

Aleksander Żołnierski
Instytut Badań Edukacyjnych

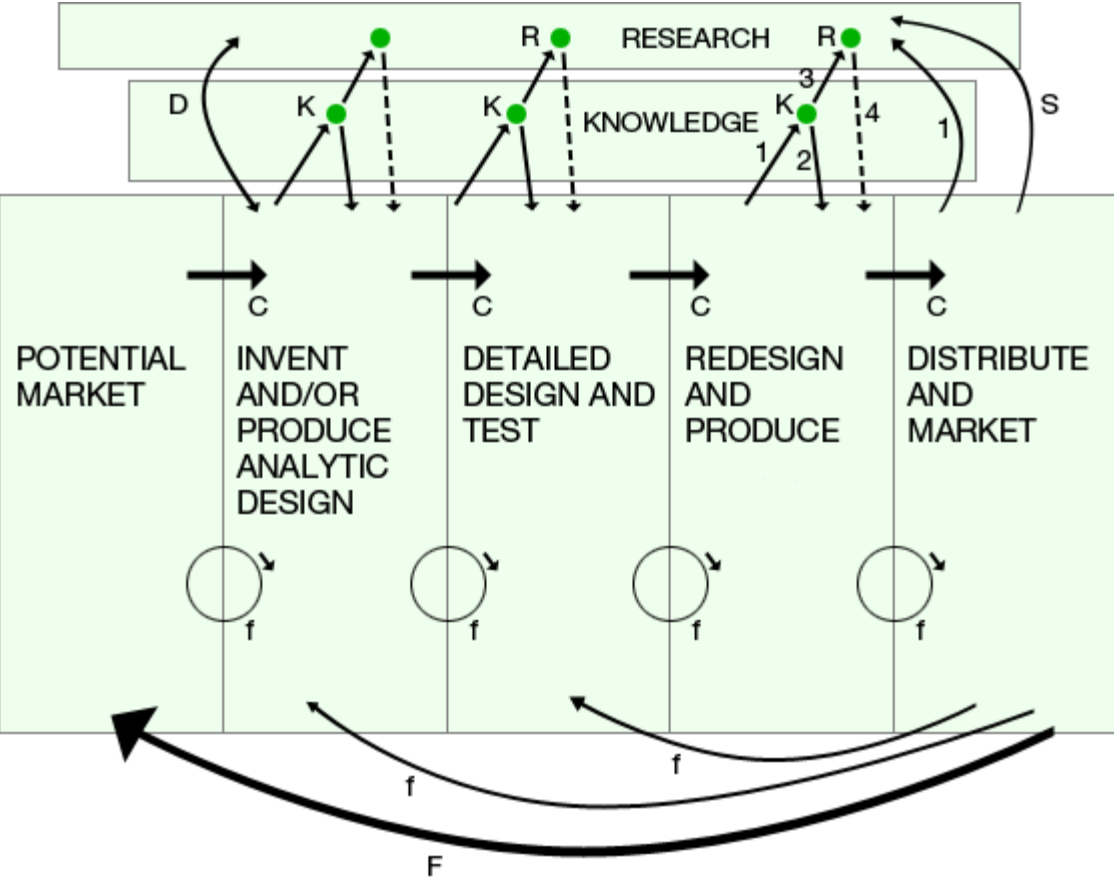
managerowie – innowatorzy – filantropi

**badanie kapitału społecznego i innowacyjności
polskich przedsiębiorców**

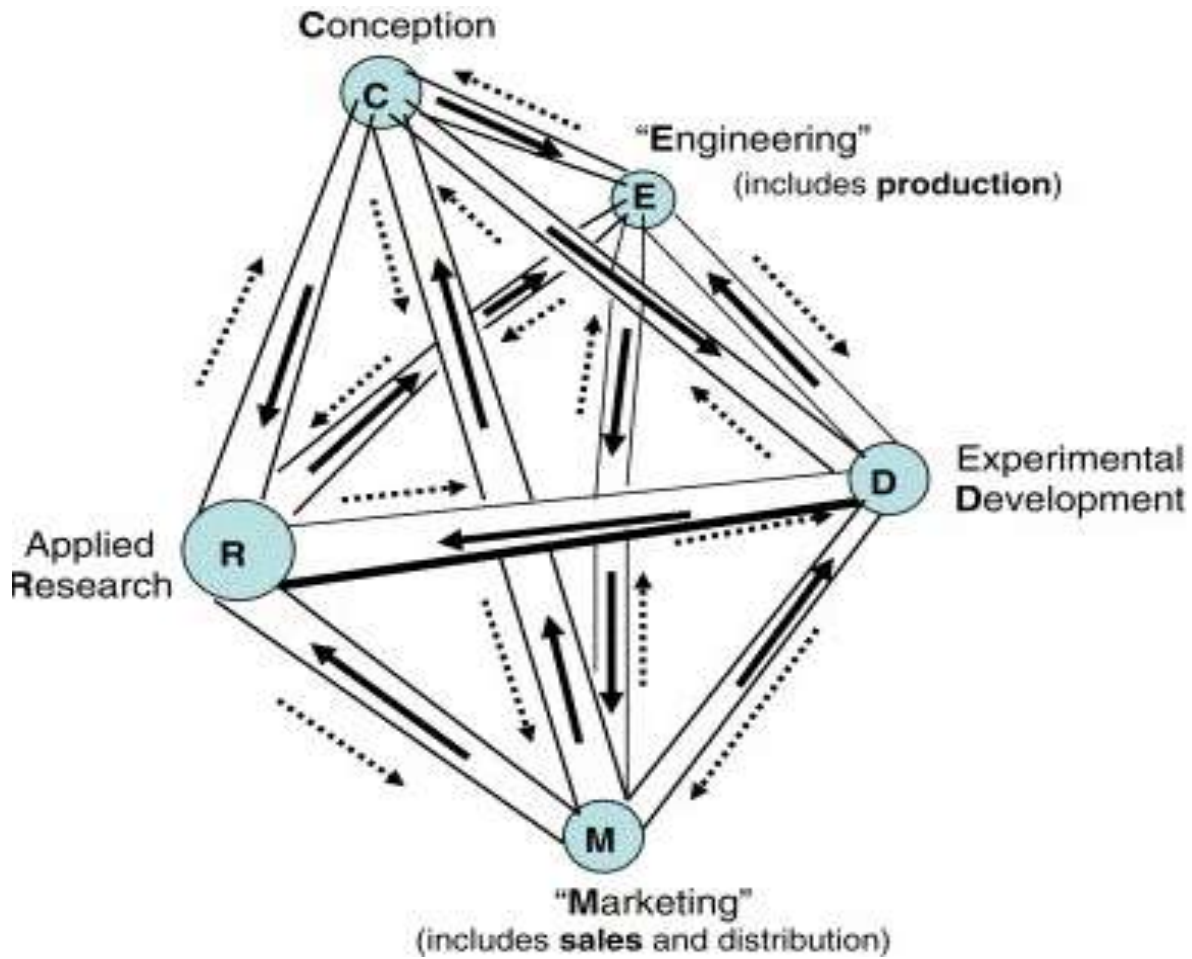
Polskie Towarzystwo Ekonomiczne

Warszawa, 5 marca 2012

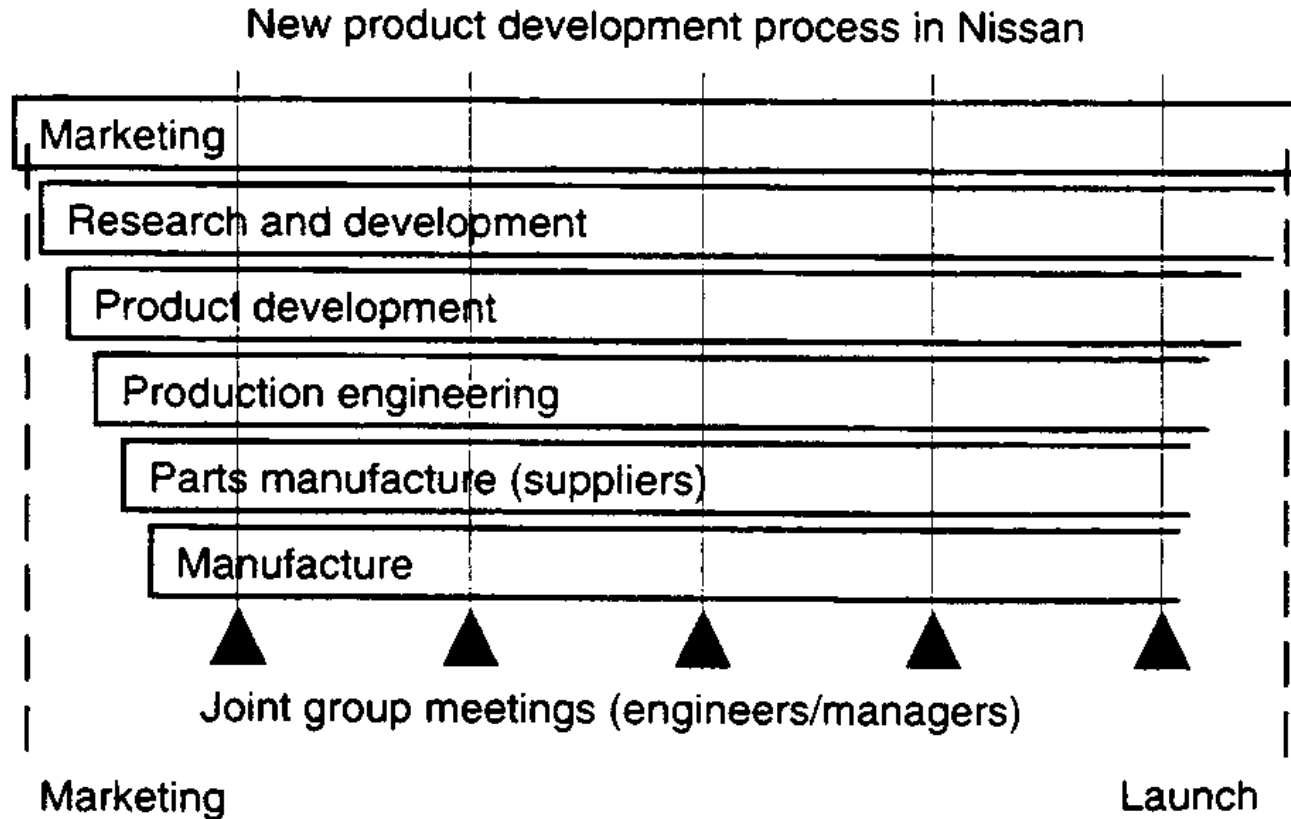
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców



Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców



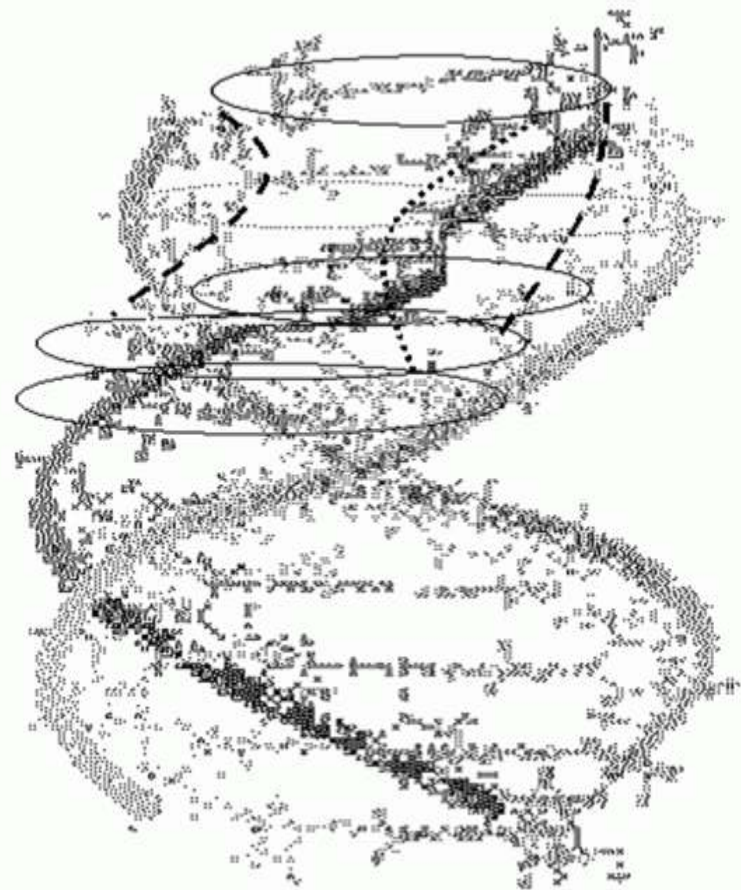
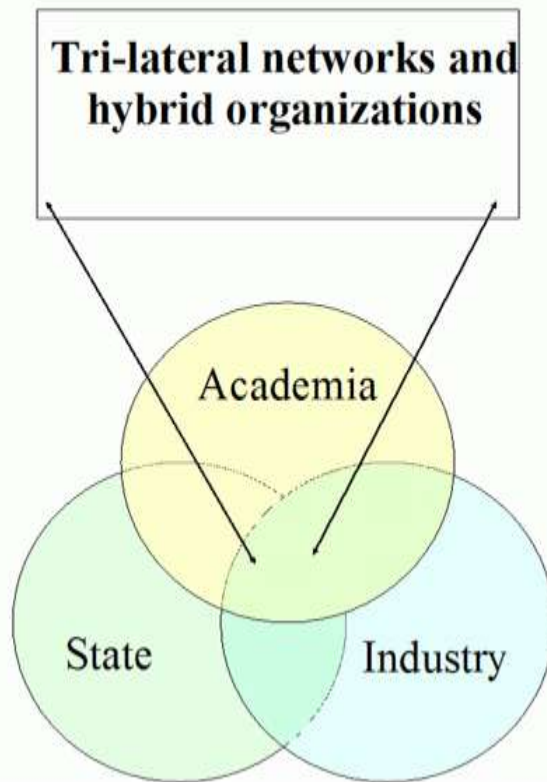
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców



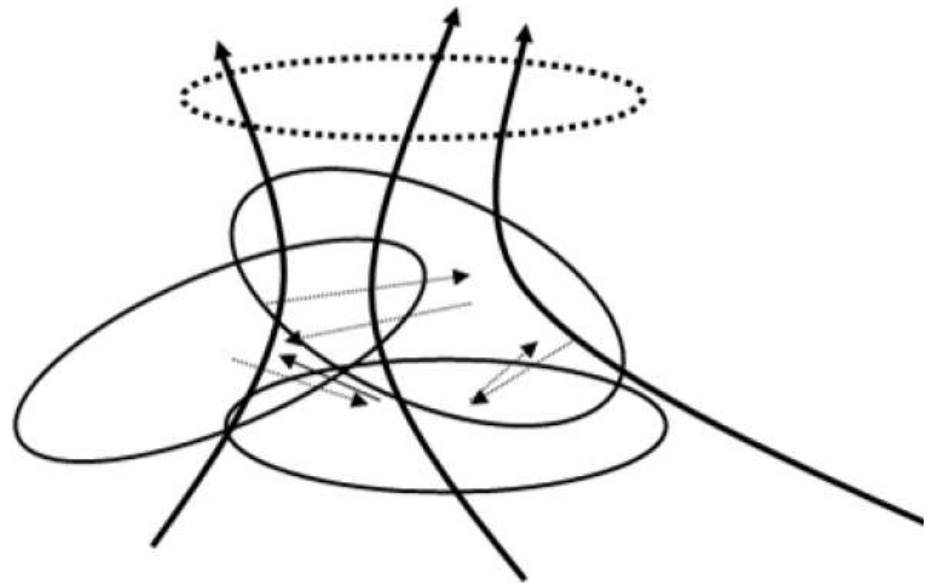
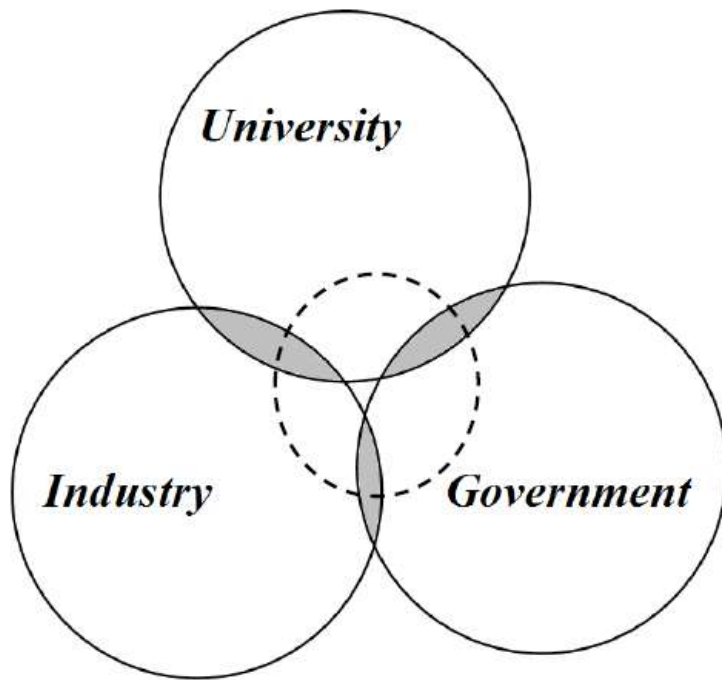
Source: Graves (1987)

Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Figure 3
The Triple Helix Model of University-Industry-Government relations



Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców



Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Progress / Innovation



Linear, slow
Proprietary knowledge
Ideas as strategic advantage
Mentors
Learn by reverse-engineering
Progress by "Shoulders of Giants"
Wisdom of experts

Old (closed)



Exponential, networked, quick
Shared knowledge
Ideas "paid forward"
Micromentors
Lessons-learned benefit all
Progress by "The Mosh Pit"
Wisdom of crowds

New (open)

Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

INNOWACJA:

- Schumpeter
 - Szerokie ujęcie: wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów lub procesów lub doskonalenie, nowy sposób sprzedaży lub zakupów, nowy rynek, nowe surowce lub półfabrykaty, nowa organizacja produkcji
- Allen
 - Wprowadzenie do szerokiego użytku nowych produktów, procesów lub sposobów postępowania
- Rogers
 - Idea, praktyka lub obiekt, postrzegany jako nowy
- Pavitt
 - Innowacja jest sednem procesu związanego z odnawianiem tego, co organizacja oferuje (produktów lub usług) oraz sposobów ich generowania i dostarczania (innowacje: transformacyjne, radykalne i przyrostowe)
- Drucker
 - Innowacja jest specyficznym narzędziem przedsiębiorczości – działaniem, które nadaje zasobom nowe możliwości tworzenia bogactwa

Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

FIRMA INNOWACYJNA

- Doyle/Bridgewater
 - Rola kadry menedżerskiej: 1. identyfikacja szans, 2. budowanie sieci i procesów dostawczych, 3. budowa marek utrudniających naśladowanie.
- Jasiński
 - P.I. to firma zorientowana na innowacje to taka: prowadzi w szerokim zakresie prace B+R (lub dokonuje ich zakupu), przeznaczając na tę działalność stosunkowo wysokie środki finansowe, systematycznie wdraża nowe rozwiązania naukowo-techniczne, reprezentuje duży udział nowości w wolumenie produkcji i usług, stale wprowadza innowacje na rynek.
 - Aby wprowadzać innowacje należy: ukształtować właściwy system motywacji, środki finansowe i rzeczowe, (system finansowy państwa, kredyty, dotacje, odpisy podatkowe), kwalifikacje załogi i kadry.
- Hisrich/Peters
 - Peters: P.I. często działają w sieciach – model integracji systemowej i pracy w sieci – model piątej generacji; kooperacja w sieci jest formą reakcji na szybki postęp nauki i wzrost innowacyjności.
- Okoń-Horodyńska
 - Aby wprowadzać innowacje należy posiadać umiejętności w zakresie umiejętności strategicznych, umiejętności organizatorskie.

Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

- W procesie innowacyjnym szczególnego znaczenia nabiera charakter i jakość oraz sposób nawiązywania i utrzymywania kontaktów z otoczeniem.
- W procesie zarządzania innowacją multilateralne interakcje pomiędzy firmą, klientami, dostawcami i sferą B+R oraz między samymi przedsiębiorstwami mogą znacząco wpływać zarówno na kształtowanie potencjału innowacyjnego podmiotu gospodarczego, jak i jego praktyczną zdolność do kreowania innowacji.

Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

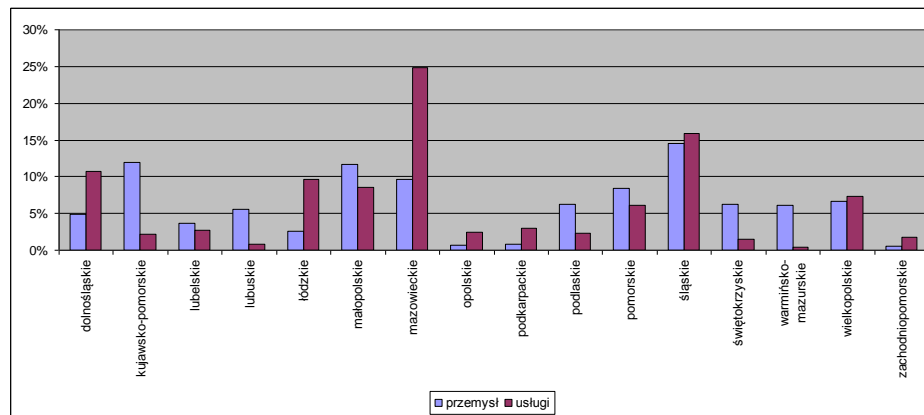
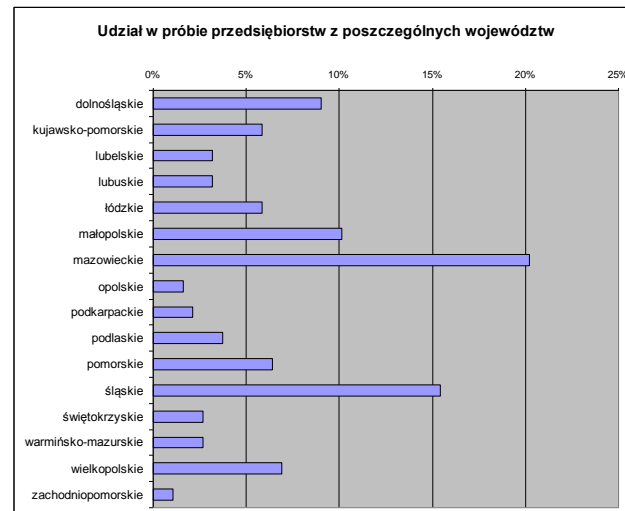
- **Dla tworzenia powiązań zewnętrznych, ale i w procesie budowania relacji wewnątrz firmy, które są niezbędne w procesie innowacyjnym szczególnego znaczenia nabiera kapitał społeczny.**
- Na ten fakt zwracają uwagę m.in. Dakhli i De Clercq, pisząc o dodatniej korelacji między liczbą patentów, wydatkami na badania i rozwój oraz eksportem produktów sektorów wysokiej techniki a kapitałem społecznym.
- Wpływ kapitału społecznego na gospodarkę, poprzez analizę społecznych i gospodarczych źródeł zasobów tkwiących w sieciach społecznych badali francuski teoretyk społeczny Bourdieu i niemiecki ekonomista Schlicht.
- Porównania między poszczególnymi krajami europejskimi opisali Akçomak i ter Weel. Autorzy podkreślają fakt istnienia związków między innowacyjnością a kapitałem społecznym, który – ich zdaniem – wspiera proces wprowadzania innowacji.

Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

- Teoria kapitału społecznego plasuje go w kilku istotnych obszarach (Putnam):
 - działaniach na zasadzie wzajemności,
 - w kontaktach w obrębie własnej grupy i w kontaktach z członkami innych grup,
 - nieformalnych kontaktach społecznych,
 - kontaktach wewnątrz własnej grupy,
 - kwestiach altruizmu i filantropii,
 - zaangażowaniu obywatelskim, oraz
 - partycypacji politycznej.
- Centralną ideą kapitału społecznego jest to, że sieci społeczne mają wartość; kontakty społeczne oddziałują na produktywność jednostek, a sam kapitał społeczny odnosi się do powiązań między jednostkami – sieci społecznych i norm wzajemności oraz wyrastającego z nich zaufania.

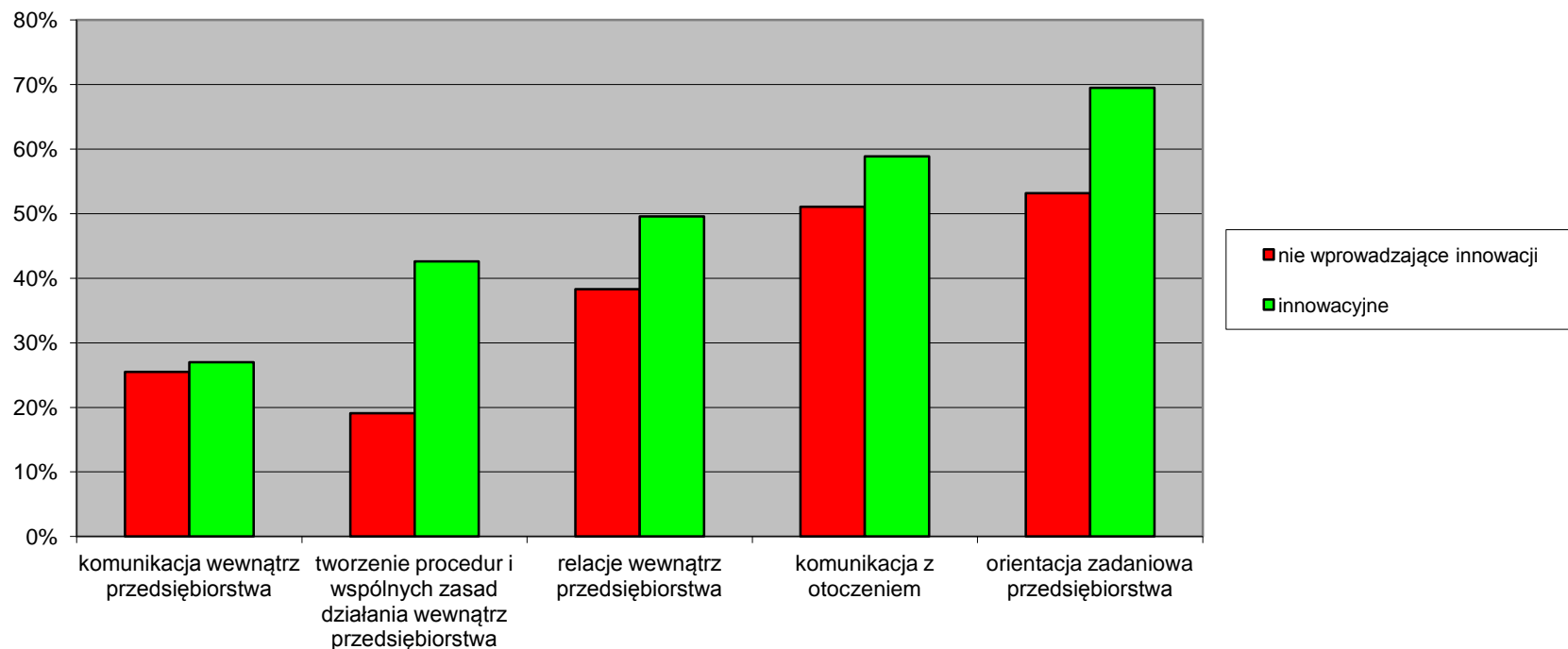
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

- n=1.296,
- ankietowani reprezentowali dwie sekcje: przemysł i usługi, sekcje PKD reprezentujące te dwa sektory gospodarki podzielono zgodnie z metodologią stosowaną przez GUS (*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006-2009*)



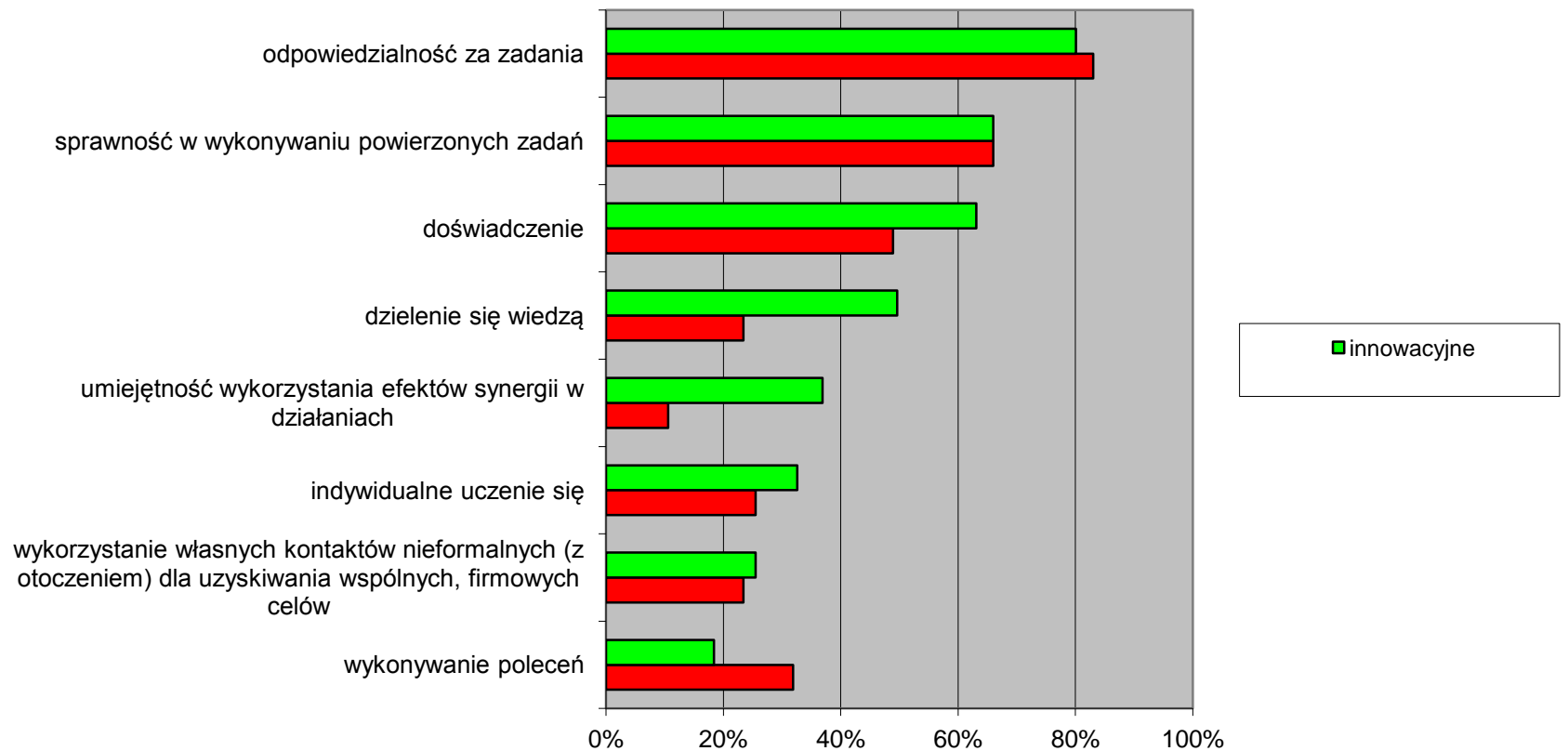
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Cechy wyróżniające przedsiębiorstwo



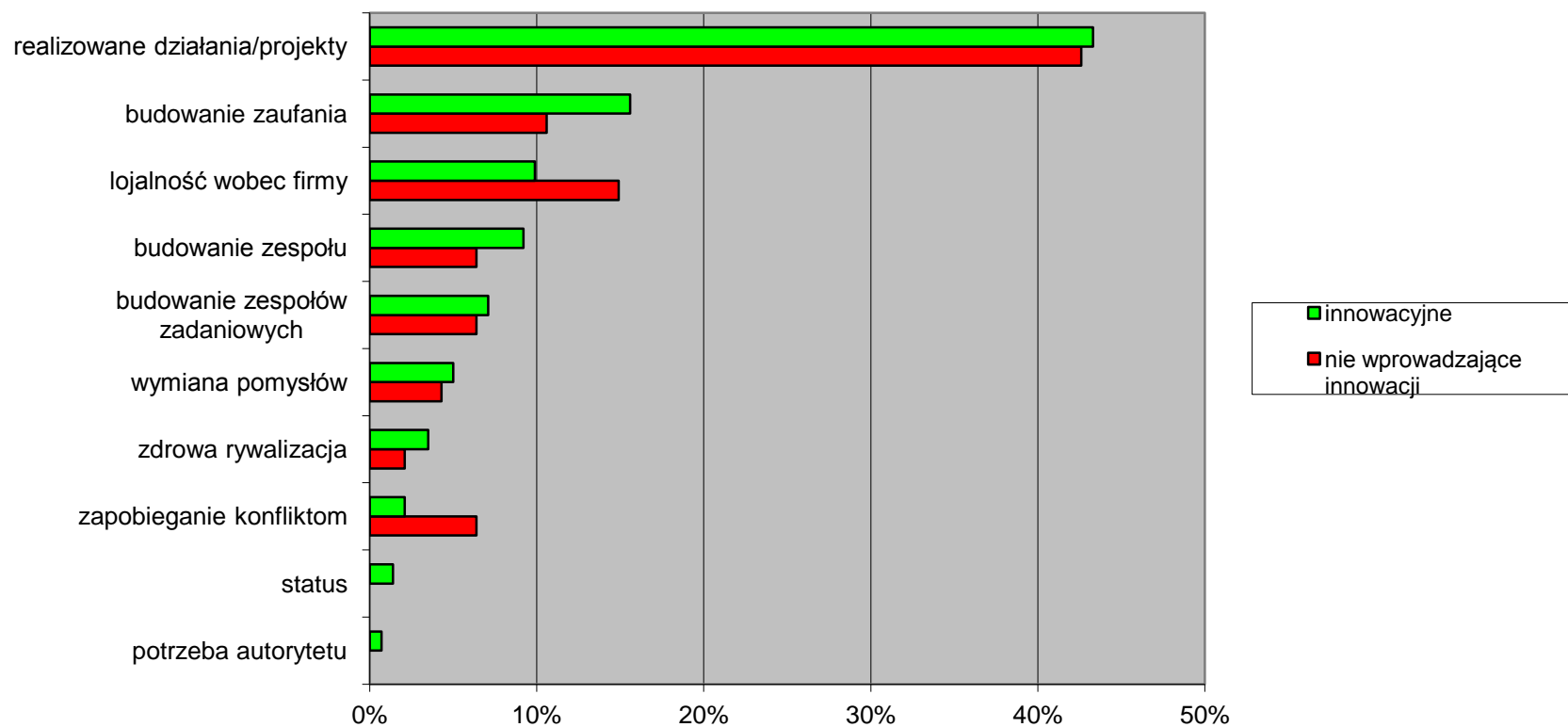
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Cechy charakteryzujące pracowników firmy



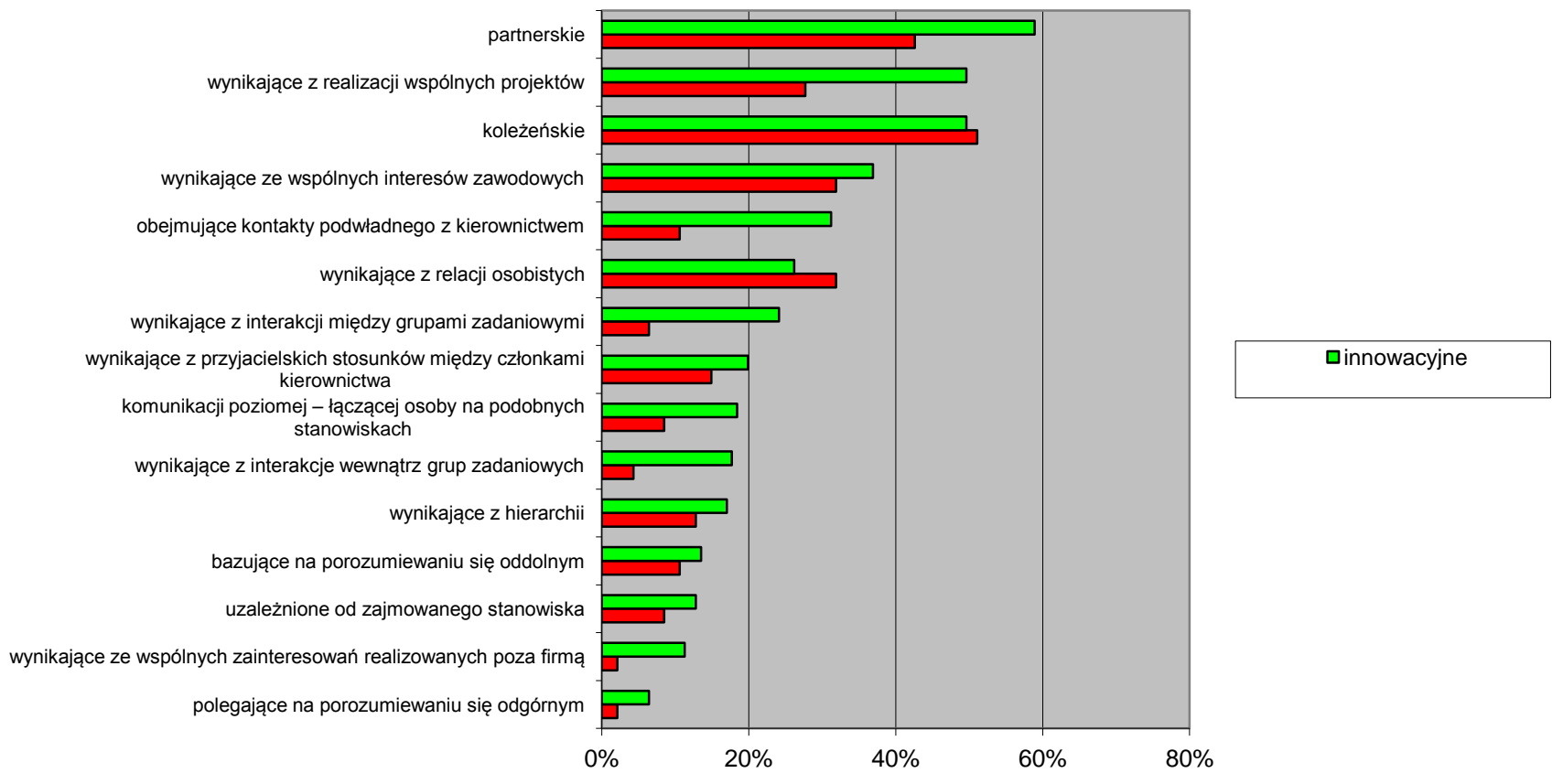
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Najważniejszy czynnik kształtujący relacje przedsiębiorstwie



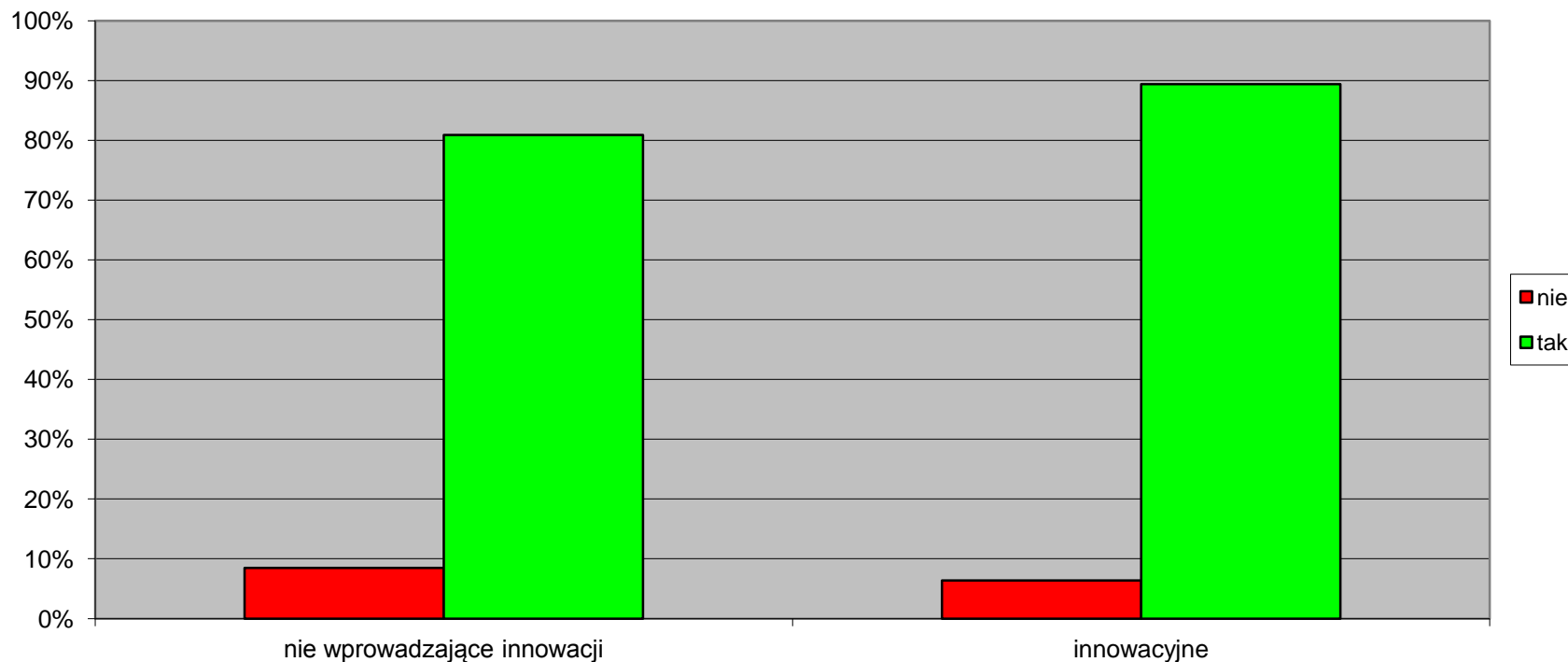
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Charakterystyka relacji panujących w przedsiębiorstwie



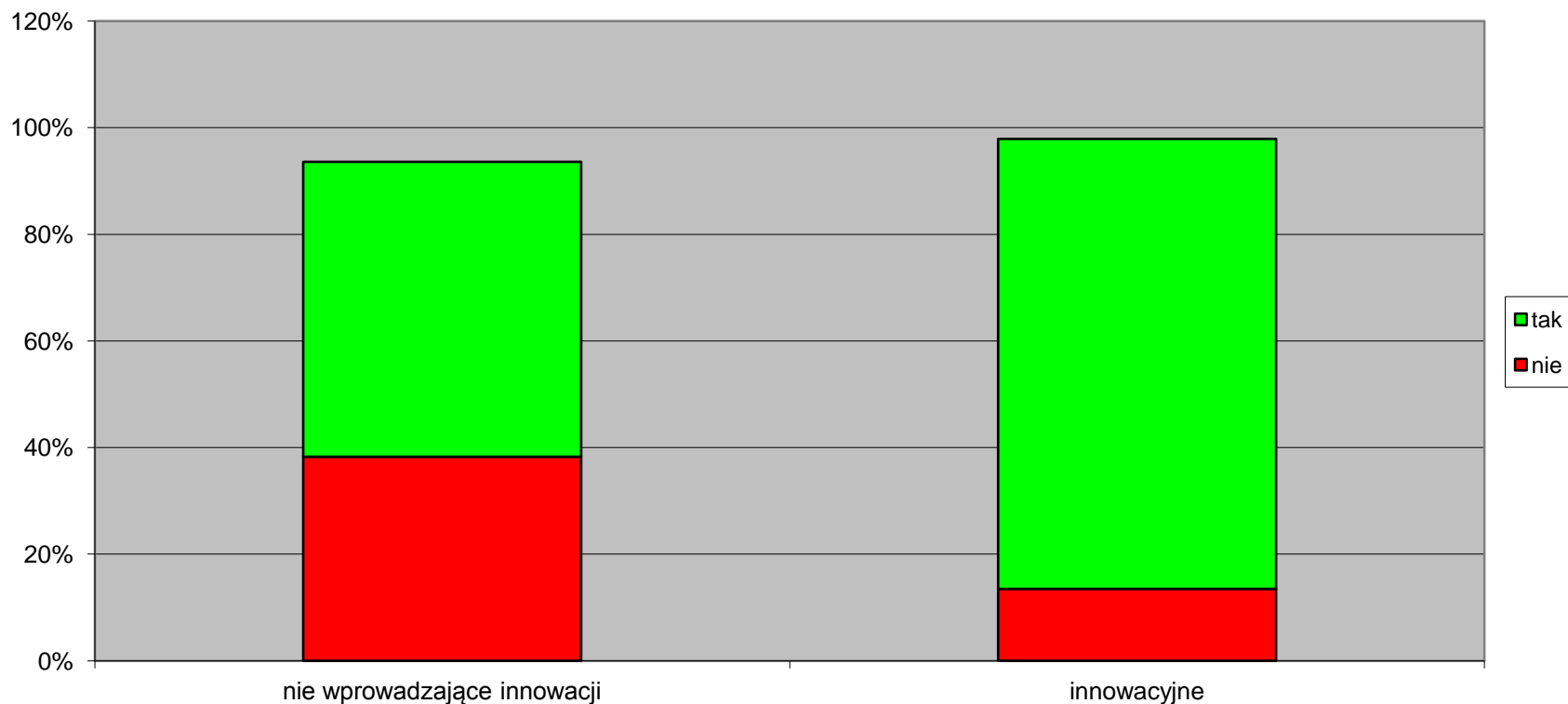
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Czy podwładni mają możliwość zwracania się bezpośrednio do managera/właściciela w celu zgłaszania problemów/propozycji rozwiązań



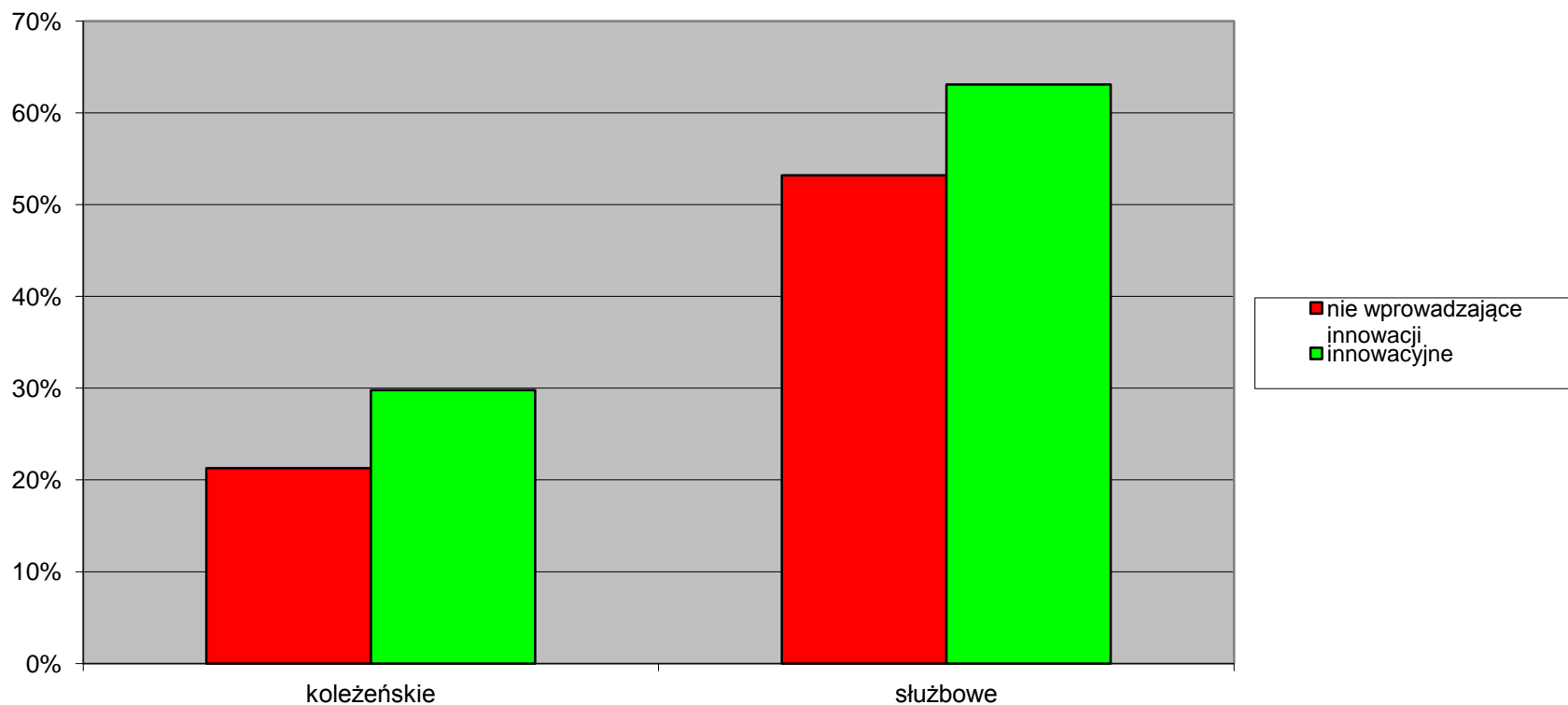
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Utrzymanie relacji z managerami/pracownikami innych przedsiębiorstw



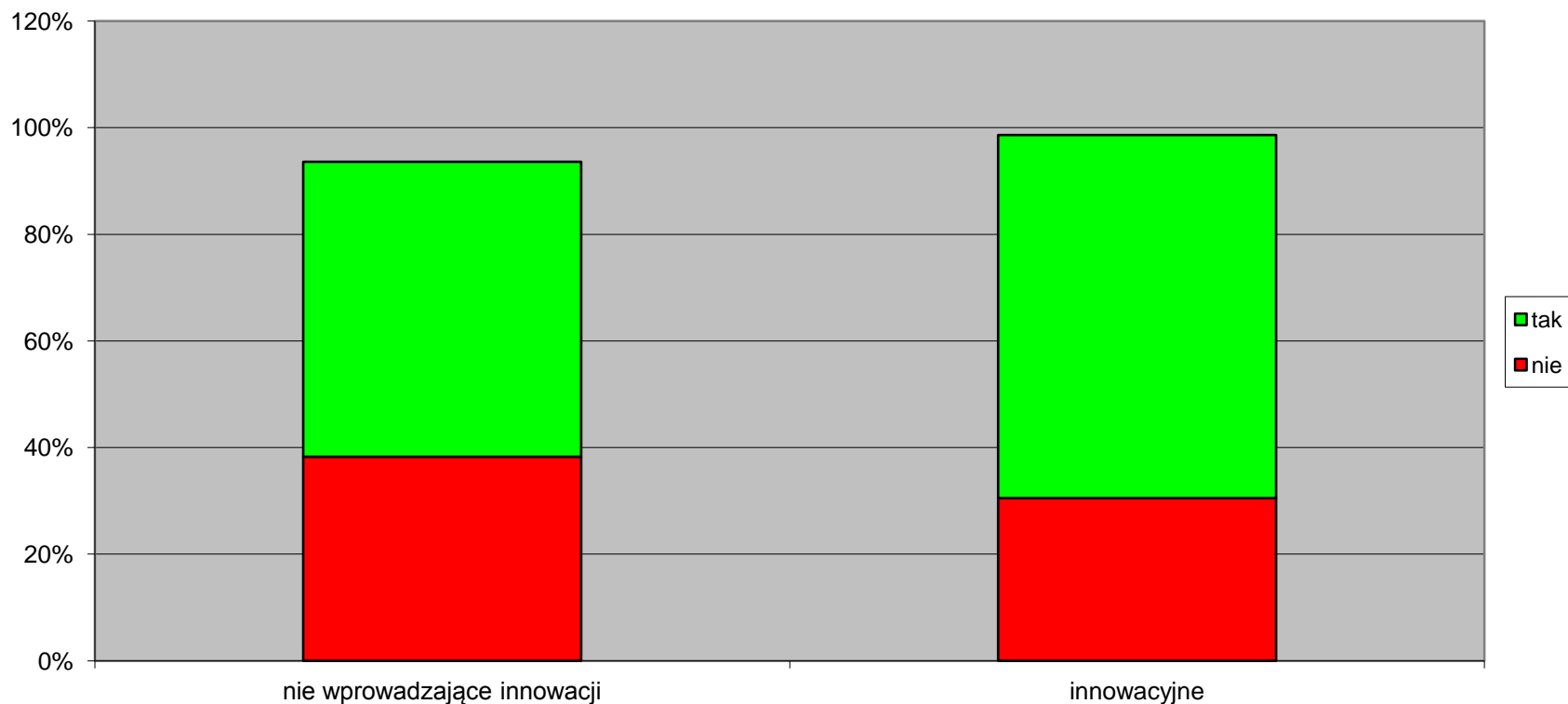
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Charakter relacji z managerami/pracownikami innych przedsiębiorstw

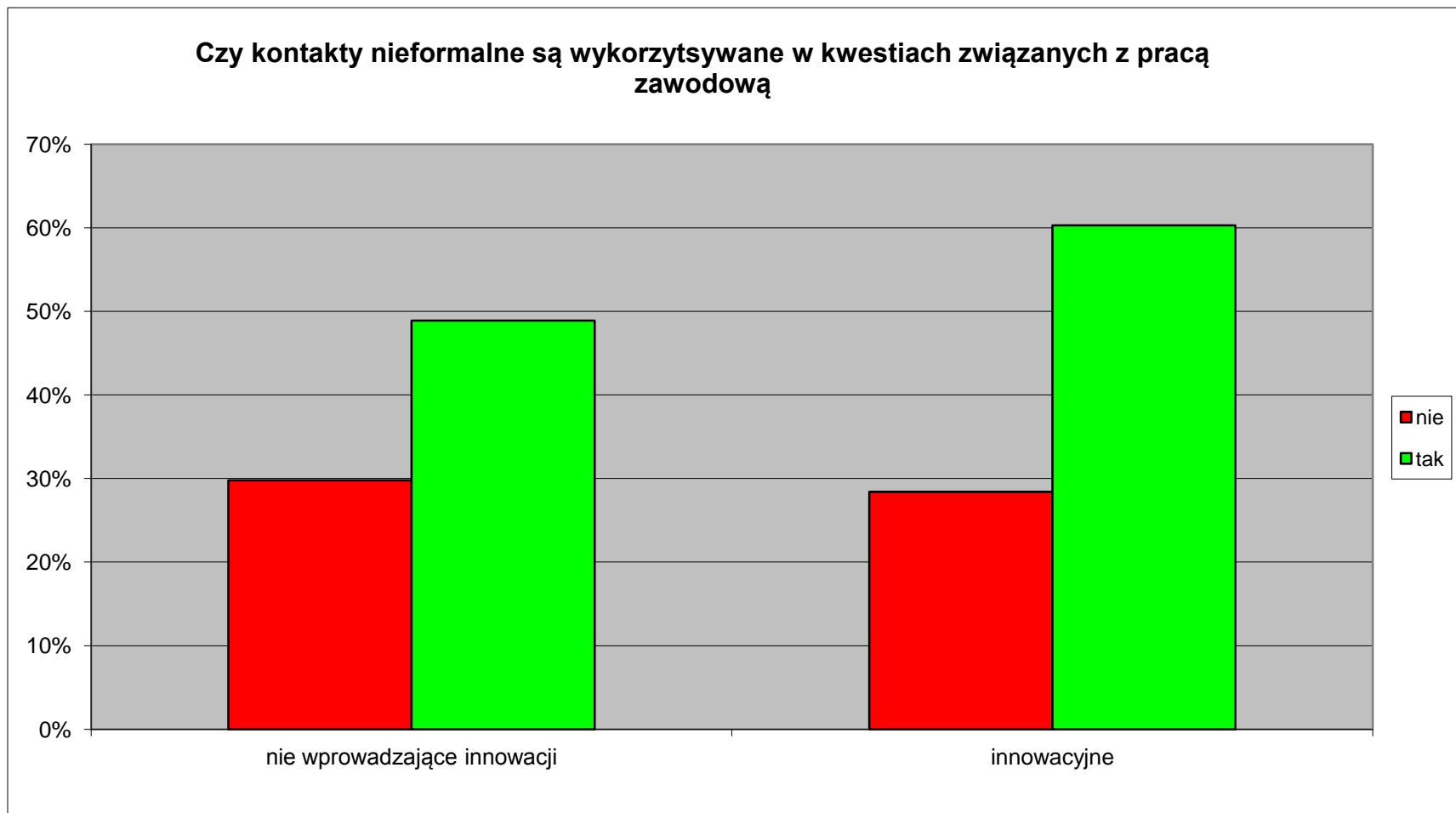


Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Wykorzystanie Internetu w nawiązywaniu kontaktów nieformalnych

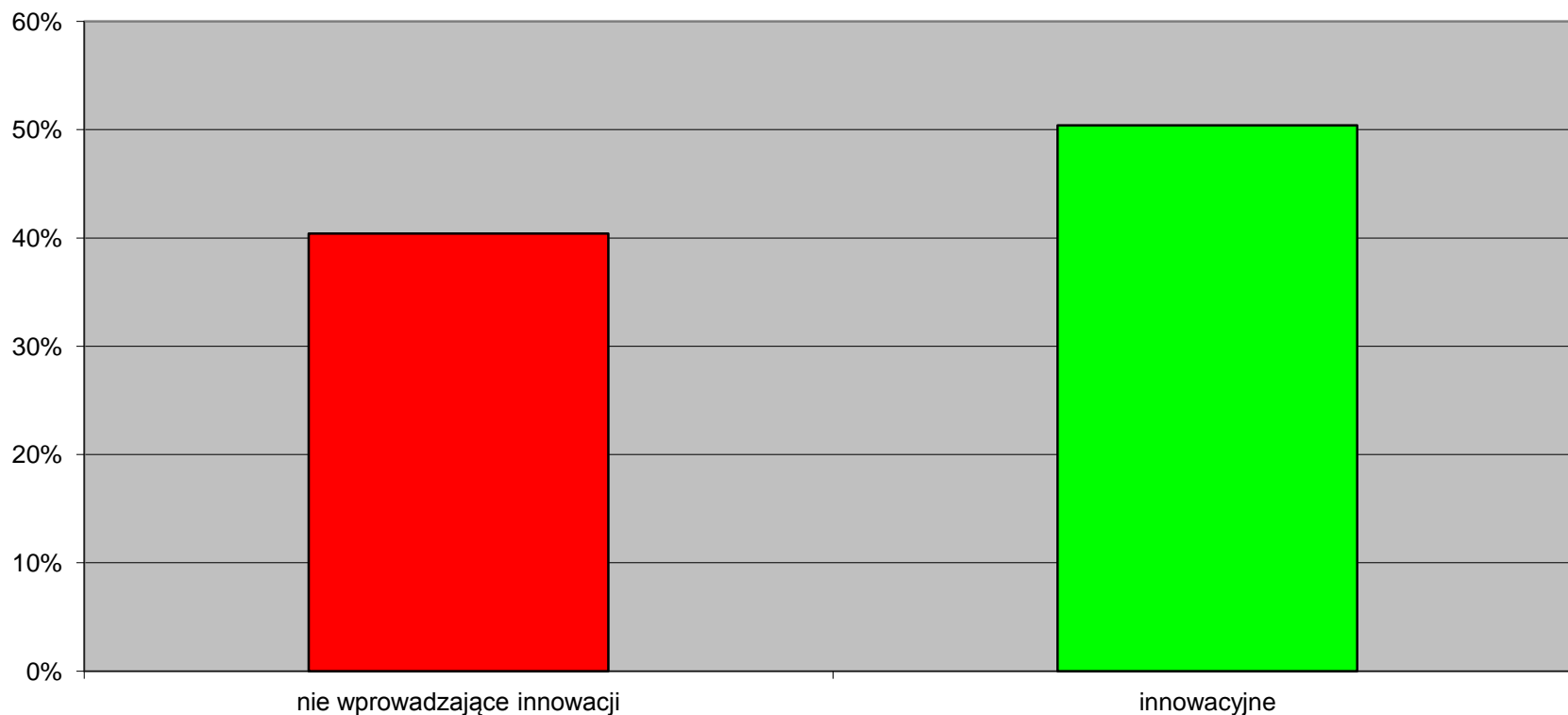


Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców



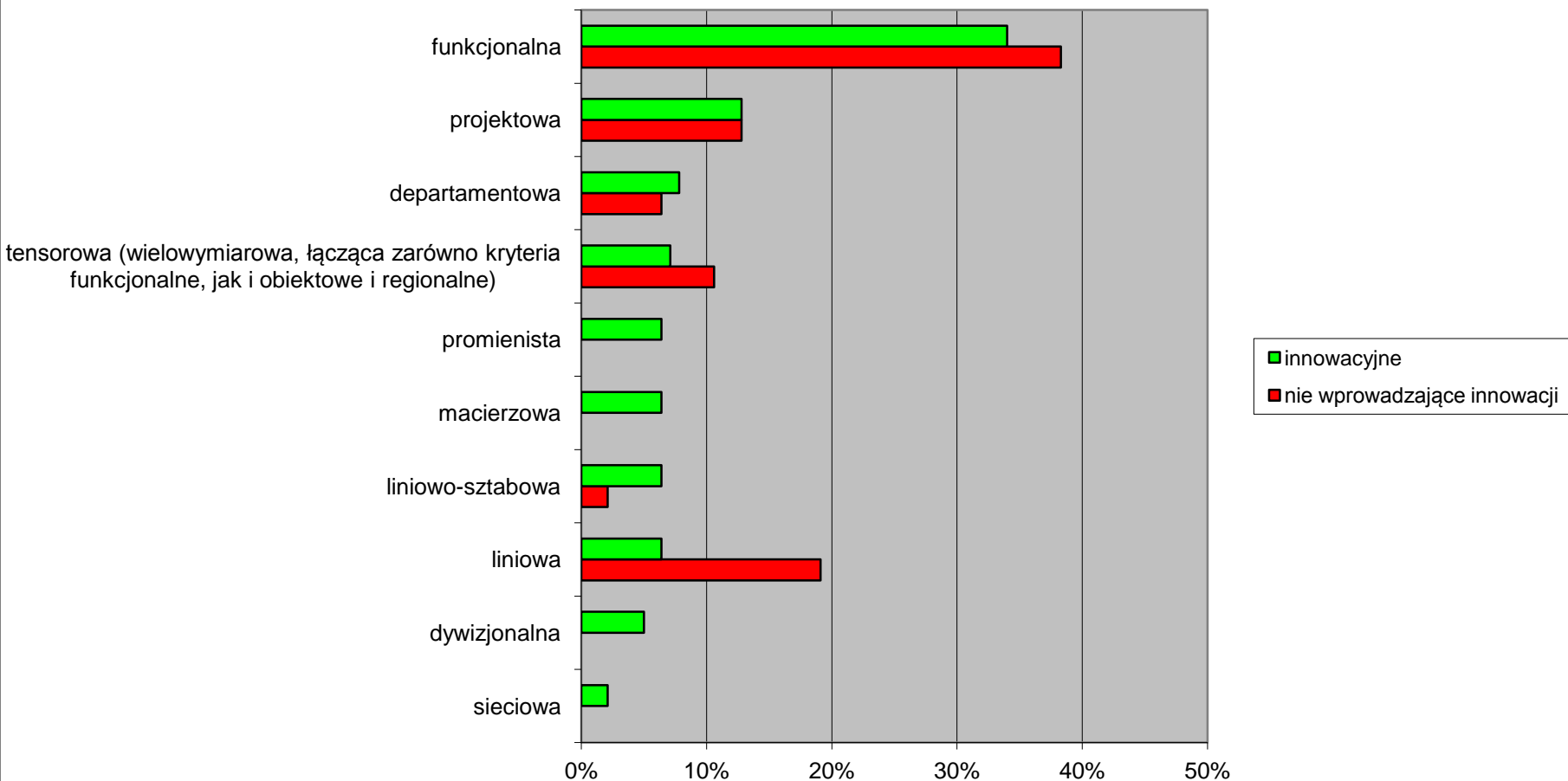
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Kontakty nieformalne często są wykorzystywane w kwestiach związanych z pracą zawodową



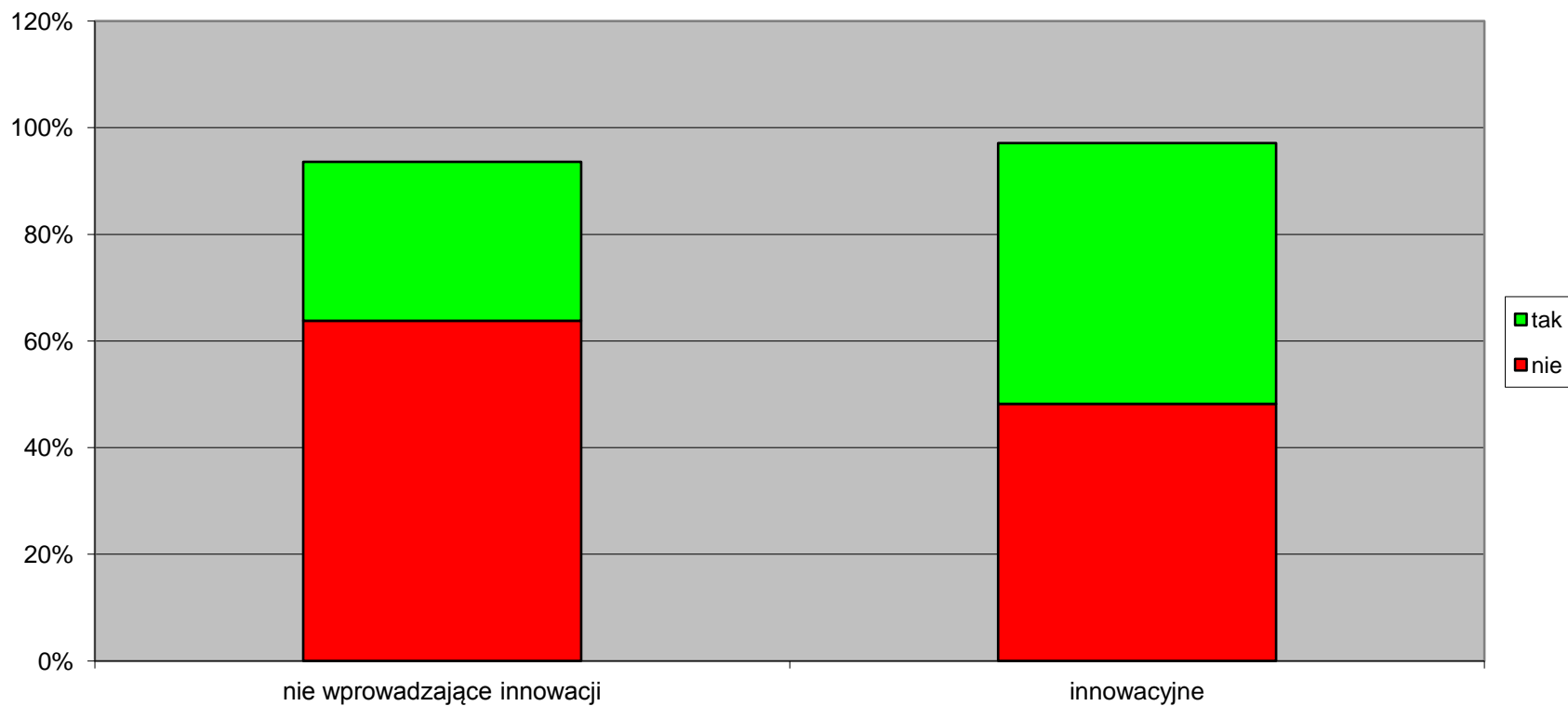
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Struktura organizacyjna firmy



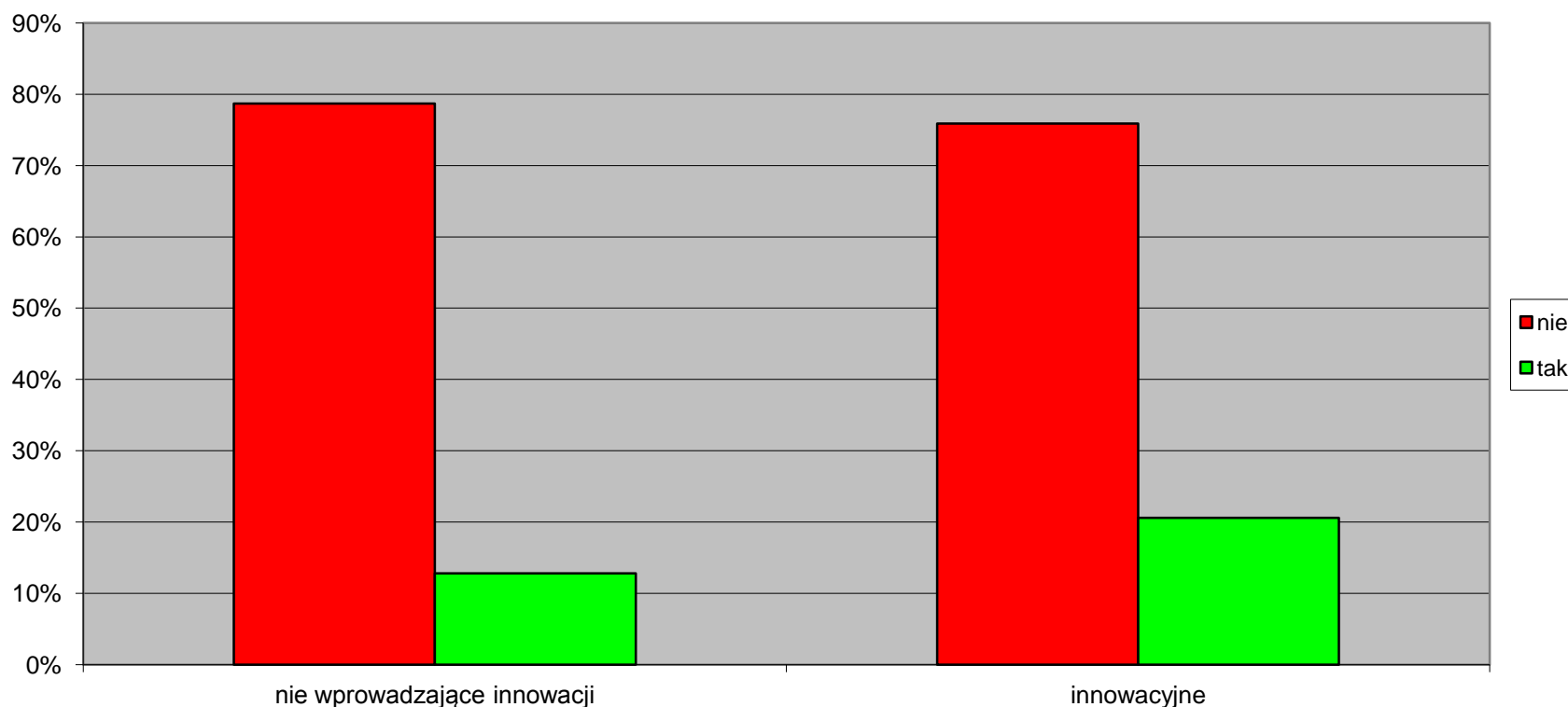
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Istnienie formalnych procedur zgłaszania pomysłów w firmie

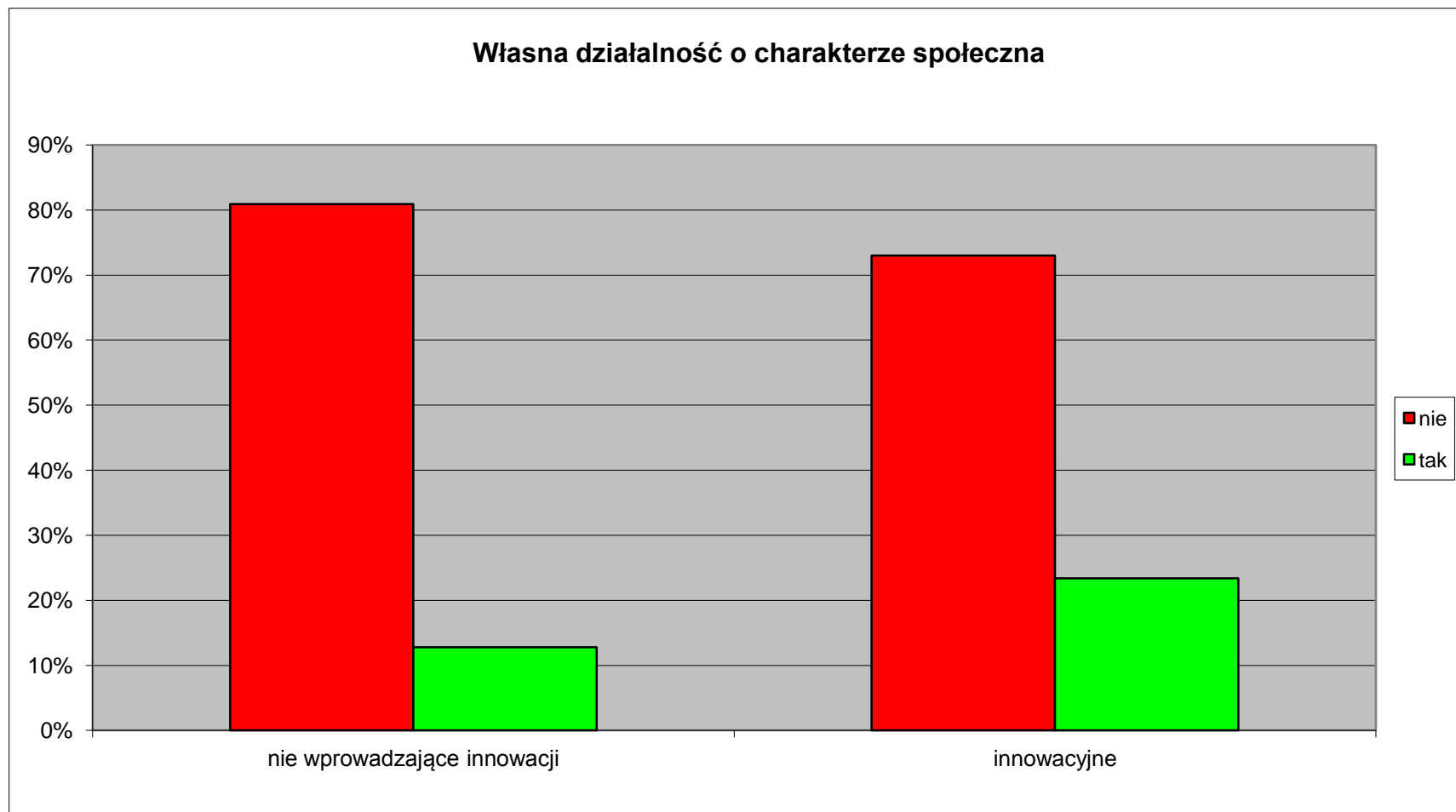


Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Członkostwo w organizacji społecznych o charakterze organizacji pożytku publicznego

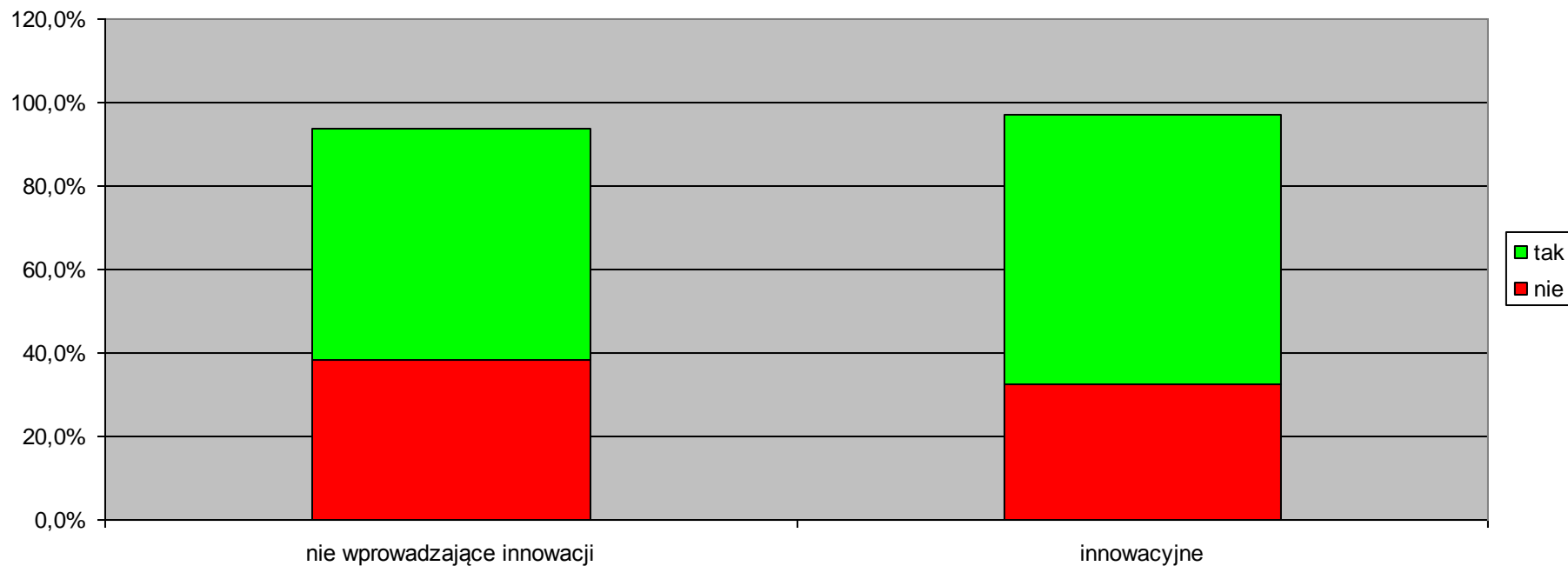


Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców



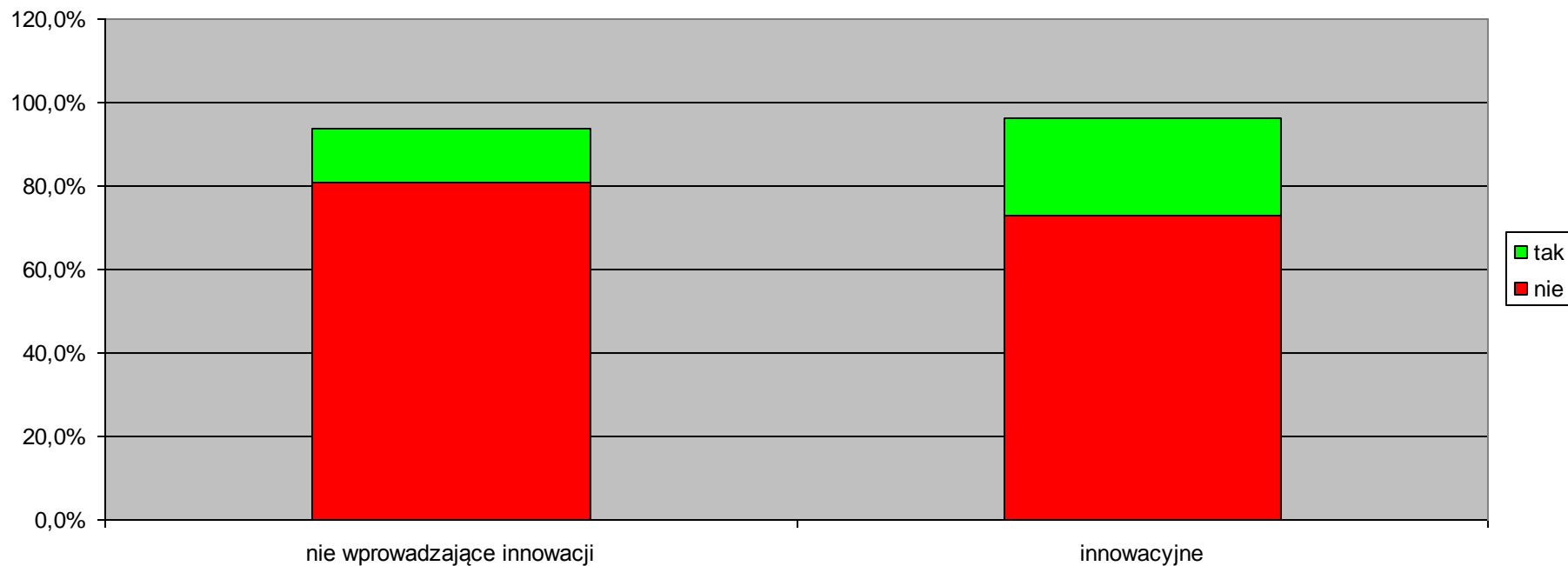
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Czy bierze Pani/Pan udział w akcjach charytatywnych?



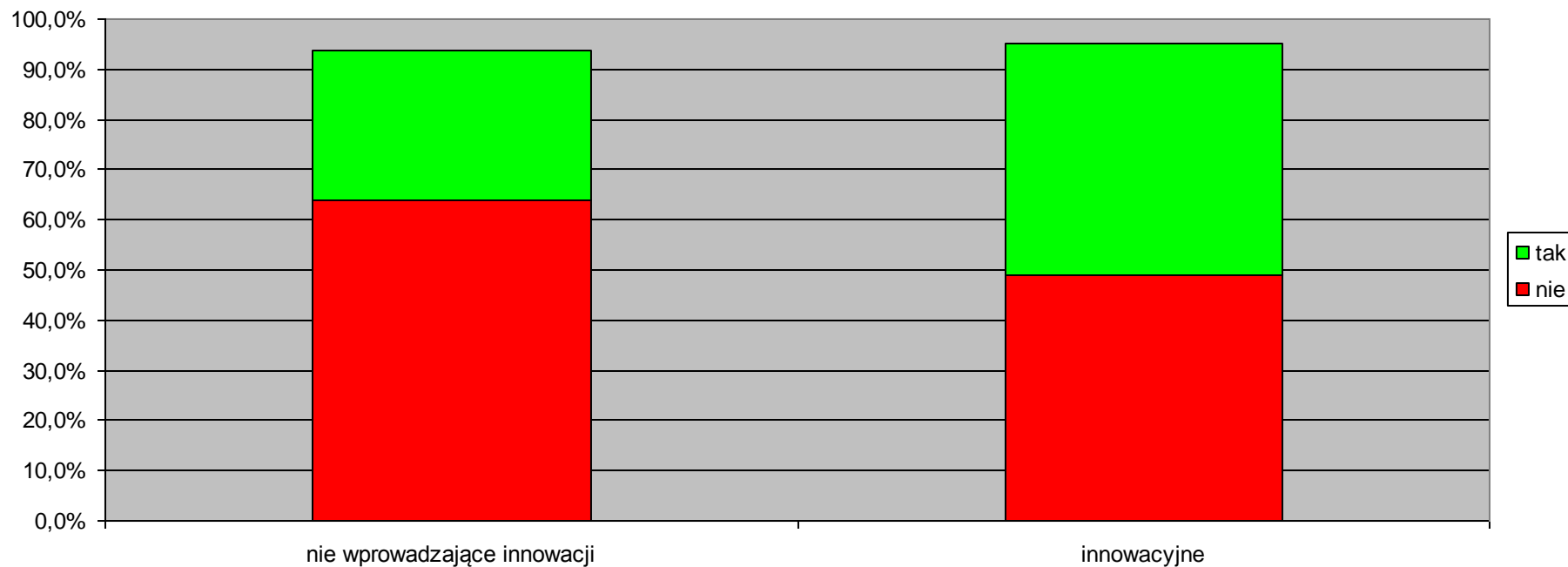
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Czy w wolnym czasie prowadzi Pani/Pan własną działalność o charakterze działalności społecznej?



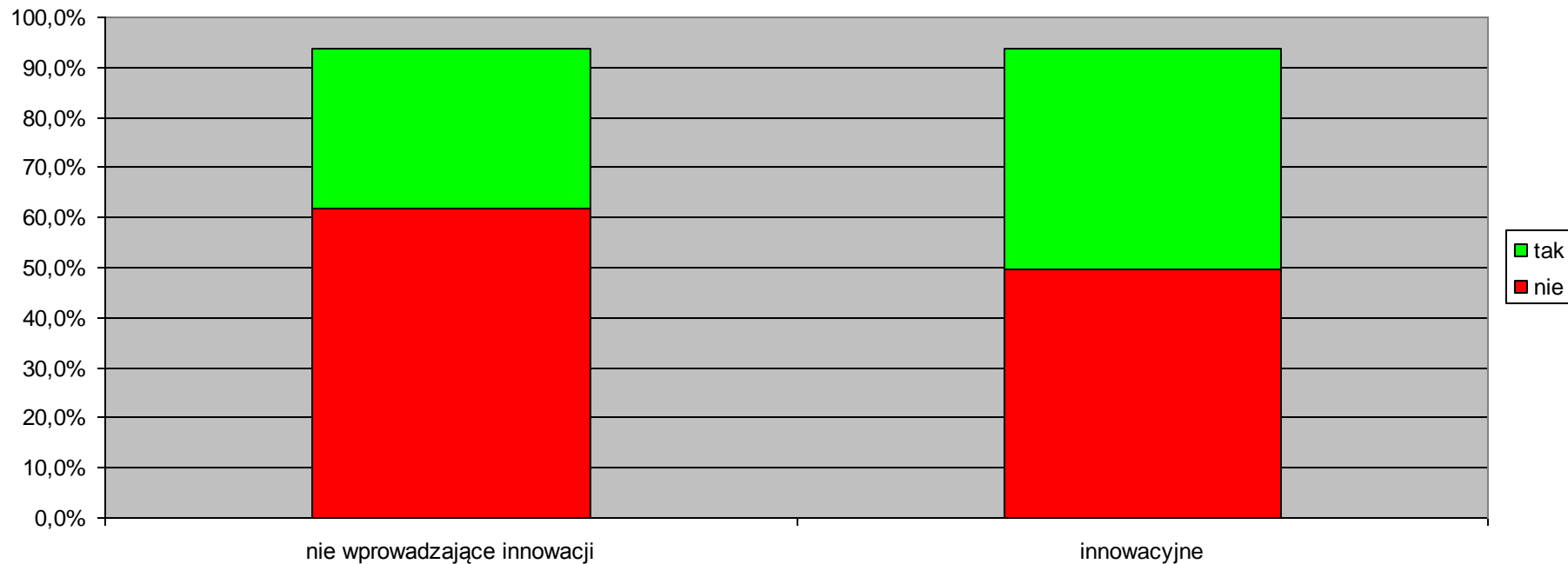
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Czy Pani/Pana firma partycypuje w kosztach działalności organizacji charytatywnych?



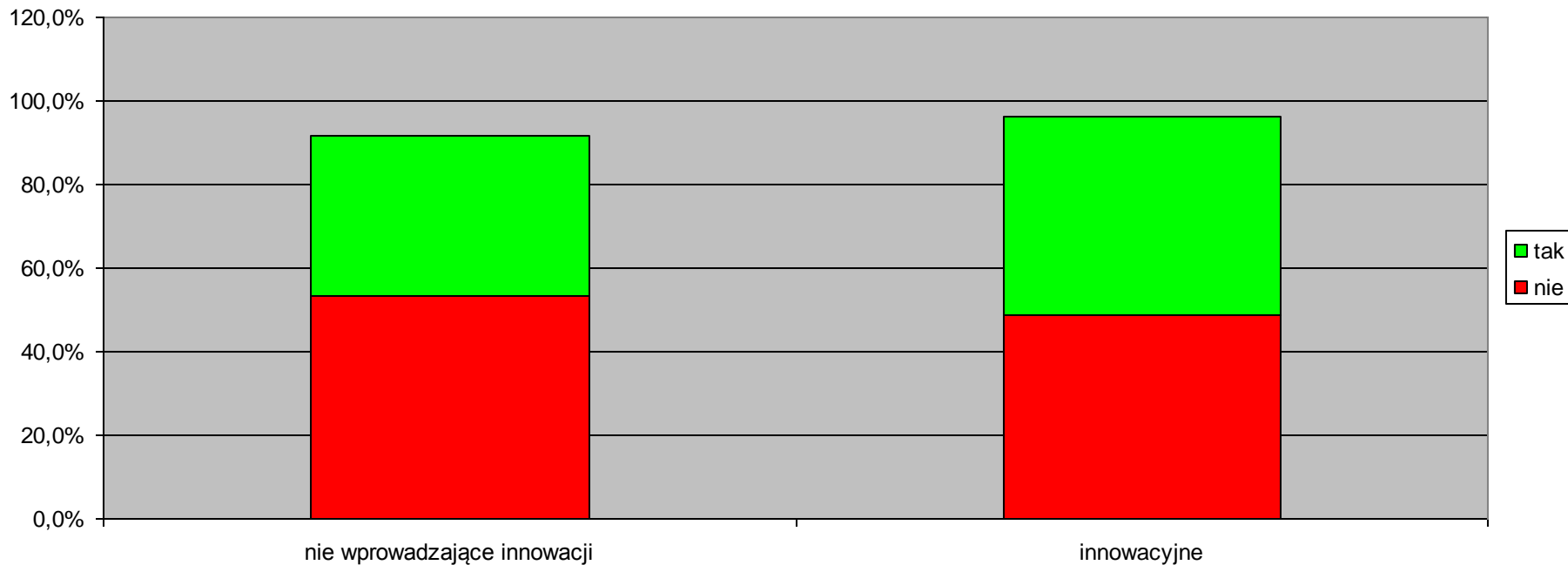
Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Czy Pani/Pana firma ponosi wydatki na cele społecznie użyteczne?

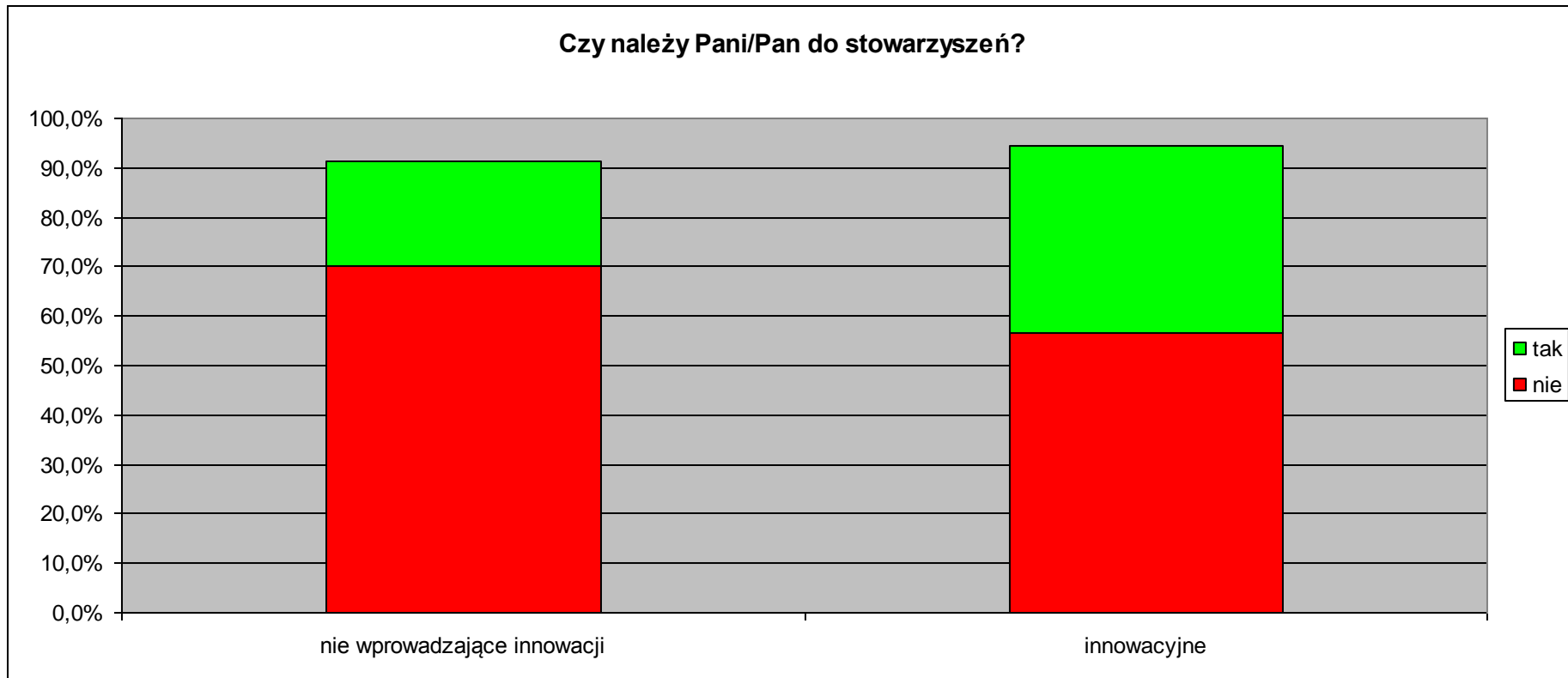


Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

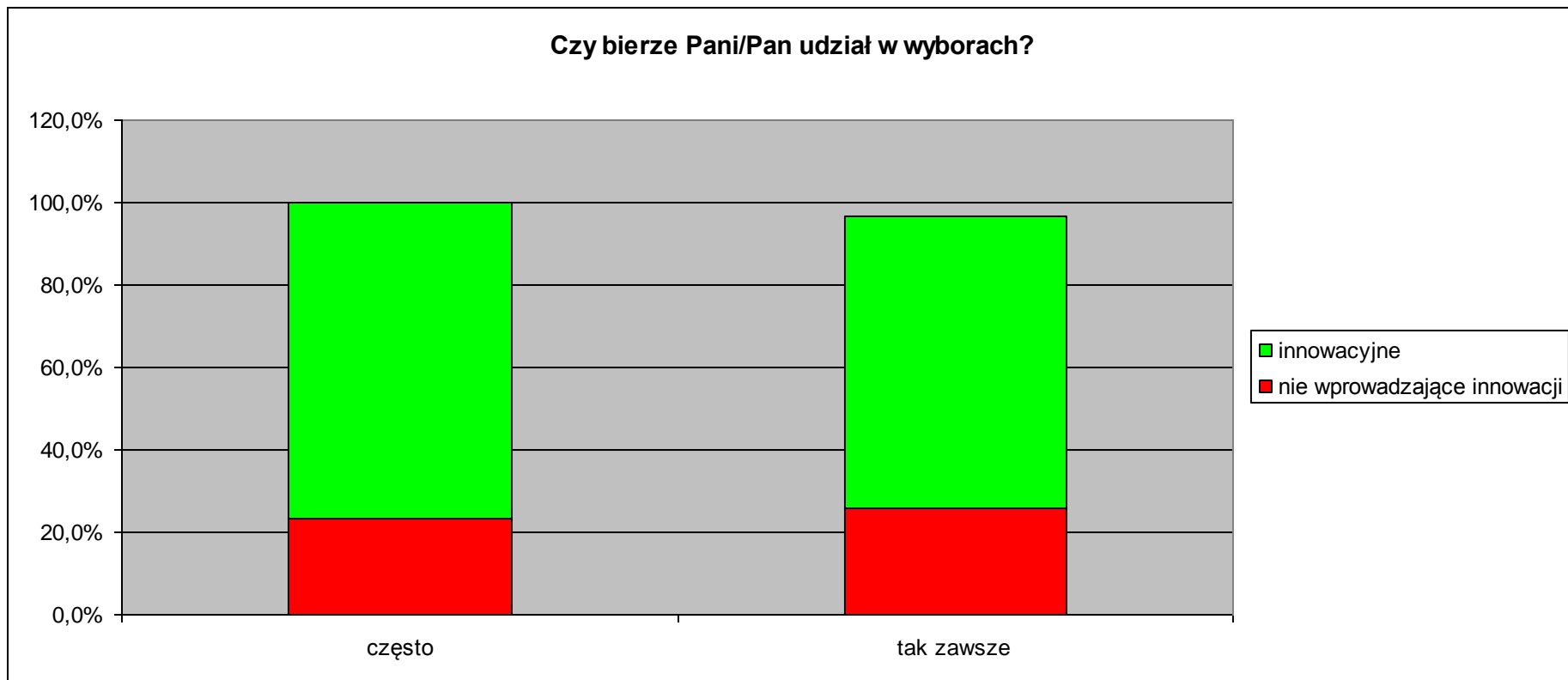
Czy jest Pani/Pan (lub Pani/Pana firma) członkiem organizacji branżowych?



Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

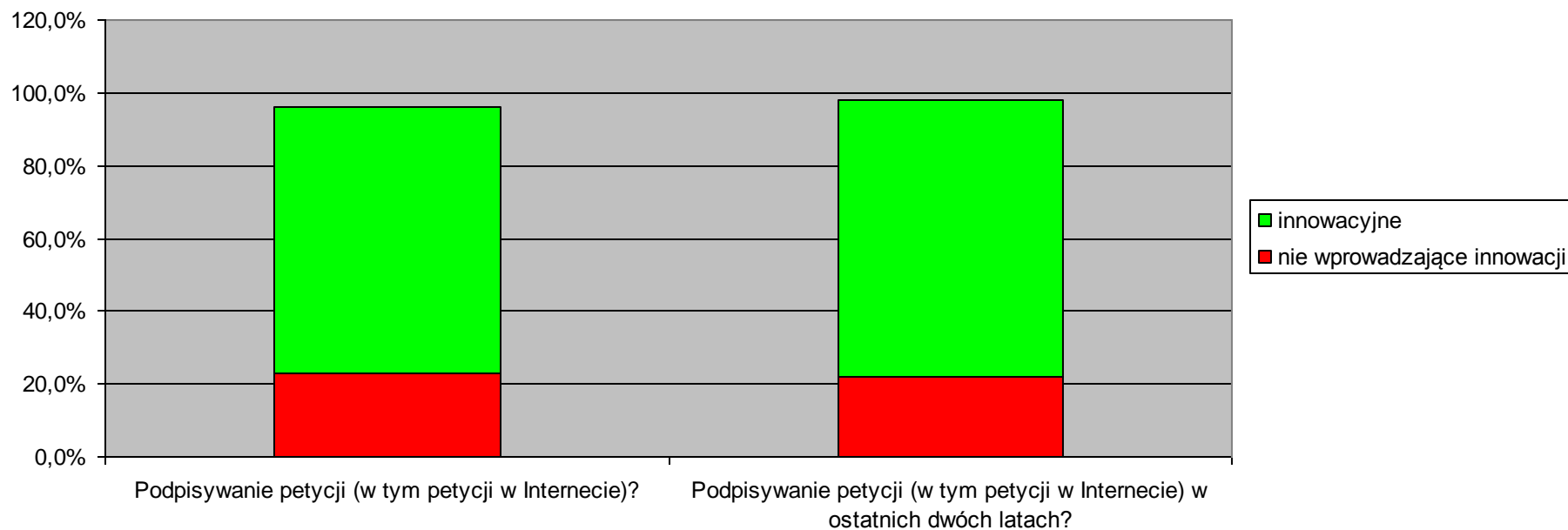


Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców



Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

Czy kiedykolwiek wzięła Pani/ wziął Pan udział w akcjach politycznych
(odsetek odpowiedzi pozytywnych)



Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

- Wyniki badań sondażowych wskazują, że polski manager-innowator to osoba o dużym kapitale społecznym, potrafiąca efektywnie wykorzystywać nieformalne kontakty, działająca w organizacjach trzeciego sektora i wspierająca akcje charytatywne.
- Uzyskane wyniki pozwalają w nieco inny sposób spojrzeć też na problematykę kształtowania polityki innowacyjnej państwa.

Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

- Z punktu widzenia kształtowania polityki proinnowacyjnej, kluczowym dla szerszego wdrażania przez polskie przedsiębiorstwa innowacyjnych rozwiązań, jest nie tylko budowanie kompetencji i wiedzy, ale tworzenie pozytywnego klimatu dla rozwoju kapitału społecznego.
- Istotne znaczenie jako jeden z priorytetów rozwoju polskiej gospodarki powinno być także budowanie społeczeństwa informacyjnego, co jest jednym z niezbędnych składników podnoszenia możliwości wykorzystania w praktyce gospodarczej kapitału społecznego.
- Sama komputeryzacja, stanowiąca podstawę nowoczesnych gospodarek nie jest już wystarczającym warunkiem budowania takiego społeczeństwa. Ważne jest, aby rozwijać zarówno relacje między graczami na scenie gospodarczej, jak i pobudzać kreatywność menedżerów i pracowników przedsiębiorstw.

Badanie kapitału społecznego i innowacyjności polskich przedsiębiorców

- Wsparcie publiczne powinno cechować się wdrażaniem instrumentów dostosowanych do potrzeb odpowiednich grup docelowych – np. przedsiębiorstw, które dysponują potencjałem w zakresie budowania i rozwijania kompetencji społecznych, zatem istotnym indykatorem może być udział przedsiębiorców w pracach stowarzyszeń, jak i działalność w nieformalnych sieciach społecznych.

Dziękuję za uwagę

aleksander-zolnierski@aleksander-zolnierski.eu