

Anna Lazur

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

e-mail: anna.lazur@ue.katowice.pl

SPECYFIKA INNOWACYJNOŚCI W SEKTORZE MSP W POLSCE

CHARACTERISTICS OF INNOVATION IN SME SECTOR IN POLAND

DOI: 10.15611/pn.2017.489.17

JEL Classification: O30, L20

Streszczenie: W artykule podjęto próbę zdefiniowania pojęcia innowacyjności przedsiębiorstwa. Przybliżono istotę specyfiki innowacyjności w sektorze MSP z uwzględnieniem uwarunkowań innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw oraz trudności związanych z wdrażaniem innowacji. Scharakteryzowano też elementy potencjału innowacyjnego MSP. Ponadto w artykule przedstawiono wyniki własnych badań empirycznych przeprowadzonych metodą wywiadu bezpośredniego z wykorzystaniem kwestionariusza „Innowacyjność MSP”. Wywiad przeprowadzono w 12 przedsiębiorstwach należących do sektora MSP. Celem badań było: rozpoznanie, jak objęte analizą podmioty rozumieją pojęcie innowacyjności przedsiębiorstwa, czy w latach 2015-2016 prowadziły one działania innowacyjne oraz z jakich źródeł działania te zostały sfinansowane, jakie ich zdaniem czynniki sprzyjają, a jakie utrudniają wdrażanie innowacji w sektorze MSP. Przeprowadzone badania mają charakter pilotażowy, a osiągnięte wyniki stanowią przyczynek do dalszych badań.

Słowa kluczowe: innowacyjność przedsiębiorstwa, sektor MSP, małe i średnie przedsiębiorstwa.

Summary: In the present article the attempt to define the concept of company innovation has been made. The details of the essence of innovation in the MSE sector were given taking into consideration the innovation conditions of small and medium-sized enterprises and the difficulties in its introduction. Moreover, the elements of innovation potential of MSE were characterized. In the article the results of own empirical research were presented that was conducted by direct interview using “The MSE innovation” questionnaire. The interview was carried out in 12 enterprises that belonged to the MSE sector. The aim of the research was to diagnose how the analyzed entities understood the concept of innovation, if they undertook innovative activities in the years 2015-2016, what sources of funding were used and what are the facilitators and obstructive factors of introducing the innovation in MSE sector. The conducted research is the pilot study and its results are the inspiration for further research.

Keywords: company innovation, MSE sector, small and medium-sized enterprises.

1. Wstęp

Przedsiębiorstwa, aby efektywnie działać w realiach ciągle zmieniającej się gospodarki, powinny prowadzić działalność innowacyjną. Od zdolności przedsiębiorstwa do wprowadzania innowacji zależy siła budowania przewagi konkurencyjnej. Przedsiębiorstwo określane jako innowacyjne uważa się za lepsze i bardziej pożądane. Wprowadzanie innowacji charakteryzuje nie tylko duże podmioty, ale także te, należące do sektora MSP. Jako taki sektor MSP cechuje znaczne zróżnicowanie działających w jego ramach podmiotów. Zalicza się je do grupy przedsiębiorstw o różnej wielkości, odmiennych formach prawnych i własnościowych, różnych metodach zarządzania. Sektor ten odgrywa znaczącą rolę w polskiej gospodarce. To właśnie mali i średni przedsiębiorcy tworzą na rynku najwięcej miejsc pracy, wykazują się zaangażowaniem i pomysłowością, która bardzo często przekłada się na wprowadzanie nowości. Celem artykułu jest konfrontacja istniejących w literaturze definicji innowacyjności z postrzeganiem tejże przez polskie przedsiębiorstwa z sektora MSP. W opracowaniu wykorzystano metodę krytycznej analizy literatury przedmiotu oraz badania własne przeprowadzone na wybranej grupie podmiotów. Badania miały charakter sondażowy.

2. Pojęcie innowacyjności przedsiębiorstwa

Innowację jako pojęcie cechują bardzo szerokie znaczenie oraz bliżej nieokreślony charakter. Jest to kategoria interdyscyplinarna. Opisywana oraz analizowana jest z różnych perspektyw badawczych, z wykorzystaniem rozlicznych technik oraz metod. Niezwykle trudne więc wydaje się jednoznaczne i satysfakcjonujące zdefiniowanie innowacyjności. Bezspornie jednak można stwierdzić, że innowacje zasadniczo utożsamiane są z generowaniem *novum* [Duraj, Papiernik-Wojdera 2010, s. 61].

Według słownika wyrazów obcych pojęcie innowacji pochodzi od łacińskiego terminu *innovatio*, który oznacza po prostu wprowadzenie czegoś nowego, nowo wprowadzoną rzecz, nowość [Żebrowski, Waćkowski 2011, s. 80]. W encyklopedycznym ujęciu pojęcie innowacji, czy też innymi słowy nowatorstwa, tłumaczone jest jako pewna zmiana polegająca na wprowadzeniu w danej dziedzinie życia (zwłaszcza gospodarczego) czegoś nowego jakościowo. W znaczeniu węższym zaś innowacja naukowo-techniczna opiera się na wprowadzeniu do praktyki produkcyjnej nowych usprawnień oraz rozwiązań technologicznych, które umożliwią znaczny wzrost liczby wytworzonych dóbr, wzrost wydajności pracy, poziomu inwestycji oraz wykreowanie lepszej technologii i organizacji produkcji [Nowacki 2010, s. 28].

W odniesieniu do przedsiębiorstwa pojęcie innowacji jest nierozdzielnie związane ze zjawiskami zmian i reform. Jest to oczywiste, gdyż przedsiębiorstwo jest swoistym organizmem rozwoju gospodarczego, a głównym zadaniem przedsiębiorczości jest kreowanie działalności gospodarczej w przyszłości. Działalność ta musi być bowiem

aktualna i w przyszłości skuteczna. Można zatem stwierdzić, że innowacyjność stanowi swoisty atrybut przedsiębiorczości [Kolterman 2013, s. 14].

Pojęcie innowacji po raz pierwszy wprowadzone zostało do nauk ekonomicznych przez austriackiego ekonomistę J.A. Schumpetera na początku XX w. Wskazał on, że innowacje stanowią podstawę rozwoju rozumianego jako proces wypierania starych technologii przez nowe i bardziej wydajne [Knosala i in. 2014, s. 17]. Pojęcie innowacji obejmuje następujące przypadki:

- wprowadzenie nowego produktu (lub udoskonalenie już istniejącego),
- wprowadzenie nowej metody produkcji (lub udoskonalenie już istniejącej),
- otwarcie nowego rynku,
- zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów,
- zdobycie nowego źródła surowców lub półfabrykatów,
- wprowadzenie nowej organizacji produkcji [Madyda, Dudzik-Lewicka 2014, s. 133-134].

Na podstawie zaproponowanej przez Schumpetera definicji można stwierdzić, że innowacje związane są wyłącznie z działalnością przedsiębiorstw przemysłowych, które stanowiły podstawę gospodarki kapitalistycznej początku XX w. [Sikora, Uziębło 2013, s. 354]. Innowacyjność rozumiana jest tutaj przede wszystkim jako nieustające wprowadzanie nowych produktów, metod produkcji, surowców, poszukiwanie nowych rynków zbytu oraz sposobów organizacji przedsiębiorstwa. Ze względu na swój stosunkowo ogólny charakter definicja ta traktowana jest jako literaturowe podejście klasyczne do pojęcia innowacyjności, a także punkt wyjścia do formułowania bardziej współczesnych terminologii. Wraz z rozwojem XX-wiecznej gospodarki kapitalistycznej stopniowo zmieniał się sposób pojmowania innowacji [Zastempowski 2010, s. 56-57]. W latach 80. i 90. XX w. nastąpił znaczny rozwój działalności usługowej, a co za tym idzie, przedmiotowy zakres innowacji znacznie się rozszerzył i wystąpił poza wymiar *stricte* techniczny [Kolterman 2013, s. 15-16]. Innowacje można definiować w ujęciu szerokim (*sensu largo*) i wąskim (*sensu stricto*) [Borowiec 2015, s. 284]. Przegląd wybranych definicji pojęcia innowacja w ujęciu szerokim i wąskim przedstawia tabela 1.

Analizując definicje innowacyjności w ujęciu wąskim, można zauważyć szczególne znaczenie przypisane innowacjom technicznym, czyli tym, które mają podstawowy wymiar dla procesów produkcyjnych oraz wzrostu produkcji. Ujęcie to pomija natomiast innowacje, których podstawą są zmiany społeczne i organizacyjne [Zastempowski 2010, s. 59-60].

Istotne również wydaje się przytoczenie definicji innowacji zawartej w tzw. Podręczniku Oslo opracowanym przez Komisję Europejską (Eurostat) oraz OECD. Zgodnie z jej brzmieniem za innowację uznaje się wprowadzenie do praktyki gospodarczej, w organizacji miejsca pracy lub w relacjach z otoczeniem, nowego lub też znacząco udoskonalonego produktu oraz usługi, procesu, nowej metody marketingowej lub organizacyjnej [OECD, Eurostat 2008]. Według przytoczonego podręcznika wyróżnia się trzy poziomy nowości w odniesieniu do innowacji: nowość dla firmy, dla rynku

Tabela 1. Pojęcie innowacji w ujęciu szerokim i wąskim

Ujęcie	Autor	Definicja
Szerokie (<i>sensu largo</i>)	W. Janasz	Innowacje to twórcze zmiany występujące w systemie społecznym, strukturze gospodarczej oraz technice i przyrodzie.
	M. Haffer	Innowacje to wszelkie zmiany, które w danych warunkach czasowych oraz przestrzennych postrzega się jako swoiste nośniki nowości, które dotyczą zarówno wytworów kultury materialnej, jak i niematerialnej.
	J.A. Allen	Innowacją jest wprowadzenie do szerokiego użytku nowych produktów, procesów lub sposobów postępowania.
	M.E. Porter	Innowacyjność może przejawiać się w: zmianach produktu lub procesu, nowych podejściach do marketingu, nowych formach dystrybucji lub nowych koncepcjach zarządzania.
Wąskie (<i>sensu stricto</i>)	Ch. Freeman	Innowacja to pierwsze handlowe zastosowanie nowego produktu, procesu, systemu lub urządzenia.
	E. Mansfield	Innowacja jest to pierwsze wykorzystanie wynalazku.
	C.F Carter B.R. Williams	Innowacja to wprowadzenie wynalazku, który stanowi część niewykorzystanej wiedzy technologicznej.
	L. Soete	Innowacja to pierwsze komercyjne zastosowanie nowej technologii lub wyprodukowanie nowego produktu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Zastempowski 2010, s. 57-59].

oraz nowość w skali światowej. Wdrożenie innowacji wiąże się ze zmianą, ale nie każda zmiana w przedsiębiorstwie zasługuje na miano innowacji. Innymi słowy każda innowacja jest zmianą, ale nie każda zmiana jest innowacją. Zmiany, których Eurostat i OECD nie zaliczają do innowacji, również zostały wymienione w Podręczniku Oslo [Duraj, Papiernik-Wojdera 2010, s. 66-67].

3. Innowacyjność w sektorze MSP

Zmiany zachodzące na rynku zmuszają przedsiębiorstwa do poszukiwania przewag konkurencyjnych, które pozwolą im się rozwijać. Jedną z nich może być działalność innowacyjna, która stanowi domenę nie tylko dużych podmiotów, ale także firm należących do sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) [McAdam i in. 2000, s. 138-140].

Natężenie procesów innowacyjnych w małych i średnich przedsiębiorstwach stanowi wypadkową wielu uwarunkowań, które dzieli się na zewnętrzne i wewnętrzne. Do czynników zewnętrznych zalicza się elementy składające się na ekonomiczno-społeczne otoczenie przedsiębiorstwa. Natomiast w skład wewnętrznych wchodzi czynniki psychologiczne (np. potrzeba tworzenia czegoś nowego, usprawnienia, poznawania, samorealizacji, osiągnięcia sukcesów) i czynniki socjologiczne (potrzeby pracowników, np. potrzeby ambicjonalne, prestiżu, uznania, awansu) [Kałowski, Wysocki 2015, s. 31-32].

Najważniejszą rolę w procesie rozwoju przedsiębiorczości oraz idącej z nią w parze innowacyjności odgrywa przedsiębiorca (właściciel/menedżer) [Targalski, Francik 2009, s. 22]. Stosowana przez firmę strategia innowacyjna w dużym stopniu wynika z możliwości i cech osobistych właśnie przedsiębiorcy. Powinna to być osoba, która jest nie tylko świadoma ryzyka związanego z prowadzoną działalnością gospodarczą, ale także potrafiąca umiejętnie i odważnie korzystać z walorów tego ryzyka. Aby stworzony głównie przez właściciela plan strategiczny mógł być z sukcesem wdrażany, powinien zostać przedstawiony pracownikom. [Kałowski, Wysocki 2015, s. 34].

Istotną okolicznością warunkującą procesy innowacyjne w sektorze MSP jest tzw. kultura innowacyjna. Jej tworzenie w przedsiębiorstwie jest procesem długotrwałym i polega na upowszechnianiu potrzeby stosowania innowacji w prowadzonej działalności. Według M. Disselkampa przedsiębiorstwo powinno oprzeć się na czterech filarach innowacyjnej kultury organizacyjnej: chęci wprowadzania innowacji, swobodzie wprowadzania innowacji, zdolności do wprowadzania innowacji, podejmowaniu odpowiednich działań. Wykreowanie w MSP właściwej kultury innowacyjnej wymaga od pracowników oraz przełożonych kontaktu osobistego, a także eliminowania wewnętrznych barier w komunikacji [Zięba, Oster 2011]. Istotna jest również struktura zarządzania. Szczególnie zaleca się odchodzenie od struktury hierarchicznej na rzecz struktury spłaszczonej. Proces innowacyjny jest bowiem wspólnym osiągnięciem członków danej organizacji [Kałowski, Wysocki 2015, s. 32-33]. Odpowiedni system zarządzania oddziałuje na wypracowanie środowiska oraz kultury pracy sprzyjających działalności innowacyjnej. System zarządzania powinien uwzględniać w szczególności m.in.: ustalenie celów poprawy wydajności, analizę portfela innowacji, zachęcanie do działań innowacyjnych oraz wsparcie kreatywnych pracowników [Żebrowski, Waćkowski 2011, s. 34]. Błyskotliwi, zmotywowani oraz doświadczeni pracownicy przyczyniają się w znaczącym stopniu do podejmowania działań innowacyjnych.

Wyjątkowo istotnymi warunkami wstępnymi kreowania udanych innowacji są: ciągłe badanie rynku, gromadzenie informacji zwrotnych od klientów, a także pozyskiwanie wiedzy dotyczącej potencjalnych innowacji z innych zewnętrznych źródeł. Jest to niezbędne, gdyż jasna, przejrzysta i oparta na rzetelnych informacjach strategia pozwala odpowiednio ukierunkować działania innowacyjne, zredukować utratę czasu i innych zasobów [Kałowski, Wysocki 2015, s. 33].

Wdrażanie innowacji w sektorze MSP napotyka wiele trudności. Najważniejsze z nich można pogrupować na sześć obszarów. Obszar pierwszy dotyczy ograniczonej zasobów materialnych (w tym finansowych) oraz niematerialnych (np. wiedza i kompetencje właściciela/menedżera oraz pracowników). Ponadto MSP muszą bardzo ostrożnie wykorzystywać swoje zasoby, gdyż ewentualne porażki mogą skutkować znacznym pogorszeniem ich sytuacji, a nawet spowodować problem z przetrwaniem firmy [Zięba, Oster 2011]. Obszar drugi wskazuje na niski profesjonalizm w zarządzaniu innowacjami. Właściciele MSP często nie posiadają wykształcenia menedżerskiego, a ich wiedza na temat zarządzania jest niewielka. Wymienione czynniki mogą skutkować nieumiejętnym wdrażaniem lub nawet całkowitym brakiem innowacji. Obszar kolejny wiąże się z komunikacją zewnętrzną. Brak czasu oraz nadmierne

obciążenie obowiązkami codziennymi może przekładać się na niewykorzystanie zewnętrznych źródeł informacji i wiedzy [Arend 2009, s. 189-204]. W przeważającej części w przypadku MSP można mówić o dominacji wewnętrznych źródeł innowacji, co oznacza, że podstawowym ich źródłem są prace badawcze prowadzone wewnątrz firmy oraz własne rozwiązania projektowe [Żebrowski, Waćkowski 2011, s. 35]. Obszar czwarty to konieczność pozyskania wysoko wykwalifikowanych zasobów ludzkich. Trudności z pozyskaniem specjalistów wynikają z faktu, iż MSP konkurują o zasoby ludzkie z większymi firmami, które mogą zaoferować pracownikom bardziej atrakcyjne wynagrodzenia oraz korzystniejsze warunki pracy. Kosztowność działalności innowacyjnej stanowi element piątego obszaru trudności, jakie napotykają przedsiębiorstwa sektora MSP, podejmując próbę wprowadzenia innowacji. Szósty obszar wiąże się z tzw. ekonomią skali i mówi o tym, że przedsiębiorstwa te są po prostu zbyt małe na podejmowanie pewnych działań (np. pewne rodzaje działalności wymagają produkcji na dużą skalę) [Zięba, Oster 2011].

Podejmując próbę scharakteryzowania specyfiki innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw, należy zwrócić uwagę na ich tzw. potencjał innowacyjny (zasób możliwości, mocy i zdolności innowacyjnych, a także sprawność organizacji w dziedzinie tworzenia, wprowadzania i zarządzania innowacjami). Generalnie w przypadku MSP określa się go jako niski. Przedsiębiorstwa te charakteryzują się wysokim potencjałem wiedzy oraz potencjałem organizacyjnym. Na innowacyjność wpływają głównie: wiedza, kreatywność i elastyczność pracowników oraz szybkość dostosowywania się do zmian. W MSP często mamy do czynienia ze specyficzną kulturą organizacji, która wiąże się z mniejszym sformalizowaniem relacji pomiędzy właścicielem i podwładnymi oraz pomiędzy pracownikami nawzajem, co sprzyja tworzeniu warunków współpracy i bardziej kreatywnych działań. Strukturę organizacyjną mniejszych przedsiębiorstw określa się jako płaską, przez co bardziej elastyczną i pozwalającą na prostsze dostosowanie się do zmian. Potencjał badawczy przedsiębiorstw sektora MSP jest bardzo niewielki. Opierają się one w większości na wewnętrznych źródłach informacji. Na podkreślenie zasługuje fakt, że MPS zdecydowanie chętniej inwestują w środki trwałe aniżeli w badania i rozwój. Potencjał finansowy firm sektora MSP także jest niski. W celu sfinansowania innowacji sporadycznie korzystają one z zewnętrznych źródeł finansowania, do których dostęp jest utrudniony. Nie bez znaczenia wydaje się również ryzyko związane z inwestowaniem w innowacje [Kozioł-Nadolna 2015, s. 314-315]. Przedsiębiorstwa sektora MSP bazują przede wszystkim na środkach własnych (wśród preferowanych źródeł finansowania zdecydowanie dominuje wypracowany zysk netto, który następnie może być przeznaczony na rozwój firmy) [Madyda 2015, s. 324-325].

4. Innowacyjność MSP w Polsce w świetle własnych badań empirycznych

Przedstawioną problematykę innowacyjności MSP skonfrontowano z praktyką. Analizą objęto 12 podmiotów należących do grupy średnich i małych przedsiębiorstw.

W celu przeprowadzenia badań wykorzystano metodę wywiadu bezpośredniego oraz posłużono się opracowanym w tym celu kwestionariuszem. Kwestionariusz opracowano samodzielnie w oparciu o badania przeprowadzone przez PARP [Zadura-Lichota (red.) 2015] oraz Edwarda Stawasza [2011, s. 241-290]. Zakres terytorialny badań ograniczono do województw śląskiego oraz małopolskiego. Badania w przedsiębiorstwach przeprowadzono w marcu i kwietniu 2017 r. Badania miały charakter sondażowy.

Szczegółową charakterystykę ze względu na przynależność branżową, status prawny przedsiębiorstwa oraz liczbę zatrudnionych pracowników zawarto w tabeli 2.

Tabela 2. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw

Wyszczególnienie	Liczba	Procent badanych
Branża		
Przedsiębiorstwo produkcyjne	5	41,7
Przedsiębiorstwo handlowe	2	16,7
Przedsiębiorstwo budowlane	1	8,3
Przedsiębiorstwo transportowe	0	0,0
Usługi gastronomiczne	0	0,0
Przedsiębiorstwo produkcyjno-handlowe	1	8,3
Przedsiębiorstwo usługowe	3	25,0
Razem	12	100,0
Status prawny		
Jednoosobowa działalność gospodarcza	4	33,3
Spółka cywilna	2	16,7
Spółka jawna	0	0,0
Spółka partnerska	0	0,0
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	4	33,3
Spółka akcyjna	2	16,7
Razem	12	100,0
Liczba zatrudnionych pracowników		
0-10 pracowników	0	0,0
15-50 pracowników	5	41,7
51-250 pracowników	7	58,3
Powyżej 250 pracowników	0	0,0
Razem	12	100,0

Źródło: opracowanie własne.

W objętej badaniem grupie przedsiębiorstwa najczęściej prowadziły działalność produkcyjną oraz usługową. Sporadycznie działalność handlową, budowlaną oraz

mieszana (produkcyjno-handlową). Uwzględniając status prawny, dominowały przedsiębiorstwa w formie jednoosobowej działalności gospodarczej oraz spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. W następnej kolejności znalazły się te funkcjonujące jako spółki cywilne oraz spółki akcyjne. Spośród badanych przedsiębiorstw większość (7) zatrudnia od 51 do 250 pracowników, a 5 kolejnych zatrudnia od 15 do 50 pracowników.

W celu zbadania specyfiki innowacyjności w sektorze MSP w pierwszej kolejności istotne wydało się rozpoznanie, czym dla badanych podmiotów jest innowacyjność przedsiębiorstwa. Zestawienie definicji wraz ze wskazaniami zawiera tabela 3.

Tabela 3. Definicja innowacyjności według badanych przedsiębiorstw

Definicja innowacyjności	Wskazania	
	liczba	procent badanych
Wprowadzenie nowych usprawnień lub rozwiązań technologicznych w przedsiębiorstwie (definicja encyklopedyczna)	8	66,6
Wprowadzenie do szerokiego użytku nowych produktów, procesów lub sposobów postępowania (J.A. Allen)	2	16,7
Pierwsze komercyjne zastosowanie nowej technologii lub nowego produktu (L. Soete)	0	0,0
Wprowadzenie do praktyki gospodarczej, w organizacji miejsca pracy lub w relacjach z otoczeniem nowego lub znacząco udoskonalonego produktu, usługi, procesu, nowej metody marketingowej lub organizacyjnej (Podręcznik Oslo)	2	16,7
Razem	12	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Spośród badanych przedsiębiorstw zdecydowana większość wybrała definicję encyklopedyczną innowacji – 8 podmiotów, co stanowi 66,6% badanych. W dalszej kolejności wybierano definicję autorstwa J.A. Allena oraz tę zawartą w Podręczniku Oslo (po 2 przedsiębiorstwa).

W badaniach za istotne uznano zidentyfikowanie, czy badane podmioty w latach 2015-2016 podejmowały działania innowacyjne. Wyniki przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4. Działania innowacyjne badanych przedsiębiorstw w latach 2015-2016

Wyszczególnienie	Wskazania	
	liczba	procent badanych
Tak	9	75,0
Nie	3	25,0
Razem	12	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Na podstawie otrzymanych wyników można stwierdzić, że większość spośród badanych przedsiębiorstw (75%) przeprowadzała działania innowacyjne w przeciągu ostatnich dwóch lat. Pozostałe 25% nie prowadziło działalności innowacyjnej w latach 2015-2016.

Przedsiębiorstwa, które w ostatnich dwóch latach prowadziły działania innowacyjne, pozyskiwały na ten cel środki finansowe z różnych źródeł. Badane podmioty wskazały na następujące źródła finansowania innowacji – tabela 5.

Tabela 5. Źródła finansowania działań innowacyjnych w badanych przedsiębiorstwach w latach 2015-2016

Wyszczególnienie	Wskazania*	
	liczba	procent badanych
Środki własne	9	75,0
Kredyt bankowy	2	16,7
Leasing	2	16,7
Fundusze unijne	2	16,7
Fundusze venture capital	0	0,0

*Możliwe więcej niż jedno wskazanie.

Źródło: opracowanie własne.

Wśród źródeł finansowania najczęściej wskazywano na środki własne. Po dwa wskazania odnotowano w przypadku kredytu bankowego, leasingu oraz funduszy unijnych.

W przeprowadzonych badaniach szczególne znaczenie przypisuje się rozpoznaniu czynników, które sprzyjają działaniom innowacyjnym podejmowanym w przedsiębiorstwie. Szczegółowy rozkład odpowiedzi zawiera tabela 6.

Tabela 6. Czynniki sprzyjające działaniom innowacyjnym w przedsiębiorstwie według badanych przedsiębiorstw

Wyszczególnienie	Wskazania*	
	liczba	procent badanych
Przedsiębiorca (właściciel/menedżer)	9	75,0
Wykwalifikowani i doświadczeni pracownicy	8	66,6
Odpowiedni system zarządzania	7	58,3
Pozyskiwanie wiedzy ze źródeł zewnętrznych	7	58,3
Odpowiednie zaplecze techniczne	2	16,7
Względy związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (np. ochroną środowiska)	1	8,3

*Możliwe więcej niż jedno wskazanie.

Źródło: opracowanie własne.

Badane podmioty najczęściej wskazywały na ważną rolę przedsiębiorcy (9 wskazań) oraz wykwalifikowanych i doświadczonych pracowników (8 wskazań) w procesie podejmowania działań innowacyjnych w przedsiębiorstwie. W następnej kolejności wymieniono odpowiedni system zarządzania oraz pozyskiwanie wiedzy ze źródeł zewnętrznych. Za najmniej ważne spośród wymienionych uznano: odpowiednie zaplecze techniczne (2 wskazania) oraz względy związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (1 wskazanie).

Przedsiębiorstwa z sektora MSP napotykają wiele trudności w związku z podejmowaniem działań innowacyjnych. Rozkład odpowiedzi na pytanie dotyczące czynników zniechęcających do wprowadzania innowacji prezentuje tabela 7.

Tabela 7. Czynniki zniechęcające do podejmowania działań innowacyjnych według badanych przedsiębiorstw

Wyszczególnienie	Wskazania*	
	liczba	procent badanych
Wysokie koszty przedsięwzięć innowacyjnych	9	75,0
Ograniczoność zasobów materialnych	2	16,7
Niski profesjonalizm w zarządzaniu innowacjami	7	58,3
Trudny dostęp do zewnętrznych źródeł wiedzy	0	0,0
Brak wykwalifikowanych pracowników	3	25,0
Niewielki rozmiar przedsiębiorstwa	4	33,3
Wysokie ryzyko niepowodzenia	7	58,3

*Możliwe więcej niż jedno wskazanie.

Źródło: opracowanie własne.

Uzyskane wyniki wskazują, że spośród badanych podmiotów w 9 przypadkach wskazano na wysokie koszty przedsięwzięć innowacyjnych jako czynnik najbardziej zniechęcający do innowacji. Po 7 przedsiębiorstw wskazało na niski profesjonalizm w zarządzaniu innowacjami oraz wysokie ryzyko niepowodzenia. Wśród wyborów o mniejszej liczbie wskazań znalazły się: niewielki rozmiar przedsiębiorstwa, brak wykwalifikowanych pracowników oraz ograniczoność zasobów materialnych.

Z przeprowadzonych badań wynika, że badane przedsiębiorstwa w większości utożsamiają pojęcie innowacyjności z definicją encyklopedyczną. Daje się zauważyć, że w ostatnich dwóch latach aż 3/4 badanych podmiotów w swojej działalności wprowadzało innowacje. Działania innowacyjne najczęściej finansowane były ze środków własnych. Za najistotniejsze czynniki sprzyjające innowacyjności w sektorze MSP badane przedsiębiorstwa uznały: rolę przedsiębiorcy, wykwalifikowanych i kompetentnych pracowników, pozyskiwanie wiedzy ze źródeł zewnętrznych oraz odpowiedni system zarządzania. Z kolei wśród najczęściej wybieranych czynników zniechęcających do działań innowacyjnych znalazły się: wysokie koszty takich przedsięwzięć, niski profesjonalizm w zarządzaniu innowacjami oraz znaczne ryzyko niepowodzenia.

5. Zakończenie

Zdefiniowanie pojęcia innowacyjności przedsiębiorstwa wydaje się niezwykle trudne. W realiach ciągle zmieniającej się gospodarki to właśnie innowacyjności przypisuje się szczególne znaczenie jako jednemu z czynników budowania przewagi przedsiębiorstwa nad konkurencją. Dotyczy to również podmiotów należących do sektora MSP. Wdrażanie innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach jest uzależnione od wielu czynników zewnętrznych i wewnętrznych. Przedsiębiorstwa te, prowadząc działalność innowacyjną, borykają się z licznymi trudnościami. Charakteryzując specyfikę innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw, konieczne wydaje się stwierdzenie, iż ich potencjał innowacyjny określany jest jako niski. Porównując problematykę innowacyjności MSP przedstawioną w literaturze z wynikami własnych badań empirycznych, można stwierdzić, że większość spośród badanych przedsiębiorstw w ostatnim czasie wprowadzało innowacje. Działania te finansowane były przede wszystkim ze środków własnych. Badane podmioty szczególne znaczenie przypisują: roli przedsiębiorcy, pracowników, odpowiedniemu systemowi zarządzania oraz pozyskiwaniu wiedzy ze źródeł zewnętrznych jako czynnikom sprzyjającym innowacyjności. Wśród trudności w prowadzeniu działań innowacyjnych wskazują przede wszystkim na wysokie koszty takich działań, niski profesjonalizm w zarządzaniu innowacjami, a także znaczne ryzyko niepowodzenia.

Literatura

- Arend R.J., 2009, *Defending against rival innovation*, Small Business Economics, vol. 33, no. 2.
- Borowiec A., 2015, *Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw uczestniczących w rynku zamówień publicznych w świetle badań empirycznych. Uwarunkowania rynkowe rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 848.
- Duraj J., Papiernik-Wojdera M., 2010, *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Difin, Warszawa.
- Kałowski A., Wysocki J., 2015, *Innowacje – ocena w ujęciu mikro, mezo i makro*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa.
- Knosala R., Boratyńska-Sala A., Jurczyk-Bunkowska M., Moczala A., 2014, *Zarządzanie innowacjami*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Kolterman K., 2013, *Innowacje technologiczne w procesie budowy przewagi konkurencyjnej MSP*, Difin, Warszawa.
- Kozioł-Nadolna K., 2015, *Zarządzanie innowacjami w małych i dużych przedsiębiorstwach (analiza porównawcza). Uwarunkowania rynkowe rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 848.
- Madyda A., 2015, *Potencjał innowacyjny małych i średnich przedsiębiorstw regionu śląskiego. Uwarunkowania rynkowe rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 848.
- Madyda A., Dudzik-Lewicka I., 2014, *Innowacyjność a rozwój małych i średnich przedsiębiorstw*, ZS WSH Zarządzanie, 1.
- McAdam R., Stevenson P., Armstrong G., 2000, *Innovative change management in SMEs: beyond continuous improvement*, Logistics Information Management, vol. 13, no. 2.

- Nowacki R., 2010, *Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa.
- OECD, Eurostat, 2008, *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, Warszawa.
- Sikora J., Uziębło A., 2013, *Innowacja w przedsiębiorstwie-próba zidentyfikowania*, Zarządzanie i Finanse, R. 11, nr 2, cz. 2.
- Stawasz E., 2011, *Innowacyjność polskiego sektora MSP w świetle badań własnych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 654.
- Targalski J., Francik A., 2009, *Przedsiębiorczość i zarządzanie firmą. Teoria i praktyka*, C.H. Beck, Warszawa.
- Zadura-Lichota P. (red.), 2015, *Innowacyjna przedsiębiorczość w Polsce. Odkryty i ukryty potencjał polskiej innowacyjności*, PARP, Warszawa.
- Zastempowski M., 2010, *Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- Zięba M., Oster P., 2011, *Innowacyjność w małych i średnich przedsiębiorstwach*, e-mentor, nr 3.
- Żebrowski M., Waćkowski K., 2011, *Strategiczne zarządzanie innowacjami. Strategie małych i średnich przedsiębiorstw IT*, Difin, Warszawa.