

### [Akceptuję](#)

W ramach naszej witryny stosujemy pliki cookies w celu świadczenia państwu usług na najwyższym poziomie, w tym w sposób dostosowany do indywidualnych potrzeb. Korzystanie z witryny bez zmiany ustawień dotyczących cookies oznacza, że będą one zamieszczone w Państwa urządzeniu końcowym. Możecie Państwo dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących cookies. Więcej szczegółów w naszej [Polityce Prywatności](#)

[Portal](#) [Informacje](#) [Katalog firm](#) [Praca](#) [Szkolenia](#) [Wydarzenia](#) [Porównania międzylaboratoryjne](#)  
[Kontakt](#)



[Laboratoria](#)  
[.net](#)  
[Innowacje](#)  
[Nauka](#)  
[Technologie](#)

[Logowanie](#) [Rejestracja](#) [pl](#)

Newsletter

[zapisz się](#)



[Strona główna](#) > [Biznes laboratoryjny](#)

## ONZ: polski biznes mało innowacyjny



**Niedostateczna wiedza o możliwościach inwestowania i brak zaufania między firmami to główne przeszkody na drodze do innowacyjności polskich firm - ocenia Kamil Wyszkowski, dyrektor Programu Narodów Zjednoczonych ds. rozwoju. Polscy przedsiębiorcy wciąż nie dostrzegają szans**

## **inwestycyjnych w takich miejscach, jak np. Irak, Myanmar (Birma), Sudan Południowy czy Somalia.**

- Polski biznes oszczędza pieniądze w bankach, a nie ma pomysłu na to, jak budować centra badania i rozwoju, gdzie inwestować najlepiej - ocenia w rozmowie z Agencją Informacyjną Newseria Kamil Wyszowski, dyrektor Programu Narodów Zjednoczonych ds. rozwoju, i krajowy koordynator inicjatywy Sekretarza Generalnego ONZ - Global Compact.

Najlepsze perspektywy dla polskich inwestycji ekspert widzi na nowych, jeszcze mało popularnych biznesowo rynkach, takich jak np. - Irak, Myanmar (Birma), Sudan Południowy czy Somalia.

- Polskie firmy mogłyby tam lokować swoje inwestycje, natomiast nie robią tego, ponieważ mamy niski poziom kapitału ludzkiego, kapitału społecznego w kadrze zarządzającej - mówi Kamil Wyszowski. - Chodzi o brak wiedzy, także wiedzy o innowacjach społecznych, które są kluczowe dla profesjonalnego zarządzania zasobami - czy to finansowymi, czy o wiele ważniejszymi - zasobami ludzkimi.

Zdaniem Kamila Wyszowskiego piętą achillesową Polski jest niski poziom zaufania między ludźmi, który powoduje niechęć firm do współpracy i dzielenia się wiedzą, a to w konsekwencji hamuje ich rozwój.

- Mamy zaledwie 10,4 proc. ludzi, którzy sobie wzajemnie ufają i są zdolni do współpracy. To jest dramatycznie nisko - ocenia ekspert. - Wystarczy porównać z danymi z Niemiec, gdzie jest 78 proc. ludzi, którzy są zdolni do kooperacji. W Skandynawii jest to 82-83 proc. Stany Zjednoczone w ogóle przodują z 88 proc. ludzi ufających sobie, chcących coś razem zrobić. To jest główny polski problem.

Zdaniem eksperta warunkiem innowacyjności jest współpraca między podmiotami gospodarczymi w celu stworzenia wspólnej wizji działania. Główny problem widzi w relacjach pomiędzy menadżerami spółek, którzy patrzą na siebie z podejrzliwością i obawiają się, że druga strona będzie chciała ich w jakiś sposób wykorzystać.

- Dlatego tak mało mamy w Polsce różnego rodzaju łączonych spółek, które zaczynają działać razem w ramach konsorcjów na rynkach międzynarodowych - wyjaśnia Wyszowski. - Nie mamy tego rodzaju przykładów.

Pod względem kompetencji nisko ocenia też polskie firmy consultingowe. Jego zdaniem jedynym przykładem polskich inwestycji na światowym poziomie są te, które należą do biznesu Jana Kulczyka.

- Mamy co najwyżej samotnych wojowników, typu Jan Kulczyk, który się próbuje przebijać na rynkach międzynarodowych. Robi to jednoosobowo, ale to jest jedyny przykład, który znam, gdzie z wykorzystaniem know-how firm consultingowych - nie polskich, ponieważ polskie firmy consultingowe nie mają wiedzy, jak to robić - podbija rynki wschodzące i robi to fenomenalnie, czy to w Afryce czy na Bliskim Wschodzie - mówi Kamil Wyszowski. - To jest jedyny przykład polskiego biznesu, który robi to w klasie A+, czyli tak samo dobrze, jak inni działający na skalę międzynarodową biznesmeni.

Ekspert podkreśla, że oszczędzanie na innowacyjności, zwłaszcza w czasach kryzysu, może się skończyć utratą klientów i nawet upadkiem firmy. Jest to realne zagrożenie, które dotyczy również znanych światowych marek.

- Weźmy sobie Kodak czy Fuji, już tych firm właściwie nie ma, straciły swoją szansę, bo zostały

wypchnięte przez cyfrówki. Nikt w kadrze zarządzającej nie zauważył, że zaraz zostanie zepchnięty z rynku. Mieli poczucie bezpieczeństwa, czuli się ogromną korporacją, której nic nie zagraża - i stracili swój moment - podkreśla ekspert.

Dodaje, że właśnie w czasach kryzysu firmy powinny szukać nowych nisz i rozwiązań, które albo obniżą koszty produkcji, albo wygenerują nowy produkt.

- Jestem zaskoczony, że w Polsce o innowacjach tak mało się mówi i tak mało osób się na nich zna - dodaje.

Ocenia, że najbardziej innowacyjny w Polsce jest sektor małych i średnich przedsiębiorstw, bo potrafi elastycznie reagować na zmieniające się potrzeby rynku.

Źródło: [www.newseria.pl](http://www.newseria.pl)

<https://laboratoria.net/biznes-i-przetargi/19339.html>

**Informacje dnia:** [Mity na temat epilepsji](#) [Marzec był drugim najcieplejszym miesiącem w Europie](#) [Sporadyczne picie dużych ilości alkoholu](#) [W nagłych przypadkach ChatGPT Health często uspokaja](#) [Dieta bogata w warzywa i owoce zmniejsza ryzyko demencji nawet u seniorów](#) [Nie kompromitujcie nas, czyli jak chronić dane biometryczne](#) [Mity na temat epilepsji](#) [Marzec był drugim najcieplejszym miesiącem w Europie](#) [Sporadyczne picie dużych ilości alkoholu](#) [W nagłych przypadkach ChatGPT Health często uspokaja](#) [Dieta bogata w warzywa i owoce zmniejsza ryzyko demencji nawet u seniorów](#) [Nie kompromitujcie nas, czyli jak chronić dane biometryczne](#)

**Partnerzy**