; • określanie priorytetowych kierunków badań; • rozwój infrastruktury naukowej; • nowe instrumenty i narzędzia finansowania badań i transferu technologii oraz stymulowania współpracy uczelni z gospodarką; • rozwój nowych form współpracy uczelni z gospodarką; • rozwój instytucji wpierających (pośredniczących) transfer technologii z uczelni do biznesu; • nowe instrumenty finansowania wdrożeń (venture capital, seed capital, kredyty); • wspieranie mobilności naukowców i studentów oraz rozwój współpracy międzynarodowej; • nowe standardy oceny uczelni (oceny zewnętrzne, rankingi, nowe kryteria – wyniki wdrożeń, liczba patentów).

Rozwój instytucji pośredniczących w transferze wiedzy	Kolejnym czynnikiem sprzyjającym współpracy obu środowisk jest rozwój instytucji pośredniczących oraz wspierających innowacyjność i przedsiębiorczość, takich jak: • Centra transferu technologii; • Inkubatory przedsiębiorczości; • Akademickie inkubatory przedsiębiorczości; • Inkubatory technologiczne; • Parki technologiczne; • Parki naukowe; • Parki przemysłowe; • Ośrodki szkoleniowo-doradcze.
---	---

Źródło: Innowacyjność przedsiębiorstw na Mazowszu oraz współpraca ze szkołami wyższymi, Raport z badania realizowanego w ramach projektu Akademickie Mazowsze 2030.

Współpraca sektora wiedzy z sektorem B+R może mieć wiele wymiarów i form. Niewątpliwie wydaje się być ważnym czynnikiem, który przyczyni się do dalszego rozwoju tego sektora na obszarze Mazowsza oraz powoli na wprowadzenie bardziej wyrafinowanych produktów do oferty. Specyfiką sektora wiedzy jest także jego miejsce w systemie gospodarczym. Otóż bardzo często firmy sektora wiedzy stają się swoistym pośrednikiem między „hermetycznym” obszarem B+R, a sektorem gospodarki w regionie. To właśnie umiejętności i wiedza tego sektora często pozwalają zainicjować efektywny transfer wiedzy pomiędzy sektorem B+R a resztą gospodarki. Sektor wiedzy dzięki swojej elastyczności pozwala zminimalizować bariery współpracy.

Zebrane w trakcie badań terenowych opinie poszczególnych przedsiębiorstw sektora wiedzy nie są jednakże jednoznaczne. Większość podmiotów (51%) wskazuje, że nigdy nie współpracowało z jednostkami naukowymi. W latach 2012 – 2013 współpracę wskazało 27% podmiotów, podobnie jak w latach 2009 – 2011. Tylko 17% podmiotów zadeklarowało współpracę ze sferą B+R przed 2009 rokiem. Współpracę nawiązywano najczęściej z²²:

- uczelnią (76% wskazań),
- instytutem badawczo – rozwojowym (29%),
- instytutem PAN (9%).

Najbardziej popularnymi formami współpracy było²³:

- wspólne realizowanie projektów o charakterze badawczo-rozwojowym,
- zlecenie prac badawczo-rozwojowych bądź zakup ich wyników,
- skorzystanie z doradztwa pracowników naukowych zatrudnionych,
- skorzystanie z usługi świadczonej przez jednostkę naukową (np. wykonanie pomiarów, opracowanie dokumentacji technicznej etc, opracowanie urządzenia),
- staż/praca studentów/pracowników naukowych w przedsiębiorstwie,

²² Wskazania na podstawie wyników badania terenowego zrealizowanego w miesiącach kwiecień – maj 2013r. Kolejność według liczby wskazań.

²³ Wskazania na podstawie wyników badania terenowego zrealizowanego w miesiącach kwiecień – maj 2013r. Kolejność według liczby wskazań.



- uzyskanie opinii o innowacyjności,
- kształcenie i przeszkolenie personelu firmy.

3.7. Potencjał absorpcyjny firm sektora wiedzy w kontekście nowej perspektywy finansowej UE

Przedmiotowy obszar badawczy ma charakter konkluzyjny w stosunku do wcześniej zdefiniowanych obszarów. Opiera się o zgromadzone już treści i dane oraz o informacje dotyczące potencjalnych przedmiotów działań (projektów), które firmy i instytucje sektora wiedzy zakładają realizować w nowej perspektywie finansowej UE. Istotą badania w niniejszej części było zebranie danych, które pozwolą na udzielenie odpowiedzi na pytanie kluczowe: jaki jest potencjał absorpcyjny firm sektora wiedzy związany z oczekiwaniem na środki nowej perspektywy finansowej UE. Przyjęte zostały założenia, iż poprzez zastosowane narzędzie badawcze możliwe będzie określenie potencjalnego zagrożenia dla skali wydatkowania środków publicznych, przy założeniu wyboru sektora wiedzy na specjalizację województwa mazowieckiego.

W trakcie realizacji tego obszaru badawczego analizie poddane zostały następujące zakresy:

1. Przyszłe działania sektora wiedzy w zakresie realizacji projektów finansowanych z FS
2. Skala uzależnienia rozwoju sektora od wsparcia publicznego.

Na dzień przygotowania raportu z badań nie jest znany ostateczny kształt programów operacyjnych planowanych na lata 2014 – 2020. Według danych opublikowanych na stronie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego²⁴ w nadchodzącej perspektywie finansowej planuje się wdrożenie:

- 16 regionalnych programów operacyjnych opracowanych przez Zarządy Województw
- Programów dotyczących rozwoju obszarów wiejskich i obszarów morskich i rybackich opracowanych przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.
- Programów centralnych opracowanych przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego:
 - Środowisko, energetyka, transport.
 - Program dotyczący innowacyjności.
 - Rozwój kapitału ludzkiego.
 - Rozwoju cyfrowego.
 - Program dla Polski Wschodniej.
 - Programy współpracy terytorialnej.

Łączna kwota alokacji przewidziana do redystrybucji to 72,9 mld EUR. Wstępna analiza struktury programów operacyjnych wskazuje, że zostanie utrzymany ich dotychczasowy charakter a rozwiązania wypracowane w latach 2007 – 2013 będą aktualne. Interpretacja wyników badania w kontekście tego obszaru badawczego jest bardzo trudna zważywszy, że na dzień realizacji badania terenowego nie są

²⁴ Za: www.funduszeuropejskie.gov.pl (20.05.2013r).

znane informacje pozwalające respondentom badania zaplanować rozwój swojego podmiotu w oparciu o precyzyjną ofertę dotacyjną na lata 2014 – 2020. Wydaje się, że to przede wszystkim z tego powodu tak niejednoznacznie przedstawia się rozkład odpowiedzi na pytanie o planowanie realizacji projektów z funduszy europejskich w latach 2014 – 2020. Planujący korzystanie z funduszy przyszłej perspektywy finansowej stanowili 32%, z kolei podmioty niezainteresowane taką formą wsparcia to aż 36% badanych. W momencie realizacji badania nieco ponad 1/3 respondentów nie była w stanie udzielić odpowiedzi na to pytanie.

Grupa respondentów deklarująca chęć skorzystania z funduszy oferowanych w perspektywie finansowej 2014 – 2020, poproszona została o określenie o ewentualny zakres merytoryczny wsparcia, które byłoby dla nich najbardziej adekwatne.

Tabela 34. Zakres projektów planowanych do realizacji

Planowany zakres projektów	% odpowiedzi
Podnoszenie kompetencji pracowników	33%
Badania naukowe na poziomie kraju	23%
Nowe rozwiązania marketingowe	23%
Nowe rozwiązania w zakresie produktów	23%
Nowe rozwiązania w zakresie technologii	20%
Badania naukowe na poziomie międzynarodowym	14%
Nowe rozwiązania organizacyjne	12%
Rozwój sieci współpracy z instytucjami i firmami	7%

Źródło: badanie CATI [n=164]

Uwaga: respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Przedstawione w powyższej tabeli dane wyraźnie wskazują na znaczenie dalszego budowania potencjału ludzkiego w badanych przedsiębiorstwach. Ponad 1/3 wszystkich udzielonych odpowiedzi dotyczyła podnoszenia kompetencji pracowników. Wyniki te świadczyć mogą o dużej świadomości ankietowanych w kontekście rozwoju swoich podmiotów, ponieważ to kapitał ludzki stanowi o sile firmy. Równie istotne dla podnoszenia swoich przewag konkurencyjnych są działania związane z wykorzystywaniem wyników badań naukowych w biznesie. Chęć rozwoju poprzez badania naukowe na poziomie kraju stanowiło 23% udzielonych odpowiedzi. Ten sam odsetek dotyczył wdrażania nowych rozwiązań marketingowych i nowych rozwiązań w zakresie oferowanych produktów. Te dwa deklarowane zakresy wsparcia są elementami świadczącymi o innowacyjności przedsiębiorstwa. Dlatego też uzyskane wyniki należy odczytywać jako pozytywny prognostyk rozwoju podmiotów sektora wiedzy. Przedstawiony wniosek potwierdzają kolejne zakresy wsparcia wskazywane przez respondentów. Nowe rozwiązania w zakresie technologii stanowiły 20% udzielonych odpowiedzi. Realizacja projektów badawczych na poziomie międzynarodowym zainteresowanych jest 14% respondentów deklarujących chęć aplikowania o środki w perspektywie finansowej 2014-2020.

W ramach opisywanego obszaru badawczego przeprowadzono dodatkowo analizę, której celem było ustalenie skali uzależnienia rozwoju sektora od wsparcia publicznego. Respondenci wywiadów

telefonicznych poproszeni zostali o określenie znaczenia projektów finansowanych ze środków publicznych w funkcjonowanie ich podmiotów. Uzyskane wyniki przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 35. Rola projektów finansowanych ze środków publicznych w przyszłej działalności podmiotów

Rola projektów	% odpowiedzi
Projekty stanowić będą dodatkową aktywność firmy	69%
Projekty stanowić będą główną aktywność firmy	7%
Nie wiem	24%

Źródło: badanie CATI [n=90]

Zdecydowana większość udzielonych odpowiedzi wskazuje na raczej umiarkowaną rolę projektów w kontekście funkcjonowania podmiotów z sektora wiedzy. Blisko 2/3 respondentów, którzy są zainteresowani realizacją projektów w latach 2014-2020 określiło iż stanowić będą one dodatkową aktywność firmy. Na podstawie uzyskanych danych uprawnione jest wnioskowanie, że badane firmy radzą sobie na tyle dobrze na rynku, że zewnętrzne finansowanie ich działalności (w postaci projektów) jest traktowane przez nich jedynie jako dodatek. Z drugiej strony zaś dostępne dotychczas możliwości wpisania swoich potrzeb rozwojowych w konkretne działania projektowe, nie były skorelowane z profilami podmiotów reprezentujących inteligentne branże. Specyfika badanych instytucji, które często swoją działalność opierają na świadczeniu usług doradczych dla innych podmiotów, ograniczała im możliwość korzystania ze wszystkich dostępnych modeli wsparcia skierowanych do przedsiębiorstw. Potwierdzeniem może być również dość duży odsetek odpowiedzi (24%) świadczących o niemożności udzielenia odpowiedzi w momencie prowadzenia badania.

3.8. Diagnoza sektora wiedzy województwa mazowieckiego w kontekście innych regionów Polski

Rozwój ilościowy sektorów wiedzy w woj. mazowieckim zdecydowanie wyprzedza wszystkie pozostałe regiony Polski, o czym przekonują dane zamieszczone w Tab. 32 prezentujące liczbę podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w systemie REGON w poszczególnych działach PKD reprezentujących sektory wiedzy w latach 2009-2012. Województwo mazowieckie skupia od nieco powyżej 20% podmiotów zarejestrowanych w poszczególnych działach (61, 63, 64, 69) do nawet ponad 38% podmiotów w dziale 70.

I w przeciwieństwie do wielu innych województw, w których rozwój ilościowy uległ na przestrzeni lat 2009-2012 zahamowaniu lub nawet regresowi, w woj. mazowieckim notuje stały, stabilny wzrost.

Bardziej miarodajne, aniżeli prezentacja jedynie danych nominalnych, jest przedstawienie liczebności podmiotów w poszczególnych sektorach wiedzy w przeliczeniu na 10 tys. ludności. Walorem takiego sposobu prezentacji jest odzwierciedlenie wpływu czynników lokalizacyjnych na rozwój podmiotów na danym terytorium, a związanych przede wszystkim z cechami jego struktury społeczno-gospodarczej, takimi jak dostęp do zasobów pracy, zaplecze naukowe, rynek zbytu, infrastruktura techniczna. Rola czynników przyrodniczych, które mogą determinować lokalizację branż przemysłowych, w przypadku sektorów wiedzy wydaje się być marginalna.

Analizując poniżej zaprezentowane dane warto także uwzględnić terytorialne zróżnicowanie poszczególnych regionów kraju mające swój wyraz w wartościach produktu krajowego brutto na 1 mieszkańca i sprawdzić, na ile rozwój sektorów wiedzy powiązany jest z poziomem rozwoju społeczno-ekonomicznego poszczególnych regionów i powiela ich schemat rozwoju.

Według danych GUS²⁵, jedynie cztery województwa w Polsce osiągnęły w 2010 r. wartość PKB per capita przewyższającą średnią ogólnopolską (37 096 zł). Były to: mazowieckie (162,7% średniej ogólnopolskiej), dolnośląskie (112,5%), śląskie (107%) i wielkopolskie (104,1%). Nieznacznie poniżej średniej ogólnokrajowej plasowało się ponadto województwo pomorskie (96%). Najniższy poziom PKB na 1 mieszkańca cechował natomiast województwa zaliczane do tzw. „ściany wschodniej”: podkarpackie, lubelskie, podlaskie, warmińsko-mazurskie, świętokrzyskie oraz dodatkowo województwo opolskie.

Liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w woj. mazowieckim w dziale 61 (Telekomunikacja) w przeliczeniu na 10 tys. ludności przewyższa istotnie liczebność podmiotów tego działu w pozostałych województwach Polski (Rys. 9). Przy średniej ogólnopolskiej wynoszącej 2,1, liczebność podmiotów w województwie mazowieckim wynosi 3,8. Odnosząc te dane do profilu regionalnego Polski, gdzie

²⁵ GUS, *Produkt krajowy brutto. Rachunki regionalne w 2010 r.*, Urząd Statystyczny w Katowicach, Katowice 2012.

miarą jest wielkość PKB per capita, można mówić o wysokim stopniu zgodności obu struktur regionalnych. Jedynym pozytywnym wyjątkiem jest tu województwo małopolskie, które zajmuje wysoką, drugą pozycję w rankingu regionalnym, a pod względem rozwoju społeczno-ekonomicznego plasuje się na 8. miejscu w kraju. Województwa najsłabiej rozwinięte w Polsce skupiają relatywnie mało podmiotów tego sektora wiedzy.

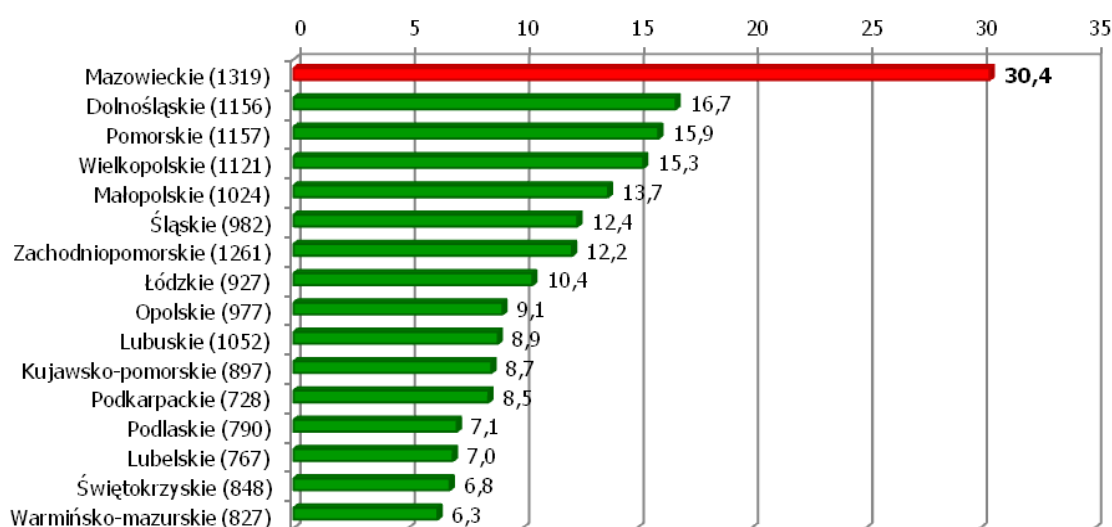
Tabela 36. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w systemie REGON według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy i województw, 2009-2012

Jednostka terytorialna	Sekcja J dział 61				Sekcja J dział 62				Sekcja J dział 63				Sekcja K dział 64			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Dolnośląskie	532	581	623	642	3 514	3 953	4 378	4 867	949	1 176	1 284	1 419	1 839	1 940	2 093	2 278
Kujawsko-pomorskie	302	340	372	383	1 513	1 637	1 707	1 813	470	515	541	606	1 275	1 273	1 275	1 307
Lubelskie	303	353	352	357	1 043	1 214	1 313	1 508	360	459	477	517	850	829	814	820
Lubuskie	185	209	212	219	762	834	848	914	205	255	274	317	558	579	549	600
Łódzkie	322	379	380	432	1 866	2 193	2 373	2 636	581	694	755	844	1 182	1 238	1 303	1 331
Małopolskie	743	826	889	916	3 199	3 758	4 155	4 609	1 003	1 248	1 399	1 688	1 371	1 416	1 455	1 605
Mazowieckie	1 581	1 770	1 873	2 034	11 600	13 353	14 444	16 130	3 059	3 903	4 265	4 714	4 363	4 670	4 925	5 343
Opolskie	138	141	137	133	711	789	867	923	229	274	296	287	323	349	363	359
Podkarpackie	309	374	410	415	1 358	1 512	1 653	1 814	345	417	447	500	461	453	447	496
Podlaskie	153	168	180	184	650	701	791	856	174	226	254	293	420	416	441	476
Pomorskie	482	528	565	606	2 791	3 127	3 364	3 653	654	786	852	903	1 047	1 093	1 148	1 241
Śląskie	978	1 077	1 181	1 233	4 266	4 882	5 294	5 729	1 313	1 525	1 617	1 687	2 605	2 767	2 909	3 101
Świętokrzyskie	177	210	211	224	679	752	804	870	249	291	304	337	473	506	496	500
Warmińsko-mazurskie	173	209	220	225	677	793	844	913	252	311	311	339	526	537	546	580
Wielkopolskie	591	675	730	756	3 860	4 383	4 794	5 290	1 068	1 335	1 484	1 610	1 884	1 942	2 046	2 207
Zachodniopomorskie	318	364	377	376	1 716	1 853	1 970	2 095	449	535	605	670	1 042	1 083	1 087	1 085
POLSKA	7 287	8 204	8 712	9 135	40 205	45 734	49 599	54 620	11 360	13 950	15 165	16 731	20 219	21 091	21 897	23 329
Jednostka terytorialna	Sekcja M dział 69				Sekcja M dział 70				Sekcja M dział 72				Sekcja M dział 73			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Dolnośląskie	6 164	6 739	7 113	7 540	3 629	3 876	4 050	4 298	165	197	226	282	3 043	3 246	3 481	3 652
Kujawsko-pomorskie	3 177	3 392	3 543	3 667	1 303	1 373	1 425	1 515	59	81	92	104	1 619	1 699	1 735	1 770
Lubelskie	2 368	2 621	2 774	2 928	1 028	1 106	1 083	1 139	84	100	123	135	1 037	1 159	1 196	1 227
Lubuskie	1 547	1 695	1 779	1 848	678	691	664	726	19	25	25	29	664	712	722	761
Łódzkie	3 994	4 436	4 643	4 845	1 747	1 845	1 926	2 005	121	131	148	159	1 735	1 947	2 036	2 147
Małopolskie	5 451	6 157	6 571	6 948	3 037	3 298	3 445	3 814	286	319	348	394	3 383	3 701	3 884	4 071
Mazowieckie	15 861	17 815	18 922	20 379	15 987	17 191	18 145	19 817	835	930	975	1 063	12 163	12 967	13 471	14 143
Opolskie	1 512	1 644	1 715	1 791	579	587	618	661	28	36	42	47	705	789	792	809
Podkarpackie	2 237	2 477	2 610	2 755	933	1 009	1 023	1 118	23	29	43	63	1 167	1 266	1 314	1 386
Podlaskie	1 332	1 453	1 579	1 671	634	671	704	731	17	24	27	35	538	603	662	707
Pomorskie	4 437	4 897	5 167	5 423	2 834	3 085	3 223	3 381	156	173	190	214	2 258	2 403	2 488	2 634
Śląskie	7 478	8 270	8 586	8 985	3 700	3 940	4 044	4 394	245	257	258	282	4 146	4 536	4 662	4 878
Świętokrzyskie	1 366	1 483	1 532	1 605	711	733	773	854	30	38	34	38	617	691	708	758
Warmińsko-mazurskie	1 796	1 961	2 026	2 128	646	711	743	765	25	34	38	47	766	839	828	877
Wielkopolskie	7 010	7 687	8 000	8 377	4 116	4 488	4 724	4 928	207	245	268	322	3 954	4 261	4 465	4 711
Zachodniopomorskie	3 469	3 726	3 852	3 969	1 834	1 954	1 928	1 935	71	74	88	96	1 631	1 677	1 638	1 683
POLSKA	69 199	76 453	80 412	84 859	43 396	46 558	48 518	52 081	2 371	2 693	2 925	3 310	39 426	42 496	44 082	46 214

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

Jeszcze większe dysproporcje można zaobserwować w dziale 62 (Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki), gdzie przewaga liczebna nad drugim woj. dolnośląskim jest blisko dwukrotna, a rozpiętość w stosunku do województwa o najniższej liczbie zarejestrowanych podmiotów na 10 tys. ludności (woj. warmińsko-mazurskie) kształtuje się w relacji 5:1. Rozkład regionalny liczebności podmiotów tego działu wskazuje na wysoką zbieżność z profilem regionalnego rozwoju. Pięć regionów o relatywnie najmniejszej liczebności podmiotów tego sektora wiedzy to województwa „ściany wschodniej”.

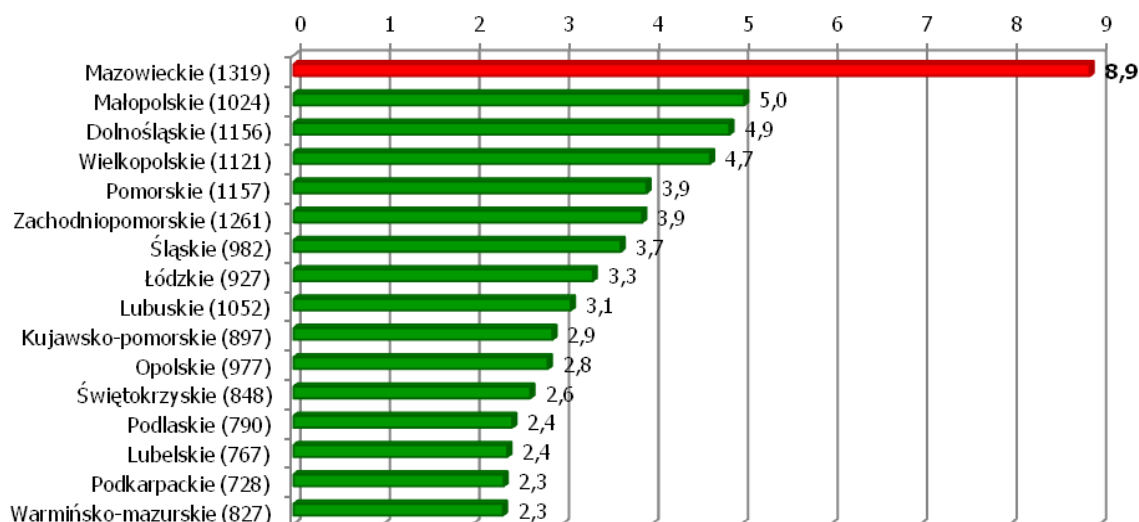
Rysunek 10. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w dziale PKD 62 w poszczególnych województwach, 2012



Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa. (W nawiasie podano liczbę podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. ludności)

Istotnie większa intensywność występowania podmiotów w przeliczeniu na 10 tys. ludności ma miejsce także w dziale 63 (Działalność usługowa w zakresie informacji). Przy średniej ogólnopolskiej wynoszącej 3,7 podmiotów tego działu na 10 tys. ludności, w województwie mazowieckim jest ich przeszło dwukrotnie więcej (8,9). Rozkład regionalny podmiotów tego działu powiela w bardzo wysokim stopniu rozkład podmiotów w dziale 61, z równie wysoką pozycją w rankingu województwa małopolskiego.

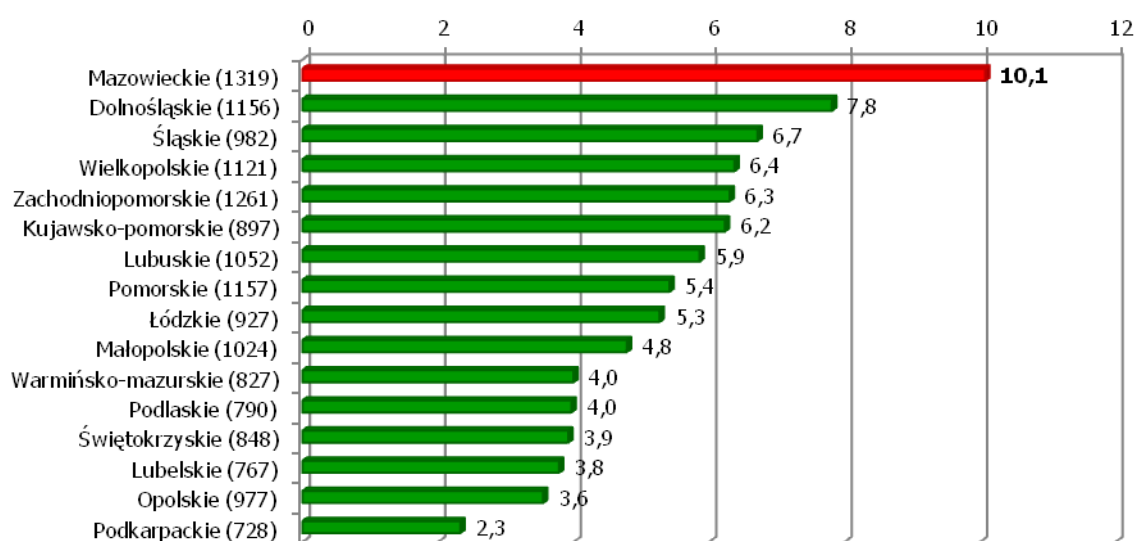
Rysunek 11. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w dziale PKD 63 w poszczególnych województwach, 2012



Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa. (W nawiasie podano liczbę podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. ludności)

W przypadku działu 64 (Finansowa działalność usługowa), dysproporcje są równie wysokie jak w przypadku wcześniejszych działów sekcji J (61-63), choć w tym przypadku przewaga ilościowa podmiotów województwa mazowieckiego nad kolejnym w rankingu województwem dolnośląskim nie jest już tak duża. Ranking województw pod względem rozwoju ilościowego podmiotów w dziale 64 w największym stopniu odzwierciedla profil regionalny Polski pod względem rozwoju społeczno-ekonomicznego.

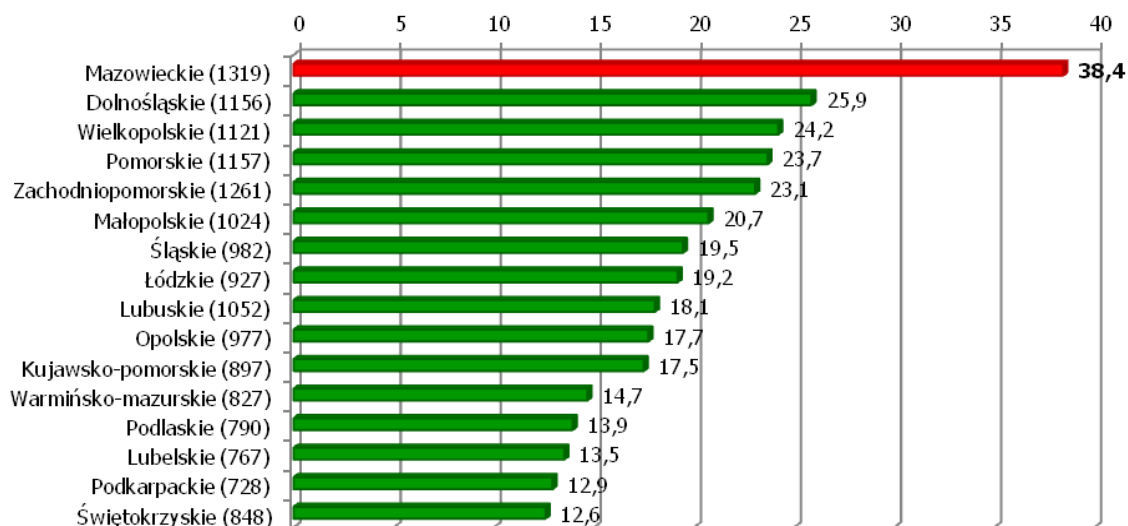
Rysunek 12. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w dziale PKD 64 w poszczególnych województwach, 2012



Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa. (W nawiasie podano liczbę podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. ludności)

W przypadku działalności prawniczej, rachunkowo-księgowej i doradztwa podatkowego (dział 69) zróżnicowanie regionalne jest najłagodniejsze, przy jednocześnie dobrze odwzorowanej strukturze rozwoju regionów

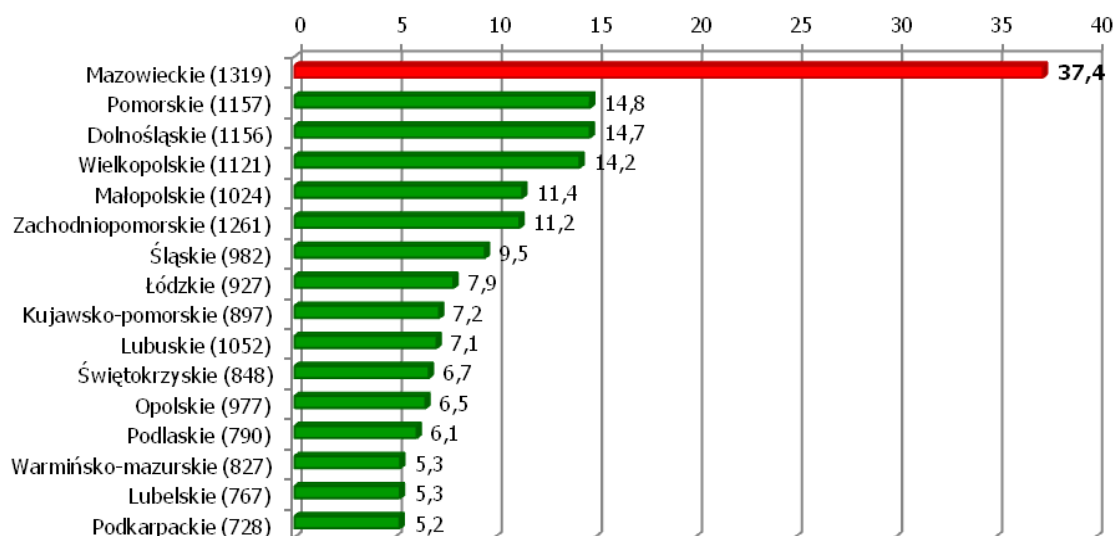
Rysunek 13. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w dziale PKD 69 w poszczególnych województwach, 2012



Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa. (W nawiasie podano liczbę podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. ludności)

Dział 70 (Działalność firm centralnych (*head offices*); doradztwo związane z zarządzaniem) uosabia największe dysproporcje w zakresie rozwoju ilościowego w stosunku do wicelidera w tym zestawieniu, jakim jest województwo pomorskie (relacja 2,5:1), oraz w stosunku do outsidera w zestawieniu, jakim jest w tym przypadku województwo podkarpackie (relacja 7:1). Powodem tych dysproporcji jest prawdopodobnie wysoka koncentracja w stolicy siedzib i central wielu firm oraz urzędów centralnych, wokół których rozwinęły się usługi doradcze dla biznesu.

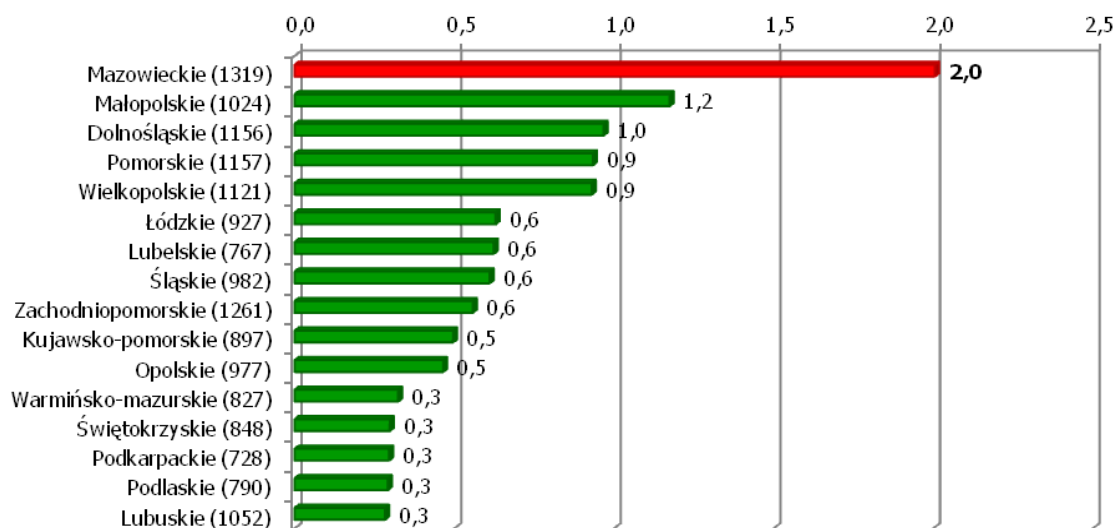
Rysunek 14. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w dziale PKD 70 w poszczególnych województwach, 2012



Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa. (W nawiasie podano liczbę podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. ludności)

Niemal równie wysokie, jak w przypadku działu 70 są dysproporcje pomiędzy województwami znajdującymi się na przeciwnych biegunach zestawienia w dziale 72 (Badania naukowe i prace rozwojowe). Należy zauważyć po raz kolejny relatywnie wysoką pozycję w rankingu województwa małopolskiego

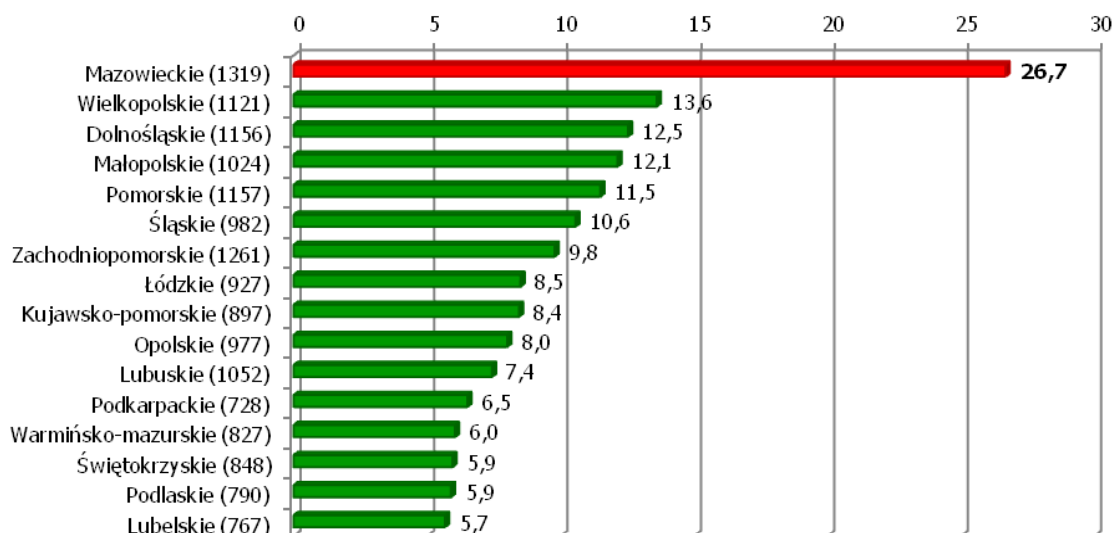
Rysunek 15. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w dziale PKD 72 w poszczególnych województwach, 2012



Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa. (W nawiasie podano liczbę podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. ludności)

W ostatnim z analizowanych działów 73 (Reklama, badanie rynku i opinii publicznej) rozkład regionalny podmiotów w dużym stopniu powiela wcześniej obserwowane prawidłowości – wysoką zbieżność z profilem regionalnym Polski i relatywnie wysoką pozycję województwa małopolskiego.

Rysunek 16. Liczba podmiotów gospodarki narodowej zarejestrowanych w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w dziale PKD 73 w poszczególnych województwach, 2012



Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa. (W nawiasie podano liczbę podmiotów wpisanych do rejestru REGON na 10 tys. ludności)

Reasumując wnioski wyprowadzone z analizy powyższych zestawień można stwierdzić, że **rozwój ilościowy podmiotów reprezentujących sektory wiedzy jest silnie powiązany z rozwojem społeczno-gospodarczym regionów**. Jedynym wyjątkiem *in plus* jest województwo małopolskie, gdzie rozwój ilościowy podmiotów z sektorów wiedzy wyprzedza poziom rozwoju społeczno-gospodarczego tego regionu. Być może da się to powiązać z silną pozycją dominującego ośrodka wielkomiejskiego, jakim jest Kraków, który przyciąga liczne firmy sektorów wiedzy. Z kolei często poniżej swej pozycji w rankingu regionalnego rozwoju plasuje się województwo śląskie.

Ważnym elementem diagnozy sektorów wiedzy jest ocena potencjału ludzkiego, który ma szczególne znaczenie dla ich rozwoju, relatywnie większe, aniżeli inne czynniki o charakterze materialnym i finansowym.

Dane dotyczące liczby osób pracujących w podmiotach gospodarki narodowej reprezentujących sektory wiedzy obrazują kontynuowany, stabilny rozwój kadrowy w województwie mazowieckim, nie podlegający znaczącym fluktuacjom, jak to ma miejsce w przypadku wielu innych regionów Polski (Tab. 37). Dowodzi to **osiągnięcia przez sektory wiedzy w województwie mazowieckim fazy względnej dojrzałości rozwojowej, która daje większe poczucie stabilności funkcjonującym w nim podmiotom oraz większe możliwości dla polityki gospodarczej stymulującego pobudzania będącymi w jej dyspozycji instrumentami**.



Także poziom wynagrodzeń daje podstawy do optymizmu, jeśli chodzi o dalszy rozwój sektorów wiedzy. Wysokość przeciętnych płac w woj. mazowieckim w każdym z działów kształtuje się na poziomie znacząco wyższym od notowanego w pozostałych regionach Polski, co powinno zapewnić dopływ nowych pracowników o poszukiwanych kwalifikacjach (Tab. 38).

Tabela 37. Liczba osób pracujących w podmiotach gospodarki narodowej według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy i województw, 2008-2010*

Jednostka terytorialna	Sekcja J dział 61				Sekcja J dział 62				Sekcja J dział 63			
	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008
Dolnośląskie	6 280	7 213	4 329	-31,1%	6 280	7 213	8 582	36,7%	986	1 469	1 519	54,1%
Kujawsko-pomorskie	2 303	2 400	1 265	-45,1%	2 303	2 400	2 501	8,6%	383	576	608	58,7%
Lubelskie	1 643	1 896	2 016	22,7%	1 643	1 896	2 155	31,2%	360	406	439	21,9%
Lubuskie	1 145	1 267	698	-39,0%	1 145	1 267	1 310	14,4%	263	366	401	52,5%
Łódzkie	4 187	3 511	2 926	-30,1%	4 187	3 511	4 076	-2,7%	522	813	934	78,9%
Małopolskie	8 991	10 409	4 437	-50,7%	8 991	10 409	10 595	17,8%	2 155	3 059	3 567	65,5%
Mazowieckie	25 827	26 142	29 174	13,0%	25 827	26 142	30 096	16,5%	7 740	8 464	9 635	24,5%
Opolskie	983	941	562	-42,8%	983	941	973	-1,0%	99	157	185	86,9%
Podkarpackie	2 043	2 301	1 227	-39,9%	2 043	2 301	2 514	23,1%	244	456	377	54,5%
Podlaskie	773	867	727	-6,0%	773	867	937	21,2%	500	581	400	-20,0%
Pomorskie	5 311	6 367	2 453	-53,8%	5 311	6 367	7 619	43,5%	1 099	1 148	1 216	10,6%
Śląskie	10 008	9 749	5 702	-43,0%	10 008	9 749	10 674	6,7%	2 304	3 279	3 437	49,2%
Świętokrzyskie	905	756	646	-28,6%	905	756	926	2,3%	237	312	338	42,6%
Warmińsko-mazurskie	954	975	1 150	20,5%	954	975	1 017	6,6%	211	354	494	134,1%
Wielkopolskie	7 365	7 993	4 882	-33,7%	7 365	7 993	7 794	5,8%	847	1 334	2 457	190,1%
Zachodniopomorskie	2 650	3 039	1 389	-47,6%	2 650	3 039	3 261	23,1%	585	451	900	53,8%
POLSKA	81 368	85 826	63 583	-21,9%	81 368	85 826	95 030	16,8%	18 535	23 225	26 907	45,2%

Jednostka terytorialna	Sekcja M dział 69				Sekcja M dział 70				Sekcja M dział 72				Sekcja M dział 73			
	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008
Dolnośląskie	9 455	14 080	14 867	5,6%	10 265	9 394	6 142	-40,2%	630	788	776	23,2%	4 330	4 705	5 002	15,5%
Kujawsko-pomorskie	4 292	5 677	5 621	-1,0%	1 623	1 720	1 525	-6,0%	90	93	87	-3,3%	2 210	2 101	2 007	-9,2%
Lubelskie	3 105	4 163	4 228	1,6%	1 499	1 938	1 887	25,9%	133	102	94	-29,3%	1 256	1 560	1 569	24,9%
Lubuskie	2 202	2 977	3 044	2,3%	1 087	933	1 010	-7,1%	41	34	31	-24,4%	808	818	638	-21,0%
Łódzkie	7 400	9 065	9 532	5,2%	2 545	2 366	2 155	-15,3%	230	250	266	15,7%	3 044	2 679	2 475	-18,7%
Małopolskie	10 978	14 252	15 551	9,1%	4 804	5 066	5 782	20,4%	740	822	738	-10,3%	4 895	6 317	6 356	29,8%
Mazowieckie	25 238	33 533	34 319	2,3%	26 072	26 354	26 504	1,7%	2 776	3 211	2 848	2,6%	34 605	35 515	36 600	5,8%
Opolskie	2 166	2 734	2 739	0,2%	608	752	654	7,6%	96	87	78	-18,8%	1 126	686	661	-41,3%
Podkarpackie	2 923	3 882	3 866	-0,4%	981	1 520	1 573	60,3%	18	20	27	50,0%	1 301	1 347	1 231	-5,4%
Podlaskie	1 862	2 311	2 297	-0,6%	683	934	899	31,6%	60	18	18	-70,0%	900	942	891	-1,0%
Pomorskie	6 212	8 276	8 357	1,0%	2 787	3 329	3 204	15,0%	606	477	544	-10,2%	3 017	3 028	2 707	-10,3%
Śląskie	13 330	17 370	17 621	1,4%	6 508	6 498	6 744	3,6%	662	842	1 037	56,6%	6 063	9 947	8 819	-11,3%
Świętokrzyskie	2 204	2 647	2 469	-6,7%	1 097	1 107	1 176	7,2%	45	53	54	20,0%	880	828	2 198	149,8%
Warmińsko-mazurskie	2 606	3 464	3 412	-1,5%	727	1 025	1 022	40,6%	143	60	53	-62,9%	1 085	1 080	1 036	-4,5%
Wielkopolskie	10 582	13 407	13 796	2,9%	5 290	5 556	5 254	-0,7%	438	406	430	-1,8%	5 704	5 783	5 405	-5,2%
Zachodniopomorskie	4 629	6 074	6 068	-0,1%	2 096	2 451	2 387	-2,7%	164	132	140	-14,6%	1 764	1 688	1 753	-0,6%
POLSKA	109 184	143 912	147 787	2,7%	68 672	70 943	67 918	-1,1%	6 872	7 395	7 221	5,1%	72 988	79 024	79 348	8,7%

* Dane dla Działu 64 są niedostępne.

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

Tabela 38. Wynagrodzenia osób pracujących w podmiotach gospodarki narodowej (w tys. zł na 1 zatrudnionego) według działów PKD reprezentujących sektory wiedzy i województw, 2008-2010*

Jednostka terytorialna	Sekcja J dział 61				Sekcja J dział 62				Sekcja J dział 63				Sekcja K dział 64			
	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008
Dolnośląskie	46,7	43,1	43,3	-7,2%	34,7	40,3	43,3	24,6%	40,6	32,3	23,4	-42,3%	-	-	-	-
Kujawsko-pomorskie	40,2	35,9	34,8	-13,5%	20,7	28,5	25,6	23,9%	34,9	25,3	27,9	-19,9%	-	-	-	-
Lubelskie	48,8	40,8	42,2	-13,4%	24,9	29,8	33,8	35,8%	20,5	18,6	18,6	-9,4%	-	-	-	-
Lubuskie	39,4	36,0	35,5	-9,8%	22,2	25,0	26,4	18,8%	30,5	25,7	21,8	-28,4%	-	-	-	-
Łódzkie	44,4	41,2	41,6	-6,4%	33,5	34,0	33,2	-1,0%	26,7	25,3	24,4	-8,6%	-	-	-	-
Małopolskie	43,2	42,5	42,0	-3,0%	49,6	58,2	53,1	7,1%	53,3	46,8	47,6	-10,7%	-	-	-	-
Mazowieckie	82,7	79,6	81,9	-0,9%	55,4	61,5	67,5	21,8%	58,9	56,2	53,9	-8,4%	-	-	-	-
Opolskie	38,6	34,9	35,4	-8,3%	18,7	22,8	21,8	16,7%	7,2	6,8	9,3	29,5%	-	-	-	-
Podkarpackie	37,3	33,9	30,3	-18,8%	30,5	36,3	33,5	10,1%	17,5	21,0	17,3	-0,9%	-	-	-	-
Podlaskie	39,0	36,5	34,7	-11,2%	16,8	20,1	20,6	22,5%	28,9	27,6	17,3	-40,1%	-	-	-	-
Pomorskie	47,0	46,3	45,3	-3,6%	41,4	42,7	51,4	24,2%	47,1	41,9	46,2	-1,9%	-	-	-	-
Śląskie	44,1	38,6	39,5	-10,5%	33,4	38,9	39,0	16,8%	35,7	33,1	35,8	0,5%	-	-	-	-
Świętokrzyskie	39,3	35,9	32,6	-17,0%	18,5	15,9	19,9	7,4%	33,1	26,9	25,8	-21,8%	-	-	-	-
Warmińsko-mazurskie	46,7	42,2	41,3	-11,5%	19,0	20,4	20,4	7,3%	25,5	15,8	21,3	-16,2%	-	-	-	-
Wielkopolskie	47,8	45,0	41,0	-14,1%	35,0	36,4	33,1	-5,2%	22,1	26,9	47,4	114,8%	-	-	-	-
Zachodniopomorskie	40,5	37,6	36,9	-8,9%	24,5	31,7	32,3	31,8%	45,6	14,9	35,9	-21,2%	-	-	-	-
POLSKA	54,7	61,8	62,5	14,1%	41,2	46,3	41,8	1,4%	46,7	41,3	35,6	-23,7%	-	-	-	-
Jednostka terytorialna	Sekcja M dział 69				Sekcja M dział 70				Sekcja M dział 72				Sekcja M dział 73			
	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008	2008	2009	2010	Przyrost 2010/2008
Dolnośląskie	14,7	19,6	22,0	49,2%	25,1	21,2	31,7	26,4%	50,7	64,1	74,9	47,7%	21,7	32,5	35,5	63,5%
Kujawsko-pomorskie	9,5	13,5	13,1	38,1%	19,0	20,3	21,6	13,6%	14,6	14,2	24,2	66,5%	14,5	16,0	15,7	8,8%
Lubelskie	9,7	12,2	12,9	32,8%	20,3	27,2	25,6	26,3%	13,6	13,0	20,3	48,8%	13,2	20,6	21,3	60,8%
Lubuskie	10,0	12,1	12,7	26,1%	22,9	21,3	25,0	9,3%	10,1	12,7	21,5	111,4%	14,1	15,1	12,2	-13,8%
Łódzkie	15,4	15,4	17,4	13,2%	15,6	20,3	21,7	39,4%	29,0	35,4	35,0	20,7%	25,4	27,4	28,1	10,7%
Małopolskie	23,8	24,8	28,0	17,8%	31,1	34,2	39,9	28,4%	35,9	49,8	74,4	107,3%	23,0	38,8	41,8	81,4%
Mazowieckie	33,2	33,7	32,6	-2,0%	48,4	52,4	53,0	9,3%	64,9	81,8	85,9	32,4%	69,0	67,8	71,7	3,9%
Opolskie	9,1	11,6	12,0	32,1%	18,4	17,2	15,9	-13,6%	45,2	41,3	40,9	-9,4%	16,5	12,5	12,0	-27,6%
Podkarpackie	9,2	11,7	12,4	35,2%	15,1	23,1	26,8	77,0%	12,5	13,2	20,4	63,0%	14,8	18,8	15,3	3,6%
Podlaskie	9,9	11,6	11,9	21,1%	15,9	21,7	24,0	51,1%	22,9	13,3	20,9	-8,6%	20,3	21,4	22,2	9,0%
Pomorskie	12,7	14,5	15,2	19,8%	16,2	16,1	17,2	6,1%	44,0	41,1	42,0	-4,5%	22,4	23,1	24,1	7,6%
Śląskie	16,0	17,2	18,8	17,6%	29,5	32,0	29,7	0,7%	27,1	33,9	42,9	58,3%	18,1	34,5	35,6	97,0%
Świętokrzyskie	13,0	14,2	13,3	2,0%	23,0	22,7	26,7	16,5%	21,8	19,8	25,3	16,0%	24,4	13,3	33,6	38,1%
Warmińsko-mazurskie	10,2	12,8	13,1	27,8%	14,2	23,7	26,3	84,5%	9,8	31,5	51,5	427,4%	17,2	18,7	19,1	11,4%
Wielkopolskie	16,9	16,5	17,6	4,2%	23,3	31,5	29,1	25,1%	25,5	29,2	33,8	32,4%	19,8	20,1	19,0	-3,9%
Zachodniopomorskie	9,7	11,9	12,6	29,2%	21,0	24,6	29,0	38,4%	20,6	22,2	17,2	-16,6%	12,9	16,0	19,7	53,0%
POLSKA	19,1	20,6	20,0	5,0%	33,1	35,6	37,2	12,3%	46,0	59,0	60,4	31,2%	43,0	45,5	45,3	5,4%

* Dane dla Działu 64 są niedostępne.

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS, Warszawa.

Dane statystyczne, aczkolwiek zdecydowanie korzystne dla województwa mazowieckiego w kontekście oceny szans podtrzymania dalszego rozwoju sektorów wiedzy, dostarczają jedynie tła dla analizy. Przynajmniej równie istotna jest ocena samych podmiotów co do roli czynników związanych z lokalizacją, takich jak: wielkość ośrodka, w którym zlokalizowana jest firma, bliskość stolicy, dostępność komunikacyjna województwa, wysokość płac w miejscu lokalizacji firmy, dostępność i jakość mieszkalnictwa, stan środowiska naturalnego. Respondenci zapytani o rolę różnych czynników lokalizacyjnych w stymulowaniu bądź blokowaniu dalszego rozwoju firmy na ogół pozytywnie widzieli prorozwojową rolę wielkości ośrodka, w jakim zlokalizowana jest firma, lokalizacji firmy w stolicy lub w jej pobliżu oraz dostępności komunikacyjnej woj. mazowieckiego. Raczej jako neutralna dla rozwoju postrzegali rolę stanu środowiska naturalnego i bezpieczeństwa w województwie oraz dostępności i jakości mieszkalnictwa. Żaden z wymienionych czynników nie był zazwyczaj postrzegany jako bariera rozwoju. Największą trudność w ocenie sprawiła wysokość płacy w miejscu lokalizacji firmy, a uzyskane opinie były mocno zróżnicowane.

Tabela 39. Rola czynników lokalizacyjnych w rozwoju firmy w opinii respondentów

Pytanie badawcze	Liczba firm	% firm
Czy WIELKOŚĆ OŚRODKA w którym zlokalizowana jest firma jest:		
czynnikiem rozwoju firmy	171	64%
barierą rozwoju firmy	4	2%
nie ma wpływu na rozwój firmy	67	25%
nie wiem	24	9%
Czy LOKALIZACJA FIRMY w stolicy lub w jej pobliżu jest:		
czynnikiem rozwoju firmy	164	62%
barierą rozwoju firmy	5	2%
nie ma wpływu na rozwój firmy	37	14%
nasza firma nie jest zlokalizowana w pobliżu stolicy	20	8%
nie wiem	40	15%
Czy DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA województwa mazowieckiego jest:		
czynnikiem rozwoju firmy	153	58%
barierą rozwoju firmy	6	2%
nie ma wpływu na rozwój firmy	70	26%
nie wiem	37	14%
Czy WYSOKOŚĆ PŁAC w miejscu lokalizacji firmy jest:		
czynnikiem rozwoju firmy	98	37%
barierą rozwoju firmy	9	3%
nie ma wpływu na rozwój firmy	93	35%
nie wiem	66	25%
Czy DOSTĘPNOŚĆ I JAKOŚĆ MIESZKALNICTWA jest:		
czynnikiem rozwoju firmy	76	29%
barierą rozwoju firmy	1	0%
nie ma wpływu na rozwój firmy	128	48%
nie wiem	61	23%
Czy STAN ŚRODOWISKA NATURALNEGO jest:		
czynnikiem rozwoju firmy	27	10%
barierą rozwoju firmy	4	2%
nie ma wpływu na rozwój firmy	174	65%
nie wiem	61	23%

Źródło: badanie CATI [n=266]

Respondenci zapytani o rolę wielkości ośrodka, w którym zlokalizowana jest firma, na jej rozwój w większości (64% wskazań) uznawali, że jest to czynnik rozwoju firmy (Tab. 40). Najczęściej o istnieniu takiej zależności byli przekonani przedstawiciele sektora usług prawnych (88%), usług

konsultingowych (74%) oraz usług/pośrednictwa finansowego (72%). Reprezentanci sektora badawczo-rozwojowego najczęściej poddawali w wątpliwość istnienie takiego związku (w opinii 39% respondentów tej grupy wielkość ośrodka nie ma wpływu na rozwój firmy), a nawet twierdzili, że jest on barierą dla jej rozwoju (9%).

Tabela 40. Rola w rozwoju firmy wielkości ośrodka, w którym zlokalizowana jest firma, w opinii respondentów

Branża	Czy WIELKOŚĆ OŚRODKA w którym zlokalizowana jest firma jest:			
	czynnikiem rozwoju firmy	barierą rozwoju firmy	nie ma wpływu na rozwój firmy	nie wiem
reklamowa	59%	3%	29%	9%
usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	62%	0%	33%	5%
usługi/pośrednictwo finansowe	72%	3%	14%	10%
usługi prawne	88%	0%	13%	0%
usługi konsultingowe	74%	0%	17%	9%
usługi badania rynku	67%	0%	22%	11%
sektor badawczo-rozwojowy	48%	9%	39%	4%
inna	58%	0%	28%	14%
<i>Ogółem</i>	<i>64%</i>	<i>2%</i>	<i>25%</i>	<i>9%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

Lokalizacja firmy w stolicy lub jej pobliżu jest postrzegana jako czynnik rozwoju firmy ponownie najczęściej przez podmioty świadczące usługi prawne (79%) oraz reprezentantów usług/ pośrednictwa finansowego (76%) i usług konsultingowych (71%) (Tab. 41). Uzyskane wyniki są o tyle interesujące, że dla firm z tych sektorów relatywnie rzadko rynek lokalny i regionalny są głównymi rynkami działania, a relatywnie częściej są nimi rynek krajowy (dla firm świadczących usługi finansowe i usługi konsultingowe) oraz rynki międzynarodowe (usługi prawne i usługi konsultingowe). Może to oznaczać, że etykieta „firmy ze stolicy” pozwala im bardziej skutecznie wchodzić na rynki ponadregionalne. Najbardziej sceptyczni co do istnienia takiej zależności byli usługodawcy w zakresie usług informatycznych i telekomunikacyjnych (23%) oraz usług badania rynku (22%).

Tabela 41. Rola w rozwoju firmy lokalizacji firmy w stolicy lub jej pobliżu w opinii respondentów

Branża	Czy LOKALIZACJA FIRMY w stolicy lub jej pobliżu jest:				
	czynnikiem rozwoju firmy	barierą rozwoju firmy	nie ma wpływu na rozwój firmy	nasza firma nie jest zlokalizowana w pobliżu stolicy	nie wiem
reklamowa	56%	0%	12%	12%	21%
usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	56%	0%	23%	10%	10%
usługi/pośrednictwo finansowe	76%	3%	10%	0%	10%
usługi prawne	79%	8%	4%	0%	8%
usługi konsultingowe	71%	0%	9%	6%	14%
usługi badania rynku	56%	0%	22%	11%	11%
sektor badawczo-rozwojowy	57%	9%	17%	0%	17%
inna	58%	0%	14%	11%	17%
<i>Ogółem</i>	<i>62%</i>	<i>2%</i>	<i>14%</i>	<i>8%</i>	<i>15%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

W opinii zdecydowanej większości firm konsultingowych (83%) dostępność komunikacyjna województwa mazowieckiego wspiera rozwój firmy (Tab. 42). Najbardziej sceptyczni co do istnienia takiej zależności są przedstawiciele usług ICT (aż 41% neguje taki związek), usług/ pośrednictwa finansowego i sektora B+R.

Tabela 42. Rola w rozwoju firmy dostępności komunikacyjnej województwa mazowieckiego w opinii respondentów

Branża	Czy DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA województwa mazowieckiego jest:			
	czynnikiem rozwoju firmy	barierą rozwoju firmy	nie ma wpływu na rozwój firmy	nie wiem
reklamowa	62%	3%	24%	12%
usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	51%	3%	41%	5%
usługi/pośrednictwo finansowe	45%	3%	28%	24%
usługi prawne	67%	0%	25%	8%
usługi konsultingowe	83%	0%	11%	6%
usługi badania rynku	56%	0%	22%	22%
sektor badawczo-rozwojowy	48%	4%	30%	17%
inna	52%	3%	28%	17%
<i>Ogółem</i>	<i>58%</i>	<i>2%</i>	<i>26%</i>	<i>14%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

Firmy świadczące usługi prawne i usługi konsultingowe są najczęściej przekonani o korzystnym wpływie wysokości płac w miejscu lokalizacji na rozwój ich firmy (Tab. 43). Najczęściej taki wpływ negują reprezentanci branży usług informatycznych i telekomunikacyjnych. Co warto podkreślić, wysokość płacy w miejscu lokalizacji firmy – bez wątpienia wyższa w województwie mazowieckim w porównaniu z innymi regionami Polski - nie ma wyraźnie destrukcyjnego wpływu na konkurencyjność firmy i jej rozwój, co często ma miejsce w sektorach przetwórstwa przemysłowego.

Tabela 43. Rola w rozwoju firmy wysokości płac w miejscu lokalizacji firmy w opinii respondentów

Branża	Czy WYSOKOŚĆ PŁAC w miejscu lokalizacji firmy jest:			
	czynnikiem rozwoju firmy	barierą rozwoju firmy	nie ma wpływu na rozwój firmy	nie wiem
reklamowa	35%	6%	41%	18%
usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	15%	8%	51%	26%
usługi/pośrednictwo finansowe	35%	0%	31%	35%
usługi prawne	58%	0%	25%	17%
usługi konsultingowe	54%	6%	26%	14%
usługi badania rynku	33%	0%	44%	22%
sektor badawczo-rozwojowy	35%	0%	44%	22%
inna	38%	3%	30%	30%
<i>Ogółem</i>	<i>37%</i>	<i>3%</i>	<i>35%</i>	<i>25%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

Raczej neutralny wpływ na rozwój firm sektorów wiedzy ma dostępność i jakość mieszkalnictwa (Tab. 44). Wpływ tego czynnika jest relatywnie najmniejszy w branży usług ICT, co prawdopodobnie można powiązać z największą dostępnością na rynku lokalnym wykwalifikowanych pracowników dla tego sektora.

Tabela 44. Rola w rozwoju firmy dostępności i jakości mieszkalnictwa w opinii respondentów

Branża	Czy DOSTĘPNOŚĆ I JAKOŚĆ MIESZKALNICTWA jest:			
	czynnikiem rozwoju firmy	barierą rozwoju firmy	nie ma wpływu na rozwój firmy	nie wiem
reklamowa	32%	0%	53%	15%
usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	8%	3%	74%	15%
usługi/pośrednictwo finansowe	28%	0%	31%	41%
usługi prawne	29%	0%	50%	21%
usługi konsultingowe	37%	0%	46%	17%
usługi badania rynku	22%	0%	56%	22%
sektor badawczo-rozwojowy	17%	0%	52%	30%
inna	36%	0%	42%	22%
<i>Ogółem</i>	<i>29%</i>	<i>0%</i>	<i>48%</i>	<i>23%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

Wpływ stanu środowiska naturalnego na rozwój firm sektorów wiedzy jest w większości przypadków marginalny (Tab. 46). Ponadprzeciętnie wyższą rangę przypisują mu przedstawiciele sektora usług badania rynku i usług konsultingowych, co może sugerować, że środowisko geograficzne pracy jest w tych sektorach jednym z istotnych kryteriów wyboru miejsca pracy.

Tabela 45. Rola w rozwoju firmy stanu środowiska naturalnego w opinii respondentów

Branża	Czy STAN ŚRODOWISKA NATURALNEGO jest:			
	czynnikiem rozwoju firmy	barierą rozwoju firmy	nie ma wpływu na rozwój firmy	nie wiem
reklamowa	6%	0%	79%	15%
usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	3%	3%	80%	15%
usługi/pośrednictwo finansowe	0%	3%	66%	31%
usługi prawne	13%	0%	75%	13%
usługi konsultingowe	23%	0%	54%	23%
usługi badania rynku	33%	0%	33%	33%
sektor badawczo-rozwojowy	17%	0%	48%	35%
inna	9%	3%	65%	24%
<i>Ogółem</i>	<i>10%</i>	<i>2%</i>	<i>65%</i>	<i>23%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

Nieco większą rolę w rozwoju firmy respondenci przypisali bezpieczeństwu w województwie (Tab. 47). Ten czynnik ma relatywnie większe znaczenie dla firm konsultingowych i prawnych, a z kolei jest mało istotny dla rozwoju firm świadczących usługi pośrednictwa finansowego i usługi ICT.

Tabela 46. Rola w rozwoju firmy bezpieczeństwa w województwie w opinii respondentów

Branża	Czy BEZPIECZEŃSTWO W WOJEWÓDZTWIE jest:			
	czynnikiem rozwoju firmy	barierą rozwoju firmy	nie ma wpływu na rozwój firmy	nie wiem
reklamowa	21%	3%	65%	12%
usługi informatyczne i telekomunikacyjne (ICT)	10%	0%	77%	13%
usługi/pośrednictwo finansowe	3%	0%	59%	38%
usługi prawne	29%	0%	58%	13%
usługi konsultingowe	34%	0%	46%	20%
usługi badania rynku	22%	0%	56%	22%
sektor badawczo-rozwojowy	22%	0%	48%	30%
inna	11%	0%	62%	27%
<i>Ogółem</i>	<i>17%</i>	<i>0%</i>	<i>60%</i>	<i>23%</i>

Źródło: badanie CATI [n=266]

3.9. Podsumowanie wyników analizy

Charakterystyka sektora wiedzy województwa mazowieckiego

Sektory wiedzy charakteryzują się znaczącym stopniem heterogeniczności, co ma istotne konsekwencje dla polityki gospodarczej, ponieważ niemożliwe wydaje się zastosowanie tych samych narzędzi dla ukierunkowanego wsparcia ich rozwoju.

Dysponują one w województwie mazowieckim znaczącym potencjałem, skupiając na koniec 2012 roku 83,6 tys. podmiotów, co stanowi blisko 12% udział w ogólnej populacji podmiotów gospodarczych w regionie. Sektory wiedzą dynamicznie się rozwijają się pod względem ilościowym - na przestrzeni lat 2009-2012 liczba ich podmiotów wzrosła o 18,2 tys. (wzrost o 27,8%), co przeszło trzykrotnie przewyższyło dynamikę wzrostu liczby podmiotów w całej ich populacji w woj. mazowieckim (8,1%). Spośród 86 wyróżnionych sekcji i działów PKD 2007, sektory wiedzy znajdowały się w grupie najszybciej rosnących w województwie mazowieckim w tym okresie. Jednocześnie, dynamika wzrostu populacji podmiotów sektorów wiedzy z roku na rok maleje, co może oznaczać, że te sektory gospodarki mają już za sobą fazę gwałtownego wzrostu i przechodzą do fazy rozwoju stabilnego.

Podmioty reprezentujące sektory wiedzy w województwie mazowieckim są wyraźnie skoncentrowane w miastach, gdzie ma swoją siedzibę od 87,5% (w przypadku działu 61) do 91,4% (w przypadku działu 63) podmiotów z sektorów wiedzy. Stopień ich koncentracji w miastach przewyższa od 3,3 pkt. proc. (w przypadku działu 69) do 6,5 pkt. proc. (w przypadku działu 61) analogiczne wskaźniki dla kraju.

Wśród podmiotów reprezentujących sektory wiedzy dominują liczebnie podmioty mikro o liczbie pracujących nie przekraczających 9 osób, których udział w strukturze podmiotów reprezentujących sektory wiedzy jest zauważalnie wyższy w porównaniu z udziałem tej kategorii wielkościowej w ogólnej populacji podmiotów w województwie mazowieckim. Podobnie, dostrzegalnie niższy jest udział podmiotów małych (o liczbie pracujących 10-49 osób), co wskazuje, że sektory wiedzy skupiają relatywnie więcej podmiotów małych rozmiarów pod względem zatrudnienia. W przeciętnej firmie tego sektora w 2010 roku pracowało 2,5 osoby.

Sektory wiedzy są poddane silnej fluktuacji rynkowej, przewyższającej inne gałęzie gospodarki. Zarówno dynamika zmian liczby nowo rejestrowanych podmiotów, jaki i podmiotów wyrejestrowywanych z systemu REGON przewyższa wskaźniki dla całej gospodarki województwa w okresie 2009-2012.

Analiza zmian w zakresie produkcji i usług, które dokonały się w latach 1999-2008 pokazuje, że zwłaszcza w dwóch wydzielonych sektorach wiedzy, a mianowicie pośrednictwie finansowym i obsłudze firm, nastąpił wzrost szybszy w województwie mazowieckim aniżeli w kraju. Jednocześnie przy istniejących właśnie w tych działach największych opóźnieniach rozwojowych w stosunku do

wyżej rozwiniętych krajów UE, oznacza to koncentrację efektu wyprzedzenia i nakazuje uznać, że wyrównanie tych opóźnień będzie się dokonywać na przestrzeni najbliższych 10-15 lat.

Na koniec 2010 roku na ogólną liczbę pracujących w województwie mazowieckim wynoszącą 2 225,6 tys. osób w podmiotach gospodarki narodowej mających swoją siedzibę w województwie mazowieckim i reprezentujących sektory wiedzy (bez działu 64 - Finansowa działalność usługowa, dla którego brak danych) pracowało 169,2 tys. osób, co stanowiło 7,6% ogółu pracujących. Sektory wiedzy na przestrzeni lat 2008-2010 dały zatrudnienie dodatkowym 19,1 tys. osobom (wzrost zatrudnienia o 12,8%), co dowodzi ich znaczącego potencjału w generowaniu nowych miejsc pracy. Najszybciej zatrudnienie rosło w dziale 69 (Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe) i dziale 63 (Działalność usługowa w zakresie informacji).

W ujęciu terytorialnym wyraźna jest absolutna koncentracja podmiotów sektorów wiedzy mających swoją siedzibę w powiecie m.st. Warszawa i powiatach ościennych, gdzie skupionych jest (w zależności od działu) od 86,4% do nawet 96,5%. Dane te oznaczają, że sektory wiedzy poza aglomeracją warszawską praktycznie nie występują.

Funkcjonowanie firm sektora wiedzy w województwie mazowieckim

Z przedstawionych analiz wynika dosyć niejednoznaczny obraz tego sektora na obszarze województwa mazowieckiego. Z jednej strony sektor ten tworzy bardzo wiele małych i niezbyt aktywnych przedsiębiorstw z drugiej strony zaś pojawiają się w nim podmioty bardzo dynamiczne i wskazujące na duże możliwości rozwoju.

W sektorze wiedzy na obszarze Mazowsza dominują ilościowo podmioty drobne, założone niedawno. Z drugiej strony w sektorze wiedzy pojawiają się liderzy środowiskowi, którzy mają duże szanse na przekroczenie pułapu mikroprzedsiębiorstwa i wejście na dalszą ścieżkę wzrostu. W tej drugiej grupie podmiotów należy jednakże zwrócić uwagę na kilka interesujących czynników, które warto wziąć pod uwagę.

Przede wszystkim lokalizacja większości tych podmiotów to powiat miasta stołecznego Warszawy. Oczywiście ich aktywność wykracza poza granice miasta najczęściej funkcjonują one na rynku krajowym (co najmniej 2 województwa). Ta okoliczność potwierdza silne wewnętrzne zróżnicowanie poziomu rozwoju gospodarczego Warszawy i reszty Mazowsza. Zróżnicowanie jest powszechnie znanym faktem i pojawia się praktycznie we wszystkich wskaźnikach związanych z poziomem i jakością życia, które analizuje się chociażby na poziomie powiatów dla Mazowsza. Wydaje się, że bardzo trudne będzie stworzenie efektywnego systemu zachęt, który umożliwi zróżnicowanie lokalizacji tych przedsiębiorstw na obszarze Mazowsza.

Podmioty sektora wiedzy wdrażają nowe produkty, ale najczęściej opierają się na własnym doświadczeniu lub współpracy z innymi przedsiębiorstwami. Współpraca z sektorem B+R jest raczej wyjątkiem. Wniosek ten jest o tyle zaskakujący, że mamy do czynienia z sektorem, którego

immanentną cechą powinno być tworzenie nowych produktów w oparciu o powiązania pomiędzy nauką a biznesem. Taki stan rzeczy wskazuje wyraźnie, że w tym obszarze aktywności należy wprowadzić jeszcze dużo zmian. Przedstawiony wniosek jest wynikiem analizy ilościowej w ramach CATI, jednakże warto wyraźnie podkreślić, że w tym sektorze pojawiają się podmioty, które nawiązały i trwale współpracują z nauką. Podmioty te odnoszą sukcesy i chwalą sobie tego typu współpracę.

Przyglądając się potrzebom deklarowanym przez sektor wiedzy, wyraźnie pojawia się potrzeba dotacji, czyli utrzymania wsparcia bezzwrotnego przyznawanego ze środków publicznych. Kolejnymi ważnymi obszarami są: wiedza a z zakresu marketingu i sprzedaży, nowych rozwiązań informatycznych i nowych technologii. Badane podmioty wskazują, że ważnym czynnikiem budowania przewagi konkurencyjnej jest jakość usług oraz przystosowanie produktu do potrzeb klientów. Cena nie jest najważniejszym kryterium marketingowym, co niewątpliwie wynika z faktu skierowania swojej podstawowej aktywności do sektora biznesu.

Podsumowując można stwierdzić, że sektor ten może zostać określony jako jedna z kluczowych specjalizacji dla Mazowsza.

Tendencje do tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych firm sektora wiedzy

Oferta środków publicznych na tworzenie i rozwój klastrów z jednej strony wpłynęła na gwałtowne zwiększenie ich liczby w ostatnich latach, z drugiej zaś wytworzyła grupę wysoko wyspecjalizowanych biurokratów, którzy są w stanie wypracować takie regulacje prawne, które pozwolą klastrowi uzyskać dotację na rozwój.

Wydaje się, że stworzenie możliwości finansowania rozwoju klastrów ze środków publicznych, uruchomiło lawinę tego typu inicjatyw na terenie Polski, w tym także w województwie mazowieckim. Silny stopień formalizacji klastra z pewnością ułatwia nawiązanie z nim współpracy w przypadku dużych organizacji, które same dysponują bardzo rozbudowanymi wewnętrznymi procedurami. Z drugiej strony zaś może działać odstraszaingly na przedsiębiorstwa, w tym przede wszystkim podmioty sektora wiedzy. Ocena efektywności instytucji otoczenia biznesu jest w tej chwili w Polsce (oraz Mazowszu) bardzo trudna. Z jednej strony warto zauważyć, że te instytucje liczą się raczej z niewielkim zainteresowaniem małych i średnich przedsiębiorstw, z drugiej strony zaś należy pamiętać, że większość tego typu instytucji otrzymała dofinansowanie na rozwój dopiero w latach 2007 – 2013. Instytucje te są zatem na początku swojej drogi i dopiero w tej chwili budują długookresowe strategie wspierania swoich podopiecznych. Taka charakterystyka dotyczy także klastrów, jako zinstytucjonalizowanej formy wsparcia. Klaster z jednej strony umożliwia taką współpracę, z drugiej zaś łączy w sobie podmioty funkcjonujące w różnych sferach (nauka, biznes, organizacja nie działająca dla zysku) oraz o różnej wielkości, co często utrudnia nawiązanie współpracy.

Przeprowadzone badania sektora wiedzy wskazały, że respondenci nie posiadają wiedzy o klastrach i ich ofercie. W związku z tym wydaje się zasadnym dalsza popularyzacja tej formy kooperacji wśród podmiotów sektora wiedzy.

Współpraca międzynarodowa w działalności sektora

Stopień umiędzynarodowienia firm sektorów wiedzy jest wyższy w porównaniu ze statystyczną polską firmą. Warto zwłaszcza podkreślić, że firmy tego sektora niejednokrotnie opanowują nisze rynkowe i kierują swoje usługi głównie na rynki światowe. Najwyższy stopień umiędzynarodowienia charakteryzuje branżę usług badania rynku (gdzie niemal połowa firm deklaruje prowadzenie działalności na rynku światowym) oraz branżę usług prawnych, a najniższy - branżę usług/pośrednictwa finansowego oraz usług informatycznych i telekomunikacyjnych (ICT).

Podstawowym przejawem aktywności międzynarodowej podmiotów sektorów wiedzy jest współpraca z zagranicznymi firmami. Uczestnikami międzynarodowych sieci współpracy są najczęściej firmy oferujące usługi badania rynku (22,2%). O wysokim potencjale umiędzynarodowienia firm sektorów wiedzy świadczy to, że w przypadku niektórych form międzynarodowej aktywności (takich jak prowadzenie działalności eksportowej, współpraca z zagranicznymi firmami, partnerstwo w projektach międzynarodowych, czy też członkostwo w międzynarodowych sieciach współpracy), firmy jednoosobowe równie często poddają się internacjonalizacji, jak ich więksi odpowiednicy. Zależność pomiędzy wielkością firmy a umiędzynarodowieniem widoczna jest jedynie w przypadku tworzenia przedstawicielstwa (wraz ze wzrostem liczby zatrudnionych w firmie pracowników rośnie częstotliwość wyboru przedstawicielstwa jako formy internacjonalizacji), co odpowiada klasycznemu wzorcowi internacjonalizacji.

Z punktu widzenia możliwości objęcia sektorów wiedzy ukierunkowanym wsparciem przez politykę gospodarczą, warto zwrócić uwagę na cezurę czasową, która istotnie zwiększa skłonność firm do działania w wymiarze międzynarodowym. I tak, dla podjęcia działalności na rynkach państw członkowskich UE taką cezurę czasową stanowi okres 3 - 6 lat, natomiast dla podjęcia działalności na rynkach państw nie będących członkami UE i na rynkach globalnych – 7 – 10 lat.

Nieco ponad połowa firm zaangażowanych już obecnie w działalność międzynarodową, planuje wzmocnienie swojej aktywności. Niezależnie od branży działalności, planowanym krajem ekspansji są kraje europejskie. W przypadku pozostałych destynacji, da się zauważyć pewne zróżnicowania branżowe - kraje Ameryki Północnej są preferowanym (poza Europą) miejscem ekspansji dla firm z branży usług ICT i sektora badawczo-rozwojowego, kraje Afryki - dla firm z branży usług badania rynku i usług konsultingowych, natomiast kraje Azji - dla firm z branży usług prawnych.

Szansę w internacjonalizacji działalności częściej dostrzegają firmy najmłodsze, funkcjonujące na rynku krócej niż 3 lata oraz firmy najstarsze o ponad dziesięcioletnim stażu rynkowym.

Aktywność projektowa z wykorzystaniem środków publicznych

Aktywność projektowa wydaje się być umiarkowana w tej grupie podmiotów. Może wynikać to z faktu iż są to organizacje świadczące usługi doradcze lub wspierające rozwój innych podmiotów, dla których praktycznie nie ma bezpośrednich rozwiązań dotacyjnych. Najczęściej korzystają one z możliwości finansowania rozwoju swoich pracowników, tak aby podwyższyć jakość swojego kapitału ludzkiego lub współpracują w grantach badawczych.

Poszukując odpowiedzi na pytanie w jaki sposób wspierać rozwój tego sektora ze środków publicznych wydaje się, że warto skoncentrować się na:

- Umożliwieniu sfinansowania kosztów przygotowania wykwalifikowanych pracowników przez te podmioty poprzez szkolenia, staże i praktyki.
- Budowaniu zachęt do tworzenia powiązań kooperacyjnych.
- Rozszerzaniu wolumenu usług doradczych kupowanych przez władze samorządowe w formie zamówień publicznych.

Potencjał współpracy z sektorem B+R

Niski poziom współpracy pomiędzy biznesem a sektorem nauki jest jedną ze słabych stron nie tylko gospodarki Mazowsza, ale całej Polski. Zjawisko jest wielowątkowe i ma kilka kluczowych przyczyn. Na tym tle sektor wiedzy województwa mazowieckiego nie odbiega zbytnio od normy. Wspieranie przedsiębiorstw w nawiązywaniu współpracy z sektorem biznesu jest ważnym czynnikiem, który umożliwi zbudowanie trwałej przewagi konkurencyjnej. Koniecznym jest zatem utrzymanie dotychczasowych oraz tworzenie nowych mechanizmów zachęt. Należać do nich powinny:

- Rozwiązania podatkowe.
- Dotacje ukierunkowane na tworzenie bądź utrzymywanie takiej współpracy.
- Tworzenie struktur umożliwiających taką współpracę (m.in. parki technologiczne, klastry, inkubatory).

Jednakże warto pamiętać, że efektywność współpracy pomiędzy tymi dwiema sferami wymaga wysokiego kapitału społecznego, który przełoży się na wzajemne zaufanie i zrozumienie.

Potencjał absorpcyjny firm sektora wiedzy w kontekście nowej perspektywy finansowej UE

Zasadniczym pytaniem na które należy znaleźć odpowiedź w kontekście nowej perspektywy finansowej nie jest zakres merytoryczny projektów, ponieważ po latach dotychczasowych doświadczeń został on już optymalnie oszacowany i zawiera naprawdę potrzebne i efektywne formy wsparcia.

Kluczowym pytaniem jest mechanizm ich finansowania. W chwili obecnej rozważa się opcje dotacji bezzwrotnych, jak i mechanizmów odnawialnych (fundusze pożyczkowe lub inwestycyjne). Sektor wiedzy wyraźnie wskazuje na potrzebę utrzymania dotacji. Należy jednak podkreślić, że w tej grupie podmiotów występuje duży odsetek firm niezainteresowanych ubieganiem się o dotacyjne formy wsparcia.

Ten trudny do zinterpretowania wniosek wynikający z odpowiedzi respondentów może wskazywać na kilka ważnych aspektów:

- Dotacja jako forma finansowania rozwoju podmiotu - chociaż bezzwrotna - tworzy określony koszt dla podmiotu z niej korzystającego. Część z tych kosztów pojawia się w bezpośrednim rachunku finansowym (np. koszt przygotowania dokumentów aplikacyjnych, koszt pożyczenia środków współfinansujących wkład własny lub opóźnienia w przekazywaniu środków publicznych). Druga grupa kosztów ma charakter ekonomiczny i dotyczy czynników, które są trudne bądź niemożliwe do oszacowania dla wnioskodawcy (np. koszt oddelegowania pracowników do obsługi administracyjnej projektu, koszty ryzyka operacyjnego związanego z realizacją projektu i wydatkowaniem środków publicznych, koszty nadzoru ze strony instytucji zaangażowanych we wdrażanie środków publicznych). Koszt ten jest często brany pod uwagę przy ewentualnej decyzji o wystąpieniu po tego typu środki.
- Dostęp do dotacji jest trudny pod względem administracyjnym i wymaga specyficznej wiedzy. Bardzo często nie jest to wiedza o innowacji będącej przedmiotem wsparcia, ale o zasadach zachowania poprawności językowej czy zastosowania określonych słów – kluczy we wniosku o dofinansowanie. Ten formalizm leksykalny często zniechęca podmioty do pozyskiwania środków w ten sposób.
- Dotacja jako mechanizm bezzwrotny jest jednakże ważnym zastrzykiem środków finansowych dla wnioskodawcy, często jedynym dostępnym dla niego źródłem kapitału na rozwój.

Biorąc pod uwagę powyższe refleksje bardzo trudno jednoznacznie ocenić rolę dotacji. Są one skomplikowanym w pozyskaniu i rozliczeniu źródłem finansowania działalności, często wykorzystywanym nieefektywnie, stanowiącym jednak ważny czynnik finansowania podmiotów. Warto podkreślić, że niektóre rozwiązania dotacyjne z których korzystają instytucje sektora wiedzy nie są możliwe do zrealizowania w oparciu o pozadotacyjne rozwiązania. Wśród licznych przykładów warto wskazać na Działanie 8.1. POIG, które oferuje bardzo wysokie fundusze dla nowo założonego podmiotu, który w normalnych warunkach raczej nie pozyskałby tej wysokości środków na rynku. Możliwości finansowania swoich pomysłów daje również Działanie 6.2. POKL, czy np. Działanie 1.2. RPO WM lub 1.4 POIG w których można uzyskać relatywnie wysokie środki finansowe na stworzenie lub wdrożenie innowacji. Biorąc pod uwagę poziom rozwoju sektora bankowego i rynku kapitałowego (fundusze inwestycyjne), w dniu dzisiejszym w Polsce, należy wyraźnie powiedzieć, że tego typu wsparcie nie było by możliwe do pozyskania ze źródeł pozadotacyjnych. W związku z tym dotacja odgrywa ważną rolę jako mechanizm wsparcia tego sektora i dalej będzie dla tych podmiotów istotnym źródłem rozwoju.

Alternatywnym wobec dotacji źródłem finansowania są fundusze odnawialne występujące najczęściej w dwóch formach: jako fundusze pożyczkowe lub jako publiczne (lub publiczno – prywatne) fundusze inwestycyjne.

Fundusze pożyczkowe oferują pożyczki według niższej niż rynkowa cenie, udzielane według mniej rygorystycznych zasad niż ma to zastosowanie w sektorze bankowym. Jednakże pomimo tego faktu to właśnie sektor bankowy jest (czy będzie) głównym konkurentem dla funduszy pożyczkowych. Ostatnie lata bardzo zmieniły zakres oferty sektor bankowego dla małych i średnich przedsiębiorstw (dalej: MSP). O ile kilkanaście lat temu sektor MSP był praktycznie niezauważalny przez banki o tyle dzisiaj na rynku funkcjonuje kilka – kilkanaście banków oferujących pakiet produktów skierowany do MSP. Z reguły tego typu oferta obejmuje prowadzenie rachunku bankowego, doradztwo w zakresie rachunkowości i podatków, preferencyjny dostęp do kredytu obrotowego i inwestycyjnego, finansowanie leasingu oraz faktoring. Ten pakiet usług jest kierowany bardzo często już do start-upów, co jeszcze kilka lat temu nie było możliwe na rynku. W związku z tym oferta funduszy pożyczkowych pomimo, że bardziej atrakcyjna cenowo będzie konkurowała z ofertą banków komercyjnych. Oznacza to, że potencjalne efekty udzielanych pożyczek mogą być trudne do oszacowania, a potencjalni pożyczkobiorcy mogą wybrać bardziej atrakcyjny marketingowo wizerunek banku komercyjnego. Niemniej wydaje się, że pożyczki są ważnym elementem wsparcia sektora wiedzy. Pożyczka ze względu na swoją dostępność może być atrakcyjnym mechanizmem wsparcia finansowego. Niestety obecna perspektywa finansowa wskazuje, że zainteresowanie pożyczkami jest relatywnie niewielkie, co wynikać może z następujących czynników:

- Nowość tego typu instytucji na rynku.
- Dostępność dotacji, które pomimo wielu cech negatywnych są instrumentem bezzwrotnym.
- Silna konkurencja sektora banków komercyjnych.

Przyszłość tego typu instrumentów jest bardzo trudna do przewidzenia.

Drugim mechanizmem bezpośredniego wsparcia jest fundusz inwestycyjny, najczęściej typu seed-capital, który ze środków publicznych finansuje etap preinkubacji oraz pierwszą fazę rozwoju przedsiębiorstwa. Znamienita większość tego typu funduszy powstała w perspektywie finansowej 2007 – 2013 i w tej chwili najczęściej funkcjonują one dopiero kilka lat. W związku z tym bardzo trudne jest oszacowanie faktycznej efektywności tej formy wsparcia. Rozmowy z przedstawicielami tego sektora wskazują na kilka ważnych problemów związanych z przekazywaniem środków w ramach inwestycji, do których należą:

- Jakość pomysłu składanego przez potencjalny start-up – bardzo często nawet pobieżna ocena innowacyjności i jego potencjału wskazuje na niewielkie szanse na zaistnienie na rynku.
- Nieuregulowane kwestie własności intelektualnej – wynikające niestety z niskiej kultury prawnej wśród przedsiębiorców sektora wiedzy. Bardzo często analiza prawna wskazuje, że

przedsiębiorca nie jest właścicielem innowacji, a tylko jej twórcą, który nie posiada do niej praw majątkowych.

- Krótki horyzont czasowy planowanych inwestycji – fundusz inwestycyjny oczekuje wysokiej stopy zwrotu (z reguły na poziomie 30%), a planowane inwestycje często nie są w stanie zapewnić takiego poziomu przychodów.

Ważnym czynnikiem jest także brak funduszy inwestycyjnych, które zapewnią dalsze finansowanie rozwoju tego podmiotu, który wyjdzie poza fazę start-up. Na rynku polskim (Mazowsze plasuje się lekko powyżej średniej) ciągle brakuje efektywnych narzędzi finansowania rozwoju podmiotu z kapitału własnego (np. pozyskanie inwestora).

Jednakże tego typu wsparcie funkcjonuje i tworzy alternatywę dla mechanizmu dotacji. Ocena efektywności funduszy pożyczkowych i inwestycyjnych finansowanych ze środków publicznych jest niestety bardzo trudna do przeprowadzenia. Kluczowym problemem jest tutaj przede wszystkim młody wiek tego typu podmiotów. Wydaje się jednakże, że tego typu mechanizmy wsparcia powinny być dalej rozwijane.

Wewnętrzne zróżnicowanie sektora wiedzy wymaga niewątpliwie różnorodnych mechanizmów jego wspierania. Sektor ten potrzebuje zarówno dotacji (przede wszystkim związanych z uruchamianiem działalności lub zacieśnianiem współpracy ponadsektorowej) jak i mechanizmów odnawialnych w postaci instrumentów pożyczkowych i funduszy inwestycyjnych.

Diagnoza sektora wiedzy województwa mazowieckiego w kontekście innych regionów Polski

Rozwój ilościowy sektorów wiedzy w woj. mazowieckim zdecydowanie wyprzedza wszystkie pozostałe regiony Polski. W skali całego kraju województwo mazowieckie skupia od nieco powyżej 20% podmiotów zarejestrowanych w poszczególnych działach (61, 63, 64, 69) do nawet ponad 38% podmiotów w dziale 70. Co istotne, w odróżnieniu od wielu innych województw, w których rozwój ilościowy uległ na przestrzeni lat 2009-2012 zahamowaniu lub nawet regresowi, w województwie mazowieckim notuje stały, stabilny wzrost.

Przeprowadzone w ramach badania analizy wyraźnie pokazały, że rozwój ilościowy podmiotów reprezentujących sektory wiedzy odzwierciedla poziom rozwoju społeczno-gospodarczego regionów.

Dane dotyczące liczby osób pracujących w podmiotach gospodarki narodowej reprezentujących sektory wiedzy obrazują kontynuowany, stabilny rozwój ilościowy w województwie mazowieckim. Dowodzi to osiągnięcia przez sektory wiedzy w województwie mazowieckim fazy względnej dojrzałości rozwojowej, która daje większe poczucie stabilności funkcjonującym w nim podmiotom oraz większe możliwości dla polityki gospodarczej stymulującego pobudzania będącymi w jej dyspozycji instrumentami.

3.10. Analiza SWOT

Analiza sektora wiedzy w województwie mazowieckim.

Mocne strony	Słabe strony
- dynamiczny rozwój sektorów wiedzy w województwie - liczna obecność firm dynamicznych, o wysokim potencjale rozwoju - szybciej osiągnięta przez podmioty sektorów wiedzy dojrzałość do podejmowania ekspansji międzynarodowej - wchodzenie w nisze rynkowe, co niejednokrotnie pozwala osiągnąć dominującą pozycję na rynkach ponadkrajowych - rozwinęte instytucje badawczo-rozwojowe	- niski poziom kapitału społecznego warunkującego współpracę podmiotów - niski poziom współpracy przedsiębiorstw w ramach porozumień klastrowych i słabe zainteresowanie takimi inicjatywami - niski poziom współpracy z sektorem B+R - wysoki poziom fluktuacji rynkowej firm sektorów wiedzy - umiarkowana aktywność projektowa z wykorzystaniem środków publicznych
Szanse	Zagrożenia
- potencjał gospodarczy województwa mazowieckiego, w tym chłonny rynek - konsumpcja efektu wyprzedzenia w okresie najbliższych 10-15 lat - dominacja w sektorach wiedzy firm bardzo małych, które dla kontynuowania rozwoju są skazane na szersze wykorzystanie różnorodnych możliwości współpracy uzupełniających brak lub niedostatecznie rozwinięte kompetencje - rozwój sformalizowanych porozumień o współpracy (w tym klastrów) w sektorach wiedzy - szersze i szybsze wchodzenie na rynki międzynarodowe i umacnianie na nich swojej pozycji - szersza współpraca sektora biznesu i nauki - powiększanie się kapitału społecznego - ukształtowanie pozytywnego wizerunku Polski i Warszawy w szczególności jako miejsca tworzenia usług wiedzochłonnych powstających w rezultacie współpracy międzynarodowej - szersze włączenie miast w regionie w procesy rozwoju społeczno-gospodarczego województwa mazowieckiego	- utrzymująca się recesja gospodarcza - pogorszenie się konkurencyjności firm sektorów wiedzy w województwie mazowieckim - pogłębienie się zjawiska drenażu mózgów (brain drain) i odpływ z terenu województwa mazowieckiego osób wykształconych zasilających rozwój sektorów wiedzy - pogorszenie się warunków do inicjowania i prowadzenia działalności gospodarczej jako rezultat wprowadzenia niekorzystnych zmian w sferze regulacyjnej, w tym zwłaszcza w zakresie rozwiązań fiskalnych i administracyjnych - dalsze pogłębianie się wewnętrznego zróżnicowania terytorialnego w województwie mazowieckim (w układzie aglomeracja warszawska – reszta województwa) - znaczący stopień heterogeniczności sektorów wiedzy rodzący ryzyko nietrafionej interwencji w przypadku braku jej indywidualizacji

4. Załączniki

4.1. Tabela wniosków i rekomendacji

Lp.	Wniosek z badania	Proponowana rekomendacja	Adresat rekomendacji	Proponowany sposób wdrożenia rekomendacji
1	Sektory wiedzy charakteryzują się znaczącym stopniem heterogeniczności, co uniemożliwia zastosowanie jednolitych narzędzi wsparcia ich rozwoju.	Skuteczna realizacja polityki wsparcia wymaga zindywidualizowanego podejścia do poszczególnych sektorów. Należy w niej uwzględnić kluczowe czynniki rozwoju każdego z sektorów (stymulant i destymulant) oraz specyficzne potrzeby tych podmiotów.	UM (Urząd Marszałkowski)	Indywidualizacja wsparcia sektorów wiedzy będzie wymagać pogłębionych badań pierwotnych wśród firm reprezentujących sektory wiedzy, które pozwolą zidentyfikować uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne rozwoju poszczególnych sektorów. Pogłębiony proces badawczy umożliwi optymalizację wykorzystania przewag konkurencyjnych sektorów wiedzy w województwie mazowieckim, przy jednoczesnym uwzględnieniu ich potencjału dla kształtowania inteligentnej specjalizacji regionu.
2	Sektory wiedzy charakteryzują się największymi opóźnieniami rozwojowymi w stosunku do wyżej rozwiniętych krajów UE, co oznacza wysokie prawdopodobieństwo kontynuacji przyspieszonego wzrostu na przestrzeni najbliższych 10-15 lat.	Diagnoza uwarunkowań rozwojowych sektorów wiedzy powinna stanowić punkt wyjścia dla nakreślenia kierunków i metod dynamizowania ich rozwoju. Dla podtrzymania zdiagnozowanej tendencji wyprzedzania w stosunku do innych regionów kraju niezbędne jest pojawienie się nowych impulsów, które będą ten wzrost napędzać. Obecnie obserwowana dynamika zmian gospodarczych, społecznych, kulturowych i technologicznych wymaga zastosowania odpowiedniego instrumentarium dla monitoringu i analizy zmian zachodzących w otoczeniu i sytuacji podmiotów funkcjonujących w sektorach wiedzy.	UM (Urząd Marszałkowski)	Proponuje się zaplanowanie zasad funkcjonowania (określenia miejsca w strukturze jednostki, zakresu działania, finansowania, itd.) i wdrożenie obserwatorium sektorów wiedzy, którego celem będzie dostarczanie obiektywnych i wyczerpujących informacji niezbędnych w procesie planowania strategicznego oraz kształtowania polityki wsparcia ich rozwoju. Dane powinny pochodzić z dostępnych danych wtórnych (głównie ze statystyki publicznej) oraz danych pierwotnych, w optymalny sposób zbieranych w cyklu rocznym w badaniu panelowym przedsiębiorstw należących do sektorów wiedzy.

3	Umieędzynarodowienie podmiotów sektorów wiedzy jest wyższe w porównaniu z przeciętną firmą. Podmioty te często działają w niszach rynkowych. Zakres badania nie obejmował analizy przyczyn internacjonalizacji, co nie pozwala stwierdzić, czy w decyzjach o wyjściu na rynki zagraniczne dominowały czynniki typu <i>push</i> (pchające), wynikające na przykład z dużej konkurencji na rynku krajowym lub niskiej chłonności rynku krajowego, czy też czynniki typu <i>pull</i> (ssące), tworzące zachęty dla działania na rynkach zagranicznych (jak chociażby wyższa stopa zysku możliwa do uzyskania na rynkach zagranicznych). Niezależnie od motywów wychodzenia na rynki międzynarodowe firmy tego sektora szybciej osiągają dojrzałość do podjęcia ekspansji międzynarodowej (przy czym jest ona ponadprzeciętnie często udziałem firm jednoosobowych o niskim stopniu wyposażenia w zasoby ludzkie, finansowe i rzeczowe), czego wyrazem są deklaracje planów umieędzynarodowienia składane przez firmy działające na rynku nie dłużej niż 3 lata. Firmy sektorów wiedzy wykazują znaczące zróżnicowanie branżowe pod względem kraju/regionu destynacji ekspansji.	Wyjście na rynki międzynarodowe oferuje liczne korzyści, wśród których można wymienić chociażby dywersyfikację ryzyka rynkowego, czy wyższą zyskowność. Wcześniejszą gotowość do internacjonalizacji firm sektorów wiedzy można wykorzystać poprzez łagodzenie barier internacjonalizacji związane z zapewnieniem im odpowiedniego wsparcia informacyjnego, doradczego, kompetencyjnego i finansowego.	UM (Urząd Marszałkowski), regionalne instytucje otoczenia biznesu	Łagodzenie barier internacjonalizacji powinno wiązać się z wykorzystaniem dostępnych instrumentów, w szczególności w zakresie łagodzenia barier: (i) informacyjnych – polegających na docieraniu z informacją o możliwościach podejmowania współpracy zagranicznej, warunkach prowadzenia działalności gospodarczej w wymiarze międzynarodowym (w tym np. obowiązujących za granicą standardach i wymogach prawnych), nagłaśniania sukcesów firm na arenie międzynarodowej (ii) doradczych – wsparcie doradcze związane z penetracją rynków zagranicznych, szacowaniem wolumenu sprzedaży na rynkach zagranicznych, adaptacją produktów/usług do warunków rynków zagranicznych itd. (iii) kompetencyjnych – wsparcie procesów kooperacyjnych służących uzupełnieniu brakujących kompetencji niezbędnych do rozwinięcia działalności międzynarodowej (np. wsparcie procesów sieciowania) (iv) finansowych – wsparcie finansowe projektów ekspansji międzynarodowej
4	Lokalizacja firm sektorów wiedzy jest silnie skoncentrowana w Warszawie i powiatach ościennych, co jest naturalną cechą wiedzochłonnych usług biznesowych (tendencja do koncentracji w dużych ośrodkach miejskich jest obserwowana także w innych regionach). Poza	Potencjał gospodarczy Warszawy jako ośrodka rozwoju regionu powinien w większym stopniu znajdować pozytywne przełożenie na funkcjonowanie ośrodków subregionalnych poprzez wzmacnianie powiązań centrum regionu z jego peryferiami.	UM (Urząd Marszałkowski)	Wdrożenie rekomendacji będzie wymagać podjęcia działań w sferze regulacyjnej, w szczególności w zakresie dystrybucji środków w przyszłym okresie programowania na lata 2014-2020, co będzie stymulować powstawanie i wspierać rozwój przedsiębiorstw reprezentujących sektory

	aglomeracją warszawską sektory wiedzy praktycznie nie występują. Problemem, któremu należy przeciwdziałać, jest relatywnie słabe powiązanie funkcjonalne firm sektorów wiedzy na Mazowszu z rynkami regionalnymi.	Będzie to wymagać czynnego włączenia się władz regionu do wzmocnienia powiązań funkcjonalno-przestrzennych pomiędzy Warszawą a resztą regionu.		wiedzy. Przy planowaniu dystrybucji środków warto rozważyć premiowanie rozwiązań zakładających kooperację (sieciowanie) przedsiębiorstw, co będzie wzmacniać powiązania funkcjonalne, oraz inicjatyw angażujących firmy sektorów wiedzy z regionów poza Warszawą i jej okolic, co będzie pozytywnie kształtować rozmieszczenie przestrzenne firm tych sektorów w województwie mazowieckim.
5	Aktywność tego sektora na rynku – sektor wiedzy najczęściej funkcjonuje na obszarze rynku krajowego, sprzedając swoje produkty na terenie co najmniej 2 województw. Ewentualna działalność eksportowa tego sektora wymaga rozbudowanego systemu zachęt i wsparcia.	Budowa systemu zachęt ukierunkowanych do sektora usług na prowadzenie działalności eksportowej.	UM, regionalne instytucje otoczenia biznesu	Pilotażowe wdrożenie narzędzi wspierających aktywność tego sektora na rynkach zagranicznych oraz bieżące weryfikowanie ich efektywności.
6	Zbyt niska skłonność do współpracy sektora wiedzy z sektorem B+R.	Budowa kompleksowego systemu zachęcającego do nawiązania tego typu współpracy obejmującego zarówno narzędzia polityki gospodarczej (dotacje, rozwiązania podatkowe), jak i działania promocyjne (identyfikowanie i promocja dobrych praktyk).	UM	Tworzenie zachęt na stymulowanie takiej współpracy powinno być skierowane zarówno do sektora wiedzy, jak i sektora B+R. Należy pamiętać o silnym wewnętrznym zróżnicowaniu tego sektora na obszarze Mazowsza i zbudowaniu zróżnicowanego systemu wspierania powiązań dostosowanego do faktycznych potrzeb podmiotu.
7	Niewielka skłonność do uczestnictwa w inicjatywach klastrowych. Podmioty sektorów wiedzy wciąż jeszcze nie dostrzegają potencjału rozwiązań klastrowych.	Promocja rozwiązań klastrowych i inicjowanie innych działań zachęcających do poszerzania kooperacji, np. spotkania branżowe, platformy internetowe.	UM, Samorządy lokalne	Niski poziom kapitału społecznego i wynikający z niego niski poziom zaufania utrudniają rozwój i funkcjonowanie sformalizowanych sieci powiązań. Ich wspieranie powinno być ukierunkowane nie tylko na finansowanie rozwoju klastrów (czy innych form kooperacji) ale także na zmianę sposobu myślenia o tego typu współpracy. Zakres działań, które warto w tym kontekście

			wdrożyć, powinien obejmować: - działania edukacyjne, w tym zwłaszcza ukazujące korzyści współpracy, - mapowanie ludzi, projektów, promowanie lokalnych liderów zmian, - wsparcie inicjatyw intersektorowych, co będzie sprzyjać budowaniu współpracy oraz dyfuzji i akumulacji wiedzy w układzie podmiotowym (we współpracujących podmiotach) i przestrzennym (na obszarze działania tych podmiotów), - benchmarking i upowszechnianie dobrych praktyk, co będzie ukazywać przykłady podobnych działań podejmowanych w innych lokalizacjach (zwłaszcza w warunkach podobnego stopnia polaryzacji wewnątrzregionalnej).
--	--	--	---

4.2. Drzewo problemów

Niesatysfakcjonujący poziom rozwoju sektora wiedzy w województwie mazowieckim ma swoje fundamentalne podłoże w braku funkcjonowania gospodarki wolnorynkowej w Polsce przez okres około 50 lat. Tak długi okres tkwienia w warunkach gospodarki centralnie planowanej sprawia, że utrwalone zmiany strukturalne nie będzie łatwo przezwyciężyć, ponieważ wywarły negatywne skutki na rozwój społeczno-gospodarczy w Polsce i zostały mocno ugruntowane w świadomości społeczeństwa polskiego (ich przezwyciężenie wymaga zmiany pokoleniowej).

Powyższa praprzyczyna przekłada się na następujące konsekwencje (przyczyny pochodne):

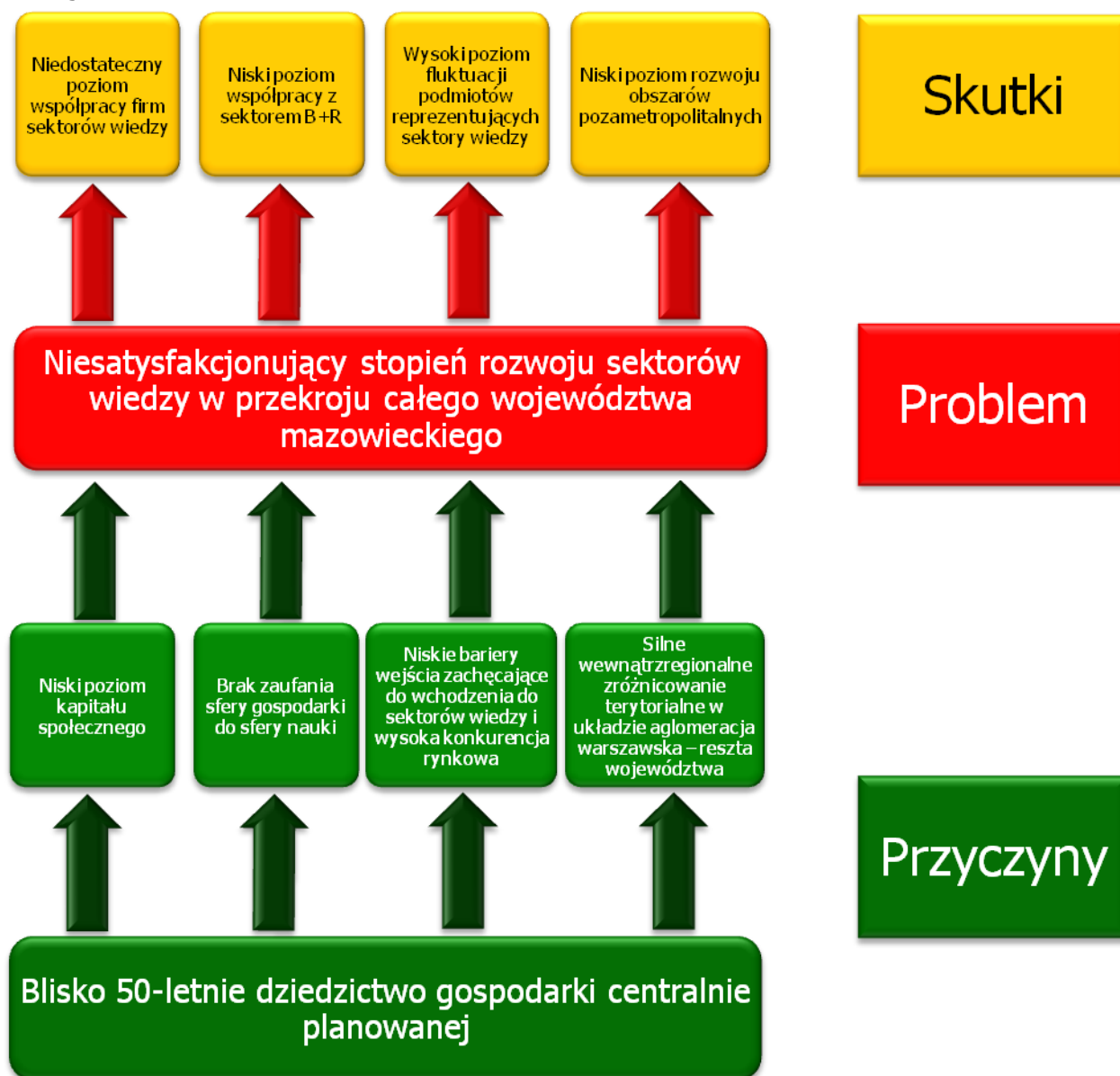
- niski poziom kapitału społecznego
- brak zaufania sfery gospodarki do sfery nauki
- niskie bariery wejścia zachęcające do wchodzenia do sektora wiedzy i wysoka konkurencja rynkowa
- silne wewnątrzregionalne zróżnicowanie terytorialne w układzie aglomeracja warszawska – reszta województwa

Obserwowane negatywne skutki to:

- niedostateczny poziom współpracy firm sektora wiedzy
- niski poziom współpracy z sektorem B+R
- wysoki poziom fluktuacji podmiotów reprezentujących sektor wiedzy
- niski poziom rozwoju obszarów pozametropolitalnych

Powyższe zależności zostały przedstawione w ujęciu graficznym na Rys. 17.

Rysunek 17. Drzewo problemów wpływających na rozwój sektora wiedzy w województwie mazowieckim



Źródło: Opracowanie własne

4.3. CANVAS – Kluczowe elementy modeli biznesowych firm sektorów wiedzy

Segmenty klientów

Pomimo wysokiego stopnia heterogeniczności sektorów usług, dla większości firm działających w tych sektorach dopasowanie oferty usług do zindywidualizowanych potrzeb klientów stanowi kluczowy czynnik konkurencyjności. Na indywidualizacji zaspokajania potrzeb klientów bazują dwie podstawowe strategie dostarczania usług klientom stosowane przez firmy sektorów wiedzy, a mianowicie segmentacja rynku i strategia niszy rynkowej.

W przypadku segmentacji rynku stosowane przez firmy modele biznesowe opierają się na wyodrębnieniu segmentów różniących się od siebie potrzebami. W obszarze usług ICT może to być np. dopasowanie funkcjonalności tych usług do oczekiwań odbiorcy. Z kolei rynki niszowe opanowywane są często przez małe firmy (a takie dominują w sektorach wiedzy), bowiem spodziewane strumienie przychodów są zbyt niskie, by stanowić cel działania firm większych rozmiarów. Mała wielkość firmy sprzyja też elastyczności działania i umożliwia szybką reakcję na zmieniające się potrzeby klientów.

Propozycja wartości

Propozycja wartości oznaczająca zestaw korzyści, jakie są oferowane klientom, bazuje najczęściej na jakościowych cechach usługi, a jej istotną cechą jest użyteczność. Dlatego w sektorach wiedzy głównym czynnikiem konkurencyjności firm, na co wskazywali respondenci badań, jest jakość usług. Klienci oczekują, że oferowane im rozwiązania będą innowacyjne i dopasowane do ich specyficznych potrzeb. Stąd duża rola wiedzy w kształtowaniu oferty rynkowej, dostępu do wiedzy i możliwości jej uzupełniania. Tworzy to naturalny klimat do współpracy przedsiębiorstw między sobą oraz przedsiębiorstw z jednostkami naukowymi (uczelniami wyższymi, jednostkami naukowymi i badawczymi).

Szczególnie w obszarze usług ICT (ale też księgowych, prawnych, zarządzania, B+R) istotne znaczenie może mieć także chęć uwolnienia się firm-zleceńodawców takich usług od realizacji zadań stanowiących jedynie dopełnienie ich podstawowej działalności biznesowej. Ta tendencja, wyraźnie widoczna na rynku, w naturalny sposób zwiększa popyt na tego rodzaju usługi.

Widocznym kierunkiem rozwoju oferty produktów i usług jest wprowadzanie rozwiązań intersektorowych, dla przykładu łączących propozycje z dziedziny reklamy z usługami sfery ICT.

Kanały

Kanały oznaczają miejsca styczności firmy z klientem, gdzie jest mu komunikowana i dostarczana wartość związana z usługą. W sektorach wiedzy, kanały – w większym jeszcze stopniu aniżeli w przypadku innych działalności – kształtują doświadczenia klientów, bowiem znacznie częściej oparte są na bezpośrednim, indywidualnym kontakcie z klientem. Są tego świadome firmy sektorów wiedzy, czego wyrazem jest wskazanie marketingu i sprzedaży jako drugiego pod względem ważności obszaru, w którym firma potrzebuje większej wiedzy lub kompetencji.

Relacje z klientami

Właściwe relacje z klientami są często kluczem do sukcesu firm sektorów wiedzy. Interakcje przybierają najczęściej postać osobistych, bezpośrednich kontaktów. Tworzenie właściwych relacji bazuje na długotrwałym budowaniu reputacji firmy, a przez to zapewnia im względną trwałość. Utrzymywanie wysoce spersonalizowanych więzi firm umożliwia zajęcie silnej pozycji w niszy rynkowej i tworzy istotne bariery dla firm nowych, wchodzących do tego segmentu rynku. Udana wejście na rynek będzie najczęściej wymagać od nowej firmy zaoferowania nowych, innowacyjnych usług, bowiem konkurencja cenowa ma w tym przypadku mniejsze znaczenie.

Strumienie przychodów

Firmy sektorów wiedzy na ogół generują znaczną część swoich przychodów w oparciu o relacje z niewielką grupą klientów. Z jednej strony rodzi to ryzyko znacznego pogorszenia przychodów w przypadku utraty nawet jednego klienta, z drugiej strony, tworzy fundamenty większej przewidywalności przychodów i trafienia z nową ofertą rynkową, która najczęściej powstaje przy ścisłej współpracy z klientem.

Rewolucja technologiczna, jak w przypadku każdej innej dziedziny gospodarki, może tworzyć zarówno szanse, jak i zagrożenia dla działalności firm sektorów wiedzy. Dobrym przykładem mogą tu być sektory usług finansowo-księgowych i usług prawnych, gdzie powszechny dostęp przez Internet do standardowej wiedzy z zakresu finansów i księgowości, czy też prawa, mocno ograniczył możliwości sprzedaży prostych usług dla wielu firm. Z kolei dla tych nielicznych firm, które wprowadziły te usługi na rynek i udostępniają nieodpłatnie lub za niewielką zapłatą (np. abonamentową) wiedzę prawniczą, finansową lub księgową poprzez różnorodne internetowe serwisy lub proste programy komputerowe, otworzył nowe możliwości.

Dla wielu firm sektorów wiedzy, zwłaszcza tych świadczących usługi o dużej wartości dodanej, rynki międzynarodowe stają się rynkami strategicznymi. Jest to prawdopodobny kierunek ewolucji tych sektorów, gdzie lepsze dostosowanie do rynku docelowego będzie osiągać się poprzez kooperację z lokalnymi partnerami.

Kluczowe zasoby

O przewadze konkurencyjnej w sektorach wiedzy mogą przesądzać indywidualne zasoby stanowiące aktywa firm oferujących usługi bazujące na wiedzy, jak również umiejętność szybkiego mobilizowania i właściwego konfigurowania zasobów będących w posiadaniu innych firm. Podstawą sukcesu jest w tym przypadku wysoki poziom usieciowienia firm, a efektywnym jej mechanizmem - klastry.

Przykładem na wyraźnie zarysowane tendencje do rozwoju palety usług i produktów w tym kierunku jest działalność firm badania rynku oraz firm prawniczych łączących się w konsorcja z firmami tej samej branży w celu pozyskania i realizacji zleceń. Współdziałając są w stanie spełnić często wysokie oczekiwania jakościowe i czasowe zlecniodawców.

Kluczowe działania

Kluczowe działania podejmowane przez firmy sektorów wiedzy są często zorientowane na maksymalizację wartości dla klienta, czego nie da się osiągnąć bez dialogu z klientem na każdym etapie jego obsługi, poczynwszy od przygotowania kształtu usługi, poprzez jej realizację, a kończąc na etapie posprzedażowym. Ważną rolę na każdym etapie obsługi klienta odgrywa monitorowanie stopnia jego satysfakcji z usługi, co jest podstawą dla budowania trwałych relacji z klientem.

Kluczowi partnerzy

Współpraca z kluczowymi partnerami często przesądza o możliwości uzyskania przewagi konkurencyjnej na rynku. Przy obecnie wysokim stopniu specjalizacji biznesowej i natłoku informacji, których trzeba poszukiwać, gromadzić je, analizować i zarządzać nimi, przeważnie nie da się zająć i utrzymać dobrej pozycji na konkurencyjnym rynku działając „w pojedynkę”. Rola kluczowych partnerów polega najczęściej na uzupełnianiu zasobów wiedzy i kompetencji, których brakuje w firmie lub są na niewystarczającym poziomie. Współpraca z partnerami biznesowymi pozwala sprostać rosnącym wymaganiom klientów i wydaje się to być naturalnym kierunkiem rozwoju rynku.

Strumienie kosztów

Bliska współpraca z klientami przy kształtowaniu i dostarczaniu usługi pociąga za sobą wyższe koszty takiej „zindywidualizowanej” usługi. Jednakże z drugiej strony, względnie trwała baza klientów redukuje koszty dotarcia do rynku związane ze stworzeniem nowej usługi (w sposób typowy najczęściej o wysokim stopniu niepewności co do jej akceptacji przez rynek) oraz dotarcia z tą ofertą do klientów.

Z kolei, współpraca z partnerami pozwala optymalizować koszty przygotowania i realizacji usługi, i rozłożyć koszty i ryzyko pomiędzy kooperujące podmioty.

4.4. Case Study

Studium przypadku (usługi prawne) JWP Rzecznicy Patentowi



1. Informacje o podmiocie

Kancelaria JWP Rzecznicy Patentowi funkcjonuje na rynku od 1992 roku. Firma jest jedną z wiodących kancelarii patentowych w kraju. Świadczy kompleksowe usługi w zakresie ochrony własności intelektualnej i przemysłowej obejmujące ochronę znaków towarowych, wynalazków, wzorów użytkowych, wzorów przemysłowych i domen internetowych. Kancelaria prowadzi również sprawy dotyczące naruszeń praw wyłącznych i czynów nieuczciwej konkurencji, w tym postępowania administracyjne, cywilne oraz karne i celne.

Firma obsługuje zarówno klientów krajowych, jak i zagranicznych. Jej klientami są firmy innowacyjne, przedsiębiorstwa o profilu przemysłowym oraz instytuty badawczo-rozwojowe. Współpracuje również z zagranicznymi kancelariami, za pośrednictwem których obsługuje klientów spoza Polski.

Kancelaria JWP prowadzi postępowania przed Polskim i Europejskim Urzędem Patentowym oraz Urzędem Harmonizacji Rynku Wewnętrznego i Biurem Międzynarodowym Światowej Organizacji Własności Intelektualnej, a także właściwymi krajowymi i europejskimi sądami oraz krajowymi organami ścigania i administracji celnej.

W 2011 r. przy kancelarii została powołana fundacja JWP Masz pomysły? Masz patent. Masz Zysk!, która świadczy usługi pro publico bono. Celem fundacji jest podnoszenie świadomości społecznej w zakresie ochrony własności intelektualnej i przemysłowej poprzez edukację wybranych grup docelowych – przedsiębiorców, pracowników instytutów badawczych i naukowców. Usługi świadczone przez Kancelarię JWP uzupełnia oferta powołanej w 2012 r. spółki JWP Adwokaci i Radcowie Prawni. Wspólnie firmy zapewniają kompleksową obsługę wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, potrzebujących kompleksowego wsparcia w zarządzaniu własnością intelektualną w firmie.

Misją firmy jest oferowanie kompleksowych usług wysokiej jakości, w zakresie ochrony własności intelektualnej. Kancelaria specjalizuje się w ofercie dla innowacyjnych przedsiębiorstw między innymi z sektora farmaceutycznego, kosmetycznego, biotechnologicznego, chemicznego, a także dla podmiotów zajmujących się telekomunikacją, elektroniką, mechaniką.

Firma nawiązuje współpracę międzynarodową poprzez relacje partnerskie z zagranicznymi pełnomocnikami oraz udział w międzynarodowych wydarzeniach branżowych.

W zakresie rozwoju produktu celem firmy jest poszerzanie portfolio usług w zakresie ochrony własności intelektualnej. Prowadzone są działania zmierzające do rozwinięcia oferty o badania

patentowe, szczególnie istotne dla przedsiębiorstw innowacyjnych, oraz ekspertyzy ekonomiczne i wyceny praw wyłącznych.

2. Działalność w sferze badań i rozwoju

Kancelaria prowadzi badania patentowe dla instytutów badawczych oraz specjalistyczne szkolenia dedykowane dla kadry badawczej. Są to badania polegające na sprawdzeniu zdolności patentowej danego rozwiązania technicznego oraz badaniu czystości patentowej. Eksperci kancelarii sprawdzają zdolność patentową rozwiązania analizując zawartość krajowych i ogólnościowych baz patentowych oraz literatury. Wynikiem tych analiz jest określenie możliwości opatentowania danego rozwiązania. Badanie czystości patentowej ma na celu sprawdzenie, czy dana technologia nie narusza praw innych osób. Trzeci typ badań prowadzony przez ekspertów kancelarii to mało znane w Polsce tzw. mapowanie technologii.. Wyniki takich badań służą przedsiębiorcom, którzy mogą zapoznać się z trendami rozwoju technologii w danej branży. Eksperci analizując bazy patentowe, na podstawie częstotliwości pojawiania się wynalazków w danej dziedzinie określają trendy rynkowe.

Badania patentowe to najbardziej innowacyjna usługa świadczona przez kancelarię. Jej oferowanie jest możliwe dzięki posiadaniu pewnego instrumentarium. Podmiot zainwestował w dostęp do baz komercyjnych, w których scalone zostały zasoby danych patentowych, a które posiadają narzędzia do sprawnego przeszukiwania ich zawartości.

3. Współpraca międzynarodowa

W sferze działalności międzynarodowej kancelaria posiada trzy modele współpracy. Pierwszy, to współpraca z klientem zagranicznym, prowadzącym interesy w Polsce, drugi to zlecenia od pełnomocnika zagranicznego, który jest pośrednikiem pomiędzy klientem właściwym a kancelarią. Trzeci model to zlecenia, dla kontrahentów zagranicznych, spraw prowadzonych w imieniu klienta krajowego.

Podstawowym rynkiem działania kancelarii jest Unia Europejska. Istotnym rynkiem są również Stany Zjednoczone, Chiny, Indie, Turcja oraz w mniejszym stopniu Ameryka Łacińska. Kancelaria prowadzi również sprawy w Australii, Japonii, Rosji oraz RPA.

W celu doskonalenia kwalifikacji zawodowych oraz budowania relacji z innymi pełnomocnikami przedstawiciele firmy systematycznie uczestniczą w najważniejszych branżowych konferencjach, np. organizowanych przez INTA (International Trademark Association). Kancelaria jest aktywnym członkiem organizacji europejskiej ECTA (European Communities Trademark Association), która współpracuje z Komisją Europejską, pełniąc rolę opiniotwórczą. Podmiot uczestniczy aktywnie w pracach Polskiej Izby Rzeczników Patentowych.

4. Aktywność projektowa z wykorzystaniem środków publicznych

Podmiot uzyskał środki z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na realizację projektu „e-Kancelaria jako efekt wdrożenia zintegrowanego systemu informatycznego klasy ERP/CRM do kompleksowego zarządzania zasobami oraz relacjami z klientami w celu podniesienia konkurencyjności i innowacyjności firmy”.

Celem pierwszego etapu projektu była budowa systemu zarządzania dokumentami oraz przepływu informacji wewnątrz firmy oraz pomiędzy firmą i klientami. Pierwszy etap projektu został zrealizowany, a koszty działań zostały zrefundowane ze środków RPO w ramach Priorytetu II – Przyspieszenie e-rozwoju Mazowsza, Działania 2.3 Technologie informacyjne i komunikacyjne dla MŚP. Efektem wprowadzania systemu jest lepsze zarządzanie dokumentami i dystrybucją pracy w firmie. Drugi etap projektu przewiduje wprowadzenie do systemu dokumentów archiwalnych oraz stworzenie tzw. inteligentnego archiwum. Firma przygotowuje wniosek o dofinansowanie z Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy na projekt dotyczący społecznej odpowiedzialności biznesu.

5. Zainteresowanie wykorzystaniem środków w ramach nowej perspektywy finansowej

Kancelaria jest zainteresowana pozyskiwaniem funduszy z UE w przyszłości. Środki te stanowiłyby wsparcie do realizacji drugiego etapu projektu E-kancelaria, w tym w zakresie rozwoju inteligentnego archiwum oraz panelu do obsługi klientów online.

Kancelaria chętnie skorzystałaby także z funduszy pozwalających na modernizację sprzętową – sprzęt IT, wyposażenie biura. Ponadto firma jest zainteresowana korzystaniem z funduszy służących podnoszeniu kwalifikacji pracowników (szkolenia szyte na miarę: kursy IT, obsługa klienta, negocjacje, wystąpienia publiczne, zarządzanie zespołem, zarządzanie czasem, aplikacje zawodowe, szkolenia branżowe, udział w międzynarodowych konferencjach branżowych, wyjazdy stażowe).

Inną formą cennego dla firmy wsparcia byłaby możliwość uzyskania dofinansowania na działania informacyjne poza Polską – udział w międzynarodowych konferencjach i targach, opracowanie materiałów informacyjnych i publikacji.

Kancelaria jest także zainteresowana wykorzystaniem środków wspierających wdrażany w firmie program społecznej odpowiedzialności biznesu, w zakresie ochrony środowiska (eko-biuro), rozwoju relacji z pracownikami oraz pracy na rzecz społeczeństwa.

Działająca przy kancelarii Fundacja JWP jest zainteresowana pozyskiwaniem środków na realizację projektów edukacyjnych (nienastawionych na zysk) w zakresie ochrony własności intelektualnej kierowanych do przedsiębiorców, instytucji nauki, studentów i doktorantów, młodzieży szkolnej oraz mediów.

6. Podsumowanie

Kancelaria poprzez specyfikę i zakres oferowanych usług, charakteryzuje się potencjałem konkurencyjności. Podmiot świadczy komplementarne usługi, obejmujące również innowacyjne w skali kraju badania patentowe, na rynku krajowym, europejskim oraz międzynarodowym. Uczestniczy w sieciach współpracy poprzez wypracowane modele aktywności międzynarodowej. Dzięki długoletniej współpracy z zagranicznymi partnerami prowadzi postępowania z zakresu ochrony własności intelektualnej i przemysłowej w różnych krajach świata. Pracownicy kancelarii oraz skupieni w niej eksperci działają aktywnie w krajowych i międzynarodowych stowarzyszeniach branżowych (PIRP, AIPPI, INTA, ECTA, EPI, UNIA, LIDC) oraz biorą udział w licznych konferencjach i seminariach, stale aktualizując i podnosząc swoją fachową wiedzę. Eksperci JWP dzielą się swoją profesjonalną wiedzą prowadząc bezpłatne warsztaty oraz konsultacje w ramach podejmowanych autorskich programów edukacyjnych, realizowanych pro publico bono.

Studium przypadku (sektor usług dla biznesu)

Doradztwo Strategiczne EKOMAT Sp. z o.o.



1. Informacje o podmiocie

Firma Doradztwo Strategiczne EKOMAT Sp. z o.o. powstała w 2006 roku, natomiast właściciele firmy w różnych formach organizacyjnych i własnościowych zajmują się doradztwem od 1991 roku. Spółka jest „butikiem” wspierającym projekty rozwojowe i poszukującym dla nich dofinansowania, głównie ze środków unijnych oraz krajowych. Koncentruje się na projektach innowacyjnych, przemyślnych, znajdujących się na granicy wdrożenia przed fazą komercjalizacji. Wśród oferowanych usług znajdują się również fuzje i przejęcia spółek oraz doradztwo przy zmianie i kształtowaniu architektury organizacji. EKOMAT posiada biuro w Białymstoku.

Firma zatrudnia 8 osób. Działa zarówno na rynku krajowym, jak i rynkach międzynarodowych. EKOMAT współpracuje z firmami audytorskimi i kancelariami prawnymi, dzięki czemu jest w stanie przeprowadzić np. proces przejęcia czy zakupu spółki od początku do końca, zarówno od strony kupującego, jak i sprzedającego. Wśród klientów dominują firmy, których obrót przekracza 10 mln euro, potrzebujące doradztwa strategicznego, działające w wielu branżach (finansowej, budowlanej, energetycznej, farmaceutycznej, medycznej, IT, lotniczej, zdrowotnej, transportowej, wydobywczej, zbrojeniowej i wielu innych), zlokalizowane w różnych częściach Polski, jak również za granicą.

Celem strategicznym firmy jest podejście cechujące się myśleniem o potrzebach klienta z wyprzedzeniem. Swoją pozycję rynkową przedstawiciele firmy określają jako niszową, podkreślając, że EKOMAT funkcjonuje bardzo dobrze wśród firm typu „butik”. Często angażują się w projekty trudne, które nie gwarantują natychmiastowych przychodów. Przykładem takiego przedsięwzięcia może być wsparcie społeczności Tatarów polskich poprzez opracowanie projektu „Centrum Edukacji i Kultury Muzułmańskiej Tatarów Polskich” w Kruszynianach, na który firma próbuje pozyskać dofinansowanie m.in. ze środków unijnych oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

2. Działalność w inicjatywach klastrowych

Firma jest członkiem Warmińsko-Mazurskiego Klastra RAZEM-CIEPLEJ. Jest to klaster skupiający ciepłownie, samorządy, uczelnie, instytucje oraz firmy prywatne. Przyłączenie się do tej inicjatywy wynikało z bliskiej współpracy z Uniwersytetem Warmińsko-Mazurskim, który był jednym z jej członków-założycieli. Współpraca w ramach Klastra polega bardziej na wymianie doświadczeń niż na rozwijaniu wspólnej działalności gospodarczej. EKOMAT bierze aktywny udział w spotkaniach organizowanych w ramach tej inicjatywy. Ze względu na członkostwo Prezesa w Podlaskim Klubie

Biznesu, firma czyni starania w sprawie powołania inicjatyw klastrowych w ramach Klubu w województwie podlaskim.

3. Współpraca międzynarodowa

EKOMAT współpracuje z podobnymi firmami doradczymi ze Szwecji, Francji, Wielkiej Brytanii oraz na Cyprze. Poprzez biuro w Białymstoku utrzymywane są również kontakty z Białorusią, Rosją (Obwodem Kaliningradzkim) i krajami bałtyckimi (Litwą, Łotwą i Estonią). Współpraca rozpoczęła się z inicjatywy przedsiębiorstw zagranicznych, które w ramach funduszu Phare angażowały się w projekty prywatyzacyjne w Polsce, natomiast strona polska zajmowała się całą obsługą projektów na miejscu. Przedstawiciele firmy dostrzegają liczne korzyści płynące z tej współpracy. Firma planuje zaangażować się również w projekty międzynarodowe o charakterze badawczym.

4. Współpraca z sektorem B+R

Przedsiębiorstwo współpracuje z sektorem B+R i w większości przypadków to właśnie EKOMAT jest inicjatorem wspólnych działań. Firma specjalizuje się w pozyskiwaniu środków na realizację projektów rozwojowych, w których tego rodzaju kontakty są niezbędne. Firma często stanowi ogniwo łączące firmy nie posiadające działów B+R oraz środowisko naukowe. Przykładem może być ostatnio zbudowany zespół składający się z pracowników naukowych kilku uczelni wyższych, który obecnie prowadzi badania dla jednego z klientów firmy i jest na etapie oceny złożonego wniosku.

5. Doświadczenie w realizacji projektów finansowanych ze środków publicznych

Firma posiada ogromne doświadczenie w skutecznym pozyskiwaniu środków publicznych dla swoich klientów. EKOMAT pośredniczył w aplikowaniu o fundusze UE w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego oraz środki krajowe Narodowego Centrum Badań i Rozwoju, Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Ministerstwa Gospodarki, Agencji Rozwoju Przemysłu, Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej (np. w ramach niedawno uruchomionego programu Gekon – Generatora Koncepcji Ekologicznych będącego wspólną inicjatywą NFOŚiGW oraz NCBiR). Do tej pory firma nie aplikowała jeszcze o środki na swoją własną działalność. Konsultanci EKOMAT brali również udział w projektach finansowanych z funduszu przedakcesyjnego Phare oraz ze środków Banku Światowego.

6. Zainteresowanie realizacją projektów w przyszłej perspektywie finansowej 2014-2020

Ze względu na profil działalności, zaangażowanie w pozyskiwanie środków unijnych w przyszłej perspektywie finansowej nie pozostawia żadnych wątpliwości. Przedstawiciele uważają jednak, że opóźnienie związane z przygotowaniem dokumentów programowych jest czynnikiem bardzo niekorzystnym. Wskazują jednak na potrzebę uwzględnienia w latach 2014-2020 dotacji i pożyczek preferencyjnych jako preferowanego rodzaju wsparcia. Ewentualny brak możliwości korzystania ze środków unijnych stwarza konieczność korzystania z innych źródeł finansowania, takich jak środki

krajowe czy fundusze norweskie, przedstawiciele przedsiębiorstwa zwracają jednak uwagę, że dostępne w ich ramach środki są niewielkie w porównaniu z funduszami UE.

7. Podsumowanie

Doradztwo Strategiczne EKOMAT jest firmą wyróżniającą się wśród firm działających w branży usług dla biznesu zarówno aktywnością w pozyskiwaniu środków zewnętrznych, jak i licznymi kontaktami międzynarodowymi. Dobrze radzi sobie na rynku również w niekorzystnym okresie kończącego się okresu programowania i braku funduszy unijnych wyszukując alternatywne źródła finansowania inwestycji swoich klientów. Firma wykazuje się również inicjatywą w kontaktach z instytucjami wpływającymi na rozwój biznesu sugerując zmiany zasad aplikowania o środki publiczne, jeżeli uniemożliwiają one ich pozyskiwanie klientom firmy. Firma dobrze wykorzystuje istniejące nisze rynkowe i wyprzedza pewne trendy pojawiające się na rynku. Dobrym odzwierciedleniem tego jest działalność w obszarach badawczo-rozwojowym i innowacyjnym, na które obecnie kładzie się duży nacisk w strategicznych dokumentach dotyczących rozwoju województwa, a dla firmy EKOMAT są to dziedziny doskonale już znane. To właśnie innowacyjność projektów stanowi dla przedsiębiorstwa jedno z istotnych kryteriów przy podejmowaniu decyzji o angażowaniu się w przedsięwzięcia proponowane przez potencjalnych klientów. Ochrona środowiska i efektywność energetyczna to kolejne ważne obszary działalności zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Przedstawiciele firmy dbają o dotychczas nawiązane kontakty pamiętając o zasadzie Pareto – 80/20, zgodnie z którą raz już nawiązane i odpowiednio pielęgnowane kontakty dają 80% przychodów. Aktywność przedsiębiorstwa, w wysokim stopniu wykorzystująca wiedzę, przyczynia się do rozwoju regionalnej gospodarki i społeczeństwa informacyjnego. Działalność takich firm jak EKOMAT przyczynia się do wzrostu znaczenia i konkurencyjności województwa mazowieckiego wśród europejskich regionów wiedzy.

Studium przypadku (sektor B+R)

Mazowiecki Klaster BioTechMed



1. Informacje o podmiocie

Mazowiecki Klaster BioTechMed działa w obszarze bio-tech-med, tj.: biologii, (bio)technologii, (bio)chemii, farmacji, (bio)medycynie, (bio)inżynierii, (bio)fizyce oraz zastosowaniach technologii informacyjnych (ICT) w medycynie.

Klaster BioTechMed tworzony jest przez grupę przedsiębiorstw, jednostek naukowych oraz jednostek otoczenia biznesu prowadzących działalność w obszarze bio-tech-med zlokalizowanych w woj. Mazowieckim.

Pomysł utworzenia Klastra narodził się w 2010 r. podczas pierwszej międzynarodowej konferencji Managing Innovation, która była organizowana przez Warszawski Uniwersytet Medyczny w partnerstwie właśnie z Instytutem Biologii Doświadczalnej im. M. Nenckiego PAN i Ministerstwem Nauki i Szkolnictwa Wyższego, której celem było wypracowanie i wdrożenie efektywnego systemu transferu technologii dla Centrum Badań Przedklinicznych i Technologii.

Koordynatorem Klastra BioTechMed, jest firma not-for-profit BTM Mazowsze Sp. z o.o. (BTM). Początkowo, ideą przedsięwzięcia było powstanie platformy transferu technologii, skupiającej kompetencje w zakresie komercjalizacji badań w jednym podmiocie, który będzie świadczył takie usługi na rzecz wielu jednostek naukowych.

W kolejnym etapie rozwoju Klastra utworzona została platforma kooperacji której celem jest powstanie i stałe uzupełnianie bazy kompetencji jednostek naukowych. Dzięki temu przedsiębiorcy zainteresowani wykonaniem jakiejś konkretnej usługi, albo zrealizowaniem wspólnego projektu w łatwy sposób mogliby odszukać interesujące ich grupy badawcze.

Obecnie BTM wspiera komercjalizację wyników badań naukowych, zapewniając profesjonalne zarządzanie transferem technologii oraz pozyskiwaniem finansowania prac badawczo-rozwojowych. Działania BTM zmierzają również do budowania relacji i inicjowania kooperacji pomiędzy biznesem a nauką w branży bio-tech-med.

Strategicznym celem inicjatywy jaką jest Klaster, jest zbudowanie dobrze prosperującego i rozwijającego się sektora bio-tech-med na Mazowszu. Cel ten realizowany jest w oparciu o dwie platformy - transfer technologii i kooperacje. Dzięki kooperacji, istniejące przedsiębiorstwa mogą stawać się bardziej konkurencyjne, bardziej produktywne i bardziej innowacyjne poprzez budowanie relacji między sobą i relacji z nauką. Transfer technologii jest działalnością inicjującą i wspomagającą proces powstawania nowych innowacyjnych przedsiębiorstw bio-tech-med.

2. Współpraca z sektorem B+R

Współpraca z sektorem B+R jest wpisana w cele i działalność statutową Klastra. Respondent wywiadu określił w następujący sposób charakter tej współpracy – *Współpraca polega na budowaniu i rozwijaniu relacji opartych na zaufaniu ze środowiskiem naukowym. Istniejące relacje wykorzystujemy w procesie inicjowania współpracy nauki z przedsiębiorstwami, które są bardzo chętne do nawiązywania współpracy z naukowcami przy realizacji konkretnych projektów naukowych o wyraźnym potencjale komercyjnym.* Narzędziem do wzajemnego poznania się była np. konferencja Managing Innovation, której BTM był partnerem lub serie warsztatów związanych z budową aliansów strategicznych i zaufania.

Klaster współpracuje także z branżowymi ośrodkami z największych polskich miast. Dotychczas współpraca ta miała miejsce z miastami takimi jak Gdańsk, Wrocław, Poznań i Kraków. Przedstawiciele BTM uczestniczą we wszelkiego rodzaju spotkaniach instytucji z podobnych branż (biologia, biotechnologia, biomedycyna, farmacja, rozwiązania medyczne, medycyna ICT).

BTM nawiązał formalną współpracę w zakresie wspierania procesów transferu technologii i zarządzania własnością intelektualną z następującymi jednostkami naukowymi: Uniwersytet Warszawski, Warszawski Uniwersytet Medyczny, Instytut Biologii Doświadczalnej im. M. Nenckiego PAN oraz Instytut Kardiologii w Warszawie.

Działania BTM nakierowane na stymulowanie współpracy świata nauki ze światem biznesu pozwoliły na realizację dwóch innowacyjnych projektów. Pierwszy z nich, realizowany jest przy współpracy Instytutu Biologii Doświadczalnej im. M. Nenckiego PAN i firmy Netiology Sp. z o.o. Dotyczy on opracowania i weryfikacji skuteczności nowatorskiego Programu terapii logopedycznej oraz terapii poznawczej, adresowanego do dzieci i dorosłych. Program zasadza się w wieloletnich badaniach Zespołu IBD PAN realizowanych we współpracach z wiodącymi laboratoriami na świecie i koncentruje na usprawnianiu podstawowych neuronalnych mechanizmów kształtujących funkcjonowanie poznawcze. Projekt obejmuje wytworzenie przez firmę Netiology zestawu interaktywnych gier komputerowych wspomagających rozwój procesów poznawczych wg. algorytmów opracowanych w naszym Zespole w oparciu o najnowsze zdobycze neuropsychologii.

Drugi projekt realizowany jest w konsorcjum naukowym złożonym z Instytutu Biologii Doświadczalnej im. M. Nenckiego PAN oraz Laboratorium Kosmetycznego Dr Irena Eris Sp. z o.o. Celem badawczym projektu jest identyfikacja i ocena substancji, których specyficzne oddziaływanie korzystnie wpływa na komórki skóry, indukując w nich procesy spowalniające uszkodzenia spowodowane stresem oksydacyjnym. Efektem realizacji projektu będzie wprowadzenie na rynek nowych, innowacyjnych kosmetyków dermo-protekcyjnych.

3. Współpraca międzynarodowa

BTM nawiązuje współpracę międzynarodową z podmiotami związanymi z obszarem działania Klastra, zlokalizowanymi na całym świecie. Dzięki temu możliwe jest wykorzystywanie najlepszych światowych praktyk służących rozwojowi. Należy podkreślić bliski kontakt Klastra z niemieckimi ośrodkami zlokalizowanymi w Heidelbergu. Budowanie potencjału intelektualnego możliwe jest dzięki wymianie doświadczeń z niemieckimi BioRN – Biotech Cluster Rhine-Neckar oraz EMBL Enterprise Management GmbH (EMBLEM), spółką komercjalizującą badania naukowe przy European Molecular Biology Laboratory w Heidelbergu. BTM czerpie też z wzorców z jednego z wiodących ośrodków biotechnologicznych w Belgii – Flanders Institute of Biotechnologies (VIB) oraz jednego z największych światowych klastrów bio-medycznych – BayBio z San Francisco.

Aktywność w budowaniu relacji międzynarodowych BTM skupia się również na ośrodkach transferu technologii. BTM nawiązała współpracę z podmiotami z Wielkiej Brytanii (ISIS Innovation at Oxford University), Belgii (Katholieke Universiteit Leuven – KUL and Flanders Institute of Biotechnology – VIB) i z Izraela (Weizmann Institute of Science). Współpraca z tymi ośrodkami koncentruje się na analizie procesów i czynników sukcesu pozwalających na budowanie wartości i rozwoju innowacji realizowanych przez utalentowane zespoły w oparciu o odkrycia naukowe. Szczegółowa analiza różnych modeli pozwala na stworzenie koncepcyjnego i operacyjnego modelu, który może funkcjonować w warunkach Polski i Mazowsza.

Charakter współpracy w Kłastrze i oczekiwane po niej efekty, najlepiej opisuje wypowiedź przedstawiciela Klastra:

Docelowo, gdy będziemy mieli na to środki, działalność Klastra wiązać się będzie z wymianą doświadczeń, promocją innowacyjnych produktów powstających w Kłastrze oraz promocją samego regionu. Klustry organizują swoje wydarzenia, jak tragi, konferencje, spotkania dla przedsiębiorców. Marzy nam się, że będziemy organizować wyjazdy, misje gospodarcze, podczas których będzie można się lepiej poznać, bo na tym polega ta strona budowania relacji. Jeżeli będą do tego warunki to będziemy również robić tego typu wydarzenia u nas. Na razie nie mamy warunków finansowych, żeby móc takie przedsięwzięcia zorganizować, więc przy okazji środków, które posiadamy (niepublicznych), staramy się wykształcić takie kompetencje u nas, żeby być przygotowanym do podobnej działalności.

4. Doświadczenie w realizacji projektów finansowanych ze środków publicznych

BTM realizuje z powodzeniem szereg projektów współfinansowanych przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju. Są to projekty badawczo-rozwojowe nastawione na rozwijanie technologii, których końcowym efektem ma być powstanie innowacyjnego produktu. Projekty te realizowane były w ramach Programu INNOTECH, który z założenia ma służyć zachęceniu przedsiębiorców do inwestowania w sferę B+R oraz wzmocnieniu współpracy pomiędzy nauką i biznesem.

Założenia programu były tak określone, że aby dostać środki publiczne, należy się wykazać wkładem własnym. Dzięki działaniom BTM udało się pozyskać fundusze od prywatnych inwestorów, dzięki czemu projekty mogły być dalej rozwijane. Prowadzona analiza wykazała, że wsparcie oferowane przez NCBiR jest adekwatne do potrzeb Klastra, a ułatwieniem w finansowaniu pomysłów jest elastyczność w dotowaniu.

Przykładowe projekty, które były finansowane ze środków NCBiR to:

1. IMNTA - celem projektu jest znalezienie nowych antybiotyków. Zespół badawczy z Instytutu Nenckiego zidentyfikował nowy, niebadany do tej pory od strony farmakologicznej cel molekularny. Potencjalny nowy lek otworzyłby nową klasę antybiotyków o szerokim spektrum działania. Zostaną przeprowadzone też badania toksykologiczne na hodowlach komórkowych i zwierzętach.
2. HUMON (Opracowanie technologii poszukiwania oraz metody otrzymywania całkowicie ludzkich przeciwciał) – realizowany w konsorcjum naukowym z Warszawskim Uniwersytetem Medycznym. Celem projektu jest opracowanie nowatorskiej, mającej ogromny potencjał rynkowy, technologii uzyskiwania całkowicie ludzkich przeciwciał monoklonalnych (PM) rozpoznających unikatowe antygeny. W ramach projektu opracowany zostanie nowatorski sposób, nie tylko unieśmiertelniania ludzkich limfocytów B, ale także pobudzania ich do zwiększonej produkcji przeciwciał. Projekt ten jest unikatowy i innowacyjny na skalę światową.
3. TRAFIC – projekt realizowany wspólnie z Instytutem Kardiologii w Warszawie oraz Interdyscyplinarnym Centrum Modelowania matematycznego i komputerowego UW polegający na opracowaniu nowatorskiej metody czynnościowej oceny zwężenia w tętnicy wieńcowej za pomocą modelowania przepływów in silico, na podstawie obrazu badania wielorzędowej tomografii komputerowej.

5. Zainteresowanie realizacją projektów w przyszłej perspektywie finansowej 2014-2020

Założenia przyszłej perspektywy finansowej uwzględniają wspierania działań mających innowacyjny charakter. Szansę tą dostrzegają przedstawiciele Mazowieckiego Klastra BioTechMed. Realizacja projektów innowacyjnych w obszarze biotechnologii jest jednym z priorytetów Klastra. Dlatego też podczas wywiadu z jego przedstawicielem, deklarowano chęć pozyskania funduszy na tego rodzaju przedsięwzięcia.

Chcemy działać zarówno na rzecz nauki, jak i na rzecz przedsiębiorstw. Rozwijać kolejne przedsiębiorstwa i jakiegokolwiek będą mechanizmy finansowania, które zostaną przedstawione i będą one spójne z możliwością realizacji naszej wizji, to będziemy starali się je jak najskuteczniej wykorzystywać. Chcemy korzystać z dofinansowania przenosić na rzecz jednostek naukowych i przedsiębiorców - zarówno w kontekście platformy transferu technologii, dzięki której już sporo

kompetencji zbudowaliśmy i zdobyliśmy cenne doświadczenie, jaki i platformy kooperacji, którą staramy się rozwijać mimo tego, że nie mamy na to bezpośredniego dofinansowania. Staramy się dalej rozwijać kompetencje w zakresie tych dwóch platform, więc jeżeli będzie taka możliwość, żeby dalej finansować działania z nimi związane to bardzo chętnie będziemy po takie instrumenty finansowe sięgać.

Warto zwrócić uwagę na pewien model zarządzania środkami publicznymi, wskazany podczas wywiadu. BTM wyraża chęć uczestnictwa w wydatkowaniu funduszy kierowanych na działania innowacyjne np. w ramach klastrów. Przywołano przykład niemieckich Klastrow, w których taki model dobrze funkcjonuje. W ramach konkursu wybierany jest animator klastra (podmiot zarządzający), zostają wybrani ludzie i zespół, reprezentujący najbardziej konkurencyjnych klastrów, z przekonującym biznes planem i modelem zarządzania kooperacją. Podmioty startujące w konkursie zobowiązane są do przygotowania nie tylko strategii i biznes planu ale także prezentacji, którą muszą przedstawić i obronić przed komisją oceniającą. Podmiot, który uzyska najwyższe oceny dostaje środki, dostaje środki, które później przeznacza na wspieranie różnego typu przedsięwzięć i projektów badawczych nastawionych na komercjalizację. Zaletą tego rodzaju rozwiązania jest kierowanie strumienia finansowania do przedsiębiorstw i podmiotów funkcjonujących w ramach klastra. Dzięki temu możliwy jest jego skoncentrowany rozwój – tworzenie regionu inteligentnej specjalizacji (smart specialization)

6. Podsumowanie

Mazowiecki Klaster BioTechMed jest przykładem instytucji konsekwentnie realizującej założone cele, nawet w obliczu ograniczonych środków. Obszar działalności Klastra jest wysoce innowacyjny i posiadający potencjał rozwojowy. Branża bio-tech-med jest jednym z kluczowych kierunków rozwoju współczesnej nauki. Mazowsze posiada ok. 50% potencjału Polski w tym obszarze, mierzonych wskaźnikami takimi jak: wielkość nakładów B+R w sektorach nauki i przemysłu, wielkość kumulacyjnych wynagrodzeń w przemyśle biomedycznym, itd.). Realizowane przez BTM projekty mogą być w przyszłości wykorzystywane w medycynie, co z kolei może wpłynąć na poprawę jakości życia. Siłę opisywanego podmiotu stanowią również eksperci zaangażowani w jego funkcjonowanie oraz lokalizacja – połowa potencjału w branży bio-med zlokalizowana jest w Warszawie.

Warunkiem dla dalszego rozwoju jest budowanie relacji międzynarodowych. Wspólna organizacja przedsięwzięć branżowych, dających możliwość wymiany doświadczeń oraz nawiązywaniu kontaktów, jest bardzo ważna dla Klastra. Finansowanie środkami publicznymi może być rozwiązaniem stymulującym dynamiczny rozwój Klastra BioTechMed.

Studium przypadku (usługi informatyczne i telekomunikacyjne - ICT)

Eversoft Sp. z o.o



1. Informacje o podmiocie

Firma funkcjonuje od 4 lat. Od początku istnienia działa głównie na rynku IT zajmując się kompleksową realizacją zaawansowanych projektów informatycznych. Eversoft świadczy usługi doradcze (analizy biznesowe i funkcjonalne oraz analizy w obszarze ubezpieczeń wspierające klientów w tworzeniu koncepcji biznesowych, w kreowaniu nowych kierunków rozwoju, zwiększaniu efektywności istniejących procesów, wprowadzaniu zmian w organizacji i sposobie jej funkcjonowania, wykorzystując potencjał technologii informatycznych), wytwarza oprogramowania dedykowane, dostosowane do specyfiki branż oraz zapewnia wsparcie techniczne i nadzoruje cały proces wdrożeniowy. Oprócz tego firma zajmuje się outsourcingiem – leasingiem pracowniczym wyszukując dla swoich klientów pracowników z branży informatycznej (głównie programistów), co obecnie stanowi znaczący obszar działalności. Jednym z pierwszych dużych projektów realizowanych przez Eversoft były prace doradcze dla Centrum Systemów Informacyjnych Ochrony Zdrowia w projekcie pt. „Elektroniczna Platforma Gromadzenia, Analizowania i Udostępniania Zasobów Cyfrowych o Zdarzeniach Medycznych” będące największym projektem dofinansowanym ze środków unijnych (718 mln zł) i obejmujące wszystkich obywateli (38 mln kont użytkowników).

Celem strategicznym firmy jest wypełnienie niszy rynkowych istniejących w ogólnopolskiej gospodarce, w tym zwłaszcza w obszarze HR, stąd działalność firmy w obszarze leasingu pracowniczego. Drugim wskazywanym przez przedstawicieli przedsiębiorstwa celem jest rozwój własnych produktów. Wśród nich należy wymienić „Eversuit” – platformę informatyczną wspierającą funkcjonowanie organizacji charakteryzujących się rozproszoną strukturą organizacyjną lub działających w rozproszonym otoczeniu biznesowym. Innym autorskim produktem jest system „Everprogress”, który wspomaga modelowanie i zarządzanie procesami w biznesie wykorzystując najnowsze technologie komunikacyjne i możliwości płynące z elementów społecznościowych. W ofercie firmy znajdują się również dedykowane rozwiązania dla portów lotniczych („everFIS” - system umożliwiający zarządzanie rozkładem lotów oraz zasobami lotniska).

W ciągu czterech lat istnienia firmy nastąpił jej bardzo dynamiczny rozwój i wzrost zatrudnienia (z poziomu mikro do poziomu średniego przedsiębiorstwa). Klientów Eversoft można podzielić na dwa segmenty: sektor publiczny (samorządy, szpitale) oraz duże firmy prywatne.

2. Działalność w inicjatywach klastrowych

Eversoft należy do Mazowieckiego Klastra ICT. Współpraca ta rozpoczęła się od usługi tworzenia oprogramowania dla Klastra i obecnie owocuje wspólnymi działaniami podejmowanymi z wieloma jego członkami. Jest to zarówno świadczenie usług, jak i bieżąca współpraca, wymiana informacji i pomysłów oraz próby wspólnego udziału w dużych projektach (jako konsorcja lub podwykonawcy), w których pojedynczo członkowie Klastra nie mogliby startować. Przedstawiciele firmy dostrzegają jednak, iż polskie ustawodawstwo (Ustawa o zamówieniach publicznych, prawo podatkowe) nie sprzyja tego rodzaju współpracy. Jako problem wskazują również brak działań informacyjnych i szkoleniowych związanych z inicjatywami klastrowymi. Przedstawiciele Eversoft nie dostrzegają konkurencji firm zagranicznych w swoim obszarze działalności ze względu na to, że starali się zagospodarować pewne nisze rynkowe.

3. Współpraca międzynarodowa

Firma bierze udział w projektach międzynarodowych, głównie jako podwykonawca. Dotychczas realizowała projekty w Rządu Serbii przy organizacji systemu ubezpieczeń społecznych. Wspólnie z partnerami z Austrii i Węgier Firma aplikowała o środki w projekcie międzynarodowym „Zero-T” związanym z budową rozwiązań „cloud computing”. Eversoft współpracuje również z największym dostawcą rozwiązań ochrony zdrowia we Włoszech. i. Przedstawiciele firmy dostrzegają korzyści z tej współpracy związane z wymianą informacji i doświadczeń oraz promocją przedsiębiorstwa za granicą.

4. Współpraca z sektorem B+R

Eversoft współpracuje z Instytutem Badań Systemowych Polskiej Akademii Nauk, gdzie testowane są tzw. narzędzia sztucznej inteligencji zastosowane w produktach firmy oraz kilkoma uczelniami wyższymi np. Wyższą Szkołą Informatyki Stosowanej i Zarządzania, Wyższą Szkołą Finansów i Zarządzania. Wśród korzyści wynikających z tej współpracy przedstawiciele firmy wymieniają dostęp do wiedzy poprzez korzystanie z opracowań tych instytucji, udział w konferencjach i seminariach.

5. Doświadczenie w realizacji projektów finansowanych ze środków publicznych

Przedsiębiorstwo uczestniczy w projektach finansowanych ze środków unijnych. Jest m. in. beneficjentem projektu szkoleniowego finansowanego z PO KL (szkolenia dotyczą m.in. integracji, pierwszej pomocy, kwestii administracyjnych oraz IT) oraz projektu badawczo-szkoleniowego „Instrument Szybkiego Reagowania” finansowanego z PO IG, w ramach którego firma otrzymuje kompleksową pomoc przy opracowaniu i wdrażaniu Indywidualnego Planu Rozwoju. Świadczyła również usługi doradcze dla samorządów aplikujących o środki Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego, a także Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka opracowując studia wykonalności oraz dokumentację aplikacyjną.

6. Zainteresowanie realizacją projektów w przyszłej perspektywie finansowej 2014-2020

Przedstawiciele Eversoft planują udział w projektach w przyszłym okresie programowania. Jako najbardziej pożądanym rodzaj pomocy wymieniają wsparcie inwestycyjne dla projektów, w ramach których możliwe byłoby dofinansowanie dla wytwarzania nowych produktów. Środki unijne traktowane są jednak jako dodatkowa pomoc przy realizacji projektów, które firma zamierza realizować nawet bez tych dodatkowych funduszy. Firma przewiduje również aplikowanie o środki krajowe i granty (wspólnie z uczelniami wyższymi).

7. Podsumowanie

Firma Eversoft jest przedsiębiorstwem wyraźnie wyróżniającym się na rynku, zarówno wśród ogółu przedsiębiorstw w regionie, jak i w ramach sektora wiedzy, w tym firm świadczących usługi informatyczne i telekomunikacyjne. Jest firmą, która rozwinęła się niezwykle szybko i dynamicznie w ciągu czterech lat. Sukces ten nie jest przypadkowy, ale wynika z dokładnej analizy rynku, jego słabych i mocnych stron, a przez to identyfikacji nisz rynkowych, które z sukcesem zostały zagospodarowane. Eversoft zaangażował się w działalność outsourcingową w branży IT, która obecnie stanowi jeden z głównych obszarów aktywności. Podobny charakter, zagospodarowujący pewne luki rynkowe, ma oprogramowanie wytwarzane przez firmę. Do obecnej pozycji rynkowej firmy niewątpliwie przyczyniła się jej aktywność w ramach inicjatyw klastrowych oraz projektów międzynarodowych, co umożliwiło nawiązanie wielu wartościowych kontaktów. Eversoft jest również beneficjentem projektów finansowanych z funduszy unijnych i nie zamierza rezygnować z tego typu działalności w przyszłym okresie programowania, jednak środki te nie są warunkiem koniecznym dla realizacji zaplanowanych działań, co pozwala przypuszczać, że firma nadal będzie się dynamicznie rozwijać. Przykład tego przedsiębiorstwa wskazuje, że branża ICT jest dziedziną posiadającą silny potencjał rozwojowy, również w kontekście przyszłej „inteligentnej specjalizacji” regionu.

Studium przypadku (branża reklamowa)

Polymus Sp. z o.o.



1. Informacje o podmiocie

Polymus Sp. z o.o. jedną z wiodących agencji marketingu zintegrowanego w Polsce (pierwsza dziesiątka najwyższej ocenianych agencji marketingu zintegrowanego według Media Marketing Polska). Agencja funkcjonuje na polskim rynku od 1996 r.

Polymus oferuje usługi w zakresie:

- wsparcia sprzedaży (promocje sprzedaży, programy lojalnościowe i motywacyjne, marketing bezpośredni, internetowy i mobilny),
- field marketingu (merchandising, animacje sprzedaży, degustacje, sampling, outsourcing sił sprzedaży),
- organizacji eventów (wydarzenia specjalne, ambient media, roadshow, konferencje),
- programów lojalnościowych,
- kampanii ATL i BTL,
- opracowywania strategii komunikacji.

Celem strategicznym Agencji Polymus Sp. z o.o. jest stanie się najwyższej ocenianym ekspertem pod względem treści oraz jakości realizacji zintegrowanej komunikacji marketingowej i wsparcia sprzedaży.

Klientami Agencji są podmioty takie jak: producenci oraz dystrybutorzy sprzętu IT, producenci oprogramowania komputerowego, banki, centra handlowe, centra medyczne, producenci z rynku FMCG, wydawcy magazynów ilustrowanych oraz instytucje publiczne. Wśród odbiorców usług oferowanych przez Polymus można wskazać PKN Orlen, DHL, Electrolux, HP, T-Mobile, Agorę czy też Ministerstwo Środowiska.

Przeprowadzona analiza wykazała, że Polymus jest podmiotem aktywnie poszukujących zleceń. Poza tradycyjnymi kanałami dotarcia do klienta (strona www, emailing, autoreklama w prasie branżowej, udział w konferencjach i sympozjach). Agencja z powodzeniem startuje w przetargach, których efektem były np. zlecenia od firmy Kraft (marka Alpen Gold), Sygma Bank, Symantec.

Polymus funkcjonuje w strukturach Grupy Kapitałowej Arteria S.A., która koncentruje swoją działalność na rynku usług i rozwiązań podnoszących efektywność sprzedaży, obsługi klienta oraz procesów operacyjnych. Arteria jest liderem rynku w obszarze sprzedaży i utrzymania klienta realizowanym w modelu BPO. Grupa Arteria dysponuje 1000-stanowiskowym contact center,

aplikacjami i systemami wspierającymi zarządzanie procesami CRM, BPM, SFA, nowoczesnym zapleczem magazynowo-logistycznym, ogólnopolskimi zespołami sprzedażowymi, monterskimi i merchandisingowymi. Posiada własne innowacyjne technologie informatyczne, interaktywne i mobilne rozwiązania.

Spółki Grupy Kapitałowej Arteria to:

- Trimtab Rigall Distribution Sp. z o.o.
- Polymus Sp. z o.o.
- Gallup Polska Sp. z o.o.
- Sellpoint Sp. z o.o.
- Arteria Document Solutions
- Mazowiecki Inkubator Technologiczny Sp. z o.o.

2. Współpraca międzynarodowa

Dotychczasowa działalność Agencji na arenie międzynarodowej polegała na nawiązaniu współpracy z firmami zagranicznymi o podobnym profilu. Polymus zainicjował kontakty z firmami z Rosji, Czech i Węgier. Celem tych działań było wskazanie możliwości skoordynowania i realizacji usług w tych krajach, dla klientów korporacyjnych, których celem było zaistnienie na wyżej wymienionych rynkach. Możliwość stworzenia takich międzynarodowych struktur była warunkiem koniecznym przystąpienia do przetargów. Polymus utrzymuje kontakty z podmiotami za granicą, a także obserwuje powstawanie nowych podmiotów, w celu utrzymania kompetencji do działań operacyjnych poza granicami Polski.

3. Doświadczenie w realizacji projektów finansowanych ze środków publicznych

Polymus Sp. z o.o. otrzymał dofinansowanie na realizację dwóch projektów w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, działanie 1.4-4.1. Wsparcie na prace badawcze i rozwojowe oraz wdrożenie wyników tych prac.

1) Tytuł projektu: *Stworzenie systemu informatycznego Loyalty Center w celu znaczącego ulepszenia usług programów lojalnościowych i motywacyjnych.*

Celem projektu była kompleksowość systemu, zaspokojenie potrzeb sprzedaży, marketingu i funkcji monitorujących dzięki, którym możliwe będzie osiągnięcie maksymalnie korzystnych efektów operacyjnych i biznesowych.

2) Tytuł projektu: *Stworzenie systemu informatycznego Action Monitoring w celu zarządzania procesami biznesowymi oraz operacjami firmy i nowoczesnego zarządzania przedsiębiorstwem.*

Wdrożenie tego systemu umożliwiło optymalizację pracy struktur (zarządzających, terenowych, logistycznych i kreacji), automatyzację zadań w podziale na strukturę organizacyjną, kanały i regiony

polski, wzrost i monitoring efektywności przychodowo-kosztowej prowadzonych projektów dla klientów (wsparcie sprzedaży, kampanie marketingowe, eventy).

Projekty realizowane były na dwóch płaszczyznach – pierwsza to dodatkowe narzędzie, dające przewagę konkurencyjną na rynku. Efektem projektu jest rozwiązanie informatyczne umożliwiające sprawniejszą obsługę klientów Agencji. Druga to informatyzacja spółki usprawniająca jej funkcjonowanie. Oba projekty zostały zakończone w 2013 roku.

4. Zainteresowanie realizacją projektów w przyszłej perspektywie finansowej 2014-2020

Polymus Sp. z o.o. jest zainteresowany możliwością realizacji projektów w przyszłej perspektywie finansowej. Pewne obawy budzi brak informacji o alokowaniu środków do dużych przedsiębiorstw. Polymus będąc częścią grupy kapitałowej, klasyfikowany jest jako duże przedsiębiorstwo.

Agencja chętnie skorzystałaby z funduszy pozwalających na promocję, rozwój narzędzi marketingowych. Dodatkowe fundusze lokowane mogły by być we wszelkiego rodzaju inicjatywy wspomagających sprzedaż. Zarówno ekspansje, poszerzenie świadomości o firmie, budowanie marki.

Kolejnym pomysłem na budowanie potencjału podmiotu jest pozyskanie środków na specjalistyczne certyfikowane szkolenia dla pracowników Agencji.

Ciekawą inicjatywą może też być realizacja projektu, którego celem byłoby stworzenie klastra wspierającego sektor MŚP w obszarach związanych z promocją, marketingiem etc. Prowadzona analiza wykazała brak takiego podmiotu na mazowieckiej mapie klastrów.

5. Podsumowanie

Polymus Sp. z o.o. jest przykładem podmiotu konsekwentnie realizującego założone cele. Firma ma ugruntowaną pozycję rynkową, a mimo to wyraża chęć podejmowania nowych inicjatyw. Agencję wyróżnia również to, że jest beneficjentem projektów finansowanych z funduszy unijnych i nie zamierza rezygnować z tego typu działalności w przyszłym okresie programowania. W przypadku możliwości finansowania deklarowanych pomysłów, Agencja wzmocni swoją pozycję rynkową a także wypracuje model wpierania marketingowego i promocyjnego sektora MŚP w regionie Mazowsza.

Przewagą podmiotu może być również funkcjonowanie w strukturze Grupy Kapitałowej Arteria S.A. Dzięki temu Agencja ma możliwość korzystania ze wsparcia zarówno firm świadczących usługi doradztwa biznesowego jak i podmiotu wspomagającego rozwiązania w sektorze ICT. Dlatego też Polymus Sp. z o.o. może wykorzystywać wiedzę i doświadczenia zespołów poszczególnych spółek należących do grupy oraz zaplecze biznesowe Arterii.

Na uwagę zasługuje również chęć realizowania zleceń na arenie międzynarodowej. W tym celu nawiązywano współpracę z podmiotami o zbliżonym profilu..

Studium przypadku (Branża usług/pośrednictwa finansowego)

Mazowiecki Fundusz Poręczeń Kredytowych Sp. z o.o.



1. Informacje o podmiocie

Mazowiecki Fundusz Poręczeń Kredytowych Sp. z o.o. (MFPK) jest jednym z największych funduszy poręczeniowych w Polsce. MFPK powstał w 2003 roku w ramach programu tworzenia ogólnopolskiego systemu funduszy poręczeniowych i pożyczkowych, będącego połączeniem inicjatyw i działań samorządów regionalnych i instytucji rządowych celem wspierania rozwoju mikro, małych i średnich przedsiębiorców działających na terenie Polski. MFPK Sp. z o.o. jest spółką z kapitałem publicznym działającą non profit, która z wykorzystaniem zwrotnych instrumentów finansowych wspiera firmy z terenu Mazowsza.

Udziałowcami Funduszu są jednostki samorządowe, Skarb Państwa oraz zrzeszenia i izby gospodarcze przedsiębiorców. Właścicielami spółki są:

- Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego
- Miasto Stołeczne Warszawa
- Bank Gospodarstwa Krajowego
- Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej
- Miasto Józefów
- Miasto Siedlce
- Miasto Ostrołęka
- Miasto i Gmina Wołomin
- Miasto i Gmina Legionowo
- Miasto i Gmina Grodzisk Mazowiecki
- Miasto Sokołów Podlaski
- Miasto Garwolin
- Miasto i Gmina Wyszaków
- Miasto Mława
- Miasto Radom
- Miasto Płock
- Powiat Otwocki
- Powiat Płocki
- Powiat Sochaczewski
- Powiat Kozienicki
- Powiat Mławski
- Powiat Przasnyski
- Powiat Wyszkowski
- Powiat Legionowski
- Gmina Mszczonów
- Gmina Teresin
- Gmina Świercze
- Gmina Brańszczyk
- Gmina Długosiodło
- Gmina Rząśnik

- Gmina Somianka
- Gmina Zabrodzie
- Mazowiecka Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości
- Związek Pracodawców Warszawy i Mazowsza

Statutowym zadaniem MFPK Sp. z o.o. jest pomoc przedsiębiorcom z segmentu MSP w zakresie zwiększania dostępności do zewnętrznych źródeł finansowania poprzez udzielanie poręczeń prawa cywilnego, zabezpieczających spłatę kredytów i pożyczek udzielanych przez banki i inne instytucje finansujące oraz leasingów. Dzięki prowadzonej działalności poręczeniowej, MFPK pośrednio realizuje również zadania publiczne w zakresie przeciwdziałania bezrobociu oraz aktywizacji rynku pracy na terenie Mazowsza. Ta rola analizowanego podmiotu zasługuje na szczególną uwagę. Liczby przedstawione przez respondenta dają podstawy by uznać Fundusz za przykład dobrej praktyki w branży usług/pośrednictwa finansowego.

- Cele strategiczne Funduszu to wspieranie przedsiębiorczości. Do dnia dzisiejszego, dzięki naszej działalności przedsiębiorcy utworzyli około 6 tysięcy miejsc pracy. W tym samym okresie w mazowieckich firmach możliwe było utrzymanie prawie 40 tysięcy stałych etatów dla pracowników z naszego regionu. Nasza niepisana rola – utrzymanie miejsc pracy - staje się coraz bardziej istotna, choć nie była pierwotnym założeniem.

Powyższe działania oraz działania statutowe Funduszu są oczywiście możliwe dzięki stałemu pozyskiwaniu kapitału poręczycielskiego (środki publiczne i dotacje unijne) oraz coraz większemu zainteresowaniu instytucji finansowych (banków, funduszy pożyczkowych, leasingowych) współpracą z Funduszem. Wysoki poziom kapitału MFPK, który przeznaczany jest na gwarantowanie spłaty zobowiązań finansowych przedsiębiorców, ułatwiło prowadzenie biznesu ponad 3000 firm rozpoczynających i prowadzących już działalność gospodarczą. W ramach swojej działalności MFPK analizuje podejście biznesowe przedsiębiorcy, oraz robi pełen wywiad środowiskowy. Kompleksowa obsługa przedsiębiorstw starających się o wparcie jest działaniem innowacyjnym na skalę kraju.

2. Działalność w inicjatywach klastrowych

MFPK należy do Mazowieckiego Klastra Efektywności Energetycznej i Odnawialnych Źródeł Energii oraz do Centrum Przedsiębiorczości Smolna. Centrum z założenia ma sprzyjać tworzeniu spójnej polityki wspierania przedsiębiorczości poprzez budowanie porozumienia wszystkich instytucji zainteresowanych przedsiębiorczością. W Centrum skoncentrowane zostaną kompleksowe funkcje i usługi szkoleniowo-doradcze, informacyjne, finansowe, prawne, księgowe oraz zarządcze świadczone przedsiębiorcom, związane z bieżącą działalnością przedsiębiorcy oraz osób rozpoczynających działalność gospodarczą, w tym między innymi dla firm typu spin-off, spin-out oraz start-up.

W ramach współpracy ze Smolną planowane jest otwarcie placówki Funduszu.

- To ma być miejsce do którego będą przychodzili głównie młodzi przedsiębiorcy. Będzie tam urzędował Rzecznik Patentowy. Będzie tam można założyć i zarejestrować firmę, skonsultować się z przedstawicielem funduszu pożyczkowego i Mazowieckiej Agencji Energetycznej.

Z kolei funkcjonowanie w strukturach Klastra Efektywności Energetycznej i OZE związane jest z promocją województwa mazowieckiego jako miejsca efektywnych, innowacyjnych inwestycji, wzmocnienia współdziałania samorządu lokalnego, przedstawicieli ośrodków naukowo-badawczych, przedstawicieli uczelni wyższych oraz regionalnego biznesu w realizacji polityki rozwoju województwa mazowieckiego, wzmocnienie konkurencyjności Mazowsza. Klastr jest reprezentowany przez wiele podmiotów (JST, ośrodki akademickie, MSP, instytucje doradcze, finansowe, szkoleniowe itp.) realizujących wspólnie cele (kompleksowa oferta) tj.: popularyzacja wiedzy o metodach i sposobach zwiększania efektywności energetycznej poprzez szkolenia, konferencje, warsztaty, utworzenie telefonicznego i internetowego centrum informacyjno - konsultacyjnego, wydawnictwo periodyków, wypracowywanie i wdrażanie skutecznych mechanizmów wsparcia finansowego dla przedsiębiorstw z dziedziny EE i OZE. Uczestnictwo MFPK Sp. z o.o. w tego rodzaju inicjatywie klastrowej daje możliwość dodatkowego wspierania przedsiębiorców oraz aktywizację rynku pracy. Branża energetyczna daje bezpieczeństwo funkcjonowania przedsiębiorcom, ale jest to także innowacyjny sektor dający nowe miejsca pracy. W ramach Klastra, Fundusz współpracuje z Agencją Energetyczną, która udziela wsparcia finansowanego w ramach Inicjatywy JESSICA.

3. Współpraca z sektorem B+R

MFPK angażuje się w projekty innowacyjne. Kadra Funduszu podnosi swoje umiejętności w tym zakresie (studia, liczne certyfikowane kursy, szkolenia m.in.: PRINCE 2, Broker Innowacji). Zdobyta wiedza jest z powodzeniem wykorzystywana podczas współpracy ze światem nauki. Dotychczas nawiązana została współpraca z Politechniką Warszawską i z SGGW. Rolą funduszu była pomoc we wdrażaniu wysoce innowacyjnych projektów – MFPK podjął w nich inicjatywy o charakterze doradczym.

- Wspieramy wszelkiego rodzaju koła naukowe. Jak np. na Politechnice – ogólnopolskie spotkania młodych wynalazców. Bierzemy w tym udział i instruujemy na temat pewnych problemów, które mogą pojawić się na ich drodze. Mówimy jak sobie z nimi radzić i do kogo się zwracać o pomoc.

4. Doświadczenie w realizacji projektów finansowanych ze środków publicznych

W latach 2005-2008 MFPK realizował dwa projekty unijne finansowane ze środków Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw, w ramach którego z uzyskanej dotacji (15 mln PLN) mógł wesprzeć działalność ponad tysiąca firm.

Na uwagę zasługuje wyróżnienie, jakie otrzymał Fundusz za siedemnastokrotny obrót środków z powyższego projektu i wspomniane powyżej efekty jego realizacji - Lider wydatkowania środków z Unii Europejskiej. Nagroda ta została przyznana MFPK w 2008 roku przez Polish National Sales Awards.

- Projekt ten dotyczył właśnie wspierania przedsiębiorców. Dotyczył tego, że mieliśmy być bliżej przedsiębiorców. 17-ktotne wykorzystanie środków unijnych spowodowało, że środki te zwiększyły kapitał poręczeniowy Funduszu i cały czas pracują dla przedsiębiorców.

W 2010 roku Mazowiecki Fundusz Poręczeń Kredytowych Sp. z o.o. podpisał umowę z Mazowiecką Jednostką Wdrażania Programów Unijnych na realizację projektu „Rozwój instrumentów finansowych Mazowieckiego Funduszu Poręczeń Kredytowych poprzez dokapitalizowanie funduszu” współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Priorytetu I. „Tworzenie warunków dla rozwoju potencjału innowacyjnego i przedsiębiorczości na Mazowszu” Działania 1.4. „Wzmocnienie instytucji otoczenia biznesu” Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013.

Projekt miał na celu osiągnięcie wysokiej skuteczności w zakresie wspierania finansowania sektora MSP w województwie mazowieckim poprzez ułatwienie przedsiębiorcom dostępu do kredytów, pożyczek i leasingów, tym samym wzmocnienie ich możliwości rozwojowych i poprawę konkurencyjności na rynku.

Realizacja projektu umożliwiła również wprowadzenie na rynek nowych produktów – poręczeń umów leasingowych. Wychodząc bowiem na przeciw oczekiwaniom rynku - w październiku 2012r. - MFPK Sp. z o.o. podpisał pierwszą w kraju umowę o współpracy w zakresie poręczania transakcji leasingowych z PKO Leasing SA.

- Jest to produkt (poręczenie leasingu), który wprowadził tylko nasz Fundusz. My zrobiliśmy to już w zeszłym roku i widzimy tego pozytywne efekty.

5. Zainteresowanie realizacją projektów w przyszłej perspektywie finansowej 2014-2020

Fundusz jest zainteresowany dalszym wsparciem swojej działalności poręczeniowej ze środków UE. Najbardziej adekwatnym wsparciem byłyby projekty oparte o dotacje zwrotne. Tego rodzaju wsparcie, przy właściwym wykorzystaniu może przynieść wymierne efekty w postaci rozwoju działalności mazowieckich firm, innowacyjnego podejścia do biznesu, wzrostu, jak również utrzymania zatrudnienia w przedsiębiorstwach prowadzących działalność na Mazowszu. Wykorzystując swoje wieloletnie doświadczenie i wypracowane metody działania, MFPK będzie ubiegał się o środki dostępne w ramach okresu programowania 2014-2020.

Dodatkowo żeby zwiększyć swój kapitał, planowane jest włączenie do współpracy Banków Spółdzielczych. Tego rodzaju współpraca może być korzystna dla regionu, ponieważ wpłacone środki zostaną w województwie i będą pracowały dla jego dalszego rozwoju.

6. Podsumowanie

Zaprezentowany podmiot jest przykładem instytucji, która poprzez swoje działanie buduje potencjał sektora MŚP w regionie Mazowsza. Fundusz ma swój udział w przeciwdziałaniu bezrobociu oraz aktywizacji rynku pracy w Województwie Mazowieckim. Znalazł swoje miejsce na mapie instytucji finansowych. Systematycznie rozwija swoją działalność między innymi poprzez wprowadzanie nowych produktów.

Siłą MFPK Sp. z o.o. jest również jego kadra, która wykorzystuje swoje umiejętności, specjalistyczną wiedzę i doświadczenie do realizacji misji Funduszu i na rzecz mazowieckich przedsiębiorców.

MFPK od lat jest laureatem licznych nagród i wyróżnień m.in.: lidera Programu Promocji Przedsiębiorczości w latach 2007, 2008, 2009, lidera w wykorzystaniu środków unijnych (Polish Nationals Sales Awards), Przyjaciela Związku Pracodawców Warszawy i Mazowsza. W roku 2011 fundusz otrzymał Mazowiecki Certyfikat „Rzetelni w biznesie” przyznawany za całokształt prowadzonej działalności, poszanowanie zasad etycznych w biznesie oraz spełnienie kryteriów wysokiej jakości organizacji pracy i zarządzania.

4.5. Słowniczek terminologiczny

Sektor wiedzy - wyodrębnione rodzaje działalności usługowej prowadzonej na rzecz innych podmiotów gospodarczych, które w wysokim stopniu wykorzystują wiedzę (tzw. *knowledge-intensive services*).

IDI – jakościowa metoda badawcza polegająca na przeprowadzeniu z respondentem indywidualnego wywiadu pogłębionego (*Individual in-Depth Interview*). Jej podstawową zaletą jest możliwość pogłębienia wiedzy o badanym zjawisku, w związku z czym często stanowi uzupełnienie ilościowych metod badawczych.

CATI – ilościowa metoda badawcza wspomaganych komputerowo wywiadów telefonicznych (*Computer Assisted Telephone Interviews*), w ramach której ankietę prowadzi wywiad z respondentem przez telefon i rejestruje w komputerze odpowiedzi na zadawane pytania. Jej zaletą jest niski koszt i szybki czas realizacji badania.

Analiza SWOT – metoda analizy strategicznej służąca do wewnętrznej analizy jednostki (np. przedsiębiorstwa, regionu itd.) poprzez pryzmat jej silnych (*Strengths*) i słabych stron (*Weaknesses*) oraz analizy jej otoczenia w kontekście płynących z niego szans (*Opportunities*) i zagrożeń (*Threats*).

CANVAS - metodyka tworząca ramy dla strategicznego pozycjonowania przedsiębiorstwa na rynku odwołująca się do idei modelu biznesowego. Opisuje ona sposób, w jaki organizacje generują wartość dla klientów i w jaki sposób im tę wartość dostarczają. Metodyka CANVAS z uwagi na istotne odniesienia do otoczenia organizacji (społecznego, gospodarczego, technologicznego, kulturowego) może opisywać ramy dla efektywnych w przypadku konkretnego sektora modeli biznesowych, tworząc jednocześnie pole dla indywidualizacji wyborów strategicznych podejmowanych przez organizację. Opisuje rzeczywistość funkcjonowania w konkretnym sektorze poprzez system dziewięciu współzależnych elementów. Tymi elementami są: kluczowi partnerzy, kluczowe aktywności, kluczowe zasoby, wartość dodana, kanały dystrybucji, struktura kosztów, struktura przychodów, segmentacja klientów oraz relacje z klientami.

Inteligentna specjalizacja – zidentyfikowanie i wybór dziedzin o największym potencjale, tych które mogą zapewnić przewagę konkurencyjną regionu (subregionu) na poziomie międzynarodowym i skoncentrowanie na nich wsparcia, w tym szczególnie w zakresie badań i rozwoju innowacji.

Smart Specialization - statystycznie identyfikowalna grupa firm i podmiotów:

- charakteryzująca się zidentyfikowanym potencjałem konkurencyjności w obszarach nowych rozwiązań produktowych, procesowych, organizacyjnych i/lub marketingowych, z uwzględnieniem nowoczesnych technologii (*Key Enabling Technologies*)

- zorientowanych na identyfikację i udział w sieciach współpracy i klastrach, uznających zarazem te formy za dźwignię własnego rozwoju i konkurencyjności,
- z zidentyfikowanym potencjałem absorpcyjnym w zakresie wyników prac badawczo-rozwojowych (własnych i zewnętrznych), świadomych potrzeb w tym względzie,
- ukierunkowanych na udział w międzynarodowych łańcuchach wartości,
- identyfikujących wsparcie publiczne jako możliwość spełnienia ww. kryteriów.

Wysokie technologie- (ang. high-tech) zaawansowane rozwiązania techniczne i zastosowania najnowszych odkryć naukowych w praktyce: gdzie "nowe" oznacza, że nie były stosowane w ostatnim pięcioleciu. Zaawansowaną technologię określa się jako dziedziny i wyroby odznaczające się wysoką intensywnością badawczo-rozwojową, wysokim poziomem innowacyjności, krótkim cyklem życia wyrobów i procesów, szybką dyfuzją innowacji, coraz wyższym zapotrzebowaniem na personel o wysokich kwalifikacjach, dużymi nakładami kapitałowymi, ryzykiem inwestycyjnym, ścisłą współpracą naukowo-techniczną oraz rosnącą konkurencją w wymianie międzynarodowej.

Klaster - termin wywodzący się z teorii rozwoju regionalnego, odnoszący się do sieci małych i średnich przedsiębiorstw, które ze względu na swoją niewielką siłę przy działaniu w pojedynkę decydują się na współpracę. Klastry obejmują kontakty i współpracę przedsiębiorstw z instytucjami naukowo-badawczymi i władzami publicznymi.

Przewaga konkurencyjna - osiągnięcie przez przedsiębiorstwo nadrzędnej pozycji wobec większej liczby konkurentów. Jest ona relatywną miarą jej funkcjonowania na rynku - pozwala na zaoferowanie klientowi usług lub produktów odpowiadających jego oczekiwaniom, a lepszych niż oferty konkurencji. Wyraża się to w wyższej jakości produktu, niższej cenie i lepszej obsłudze lub bardziej kompleksowym zaspokojeniu potrzeb klienta.

Transfer technologii - celowe i ukierunkowane przekazywanie wiedzy do procesu technologicznego (produkcyjnego) celem udanego urynkwienia powstałego produktu i/lub postępowania

Inkubator przedsiębiorczości – instytucja rozwoju ekonomicznego i socjalnego powołana dla selekcji organizowania oraz przyspieszania wzrostu i sukcesu nowych, przedsiębiorczych firm poprzez kompleksowy program wspierania biznesu. Głównym celem inkubatora jest wypromowanie efektywnych przedsiębiorstw, które po opuszczeniu programu są zdolne samodzielnie przetrwać finansowo. Po opuszczeniu inkubatora firmy tworzą miejsca pracy, rewitalizują środowisko lokalne komercjalizując nowe technologie tworzą dobrobyt i pomyślny rozwój lokalnej i narodowej gospodarki.

Łańcuch wartości - opisuje pełny zakres działań związanych z produktem lub usługą, zaczynając od pomysłu, poprzez wszystkie etapy produkcji, po dostarczenie do klientów i likwidację po jego zużyciu.

Działalność badawcza i rozwojowa (B+R): obejmuje trzy rodzaje aktywności: **badania podstawowe** (prace teoretyczne i eksperymentalne, w zasadzie nieukierunkowane na uzyskanie konkretnych zastosowań praktycznych) i **stosowane** (prace badawcze mające na celu zdobycie nowej wiedzy mającej konkretne zastosowanie) oraz **prace rozwojowe** (polegające na zastosowaniu istniejącej już wiedzy do opracowania nowych lub istotnego ulepszenia istniejących procesów, wyrobów lub usług, nie obejmują one prac wdrożeniowych).

Sektor B+R - ogół instytucji i osób zajmujących się pracami twórczymi podejmowanymi dla zwiększenia zasobu wiedzy, jak również znalezienia nowych zastosowań do tej wiedzy. Należą do nich:

- PAN
- Jednostki badawczo-rozwojowe
- Szkoły wyższe prowadzące działalność w zakresie B+R
- Jednostki obsługi nauki
- Jednostki rozwojowe - przedsiębiorstwa posiadające własne zaplecze badawcze

Polska Klasyfikacja Działalności (PKD) - umownie przyjęty, hierarchicznie usystematyzowany podział rodzajów działalności społeczno-gospodarczej, jakie realizują jednostki (podmioty gospodarcze).

Innowacja - zmiana wprowadzona celowo, która polega na zastępowaniu dotychczasowych stanów rzeczy innymi. Wyróżnia się innowacje: produktowe, procesowe, organizacyjne i marketingowe.