

УДК: 338.28 (339)

INNOWACYJNOŚĆ USŁUG BIZNESOWYCH W POLSCE. BARIERY I STYMULATORY

Lidia Kuczewska, Robert Nowacki

*Institute for Market, Consumption and Business Cycles Research,
87, Jerozolimskie Al., 87, Warszawa, Polska, 02-001; tel. +48 22 628-5585, email:
lidia.kuczewska@ibrkk.pl.*

Współczesne gospodarki cechuje nasilająca się konkurencja. W takich warunkach przedsiębiorstwa, które nie wprowadzają zmian lub zbyt wolno na nie reagują mogą mieć problemy z utrzymaniem się na rynku. Nadążanie za zmianami często okazuje się niewystarczającą strategią, przedsiębiorstwa stają w obliczu konieczności ich kreowania, a zyskującym na znaczeniu narzędziem konkurowania są innowacje. Coraz częściej zwraca się uwagę na fakt, że innowacje przynoszą korzyści nie tylko dla firm, które je wdrażają ale także dla ich klientów, dostarczając im określonych wartości. Szczególnie dotyczy to innowacyjnych usług biznesowych, które pozwalają nabywającym je przedsiębiorstwom na osiągnięcie wielu korzyści.

W artykule zidentyfikowano poziom innowacyjności usług biznesowych w Polsce oraz czynniki sprzyjające i bariery ograniczające możliwości podnoszenia ich innowacyjności w oparciu o wyniki dwóch badań. Pierwsze przeprowadzone zostało w firmach świadczących usługi biznesowe, drugie - w przedsiębiorstwach korzystających z tych usług. Spojrzenie na te same problemy „z obu stron” pozwoliło na konfrontacje wyrażanych opinii, ich zobiektywizowanie oraz umożliwiło sformułowanie pogłębionych wniosków.

Słowa kluczowe: *usługi biznesowe, innowacyjność, bariery innowacyjności, stymulatory innowacyjności*

Uwagi wstępne

Ważnym przejawem zmian zachodzących we współczesnym sektorze usług jest wzrost znaczenia usług biznesowych. W warunkach szybko zmieniającego się rynku, turbulentnego otoczenia, dynamicznego postępu technicznego, postępującego podziału pracy i będącej jego efektem specjalizacji większość podmiotów gospodarczych, szczególnie z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, nie jest samowystarczalna i korzysta ze specjalistycznych usług. Duże przedsiębiorstwa na ogół są w stanie realizować wiele funkcji we własnym zakresie, jednak wiąże się to z ponoszeniem znacznych kosztów. Korzystają więc z usług biznesowych w celu ich ograniczenia, tym bardziej że współczesny rynek wywiera znaczną presję na ich redukcję. Co więcej usługi świadczone przez profesjonalne firmy są nie tylko tańsze od realizowanych we własnym zakresie, dzięki wykorzystaniu korzyści skali ale na ogół wyższej jakości – efekt specjalizacji [3].

Szczególnie duże korzyści przedsiębiorstwa mogą osiągać z nabywania innowacyjnych usług biznesowych. Coraz częściej zwraca się uwagę, że innowacje przynoszą korzyści nie tylko firmie, która je wdraża ale także „nowe wartości” dla klienta lub szerzej – interesariuszy [6]. W takim ujęciu innowacje rozumie się jako wprowadzanie znaczących zmian, które usprawniają produkty/usługi danej organizacji, jej procesy, procedury i model biznesu, dostarczając tym samym nowej wartości interesariuszom [7]. Dotyczy to także usług biznesowych, które umożliwiają nabywającym je przedsiębiorstwom, poza wspomnianą oszczędnością kosztów, koncentrowanie się na podstawowej działalności, uzyskanie dostępu do zasobów, którymi nie dysponują, nie mają możliwości ich utworzenia lub jest to dla nich nieopłacalne; pracownicy mają szansę rozwoju zawodowego bowiem współpracując z firmami biznesowymi (często różnymi) poszerzają swoją wiedzę i umiejętności. Usługi biznesowe stanowią istotne narzędzie służące dokonywaniu wielu przeobrażeń w przedsiębiorstwie w zależności od zmieniających się warunków wewnątrz przedsiębiorstwa, jak i w jego otoczeniu. W ten sposób przyczyniać się mogą do podnoszenia jego konkurencyjności. Przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwo osiąga poprzez wyróżniające go kompetencje. Z tego punktu widzenia szczególnie ważna jest dbałość o zasoby stanowiące jego trzon [4]. Taką możliwość dają usługi biznesowe, dzięki którym można wydzielić na zewnątrz funkcje nie stanowiące tego trzonu. W takim ujęciu usługi biznesowe stanowią narzędzie o charakterze strategicznym.

Celem artykułu jest identyfikacja poziomu innowacyjności usług biznesowych w Polsce oraz czynników sprzyjających i barier ograniczających możliwości podnoszenia ich innowacyjności. Cel zrealizowano w oparciu o wyniki dwóch badań empirycznych, przeprowadzonych przy użyciu wystandaryzowanych kwestionariuszy wywiadów, na ogólnopolskich próbach badawczych. Pierwsze badanie przeprowadzone zostało w 150 firmach świadczących usługi biznesowe w III kwartale 2014 r., drugie na przełomie 2014 i 2015 r. w 500 przedsiębiorstwach korzystających z tych usług¹.

Usługi biznesowe w polskiej gospodarce

Zmiany zachodzące w usługach biznesowych w Polsce przedstawiono prezentując przeobrażenia zachodzące w wartości produktu krajowego brutto i nakładów inwestycyjnych oraz liczbie pracujących w tych sekcjach PKD 2007, do których zostały one zaklasyfikowane, a mianowicie:

- J - Informacja i komunikacja,
- M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna,
- N – Administrowanie i działalność wspierająca.

¹ Obydwa badania zostały wykonane na potrzeby projektu finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki pt.: „Innowacyjność usług biznesowych w podnoszeniu konkurencyjności przedsiębiorstw – ujęcie modelowe”, realizowanego przez autorów niniejszego artykułu.

Zakresem czasowym analizy objęto lata 2007-2014/13 (tabele 1-3) aby ukazać zmiany zachodzące w okresach różnego tempa rozwoju polskiej gospodarki².

Tabela 1.

Dynamika PKB w wybranych sekcjach w latach 2007-2014, w cenach stałych (w%)

Sekcje PKD 2007	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ogółem w gospodarce	107,2	103,9	102,6	103,7	104,8	101,8	101,7	103,4
Sekcja J- Informacja i komunikacja	106,7	109,2	104,0	101,2	106,5	110,1	103,8	100,7
Sekcja M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	109,2	110,2	104,3	107,8	102,1	102,9	103,5	101,0
Sekcja N - Administrowanie i działalność wspierająca	118,1	111,8	108,7	108,1	115,1	108,0	105,8	103,5

Źródło:[12]

Tabela 2.

Zmiany w liczbie pracujących w wybranych sekcjach w latach 2007-2013 (w %)

Sekcje PKD 2007	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ogółem w gospodarce	104,2	101,9	108,2	102,4	100,9	109,6	100,5
Sekcja J- Informacja i komunikacja	111,5	110,2	102,8	109,2	104,9	103,9	104,5
Sekcja M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	107,3	102,0	101,6	100,2	107,7	102,5	104,1
Sekcja N - Administrowanie i	109,8	100,5	100,3	109,6	100,5	102,8	104,2

² O zróżnicowanym tempie rozwoju polskiej gospodarki w tym czasie świadczy dynamika wartości dodanej brutto; w cenach stałych wynosiła ona w: 2007 r. - 107,3%, 2008 r. - 103,8%, 2009 r. - 102,9%, 2010 r. - 103,8%, 2011 r. - 104,7%, 2012 r. - 101,8%, 2013 r. - 101,8%, 2014 r. - 103,2%. [12]

działalność wspierająca							
-------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Źródło: [8, s. 259-260; 9, s. 238-239; 10, s. 240-241]. Obliczenia własne.

Tabela 3

Dynamika nakładów inwestycyjnych w wybranych sekcjach w latach 2007-2013, w cenach stałych (w %)

Sekcje PKD 2007	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ogółem w gospodarce	12,0,4	11,0,7	99,2	10,0,2	11,0,6	97,2	98,8
Sekcja J- Informacja i komunikacja	10,9,4	11,8,8	90,4	93,7	10,8,9	89,8	10,3,0
Sekcja M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	11,6,2	11,9,2	93,4	97,5	10,9,8	99,3	98,5
Sekcja N - Administrowanie i działalność wspierająca	13,3,0	10,8,2	84,8	81,9	12,6,2	85,5	11,6,7

Źródło: [8, s. 716-717; 9, s. 669; 10, s. 671].

W przypadku PKB najwyższe tempo wzrostu odnotowano w sekcji Administrowanie i działalność wspierająca (jedynie w 2012 r. wyższa dynamika cechowała sekcję Informacja i komunikacja) i było ono istotnie wyższe niż w gospodarce ogółem. W pozostałych dwóch sekcjach tempo wzrostu PKB także na ogół było wysokie. Tylko w jednym przypadku odnotowano spadek wartości PKB - w sekcji Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna w 2010 r.

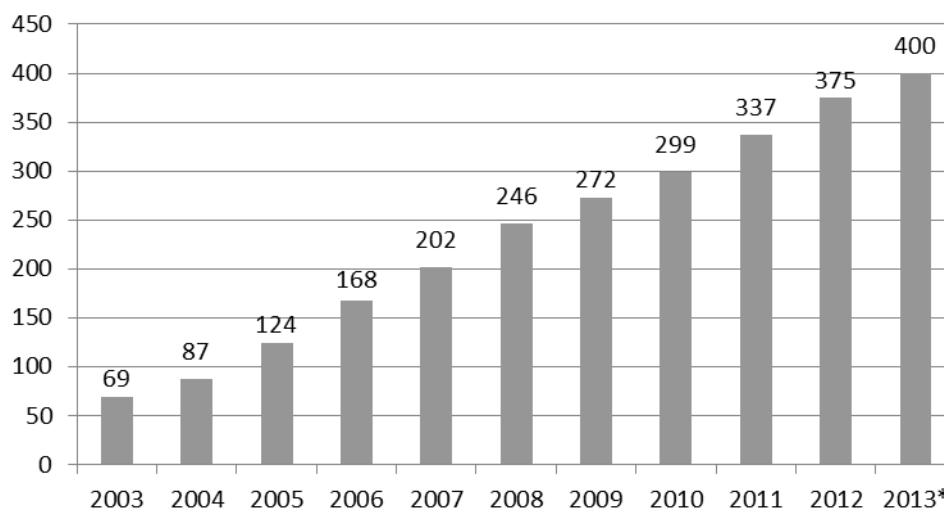
Usługi biznesowe pełnią istotną rolę w łagodzeniu trudnej sytuacji na polskim rynku pracy, o czym świadczy fakt, że we wszystkich „biznesowych” sekcjach tempo wzrostu liczby pracujących, poza nielicznymi wyjątkami, było wyższe niż w gospodarce. Nawet w 2009 r. i 2012 r., gdy liczba pracujących w gospodarce malała w prezentowanych sekcjach rosła.

Ten znaczny wkład „biznesowych” sekcji we wzrost gospodarczy i absorpcję zasobów pracy dokonywał się przy na ogół niższym niż w gospodarce ogółem, a w niektórych latach nawet malejącym (w stosunku do roku poprzedniego) tempie inwestowania. Korzystne pod tym względem były lata 2007, 2008 i 2011, natomiast w roku 2009, 2010 i 2012 we wszystkich sekcjach miał miejsce spadek, a w sekcji Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna także w 2013 r.

Dynamiczny rozwój usług biznesowych w Polsce dokonał się w znacznym stopniu za sprawą kapitału zagranicznego, który rozwijał na jej terenie swoje centra biznesowe. Polska ma wiele atutów jako miejsce do ich lokalizacji, ze względu na³:

- niższe - niż w krajach macierzystych inwestorów - koszty pracy,
- położenie geograficzne – w środkowej Europie, na zbiegu szlaków komunikacyjnych między wschodem i zachodem oraz północą i południem,
- niską dla zagranicznych inwestorów cenę powierzchni biurowej (Polska dysponuje największymi zasobami nowoczesnej powierzchni biurowej w Europie Środkowo-Wschodniej) [11];
- stabilną sytuację ekonomiczną i polityczną (szczególnie w porównaniu do krajów azjatyckich i afrykańskich);
- członkostwo w Unii Europejskiej.

Dogodne warunki do lokalizacji usług biznesowych w Polsce przyczyniły się do dynamicznego wzrostu liczby zagranicznych centrów usług biznesowych i pracujących w nich osób (wykres 1 i 2).

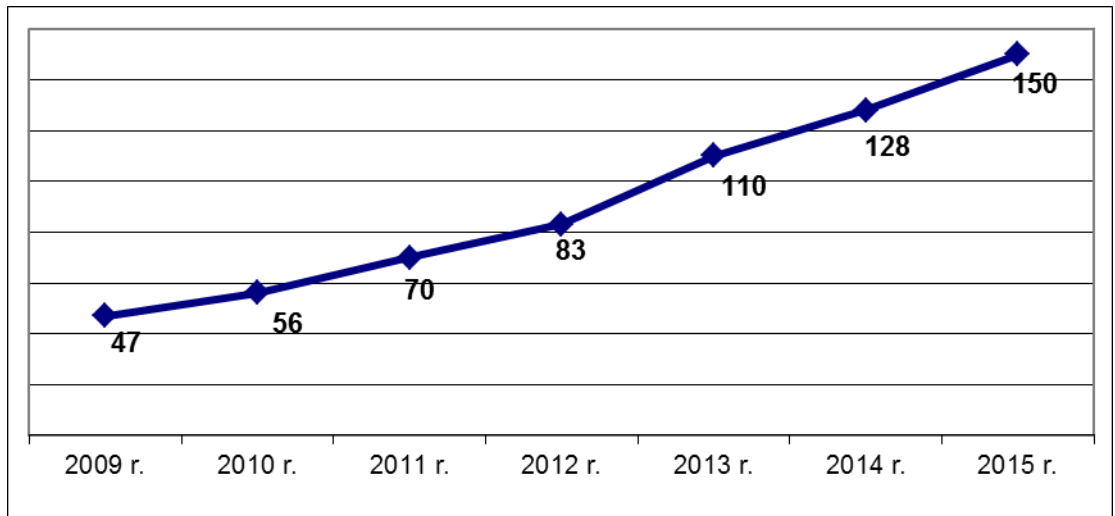


Wykres 1. Liczba zagranicznych centrów usług biznesowych w Polsce w latach 2003-2013

*liczba centrów usług biznesowych w 2013 r. jest wartością szacowaną.

Źródło: *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce*, Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL), Warszawa 2012; *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce*, Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL), Warszawa 2013.

³ Szerzej na ten temat m.in.: [5]



Wykres 2. Liczba pracujących w sektorze usług biznesowych w Polsce w latach 2009-2015, w tys.

Źródło: *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce*, Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL) 2014, s. 14, *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce*, Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL) 2015, s. 11.

Poziom innowacyjności usług biznesowych

Z badania przeprowadzonego w firmach biznesowych wynika, że znaczna ich część w latach 2013-2014 wdrażała innowacje – od 38,7% do 57,4% w zależności od obszaru działania (tabela 4). Poziom innowacyjności⁴ ankietowanych firm należy uznać za znaczną, biorąc pod uwagę niski poziom innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce [13] oraz udział innowacyjnych podmiotów działających w sektorze usług w Polsce w ogólnej ich liczbie w latach 2011-2013 na poziomie 11,4% [1].

Tabela 4

Obszary funkcjonowania, w których firmy biznesowe wdrażały innowacje (% wskazań)

Wyszczególnienie	Obszar funkcjonowania:					Razem
	pozostał niezmie-	zmien ił się nieznac- nie	zmien ił się znacznie	zmien ił się całkowi- cie	trudn o powie- dzieć	

⁴ Innowacyjność, w niniejszym artykule, rozumiana jest jako: „proces polegający na wprowadzaniu zmian jakościowych w sferze technologii, organizacji pracy, zarządzania i marketingu [...], rezultatem innowacyjności jest poprawa efektywności działania” [2].

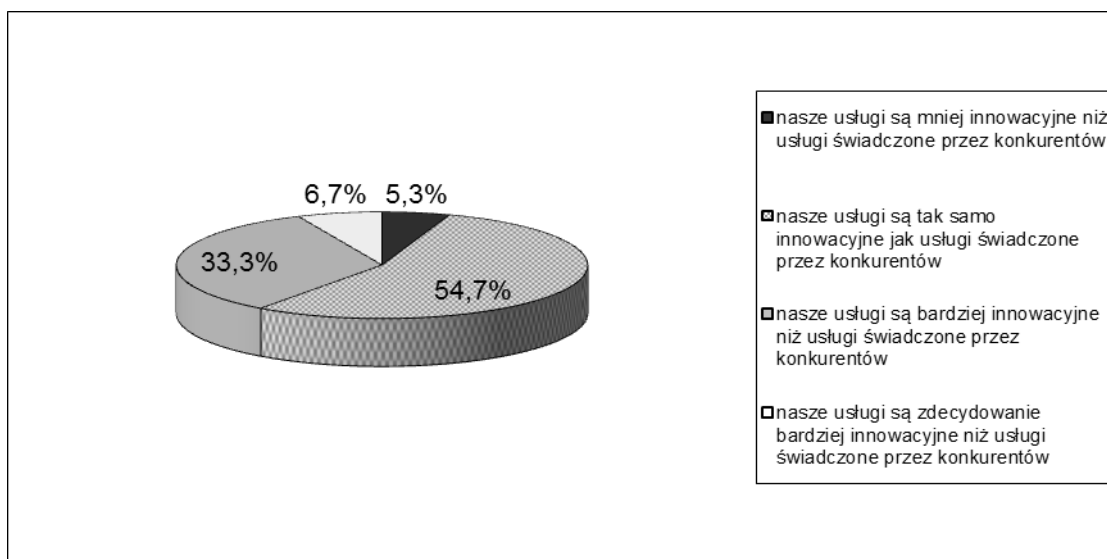
	niony					
Szerokość oferty usługowej	47,3	27,3	20,7	4,7	0	100,0
Sposoby wytwarzania usług	56,6	22,7	16,7	4,0	0	100,0
Sposoby dystrybucji usług	53,3	25,3	14,7	6,0	0,7	100,0
Zasoby ludzkie	42,6	24,7	26,7	5,3	0,7	100,0
Sposoby współpracy / komunikacji / interakcji z klientami	46,0	28,0	20,0	4,7	1,3	100,0
Sposoby współpracy /relacje z innymi firmami (np. dostawcami, kooperantami)	50,0	26,0	18,7	4,0	1,3	100,0
Struktura organizacyjna firmy	61,3	22,0	12,0	4,0	0,7	100,0
Stosowane działania / techniki marketingowe	56,6	24,7	10,7	6,0	2,0	100,0
Organizacja procesu świadczenia usług	55,9	18,7	18,7	6,0	0,7	100,0

Źródło: badanie ankietowe przeprowadzone w firmach biznesowych.

Firmy biznesowe, które wdrażały innowacje najczęściej podnosiły kompetencje pracowników (łącznie 32,0% wskazań na odpowiedzi, że ten obszar działania zmienił się znacznie lub całkowicie), poszerzały ofertę o nowe usługi (analogicznie 25,4%), zmieniały sposoby współpracy/komunikacji/interakcji z klientami (np. nawiązały partnerską współpracę z klientami) lub dokonywały zmian w organizacji procesu świadczenia usług (po 24,7%). Najbardziej wprowadzane były innowacje organizacyjne (16,0% wskazań) oraz marketingowe (16,7%).

Poziom innowacyjności usług świadczonych przez firmy biznesowe został przez większość z nich (54,7%) oceniony jako taki sam jak ich głównych konkurentów, ok. 1/3 firm uznała, że świadczy usługi bardziej innowacyjne, niespełna 7%, że zdecydowanie bardziej innowacyjne, ponad 5% - mniej innowacyjne. Żaden respondent nie stwierdził, że usługi świadczone przez jego firmę są zdecydowanie mniej innowacyjne niż oferowane przez głównych rynkowych rywali (wykres 3).

Przedsiębiorstwa korzystające z usług biznesowych także relatywnie wysoko oceniły ich innowacyjność. Za najbardziej innowacyjne uznały usługi związane z oprogramowaniem (84,4% wskazań na odpowiedzi „raczej innowacyjne” oraz „bardzo innowacyjne” łącznie), w zakresie badań naukowych i prac rozwojowych (81,2%) oraz usługi w zakresie informacji (80,9%). Najniższy poziom innowacyjności przypisywały usługom prawniczym (61,7%) oraz rachunkowo-księgowym/doradztwa podatkowego (64,2% – tabela 5).



Wykres 3. Struktura firm biznesowych wg poziomu innowacyjności usług w stosunku do oferty głównych konkurentów

Źródło: jak w tab. 4.

Tabela 5

Ocena innowacyjności usług biznesowych, z których korzystają ankietowane przedsiębiorstwa*

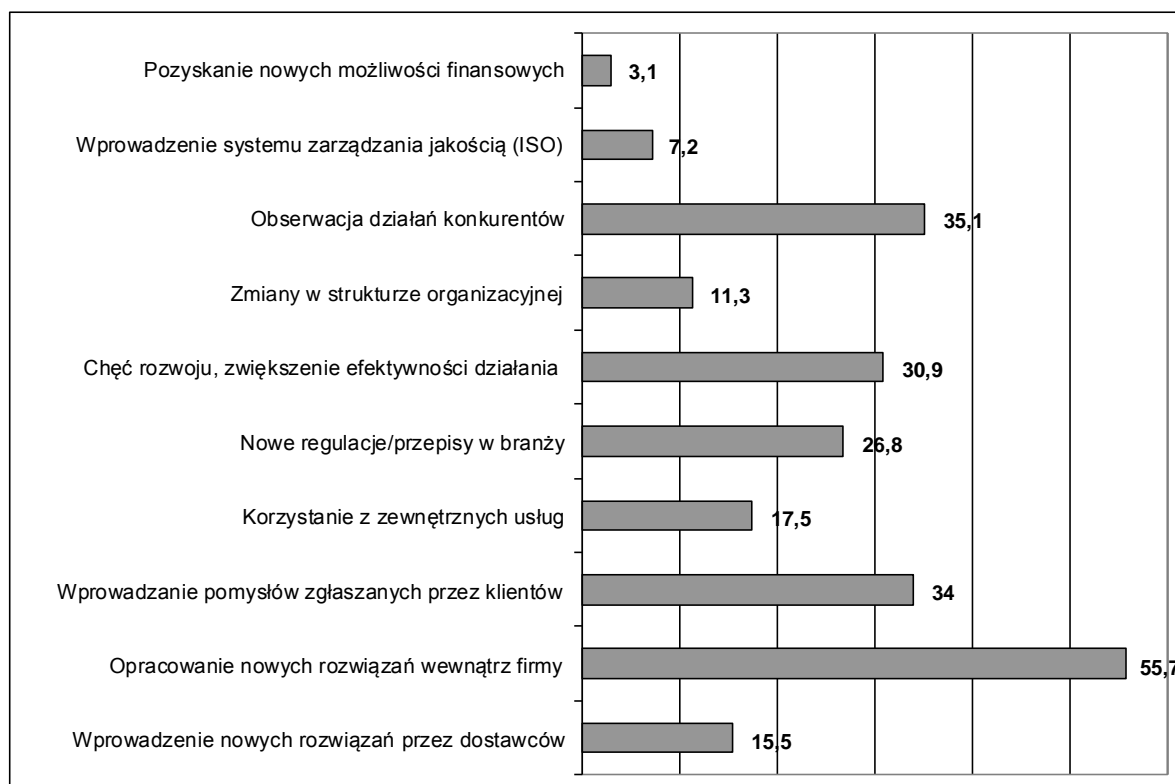
Rodzaje usług	% wskazań
usługi telekomunikacyjne	75,3
usługi związane z oprogramowaniem	84,4
usługi w zakresie informacji	80,9
usługi prawnicze	61,7
usługi rachunkowo-księgowe/doradztwo podatkowe	64,2
doradztwo związane z zarządzaniem	78,3
usługi w zakresie badań naukowych i prac rozwojowych	81,2
usługi reklamowe	77,1
usługi badania rynku i opinii publicznej	71,3
usługi związane z zatrudnieniem	70,2

* w ocenie uwzględniono odpowiedzi: „raczej innowacyjne” oraz „bardzo innowacyjne” wyrażone przez firmy, które korzystają z danej usługi biznesowej.

Źródło: badanie ankietowe przeprowadzone w firmach korzystających z usług biznesowych.

Oceny te w znacznym stopniu wynikają z istoty poszczególnych rodzajów usług. Usługi związane z oprogramowaniem oraz w zakresie informacji w dużym stopniu absorbują postęp techniczny, ich świadczenie wiąże się z zastosowaniem najnowocześniejszych technologii. Wpływają one na możliwości funkcjonowania i rozwoju każdego podmiotu gospodarczego. Jednocześnie wchodzi w skład dynamicznie rozwijającego się sektora ICT uznawanego za „lokomotywę” rozwoju społeczno-ekonomicznego. Podobną rolę spełniają badania naukowe i prace rozwojowe. Usługi prawnicze, księgowość czy podatkowe - jako bardziej tradycyjne - są mniej „podatne” na innowacje.

Firmy biznesowe podejmowały działania innowacyjne pod wpływem różnych uwarunkowań, różne były ich źródła (wykres 4). Najczęściej wprowadzano własne pomysły (55,7%), rzadziej innowacje powstawały w wyniku obserwacji działań konkurentów (35,1%) czy pomysłów zgłaszanych przez klientów (34,0%).



Wykres 4. Źródła innowacji (% wskazań*)

* respondenci mogli wskazać najwyżej 3 odpowiedzi.
Źródło: jak w tab. 4.

Celem wdrażania innowacji najczęściej było podnoszenie jakości usług (28,1% wskazań), rzadziej chodziło o zwiększenie efektywności procesów (13,5%) oraz poszerzenie asortymentu usług (11,5%). Za najmniej istotne cele uznano: redukcję kosztów funkcjonowania (2,1%) oraz konieczność nadążania za konkurentami lub ich dystansowania (3,1% - tabela 6). Należy jednak zwrócić uwagę, że co dziesiąty respondent nie potrafił wskazać celu, któremu służą podejmowane w jego firmie działania innowacyjne. Niełatwo jest znaleźć racjonalne uzasadnienie tego faktu.

Tabela 6

Główne cele wprowadzania zmian o charakterze innowacyjnym

Wyszczególnienie	% wskazań
Podniesienie jakości usług	28,1
Zwiększenie efektywności procesów	13,5
Rozszerzenie asortymentu usług	11,5
Wejście na nowe rynki zbytu	9,4
Zwiększenie elastyczności działania	6,3
Zwiększenie wydajności pracy	6,3
Dostosowanie się do obowiązujących wymogów, regulacji	5,2
Wprowadzenie nowych usług	4,2
Nadążanie za konkurentami /dystansowanie konkurentów	3,1
Zmniejszenie kosztów	2,1
Trudno powiedzieć	10,4
Razem	100,0

Źródło: jak w tab. 4.

Zdaniem respondentów z firm biznesowych poziom innowacyjności usług świadczonych przez reprezentowane przez nich podmioty wpływa na korzyści osiągnięte przez ich klientów (tabela 7). Okazuje się, że korzystanie z usług mniej innowacyjnych niż świadczą konkurenci najczęściej umożliwia poprawę efektywności działania (mierzoną takimi wskaźnikami finansowymi jak np. dynamika wzrostu sprzedaży czy przychodów) oraz redukcję kosztów funkcjonowania. Nabywanie usług o takim samym poziomie innowacyjności pozwala przede wszystkim na zmniejszenie kosztów, natomiast zakup usług bardziej i zdecydowanie bardziej innowacyjnych najczęściej prowadzi do wzrostu konkurencyjności.

Tabela 7

Poziom innowacyjności usług świadczonych przez firmy biznesowe w stosunku do oferty ich głównych konkurentów a korzyści z ich nabywania (% wskazań)

Korzyści z nabywania innowacyjnych usług biznesowych	Innowacyjność usług w stosunku do konkurentów:			
	mniej innowacyjne	tak samo innowacyjne	bardziej innowacyjne	zdecydowanie bardziej innowacyjne
poprawa efektywności działania	62,5	26,8	32,0	50,0
wzrost konkurencyjności	12,5	26,8	62,0	80,0
obniżenie kosztów funkcjonowania	62,5	36,6	30,0	50,0
usprawnienie procesów zarządczych	50,0	29,3	36,0	30,0
poprawa wizerunku rynkowego	25,0	12,2	26,0	20,0

Źródło: jak w tab. 4.

Nabywcy innowacyjnych usług biznesowych za podstawową korzyść z ich zakupu także uznały możliwość podnoszenia konkurencyjności (36,2% wskazań). Nieco rzadziej umożliwiały one zdobywanie nowych klientów (32,0%) oraz redukcję kosztów działalności (31,4%). Pozostałym korzyściom przypisywano mniejsze znaczenie, a za najmniej istotne uznano podnoszenie skuteczności działań marketingowych (2,7% - tabela 8).

Tabela 8

Korzyści uzyskiwane z zakupu innowacyjnych usług biznesowych w ocenie ich nabywców*

Wyszczególnienie	% wskazań
wprowadzanie nowych/ulepszonych produktów na rynek	16,9
wchodzenie na nowe rynki zbytu	14,9
poprawa efektywności działania	15,6
podnoszenie konkurencyjności firmy	36,2
obniżanie kosztów działalności	31,4
poprawa wizerunku firmy	23,3
pozyskiwanie nowych klientów	32,0
doskonalenie relacji z klientami	21,3
podnoszenie wydajności pracy	18,5
usprawnienia organizacyjne	14,9
usprawnienia technologiczne	11,9

doskonalenie zasad współpracy z dostawcami i/lub innymi partnerami biznesowymi	10,1
promocja przedsiębiorstwa, w tym reklama	9,2
podnoszenie skuteczności działań marketingowych	2,7

* respondenci mogli wskazać najwyżej 3 odpowiedzi

Źródło: jak w tab. 5.

Czynniki sprzyjające i bariery ograniczające możliwości zwiększania innowacyjności usług biznesowych

Zdaniem respondentów z firm biznesowych czynnikiem najbardziej zachęcającym do podejmowania działalności innowacyjnej jest duży popyt na innowacyjne usługi (54,7% wskazań). Nowe pomysły i ich implementacja wymagają wysokich kompetencji pracowników, dlatego im też przypisywano duże znaczenie (42,0%). Istotnymi stymulatorami innowacji okazały się także: dostęp do nowoczesnych metod świadczenia usług (33,3%), dobre perspektywy rozwoju branży (22,7%) oraz pomysły sugerowane przez klientów (22,0%). Na podkreślenie zasługuje niekorzystna opinia respondentów co do skuteczności wspierania działań innowacyjnych przez władze administracyjne - było to najrzadziej wskazywane uwarunkowanie działalności innowacyjnej (5,3% - tabela 9).

W przypadku barier ograniczających działalność innowacyjną najczęściej wymieniano skupianie się na bieżącej działalności i wynikający z tego brak czasu na podejmowanie działalności innowacyjnej (30,7%). Kolejne ograniczenia to: brak presji ze strony rynku do podejmowania innowacyjnych działań (26,7%), małe zainteresowanie klientów innowacyjnymi usługami (20,0%) oraz problemy związane z finansowaniem działalności innowacyjnej - fundusze własne na ogół okazują się niewystarczające (16,7%), natomiast pozyskiwanie zewnętrznych źródeł finansowania jest trudne i kosztowne (15,3%). Najmniej dotkliwą barierą okazała się struktura organizacyjna firmy (2,0%). Jak wiadomo, sztywne struktury często prowadzą do inercji, która blokuje „to co nowe”. Okazuje się jednak, że w małym stopniu dotyczy to badanych firm. Brak potencjału technologicznego do wprowadzania zmian także nie jest liczącą się barierą (2,7%).

Tabela 9

Czynniki sprzyjające i ograniczające możliwości wdrażania innowacji w opinii firm biznesowych*

Wyszczególnienie	% wskazań
Czynniki sprzyjające	
Duży popyt na usługi	54,7
Kompetentni pracownicy	42,0
Dostęp do nowoczesnych metod świadczenia usług	33,3
Dobre perspektywy rozwoju branży	22,7
Pomysły sugerowane przez klientów	22,0
Presja ze strony konkurentów	19,3
Możliwości pozyskiwania funduszy na wdrażanie innowacji	16,7

Współpraca z klientami w zakresie kreowania rozwiązań innowacyjnych	14,7
Wsparcie ze strony władz administracyjnych	5,3
Czynniki ograniczające	
Jesteśmy zbyt zajęci bieżącą działalnością	30,7
Sytuacja na rynku sprawia, że nie musimy nic zmieniać	26,7
Klienci nie są zainteresowani nowymi usługami, popyt na innowacyjne usługi jest niewystarczający	20,0
Niewystarczający kapitał własny na innowacje	16,7
Trudności z pozyskiwaniem kapitału zewnętrznego na działalność innowacyjną lub zbyt wysokie koszty z tym związane	15,3
Nie dostrzegamy żadnych barier	13,3
Nie mamy możliwość znalezienia partnerów do współpracy w zakresie innowacji	10,0
Zbyt łatwe jest kopiowanie innowacji, brak jest właściwej ochrony prawnej innowacji (łatwość imitacji przez konkurentów)	10,0
Wysokie ryzyko wdrażania innowacji	9,3
Wprowadzanie innowacji blokują regulacje prawne	8,7
Nie mamy pracowników o właściwych kwalifikacjach by skutecznie wdrażać innowacje	6,0
Nie mamy wiedzy o dostępnych rozwiązaniach innowacyjnych	4,0
Pracownicy są niechętni zmianom i je blokują	4,0
Dostęp do rozwiązań innowacyjnych jest utrudniony	3,3
Zbyt słabe są perspektywy rozwoju branży, w której działamy by inwestować w innowacje	3,3
Nie mamy potencjału technologicznego, by wprowadzać innowacje	2,7
Struktura organizacyjna firmy utrudnia implementację rozwiązań innowacyjnych	2,0
Nie wiem / trudno powiedzieć	3,3

* respondenci mogli wskazać najwyżej 3 odpowiedzi.

Źródło: jak w tab. 4.

Godny uwagi jest fakt, że mniej jest czynników sprzyjających wprowadzaniu innowacji niż ograniczających takie działania, jednak te pierwsze oddziałują z większą siłą (uzyskały większą liczbę wskazań). Ponadto na odpowiedź: „Nie dostrzegamy żadnych barier” wskazało 15% respondentów, podczas gdy żaden z nich nie stwierdził, że brak jest czynników sprzyjających innowacjom.

Czynniki sprzyjające i ograniczające możliwości wdrażania innowacji były przedmiotem oceny także przez respondentów z przedsiębiorstw korzystających z usług biznesowych (tabela 10). Ich zdaniem o możliwościach podnoszenia innowacyjności usług biznesowych w największym stopniu decydują pracownicy o wysokich kompetencjach (45,7%), sprzyja im także dostęp do nowoczesnych metod

świadczenia usług (37,2%) oraz duży popyt na innowacyjne usługi (33,5%). Należy podkreślić, że te same czynniki (choć w innej kolejności) były wymieniane przez ankietowanych z firm biznesowych. Zdaniem respondentów z przedsiębiorstw korzystających z usług biznesowych o innowacyjności w najmniejszym stopniu decyduje wsparcie ze strony władz administracyjnych (10,5%). I ta opinia była zgodna z wyrażaną przez respondentów z firm biznesowych. Większe znaczenie przypisywano presji ze strony konkurentów (19,2%) oraz współpracy klientów z firmami świadczącymi usługi biznesowe w zakresie kreowania rozwiązań innowacyjnych (20,4%).

Według klientów firm biznesowych największą barierą ograniczającą możliwości podnoszenia innowacyjności usług są problemy związane z finansowaniem innowacji – środki własne na ogół są zbyt ograniczone (39,4%), znaczne są także trudności z pozyskiwaniem kapitału zewnętrznego lub jego koszt jest zbyt wysoki (27,7%). Poważnym problemem jest także brak w firmach biznesowych pracowników o wysokich kompetencjach, którzy byliby zdolni kreować nowe pomysły i skutecznie je wdrażać (19,2%). Najmniej dotkliwe bariery to: brak dostępu do innowacyjnych rozwiązań (3,0%) oraz wiedzy na temat innowacyjnych rozwiązań (5,5%). Należy jednak zwrócić uwagę, że dość znaczna część respondentów (11,3%) nie dostrzegła żadnych barier.

Tabela 10

Czynniki sprzyjające i bariery ograniczające możliwości podnoszenia innowacyjności usług biznesowych w opinii przedsiębiorstw korzystających z tych usług *

Wyszczególnienie	% odpowiedzi
Czynniki sprzyjające	
kompetentni pracownicy firm świadczących usługi biznesowe	45,7
dostęp do nowoczesnych metod świadczenia usług biznesowych	37,2
duży popyt na usługi biznesowe	33,5
możliwość pozyskiwania funduszy na wdrażanie innowacji przez firmy świadczące usługi biznesowe	28,5
pomysły sugerowane przez klientów korzystających z usług biznesowych	23,6
dobre perspektywy rozwoju branży, w której działają firmy świadczące usługi biznesowe	22,0
współpraca klientów z firmami świadczącymi usługi biznesowe w zakresie kreowania rozwiązań innowacyjnych	20,4
presja ze strony konkurentów na rynku usług biznesowych	19,2
wsparcie ze strony władz administracyjnych dla rozwoju usług biznesowych	10,5
Czynniki ograniczające	
brak środków finansowych na innowacje	39,4
trudno jest pozyskać kapitał zewnętrzny na działalność innowacyjną	27,7

lub jego koszty są zbyt wysokie	
w firmach świadczących usługi biznesowe brak jest pracowników o właściwych kompetencjach	19,2
sytuacja na rynku sprawia, że firmy świadczące usługi biznesowe nie muszą nic zmienić	17,0
wprowadzenie innowacji w usługach biznesowych blokują regulacje prawne	16,6
istnieje zbyt wysokie ryzyko działań innowacyjnych w zakresie świadczenia usług biznesowych	15,6
zbyt łatwe jest kopiowanie innowacji w usługach biznesowych, brak jest właściwej ochrony prawnej innowacji	15,0
popyt na innowacyjne usługi jest niewystarczający	14,1
pracownicy firm świadczących usługi biznesowe są niechętni zmianom i je blokują	13,3
zbytne zaangażowanie firm świadczących usługi biznesowe w działalność bieżącą	11,3
firmy świadczące usługi biznesowe nie znajdują partnerów do współpracy w zakresie działalności innowacyjnej	8,1
struktura organizacyjna firm świadczących usługi biznesowe utrudnia implementację rozwiązań innowacyjnych	7,3
zbyt słabe są perspektywy rozwoju branży, w której działają firmy świadczące usługi biznesowe	6,9
firmy świadczące usługi biznesowe nie mają potencjału technologicznego, by wprowadzać pożądane zmiany	6,5
firmy świadczące usługi biznesowe nie mają wiedzy o dostępnych rozwiązaniach innowacyjnych	5,5
firmy świadczące usługi biznesowe nie mają dostępu do innowacyjnych rozwiązań	3,0
nie dostrzegamy żadnych barier	11,3

* respondenci mogli wskazać najwyżej 3 odpowiedzi.

Podsumowanie

Usługi biznesowe rozwijają się w Polsce bardzo dynamicznie o czym świadczy systematycznie wzrastająca liczba firm i pracujących w tej branży. Wiele firm biznesowych, w celu wyróżnienia się na konkurencyjnym rynku, wdraża różnego rodzaju innowacje (produktowe, procesowe, organizacyjne, marketingowe), których celem (w świetle badań własnych) najczęściej jest podnoszenie jakości usług, zwiększanie efektywności procesów, rozszerzanie asortymentu oraz zwiększanie elastyczności działania. Innowacyjne usługi biznesowe pozwalają nabywającym je podmiotom na osiągnięcie licznych korzyści - umożliwiają wdrażanie nowych produktów, wchodzenie na nowe rynki zbytu, zwiększanie efektywności działania, obniżanie kosztów, pozyskiwanie nowych klientów, podnoszenie konkurencyjności. Działalności innowacyjnej firm biznesowych sprzyja wiele czynników. W opinii

usługodawców do najważniejszych należy zaliczyć: duży popyt na innowacyjne usługi, wysokie kompetencje pracowników oraz dostęp do nowoczesnych metod świadczenia usług. Na takie same stymulatory innowacyjności (choć w innej kolejności) wskazywali respondenci z podmiotów korzystających z usług biznesowych. Jest jednak wiele czynników, które ograniczają działalność innowacyjną firm biznesowych. W ich opinii najczęściej są to: konieczność skupiania się na bieżącej działalności i brak czasu na działalność innowacyjną, brak presji ze strony rynku na podejmowanie tej działalności, niedostateczny popyt na innowacyjne usługi oraz problemy związane z finansowaniem działalności innowacyjnej. Dla przedsiębiorstw korzystających z usług biznesowych największą barierą są ograniczenia o charakterze finansowym – brak dostatecznych środków na finansowanie innowacji.

REFERENCES

1. Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011-2013, Warszawa: Główny Urząd Statystyczny - Urząd Statystyczny w Szczecinie, 2014
2. Juchniewicz M, Grzybowska B. Innowacyjność mikroprzedsiębiorstw w Polsce/ M. Juchniewicz, B. Grzybowska - Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 2010
3. Kuczevska L. Stan i tendencje rozwoju usług biznesowych w Polsce/ L. Kuczevska . - Warszawa: Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, 2006
4. Lichtarski J. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie/ J. Lichtarski,- Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im O. Langego we Wrocławiu, 1999
5. Malik R., Przenoszenie usług biznesowych do Polski: uwarunkowania, przebieg i skutki procesu./ Malik R. - Electronic resource – Available from: <kolegia.sgh.waw.pl/pl/KES/kwartalnik/Documents/rmalik132013.pdf>
6. O`Sullivan D., Dooley L. Applying Innovation/ D. O`Sullivan, L. Dooley. - SAGE, California 2009. - Electronic resource – Available from: <http://www.ue.katowice.pl/uploads/media/12_T.Krasnicka_Innowacyjnosc_przedsiębiorstw....pdf>
7. Timmerman J.C. A Systematic Approach for Making Innovation a Core Competency/ J.C. Timmerman // The Journal for Quality and Participation – 2009, January, Vol. 31, No. 4. - Electronic resource – Available from: <http://www.ue.katowice.pl/uploads/media/12_T.Kraśnicka_Innowacyjnosc_przedsiębiorstw....pdf>
8. Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2010 (2010), GUS, Warszawa
9. Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2013 (2013), GUS, Warszawa
10. Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2014 (2014), GUS, Warszawa.
11. Tomkiewicz M. Centra usług biznesowych w Polsce – coraz więcej, coraz bardziej specjalistycznie/ M. Tomkiewicz // Computerword Polska – 2011 - z dn. 28.06 - Electronic resource – Available from: <http://www.computerworld.pl/news/372454/Centra.uslug.biznesowych.w.Polsce.coraz.wiecej.coraz.bardziej.specjalistycznie.html>
12. Polska - wskaźniki makroekonomiczne - Electronic resource – Available from: <www.stat.gov.pl/wskazniki-makroekonomiczne>
13. Zadura-Lichota P. Innowacyjna przedsiębiorczość w Polsce. Odkryty i ukryty potencjał polskiej innowacyjności/ Zadura-Lichota P. - Warszawa: PARP, 2015

Стаття надійшла до редколегії 01.09.2016

Прийнята до друку 15.10.2016

ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-ПОСЛУГИ В ПОЛЬЩІ. БАР'ЄРИ ТА СТИМУЛИ

Лідія Кучевська, Роберт Новацький

*Інститут ринку, споживання і дослідження бізнес-циклів
Алея Єрусалимська, 87, м. Варшава, Республіка Польща, 02-001
тел. +48 22 628-5585, email: lidia.kuczevska@ibrkk.pl.*

Сучасна економіка характеризується загостренням конкуренції. В таких умовах компанії, які не змінюються або занадто повільно реагують, можуть відчувати труднощі з втриманням на ринку. При впровадженні змін компаніям часто бракує адекватної стратегії, підприємства стикаються з необхідністю створення і утримання важливого інструменту конкурентоспроможності - інновацій. Все частіше звертається увага на той факт, що інноваційні переваги існують не тільки для компаній, які їх реалізують, а й для їхніх клієнтів, які отримують додаткову цінність. Це особливо вірно щодо інноваційних бізнес-послуг, які дозволяють компаніям, які їх купують, досягти багатьох переваг.

У статті на основі двох досліджень визначено рівень інновацій бізнес-послуг в Польщі, а також позитивні та негативні чинники, які впливають на інновації. Перше дослідження було проведене в компаніях, що надають бізнес-послуги, друге - в компанії, які використовують ці послуги. Погляд на проблему "з обох сторін" дозволив співставити різні думки, виявити об'єктивну основу і сформулювати поглиблених висновки.

Ключові слова: бізнес-послуги, інновації, бар'єри на шляху інновацій, інноваційні стимулятори

INNOVATIVE BUSINESS SERVICES IN POLAND. BARRIERS AND INCENTIVES

Lidia Kuczevska, Robert Nowacki

*Institute for Market, Consumption and Business Cycles Research,
87, Jerozolimskie Al., 87, Warszawa, Polska, 02-001;
tel. +48 22 628-5585, email: lidia.kuczevska@ibrkk.pl.*

The modern economy is characterized by increased competition. In such circumstances, companies that do not change or react too slowly may experience difficulty keeping the market. When implementing change companies often lack adequate strategy, enterprises are faced with the need to create and retain important tool for competitiveness – innovation. Increasingly, attention is drawn to the fact that the benefits of innovation are not only for companies, that implement them, but for their customers who get added value. This is especially true for innovative business services that enable companies, hat buy them, achieve many benefits.

In the article on the basis of two studies determined the level of innovation of business services in Poland, as well as positive and negative factors, that affect innovation. The first study was conducted in companies that provide business services, the second - in companies that use these services. A look at the problem "from both sides" allowed to compare different opinions, to find an objective basis and formulate conclusions depth.

Keywords: business services, innovation, barriers to innovation, innovation stimulants