

Kierunek rozwoju innowacji w Polsce

Mgr Dorota Smoleńska¹

¹ Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie

Streszczenie

Referat dotyczy warunków gospodarowania w kraju w zakresie zmian makroekonomicznych, ogólnogospodarczych (prezentacja podstawowych danych statystycznych) ważnych dla rozwoju i rozpowszechniania innowacji w latach 2005-2015. Zaprezentowane będą wyniki sektorów gospodarczych dla województw. Dane finansowe są niezbędne dla oceny rynku i gospodarki dla innowacji.

W Polsce lata 2005-2009 były okresem wzrostu w przemyśle, rozwoju sprzedaży w kraju i za granicą. Średni wzrost roczny szacowano na 6-7%. Znaczne obniżenie sprzedaży, wzrost bezrobocia, wzrost cen i inflacji w 2009 roku były widocznym objawem stagnacji i spowolnienia. Stopa wzrostu w przemyśle to tylko 1,0%. Słaby wzrost oraz wzrost trudności gospodarowania zahamował nowe inwestycje i innowacje. Wzrost kosztów produkcji, materiałów, logistyki i usług jest nadal znacznym obciążeniem. Zmiany te wpłynęły na rozwój innowacji i zainteresowanie innowacjami.

Kolejne lata są okresem przekształceń i dopasowania do nowych warunków finansowych i gospodarczych. Ważne są nadal innowacje, które powinny być wzmocnieniem dla firm oraz inwestycje. Nowe warunki gospodarowania wynikają ze znacznych zmian na rynku firm. Okres spadku wywołał znaczne zmiany w zarządzaniu, kierowaniu firmą oraz zmienił profil sprzedaży i gospodarowania.

Dla kraju i województw ważne jest utrzymanie głównych sektorów w danym rejonie oraz uzupełnienie rynku o nowe inicjatywy. Inwestycja w rejony turystyczne oraz w wizerunek międzynarodowy rejonu i firm jest ważnym elementem polityki krajowej na kolejne lata. Zmiany i innowacje na rynku informacji, przemysłu są nieodłącznym elementem polityki w Polsce.

Abstract

My lecture is a presentation of Poland and polish regions. The data of economics sectors are changing because of financial, economics and international aims and characteristic. Economy changes stand on innovations and perspectives of it. Years 2005-2015 can be a period of sustainable changes in logistic, raw materials, investment and innovations.

The purpose of all processes are the effectiveness, profits, margins and costs. Innovations are a part of this processes. New politics of promotion, marketing, logistics, labour force, selling and management are still the most important for development and changes. New chances in polish market, new ideas, new possibilities and investment still need politics of management for future. Main changes are correlated with innovation.

International changes are very important for polish and international companies in the country. European Union for years take care of internalization and cooperation. Now everybody see and need to take care new companies, new management politics, new products, new ideas. All need innovations. The most important is sustainability for market and consumption.

On my lecture I will show the most important data for polish market, for companies and for innovations development. All polish regions take profits from changes, but recession is a test for many of them. Many sectors are still in recessions, many companies need to be closed or changed. High unemployment and low profits or high cost are still a problem for many managers. It cause lower investment in development and innovations.

Słowa kluczowe: ekonomia, zarządzanie, polityka firm, rynek, firma, innowacje

Key words: economy, management, companies politics, market, company, innovation

Polska przez ostatnie lata przeszła przez trudny okres dla firm i gospodarki. Szerokie zmiany na rynku pracy, finansów, marketingu oraz zarządzania i organizacji firm. Zmiany te opierają się na innowacjach. Zmiany dotyczą również produktu, certyfikacji produktu i sposobu wytwarzania produktu. Innowacyjność jest przyczyną tych zmian. Celem publikacji jest prezentacja danych i prognoz gospodarczych z okresu 2005-2015 w Polsce, w okresie zmian i reform wynikających z europejskiego kryzysu gospodarczego. Przedmiotem publikacji jest ocena kierunków rozwoju dla Polski i województw w latach 2005-2015. Dane te wskazują na możliwość zmian i innowacji. Tematyka publikacji dotyczy warunków gospodarowania w kraju w zakresie zmian ogólnogospodarczych i makroekonomicznych. Poprzez analizę danych empirycznych oraz prognozy ekonometryczne (model korelacji) zaprezentuje kierunki rozwoju i wprowadzane zmiany w kraju i województwach. Dane pochodzą z Głównego Urzędu Statystycznego, dotyczą inwestycji, współpracy zagranicznej oraz danych ogólnych – PKB, import, eksport. Wyróżnione są obszary kraju oraz sektory gospodarcze dla prezentacji kierunków rozwoju innowacji w Polsce.

Główne kierunki rozwoju w latach 2005-2009

W okresie 2005-2009 Europa przeszła przez proces transformacji i dostosowań dla wzmocnienie współpracy zagranicznej, międzynarodowej. Poprzez dofinansowania planowano wsparcie dla słabszych regionów i sektorów gospodarczych. Współpraca UE miała być sposobem na rozwój i innowacyjność krajów i firm. Polska była uczestnikiem wielu programów pomocowych, wsparcia i dofinansowania. W latach 2005-2009 znacznie rozwinął się rynek międzynarodowy, konkurencja międzynarodowa oraz mobilność firm i obywateli w Europie. Innowacje na rynku firm (działalność online, innowacje na rynku komunikacji) są głównym elementem zmian. Zmiany wprowadzono w certyfikacji produktów i produkcji, ujednotwiono prawo międzynarodowe wobec firm, produktów i usług. Innowacyjność przemysłu znacznie wzrosła w tym okresie. Wymiana wiedzy, rozwój kwalifikacji i umiejętności zawodowych poprzez współpracę międzynarodową jest nadal istotne dla rozwoju innowacji.

Tab. 1

LATA	WARTOŚĆ DODANA W MLN W POLSCE W TYM:	PRZEMYSŁ	HANDEL	FINANSE
2000	662224	152423	196755	78043
2001	695255	156092	206939	78319
2002	715072	156939	222096	81197
2003	744357	174517	225473	85113
2004	821665	205141	246162	89861
2005	866329	209759	264517	95729
2006	931179	227841	283056	103779
2007	1029442	253226	302771	119152
2008	1116552	270943	325514	128043
2009	1194830	293775	360319	115965

2010	1247651	308627	368556	125800
------	---------	--------	--------	--------

Źródło: Strzelewski, K. (2013). *Wyniki gospodarcze dla kraju i regionów 2000-2010*. Warszawa: GUS

Innowacje dotyczą produkcji, przetwórstwa i handlu. Ważne są zmiany na rynku informacji i komunikacji. W latach 2005-2009 wprowadzono zmiany w zakresie ochrony środowiska oraz produkcji i przetwórstwa. Celem było dopasowanie polskiej gospodarki do konkurencji, współpracy i wymiany międzynarodowej. Poprawa jakości produktów pozwoliła na rozbudowę firm, rozszerzenie rynku zbytu oraz długoterminowe planowanie rozwoju i sprzedaży.

Kolejnym krokiem były inwestycje w edukację i rynek informacji, wprowadzono na szeroką skalę stypendia, dodatki na edukację i dofinansowania szkół na rozwój, kształcenie dla wykładowców i nauczycieli, programy wymiany międzynarodowej oraz nowe przedmioty. Lata 2005-2009 to okres rozbudowy rynku online – sieci wydawniczych, specjalistycznych, informacji i portali społecznościowych. Rozwinął się rynek handlu online, marketingu, promocji i doradztwa, badań.

Tab.2

ROK - ŚREDNIA	PRODUKCJA SPRZEDANA PRZEMYSŁU (zmiany w wybranym roku)	
	Dobra trwałe	konsumpcyjne Dobra nietrwale konsumpcyjne
2005	4,1%	1,1%
2006	-2,1%	1,5% %
2007	-4,1%	0,5%
2008	-5,1%	-0,6%
2009	0,9%	-2,1%

Źródło: Strzelewski, K. (2013). *Wyniki gospodarcze dla kraju i regionów 2000-2010*. Warszawa: GUS

Wiele firm uzyskało dostęp do rynku krajowego i międzynarodowego. Zmiany rynku online wymuszają dostosowania i innowacje IT, sprzętu komputerowego, oprogramowania i sprzętu dodatkowego. Prędkość obsługi, wykonania komend, poprawa obsługi oraz rozbudowa pamięci trwałej jest niezbędna przy budowaniu rynku danych i społeczeństwa wiedzy. Poprawa jakości grafiki, muzyki, filmu jest nadal ważna dla firm i użytkowników. Minimalizacja sprzętu komputerowego, mobilny dostęp do Internetu oraz gromadzenie danych jest ważne obecnie i będzie rozwijane, popularyzowane. W latach 2006-2009 wprowadzono szerokie zmiany na rynku edukacji by dostosować się zmieniających warunków rynku i firm. Poprzez badania, doradztwo i wsparcie instytucji firmy miały zyskać wizerunek i trwałe miejsce na rynku.

Dla rozbudowy firm i wzmocnienia wizerunku Polski na arenie międzynarodowej wprowadzano innowacyjne projekty promocji i marketingu dla Polski, województwa i firm krajowych.

Warunki gospodarowania w latach 2005-2009

W latach 2005-2009 obowiązywały pozytywne warunki dla firm i gospodarstw domowych na rynku finansowym. Wysokie oprocentowanie lokat, zyski z oszczędności oraz dostępność kredytów była dobrze oceniana. Wysoka dostępność kredytów w długim okresie jest trudna, zmieniające się warunki gospodarowania obniżają możliwość spłaty. Warunki te wpłynęły na rynek i rozwój innowacji. Kredyty dla firm często są kierowane na nowości i innowacje o długim okresie zwrotu. Gospodarstwa domowe przy nadmiernym zadłużeniu muszą zmieniać

styl życia i ograniczać wydatki. W przypadku wysokiego wzrostu bezrobocia spłaty kredytu konsumenckiego stają się niemożliwe.

W prezentowanym okresie wprowadzono jednak wiele nowości, reform, które wzmocniły firmy i ich markę. Projekty dofinansowania UE, wsparcie samorządów i instytucji pozwoliły firmą na rozbudowę działalności, innowacyjność, modernizację i promocję produktów, marki na szerszą skalę. Znacznie wzrosła sprzedaż nowych produktów, rozwinął się handel międzynarodowy. Nadal jednak firmy napotykały trudności z dostosowaniem się do wymagań rynku krajowego i międzynarodowego. Badania rynku firm wskazują na kilka najważniejszych obciążeń dla firm. Najczęściej są to problemy z zarządzaniem, organizacją pracy, brakiem projektu czy planu działalności i rozwoju. Wiele firm ma trudności z dostosowaniem się do wymagań rynku oraz dostosowaniem się do reform i zmian gospodarczych. Nadmierne obciążenia finansowe znacznie ograniczają działalność firmy. Innowacyjność wymaga od firm dostosowania i zasobów finansowych.

Tab.3

ROK - ŚREDNIA	PRODUKCJA SPRZEDANA PRZEMYSŁU (zmiany w wybranym roku)			
	Dobra trwałe	konsumpcyjne	Dobra nietrwałe	konsumpcyjne
2005	4,1%		1,1%	
2006	-2,1%		1,5%	
2007	-4,1%		0,5%	
2008	-5,1%		-0,6%	
2009	0,9%		-2,1%	

Źródło: Strzelewski, K. (2013). *Wyniki gospodarcze dla kraju i regionów 2000-2010*. Warszawa: GUS

Polska po 2009 – efekty kryzysu

Lata rozwoju 2005-2009 wywołały wiele trwałych zmian na polskim rynku. Szeroka modernizacja przemysłu pozwoliła na budowę nowoczesnej marki polskiej, nowoczesnych firm i produktów. Budowa innowacyjnego rynku i produktu jest uzależniona od warunków rynku i gospodarki. Polityka marketingowa i promocyjna zbudowała większą świadomość marki polskich firm na rynku krajowym i zagranicznym. Wprowadzono (wzorowane na rynkach zachodnich) nowe kierunki rozwoju firm oraz nowoczesne warunki gospodarowania. Zmiany w zakresie marketingu i promocji umocniły markę polską, firmy i jej produkty. Rozbudowa współpracy międzynarodowej w zakresie certyfikacji, produkcji, logistyki, sprzedaży i promocji została wykorzystana przez wiele polskich i zagranicznych firm. Zmiany te wywołały rozwój innowacji.

Nowy rynek oraz gospodarka wiedzy wymusiła zmiany i innowacje na rynku informacji – szczególnie mobilny dostęp do danych i wydawnictw ekonomicznych, biznesowych. Znacznie rozwinął się rynek szkoleniowy, doradczy, edukacji i konferencji. Rozbudowano targi i prezentacje firm na rynku online oraz targi klasyczne.

Tab. 4

WARTOŚĆ PKB W MLN ZŁ W POLSCE	
2000	744378
2001	779564
2002	808578
2003	843156
2004	924538
2005	983302
2006	1060031
2007	1176737
2008	1275508

2009	1344505
2010	1416585

Źródło: Strzelewski, K. (2013). *Wyniki gospodarcze dla kraju i regionów 2000-2010*. Warszawa: GUS

Po 2009 znaczenie rozwinęła się współpraca B2B i B2C oraz sieci współpracy poprzez innowacje IT. Poprzez rozwój IT i rynku internetowego uzyskano łatwiejszy i tańszy dostęp do danych, komunikacji i współpracy firm. Projektem na kolejne lata było społeczeństwo wiedzy i gospodarka oparta na wiedzy oraz innowacyjność i nowości. Innowacyjność stała się podstawą pracy w firmach.

Po 2009 ustalały się nowe warunki gospodarowania, najważniejsze zmiany dotyczyły dofinansowania i kredytowania działalności gospodarczej. Trudności na rynku europejskim, międzynarodowym i polskim zmusiły instytucje finanse i banki na całym świecie do ograniczenia akcji kredytowych oraz ograniczenia zysku z oszczędności. Innowacje wymagają wysokich środków finansowych. Trudności finansowe dotyczyły kredytów kupieckich i rozliczeń między firmami. Znacznie wzrosło zadłużenie firm oraz ilość zagrożonych kredytów. Obowiązek spłaty rat stał się nadmiernym obciążeniem dla firm, wprowadzono oszczędności oraz zmieniono politykę wydatków, inwestycji i rozwoju. Ograniczenie środków finansowych wpłynęło na ograniczenie innowacji.

Tab. 5

WARTOŚĆ PKB W MLN ZŁ W WOJEWODZTWIE LUBELSKIM	
2000	30303
2001	32214
2002	33092
2003	34414
2004	36730
2005	38487
2006	40858
2007	45504
2008	50297
2009	51142
2010	54042

Źródło: Strzelewski, K. (2013). *Wyniki gospodarcze dla kraju i regionów 2000-2010*. Warszawa: GUS

Po roku 2009 Polska uzyskała nowe miejsce na arenie międzynarodowej i rynku międzynarodowym. Nowy wizerunek jest korzystny dla firm i inwestorów. Niezbędne było jednak ograniczenie inwestycji i projektów rozwoju oraz wprowadzenie oszczędności również w zakresie innowacji.

Wyniki gospodarcze dla województw

Od 2005 najwyższe wyniki gospodarcze (PKB, sprzedaż) utrzymuje się w województwie mazowieckim. Obszar ten najszybciej się rozwija, w latach 2005-2010 z 21,3% PKB kraju do 22,3%. Dodatni wynik oszacowana w województwie dolnośląskim. Spadek o około 0,8% ocenia się na obszarze pomorskim, małopolskim, mazurach i województwie łódzkim, lubelskim. Poziom wzrostu jest powiązany z poziomem wzrostu innowacji. Innowacje są podstawowym czynnikiem wzrostu.

Tab. 6

WARTOŚĆ PKB W MLN ZŁ W WOJEWODZTWIE DOLNOŚLĄSKIM	
2000	58200
2001	59726
2002	63080

2003	65219
2004	70858
2005	76770
2006	85648
2007	96385
2008	103412
2009	110541
2010	120120

Źródło: Strzelewski, K. (2013). *Wyniki gospodarcze dla kraju i regionów 2000-2010*. Warszawa: GUS

Wartość dodana sprzedaży jest najwyżej oceniana na obszarze Mazowsza i Dolnego Śląska. Województwo Dolnośląskie, Łódzkie i Małopolskie uzyskały dodatni wynik wartości dodanej w przemyśle. Na obszarze Mazowsza rozwija się głównie rynek finansowy (wzrost wartości dodanej o 5,7% w 2005-2010) oraz handel (wzrost o 0,8% wartości dodanej w latach 2005-2010). Spadek wartości rynku finansowego oceniono na obszarze Lubelskim, Małopolski. Spadek wartości dodanej dla przemysłu dotyczy obszaru Małopolski, Mazowsza i województwa lubelskiego. Zmiany te wywołały dostosowania innowacyjności.

Tab. 7

WARTOŚĆ PKB W MLN ZŁ W WOJEWODZTWIE ŁÓDZKI	
2000	45785
2001	47980
2002	50343
2003	53218
2004	57716
2005	61307
2006	65812
2007	73117
2008	79218
2009	81976
2010	86765

Źródło: Strzelewski, K. (2013). *Wyniki gospodarcze dla kraju i regionów 2000-2010*. Warszawa: GUS

Tab. 8

WARTOŚĆ PKB W MLN ZŁ W WOJEWODZTWIE MAZOWIECKIM	
2000	152079
2001	163001
2002	167743
2003	175146
2004	191303
2005	209167
2006	229223
2007	255560
2008	275345
2009	293949
2010	315826

Źródło: Strzelewski, K. (2013). *Wyniki gospodarcze dla kraju i regionów 2000-2010*. Warszawa: GUS

Inwestycje w kraju obecnie

Od 2010 roku w Polsce najwyższe inwestycje ocenia się w rejonach aglomeracji – Warszawa, Kraków, Poznań, Łódź. Najczęściej są to wydatki na rozwój usług outsourcingowych (pośrednictwo, przedstawicielstwo, przestrzeń biurowa). Na tych obszarach znaczne środki są

przeznaczone na promocje regionów i wsparcie dla firm (dostęp do doradztwa, badań, finansowanie instytucji badawczych i doradczych). W kolejnych latach planowane są dalsze wydatki na promocje regionów oraz agencje i instytuty badawcze. Przewidywane są dalsze inwestycje w powierzchnie biurową, handlową i mieszkalną. Podstawą tych zmian są innowacje IT, innowacje w budownictwie.

Rozwój rynku sprzedaży krajowej i zagranicznej spowodowało wzrost inwestycji w transport, logistykę i magazynowanie. Centra logistyczne są budowane w pobliżu miast (bez aglomeracji). Centra wymagają innowacyjnych i nowoczesnych rozwiązań IT (szczególnie w zakresie obsługi). Dostęp do rynku pracy, możliwość transportu, dostępne obszary pod inwestycje i jej rozbudowę jest wysoko oceniane przez inwestorów. W kolejnych latach logistyka i transport będzie rozwijane, wprowadzone będą nowe inwestycje i innowacje. Środki finansowe pochodzą ze źródeł prywatnych, własnych, kredytów dla firm oraz dofinansowania unijnego.

Korzystne dla wizerunku kraju są inwestycje w turystykę. Ze znacznych środków finansowych korzysta Warszawa, Kraków, Lublin, Poznań oraz obszar morza Bałtyckiego i Podkarpacie. W kolejnych latach te tendencje będą utrzymane. Wydatki na promocje turystyki regionów będą utrzymane, zarówno ze środków Unii Europejskiej jak samorządów. Wiele firm regionalnych i krajowych angażuje się w akcje promocyjne w kraju i za granicą. Uzyskany wizerunek ma przekonać inwestorów polskich i zagranicznych do nowych inwestycji. Nowy wizerunek ma rozszerzyć rynek zbytu, zwiększyć zainteresowanie konsumentów i współpracowników. Zmiany na rynku były efektem innowacji IT, innowacji na rynku komunikacji i innowacji na rynku online.

Kryzys znacznie obniżył wydatki inwestycyjne zarówno prywatne, jak firmowe (własne), samorządowe, rządowe, UE i kredytowe. Trudności gospodarcze oraz złe prognozy na kolejne lata wymuszają oszczędności i ograniczenie wydatków. Nadal są wprowadzane nowe inwestycje, ale po dokładnym oszacowaniu kosztów i zysków oraz korzyści. Zmiany dotyczą również wydatków na innowacje.

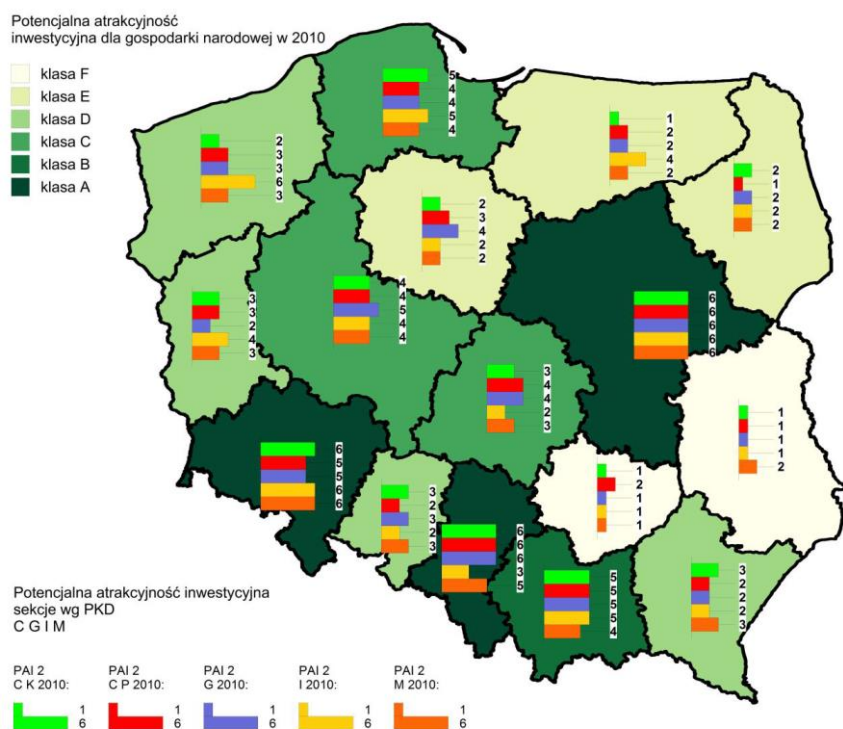
W województwie mazowieckim, małopolskim szybko rozwija się rynek online (szczególnie innowacji IT), w kolejnych latach sektor ten będzie się nadal rozwijał, głównie poprzez inwestycje własne firm. Wydatki na rozwój innowacji i przemysłu są wysokie w Małopolsce, rejonie Łódzkim. Zgodnie z prognozami inwestycji tendencje te utrzymają się. W kraju najszybciej rozwija się handel, znacznie wzrosła liczba firm, sprzedaż i rynek zbytu w kraju i za granicą. Powodem jest wprowadzenie innowacji online i innowacji IT. Najwyższe wyniki szacuje się w Małopolsce, Wielkopolsce, na Śląsku i w rejonie łódzkim. Rejon Dolnego Śląska i Wielkopolski są zaangażowane we współpracę międzynarodową na szeroka skale, znaczne środki z dofinansowania UE zostały przeznaczone na budowę rynku międzynarodowego – wizerunku, sieci współpracy, innowacji, pośrednictwa i promocji. W kolejnych latach będą przeznaczone środki samorządowe i unijne na rozbudowę wsparcia instytutów dla firm na rynku krajowym i zagranicznym oraz dla rozwoju innowacji. Firmy nadal inwestują w rozbudowę rynku zbytu, produktu i promocji, ale przy uwzględnieniu oszczędności, zysków, niezbędnych innowacji, korzyści i kosztów. Obszar lubelski i Pomorze od lat jest dofinansowywany z funduszu spójności i projektów zrównania szans na obszarze UE. Dofinansowano szkolnictwo i wyższe uczelnie, aby wesprzeć rozwój rejonu i gospodarki rejonu.

Projekty dla województw na kolejne lata

Wydatki firm oraz dofinansowania unijne będą kierowane do instytutów badawczych krajowych i regionalnych – na rozwój, innowacje IT i badania (szczególnie badania produktowe, produkcji i rynku). W kolejnych latach będzie rozwijany rynek informacji oraz pośrednictwa (centra logistyczno-magazynowe). Planowane jest rozszerzenie rynku online poprzez inwestycje w oprogramowanie i sprzęt komputerowy, mobilny oraz rozbudowę

portali w kraju i zagranicą (portale informacji, handlu). Rozwijane jest pośrednictwo dla firm, samorządów, instytucji, agencji badawczych i instytucji. Nowe projekty UE przewidują dalsze inwestycje w tym celu. Innowacje IT są podstawą przyszłych inwestycji. W poprzednich latach wysokie dofinansowania na innowacje otrzymał rynek informacji, online, edukacji oraz badań i rozwoju. Tendencje te utrzymują się.

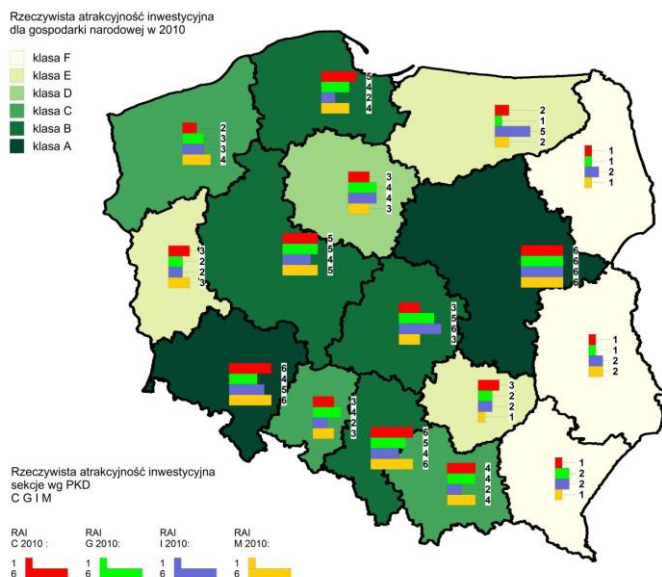
Rys. 1



Źródło: Godlewska-Majkowska, H. (2013). *Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2012*. Warszawa: Centrum analiz regionalnych i lokalnych

Od 2005 do 2009 znaczne środki przeznaczono na finansowanie i dodatek do kredytów. Programy te zostały w większości zamknięte. Ograniczono finansowanie innowacji. Poprzednie lata to również wysokie wydatki na promocje kraju, firm i regionów (innowacje IT dla rynku online). Nadal są finansowane projekty promocyjne, nowy program dofinansowania z UE przewiduje środki na ten cel.

Rys. 2



Źródło: Godlewska-Majkowska, H. (2013). *Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2012*. Warszawa: Centrum analiz regionalnych i lokalnych

Zgodnie z badaniami PAIZ najwyższe zainteresowanie inwestycjami wycenia się w rejonie Mazowsza i Pomorza. Na kolejnym miejscu ocenia się Dolny Śląsk i Małopolskie. Wsparcie rządu i samorządów jest istotne przy wprowadzaniu nowych inwestycji, inwestycji w innowacje. Najwyżej jest oceniany rejon Mazowsza, Dolnego Śląska i Śląska. Korzystne warunki gospodarowania na obszarze Śląska, Mazowsza i Dolnego Śląska to kolejne atuty dla inwestorów. Dla nowych firm ważne są warunki na rynku finansowym, warunki gospodarowania i warunki wprowadzania firm na nowy rynek czy innowacyjność.

W rejonie zachodniopomorskim wydatki inwestycyjne w 2010 roku ocenia się na 1 625 mln zł. Na niski poziomie utrzymuje się udział kapitału zagranicznego (2,4% udziału w kraju). Rozwija się zatrudnienie w usługach szczególnie w transporcie (m.in. transport morski). Ważne dla regionu jest rolnictwo i przemysł spożywczy. Główne miasto wojewódzkie – Szczecin pełni rolę ośrodka transportu i pośrednictwa, przedstawicielstwa. Modernizacje i innowacje są wprowadzane we wszystkich sektorach i regionach.

Współpraca międzynarodowa

Obecnie najpopularniejszą formą promocji międzynarodowej jest udział w targach, konferencjach i prezentacjach. Są organizowane spotkania międzynarodowe branżowe, specjalistyczne i ekonomiczne. Firmy prezentują nowości produktowe, markę i firmę. Ważny dla współpracy jest rynek online, innowacje IT – portale handlowe, promocji i marketingu (o zasięgu międzynarodowym). Portale własne firm są ważnym elementem budowy marki oraz sposobem na wprowadzenia informacji o firmie i jej produktach. Tłumaczenia strony na kilka języków i wersja angielska pozwala na prezentacje na rynku międzynarodowym.

Od wielu lat na polskim rynku działają agencje i instytuty doradztwa, wsparcia. Są to instytucje sektorowe, branżowe, ogólnokrajowe i międzynarodowe. Działalność ta jest ukierunkowana na rozwój handlu zagranicznego, badania rynku i gospodarki (w kraju i za granicą) oraz inwestycje, inwestycje w innowacyjność i współpraca B2B.

Przez ostatnie 10 lat znacznie rozwinął się import i eksport. Jako główne kierunki eksportu wymienia się tekstylia, produkty naturalne, FMCG, meble i maszyny. W Polsce importuje się ubrania, FMCG, artykuły domowe, RTV, AGD i sprzęt IT. Produkty te przez ostatnie lata zostały zmodyfikowane poprzez innowacje produktu i produkcji.

Obciążenia dla gospodarki obecnie

Od roku 2009 znacznym obciążeniem dla gospodarki polskiej jest drogi kredyt zniechęcający do inwestycji i ograniczający wydatki. Banki narzucają wysokie wymagania wobec kredytobiorców, szczególnie z sektora MSP. Znacznym ograniczeniem jest stagnacja i osłabienie na rynku sprzedaży w Polsce i Europie. Spadek dochodów i spadek sprzedaży jest wynikiem wzrostu bezrobocia, spadkiem dochodów firm i prywatnych. Spada zainteresowanie innowacyjnością. Ważne jest również niskie zaufanie do firm, produktów i polityki firm. Firmy są obciążone nadmiernymi wydatkami na promocje, spowodowane słabą oceną kosztów, zysków i efektów. Zmiany na rynku firm spowodowały problemy zarządzania oraz organizacji firmy. Innowacje są ograniczane, wprowadza się nowe polityki zarządzania innowacją.

Podsumowanie

W kolejnych latach szacuje się słabą poprawę koniunktury w Polsce i Europie. W kraju ocenia się wzrost na poziomie 4,5% oraz inflację 2,5%. Najwyższy rozwój ocenia się na Mazowszu, w Wielkopolsce i Małopolsce (pow. 4,0%). Około 3,0% stopę rozwoju utrzymuje rejon Łódzki i Lubelski. Najszybciej będzie się rozwijał rynek finansowy (7,6% rocznie), przemysł szacuje się na 6,5% rocznie, handel na 5,3% rocznie. Dane te są podstawą dla rozwoju i zmian na rynku innowacji.

Rozwój kraju po 2005 opierał się na inwestycjach (BIZ, dofinansowanie UE, kredyty). Wydatki na modernizację, innowacje, ochronę środowiska, budowę marki i marketing były dla firm najważniejsze. Znaczne nakłady przeznaczono na rynek online, innowacje IT –rynek informacji, promocji, prezentacji. Od roku 2009 firmy wprowadzają oszczędności, zmieniają swoją politykę działalności i udziału w rynku. Rozwój kraju w tym okresie dotyczył rynku internetowego, innowacji IT oraz wprowadzania oszczędności i zmian w wydatkach. Dla województw ważna jest promocja regionu (turystyka, atrakcyjność inwestycyjna) i firm regionalnych. Rynek internetowy i handel online, innowacje IT są ważne przy wprowadzaniu polityki regionalnej, przy budowie współpracy krajowej i międzynarodowej.

Literatura

- Bombińska, E. Pera, B. Wydmus, S. (2012). *Handel międzynarodowy w warunkach kryzysu gospodarczego*. Warszawa: CeDeWu
- Figiel, A. (2013). *Handel wewnętrzny – rynek, przedsiębiorstwo, konsumpcja, marketing*. Warszawa: Agencja Badań Problemów Rynku
- Godlewska-Majkowska, H. (2013). *Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2012*. Warszawa: Centrum analiz regionalnych i lokalnych
- Golonka, M. (2013). External Factor Influencing International Collaboration: the Strategic Perspective. *Management and Business Administration. Central Europe*. 21(3), 15-29.
- Źródło: Strzelewski, K. (2013). *Wyniki gospodarcze dla kraju i regionów 2000-2010*. Warszawa: GUS
- Sułkowski, Ł. (2013). Cultural Paradigms in Management. *Management and Business Administration. Central Europe*. 21(3), 50-57.
- Woźniak, J. (2007). *Rozwój regionalny Polski w warunkach reformy europejskiej polityki spójności w latach 2007-2013*, Warszawa: KPZK PAN
- Zysk, W. (2012). *Obcy kapitał a handel zagraniczny w Polsce*, Warszawa: CeDeWu