

Közbeszerzés? Innovatívan?

Az európai paradoxonnak nevezett jelenség lényege az, hogy az unióban kiváló tudományos eredmények születnek, de nagyon kevés olyan újdonság jön létre, ami termék, szolgáltatás formájában piacra kerül. A kutatási-fejlesztési eredmények a tudományos szférából nem jutnak át az üzletibe, hanem valahogy elhullanak a kettő közötti „Halál Völgyének” nevezett zónában. Az EU Horizon 2020 keretprogramja ezért nagy hangsúlyt helyez arra, hogy **a jövő kulcstechnológiáit támogató projektek ne csupán a K+F szakaszban jelenjenek meg, hanem segítsék az eredmények kommercializálást is.** Az Innobarometer 2014 ehhez nyújt hasznos induló helyzetképet.

Az Európai Bizottság Flash Eurobarometer nevű felmérés-sorozata az uniós polgárok aktuális és fontos kérdésekről alkotott véleményéről készít gyorsfényképet. Évente egyszer az innováció témakörében folyik a vizsgálat, ennek neve **Innobarometer**. Az idei (Flash Eurobarometer 394.) **az állami támogatás szerepét vizsgálta az innovációk piacra jutásában.**

Az Innobarometer nem teljes körű, mint a közösségi innovációs felmérések (CIS, Community Innovation Survey), viszont jóval hamarabb rendelkezésre állnak az eredmények. Míg a 2012-es CIS-ről még semmit nem tudni, addig a 2014 első két hónapjában lefolytatott Innobarometer 2011-2013 közötti időszaki innovációkról szóló eredményei már olvashatóak az Ipari és Vállalkozási főigazgatóság [honlapján](#). Összesen 12108 vállalat, ebből 11206 unión belüli válaszait dolgozták fel, a magyarok 401-en voltak.

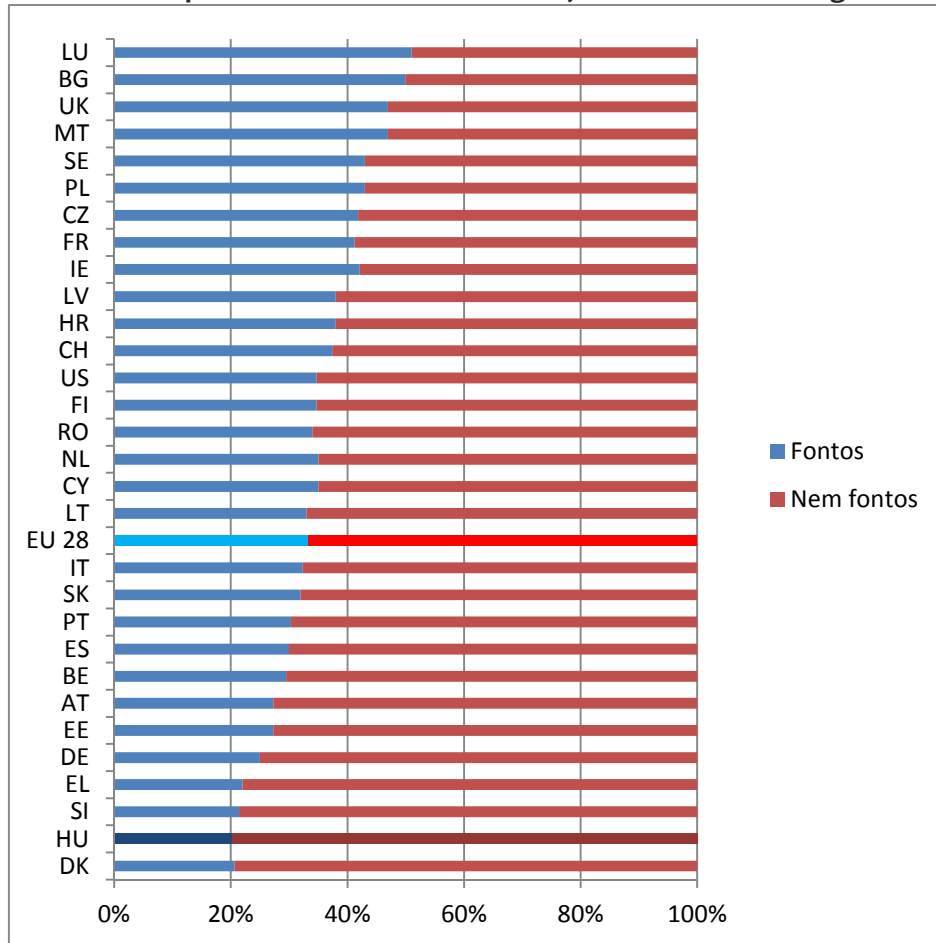
A Rubik-kocka óta köztudott, hogy **a magyar találmányok többnyire a világ más pontjain gyártott terméké lesznek**, ritka és ünnepezt az olyan kivétel, mint például Losonczy Áron üvegbetonja, aminek gyártását nagy nehézségek árán sikerült itthon tartani. Az idei Innobarometer alátámasztja ezt a véleményt.

Az Európai Unió 28 tagállamában a válaszadók 48%-a mondta azt, hogy nincs innovációja. A magyar arány 63%. Azon válaszadók aránya, melyek nem viszik innovációjukat piacra az unióban 16, nálunk 14%-ot tett ki. És a harmadik csoport: az innovációjukat piacon is megmérettető cégek arány az EU-ban 34%, nálunk 19%.

A kérdéskör számos elemét végigjárta a felmérés. Én most egy szempontot emelnék ki: **a közszféra vásárlói szerepét.** A K+F+I ráfordítások állami finanszírozásának fontosságáról könyvtárnyi irodalom lelhető fel. Most is számos arra vonatkozó program készül, hogy mit kell tenni a kutatóhelyeknek és a vállalatoknak, és hogyan tudják a nemzetállamok és az unió erre mindenféle ösztönzőkkel rávenni őket – ld. például az intelligens szakosodási stratégiákat. Azonban viszonylag új szempont az **innovatív közbeszerzésnek** nevezett támogatás. Ez nagyjából azt jelenti, hogy saját feladatai ellátása során a közszféra új megoldások első, vagy legalább korai vevőjeként hozzájárul ahhoz, hogy az új megoldások ismertté váljanak a piacon, működés közben bizonyítsanak és így segítsék elterjedésüket, megismertetésüket a potenciális kereslettel.

Az Innobarometer egyik kérdése arra irányult, milyennek ítélik a vállalatok a közszférát innovatív termékeik, szolgáltatásaik vevőjeként. A közbeszerzés szerepe az innovációk kommercializálásában mind az unió átlagában, mind a szabad piac olyan fellegvárában, mint az Egyesült Államok fontosabb, mint Magyarországon. Ugyanakkor azon magyar vállalatok körében, akik nem vezettek be új terméket, szolgáltatást az elmúlt három évben, ott a közszféra vevői szerepe jóval fontosabb (lett volna), 39%-ot kapott.

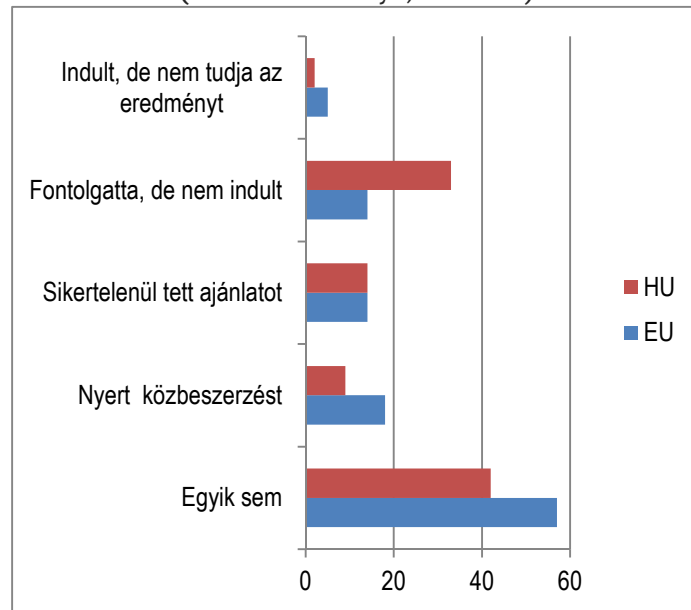
A közzféra szerepe az innovatív termékek vevőjeként az innováló cégek körében



Forrás: Innobarometer 2014

Az eredmény nem is meglepő. **A közbeszerzések általános szerepe a magyar vállalatok életében az európaiatól erősen eltérően alakul.** Az elmúlt háromévi tapasztalatok terén két rekordot is felállítottak a hazai cégek: nálunk nyertek a legkisebb arányban közbeszerzési tendert és magyar cégek között voltak a legtöbbben, akik fontolgatták az indulást, de végül nem adták be a tendert. Akik nyertek ilyen pályázaton, azoknak 28%-a adott el innovatív terméket, szolgáltatást a szerződés keretében, a megfelelő uniós átlag 38%.

Indult-e a cég közbeszerzési pályázaton? (a válaszok aránya, százalék)



Forrás: Innobarometer 2014

A közsféra működésével kapcsolatos napi tapasztalatok azt sejtetik, hogy nem azért olyan alacsony az innovatív közbeszerzések aránya, mert már nagyon korszerű megoldásokkal működnek az intézmények. Azt is nehezen hihetjük, hogy a hazai ajánlattevők nem képesek innovatív megoldásokat kínálni a közszeaktor problémáira, fejlődéséhez, ezért kénytelenek ezeket külföldi nyertesektől beszerezni. Van az államszervezetben épp elég intézmény, bizottság, tanács, hivatal, amelyik azt próbálja kitalálni, hogyan lehet innovációra serkenteni a hazai cégeket. Segítünk: a közfunkciók ellátásához a terület szakértői úgy írhatnának ki közbeszerzési pályázatokat, hogy **a minősítés szempontjai között megfelelő súlyt kap a megoldás kor- vagy újszerűsége**. Természetesen ez nem mehet a hatékonyság, az ár-érték arány rovására, de például a referenciákat lehetne rugalmasan kezelni. A vállalatok innovációit meg tessék a vállalatokra bízni, majd innoválnak ők, ha látnak piacot! Még a megfelelő kutató, tudományos partnereket is megkeresik majd maguktól, ha komoly esélyt látnak a megtérülésre és profitra.

GKI GAZDASÁGKUTATÓ ZRT.

1092, Budapest, Ráday u. 42-44.

Telefon: 06-1-318-1284

E-mail: gki@gki.hu

További információk: Némethné Pál Katalin kutatásvezető

pal.katalin@gki.hu