

Rola wiedzy i innowacji w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw – przegląd dotychczasowych badań

Robert Wolański

Wyniki badań i dane statystyczne wskazują na systematyczny rozwój małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). Rośnie ich znaczenie w porównaniu do dużych firm, stają się coraz bardziej konkurencyjne.

Ponadto na podstawie wyników badań i danych statystycznych można określić, że wiedza i innowacyjność polskich MŚP prezentuje się stosunkowo słabo. MŚP prowadzą działalność innowacyjną głównie w oparciu o typowe wydatki inwestycyjne. Negatywnie należy ocenić sposób gromadzenia wiedzy potrzebnej do działań innowacyjnych. Na tej podstawie można przedstawić wniosek, że rola wiedzy i innowacji w rozwoju MŚP jest znikoma.

Jednocześnie badania i dane statystyczne pokazują, że wśród MŚP istnieje grupa rzeczywiście innowacyjnych przedsiębiorstw. Firmy te rozwijają się znacznie szybciej od przeciętnej dla ogółu MŚP. Również znaczne różnicowanie poziomu wiedzy i innowacji wśród MŚP wskazuje na takie, dla których wiedza i innowacje odgrywają pierwszoplanową rolę. Biorąc pod uwagę wyniki tych badań, można przedstawić drugi wniosek, że wiedza i innowacje to niezbędne elementy warunkujące uzyskanie przez MŚP trwałego rozwoju.

1. Wstęp

Przedmiotem artykułu jest ukazanie kształtowania się stopnia i tendencji w zakresie rozwoju małych i średnich przedsiębiorstwach (MŚP)¹ oraz poziomu wiedzy i innowacji w tych firmach. Celem opracowania jest określenie roli posiadanej wiedzy i realizowanych innowacji przez MŚP dla jego rozwoju. Artykuł omawia czynniki określające stopień rozwoju MŚP, przedstawia postawę MŚP w dążeniu do zdobywania potrzebnej wiedzy i stawiania się bardziej innowacyjnym, przekłada wiedzę i innowacje na stopień rozwoju MŚP.

2. Specyfika rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw oraz istota wiedzy i innowacji dla niewielkich podmiotów

Funkcjonowanie małego czy średniego przedsiębiorstwa na rynku wiąże się ze znaczną dynamiką. MŚP narażone są na oddziaływanie wielu czynników, które cechują się zmiennością. Duże znaczenie ma najbliższe otoczenie firmy, rynek na którym działa, klienci, kontrahenci, uwarunkowania popytowe. Warunkiem powodzenia, przetrwania na rynku jest określenie celów działalności, metod ich osiągnięcia i wdrożenia do codziennego stosowania. Właściwie ustalone i stosowane w praktyce cele, którymi taka firma kieruje się, prowadząc działalność, pozwalają odnaleźć jej drogę sukcesu na rynku.

Wśród takich celów należy wymienić rozwój małego i średniego przedsiębiorstwa (por. Bławat 2004; Nogalski, Karpacz, Wójcik-Karpacz 2004). Dążenie firmy do rozwoju przełożone na konkretne działania może dać gwarancję powodzenia działalności. MŚP określając ten cel, mogą w różnorodny sposób go realizować. Wielopłaszczyznowość tego celu oznacza, że MŚP mogą skupić się na wybranym aspekcie rozwoju firmy. Wśród nich należy wymienić poprawę jakości oferowanych produktów lub usług, zwiększenie satysfakcji klientów, wejście na nowe rynki, modernizację parku maszynowego, rozrost firmy, ukierunkowanie na innowacyjność.

Poszczególne czynniki zapewniające rozwój firmie mają specyficzne znaczenie w niewielkich podmiotach. W MŚP rozwój firmy zależy przede wszystkim od postawy właściciela przedsiębiorstwa. Jego decyzje, dążenia mają znacznie większe znaczenie niż w przypadku dużych firm. W MŚP podstawowe znaczenie przypisuje się potencjałowi zarządzania, za który uznaje się przyjęte wartości firmy, jego cele i strategię rozwoju, jego umiejętności dostosowywania się do zmian występujących na rynku, a więc przedsiębiorczość i innowacyjność (Gabrusiewicz 1993: 51). Tworzeniem i rozwojem owego potencjału w MŚP zajmują się przede wszystkim ich właściciele, gdyż są to głównie przedsiębiorstwa prywatne. Oceniając nastawienie i predyspozycje właściciela małego czy średniego przedsiębiorstwa do rozwoju firmy bierze się pod uwagę jego cechy osobowościowe, jak wiek, płeć, wykształcenie ogólne i biznesowe, doświadczenie, wychowanie w rodzinie, jak również cechy jego osobowości, do których należy zaliczyć pracowitość, potrzebę niezależności, aktywność, innowacyjność, potrzebę osiągnięć (por. Bławat 2003). Analizując te cechy, duże znaczenie dla rozwoju MŚP należy przypisać posiadanej wiedzy właściciela firmy i pracowników oraz innowacyjności przedsiębiorstwa.

Kolejnym czynnikiem istotnym dla rozwoju firmy jest dostęp do źródeł finansowania. W specyficznej sytuacji są niewielkie podmioty, które mają utrudniony dostęp do kapitałów obcych w porównaniu z dużymi firmami. Jednocześnie niektóre źródła obce są adresowane głównie do MŚP, np. fundusze unijne, pożyczki i poręczenia ze źródeł pozabankowych. Właśnie

one mogą służyć finansowaniu rozwoju małej firmy. Skorzystanie z nich wymaga posiadania niezbędnej wiedzy, dotyczącej warunków ich pozyskania (por. Skowronek-Mielczarek 2003; Wolański 2005).

Ważnym czynnikiem rozwoju przedsiębiorstwa jest jego strategia. Wiele MŚP w ogóle jej nie posiada, co znacznie ogranicza możliwości rozwoju. Stworzenie strategii wymaga specjalistycznej wiedzy, a MŚP często nie zatrudniają osób mających odpowiednie do tego kompetencje.

Oprócz wyżej wskazanych czynników istnieje wiele innych oddziałujących na możliwości rozwojowe MŚP. Wśród nich można wymienić otoczenie firmy, lokalizację, zaawansowanie technologiczne.

Omówione powyżej warunki oraz czynniki umożliwiające rozwój MŚP świadczą, że wiedza posiadana przez MŚP oraz nastawienie na działalność innowacyjną należy uwzględnić przy określaniu możliwości rozwojowych niewielkich podmiotów.

Wiedza to ogół wiadomości i umiejętności wykorzystywanych przez jednostki do rozwiązywania problemów. Obejmuje ona zarówno elementy teoretyczne, jak i praktyczne, ogólne zasady i szczegółowe wskazówki postępowania (Probst, Raub, Romhardt 2002: 35).

W gospodarce opartej na wiedzy to właśnie wiedza jest podstawowym zasobem firmy (por. Miłkuła 2006; Grudzewski, Hejduk 2004). Zwycięstwo odnoszą te przedsiębiorstwa, które potrafią systematycznie diagnozować rynek i w porę oszacować potrzeby klientów, rozbudzać je i odpowiadać na nie, zdobywać i stosować wiedzę do ciągłego ulepszania własnej pozycji na rynku.

Współcześnie wiedza jest angażowana przede wszystkim w te czynności, które są źródłem konkurencyjności (Bańka 2002: 12). Wiedza stanowi źródło trwałej przewagi konkurencyjnej pod warunkiem, że w przeciwieństwie do innych zasobów rozrasta się w wyniku użytkowania (Evans 2006: 22). Jednym ze źródeł konkurencyjności, uzyskanym dzięki właściwemu przetwarzaniu i wykorzystywaniu wiedzy, jest wysoki stopień innowacyjności przedsiębiorstwa, w tym również małego i średniego.

W kontekście MŚP należy zwrócić uwagę na następujące cechy i wymogi wiedzy, związane z jej gromadzeniem, przetwarzaniem i wdrażaniem w przedsiębiorstwie.

Wiedza stanowi dla MŚP koszt, jej pozyskanie to pewnego rodzaju inwestycja. Gromadzenie wiedzy wymaga monitorowania rynku, określania preferencji klientów, prowadzenia badań, zatrudniania kompetentnych osób. Do tego dochodzi jeszcze konieczność jej przetwarzania i wdrażania. Nie wszystkie MŚP są w stanie ponosić takie wydatki.

Właściwe dysponowanie wiedzą wymaga wdrożenia w MŚP systemu zarządzania nią (por. Perechuda 2005; Baruk 2006). Ze względu na specyfikę ich działalności i skalę działania, zarządzanie wiedzą ogranicza się często do komunikowania w ramach zespołu.

W MŚP kreowanie wiedzy ma ten walor, że wiedzę teoretyczną bardzo szybko można wdrożyć do praktyki, wpływając na rodzaj i jakość produktu

czy uatrakcyjnić usługę (Sufin 2000: 44-47). Możliwość ta wynika z niewielkich rozmiarów MŚP, braku skomplikowanej struktury organizacyjnej, szybkiego przepływu informacji.

Główną odpowiedzialność w MŚP za dysponowanie zasobem wiedzy ponosi właściciel przedsiębiorstwa. On wyznacza kierunki rozwoju firmy, nadzoruje pracę w przedsiębiorstwie, ponosi pełną odpowiedzialność za jego funkcjonowanie. Decyzje dotyczące wiedzy są skupione w rękach właściciela, dzięki temu mogą być właściwie wykorzystywane, przetwarzane i wdrażane.

Pozyskiwanie, rozwijanie, wykorzystywanie i wdrażanie wiedzy często związane jest z wprowadzaniem innowacji w przedsiębiorstwie. Odnosząc innowację do przedsiębiorstwa można ją zdefiniować jako tworzenie lub modyfikowanie procesów, wyrobów, technik i metod działania, które są postrzegane przez daną organizację jako nowe oraz postępowe w danej dziedzinie i prowadzą do zwiększenia efektywności wykorzystania zasobów będących w jej dyspozycji (Penc 1999: 143).

Innowacje są uznawane za podstawowy warunek utrzymania i wzmocnienia pozycji przedsiębiorstwa na rynku. Wzrost innowacyjności przedsiębiorstwa nie jest wynikiem przypadkowych działań, ale efektem celowej strategii innowacyjnej (Poznańska 1998: 37).

Innowacje w przedsiębiorstwie mogą oznaczać nowe wyroby (innowacje produktowe), nowe metody produkcji (innowacje procesowe), nowe metody organizacyjne (innowacje organizacyjne). Wówczas przedsiębiorstwo cechuje się oryginalnością, wyróżnia się spośród konkurentów.

Wprowadzanie innowacyjności w przedsiębiorstwie powinno być procesem opartym na strategii innowacyjnej (por. Kwiatkowski 2001; Jasiński 2006; Bogdanienko 2004; Janasz 2005; Sosnowska, Łobejko, Kłopotek 2000). Wówczas pozyskiwanie i wykorzystywanie innowacji będzie działaniem celowym i świadomym, a efekty pojawią się najszybciej i przyniosą największe korzyści. Innowacje powinny być tworzone i stosowane według z góry założonego i konsekwentnie realizowanego planu, wówczas może ich być nie tylko więcej, ale i koszt dochodzenia do efektów jest niższy (Grudzewski, Hejduk 2002: 21).

Skala innowacji w przedsiębiorstwie zależy w dużym stopniu od jego wielkości. Można wyróżnić argumenty świadczące o wyższej innowacyjności dużych firm, jak i przeciwne podkreślające przewagę innowacyjną sektora MŚP (Stawasz 1999: 50-59). Przewaga dużych firm tkwi w następujących czynnikach:

- działalność innowacyjna wymaga ponoszenia znacznych kosztów stałych, takich jak wydatki na badania i rozwój, wyposażenie rzeczowe, testowanie wyrobu, badania marketingowe i promocja,
- tylko firmy o dużej skali działalności będą traktować innowacje jako środek maksymalizacji swoich wyników ekonomicznych i pozycji rynkowej, mają korzystne warunki prowadzenia badań i wprowadzania nowych

produktów na rynek, mogą redukować koszty ogólne przedsiębiorstwa np. na badania i rozwój,

- działalność nakierowana na badania i rozwój jest wysoce ryzykowną inwestycją,

Natomiast przewaga innowacyjna MŚP przejawia się w następujących czynnikach:

- MŚP posiadają struktury zarządzania bardziej elastyczne i przedsiębiorcze, mniej sformalizowane,
- MŚP stwarzają środowisko wolne od ograniczeń biurokratycznych, administracyjnych,
- MŚP najczęściej nie posiadają wcześniejszych, obecnie w części przestarzałych, generacji technologii, stąd nie są one obciążeniem przy wprowadzaniu nowych technologii.

Powyżej przedstawione czynniki określają możliwości innowacyjne MŚP, ich mocne i słabe strony przy działalności innowacyjnej. Należy je uwzględnić oceniając stopień zaawansowania MŚP we wprowadzaniu innowacji.

Dalsza część artykułu skupia się na analizie problemu badawczego. Problemem badawczym jest ustalenie roli posiadanej wiedzy i realizowanych innowacji przez MŚP dla ich rozwoju. Przedmiotem analiz jest określenie poziomu rozwoju MŚP w kontekście stopnia zaangażowania niewielkich podmiotów w zdobywanie wiedzy i stawania się bardziej innowacyjnym podmiotem. Przy analizie problemu badawczego jako metodę badawczą przyjęto analizę statystyczną danych wtórnych pochodzących z wcześniejszych badań Głównego Urzędu Statystycznego, Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan i innych.

3. Znaczenie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w polskiej gospodarce

W literaturze poświęconej małym i średnim przedsiębiorstwom podkreśla się duże znaczenie tego sektora dla gospodarki w Polsce (por. Dominiak 2005; Sobczyk 2006). MŚP najszybciej przystosowują się do zmieniającego otoczenia oraz zmiennych warunków rynkowych, mają możliwość przeprowadzenia szybkich zmian profilu działalności gospodarczej, ponadto cechują się mobilnością i elastycznością. Właśnie one stanowią fundament stabilnego rozwoju oraz kształtowania się klasy średniej w społeczeństwie oraz najsukcesyjniej potrafią wchodzić w tzw. nisze rynkowe i błyskawicznie przystosowywać się do gustów konsumenckich.

Znaczenie oraz stopień rozwoju MŚP w polskiej gospodarce można określić badając następujące wskaźniki²:

- liczba aktywnie działających MŚP,
- udział MŚP w tworzeniu PKB,
- udział MŚP w wielkości zatrudnienia,
- udział MŚP w eksporcie.

Rodzaj przeds.	Liczba poszczególnych grup aktywnie działających przedsiębiorstw									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	1328384	1567413	1709294	1801748	1748775	1641403	1719615	1693547	1687781	1649602
Średnie	11885	12774	13322	14268	14227	13419	13086	13330	13995	14245
MŚP	1340269	1580187	1722616	1816016	1763002	1654822	1732701	1706887	1701776	1663847
Duże	3354	3419	3457	3184	3071	2808	2723	2665	2751	2832
Razem	1343623	1583606	1726073	1819200	1766073	1657630	1735424	1709542	1704527	1666679
Udział poszczególnych grup przedsiębiorstw wśród aktywnie działających firm (w %)										
Rodzaj przeds.	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	98,87	98,98	99,03	99,04	99,02	99,02	99,09	99,06	99,02	98,98
Średnie	0,88	0,81	0,77	0,78	0,81	0,81	0,75	0,78	0,82	0,85
MŚP	99,75	99,78	99,80	99,82	99,83	99,83	99,84	99,84	99,84	99,83
Duże	0,25	0,22	0,20	0,18	0,17	0,17	0,16	0,16	0,16	0,17
Dynamika poszczególnych grup aktywnie działających przedsiębiorstw (w %)										
Rodzaj przeds.	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	118,01	117,99	109,05	105,41	97,06	93,86	104,76	98,48	99,66	97,74
Średnie	106,57	107,48	104,29	107,10	99,71	94,32	97,52	101,86	104,99	101,79
MŚP	117,90	117,90	109,01	105,42	97,08	93,86	104,71	98,51	99,70	97,77
Duże	100,63	101,94	101,11	92,10	96,45	91,44	96,97	97,87	103,23	102,94
Razem	117,85	117,86	109,00	105,40	97,08	93,86	104,69	98,51	99,71	97,78

Tab. 1. Aktywnie działające małe, średnie i duże przedsiębiorstwa. Źródło: Raporty o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach od 1996/1997 do 2005/2006, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 1998-2007.

Kształtowanie się tych wskaźników w poszczególnych latach pokazuje tendencje rozwojowe zachodzące wśród MŚP. Liczbę aktywnie działających MŚP przedstawia tabela 1.

Biorąc pod uwagę liczbę przedsiębiorstw wzrosła rola MŚP, gdyż udział dużych firm zmniejszył się w omawianym okresie z 0,25% do 0,17%, czyli o 32%. Liczba MŚP zwiększyła się o 24%, zaś ilość dużych podmiotów zmniejszyła się o blisko 16%. Przyrost liczby MŚP miał miejsce szczególnie do 1999 r., następnie malał, z wyjątkiem 2002 r. W latach 2003-005 wręcz relatywnie spadła rola MŚP, gdyż wówczas liczba dużych podmiotów wzrosła.

Wskaźnikiem określającym stopień rozwoju MŚP jest udział tego sektora w tworzeniu PKB. Wzrost wartości PKB oraz udział poszczególnych grup przedsiębiorstw w jego tworzeniu przedstawia poniższa tabela.

	Wzrost wartości PKB w Polsce									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
PKB	6,0%	6,8%	5,0%	4,5%	4,2%	1,1%	1,4%	3,8%	5,3%	3,5%
Rodzaj przeds.	Udział poszczególnych grup przedsiębiorstw w tworzeniu PKB (w %)									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	29,0	36,0	38,5	38,0	39,0	39,4	41,0	39,2	38,4	38,2
Średnie	11,0	9,0	9,6	10,2	9,5	9,0	7,4	7,8	9,9	9,5
MŚP	40,0	45,0	48,1	48,2	48,5	48,4	48,4	47,0	48,3	47,7
Duże	26,0	24,0	23,0	22,2	20,8	19,9	20,2	21,2	21,7	21,9
Razem	66,0	69,0	71,1	70,4	69,3	68,3	68,6	68,2	70,0	69,6

Tab. 2. Wzrost wartości PKB oraz udział poszczególnych grup przedsiębiorstw w jego tworzeniu. Źródło: Raporty o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach od 1996/1997 do 2005/2006, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 1998-2007.

MŚP posiadają 48% udział w tworzeniu PKB. Poziom ten nie ulega większym zmianom od 1998 r. Wzrost miał miejsce właśnie do 1998 r. i od tego momentu ustabilizował się. Należy zatem przyjąć, że MŚP rozwijają się w stopniu odpowiadającym wzrostowi PKB w gospodarce.

Kolejnym wskaźnikiem określającym kształtowanie się rozwoju MŚP jest udział tego sektora w wielkości zatrudnienia. Dane na ten temat prezentuje tabela 3.

Zgodnie z powyższymi danymi wzrasta rola sektora MŚP w zatrudnieniu. W latach 1996–2005 MŚP zwiększyły liczbę pracujących o 7,2% (500 tys. osób) oraz zwiększyły udział w zatrudnieniu o 8,5%. Jednocześnie zmniejszyła się rola dużych przedsiębiorstw w zatrudnieniu. W tym okresie liczba pracujących obniżyła się o 25,5% (1,15 mln osób) oraz spadł udział w zatrudnieniu o 8,5%. MŚP stają się coraz bardziej znaczącymi podmiotami na rynku pracy.

Rosnąca dynamika zmian liczby pracujących w MŚP pokazuje, że najczęściej zatrudniały one więcej osób, niż zwalniały. Niewielkie podmioty

Rodzaj przeds.	Liczba pracujących w gospodarce narodowej, z podziałem na poszczególne przedsiębiorstwa									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	4 292 944	4 544 156	4 608 873	4 595 706	4 541 555	4 593 724	4 725 893	4 686 840	4 699 619	4 727 817
Średnie	2 278 434	2 427 145	2 483 738	2 556 037	2 520 412	2 349 575	2 280 288	2 254 364	2 267 901	2 317 795
MŚP	6 571 378	6 971 301	7 092 611	7 151 743	7 061 967	6 943 299	7 006 181	6 941 204	6 967 520	7 045 612
Duże	4 521 390	4 431 530	4 253 446	3 996 268	3 720 165	3 401 426	3 283 999	3 216 833	3 270 785	3 368 909
Razem	11 092 768	11 402 831	11 346 057	11 148 011	10 782 132	10 344 725	10 290 180	10 158 037	10 238 305	10 414 521
Udział poszczególnych grup przedsiębiorstw w liczbie pracujących (w %)										
Rodzaj przeds.	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	38,70	39,85	40,62	41,22	42,12	44,41	45,93	46,14	45,90	45,40
Średnie	20,54	21,29	21,89	22,93	23,38	22,71	22,16	22,19	22,15	22,26
MŚP	59,24	61,14	62,51	64,15	65,50	67,12	68,09	68,33	68,05	67,65
Duże	40,76	38,86	37,49	35,85	34,50	32,88	31,91	31,67	31,95	32,35
Dynamika zmian liczby pracujących (w %)										
Rodzaj przeds.	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	103,72	105,85	101,42	99,71	98,82	101,15	102,88	99,17	100,27	100,60
Średnie	105,46	106,53	102,33	102,91	98,61	93,22	97,05	98,86	100,60	102,20
MŚP	104,32	106,09	101,74	100,83	98,74	98,32	100,91	99,07	100,38	101,12
Duże	98,36	98,01	95,98	93,95	93,09	91,43	96,55	97,95	101,68	103,00
Razem	101,80	102,80	99,50	98,25	96,72	95,94	99,47	98,72	100,79	101,72

Tab. 3. Liczba pracujących w gospodarce narodowej, z wyjątkiem rolnictwa, leśnictwa, rybołówstwa oraz rybactwa. Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS i Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

odgrywają najważniejszą rolę w zmniejszaniu poziomu bezrobocia oraz przyjmowaniu nowych pracowników. Wiele osób zwolnionych z dużych przedsiębiorstw znajduje zatrudnienie w sektorze MŚP.

Skalę rozwoju MŚP obrazuje również udział tego sektora w eksporcie. Porównywalne dane o działalności eksportowej MŚP dostępne są za lata 1996–2002, co przedstawia poniższa tabela.

Rodzaj przeds.	Wielkość eksportu poszczególnych grup przedsiębiorstw (w mln USD)						
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Małe	5823,4	7859	7225,9	6899,8	7875,7	8022,4	8800,2
Średnie	3865,4	4037,5	6133,9	6172,4	6746,6	7825,3	9441,8
MŚP	9688,8	11896,5	13359,8	13072,2	14622,3	15847,7	18242
Duże	14969,4	13859,8	14869,1	14335,2	17029	20244,5	22758
Razem	24658,2	25756,3	28228,9	27407,4	31651,3	36092,2	41000
Rodzaj przeds.	Udział poszczególnych grup przedsiębiorstw w eksporcie (w %)						
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Małe	23,62	30,51	25,60	25,17	24,88	22,23	21,46
Średnie	15,68	15,68	21,73	22,52	21,32	21,68	23,03
MŚP	39,29	46,19	47,33	47,70	46,20	43,91	44,49
Duże	60,71	53,81	52,67	52,30	53,80	56,09	55,51
Rodzaj przeds.	Dynamika wielkości eksportu poszczególnych grup przedsiębiorstw (w %)						
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Małe	111,42	134,96	91,94	95,49	114,14	101,86	109,70
Średnie	107,70	104,45	151,92	100,63	109,30	115,99	120,66
MŚP	109,91	122,79	112,30	97,85	111,86	108,38	115,11
Duże	106,32	92,59	107,28	96,41	118,79	118,88	112,42
Razem	107,70	104,45	109,60	97,09	115,48	114,03	113,60

Tab. 4. Wielkość eksportu małych i średnich przedsiębiorstw. Źródło: Raporty o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach od 1996/1997 do 2002/2003, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 1998-2004.

W omawianym okresie MŚP nieznacznie zwiększyły udział w eksporcie (o 5%). Wzrost eksportu miał miejsce przede wszystkim wśród średniej wielkości podmiotów. Fakt ten pokazuje, że szczególnie ta grupa firm rozwinęła swoją działalność.

Na podstawie powyższej analizy można przedstawić następujące wnioski związane z rolą i rozwojem MŚP w Polsce:

- a) małe i średnie przedsiębiorstwa odgrywają dużą rolę w gospodarce. W Polsce w 2005 r. funkcjonowało aktywnie 1 663 847 przedsiębiorstw, z czego 99,83% stanowiły małe i średnie, są one zatem najliczniejszą grupą podmiotów w gospodarce. Ich znaczenie potwierdzone jest między innymi udziałem tego sektora w wytworzonym PKB (w 2005 r. udział ten wyniósł 47,7%), we wskaźniku określającym wielkość zatrudnienia

(w 2005 r. w MŚP było zatrudnionych 67,7% wszystkich pracowników) oraz udziałem w eksporcie (w 2002 r. wyniósł on 44,5%).

- b) MŚP znacznie rozwinęły działalność gospodarczą w latach 1996-2005. Należy jednak podkreślić, że rozwój ten jest widoczny głównie w latach 90. Biorąc pod uwagę późniejsze lata MŚP rozwijają się na poziomie odpowiadającym ogólnemu wzrostowi gospodarczemu kraju – obrazuje to przede wszystkim wskaźnik udziału niewielkich podmiotów w tworzeniu PKB.

4. Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw a poziom innowacji w niewielkich podmiotach

Miernikiem określającym poziom innowacji w MŚP jest kształtowanie się wielkości inwestycji w niewielkich podmiotach. Inwestycje mają duże znaczenie dla przedsiębiorstw, w tym małych i średnich. Sytuacja taka wynika przede wszystkim z tego, że bez inwestowania nie jest możliwe funkcjonowanie przedsiębiorstwa we współczesnych warunkach społeczno-gospodarczych. Inwestycje są jednym z najważniejszych sposobów realizacji rozwoju przedsiębiorstwa. Konieczność prowadzenia inwestycji wynika z rosnącej konkurencyjności na rynku, ciągle zmieniającego się otoczenia, pojawiających się nowych wyzwań do sprostania, rosnących oczekiwań klientów. W dobie szybkiego postępu technicznego i konkurencji na rynku szansę przetrwania i rozwoju zapewniają przedsiębiorstwom takie cechy jak nowoczesność, innowacyjność, elastyczność i adaptacyjność. Temu wszystkiemu powinny służyć inwestycje, zapewniać przedsiębiorstwu utrzymanie się na rynku i skuteczną walkę z konkurencją.

Duże znaczenie inwestycji dla sektora MŚP potwierdzają dane dotyczące wielkości oraz tendencji charakteryzujących realizowane inwestycje przez niewielkie podmioty. Wielkość, udział oraz dynamika prowadzonych przez MŚP inwestycji przedstawia tabela 5.

MŚP przeznaczając w przedstawionym okresie na realizację inwestycji ponad 380 000 mln zł, posiadając w granicach 45% udział w inwestycjach ogółem oraz ponad 50% udział wśród przedsiębiorstw prywatnych potwierdzają znaczącą rolę nakładów inwestycyjnych przy prowadzonej działalności gospodarczej. Natomiast niepokój budzą negatywne tendencje dotyczące kształtowania się wielkości inwestycji w sektorze MŚP oraz znaczne ich wahania z ostatnich kilku lat. Systematycznie malejąca od 1998 r. do 2002 r. dynamika inwestycji, a w szczególności w 2001 r. i 2002 r. jej spadek, oznaczający nominalną obniżkę wielkości prowadzonych inwestycji, należy uznać za wysoce niepokojące zjawisko. W 2003 r. ta negatywna tendencja została zahamowana, nastąpił niewielki wzrost inwestycji, z kolei w 2004 r. miał miejsce znaczny przyrost inwestycji, zaś w 2005 r. ich spadek. Taka zmienność świadczy o nieustabilizowanej sytuacji w MŚP w zakresie polityki inwestycyjnej. Przedstawione tendencje odpowiadają analizie kształtowania się rozwoju

MŚP przedstawionej w poprzednim rozdziale. Dane świadczą o jego wysokiej dynamice głównie w latach 90., kiedy również rósł poziom inwestycji.

Rodzaj przedś.	Wielkość inwestycji MŚP (w mln zł, ceny bieżące)									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
MŚP	17475	27712	38455	47315	53190	45975	31613	33834	44644	43625
	Udział MŚP w inwestycjach ogółem (w %)									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	21,3	22,6	22,2	25,1	26,9	27,8	25,3	26,0	25,8	22,4
Średnie	15,8	18,8	21,9	21,7	23,1	20,4	18,5	19,5	24,1	21,5
Razem MŚP	37,1	41,4	44,1	46,8	50,0	48,2	43,8	45,5	49,9	43,9
Duże	62,9	58,6	55,9	53,2	50,0	51,8	56,2	54,5	50,1	56,1
	Udział MŚP w inwestycjach przedsiębiorstw prywatnych (w %)									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	40,4	35,1	31,2	34,3	34,4	34,3	31,7	32,1	31,5	27,5
Średnie	25,7	27,1	30,3	27,6	28,0	22,6	20,8	21,2	26,5	23,7
Razem MŚP	66,1	62,2	61,5	61,9	62,4	56,9	52,5	53,6	58,0	51,2
Duże	33,9	37,8	38,5	38,1	37,6	43,1	47,5	46,4	42,0	48,8
	Dynamika inwestycji przedsiębiorstw prywatnych (w %)									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Małe	15,0	31,0	17,5	26,5	7,0	-8,5	-30,0	7,0	10,6	-3,8
Średnie	30,5	51,0	41,5	3,0	8,5	-25,0	-30,0	6,0	34,5	-1,5
Duże	40,0	62,5	32,5	14	6,0	7,0	-16,5	2,0	12,4	27,8
Ogółem	29,0	48,0	30,0	15,0	7,5	-7,5	-25,0	4,0	16,6	10,1

Tab. 5. Wielkość, udział oraz dynamika prowadzonych inwestycji przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródło: raporty o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach od 1996/1997 do 2005/2006, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 1998–2007.

Dodatkowo MŚP pogarszają swoją pozycję na rynku w odniesieniu do dużych przedsiębiorstw. Duże podmioty zwiększają udział w inwestycjach, posiadają korzystniejszą dynamikę inwestycji. Wśród MŚP średnie firmy korzystniej prezentują się w zakresie inwestycji. Podobnie jak to miało miejsce przy wielkości eksportu.

Blizszych informacji na temat ponoszonych nakładów na innowacje wśród wydatków inwestycyjnych daje struktura nakładów inwestycyjnych. Przed wszystkim udział nakładów na maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia obrazuje skalę i znaczenie innowacji dla poszczególnych grup przedsiębiorstw (Stan... 2005: 53). Z tego punktu widzenia najgorsza sytuacja jest w małych firmach, w których udział tych nakładów wynosi około 25% i w latach 1999–2005 pozostawał na zbliżonym poziomie. Dla nich największe znaczenie mają nakłady na budynki i budowle oraz środki transportu. Lepsza

sytuacja jest wśród średnich firm, dla nich udział ten wynosi ponad 50% i systematycznie rośnie. Natomiast duże firmy posiadają udział blisko 70%, który również rośnie. Dane te świadczą o zależności: poziom innowacyjności rośnie wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa. Pokazują również, że większe przedsiębiorstwa bardziej nakierowują się na innowacje, generują większe wydatki na ten cel, zaś w małych firmach sytuacja podjęcie do innowacji nie ulega poprawie.

Dane na temat liczby przedsiębiorstw ponoszących nakłady na innowacje oraz wielkości tych nakładów dostępne są dla średnich i dużych firm³. Wielkości te oraz ich dynamikę przedstawia poniższa tabela.

Rodzaj przeds.	Liczba przedsiębiorstw prywatnych ponoszących nakłady na innowacje							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Średnie	786	790	817	1023	1527	1797	1831	1961
Duże	451	692	715	710	760	747	725	712
Ogółem	1237	1482	1532	1733	2287	2544	2556	2673
Dynamika liczby przedsiębiorstw prywatnych ponoszących nakłady na innowacje (w %)								
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Średnie	bd	100,5	103,4	125,2	149,3	117,7	101,9	107,1
Duże	bd	153,4	103,3	99,3	107,0	98,3	97,1	98,2
Ogółem	bd	119,8	103,4	113,1	132,0	111,2	100,5	104,6
Wielkość nakładów na innowacje (w tys. zł)								
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Średnie	1161	1113	1488	2505	2267	2165	2159	2478
Duże	2397	4615	5916	7419	5942	7089	9152	11120
Ogółem	3559	5727	7404	9924	8209	9254	11311	13598
Dynamika nakładów na innowacje (w %)								
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Średnie	bd	95,8	133,7	168,4	90,5	95,5	99,7	114,8
Duże	bd	192,5	128,2	125,4	80,1	119,3	129,1	121,5
Ogółem	bd	160,9	129,3	134,0	82,7	112,7	122,2	120,2
Nakłady na innowacje w przeliczeniu na jedno przedsiębiorstwo wdrażające innowacje (w zł)								
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Średnie	1478	1408	1821	2449	1485	1205	1179	1264
Duże	5315	6669	8274	10449	7819	9490	12624	15618
Ogółem	2877	3865	4833	5726	3590	3638	4425	5087

Tab. 6. Wielkość, liczba oraz dynamika prowadzonych innowacji przez średnie i duże przedsiębiorstwa. Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS, bd – brak danych.

Na podstawie przedstawionych danych można wysnuć następujące wnioski.

- a) Systematycznie rośnie liczba średnich przedsiębiorstw ponoszących nakłady na innowacje. W latach 1996–2003 wzrosła ona blisko o 150%, osiągając w 2003 r. prawie 2000 firm. Wśród ogółu aktywnie działających średnich firm na rynku ponoszące nakłady na innowacje stanowiły w 2003 r. 14,7%, zaś w 1996 r. tylko 6,6%. Natomiast liczba dużych firm wdrażających innowacje od 1997 r. pozostawała na zbliżonym poziomie, w 2003 r. stanowiły one 26,7% aktywnie działających dużych przedsiębiorstw.
- b) Nastąpił również wzrost wielkości nakładów inwestycyjnych w średnich firmach do blisko 2,5 mln zł w 2003 r. W latach 1996–2003 wielkość nakładów wzrosła o ponad 110%. Jednocześnie w dużych firmach wzrost ten był znacznie większy niż w średnich. W 2003 r. ich nakłady na innowacje przekroczyły 11,1 mln zł, w badanym okresie zwiększyły się ponad ośmiokrotnie.
- c) Wśród średnich przedsiębiorstw spadł poziom nakładów na innowacje w przeliczeniu na jedno przedsiębiorstwo. Przeciwna sytuacja miała miejsce w przypadku dużych firm, wśród których nakłady na jeden podmiot wzrosły blisko dwukrotnie. W konsekwencji znacznie wzrosło znaczenie dużych firm kosztem średnich w kontekście innowacyjności. Pomimo wzrostu liczby i poziomu nakładów innowacyjnych w średnich firmach zwiększył się dystans dzielący duże podmioty od średnich, jeżeli chodzi o ich rolę we wdrażaniu innowacji w gospodarce.

5. Zaangażowanie małych i średnich przedsiębiorstw w działalność innowacyjną

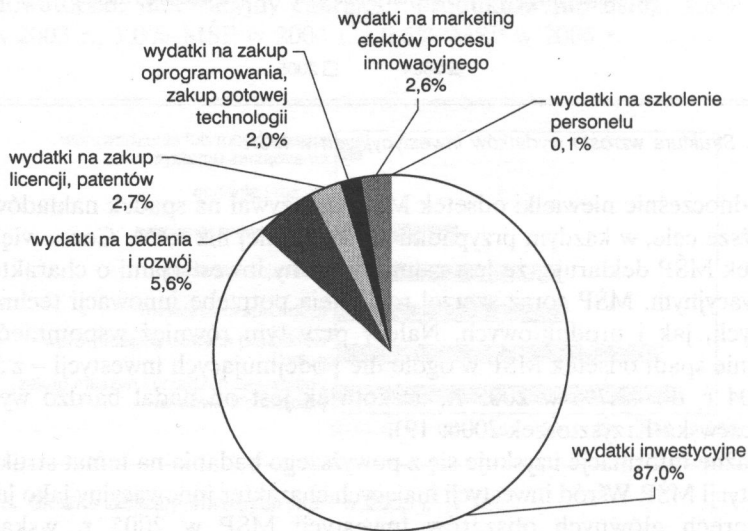
Poziom innowacyjności MŚP pokazują badania poświęcone funkcjonowaniu tego sektora w gospodarce. W najszerszym zakresie są to badania Głównego Urzędu Statystycznego, na podstawie których można porównać innowacyjność MŚP z dużymi firmami. Ponadto instytucje zajmujące się monitorowaniem MŚP (np. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Polska Konfederacja Przedsiębiorstw Prywatnych Lewiatan), badając ten sektor, wiele miejsca poświęcają wiedzy i innowacyjności.

Zgodnie z badaniami GUS⁴ w latach 2002–2004 wdrożyło innowacje 17% małych firm, 40% średnich oraz 67% dużych podmiotów. Natomiast przedsiębiorstw, które w tym okresie podjęły jakiegokolwiek działania na rzecz wdrożenia nowych wyrobów lub procesów, było odpowiednio 21%, 50% i 90%.

Ważną informacją w zakresie innowacji w MŚP jest ich struktura. Wyżej określone badanie wskazuje na następującą strukturę nakładów innowacyjnych (PARP 2006: 14–17):

- wydatki inwestycyjne: 87% nakładów MŚP na innowacje,
- wydatki na badania i rozwój: 5,6% MŚP nakładów na innowacje,

- wydatki na zakup licencji, patentów itp.: 2,7% nakładów MŚP na innowacje,
- wydatki na zakup oprogramowania, zakup gotowej technologii: 2% nakładów MŚP na innowacje,
- wydatki na marketing efektów procesu innowacyjnego: 2,6% nakładów MŚP na innowacje,
- wydatki na szkolenia personelu: śladowe ilości nakładów MŚP na innowacje.

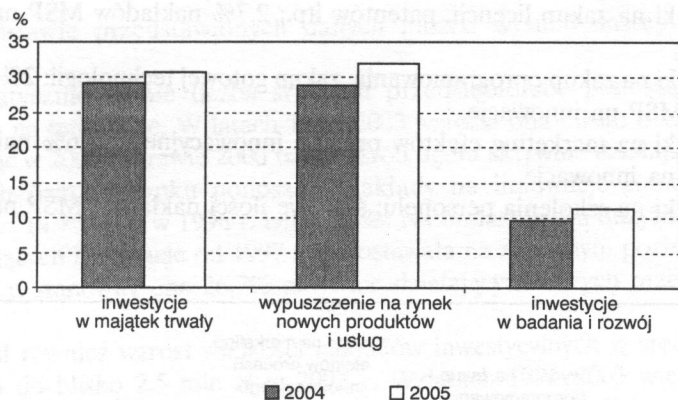


Rys. 1. Struktura nakładów innowacyjnych w MŚP.

W związku z powyższym dla określenia istotności innowacji dla MŚP należy w pierwszej kolejności rozpatrzyć wydatki inwestycyjne tego sektora.

Zmianę podejścia MŚP do wydatków inwestycyjnych pomiędzy 2004 r. i 2005 r. obrazują badania MŚP wykonane dla Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan (PKPP)⁵. Jako wzrost wydatków MŚP wskazały na następujące cele (Starczewska-Krzysztożek 2006: 15–17):

- inwestycje w majątek trwały: 29,3% MŚP w 2004 r. i 30,8% MŚP w 2005 r.,
- wypuszczenie na rynek nowych produktów i usług: 28,8% MŚP w 2004 r. i 32,0% MŚP w 2005 r.,
- inwestycje w badania i rozwój: 9,6% MŚP w 2004 r. i 11,4% MŚP w 2005 r.



Rys. 2. Struktura wzrostu wydatków inwestycyjnych w MŚP.

Jednocześnie niewielki odsetek MŚP wskazywał na spadek nakładów na powyższe cele, w każdym przypadku było to mniej niż 4,4%. Coraz większy odsetek MŚP deklaruje, że jest zainteresowany inwestycjami o charakterze innowacyjnym. MŚP coraz szerzej rozumieją potrzebę innowacji technologicznych, jak i produktowych. Należy przy tym również wspomnieć, że znacznie spadł odsetek MŚP w ogóle nie podejmujących inwestycji – z 51% w 2004 r. do 42,7% w 2005 r., aczkolwiek jest on nadal bardzo wysoki (Starczewska-Krzysztozek 2006: 19).

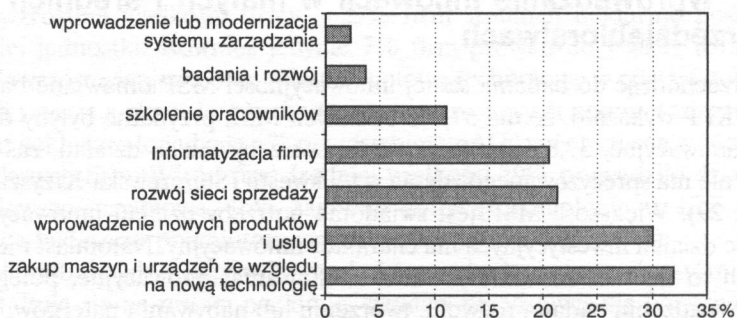
Ważne informacje uzyskuje się z powyższego badania na temat struktury inwestycji MŚP. Wśród inwestycji mających charakter innowacyjny jako jeden z czterech głównych obszarów inwestycji MŚP w 2005 r. wskazały (Starczewska-Krzysztozek 2006: 20):

- zakup maszyn i urządzeń ze względu na nowa technologię: 32% MŚP,
- wprowadzenie nowych produktów i usług: 30,1% MŚP,
- rozwój sieci sprzedaży: 21,2%,
- informatyzacja firmy: 20,5% MŚP,
- szkolenie pracowników: 11,1% MŚP,
- badania i rozwój: 3,7% MŚP,
- wprowadzenie lub modernizacja systemu zarządzania: 2,3% MŚP.

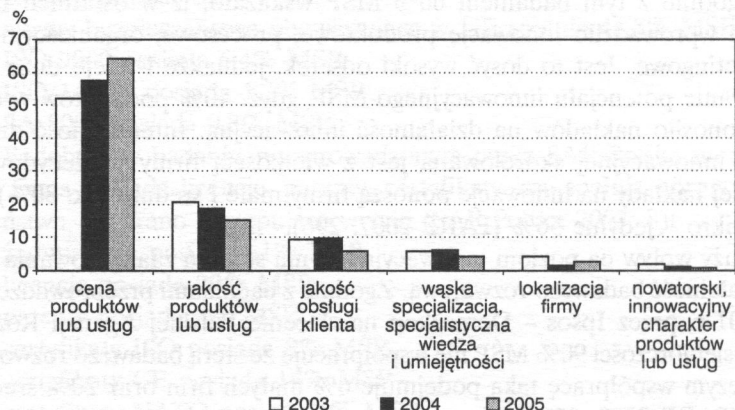
Wśród czterech głównych obszarów inwestycji realizowanych przez MŚP w 2005 r. około 75% stanowiły inwestycje o szeroko rozumianym charakterze innowacyjnym. Niestety inwestycje w badania i rozwój były istotne dla niewielkiego odsetka MŚP, jedynie 0,9% wskazało je jako główny obszar inwestycji. MŚP nadal uważają inwestycje w badania i rozwój jako niepotrzebne.

Znaczenie innowacji dla MŚP pokazują również czynniki decydujące o konkurencyjności firmy na rynku. Na podstawie omawianego badania w latach 2003-2005 kształtowały się one w następujący sposób (Starczewska-Krzysztozek 2006: 23):

- cena produktów lub usług: 51,9% MŚP w 2003 r., 57,6% MŚP w 2004 r. i 64,3% MŚP w 2005 r.,
- jakość produktów lub usług: 20,9% MŚP w 2003 r., 18,7% MŚP w 2004 r. i 15,2% MŚP w 2005 r.,
- jakość obsługi klienta: 9,5% MŚP w 2003 r., 9,6% MŚP w 2004 r. i 5,9% MŚP w 2005 r.,
- wąska specjalizacja, specjalistyczna wiedza i umiejętności: 5,8% MŚP w 2003 r., 6,2% MŚP w 2004 r. i 4,2% MŚP w 2005 r.,
- lokalizacja firmy: 4,4% MŚP w 2003 r., 1,5% MŚP w 2004 r. i 2,9% MŚP w 2005 r.,
- nowatorski, innowacyjny charakter produktów lub usług: 1,8% MŚP w 2003 r., 1,0% MŚP w 2004 r. i 0,6% MŚP w 2005 r.



Rys. 3. Główne obszary inwestycji MŚP w 2005 r.



Rys. 4. Czynniki decydujące o konkurencyjności firmy na rynku.

Powyższe dane pokazują, że rośnie znaczenie czynników niezwiązanych z innowacjami, jak cena czy lokalizacja firmy, zaś spada znaczenie czynników opartych na działaniach innowacyjnych jak nowatorski charakter produktów lub usług, jakość produktów lub usług oraz obsługi klienta, specjalistyczna wiedza i umiejętności. Taka postawa MŚP świadczy o budowaniu własnej konkurencyjności w oparciu o nietrwale i łatwo podlegające naśladowaniu kryteria, mające znaczenie głównie w krótkim okresie. Natomiast budowanie trwałych podstaw wzrostu konkurencyjności na rynku opartych na działaniach innowacyjnych ma coraz mniejsze znaczenie dla MŚP. Taką sytuację potwierdza również wcześniejsze badanie MŚP przeprowadzone przez SAP Polska⁶; również zgodnie z nim innowacyjność okazała się najmniej znacząca (SAP Polska 2003: 11).

6. Wprowadzanie innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach

Przechodząc do badania samej innowacyjności MŚP omawiane badanie dla PKPP wykazało, że dla 57,4% badanych MŚP przydatne byłyby działania innowacyjne, 37,8% MŚP nie widzi potrzeby takich działań, zaś 4,8% MŚP nie ma sprecyzowanego zdania w tej kwestii (Starczewska-Krzysztozek 2006: 29). Większość MŚP jest świadoma potrzeby działań innowacyjnych i wiele działań inwestycyjnych ma charakter innowacyjny. Natomiast niewiele z nich to typowe, charakterystyczne zachowania innowacyjne, polegające na prowadzeniu badań i rozwoju, tworzeniu lub nabywaniu patentów, licencji, wprowadzaniu unikatowych produktów i usług.

Taką sytuację potwierdza najnowsze badanie stanu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw przeprowadzone na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)⁷.

Zgodnie z tym badaniem 60% MŚP wskazało, iż w ostatnich trzech latach wprowadziło innowacje produktowe, procesowe, organizacyjne lub marketingowe. Jest to dosyć wysoki odsetek, jednakże istnieje duże zróżnicowanie potencjału innowacyjnego MŚP, gdyż 40% podmiotów w ogóle nie ponosiło nakładów na działalność innowacyjną. Intensywność działalności innowacyjnej skorelowana jest z wielkością firmy – zdecydowanie częściej nakłady na innowacje ponoszą firmy małe i średnie (ok. 80%) firm niż mikro – jedynie 56% (PARP 2007: 296).

Duży wpływ na poziom innowacyjności ma stopień zaangażowania MŚP w działalność badawczo-rozwojową. Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi w 2001 r. przez Ipsos – Demoskop na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości 90% MŚP nie współpracuje ze sferą badawczo rozwojową, przy czym współpracę taką podejmuje 6% małych firm oraz 20% średnich firm (PARP 2002: 231–233).

Z kolei w latach 2002–2004 zgodnie z badaniami GUS około 9% firm inwestowało w badania i rozwój, z tego 5% małych, 14% średnich oraz

34% dużych przedsiębiorstw. W skali kraju nakłady te są bardzo niewielkie, rocznie wynoszą około 0,6% PKB. Wydatki na badania i rozwój to niewielki element działalności innowacyjnej polskich MŚP – w gronie małych firm było to 6%, a w średnich 5% (PARP 2006: 11–14).

Również najnowsze badanie z 2006 r. przeprowadzone na rzecz PARP wyraźnie wskazuje, iż wśród polskich MŚP istnieje stosunkowo ograniczona liczba przedsiębiorstw dysponujących wysokim potencjałem innowacyjnym. Wskazuje na to fakt, iż jedynie 8–9% firm wprowadziło innowacje produktowe i procesowe będące nowością w skali branży (do tej pory nie stosowane w świecie), a w przypadku innowacji organizacyjnych i marketingowych takich firm było jedynie 3–4%. Potwierdzeniem tej tezy jest również fakt, iż jedynie niewielka liczba przedsiębiorstw (4%) posiada własną jednostkę odpowiedzialną za projektowanie lub rozwój nowych produktów i technologii. Udział firm z własną jednostką projektową lub rozwojową rośnie wraz ze wzrostem wielkości firmy – 29% firm średnich deklaruje posiadanie takiej jednostki. Również jedynie 7% firm prowadziło własną działalność badawczo-rozwojową oraz zakupiło gotową technologię w postaci dokumentacji i praw, a zlecenie prac badawczo - rozwojowych podmiotom zewnętrznym deklarowało jedynie 4% przedsiębiorstw. Udziały te rosną w przypadku większych firm. Wśród firm średniej wielkości 29% prowadziło działalność badawczo-rozwojową, 16% zakupiło gotową technologię, a 13% zlecało prace badawcze podmiotom zewnętrznym (PARP 2007: 296).

Podobnie jak w przypadku wydatków na badania i rozwój, które w MŚP kształtują się na niskim poziomie, sytuacja przedstawia się odnośnie nabywania patentów, licencji itp.

Świadczą o tym dane na podstawie badania MŚP z 2005 r.⁸ dotyczące posiadania certyfikatów, patentów, spełniania norm bezpieczeństwa (Starczewska-Krzysztosek 2005: 28):

- patenty posiada 5,3% MŚP,
- normy bezpieczeństwa obowiązujące w UE spełnia 44,8% MŚP,
- ISO 9000 posiada 6,4% MŚP,
- ISO 14 001 posiada 1,2% MŚP,
- SA 8000 posiada 0,8% MŚP.

Podobnie w badaniu przeprowadzonym przez SAP Polska na pytanie, czy firma posiada licencje, patenty, certyfikaty, czy spełnia normy bezpieczeństwa, uzyskano następujące wyniki (SAP Polska 2003: 8):

- żadnych nie posiada 61% MŚP,
- licencję posiada 20% MŚP,
- patenty posiada 5% MŚP,
- certyfikaty ISO posiada 8% MŚP,
- certyfikaty CE posiada 18% MŚP,
- certyfikaty NATO posiada 1% MŚP.

Zgodnie z jeszcze wcześniejszym badaniem z 2001 r.⁹ sytuacja pod tym względem przedstawiała się następująco (PARP 2001: 24):

- certyfikat jakości posiadało 2% MŚP,
- patenty, licencje oraz znaki towarowe stworzone wewnątrz firmy posiadało 10% MŚP,
- patenty, licencje oraz znaki towarowe nabyte odpłatnie posiadało 12% MŚP.

Jednocześnie badanie to wykazało zależność znacznie częstszego posiadania któregośkolwiek z tych wartości prawnych przez firmy większe, osiągające większe obroty, prowadzące działalność w szerszym zakresie.

Powyższe badania pokazują, że skala posiadania przez MŚP patentów, licencji, certyfikatów nie ulega większym zmianom, nie widać poprawy postawy niewielkich podmiotów w tym zakresie.

O poziomie innowacji MŚP mówi również pochodzenie nakładów na innowacje. MŚP były źródłem zaledwie 28% nakładów na innowacje, a pozostałe nakłady to działalność dużych firm.

Przedstawione powyżej wyniki badań pokazują niewielkie zaangażowanie MŚP w typową działalność innowacyjną. Produkty MŚP nie mają charakteru nowatorskiego, licencje, patenty i certyfikaty to domena niewielu MŚP, współpraca z instytucjami naukowo-badawczymi to rzadkość. Należy jednocześnie podkreślić, że zaangażowanie to rośnie wraz ze wzrostem wielkości firmy, najgorzej jest wśród mikro i małych firm, znacznie lepiej u średnich.

Na podstawie omówionych badań dotyczących postawy MŚP w stosunku do innowacji można sformułować następujące wnioski.

- a) Rośnie w MŚP świadomość potrzeby działań inwestycyjnych. Spada liczba MŚP w ogóle nie prowadzących inwestycji, wzrastają wydatki inwestycyjne. Duża część z tych inwestycji odpowiada szeroko rozumianym innowacjom.
- b) Głównym celem prowadzonych inwestycji jest obniżenie kosztów prowadzonej działalności, co związane jest z przyjęciem ceny jako podstawy przewagi konkurencyjnej. Dlatego MŚP przywiązują niewielką uwagę do typowych działań innowacyjnych, praktycznie nie mają one dla nich żadnego znaczenia.
- c) Innowacyjność MŚP pozostaje na niskim poziomie, bardzo wolno ulega niewielkiej poprawie. Poprawa innowacyjności dotyczy praktycznie tylko średnich przedsiębiorstw.

7. Zaangażowanie małych i średnich przedsiębiorstw w zdobywanie wiedzy

MŚP będzie się rozwijać, jeżeli zaistnieją sprzyjające warunki. Jednym z nich jest nastawienie właściciela, pracowników na rozwój firmy i dążenie do tego. Na tym tle pojawia się wiedza, niezbędna do realizacji rozwoju firmy. Szczególnie właściciel MŚP powinien posiadać nie tylko ściśle merytoryczną wiedzę na temat zakresu przedmiotowego prowadzonej działalności, ale również związaną z zarządzaniem firmą, jej funkcjonowaniem, rozwojem, finan-

sowaniem. W realizacji rozwoju firmy czynny udział muszą brać pracownicy, oni również powinni posiadać właściwy poziom wiedzy na ten temat.

Ponadto wiedza jest niezbędna dla wdrażania innowacji w MŚP. Podstawowym wymogiem, aby efektywnie wprowadzać w przedsiębiorstwie innowacje jest posiadanie właściwej wiedzy na ich temat. Ważną umiejętnością jest zgromadzenie odpowiedniej wiedzy, która daną innowację pozwoliłaby wdrożyć. Innowacje najczęściej wymagają specjalistycznej wiedzy, dlatego dla MŚP często jej uzyskanie jest trudnym przedsięwzięciem. Należy zatrudnić kompetentne osoby posiadające potrzebną wiedzę lub skorzystać z usług doradczych. Oba te rozwiązania wiążą się z dodatkowymi kosztami dla MŚP. Dlatego duże znaczenie należy przypisać umiejętności samodzielnego zgromadzenia potrzebnej wiedzy niezbędnej do wdrożenia innowacji.

Badania poświęcone MŚP rozpatrują kształtowanie się wiedzy w tych przedsiębiorstwach w kontekście jej roli przy wdrażaniu innowacji. Na tej podstawie można dokonać analizy poziomu i jakości wiedzy w kontekście rozwoju przedsiębiorstwa.

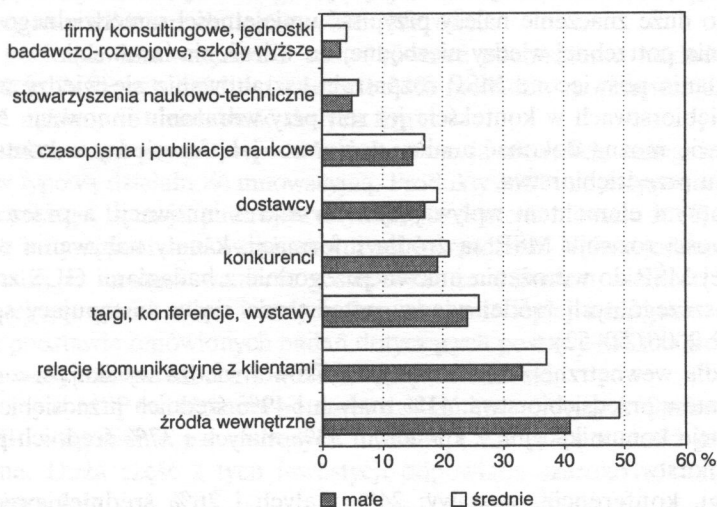
Istotnym elementem wpływającym na zakres innowacji, a przez to na możliwości rozwoju MŚP, są źródła informacji, kanały nabywania wiedzy służącej MŚP do wdrożenia innowacji. Zgodnie z badaniami GUS znaczenie poszczególnych źródeł wiedzy przedstawia się w następujący sposób (PARP 2006: 50–52):

- źródła wewnętrzne – wiedza pracowników i wiedza wynikająca z dokumentów przedsiębiorstwa: 41% małych i 49% średnich przedsiębiorstw,
- relacje komunikacyjne z klientami: 33% małych i 37% średnich przedsiębiorstw,
- targi, konferencje, wystawy: 24% małych i 26% średnich przedsiębiorstw,
- konkurenci: 19% małych i 21% średnich przedsiębiorstw,
- dostawcy: 17% małych i 19% średnich przedsiębiorstw,
- czasopisma i publikacje naukowe: 15% małych i 17% średnich przedsiębiorstw,
- towarzystwa i stowarzyszenia naukowo - techniczne, specjalistyczne i zawodowe oraz inne podmioty tego typu: 5% małych i 7% średnich przedsiębiorstw,
- firmy konsultingowe, placówki naukowe, jednostki badawczo-rozwojowe, zagraniczne publiczne instytucje badawcze, szkoły wyższe: 3,5% małych i 4% średnich przedsiębiorstw.

Natomiast rozpatrując badania przeprowadzone w 2003 r.¹⁰ stopień ważności poszczególnych źródeł informacji dla inicjatyw innowacyjnych przedstawiał się następująco (nieważne 1 – bardzo ważne 3) (Olszewski 2003: 21):

- klienci i odbiorcy: 2,7,
- konkurencja: 2,5,
- dostawcy: 2,1,
- targi i prezentacje: 2,0,

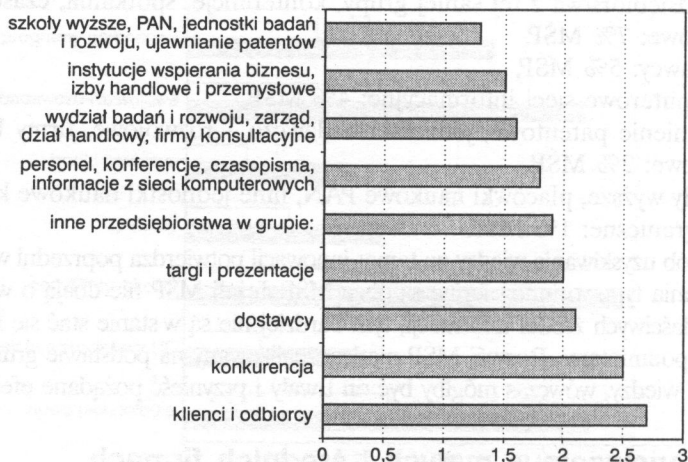
- inne przedsiębiorstwa w grupie: 1,9,
- zatrudniony w tym celu personel, profesjonalne konferencje, spotkania, czasopisma, informacje z sieci komputerowych: 1,8,
- wydział badań i rozwoju, zarząd, dział handlowy, firmy konsultacyjne: 1,6,
- publiczne instytucje wspierania biznesu, izby handlowe i przemysłowe: 1,5,
- uniwersytety i inne szkoły wyższe, instytucje naukowe PAN, branżowe jednostki badań i rozwoju, inne instytucje badawcze krajowe i zagraniczne, ujawnianie patentów: 1,3.



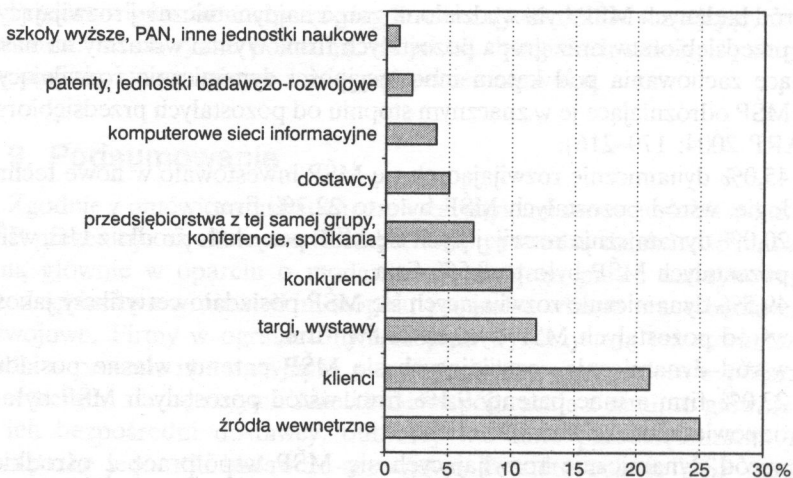
Rys. 5. Znaczenie poszczególnych źródeł wiedzy do wdrożenia innowacji wśród MŚP.

Powyższy katalog źródeł wiedzy pokazuje, że w najmniejszym stopniu wykorzystywane są te, które faktycznie mogą MŚP zmienić w firmę innowacyjną i przyczynić się do faktycznego jej rozwoju. Najczęściej wykorzystywane źródła służą tylko do bieżącego monitorowania sytuacji i ewentualnych działań, jeżeli przedsiębiorstwo dostanie taki sygnał z otoczenia. Podobne wyniki zostały uzyskane z wcześniejszego badania przeprowadzonego przez GUS, zgodnie z którym za główne źródło informacji dla innowacji MŚP przyjęły (PARP 2002: 222):

- źródła wewnętrzne: 25% MŚP,
- klienci: 21% MŚP,
- targi, wystawy: 12% MŚP,
- konkurenci: 10% MŚP,



Rys. 6. Stopień ważności poszczególnych źródeł informacji dla inicjatyw innowacyjnych MŚP.



Rys. 7. Główne źródła informacji dla innowacji MŚP.

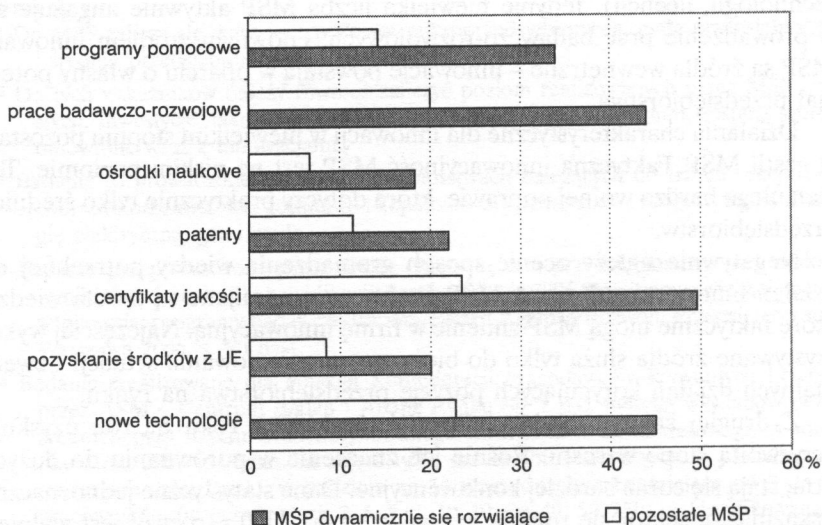
- przedsiębiorstwa z tej samej grupy, konferencje, spotkania, czasopisma fachowe: 7% MŚP,
- dostawcy: 5% MŚP,
- komputerowe sieci informacyjne: 4% MŚP,
- ujawnienie patentowe, jednostki badawczo – rozwojowe, firmy konsultingowe: 2% MŚP,
- szkoły wyższe, placówki naukowe PAN, inne jednostki naukowe krajowe i zagraniczne: 1% MŚP.

Sposób uzyskiwania wiedzy na temat innowacji potwierdza poprzedni wniosek, że działania typowo innowacyjne są obce MŚP. Jeżeli MŚP nie dbają o wykorzystanie właściwych źródeł informacji, tym bardziej nie są w stanie stać się innowacyjnymi podmiotami. Rozwój MŚP nie jest realizowany na podstawie gruntownie zdobytej wiedzy, wówczas mógłby być on trwały i przynieść pożądane efekty.

8. Innowacje w małych i średnich firmach rozwojowych

Istotną kwestią jest określenie, czym wyróżniają się pod kątem innowacyjności najbardziej dynamicznie rozwijające się MŚP od ogółu funkcjonujących na rynku. Informacje takie można uzyskać z wyników badania przeprowadzonego na rzecz Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości¹¹. Wśród badanych MŚP była wydzielona grupa najdynamiczniej rozwijających się przedsiębiorstw oraz grupa pozostałych firm. Wyniki wskazały na następujące zachowania pod kątem innowacyjności dynamicznie rozwijających się MŚP odróżniające je w znacznym stopniu od pozostałych przedsiębiorstw (PARP 2004: 179–216):

- 45,0% dynamicznie rozwijających się MŚP inwestowało w nowe technologie, wśród pozostałych MŚP było to 22,7% firm,
- 20,0% dynamicznie rozwijających się MŚP pozyskało środki z UE, wśród pozostałych MŚP było to 8,5% firm,
- 49,5% dynamicznie rozwijających się MŚP posiadało certyfikaty jakości, wśród pozostałych MŚP było to 23,5% firm,
- wśród dynamicznie rozwijających się MŚP patenty własne posiadało 22,0% firm a inne patenty 9,1% firm, wśród pozostałych MŚP było to odpowiednio 11,5% i 4,9% firm,
- wśród dynamicznie rozwijających się MŚP współpracę z ośrodkiem naukowym prowadziło 18,3% firm, z instytutem badawczym 31,7% firm a z uczelnią 29,8% firm, wśród pozostałych MŚP było to odpowiednio 6,7%, 13,0% i 12,5% firm,
- 44,0% dynamicznie rozwijających się MŚP przeznaczyło środki na prace badawczo rozwojowe, wśród pozostałych MŚP było to 20,0% firm,
- 33,9% dynamicznie rozwijających się MŚP korzystało z programów pomocowych, wśród pozostałych MŚP było to 14,3% firm.



Rys. 8. Zachowania pod kątem innowacyjności dynamicznie rozwijających się MŚP na tle pozostałych małych i średnich przedsiębiorstw.

Przedstawione różnice pomiędzy firmami dynamicznie rozwijającymi się i pozostałymi na rynku pokazują, na jakich działaniach należy się skupić, aby stać się innowacyjnym i osiągnąć sukces na rynku.

9. Podsumowanie

Zgodnie z omówionymi badaniami i statystykami innowacyjność polskich MŚP prezentuje się stosunkowo słabo. MŚP prowadzą działalność innowacyjną głównie w oparciu o modernizację swojego parku maszynowego. Przedsiębiorstwa w niewielkim stopniu prowadzą własne prace badawczo-rozwojowe. Firmy w ograniczonym stopniu wykorzystują też zewnętrzne źródła w procesie innowacyjnym, o czym świadczy niski poziom współpracy z partnerami zewnętrznymi. Jeżeli MŚP współpracują z nimi, to głównie są to ich bezpośredni dostawcy, odbiorcy lub inne przedsiębiorstwa niż zewnętrzne jednostki badawczo-rozwojowe. Ponadto polskie MŚP rzadko wykorzystują technologie informacyjno – telekomunikacyjnej, w szczególności Internet.

Należy zaznaczyć, że innowacyjność MŚP cechuje się dużym zróżnicowaniem. To zróżnicowanie zależy od branży, w której działa przedsiębiorstwo, struktury własności MŚP, samej chęci do rozwoju, wykształcenia właściciela i pracowników.

Należy również zwrócić uwagę na źródła innowacji w MŚP. Innowacyjność w MŚP jest tworzona głównie poprzez procesy inwestycyjne (zakupy maszyn,

technologii, licencji). Jedynie niewielka liczba MŚP aktywnie angażuje się w prowadzenie prac badawczo-rozwojowych. Głównym źródłem innowacji MŚP są źródła wewnętrzne – innowacje powstają w oparciu o własny potencjał przedsiębiorstwa.

Działania charakterystyczne dla innowacji w niewielkim stopniu pozostaje w gestii MŚP. Faktyczna innowacyjność MŚP jest na niskim poziomie. Ten stan ulega bardzo wolnej poprawie, która dotyczy praktycznie tylko średnich przedsiębiorstw.

Negatywnie należy ocenić sposób gromadzenia wiedzy potrzebnej do działań innowacyjnych przez MŚP. Praktycznie pomijane są źródła wiedzy, które faktycznie mogą MŚP zmienić w firmę innowacyjną. Najczęściej wykorzystywane źródła służą tylko do bieżącego monitorowania sytuacji i ewentualnych działań korygujących pozycję przedsiębiorstwa na rynku.

Z drugiej strony należy podkreślić, że MŚP z roku na rok uzyskują przyzwoitą stopę wzrostu. Rośnie ich znaczenie w porównaniu do dużych firm, stają się coraz bardziej konkurencyjne. Dane statystyczne jednoznacznie wskazują, że sektor się rozwija, co najwyżej od 2000 r. rozwój jest wolniejszy niż w latach 90.

Na podstawie powyższej analizy można przedstawić wniosek, że rola wiedzy i innowacji w rozwoju ogółu MŚP jest znikoma.

Badania pokazują również, że wśród MŚP istnieje grupa rzeczywiście innowacyjnych przedsiębiorstw, głównie średniej wielkości. Przedsiębiorstwa te znacząco odróżniają się od pozostałych, stanowią przykład podejścia innowacyjnego do prowadzenia działalności. Jednocześnie firmy te rozwijają się znacznie szybciej od przeciętnej dla ogółu MŚP. Uwzględnić należy również znaczne zróżnicowanie poziomu innowacji i posiadanej wiedzy wśród MŚP. Badania świadczące o takim zróżnicowaniu wskazują na fakt istnienia MŚP, dla których innowacje i wiedza mają podstawowe znaczenie i są podstawą ich rozwoju.

Można zatem przedstawić również drugi wniosek, że wiedza i innowacje to niezbędne elementy warunkujące uzyskanie przez MŚP trwałego rozwoju. Najlepiej rozwijające się MŚP są przykładem, jak dużą rolę należy przykładać do posiadania wiedzy, jej przełożenia do praktycznych działań firmy, w tym innowacyjnych. Takie podejście daje realną szansę trwałego rozwoju i bycia wyróżniającym się, bardziej konkurencyjnym podmiotem na rynku.

Informacje o autorze

Dr Robert Wolański – Katedra Prawnych Problemów Administracji i Zarządzania, Zakład Finansowo-Prawnych Problemów Zarządzania, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski. E-mail: RWolanski@mail.wz.uw.edu.pl.

Przypisy

- ¹ Do MŚP zalicza się działające w Polsce mikroprzedsiębiorstwa, małe przedsiębiorstwa i średnie przedsiębiorstwa.
- ² Do tych wskaźników należy również zaliczyć poziom realizowanych przez MŚP inwestycji. Inwestycje, jako że bezpośrednio są związane z innowacjami, zostaną szeroko omówione wraz z innowacjami.
- ³ Badanie to prowadzone jest w przedsiębiorstwach należących do trzech sekcji: przetwórstwo przemysłowe, górnictwo i kopalnictwo, wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz i wodę.
- ⁴ Badanie przeprowadzone przez GUS, objęte są nim przedsiębiorstwa przemysłowe, wyniki badań pochodzą z publikacji: *Innowacyjność 2006 Stan innowacyjności, metody wspierania, programy badawcze Raport*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2006, s. 9 i nast.
- ⁵ Badanie zrealizowane dla Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan przez ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o. metodą wywiadów bezpośrednich przy użyciu ustrukturyzowanego kwestionariusza ankietowego w marcu i kwietniu 2006 r. Badaniem objęto tylko przedsiębiorstwa prywatne, zlokalizowane na terenie całej Polski, w podziale na 16 województw, zatrudniające od 2 do 250 pracowników (w przedziałach 2–5, 6–9, 10–19, 20–49, 50–250), zaklasyfikowane do sekcji D, F, G, H, I, K, M, N. Próba badawcza obejmowała MŚP zatrudniające od 2 do 250 pracowników, próba została oparta na schemacie losowania warstwowego – nieproporcjonalnego. Zrealizowana próba badawcza wynosiła około 1200 firm.
- ⁶ Badanie wykonane przez SAP Polska przy współpracy z Polską Konfederacją Pracodawców Prywatnych i Euro Info Centre metodą ankietową w ramach programu „Firma w Unii” w okresie od lutego do maja 2003 r. na próbie 4248 przedsiębiorstw zatrudniających do 9 pracowników. Wyniki badania opierają się na ankietach wypełnionych przez przedsiębiorców, które znajdowały się na stronie www.firmawunii.pl. Łącznie przesłano 5260 wypełnionych ankiet, w czego odrzucono 1012, dla zapewnienia jak największej wiarygodności uzyskanych wyników, mimo, iż celem nie było uzyskanie reprezentatywności próby.
- ⁷ Badanie stanu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce przeprowadzone metodą ankietową w listopadzie 2006 roku na zlecenie PARP przez PENTOR Research International. Zostało ono przeprowadzone na reprezentatywnej próbie 1000 przedsiębiorstw sektora MŚP w Polsce. Liczba wywiadów przypadająca na każde województwo została wylosowana z prawdopodobieństwem proporcjonalnym do liczby aktywnych w danej warstwie przedsiębiorstw sektora MŚP. Wyniki tych badań zaprezentowane zostały w publikacji: *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2005–2006*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2007, s. 294 i nast.
- ⁸ Badanie zrealizowane dla Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan przez ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o. metodą wywiadów bezpośrednich przy użyciu ustrukturyzowanego kwestionariusza ankietowego w pierwszym kwartale 2005 r. Badaniem objęto tylko przedsiębiorstwa prywatne, zlokalizowane na terenie całej Polski, w podziale na 16 województw, zatrudniające od 2 do 250 pracowników (w przedziałach 2–5, 6–9, 10–19, 20–49, 50–250), zaklasyfikowane do sekcji D, F, G, H, I, K, M, N. Próba badawcza obejmowała MŚP zatrudniające od 2 do 250 pracowników, została ona oparta na schemacie losowania warstwowego – nieproporcjonalnego. Zrealizowana próba badawcza wynosiła około 1200 firm.
- ⁹ Badanie zostało przeprowadzone dla Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości przez Instytut GfK Polonia Sp. z o.o. metodą bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych we wrześniu 2001 r. Badaniem objęto firmy zatrudniające do 50 osób z pięciu branż:

usługi turystyczne; budownictwo; działalność produkcyjna; handel hurtowy i detaliczny oraz drobne naprawy; wybrane usługi np. działalność prawnicza, rachunkowość, doradztwo, prowadzenie prac badawczo-rozwojowych. Badane firmy były zlokalizowane w regionie centralnym, wschodnim i zachodnim. Zrealizowana próba badawcza wyniosła 300 przedsiębiorstw.

- ¹⁰ Badanie zrealizowane dla Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych przez ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o. metodą wywiadów bezpośrednich przy użyciu ustrukturyzowanego kwestionariusza ankietowego w 2002 r. Badaniem objęto tylko przedsiębiorstwa prywatne, zlokalizowane na terenie całej Polski, w podziale na 16 województw, zatrudniające od 2 do 250 pracowników (w przedziałach 2–5, 6–9, 10–19, 20–49, 50–250), zaklasyfikowane do sekcji D, F, G, H, I, K, M, N. Próba badawcza obejmowała MŚP zatrudniające od 2 do 250 pracowników, próba została oparta na schemacie losowania warstwowego – nieproporcjonalnego. Zrealizowana próba badawcza wyniosła 1181 firm.
- ¹¹ Badanie zostało zrealizowane przez ARC Rynek i Opinia na rzecz Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w dniach 20 września – 28 października 2003 r. drogą wywiadów bezpośrednich wśród 804 MŚP, z których 218 to najdynamiczniej rozwijające się przedsiębiorstwa, które uzyskały tytuł „Gazeli biznesu” w 2002 r. w konkursie gazety „Puls Biznesu”, natomiast pozostałe 586 MŚP zostało wybranych z ogółu funkcjonujących na rynku. Tytuł „Gazeli biznesu” otrzymują MŚP, które bardzo szybko się rozwijają i notują stałą poprawę wyników finansowych. Gazelą mogła zostać firma, która rozpoczęła działalność przed 2000 r. i nadal ją prowadzi, w 2000 r. uzyskała sprzedaż w przedziale 3–300 mln zł, w latach 2000–2002 wykazywała dodatni wynik finansowy, publikowała lub udostępniła swoje sprawozdania finansowe, uzyskała pozytywną ocenę swojej wiarygodności. Tak dobrane próbie firm najbardziej dynamicznych i osiągających sukces rynkowy przeciwstawiono przedsiębiorstwa losowo wybrane spośród pozostałych firm zarejestrowanych i działających w Polsce. Dla zapewnienia porównywalności danych, wylosowane przedsiębiorstwa charakteryzowały się podobną strukturą zatrudnienia, branży i regionu.

Bibliografia

- Bańka, W. 2002. *Wiedza w małej i średniej firmie*, Płock: Wydawnictwo Naukowe Novum.
- Baruk, J. 2006. *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Bławat, F. 2003. *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańsk: Gdańskie Towarzystwo Naukowe.
- Bławat, F. (red.) 2004. *Przetrwanie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw*, Gdańsk: Scientific Publishing Group.
- Bogdanienko, J. (red.) 2004. *Innowacyjność przedsiębiorstw*, Toruń: UMK.
- Dominiak, P. 2005. *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, Warszawa: PWN.
- Evans, C. 2006. *Zarządzanie wiedzą*, Warszawa: PWE.
- Gabusiewicz, W. 1993. Znaczenie potencjału zarządzania w rozwoju przedsiębiorstw przemysłu drobnego. w: Bittnerowa E. (red.) *Rozwój przemysłu drobnego w warunkach gospodarki rynkowej. Materiały pokonferencyjne*, s. 50–56. Poznań – Biedrusko: Katedra Ekonomiki Produkcji AE w Poznaniu.
- Grudzewski, W. i I. Hejduk. 2002. *Innowacyjność w technice i technologii źródłem przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw*, Warszawa: Instytut Funkcjonowania Gospodarki Narodowej SGH.

- Grudzewski, W. i I. Hejduk. 2004. *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwach*, Warszawa: Difin.
- Janasz, W. (red.) 2005: *Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską*, Warszawa: Difin.
- Jasiński, A. H. 2006. *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Warszawa: Difin.
- Kwiatkowski, S. 2001. *Przedsiębiorczość intelektualna*, Warszawa: PWN.
- Mikuła, B. 2006. *Organizacje oparte na wiedzy*, Kraków: AE.
- Nogalski, B., Karpacz, J. i A. Wójcik-Karpacz. 2004. *Funkcjonowanie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw*, Bydgoszcz: AJG.
- Olszewski, M. 2003. *Kondycja małych i średnich przedsiębiorstw u progu 2003 r. Raport z badań*, Warszawa: Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych.
- PARP. 2006. *Innowacyjność 2006 – Stan innowacyjności, metody wspierania, programy badawcze. Raport*. Warszawa: PARP.
- PARP. 1997–2007. *Raporty o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach od 1995/1996 do 2005/2006*, Warszawa: PARP.
- PARP. 2005. *Stan sektora MSP w 2003 roku. Tendencje rozwojowe w latach 1994–2005*, Warszawa: Ministerstwo Gospodarki, PARP.
- PARP. 2001. *Sytuacja małych przedsiębiorstw. Raport z badań*, Warszawa: PARP.
- Penc, J. 1999. *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet.
- Perechuda, K. 2005. *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie*, Warszawa: PWN.
- Poznańska, K. 1998. *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Warszawa: Dom Wydawniczy ABC.
- Probst, G., Raub, S. i K. Romhardt. 2002. *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Kraków: Oficyna ekonomiczna.
- SAP Polska. 2003. *Przygotowanie małych i średnich przedsiębiorstw do konkurencji na rynku Unii Europejskiej*, Warszawa: SAP Polska.
- Skowronek-Mielczarek, A. 2003. *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, Warszawa: C.H. BECK.
- Sobczyk, G. 2006. *Strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw*, Lublin: UMCS.
- Sosnowska, A., Łobejko, S. i A. Kłopotek. 2000. *Zarządzanie firmą innowacyjną*, Warszawa: Difin.
- Starczewska-Krzysztozek, M. 2005. *Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw*, Warszawa: Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan.
- Starczewska-Krzysztozek, M. 2006. *Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw 2006*, Warszawa: Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan.
- Stawasz, E. 1999. *Innowacje a mała firma*, Łódź: UŁ.
- Sufin, Z. 2000. Styl właściciela czyli problemy zarządzania personelem w małych firmach. *Personel*, nr 13/14, s. 44–47.
- Wolański, R. 2005. Relacje między bankami a małymi i średnimi przedsiębiorstwami. w: Bławat F. (red.) *Prace naukowe Katedry Ekonomii i Zarządzania Przedsiębiorstwem*, s. 241–256. Gdańsk: Politechnika Gdańska.