



ayming

Międzynarodowy Barometr Innowacji 2020



FURTHER TOGETHER



ayming
INSTITUTE



Spis treści

5

Wstęp

6

Kluczowe wnioski

9

Metodyka

11

Krajobraz innowacyjności

19

Finansowanie innowacji

27

Różnorodność płciowa

33

Podsumowanie



Wstęp

Przyszłość obszaru innowacji wygląda bardzo obiecująco - na całym świecie obserwujemy wzrost poziomu wydatków na badania i rozwój (B+R). W dynamicznie rozwijającej się gospodarce warunki rynkowe stale się zmieniają, co powoduje ciągłe zapotrzebowanie na nowe produkty i usługi oraz nieustanne wprowadzanie usprawnień. W konsekwencji przedsiębiorstwa są zmuszone do ciągłego prowadzenia działań mających na celu utrzymanie swojej przewagi konkurencyjnej. W niniejszym raporcie przyglądamy się poziomowi innowacyjności przedsiębiorstw w ujęciu globalnym. Wyniki naszego badania wskazują na istotne różnice występujące między krajami i branżami, a nawet na odmienne postrzeganie innowacyjności w zależności od zajmowanego stanowiska w firmie. Dzięki temu uchwyciliśmy wyłaniające się trendy.

W ramach zachęcania do działań innowacyjnych, rządy na całym świecie wprowadziły nowe ulgi podatkowe oraz programy dotacji dla firm na realizację projektów badawczo-rozwojowych. W rezultacie zespoły ds. innowacji i działy finansowe przewidują wzrost budżetów B+R w najbliższych latach i odpowiednio dostosowują do nich swoje plany. Programy wspierające są dostępne w wielu krajach, dlatego globalne przedsiębiorstwa mogą swobodnie wybierać, gdzie prowadzić badania i rozwój. To wszystko sprawia, że działania w bardzo ekscytujących biznesowo czasach.

Dzięki ważnym inicjatywom umożliwiającym współpracę na poziomie krajowym i międzynarodowym, organizacje mogą wymieniać wiedzę i doświadczenia, podnosząc efektywność procesu zwiększenia innowacyjności. Optymizm naszych respondentów odnośnie przyszłości wydaje się więc uzasadniony.

Należy jednak pamiętać, że działania innowacyjne wiążą się z wieloma wyzwaniami i do wykonania pozostaje jeszcze ogrom pracy. Przewidywane większe budżety będą wymagać odpowiedniego zarządzania. Tymczasem mimo dostępności atrakcyjnych programów wspierających, wiele przedsiębiorstw wciąż nie wykorzystuje oferowanych im szans. W większości krajów zakładane przez rządy cele dotyczące zwiększania poziomu wydatków na B+R nie są osiągnięte. Nasi respondenci, czyli między innymi menadżerowie B+R, kierownicy najwyższego szczebla, w tym CFO, oraz właściciele firm, są zdecydowanie zadowoleni z poziomu swojej działalności B+R. Natomiast rządy krajowe oczekują od nich znacznego przyspieszenia w tym obszarze. W tej sytuacji dla przedsiębiorstw kluczowe będzie wykorzystanie wszystkich dostępnych zasobów i weryfikacja sposobów finansowania B+R.

Jak się okazuje, wiele też zależy od podejścia i przekonań. Innowacje powstają dzięki umiejętnościom pracowników, stąd pojawia się zapotrzebowanie na nowe talenty i różnorodność. Tymczasem to mężczyźni zajmują większość stanowisk związanych z obszarem B+R, a różnorodność płciowa jest powszechnie uznawana za niemającą wpływu na sukces innowacji. Należy zrewidować ten pogląd. Zachęcenie kobiet do studiowania na kierunkach ścisłych, inżynieryjnych i technicznych, a na dalszym etapie zajmowania stanowisk związanych z badaniami i rozwojem, pomogłoby poszerzyć grupę talentów i zwiększyć różnorodność zespołów zajmujących się B+R. Jeśli świat biznesu chce rozwijać innowacyjność, musi położyć duży nacisk na włączenie kobiet w swoje ramy.

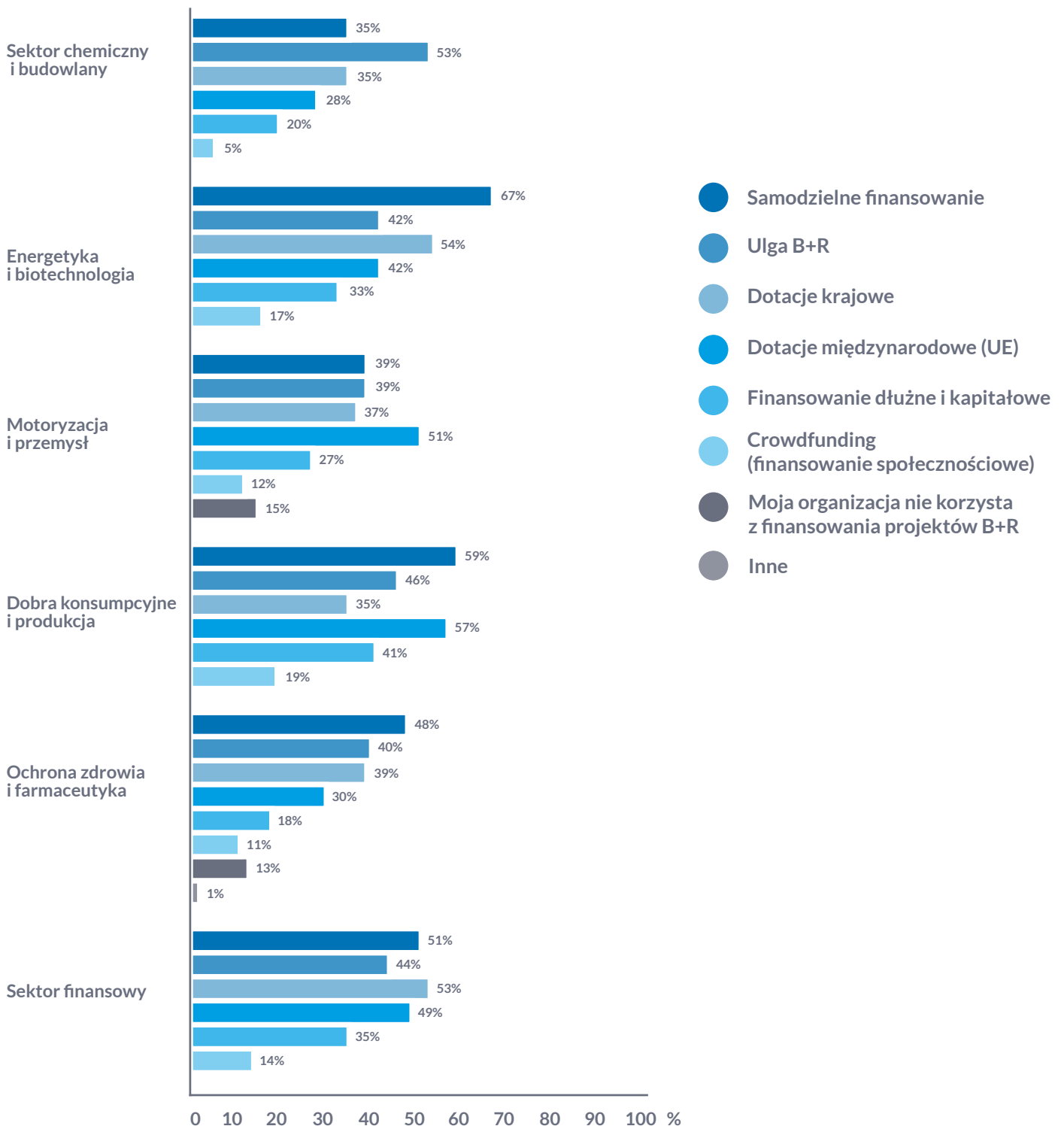
Obszar działań B+R ma przed sobą obiecujące perspektywy, ale firmy muszą wdrożyć efektywniejsze sposoby zarządzania swoją działalnością i korzystania ze wszystkich dostępnych instrumentów wsparcia. Innowacje są obecnie potrzebne bardziej niż kiedykolwiek, aby znaleźć odpowiedzi na największe wyzwania dzisiejszych czasów.



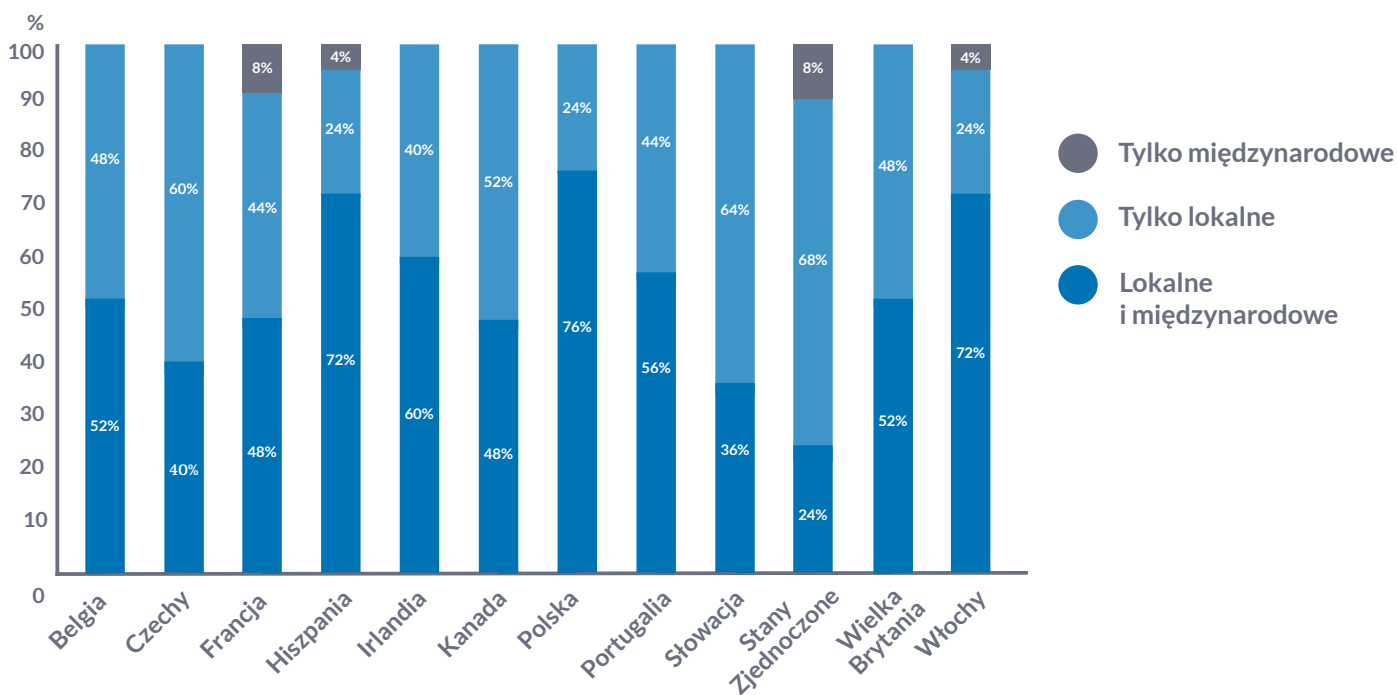
Hervé Amar,
Prezes Ayming

Kluczowe wnioski

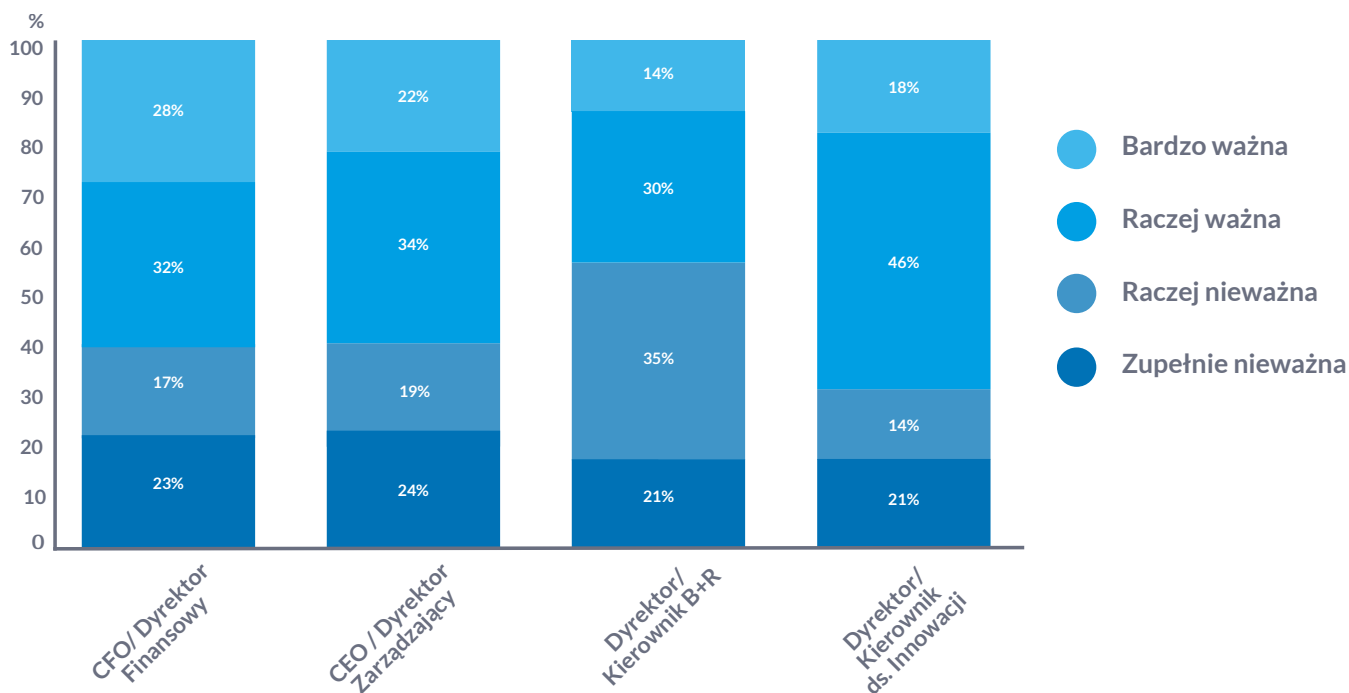
Z jakiego rodzaju finansowania korzysta Twoja firma przy projektach badawczo-rozwojowych?



Źródła finansowania działań innowacyjnych/B+R



Na ile ważna jest różnorodność płciowa dla sukcesu innowacji/ działań B+R w Twojej firmie?





Metodyka

„Międzynarodowy Barometr Innowacji 2020” Ayming stanowi kompleksowe i przystępne spojrzenie na największe wyzwania i szanse stojące przed osobami pracującymi w obszarach B+R oraz finansów w firmach na całym świecie.

Raport umożliwia zrozumienie aktualnego międzynarodowego krajobrazu innowacyjności, przedstawia świadomość pracowników działów B+R i finansów na temat finansowania innowacji, a także daje wgląd w istotną dla biznesu kwestię różnorodności płciowej w środowiskach tworzących innowacje.

Barometr przygotowano na podstawie szczegółowej ankiety przeprowadzonej wśród 300 ankietowanych: ekspertów B+R, CFO, najwyższej kadry zarządzającej oraz właścicieli firm w 12 krajach:



Belgia



Czechy



Francja



Hiszpania



Irlandia



Kanada



Polska



Portugalia



Słowacja



Stany
Zjednoczone

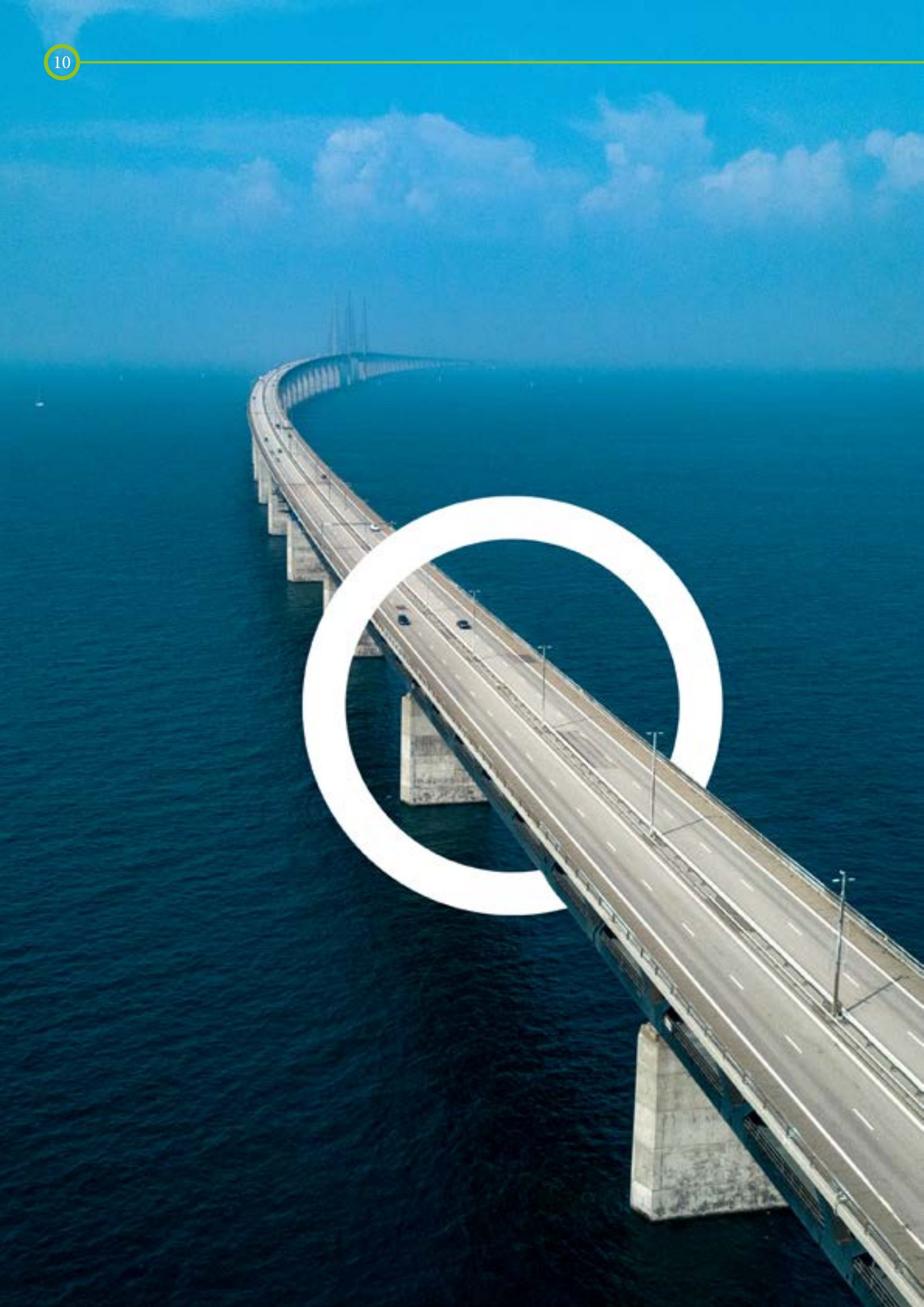


Wielka
Brytania



Włochy

Raport został uzupełniony o pogłębioną analizę wyników przeprowadzoną przez ekspertów Ayming ze wszystkich wymienionych krajów. Na potrzeby analiz dane zostały zaokrąglone do najbliższej liczby całkowitej.



Krajobraz innowacyjności

Najpierw trzeba określić, gdzie się znajdujemy, aby ustalić, dokąd mamy zmierzać. Obszar innowacji zmienia się bardzo szybko, a w środowisku pracowników zajmujących się działaniami B+R obserwujemy wysoki poziom entuzjazmu wobec obecnej sytuacji.

Tym, co wymaga dalszej poprawy, są procesy i strategie związane z badaniami i rozwojem. Firmy powinny upewnić się, że mają pełen obraz swojego środowiska innowacyjnego oraz że korzystają ze wszystkich dostępnych możliwości.

Czy „wystarczający” wystarczy?

Zdecydowana większość ankietowanych jest zadowolona z poziomu działań B+R podejmowanych w ich organizacji – 83 proc. odpowiada na pytanie pozytywnie, podczas gdy zaledwie 13 proc. negatywnie.

Takie wyniki mogą wydawać się budujące, ale co faktycznie odzwierciedlają: satysfakcję z dobrze wykonanej pracy, a może bezzasadne samozadowolenie i niski poziom ambicji? Dla wielu firm „wystarczający” poziom B+R oznacza utrzymanie konkurencyjności na rynku, ale takie firmy prawdopodobnie nie realizują w pełni swojego potencjału.

Mark Smith, Partner, Dział Innovation Incentives w Ayming Wielka Brytania i Irlandia, komentuje: „Ten poziom zadowolenia powinien skłonić do refleksji. Moim zdaniem nie ma czegoś takiego, jak >>wystarczająco dużo<< B+R. Rządy zdają sobie z tego sprawę, ale firmy również muszą to zrozumieć, jeśli nasze gospodarki i społeczeństwa mają rozwijać się w tempie, na jakie liczymy”.

Jak wskazują analizy, większość firm nie podejmuje wystarczających działań B+R, ponieważ zakładane przez rządy wydatki na ten cel nie są wykorzystywane, w szczególności w Europie. Mamy do czynienia z ewidentnym rozdźwiękiem pomiędzy tym, czego oczekują rządy, a opinią osób działających w tym obszarze.

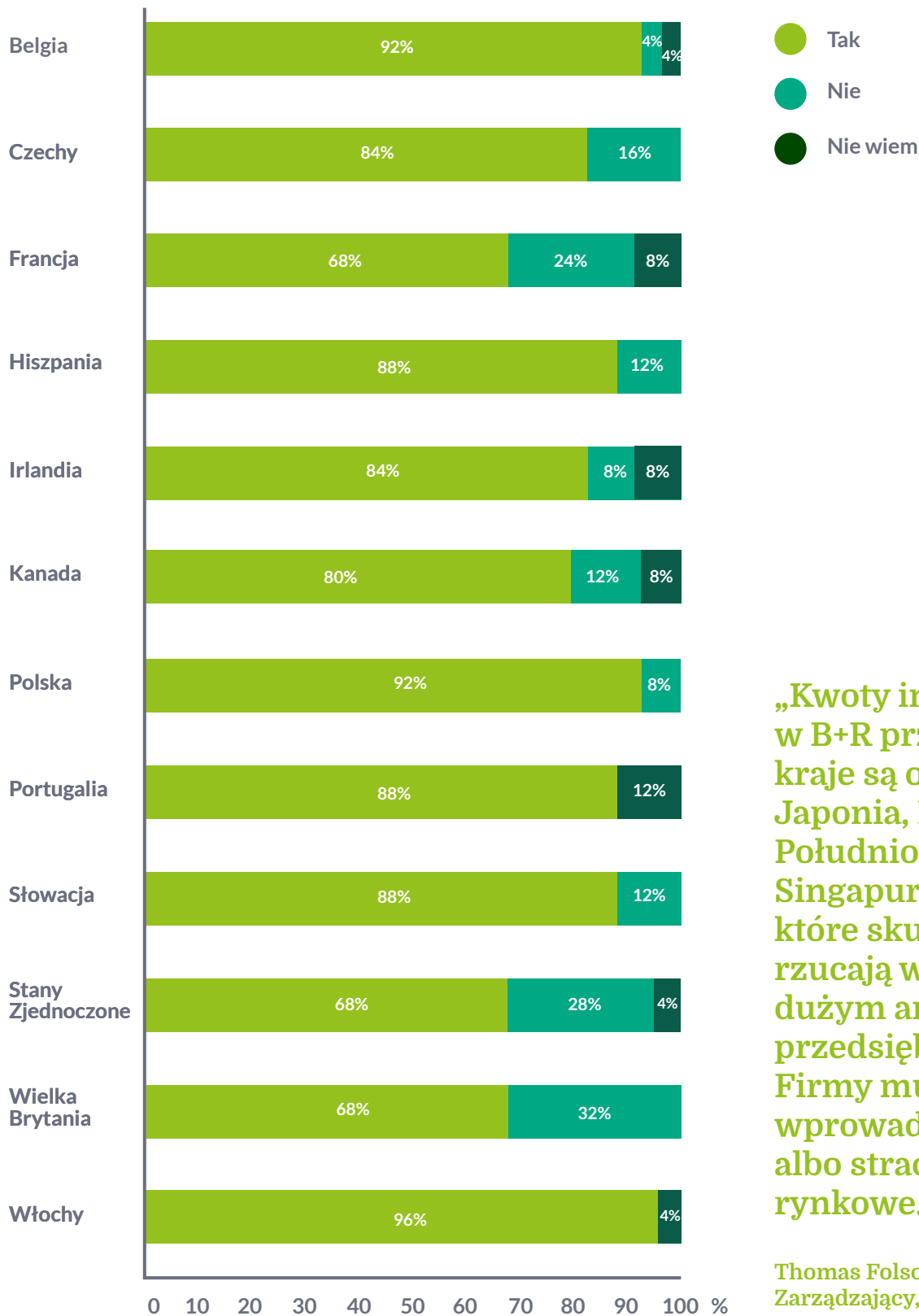
A co z opłacalnością? Prowadzenie działań B+R to jedno, a opłacalność tych inwestycji i wdrażanie innowacji z sukcesem to drugie.

Firmy powinny częściej zastanawiać się nad swoją przyszłością, zamiast skupiać się wyłącznie na obecnej działalności. „Nie myślą w kategoriach przełomów, nie zastanawiają się, jak stać się siłą napędzającą innowacyjność w swojej branży. Gotowość kadry zarządzającej do redefinicji najważniejszych założeń kultury organizacyjnej, w tym firmowego >>dlaczego<< jest kluczowa w procesie innowacji” – komentuje Fabien Mathieu, Dyrektor Zarządzający Ayming Francja.

“Ten poziom zadowolenia powinien skłonić do refleksji. Moim zdaniem nie ma czegoś takiego, jak >>wystarczająco dużo<< B+R. Rządy zdają sobie z tego sprawę, ale firmy również muszą to zrozumieć, jeśli nasze gospodarki i społeczeństwa mają rozwijać się w tempie, na jakie liczymy.”

Mark Smith, Partner, Dział Innovation Incentives, Ayming Wielka Brytania i Irlandia

Czy Twoja firma podejmuje wystarczająco dużo działań innowacyjnych/badawczo-rozwojowych?



„Kwoty inwestowane w B+R przez niektóre kraje są ogromne. Japonia, Korea Południowa oraz Singapur mają firmy, które skutecznie rzucają wyzwanie dużym amerykańskim przedsiębiorstwom. Firmy muszą wprowadzać innowacje albo stracą udziały rynkowe.”

Thomas Folsom, Dyrektor Zarządzający, Ayming USA

Włoscy ankietowani są najbardziej pewni poziomu swojej innowacyjności – aż 96 proc. z nich deklaruje zadowolenie z liczby prowadzonych działań B+R. Polska oraz Belgia znajdują się zaraz za Włochami z wynikiem 92 proc. Dla porównania, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone oraz Francja są daleko w tyle – 68 proc. badanych jest usatysfakcjonowanych liczbą prowadzonych działań B+R.

Taki wynik ma kilka przyczyn. Po pierwsze, respondenci krytyczniej oceniający poziom innowacyjności pochodzą z krajów, które są największymi z badanych gospodarek, znanymi ze swojej innowacyjności. Być może ich poziom zadowolenia częściowo ma związek z wyższymi oczekiwaniami?

Dla przykładu, obserwując takie kraje, jak Stany Zjednoczone, Wielka Brytania czy Francja, nie możemy pominąć kontekstu międzynarodowego związanego z presją wywieraną przez ich rządy, aby zintensyfikować działania B+R rodzimych firm. Gospodarki krajów azjatyckich w dalszym ciągu rozwijają się szybciej niż zachodnie i prowadzą dynamiczną ekspansję na kolejne rynki. Thomas Folsom, Dyrektor Zarządzający Ayming USA, zauważa: „Kwoty inwestowane w B+R przez niektóre kraje są ogromne. Japonia, Korea Południowa oraz Singapur mają firmy, które skutecznie rzucają wyzwanie dużym amerykańskim przedsiębiorstwom. Firmy muszą wprowadzać innowacje albo stracą udziały rynkowe”.

Spuścizna ekonomiczna również odgrywa istotną rolę. Na przykładzie Włoch widzimy, że firmy z kluczowych branż włoskiej gospodarki, produkujące luksusową odzież czy obuwie, wykazują mniejsze zapotrzebowanie na innowacje. W tym przypadku chodzi o ciągłe zapewnianie wysokiej jakości.

Poparciem tej tezy jest wynik badania – 95 proc. respondentów z branży dóbr konsumpcyjnych/produkcyjnej oraz finansów stwierdza, że podejmują dostateczne działania B+R. Dla porównania, zaledwie 70 proc. kierowników z branży ochrony zdrowia/farmaceutycznej uważa, że ich poziom aktywności w obszarze B+R jest wystarczający.

Ta kwestia jest zakorzeniona w sposobie działania danego sektora. „Firmy z branży farmaceutycznej i ochrony zdrowia potrzebują ciągłego rozwijania i usprawniania produktów, a ich działalność jest mocno uzależniona od działalności badawczo-rozwojowej, co z pewnością wpływa na ocenę tej aktywności przez badanych. Dla porównania, dobra konsumpcyjne, takie jak produkty spożywcze czy odzież, wymagają działań B+R w mniejszym stopniu” - stwierdza Magdalena Burzyńska, Dyrektor Zarządzający Ayming Polska.

To jasne, że firmy muszą zintensyfikować swoje działania w obszarze B+R, aby zrealizować cele rządowe i przyspieszyć rozwój innowacyjności. Przedsiębiorcy często zakładają, że ich poziom aktywności w obszarze B+R jest wystarczający, zapominając o perspektywie na przyszłość. Zachodnie rynki od dawna cieszyły się dominacją handlową. Ale punkt ciężkości przesuwa się na Daleki Wschód, a samozadowolenie może okazać się największym zagrożeniem.

Wsparcie sukcesu

Większość z badanych organizacji (63 proc.) przeprowadza działania B+R, korzystając z zasobów własnych, co oznacza, że wszelkie działania wykonywane są wewnątrz firmy.

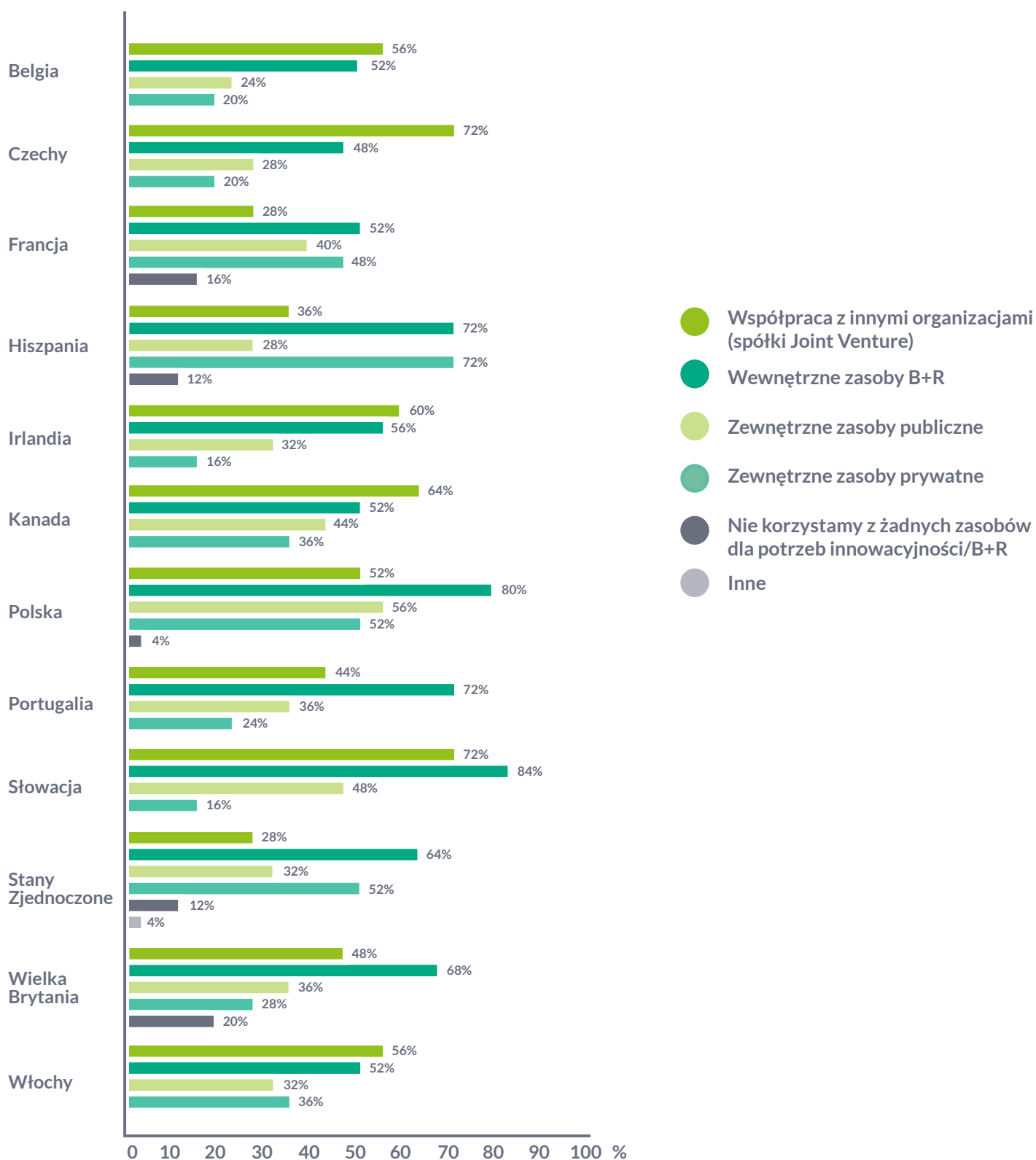
Korzystanie z zasobów zewnętrznych, publicznych czy prywatnych jest mniej powszechne. Jedna na trzy firmy korzysta z zasobów zewnętrznych, a zaledwie połowa współpracuje z innymi organizacjami.

Dlaczego większość firm nie współpracuje w obszarze B+R? Czy nie powinny starać się maksymalizować swoje szanse?

Badania i rozwój to często działania o wysokim poziomie poufności. Firmy postępują bardzo ostrożnie, nie chcąc utracić swojej własności intelektualnej. Jak mówi Magdalena Burzyńska: „To naturalne. Innowacja jest często obszarem wrażliwym, który pozostaje wewnątrz firmy. Istnieje ryzyko wycieku do konkurencji, więc firmy ostrożnie wybierają partnerów do współpracy”.

Ponadto prowadzenie działań innowacyjnych wspólnie z innymi podmiotami niesie ze sobą pewne trudności. Należy pamiętać o olbrzymich wyzwaniach związanych z komunikacją. „Współpraca z wieloma partnerami jednocześnie może być obciążająca” – komentuje Mark Smith – „Możesz uzyskać więcej pomysłów, ale ich realizacja może być trudniejsza, szczególnie przy pracy w różnych strefach czasowych. Sprawne i profesjonalne zarządzanie jest kluczowe”. Znane marki, takie jak Tesla oraz Apple, nie mają tego problemu dzięki prowadzeniu działań B+R wewnątrz firmy. Ale mniej zamożne firmy z sektora MŚP muszą mierzyć się z tymi wyzwaniami.

Z jakich zasobów korzysta Twoja firma, prowadząc działalność innowacyjną/badawczo-rozwojową?



„Innowacyjność jest podstawą gospodarki opartej na wiedzy. Naukowe podejście sprawia, że kluczowe jest usprawnianie metodologii. Nie ma sensu, aby firmy osobno przeprowadzały te same badania, żeby dojść do tych samych wniosków. Po co marnować czas na wymyślanie koła na nowo?”

Fabien Mathieu, Dyrektor Zarządzający, Ayming Francja

Współpraca może być kluczowa dla innowacji, ponieważ wspiera optymalizację procesów. Współdzielenie wiedzy i pomysłów może być niezwykle cenne, gdy mamy jeden cel, a łączenie zasobów pozwala na obniżenie kosztów.

Jak dodaje Fabien Mathieu: „Innowacyjność jest podstawą gospodarki opartej na wiedzy. Naukowe podejście sprawia, że kluczowe jest usprawnianie metodologii. Nie ma sensu, aby firmy osobno przeprowadzały te same badania, żeby dojść do tych samych wniosków. Po co marnować czas na wymyślanie koła na nowo?”

Rynki Czech i Słowacji wydają się najbardziej nastawione na współpracę – 72 proc. respondentów wskazało, że współpracuje, aby osiągnąć swoje cele innowacyjne. Ten trend jest najprawdopodobniej związany z dostępnością potrzebnych urządzeń czy obiektów. „Mniejsze firmy często nie dysponują odpowiednią infrastrukturą, dlatego muszą współpracować z innymi, aby osiągnąć cele badawcze” – przyznaje Kristina Sumichrastova, Dyrektor Zarządzający Ayming Czechy i Słowacja.

W obu tych krajach wprowadzono również strategię integrowania programów B+R. „Poprzez edukowanie firm i zachęcanie ich do tworzenia sieci wsparcia, w Czechach i Słowacji ukształtowało się podejście oparte na współpracy. Obecnie przedsiębiorstwa z tych krajów chętnie dzielą się swoją wiedzą” - dodaje Magdalena Burzyńska, Dyrektor Zarządzający Ayming Polska.

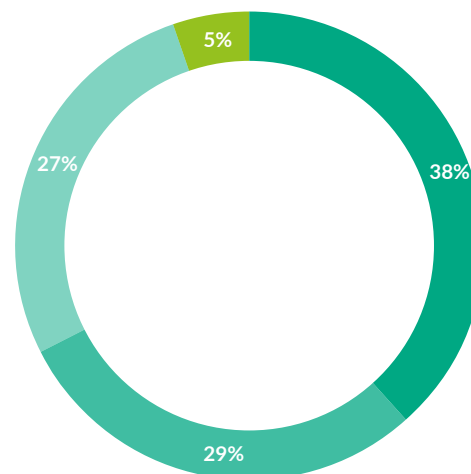
Współpraca w obszarze B+R to przyszłość. „W gospodarce opartej na wiedzy, uczelnie, laboratoria, start-upy oraz duże firmy wspólnie zmagają się do stworzenia ekosystemu, w którym każdy wygrywa” – komentuje Fabien Mathieu.

A jak najlepiej wykorzystać dostępne możliwości? Dynamiczne zmiany w krajobrazie innowacyjności, sprawiły, że obecnie trudno mieć nawet ogólne rozeznanie w całym ustawodawstwie związanym z B+R. Trzech na czterech naszych respondentów przyznaje, że korzystają z zewnętrznego wsparcia przy pozyskiwaniu finansowania, np. przy składaniu wniosku o dotację lub przy rozliczaniu ulg podatkowych. Wszystko sprowadza się do świadomości i posiadanej wiedzy na temat dostępnych form wsparcia. Ludzie zwyczajnie nie zdają sobie sprawy, że tracą szansę.

„Przy rozliczaniu ulgi B+R wewnątrz, w większości przypadków występuje duża szansa na niewykorzystanie potencjału możliwych do uzyskania korzyści” – komentuje Thomas Folsom, Dyrektor Zarządzający Ayming USA.

Starając się o dofinansowanie, respondenci najczęściej korzystają ze wsparcia księgowych (38 proc.). Natomiast 29 proc. ankietowanych korzysta ze specjalistycznego doradztwa w obszarze badań i rozwoju.

Czy Twoja firma korzysta z zewnętrznego wsparcia, aby uzyskać finansowanie innowacji?



- Tak, pracujemy z zewnętrznymi księgowymi
- Tak, pracujemy z firmą doradczą specjalizującą się w obszarze B+R
- Nie, zarządzamy tym procesem na poziomie wewnętrznym
- Tak, pracujemy z firmami z Wielkiej Czwórki, które są naszymi doradcami

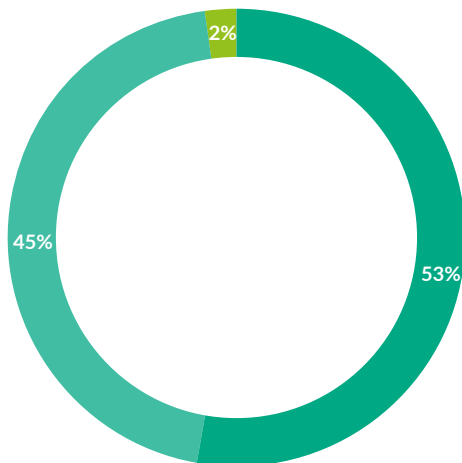
W odpowiedzi na rosnące potrzeby rynku obecnie większość firm audytorsko-księgowych posiada dział zajmujący się B+R. Jednak to wyspecjalizowane firmy doradcze z doświadczonymi ekspertami B+R są w stanie zapewnić dostęp do aktualnej wiedzy i unikalnego know-how.

„Jeśli masz problem z sercem, idziesz do kardiologa. Najpierw prawdopodobnie zbada cię lekarz rodzinny, ale finalnie i tak skieruje cię do kardiologa-specjalisty” - tłumaczy Thomas Folsom.

Lokalizacja i jeszcze raz lokalizacja

Firmy muszą przeanalizować wady i zalety prowadzenia działań B+R w kraju lub poza jego granicami. Miejsce prowadzenia badań będzie zależeć od samej firmy i konkretnego projektu. Ponad połowa przedsiębiorców rozwija innowacje również poza granicami swojego kraju.

Gdzie Twoja firma prowadzi działalność innowacyjną?



- Lokalnie i za granicą
- Tylko lokalnie
- Tylko za granicą

„W gospodarce opartej na wiedzy, uczelnie, laboratoria, start-upy oraz duże firmy, wspólnie zmierzają do stworzenia ekosystemu, w którym każdy wygrywa.”

Fabien Mathieu, Dyrektor Zarządzający, Ayming Francja

Jeśli zasoby są dostępne, lokalne prowadzenie działań innowacyjnych ma sens. Bliskość aktywności B+R pozwala na lepszy nadzór i ułatwia zarządzanie tym obszarem.

Oczywiście mniejsze firmy nie mają innej możliwości, jak tylko lokalnie prowadzić działania innowacyjne. Jednak większe przedsiębiorstwa mogą korzystać z międzynarodowych możliwości. Decyzja wymaga głębokiego przemyślenia. Na świecie dostępnych jest wiele programów wspierających innowacje, dlatego przedsiębiorcy muszą myśleć strategicznie. „Firmy powinny ustalić, która lokalizacja na prowadzenie działań B+R będzie dla nich najbardziej korzystna. Które miejsce oferuje najlepsze zasoby i najlepszy program wsparcia dla danego projektu?” – mówi Laurie Pilo, Dyrektor Zarządzający Ayming Benelux.

Warto jednak pamiętać, że różne sektory mają różne wymagania. Przedsiębiorstwa z branży ochrony zdrowia i farmaceutycznej będą bardziej skłonne do prowadzenia działań innowacyjnych lokalnie, ponieważ muszą być one zgodne z krajowym ustawodawstwem. W każdym kraju wygląda ono inaczej, co zmusza firmy do dostosowywania swoich produktów do każdego lokalnego rynku.

Najczęściej wybierane kraje do prowadzenia projektów innowacyjnych za granicą:



Niemcy



Francja



Wielka Brytania



Stany Zjednoczone



Hiszpania

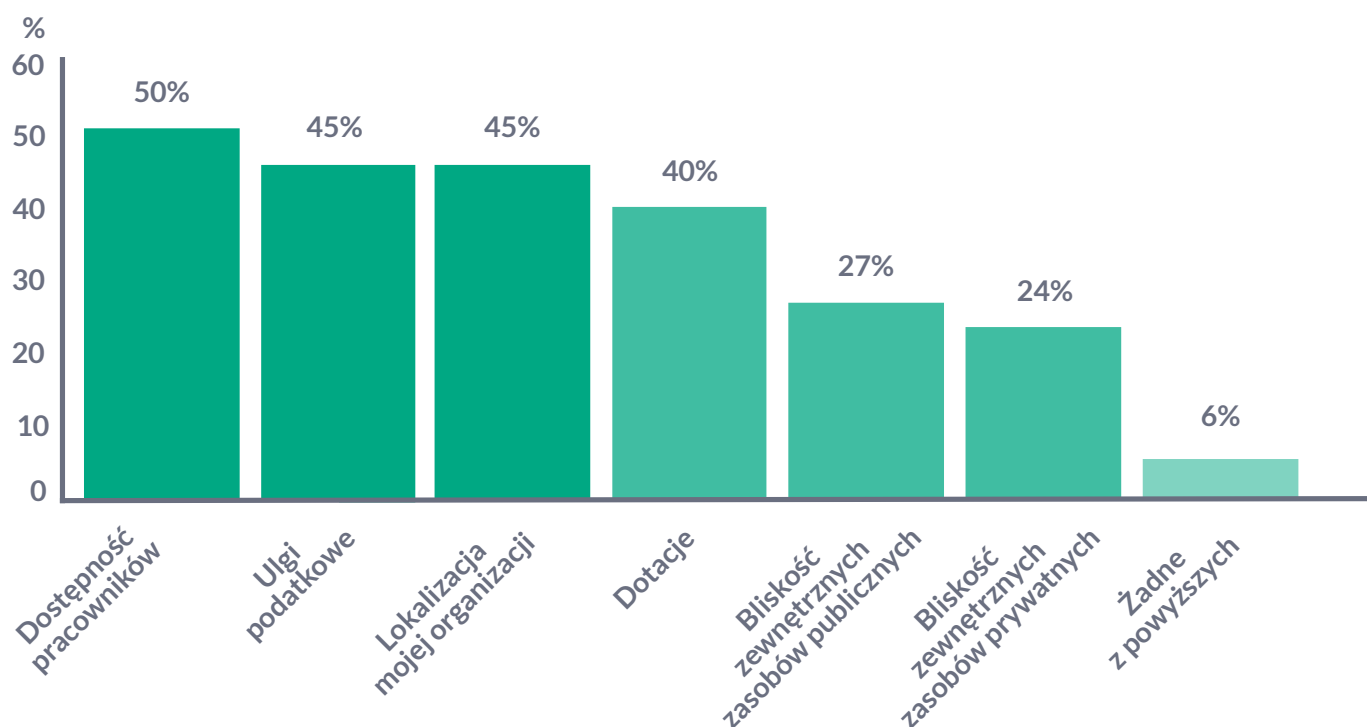
Co ciekawe, Niemcy okazały się najpopularniejszą lokalizacją wybieraną na prowadzenie działań innowacyjnych. Na drugim miejscu jest Francja, następnie Wielka Brytania oraz Stany Zjednoczone.

Niemcy dysponują doskonałymi zasobami, dzięki czemu są atrakcyjną opcją dla wielu europejskich firm. Wprowadzenie od 2020 r. nowej ulgi podatkowej na działalność badawczo-rozwojową, prawdopodobnie sprawi, że Niemcy staną się jeszcze popularniejszym rynkiem do lokowania aktywności B+R. Oprócz tego, Niemcy są postrzegane jako kraj posiadający stabilny i prosty system zachęt.

„Firmy powinny ustalić, która lokalizacja B+R będzie dla nich najbardziej korzystna. Które miejsce oferuje najlepsze zasoby i najlepszy program wsparcia dla danego projektu?”

Laurie Pilo, Dyrektor Zarządzający,
Ayming Benelux

Które czynniki są istotne przy wyborze lokalizacji do prowadzenia działań innowacyjnych?



Warto podkreślić, że najczęściej wymienianym czynnikiem wpływającym na decyzję o lokalizacji działalności innowacyjnej była dostępność pracowników (50 proc.). Pokazuje to, że firmy widzą w ludziach i ich pomysłach podstawowe źródło sukcesu działalności badawczo-rozwojowej – na tym właśnie polega gospodarka oparta na wiedzy.

Wnioski

Firmy muszą upewnić się, czy w pełni wykorzystują swój potencjał innowacyjny. Osoby zajmujące się działaniami B+R powinny zweryfikować dotychczasowy sposób pracy i przyjrzeć się możliwościom optymalizacji procesów, počawszy od pozyskiwania zasobów, skończywszy na wyborze lokalizacji. W warunkach międzynarodowej konkurencji, nie można pozwolić sobie na niewykorzystywanie dostępnych szans.



Finansowanie innowacji

Sukces innowacji nie jest dziełem przypadku. Organizacja potrzebuje planu działania, aby zapewnić wdrożenie innowacji.

Firmy muszą określić, czy i w jaki sposób mogą pozyskać finansowanie oraz jak efektywnie je wykorzystać. Gdy działania B+R będą stawać się dla nich coraz ważniejsze, kluczowe będzie upewnienie się, czy dysponują odpowiednimi zasobami, które w przyszłości pozwolą na efektywne wdrażanie innowacji.

Niewykorzystana szansa

Istnieje kilka możliwości finansowania, które należy rozważyć w zależności od prowadzonych działań B+R. Najpopularniejszym źródłem finansowania są własne zasoby finansowe organizacji – korzysta z nich 49 proc. firm. Jednak obecnie większość rządów oferuje programy zachęcające do wprowadzania innowacji. Jak podejść do zewnętrznego finansowania, aby uzyskać znaczące wsparcie dla prowadzenia działań innowacyjnych?

Ulgi podatkowe i dotacje to ważne elementy układanki. Tymczasem ich potencjał wciąż nie jest wykorzystywany. Zaledwie 43 proc. korzysta z ulg podatkowych, podczas gdy tylko jeden na czterech respondentów deklaruje korzystanie z dotacji krajowych bądź dotacji europejskich.

„W 2015 roku Słowacja poczyniła olbrzymie postępy w obszarze wsparcia innowacji. Usprawniono pozyskiwanie finansowania, upraszczając wnioskowanie i zwiększając transparentność całego procesu. To naprawdę duża zmiana.”

Kristina Sumichrastova, Dyrektor Zarządzający, Ayming Czechy i Słowacja

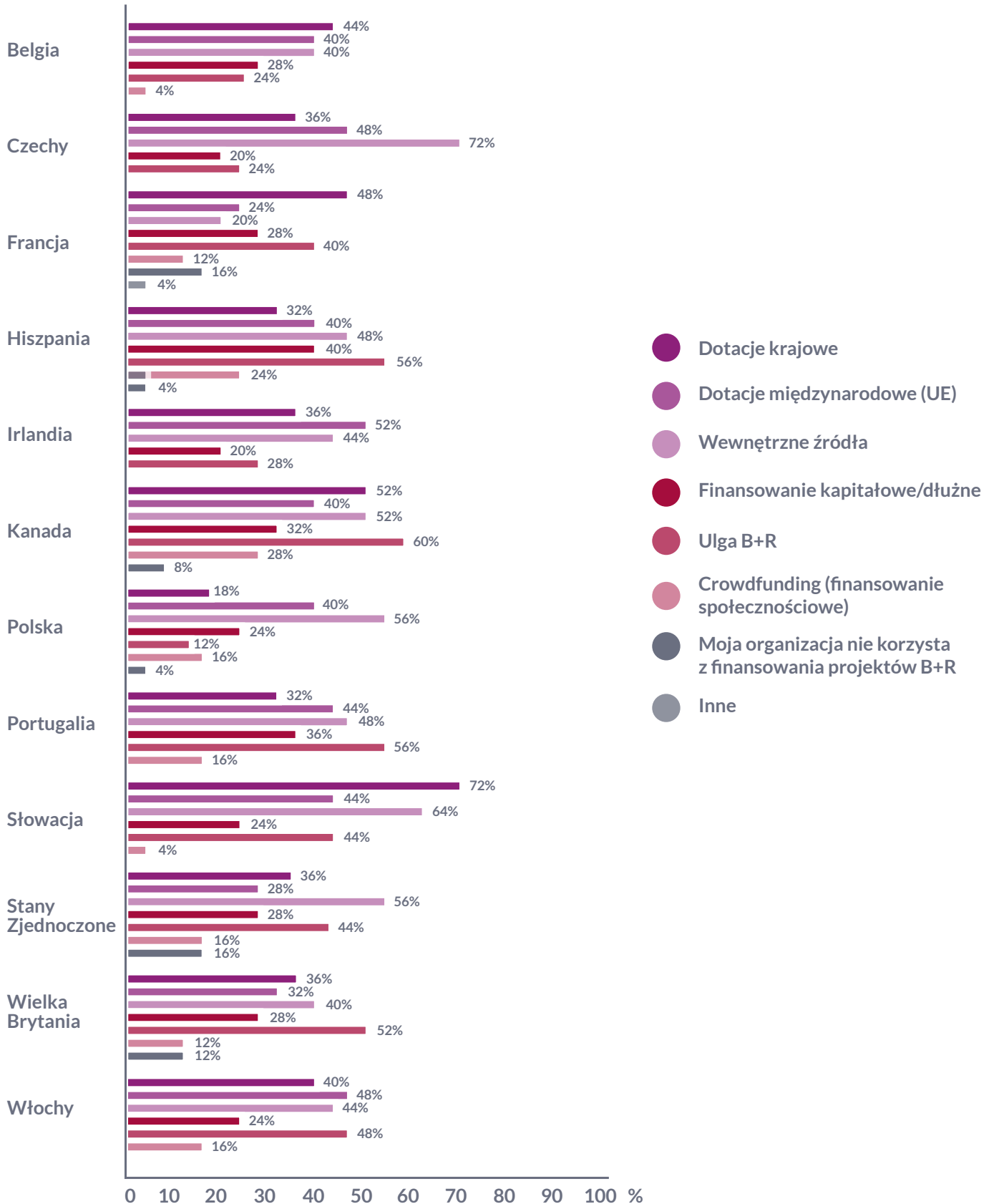
Wszystko ma swój cel. Nadrzędnym założeniem dotacji jest zachęcanie do konkretnego działania, zazwyczaj umotywowanego strategicznie przez rząd lub inny organ oferujący finansowanie. Dotacje odnoszą się do konkretnych projektów, regionów lub branż. Dla przykładu, mogą być wykorzystywane w projektach społecznych, takich jak badania nad lekiem na chorobę Alzheimera, lub innych, jak np. rozwój technologii energii odnawialnej.

Dotacje krajowe są najpopularniejsze na Słowacji – 72 proc. badanych deklaruje, że z nich korzysta. Jak komentuje Kristina Sumichrastova: „W 2015 roku Słowacja poczyniła olbrzymie postępy w obszarze wsparcia innowacji. Usprawniono pozyskiwanie finansowania, upraszczając wnioskowanie i zwiększając transparentność całego procesu. To naprawdę duża zmiana”.

Z kolei ulga podatkowa to prosty instrument fiskalny, z którego mogą korzystać firmy każdej wielkości i ze wszystkich branż. O wiele łatwiej ją uzyskać niż dotacje. Jak mówi Thomas Folsom: „Do ulgi kwalifikują się koszty działań mających na celu wypracowanie nowego lub usprawnionego procesu czy produktu. Jest to najkorzystniejsza forma wsparcia dla firm wprowadzających innowacje”. Istotnie, ulgi podatkowe to podstawa dla wdrażania innowacji na poziomie krajowym.

Jednak trudności w procesie uzyskiwania sprawiają, że wiele firm nie korzysta z ulg. Jak komentuje Mark Smith: „Firmy świadomie decydują się nie korzystać z ulg podatkowych, ponieważ nakłady pracy z tym związane przewyższają uzyskane korzyści”.

Z jakiego rodzaju finansowania projektów badawczo-rozwojowych korzysta Twoja firma?



Jak tłumaczy Mark Smith, w Irlandii wnioskowanie o ulgę B+R jest wyjątkowo skomplikowane: „Proces składania wniosku i widmo uciążliwych kontroli sprawiają, że sceptycznie podchodzi się do rozliczania tej ulgi. Tymczasem przystępność i łatwość uzyskiwania ulg podatkowych na B+R są kluczowe dla zwiększania wydatków na ten obszar”.

Założenia dotyczące dotacji i ulg podatkowych są zupełnie inne. Jak twierdzi Thomas Folsom: „Dotacje przyznaje się na rozwiązanie konkretnego problemu. Natomiast ulgi podatkowe nagradzają firmy, które same z siebie wdrażają innowacje, wykraczając poza codzienne zarabianie pieniędzy. Zmieniasz gospodarkę, więc w zamian dostajesz zwrot kosztów”.

W nowoczesnej organizacji nadrzędnym celem CFO powinno być pełne wykorzystywanie finansowania zewnętrznego. Kluczowa jest tutaj oczywiście świadomość istniejących rozwiązań. Zespoły finansowe powinny znać dostępne w ich krajach formy wspierania działalności B+R – zarówno dotacje, jak i ulgi podatkowe. Odpowiednie połączenie obu źródeł finansowania zapewnia optymalne wsparcie dla działalności innowacyjnej.

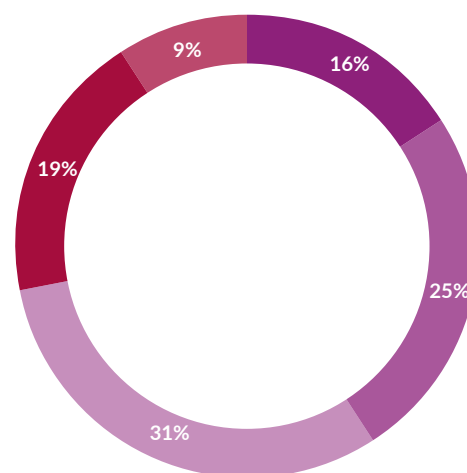
„Dotacje przyznaje się na rozwiązanie konkretnego problemu. Natomiast ulgi podatkowe nagradzają firmy, które same z siebie wdrażają innowacje, wykraczając poza codzienne zarabianie pieniędzy. Zmieniasz gospodarkę, więc w zamian dostajesz zwrot kosztów.”

**Thomas Folsom, Dyrektor Zarządzający,
Ayming USA**

Sukces dzięki planowaniu

Odpowiednie planowanie wydatków jest kluczem do sukcesu. Istotne jest stworzenie struktury dofinansowania, aby firmy wiedziały, ile środków mają do dyspozycji i jakie jest ich źródło. To pozwoli uniknąć zawyżania wydatków czy rezygnacji z realizacji ważnych projektów.

Czy Twoja firma posiada określony budżet badawczo-rozwojowy?

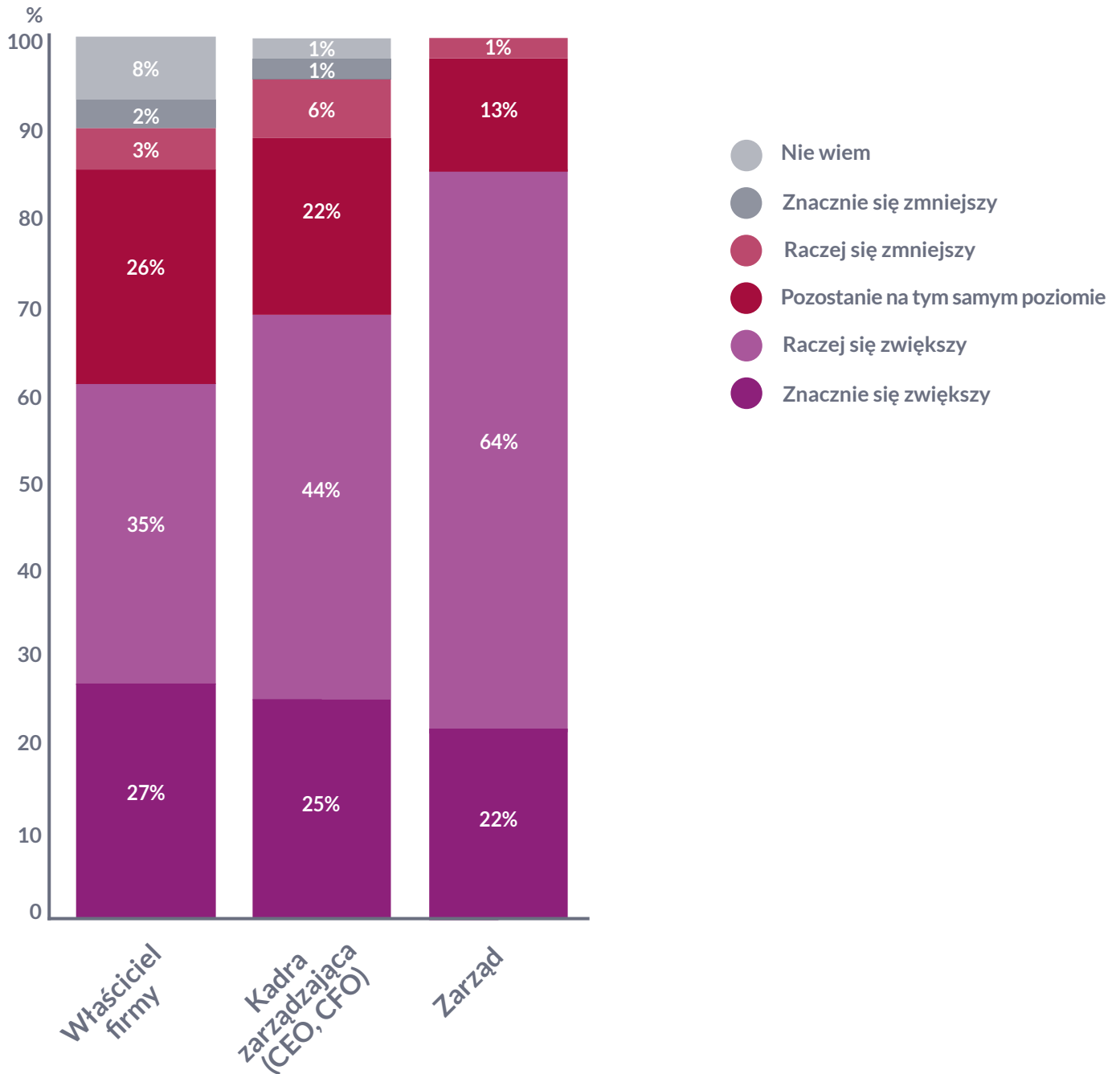


- Tak, ale nie znam jego wysokości
- Tak, stanowi mniej niż 1% przychodu
- Tak, stanowi 1-3% przychodu
- Tak, stanowi więcej niż 3% przychodu
- Nie

Budujące jest to, że 91 proc. organizacji posiada określony budżet na działania B+R. Co piąta firma przeznaczą na ten cel ponad 3 proc. rocznego przychodu, a 25 proc. - mniej niż 1 proc.

Można spodziewać się poprawy tej sytuacji. Firmy zazwyczaj tworzą plany na kolejne 3 do 5 lat, a nasi respondenci przewidują zwiększenie budżetu. Trzy na cztery firmy spodziewają się tego w ciągu najbliższych trzech lat, przy czym jedna na cztery oczekuje „znacznego” wzrostu budżetu. To dobre informacje – optymizm firm oznacza ich większą skłonność do inwestowania.

Jak zmieni się budżet na badania i rozwój w Twojej firmie w ciągu najbliższych trzech lat?



„Prognozy wyglądają optymistycznie i przyszłość zapowiada się obiecująco. Respondenci pozytywnie wypowiadają się o obecnych warunkach ekonomicznych, spodziewają się też zwiększenia wydatków na działania B+R. Firmy zaczynają dostrzegać, że istnieją dodatkowe źródła pozyskiwania środków na inwestycje” - stwierdza Fabien Mathieu.

Co ciekawe, największy optymizm wykazują osoby mające wpływ na firmowe budżety – 40 proc. dyrektorów finansowych spodziewa się znacznego zwiększenia wydatków na B+R. „To dobry znak, że kadra zarządzająca jest przekonana do inwestowania w badania i rozwój” - mówi Mathieu. „Miejmy nadzieję, że zamiary przekute zostaną w działania. Wydaje się to jednak prawdopodobne, tym bardziej gdy przekonane są również osoby decyzyjne”. Nie wolno osiadać na laurach. Jak komentuje Mark Smith: „Optymizm to dobry prognostyk na przyszłość. Ale unikajmy arogancji. Cel innowacyjny dla całej UE to 3 proc., a realizują go tylko trzy kraje. Miejmy nadzieję, że optymizm respondentów odnośnie zwiększenia wydatków jest uzasadniony”.

Jak zauważa Thomas Folsom: „Innowacje są konieczne, ale często bardzo kosztowne. Ten optymizm pokazuje nam, że firmy wierzą w możliwości finansowania innowacji dzięki własnemu rozwojowi oraz dostępnym zachętom rządowym”. Ten stopień zaufania jest silnie powiązany ze spodziewaną sytuacją ekonomiczną. Gdy gospodarka spowalnia, prawie zawsze ogranicza się wydatki na działania B+R. Odczucia związane z sytuacją ekonomiczną będą wpływać na realizację planów wydatkowych.

Płynie stąd prosty wniosek, że organizacje muszą jak najlepiej wykorzystać okres wzrostu. Jak stwierdza Kristina Sumichrastova: „Firmy, które nie inwestują w innowacje teraz, będą tego żałować później. W przyszłości w pewnym momencie gospodarka zwolni i będzie wtedy za późno”.

Respondenci z krajów anglojęzycznych są jednak bardziej ostrożni. Zaledwie 48 proc. ankietowanych w Wielkiej Brytanii, 52 proc. w Stanach Zjednoczonych oraz 56 proc. w Kanadzie spodziewa się wzrostu w najbliższych trzech latach. Może być to związane z niepewnością gospodarczą, Brexitem w Wielkiej Brytanii oraz postacią Donalda Trumpa dzielącą opinię publiczną. Te kwestie nie mają bezpośredniego wpływu na strategię działań B+R, ale polityczna niepewność ma negatywny wpływ na nastroje gospodarcze.

Wiele firm po raz pierwszy doświadcza okresu wzrostu gospodarczego i ma szansę skorzystania z tak atrakcyjnych ulg podatkowych na badania i rozwój. Dostępność nowych możliwości z pewnością będzie pozytywnie wpływać na optymizm przedsiębiorców. Ale jedynym sposobem na zagwarantowanie innowacyjności jest zaplanowanie budżetu i realizacja planu.

Wpływ zewnętrzny

Biznes zmienia się w niespotykanym dotąd tempie. Ogólnie rzecz biorąc, społeczność związana z innowacjami ocenia te zmiany pozytywnie. Zarówno rządzący, jak i przedsiębiorstwa mają nadzieję na zwiększenie działalności badawczo-rozwojowej. Ale jak firmy mogą wykorzystać to nastawienie i czy będzie to w ogóle możliwe? Okazuje się, że wiele czynników ma decydujący wpływ na to, jak wiele działań B+R może przeprowadzić dana firma.

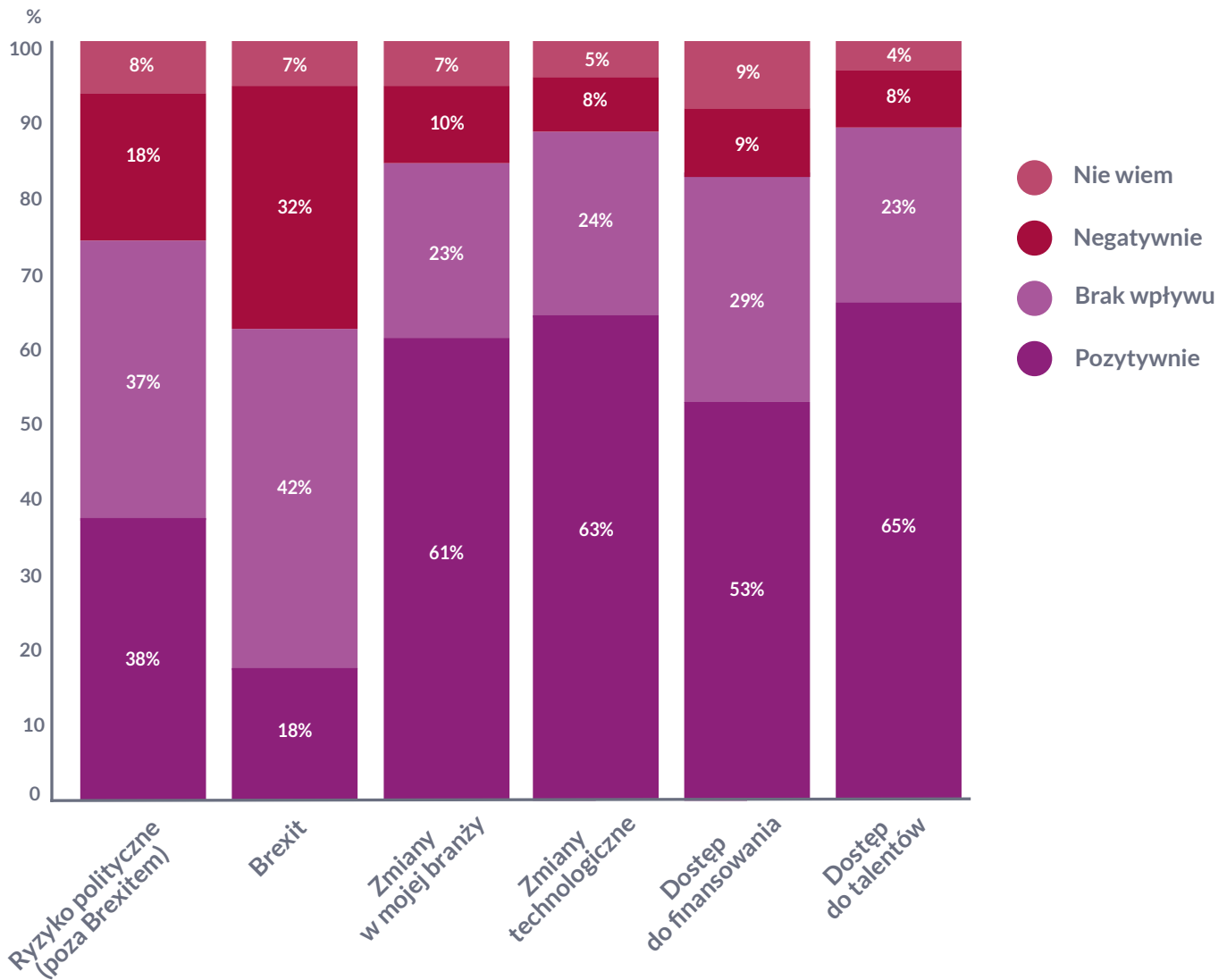
“Dostępność talentów to największa siła napędowa B+R. Im firma ma ich więcej, tym więcej środków może zainwestować w B+R. Nie można planować budżetu na działania B+R bez znalezienia i zatrudnienia odpowiednich osób.”

Kristina Sumichrastova, Dyrektor Zarządzający, Ayming Czechy i Słowacja

Największy wpływ na skłonność organizacji do inwestowania w działania B+R ma dostęp do utalentowanych pracowników – 73 proc. respondentów uważa ten czynnik za istotny. B+R to obszar napędzany przez pomysły, dlatego jest przede wszystkim uzależniony od potencjału intelektualnego zespołu. Kristina Sumichrastova stwierdza: „Dostępność talentów to największa siła napędowa B+R. Im firma ma ich więcej, tym więcej środków może zainwestować w B+R. Nie można planować budżetu na działania B+R bez znalezienia i zatrudnienia odpowiednich osób”.

Budujące jest to, że zdaniem dwóch trzecich respondentów dostęp do talentów będzie miał pozytywny wpływ na wzmocnienie działań B+R. W pracownikach widzi się najważniejszy czynnik gwarantujący rozwój, a pozyskiwanie odpowiednich ludzi jest sporym wyzwaniem. Jak mówi dalej Kristina Sumichrastova: „Bardzo trudno jest znaleźć, przyciągnąć i utrzymać utalentowanych pracowników. Jest to jednak kluczowe dla sukcesu projektu. Zatrzymanie takich osób może być kosztowne, ale to właśnie oni są źródłem rozwoju, a zwrot z takiej inwestycji może być wysoki”.

Jak następujące czynniki wpłyną na budżet B+R w Twojej firmie w ciągu najbliższych trzech lat?



„Bardzo trudno jest znaleźć, przyciągnąć i utrzymać utalentowanych pracowników. Jest to jednak kluczowe dla sukcesu projektu. Zatrzymanie takich osób może być kosztowne, ale to właśnie oni są źródłem rozwoju, a zwrot z takiej inwestycji może być wysoki.”

Kristina Sumichrastova, Dyrektor Zarządzający, Ayming Czechy i Słowacja

Oprócz dostępności talentów olbrzymią rolę odgrywają również zmiany technologiczne. 71 proc. respondentów oczekuje, że ten aspekt będzie miał duży wpływ na budżety B+R, aż 63 proc. jest zdania, że będzie to wpływ pozytywny. Nowe technologie wzmocnią zespoły B+R, a szansa na zwiększenie zwrotu z inwestycji najprawdopodobniej zachęci CFO do zwiększenia poziomu inwestycji w nowe pomysły. Thomas Folsom stwierdza: „Mamy obecnie dużo większe moce obliczeniowe. Procesy, które pięć lat temu zajęłyby komputerowi całą noc, obecnie zajmują kilka chwil”. W wyniku takich zmian, cały obszar B+R zyskuje na produktywności i oferuje szybszy zwrot z inwestycji.

Jak można było się spodziewać, Brexit wywiera negatywny wpływ na obszar B+R – taki pogląd wyraża 32 proc. respondentów, a tylko 18 proc. spodziewa się efektów pozytywnych. Aczkolwiek negatywnego wpływu obawia się najbardziej nie Wielka Brytania, a Irlandia (64 proc.). Jak twierdzi Mark Smith, ta obawa wynika z większej podatności tego kraju na zewnętrzne zmiany ekonomiczne.

Brexit z pewnością wpłynie na wiele gospodarek, a w obszarze B+R zakłóci wiele obecnie funkcjonujących, europejskich inicjatyw opartych na współpracy. Mark Smith komentuje: „Rząd Wielkiej Brytanii musi zwiększać liczbę inwestycji. Najgorszym scenariuszem w takiej sytuacji byłoby ich ograniczenie. To negatywnie wpłynęłoby na sukces w ujęciu długoterminowym”.

„Mamy obecnie dużo większe moce obliczeniowe. Procesy, które pięć lat temu zajęłyby komputerowi całą noc, obecnie zajmują kilka chwil.”

Thomas Folsom, Dyrektor Zarządzający, Ayming USA

Wnioski

Obszar B+R ewoluuje na całym świecie. Dyrektorzy finansowi oraz pracownicy działów B+R są równie entuzjastycznie nastawieni wobec przyszłości. Istnieją liczne programy dotacyjne i ulgi podatkowe, dzięki czemu możliwości dla firm szukających wsparcia w finansowaniu innowacji są na wyciągnięcie ręki. Ale zbyt mało organizacji w pełni korzysta ze wszystkich możliwych źródeł finansowania. Firmy chcące zyskać przewagę w najbliższych latach, powinny do swoich planów włączać dotacje oraz ulgi podatkowe zanim będzie za późno.



Różnorodność płci

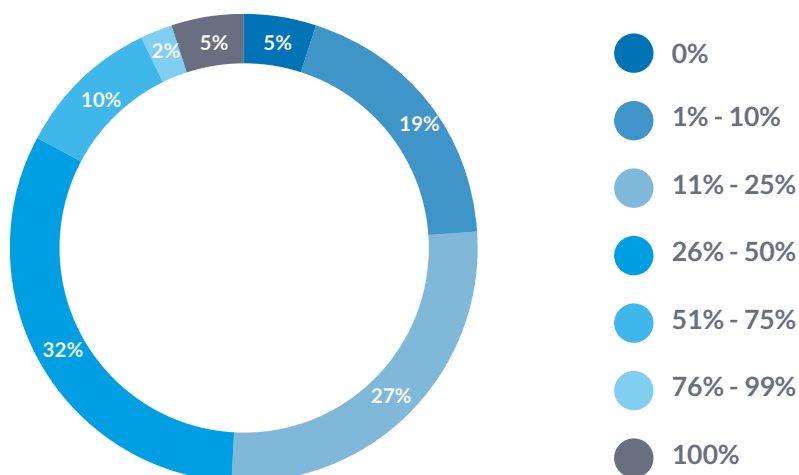
Niedawne badanie Harvard Business Review z udziałem 1700 firm ze Stanów Zjednoczonych, Francji, Niemiec, Chin, Brazylii, Indii, Szwajcarii oraz Austrii wykazało, że firmy, które stawiają na różnorodność płciową, są średnio o 12 proc. bardziej rentowne i uzyskują o 19 proc. większe dochody z innowacji.

W obszarze reprezentacji kobiet w miejscu pracy, działy B+R mają nadal wiele do nadrobienia. Choć podejmowane są starania mające na celu zachęcenie kobiet do działalności w obszarze badań i rozwoju, wciąż nie docenia się korelacji pomiędzy różnorodnością płciową a innowacyjnością.

Współczesne środowisko pracy

Zbadane przez nas zespoły B+R w większości składają się z mężczyzn. W przypadku 83 proc. ankietowanych mniej niż połowa osób w zespole ds. innowacji to kobiety. Jedna czwarta respondentów stwierdziła, że kobiety stanowią mniej niż 10 proc. członków zespołów B+R w ich firmach.

Jaki odsetek pracowników zespołów ds. innowacji/zespołów badawczo-rozwojowych w Twojej firmie stanowią kobiety?



„W ciągu ostatnich 10-15 lat obserwowaliśmy wzrost liczby kobiet podejmujących studia inżynierskie. Coraz więcej kobiet interesuje się tematyką techniczną i wybiera taką ścieżkę zawodową. To ważny krok w kierunku równości płci.”

Fabien Mathieu, Dyrektor Zarządzający, Ayming Francja

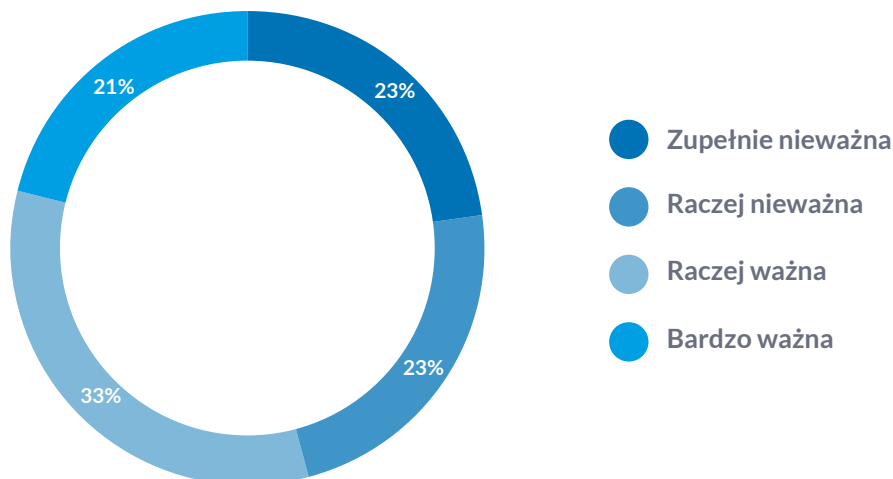
Na tym polu najbardziej postępowym rynkiem jest Kanada. Żaden z respondentów z Kanady nie pracował w organizacji, w której kobiety stanowiłyby mniej niż 10 proc. pracowników, a w przypadku większości zespołów B+R kobiety zajmowały 26-50 proc. stanowisk.

Francja to kolejny rynek wyznaczający nowy kierunek. 16 proc. respondentów deklaruje, że ich zespoły składają się w całości z kobiet. Jak mówi Fabien Mathieu: „W ciągu ostatnich 10-15 lat obserwowaliśmy wzrost liczby kobiet podejmujących studia inżynierskie. Coraz więcej kobiet interesuje się tematyką techniczną i wybiera taką ścieżkę zawodową. To ważny krok w kierunku równości płci”. Oczywiście całkowicie kobiecy zespół B+R nie może być nazywany różnorodnym, ale Francja stanowi przykład starań o zwiększenie liczby kobiet na stanowiskach technicznych.

Jeśli spojrzymy na niektóre branże, dostrzeżemy pewne oczywiste trudności. W branży motoryzacyjnej zauważamy najniższy odsetek kobiet w zespołach B+R – w dwóch z trzech zespołów kobiety stanowią mniej niż jedną czwartą pracowników. „To niezdrowa sytuacja dla tego sektora. Kobiety zdecydowanie rzadziej wybierają tego typu branże ze względu na to, jak kiedyś funkcjonowały nasze społeczeństwa” - uzasadnia Laurie Pilo.

Być może problemem jest samo podejście do kwestii różnorodności płci. Prawie połowa naszych respondentów uważa to za raczej nieistotną kwestię, podczas gdy 23 proc. respondentów deklaruje, że jest to „zupełnie nieważne”.

Na ile ważna jest różnorodność płci do osiągnięcia sukcesu przez dział innowacji/B+R w Twojej firmie?



Nie oznacza to jednak, że zespoły B+R są uprzedzone wobec kobiet. Jak sugeruje Laurie Pilo: „Albo ludzie nie zdają sobie sprawy w jaki sposób różnorodność zespołu przekłada się na wyniki finansowe, albo pracodawcy bardziej koncentrują się na wypełnianiu ról ludźmi, którzy są w stanie je wykonywać, niezależnie od płci.”

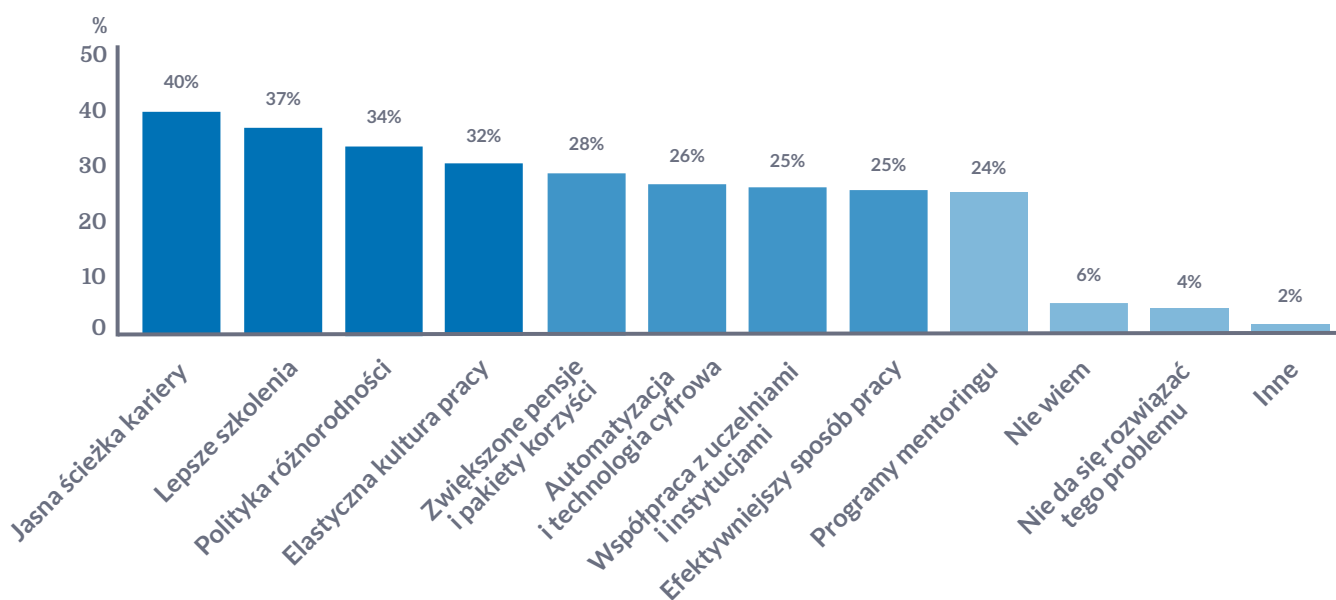
Jeśli jednak prawdą jest druga hipoteza i najważniejsze jest wypełnianie stanowisk, obszar B+R skorzystałby na zachęcaniu większej liczby kobiet do obejmowania stanowisk technicznych, ponieważ zwiększyłaby się różnorodność dostępnych pracowników. W sytuacji, gdy tylko mężczyźni zgłaszają się do pracy na te stanowiska, pracodawcy są zmuszeni ograniczyć się do męskiej części populacji.

Zwiększanie różnorodności

Aby zachęcić więcej kobiet do wybierania obszarów związanych z innowacyjnością, należy pokonać kilka systemowych i kulturowych przeszkód. Nie istnieje jedna metoda, który poprawi kwestię zwiększenia różnorodności płci. To rządy, otoczenie biznesowe, media oraz społeczeństwo muszą połączyć siły i wypracować rozwiązania zachęcające firmy, aby te dążyły do osiągnięcia różnorodności płciowej pracowników i ją utrzymały.

Jak zachęcić kobiety do podejmowania pracy w obszarze B+R? Według naszych respondentów, najlepszym sposobem będzie stosowanie przejrzystej ścieżki kariery – 40 proc. respondentów uznało tę odpowiedź za ważną.

W jaki sposób Twoja firma mogłaby lepiej zachęcać kobiety do zajmowania stanowisk związanych z innowacyjnością/badaniami i rozwojem ?



Taka odpowiedź respondentów oznacza częściowo motywowanie kobiet do wybierania kariery związanej z innowacyjnością już na samym początku. Konieczne jest podjęcie szerszych działań, aby uatrakcyjnić ścieżki zawodowe w obszarach związanych z naukami przyrodniczymi, technologią, inżynierią oraz matematyką. Jak komentuje Laurie Pilo: „Inżynierowie są nieustannie potrzebni. Uczelnie i organizacje powinny jasno komunikować 17-latkom i 18-latkom, jak wygląda praca w tych zawodach. W pewnym stopniu już to się dzieje, ale niedostatecznie często. Szczególnie jeśli mówimy o angażowaniu młodych kobiet”.

Mark Smith dodaje: „Jeden na pięć zespołów B+R w Wielkiej Brytanii składa się wyłącznie z mężczyzn. Być może wynika to z przykładania większej uwagi do studiowania kierunków humanistycznych niż ścisłych przez kobiety, co skutkuje mniejszą pulą talentów. Niestety, lepiej postrzegane przez kobiety są ścieżki zawodowe związane z dziedzinami humanistycznymi”.

Edukacja nie kończy się oczywiście na szkole. Gdy kobiety działają już w danej branży, zapewnianie lepszych szkoleń znacznie zwiększy szanse zatrzymania takich pracowników – tak twierdzi 37 proc. naszych respondentów.

Ponadto jeśli mówimy o zatrzymaniu pracowników, w przypadku kobiet istotną kwestią pozostaje łączenie pracy z opieką nad dziećmi. Firmy mogą robić więcej niż tylko wyrównywać okres urlopu macierzyńskiego i tacierzyńskiego. 32 proc. respondentów podkreśla, że elastyczne godziny pracy są istotne dla kobiet.

„Inżynierowie są nieustannie potrzebni. Uczelnie i organizacje powinny jasno komunikować 17-latkom i 18-latkom, jak wygląda praca w tych zawodach. W pewnym stopniu już to się dzieje, ale niedostatecznie często. Szczególnie jeśli mówimy o angażowaniu młodych kobiet.”

**Laurie Pilo, Dyrektor Zarządzający,
Ayming Benelux**

Jak podkreśla Mark Smith: „Niezależnie od tego, jak to oceniamy, w większości społeczeństw kobiety w dalszym ciągu biorą na siebie lwią część opieki nad dziećmi. Dopóki to się nie zmieni, pracodawcy muszą skupić się na umożliwianiu rodzicom elastycznych godzin pracy.”

Praca zdalna nie zawsze jest możliwa w obszarze B+R, ponieważ od pracowników zazwyczaj wymaga się podróżowania i pracy w różnych lokalizacjach – często przez całe dni lub tygodnie. Z rozwojem technologii wiążą się możliwości, które z pewnością pomogą nam usunąć część z tych barier.

„Niezależnie od tego, jak to oceniamy, w większości społeczeństw kobiety w dalszym ciągu biorą na siebie lwią część opieki nad dziećmi. Dopóki to się nie zmieni, pracodawcy muszą skupić się na umożliwianiu rodzicom elastycznych godzin pracy.”

**Mark Smith, Dyrektor Zarządzający,
Ayming Wielka Brytania i Irlandia**

„Musimy zmienić postrzeganie różnorodności płciowej, a sposobem na to jest odpowiednie uświadamianie ludzi. Przykład musi iść z góry.”

Magdalena Burzyńska, Dyrektor Zarządzający, Ayming Polska

Tego rodzaju uprzedzenia kulturowe widoczne są również w zarządach – osoby na najwyższych stanowiskach często nie są dostatecznie świadome korzyści wynikających z różnorodności.

35 proc. kierowników zespołów B+R uważa, że różnorodność płci jest raczej nieistotna, a 24 proc. CEO jest zdania, że jest zupełnie nieważna. Jak komentuje Magdalena Burzyńska: „Musimy zmienić postrzeganie różnorodności płciowej, a sposobem na to jest odpowiednie uświadamianie ludzi. Przykład musi iść z góry”.

Trzeba stawić czoła poważnym wyzwaniom o podłożu kulturowym i strukturalnym. Firmy powinny przede wszystkim dostrzec wartość różnorodności, następnie działać w kierunku zwiększania atrakcyjności technicznej ścieżki zawodowej. W całkowitym rozrachunku więcej kobiet w zespołach B+R to więcej korzyści, takich jak różnorodność umiejętności i zwiększona produktywność.

Wnioski

Obszar innowacyjności pozostaje zdominowany przez mężczyzn. Różnorodność płciowa nie jest uznawana za czynnik wspierający innowacje – co zaskakujące – zwłaszcza przez osoby, które mogłyby najwięcej na niej skorzystać. Ta korelacja musi zostać dostrzeżona przez kadrę zarządzającą, która powinna zapewnić rozwiązania zachęcające kobiety do podjęcia pracy na stanowiskach badawczo-rozwojowych, a następnie wspierać je w trakcie ich ścieżki zawodowej. Bycie innowacyjnym w taki sposób to mądry ruch.



Podsumowanie

Analiza globalnej sytuacji obszaru innowacji prowadzi do jednego wniosku: zespoły badawczo-rozwojowe powinny uważnie przyjrzeć się swoim obecnym działaniom. W ciągu następnych kilku lat będziemy świadkami zwiększenia wydatków na innowacje na niespotykaną dotychczas skalę, a zespoły B+R staną przed wieloma szansami. Kluczowym zadaniem jest przeanalizowanie, czy realizują one właściwą strategię. Im wcześniej to nastąpi, tym lepiej.

Przy tak silnej konkurencji na rynku, organizacje nie mogą pozostawać w tyle. W obecnym modelu globalnej gospodarki widzimy jak wiele start-upów i małych firm rzuca wyzwanie i zastępuje liderów rynku o długim stażu. Wystarczy spojrzeć na historycznie raczej stabilny sektor bankowy: firmy FinTech oferujące innowacyjne rozwiązania finansowe stają się istotną siłą.

Instrumenty motywacyjne

Aby utrzymać tempo rozwoju gospodarczego, większość rządów motywuje firmy realizujące działania B+R. Skorzystała można z wielu różnych instrumentów, m.in. ulg badawczo-rozwojowych i dotacji. Aczkolwiek nasze badanie wskazuje na zasadniczy problem – firmy uważają, że aktualnie prowadzone przez nich działania badawczo-rozwojowe są wystarczające.

Jeśli prowadzący działalność B+R są zadowoleni ze swojego obecnego poziomu innowacyjności, to w jaki sposób rządy mogą faktycznie zachęcić firmy do większych inwestycji w badania i rozwój? Wyraźnie widać, że w obecnym układzie mamy do czynienia z rozbieżnym postrzeganiem satysfakcjonującego poziomu innowacyjności.

Oferowanych jest wiele ulg podatkowych i dotacji, ale trzeba jeszcze sprawić, aby korzyści były dostępne dla wszystkich. To dobrze, że firmy optymistycznie spodziewają się zwiększania budżetów na B+R – oznacza to, że ufają sobie, rządowi i warunkom ekonomicznym. Ale gospodarka nie będzie zawsze tak silna. Im więcej innowacji wprowadzi dana firma dzisiaj, tym lepiej przetrwa trudne czasy.

Dyrektorzy finansowi muszą upewnić się, czy w pełni korzystają z dostępnych zewnętrznych źródeł finansowania. Możliwości jest wiele, ale w wyliczenia nierzadko wkradają się błędy. Przy skrupulatnym przeprowadzeniu rozliczenia, pojawia się szansa na uzyskanie dodatkowych środków, które mogą pomóc wesprzeć kolejne projekty innowacyjne. Korzystanie z dotacji oraz ulg podatkowych i inwestowanie określonego budżetu w konkretne projekty to najlepszy sposób na osiągnięcie zamierzonych celów.

Jeśli prowadzący działalność B+R są zadowoleni ze swojego obecnego poziomu innowacyjności, to w jaki sposób rządy mogą faktycznie zachęcić firmy do większych inwestycji w badania i rozwój? Wyraźnie widać, że w obecnym układzie mamy do czynienia z rozbieżnym postrzeganiem satysfakcjonującego poziomu innowacyjności.

Prowadzenie działań B+R

W ten sposób dochodzimy do tego, gdzie i jak przeprowadzane są działania B+R. W przypadku większych organizacji często wiąże się to z podjęciem kluczowych decyzji. Pod uwagę bierze się konkretne plany, potrzebne środki finansowe, a także dostępność instrumentów motywacyjnych w wybranej lokalizacji.

Ponadto pomimo poufnego charakteru działań badawczo-rozwojowych, współpraca może być sposobem na zwiększenie poziomu wiedzy i umiejętności zespołów ds. innowacji. Oczywiście należy liczyć się z wyzwaniem komunikacyjnym, ale w dalszej perspektywie współdzielenie wiedzy i zasobów może być bardzo korzystne i należy wziąć taką możliwość pod uwagę.

Talenty

Według respondentów dostęp do talentów jest czynnikiem, który w największym stopniu wpłynie na ich sukces w obszarze badawczo-rozwojowym w przyszłości. Pozostałe czynniki to technologia, rozwój poszczególnych branż oraz Brexit. Ostatecznie to jednak pracownicy decydują o sukcesie projektów – innowacje związane są z gospodarką opartą na wiedzy.

W tym kontekście zaskakujące jest to, jak niski priorytet posiada kwestia zwiększania różnorodności płci w zespołach. Innowacje są obszarem zdominowanym przez mężczyzn, a większa liczba kobiet pomogłaby wnieść dodatkową wartość do zespołów badawczo-rozwojowych. Dzięki połączeniu umiejętności i doświadczenia można podejmować lepsze decyzje. Różnorodność umożliwia efektywniejsze rozwiązywanie kompleksowych problemów i budowanie przewagi konkurencyjnej.

Organizacje powinny stosować różne strategie zachęcające kobiety do podjęcia pracy w obszarze badań i rozwoju oraz tworzyć instrumenty motywujące je do podążania tą ścieżką kariery. W pierwszej kolejności należy jednak starać się zachęcać młode kobiety do studiowania kierunków technicznych. Następnie otoczyć je odpowiednią opieką w trakcie rozwoju zawodowego. W kolejnym kroku potrzebna jest większa elastyczność czasu pracy w momencie, gdy na horyzoncie pojawi się kwestia wychowania dzieci.

Jedną z najważniejszych cech pracowników obszaru B+R jest ich zdolność adaptacji. Jesteśmy pewni, że nadchodzące zmiany spotkają się z pełną akceptacją z ich strony.

Innowacje będą determinować przyszłość globalnej gospodarki. Mamy nadzieję, że wiedza zawarta w niniejszym raporcie skłoni przedsiębiorstwa do zwiększenia swojej innowacyjności i przygotowania się na nadchodzące zmiany.

Według respondentów dostęp do talentów jest czynnikiem, który w największym stopniu wpłynie na ich sukces w obszarze badawczo-rozwojowym w przyszłości. Pozostałe czynniki to technologia, rozwój poszczególnych branż oraz dostęp do finansowania.

Kontakt



Belgia

Tel: +32 2 737 62 60 | www.ayming.be



Czechy

Tel: +420 222 999 640 | www.ayming.cz



Francja

Tel: +33 1 41 49 41 00 | www.ayming.fr



Hiszpania

Tel: +34 91 319 28 75 | www.ayming.es



Irlandia

Tel: +353 1 669 4831 | www.ayming.ie



Kanada

Tel: +1 514 931 0166 | www.ayming.ca



Niemcy

Tel: +49 211 71 06 75 0 | www.ayming.de



Polska

Tel: +48 22 330 60 00 | www.ayming.pl



Portugalia

Tel: +351 21 35 28 221 | www.ayming.pt



Słowacja

Tel: +421 917 889 867 | www.ayming.sk



Stany Zjednoczone

Tel: +1 617 973 5058 | www.aymingusa.com



Wielka Brytania

Tel: +44 20 30 58 58 00 | www.ayming.co.uk



Włochy

Tel: +39 02 80583223 | www.ayming.it



ayming
INSTITUTE

Ayming Institute to nowy think tank Grupy Ayming. Dostarczamy wartościowej wiedzy eksperckiej, niezbędnej do analizowania przyszłości Twojej firmy.

+48 22 330 60 00
kontakt@ayming.com
www.ayming.pl

 @ayming_pl
 linkedin.com/company/ayming
©Ayming 2019

