

Anna Wolak-Tuzimek*, Joanna Duda**

Innowacyjność polskiego sektora MSP

1. Wprowadzenie

Innowacyjność oznacza podejmowanie nowej działalności gospodarczej lub świadczenie nowych usług przez nowe kombinacje czynników produkcji, nowe wyroby, sposoby dystrybucji dóbr i usług [3]. „Za inwestycje o charakterze innowacyjnym – zgodnie z definicją podaną przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości – rozumie się inwestycje związaną z przygotowaniem i uruchomieniem wytwarzania nowych i udoskonalania materiałów, wyrobów, urządzeń, usług, procesów lub metod przeznaczonych do wprowadzania na rynek, albo do innego wykorzystania z praktyce” [7].

Dla sektora MSP zastosowanie innowacji oznacza lepsze wyniki ekonomiczne i wzrost konkurencyjności przedsiębiorstwa. Konsekwencją takiej sytuacji jest szansa zdobycia znaczącej pozycji na rynku krajowym czy międzynarodowym.

Innowacyjność oddziałuje w sposób bezpośredni i pośredni na konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw. Innowacje [2]:

- pozwalają na wprowadzanie produktów i technologii dotychczas nieobecnych na rynku,
- ułatwiają stworzenie dla firmy niszy produktowej, technologicznej bądź rynkowej,
- tworzą pozycję lidera, która nawet w wąskim obszarze zapewnia konkurencyjne dochody,

* Politechnika Radomska

** Wydział Zarządzania, Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

- tworzą silną pozycję przetargową w negocjacjach z odbiorcami,
- budują prestiż firmy w środowisku regionalnym i krajowym.

W sektorze małych i średnich przedsiębiorstw są warunki sprzyjające kreowaniu postaw innowacyjnych wynikające z bliskości rynku, dobrej znajomości konsumentów, czy szybkiego przepływu informacji i przebiegu procesów decyzyjnych.

Dwoma głównymi motywami podejmowania przez przedsiębiorców działań innowacyjnych są: potrzeby rynkowe oraz wymuszanie innowacji przez klientów. Kolejną przyczyną decyzji innowacyjnych, mającą charakter czysto ekonomiczny, jest chęć obniżenia kosztów działalności i podniesienie zyskowności firmy. Można postawić tezę, że istotnym czynnikiem pobudzającym działalność innowacyjną polskich przedsiębiorstw byłby system ulg podatkowych dla firm. Natomiast głównym, deklarowanym przez przedsiębiorców, powodem nie wprowadzania innowacji jest brak środków finansowych na tego typu działania. Dlatego celowym byłoby stworzenie sprawnie działającego systemu wsparcia, opierającego się na zasadach funduszy pożyczkowych, czy częściowo umarzalnych kredytów, aby efektywnie wspomóc dofinansowanie działalności innowacyjnej. Innymi przyczynami, dla których przedsiębiorcy nie wprowadzają innowacji są: brak bodźców zewnętrznych oraz charakter usługi lub produktu oferowanego przez firmę [5, s. 50].

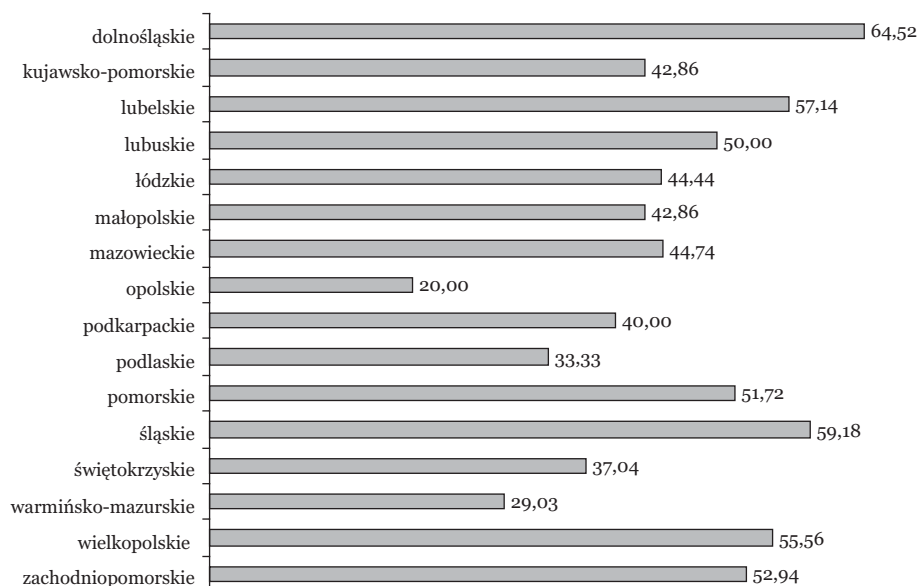
2. Innowacje w mikroprzedsiębiorstwach

W 2005 roku Instytut Badania Opinii i Rynku PENTOR SA przeprowadził badania dotyczące poziomu innowacyjności mikroprzedsiębiorstw. Wybrana losowo próba badawcza (1000 firm) odzwierciedlała przekrój populacji tych firm w zakładanych do przebadania sekcjach. W badaniach innowacyjność rozumiano jako:

- wykorzystanie Internetu przez przedsiębiorstwa,
- zakup licencji,
- prace badawczo-rozwojowe.

Przeprowadzone badania wskazują, że brak dostępu do Internetu stanowi podstawową przeszkodę zarówno w efektywnym wykorzystaniu dostępnej informacji o rynku, jak i w „normalnym” funkcjonowaniu większości mikroprzedsiębiorstw działających w Unii Europejskiej.

Badana populacja cechuje się tym, że im przedsiębiorstwo jest mniejsze, tym rzadziej korzysta z Internetu. Najmniejszą liczbą komputerów z dostępem do Internetu charakteryzują się samozatrudnieni. Jednak liczba przedsiębiorstw posiadających dostęp do światowej sieci stale rośnie i w większości ankietowanych województw zdecydowanie przekracza 40% (wliczając w to samozatrudnionych) [5, s. 16-17].



Rys. 1. Odsetek mikroprzedsiębiorstw korzystających z Internetu wg województw

Źródło: [5, s. 17]

Z danych zaprezentowanych na rysunku 1 wynika, że najwięcej firm korzystało z Internetu w województwie dolnośląskim (64,5%) oraz śląskim (59%). Najmniej mikroprzedsiębiorstw korzystało z Internetu w województwie opolskim (20%) oraz warmińsko-mazurskim (29%). W pozostałych województwach zróżnicowanie w tym aspekcie jest niewielkie. Można stwierdzić, iż poziom atrakcyjności inwestycyjnej województwa, w którym ma siedzibę badana firma w znacznym stopniu nie wpływa na korzystanie z Internetu.

W prezentowanych badaniach pytano również o zakup licencji. Według otrzymanych wyników: firmy posiadające licencje zlokalizowane są głównie w mniej atrakcyjnych inwestycyjnie regionach. Są to podmioty posiadające swoją siedzibę w średniej wielkości mieście, działające na rynku krajowym i europejskim. W badanej próbie 84% firm nie posiadało licencji, 15% przedsiębiorstw dysponowało licencjami, zaś 1% respondentów był niezdecydowany.

W grupie firm posiadających licencje, większość (86%) była pochodzenia krajowego, co wynikało głównie z niższych kosztów zakupu tych licencji. Z tego też względu niewielki odsetek przedsiębiorstw posiadał licencje zagraniczne (11%). Niewiele też firm eksportowało licencjonowane produkty i/lub usługi. Było to około 3% firm posiadających licencje – najwięcej w województwach

o najwyższej atrakcyjności inwestycyjnej. W tabeli 1 przedstawiono rodzaje licencji posiadanych przez polskie mikroprzedsiębiorstwa.

Tabela 1

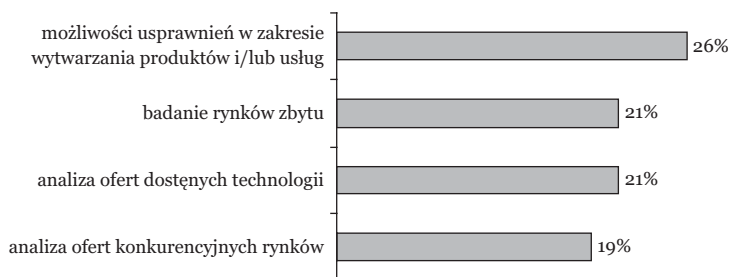
Rodzaje posiadanych licencji przez mikroprzedsiębiorstwa

Wyszczególnienie	Odsetek firm
Własne krajowe	68
Własne zagraniczne	6
Zakupione krajowe	18
Zakupione zagraniczne	5
Trudno powiedzieć	3

Źródło: opracowanie własne na podstawie [1, s. 25]

W badaniach pytano również o prace badawczo-rozwojowe. Niestety 97% mikroprzedsiębiorstw nie współpracowało z instytucjami otoczenia biznesu, tj. jednostkami badawczo-rozwojowymi, wyższymi uczelniami, inkubatorami przedsiębiorczości. Przedsiębiorcy bowiem nie dostrzegali żadnych korzyści wynikających dla swojej firmy ze współpracy z wyżej wymienionymi jednostkami.

Natomiast firmy współpracujące z instytucjami otoczenia biznesu wskazywały na korzyści wynikające z wymiany doświadczeń z przedstawicielami jednostek naukowych, z dostępu do nowoczesnych technologii, czy wejścia na nowe rynki zbytu. Prowadzone prace badawczo-rozwojowe dotyczyły głównie możliwości usprawnień w zakresie wytwarzania produktów i/lub usług (26%) oraz badań rynków zbytu (21%). Wyniki badań przedstawiono na rysunku 2.



Rys. 2. Rodzaje prowadzonych prac badawczo-rozwojowych

Źródło: [5, s. 31]

3. Innowacje w małych i średnich przedsiębiorstwach

Najbardziej innowacyjne w latach 2002-2004 były małe przedsiębiorstwa Małopolski i Śląska. 23% z nich wdrożyło innowacje, czyli ponad dwa razy tyle, co w lubuskim. Większy lub równy średniej dla kraju, odsetek małych firm innowacyjnych był też w podkarpackim, warmińsko-mazurskim, lubelskim, kujawsko-pomorskim i opolskim, czyli w uboższych regionach Polski. Wysoka innowacyjność małych przedsiębiorstw tych województw powinna przynieść wymierne efekty w przyszłości. W grupie średnich firm najbardziej innowacyjne były w 2004 roku podmioty ze Śląska i Lubelszczyzny – odpowiednio 49% i 46% z nich wdrożyło innowacje. Nowe produkty i procesy wdrożyło też ponad 40% firm średnich z Mazowsza, Małopolski, Warmii i Mazur, świętokrzyskiego, Podkarpacia i Opolszczyzny (tabela 2). Występuje istotna zbieżność między nasileniem działalności innowacyjnej małych i średnich firm w regionach – może to oznaczać, że w gronie regionów-liderów lepiej działają instytucje wspierające procesy innowacyjne w sektorze MSP[1, s. 11].

Tabela 2

Działalność innowacyjna i badawczo-rozwojowa MSP wg regionów

Województwo	Odsetek firm, które prowadziły działalność B+R		Odsetek firm, które wdrożyły innowacje w latach 2002-2004		Nakłady na innowacje firm innowacyjnych w 2004 r. (w tys. zł)		Nakłady na B+R firm innowacyjnych w 2004 r. (w tys. zł)	
	małe	śred.	małe	śred.	małe	śred.	małe	śred.
dolnośląskie	9	14	16	35	1692	228	80	84
kujawsko-pomorskie	6	13	17	36	1572	895	38	2
lubelskie	6	14	19	46	1312	238	75	12
lubuskie	3	10	11	33	1541	740	36	7
łódzkie	2	16	15	39	1604	278	163	6
małopolskie	7	16	23	43	1828	249	44	4
mazowieckie	5	17	16	44	2416	492	154	43
opolskie	6	14	17	41	1041	473	28	14
podkarpackie	5	15	21	41	1071	198	65	19
podlaskie	4	13	13	32	1148	213	40	9
pomorskie	12	14	16	39	1295	612	60	27
śląskie	8	16	23	49	1616	295	75	21

Tabela 2 cd.

Działalność innowacyjna i badawczo-rozwojowa MSP wg regionów

Województwo	Odsetek firm, które prowadziły działalność B+R		Odsetek firm, które wdrożyły innowacje w latach 2002-2004		Nakłady na innowacje firm innowacyjnych w 2004 r. (w tys. zł)		Nakłady na B+R firm innowacyjnych w 2004 r. (w tys. zł)	
	małe	śred.	małe	śred.	małe	śred.	małe	śred.
świętokrzyskie	3	17	20	44	1298	248	40	2
warmińsko-mazurskie	3	17	20	43	772	312	26	2
wielkopolskie	2	9	13	35	1368	515	86	22
zachodnio-pomorskie	3	13	15	29	1260	309	25	4
Polska	5	14	17	40	1570	384	80	23

Źródło: [1, s. 11]

Przedsiębiorstwa należące do sektora małych i średnich przedsiębiorstw wdrażają więcej innowacji procesowych, czyli usprawnień sposobu wytwarzania, niż nowych wyrobów (innowacji produktowych).

W latach 2001-2004 przeciętnie 14% małych firm i 32% średnich wdrożyło nowe procesy, podczas, gdy nowe wyroby wprowadziło na rynek 11% małych i 27% średnich. Większość innowacji produktowych dotyczyło wyrobów nowych dla rynku, a nie tylko dla danego przedsiębiorstwa [1, s. 20].

Najwięcej średnich przedsiębiorstw wdrożyło innowacje produktowe w województwach opolskim i warmińsko-mazurskim (po 32%), a najmniej w łódzkim (19%). Wśród małych firm dominowały przedsiębiorstwa działające w województwach mazowieckim i podlaskim (po 15%), natomiast najsłabiej wypadły małe firmy z zachodniopomorskiego i łódzkiego (po 7%). W lubuskim tylko 6% przedsiębiorstw wdrożyło innowacje będącą nowością w skali branży.

Najwięcej usprawnień w zakresie procesów wytwórczych dokonały małe firmy z województwa mazowieckiego (20%) oraz średnie przedsiębiorstwa funkcjonujące w lubuskim i świętokrzyskim (po 39%). Natomiast najmniej innowacji procesowych wdrożyły małe firmy województwa zachodniopomorskiego (10%) oraz małe (10%) i średnie (22%) firmy z pomorskiego.

Można zauważyć, że różnice pomiędzy województwami w zakresie innowacji procesowych są znacznie mniejsze niż w zakresie produktowych. Wyniki prezentowanych badań przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 3
Innowacje produktowe i procesowe w MSP w 2004 roku

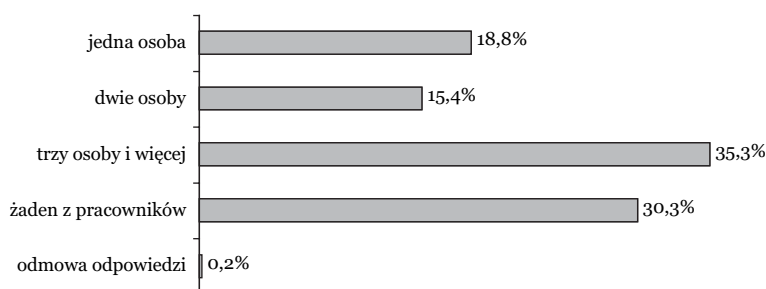
Wyszczególnienie	Nowe lub ulepszone wyroby [w:]%		Wyroby nowe dla rynku [w:]%		Nowe procesy [w:]%	
	małe	średnie	małe	średnie	małe	średnie
dolnośląskie	11	27	10	23	14	32
kujawsko-pomorskie	10	25	8	22	11	29
lubelskie	10	25	12	23	15	30
lubuskie	11	28	10	28	15	39
łódzkie	7	19	6	14	11	25
małopolskie	9	27	10	22	14	29
mazowieckie	15	25	14	25	20	36
opolskie	11	32	9	25	12	35
podkarpackie	11	29	13	20	16	31
podlaskie	15	29	12	27	17	33
pomorskie	7	22	8	21	10	27
śląskie	11	27	9	22	14	30
świętokrzyskie	14	30	14	28	18	39
warmińsko-mazurskie	11	32	9	21	17	31
wielkopolskie	8	27	11	25	19	38
zachodniopomorskie	7	25	8	20	10	29
Polska	9	22	11	16	13	22

Źródło: [1, s. 21]

4. Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w małych i średnich przedsiębiorstwach

W listopadzie 2004 roku – na próbie 1000 przedsiębiorstw – Instytut Badań Opinii i Rynku PENTOR SA przeprowadził badanie z zakresu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw. Jednym z analizowanych zagadnień było wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych przez badane firmy.

Z przeprowadzonych badań wynika, że stopień wykorzystania komputerów przez przedsiębiorców, nie jest zadowalający. W ponad 30% badanych firm z komputerów nie korzystał żaden pracownik. W ponad 18%, komputer był wykorzystywany tylko przez jedną osobę. Najczęściej taka sytuacja występuje w firmach posiadających tylko jeden zestaw komputerowy. W przedsiębiorstwach dysponujących więcej niż jednym zestawem, liczba osób korzystających z komputerów ograniczała się do dwóch pracowników ponad 15% badanych firm MSP, a u 35,3% respondentów na komputerze pracowało ponad trzy osoby. Wyniki badań przedstawiono na rysunku 3.



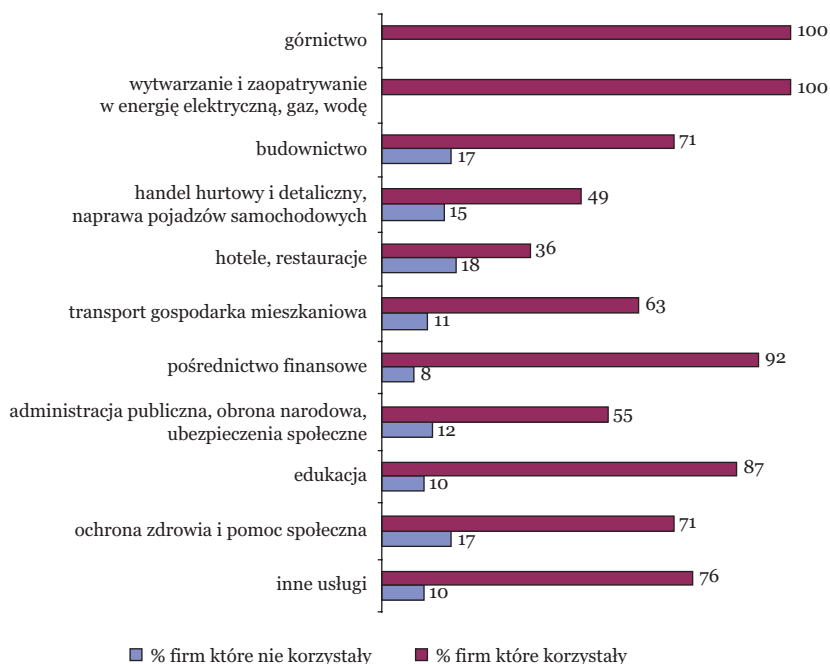
Rys. 3. Liczba osób korzystających z komputera (w%)

Źródło: [5, s. 13]

Analizując wykorzystanie, przez przedsiębiorców, komputerów z dostępem do Internetu, w poszczególnych branżach, można zauważyć dominację przedsiębiorstw z takich branż jak: pośrednictwo finansowe (92%) oraz edukacja (87%). W sekcjach „górnictwo” oraz „wytwarzanie i zaopatrzenie w energię” duży udział podmiotów wykorzystujących sprzęt komputerowy może wynikać z liczebności tych podmiotów w populacji badanych przedsiębiorstw (rys. 4.).

Niewielki udział firm wykorzystujących komputery, odnotowano w sekcji „handel i naprawy” (40%). Sytuacja ta świadczy o braku możliwości zastępowania tradycyjnych czynników wytwórczych nowoczesnymi technologiami. Podmioty, które nie korzystały z komputerów działały głównie w sekcji „hotele i restauracje” (18%) a także „ochrona zdrowia i pomoc społeczna” oraz „budownictwo” (po 17%).

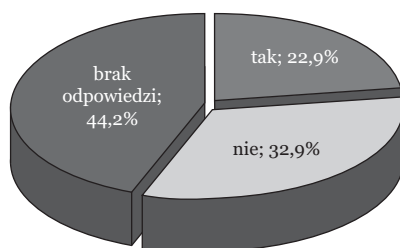
Firmy działające w warunkach konkurencji starają się tworzyć swój wizerunek jako nowoczesne i wykorzystujące nowe technologie informacyjne. Jednym z elementów budowania takiego wizerunku jest stworzenie własnej strony internetowej. Własną stronę posiadają przede wszystkim przedsiębiorstwa dążące do nawiązywania kontaktów z potencjalnym klientem lub decydujące się na stworzenie własnego sklepu w sieci.



Rys. 4. Liczba firm, według branż, których pracownicy korzystają z komputerów z dostępem do Internetu

Źródło: [5, s. 15]

Spośród badanych firm ponad 22% posiadało własne strony internetowe. Były to głównie średniej wielkości przedsiębiorstwa zlokalizowane w większych aglomeracjach. Natomiast ok. 33% firm nie posiadało strony internetowej (rys. 5).



Rys. 5. Firmy posiadające własną stronę internetową (w%)

Źródło: [5, s. 21]

Firmy starające się dotrzeć do potencjalnych klientów za pośrednictwem własnej strony internetowej funkcjonowały głównie w województwach: mazowieckim (ok. 40%), oraz dolnośląskim i kujawsko-pomorskim (ponad 20%).

5. Wnioski

Podstawowym celem podejmowania działalności innowacyjnej przez małe i średnie przedsiębiorstwa jest rozszerzanie asortymentu produkowanych wyrobów i poprawa ich jakości. Działania takie prowadzą do zwiększenia udziału w rynku oraz dostosowania do standardów europejskich.

Popyt przedsiębiorstw na wykorzystanie nowych rozwiązań jest uzależniony od skłonności tych firm do innowacji. Natomiast skłonność ta zależy od wewnętrznych i zewnętrznych warunków otoczenia przedsiębiorstwa.

Z przedstawionych badań dotyczących aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw działających w sektorze MSP można wyciągnąć następujące wnioski:

- najwięcej mikroprzedsiębiorstw korzystających z Internetu zlokalizowanych było w województwie dolnośląskim (64,52%) oraz śląskim (59,18%),
- w badanej próbie aż 84% przedsiębiorstw nie posiadało żadnej licencji,
- w grupie mikroprzedsiębiorstw posiadających licencje większość, tj. 86% było pochodzenia krajowego,
- jedynie 2% mikrofirm współpracowało z instytucjami otoczenia biznesu. Współpraca dotyczyła przede wszystkim możliwości usprawnień w zakresie wytwarzania produktów i/lub usług (26%),
- najbardziej innowacyjne w latach 2002-2004 były małe przedsiębiorstwa działające w Małopolsce i na Śląsku – po 23%,
- w grupie średnich przedsiębiorstw najbardziej innowacyjne w 2004 roku były podmioty ze Śląska i Lubelszczyzny – odpowiednio 49% i 46% z nich wdrożyło innowacje,
- w latach 2002-2004 przeciętnie 14% małych firm i 32% średnich zastosowało nowe procesy, podczas gdy nowe wyroby wdrożyło 11% małych i 27% średnich przedsiębiorstw,
- najwięcej średnich przedsiębiorstw wdrożyło innowacje produktowe w świętokrzyskim i mazowieckim (po 32%), zaś najmniej w lubuskim – 19%,
- najwięcej innowacji procesowych wdrożyły małe firmy działające w Małopolsce (20%), zaś średnie przedsiębiorstwa funkcjonujące w lubuskim i na Śląsku – po 39%,
- w ponad 30% małych i średnich przedsiębiorstw z komputerów nie korzystał żaden pracownik,

- najwięcej przedsiębiorstw korzystających z Internetu działało w branży pośrednictwo finansowe – 92% oraz edukacja – 87%,
- niewielki udział firm wykorzystujących komputer odnotowano w sekcji „handel i naprawy” – 49%,
- zaledwie 22% badanych firm posiadało własne strony internetowe.

Małe i średnie przedsiębiorstwa działają w sprzyjających warunkach kreowania postaw innowacyjnych, co wynika z bliskości rynku, dobrej znajomości konsumentów, czy sprawnego przepływu informacji. Niestety, w praktyce nie wszystkie przedsiębiorstwa potrafią wykorzystać atuty swojej działalności.

Literatura

- [1] *Innowacyjność 2006. Stan innowacyjności, metody wspierania, programy badawcze*. Raport, PARP, Warszawa 2006.
- [2] *Małe i średnie polskie przedsiębiorstwa w Polsce w warunkach konkurencji: pozytywy i trudności w rozwoju*, PARP, Warszawa 2006.
- [3] Sundbo J., *The theory of innovation. Entrepreneurs, Technology and Strategy*, Edward Eldgar, Cheltenham, UK, 1998.
- [4] Żołnierski A., *Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005.
- [5] Żołnierski A., *Potencjał innowacyjny polskich małych i średniej wielkości przedsiębiorstw*, PARP, Warszawa 2005.
- [6] www.parp.gov.pl