**Z planem czy na „czuja”?**

**Jak firmy w Polsce tworzą nowe produkty**

**Informacja prasowa**

27 września 2018 r.

# Aż 56 proc. średnich i dużych firm w Polsce wprowadza w ciągu roku do oferty nowe pozycje. Jednak niewiele z nich wie, że prowadzi w ten sposób działalność badawczo-rozwojową, a tym samym kwalifikuje się do uzyskania ulgi podatkowej i dotacji unijnej

## Polska gospodarka pełna jest firm stale pracujących nad nowymi produktami. W raporcie przygotowanym przez firmę audytorsko-doradczą **Grant Thornton** oraz studio projektowo-badawcze **EDISONDA** (należące do grupy Grant Thornton)przebadano 500 losowo wybranych dużych i średnich firm produkcyjno-usługowych w Polsce. Sprawdzono, czy w ciągu ostatniego roku informowały one na swoich stronach internetowych, że wprowadziło na rynek nowy produkt bądź usługę. Okazuje się, że w ten sposób swoją ofertę rozszerzyło aż **56 proc.** zbadanych przedsiębiorstw.

## To bardzo pozytywne wyniki. Oznaczają, że w przypadku średnich i dużych przedsiębiorstw w Polsce prace nad nowymi produktami są niemal stałym elementem działalności. Rozwijanie produktów lub wprowadzanie do oferty zupełnie nowych pozycji nie jest tylko domeną największych graczy na rynku albo podmiotów zagranicznych, ale jest czymś niemal naturalnym dla większości podmiotów – komentuje **Małgorzata Samborska**, Doradca Podatkowy, Dyrektor w Grant Thornton

##

## Z danych zawartych w raporcie wynika, że najwięcej nowości na rynek wprowadzają firmy z branży spożywczej – w ostatnim roku zrobiło to 76 proc. badanych firm tej branży. Również branża budowlana i meblarska często tworzy nowe oferty dla swoich klientów – odpowiednio 66 proc. i 65 proc. Z kolei najrzadziej wprowadzają na rynek nowy produkt firmy z branży transportowo-logistycznej (21 proc.).

**Wykres 1. Odsetek firm w Polsce, które w ostatnich 12 miesiącach informowały na swoich stronach internetowych, że wprowadziły do oferty nowe produkty**

Źródło: Opracowanie własne Grant Thornton na losowej próbie 500 średnich i dużych firm działających w Polsce (340 dużych i 160 średnich, zgodnie ze strukturą nakładów brutto na środki trwałe w polskiej gospodarce). Badaniu poddano informacje opublikowane na stronach internetowych w okresie lipiec 2017 r. – czerwiec 2018 r. Z badania wyłączono firmy z sektora handlowego i finansowego, ponieważ w zdecydowanej większości przypadków ich natura działalności nie pozwala na tworzenie nowych produktów.

## O ile w polskiej gospodarce wprowadzanie nowych produktów na rynek stało się niemal codziennością, o tyle niewiele polskich przedsiębiorstw zdaje sobie sprawę z tego, że od kosztów poniesionych na prace nad nowymi produktami może rozliczyć tzw. ulgę podatkową na B+R. W 2017 roku skorzystało z niej tylko 565 firm, co w skali całej polskiej gospodarki wydaje się niewielką liczbą (wobec np. 15 tys. średnich i dużych firm niefinansowych i niehandlowych). Tymczasem niemal każda firma tworząca nowy produkt – w mniejszym lub większym stopniu – prowadzi zwykle działania badawczo-rozwojowe. Eksperci Grant Thornton zwracają uwagę, że w obecnej formie ulga nie wymaga od podatnika opracowywania nowych, skomplikowanych technologii tworzonych przez wybitnych naukowców. Wystarczy, że firma faktycznie pracuje nad nowościami produktowymi i robi to w sposób zorganizowany. A to dotyczy większości średnich i dużych polskich firm, zwłaszcza produkcyjnych. Mogą one wtedy odliczać koszty ponoszone np. na wynagrodzenia pracowników zatrudnionych w tym obszarze czy na ich narzędzia pracy. Od 2018 roku możliwe jest odliczenie nawet 100 proc. poniesionych kosztów podczas produkcji i wprowadzania produktu na rynek.

Podobnie wygląda sytuacja przy dotacjach unijnych na inwestycje w B+R. Ich popularność wśród polskich firm również nie jest wysoka. Według raportu, spośród przebadanych 500 średnich i dużych firm po dotacje unijne w 2017 r. sięgnęło tylko 4 proc. podmiotów. Wydaje się, że – podobnie jak przy uldze – wiele firm miało szanse na dotację, ale z niej nie skorzystało.

## **Wykres 2. Odsetek firm w Polsce, które w ostatnich 12 miesiącach informowały na swoich stronach internetowych, że wprowadziły do oferty nowe produkty oraz odsetek firm, które 2017 r. sięgnęły po dotację z UE na badania i rozwój**

**Oczywiście nie wszystkie firmy w Polsce są w stanie sięgnąć po dofinansowanie z UE na badania i rozwój, bo nie wszystkie takie badania prowadzą. Czy jednak wszystkie firmy, które mogłyby zdobyć dofinansowanie, starają się o nie? Zdecydowanie nie. Wiele firm, zwłaszcza małych i średnich, nie zdaje sobie sprawy, że prowadzi prace badawczo-rozwoje. Prowadzi te prace, ale w ten sposób ich nie definiuje. Firmy te często posiadają laboratoria czy działy, w których prowadzą pracę nad nowymi produktami, ale uważają to za coś naturalnego dla prowadzenia biznesu i nie mają pojęcia, że mieści się to w definicji prac B+R – mówi **Agnieszka Wykrzykowska**, senior menedżer w Departamencie Doradztwa Europejskiego Grant Thornton.

W raporcie eksperci studia EDISONDA ostrzegają, że wprowadzanie na rynek nowych produktów jest ryzykowne – istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że nowa propozycja nie spotka się z pozytywnym odbiorem klientów i wkrótce trzeba będzie ją wycofać z oferty. Dlatego eksperci EDISONDY podpowiadają, jak pracować nad nowymi produktami i jak wprowadzać je na rynek.

**Rozszerzanie oferty wymaga wysiłku, pieniędzy, marketingu, dobrego timingu i szczęścia – odpowiednie zadbanie o wszystkie te czynniki jest niezwykle trudną sztuką i w praktyce często się nie udaje. Jak można zmniejszyć ryzyko nieudanego produktu? Kluczową sprawą jest poznanie motywacji potencjalnych klientów. Trudno jest „projektować w próżnię” i tworzyć coś, co ma być odpowiednie dla wszystkich. Dobrą praktyką jest wybranie konkretnej grupy odbiorców i dokładne zrozumienie jej potrzeb – uważa **Hubert Turaj**, UX Director w studiu EDISONDA.

## Kontakt:

**Jacek Kowalczyk**

Grant Thornton

Dyrektor ds. Marketingu i PR

**E** jacek.kowalczyk@pl.gt.com

**T** +48 22 205 48 41, +48 505 024 168

[www.grantthornton.pl](http://www.grantthornton.pl)

**Grant Thornton** to jedna z wiodących organizacji audytorsko-doradczych na świecie. Wiedza, doświadczenie i zaangażowanie ponad 3 000 partnerów oraz 47 000 pracowników Grant Thornton dostępne są dla klientów w ponad 142 krajach. W Polsce działamy od 24 lat, a 400-osobowy zespół oraz obecność w kluczowych aglomeracjach (Warszawa, Poznań, Katowice, Wrocław, Kraków i Toruń) zapewniają nam bliski kontakt z klientami oraz umożliwiają realizację wymagających projektów w obszarze usług audytorskich, doradztwa podatkowego, doradztwa gospodarczego, prawnego oraz outsourcingu rachunkowości, kadr i płac bez względu na wielkość, rodzaj i lokalizację biznesu klienta. Klienci firmy to ponad 1000 podmiotów, w tym kilkadziesiąt spółek notowanych na GPW oraz firmy z top 500 największych przedsiębiorstw działających w naszym kraju. Grant Thornton jest wyłącznym partnerem Grant Thornton International w Polsce. Więcej informacji na [www.grantthornton.pl](http://www.grantthornton.pl)