

# Mariusz Kicia

---

## Aspekty behawioralne aktywności proinnowacyjnej w sektorze msp województwa lubelskiego

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 81, 243-252

---

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MARIUSZ KICIA

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

## ASPEKTY BEHAVIORALNE AKTYWNOŚCI PROINNOWACYJNEJ W SEKTORZE MSP WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO\*

### Wprowadzenie

Innowacyjność stała się immanentną cechą współczesnych gospodarek, warunkując ich trwały rozwój i zapewniając warunki ich konkurencyjności globalnej. Uznanie roli innowacji ma swoje odzwierciedlenie w zachodzących na rynku procesach społeczno-gospodarczych, które decydują o nowym podziale ról odrywanych przez przedsiębiorstwa i organizacje w skali globalnej i regionalnej<sup>1</sup>. Istotą globalizacji jest możliwość wykorzystania mechanizmów rynku w zwiększaniu produktywności gospodarki i wymuszanie działań prowadzących do wzrostu wartości organizacji. W warunkach globalnego rynku szansę rozwoju mają podmioty, które potrafią zwiększać swoją wartość poprzez innowacje. Głównym atrybutem konkurencyjności staje się więc właśnie zdolność do podejmowania przez organizację szeroko rozumianych działań innowacyjnych. Innowacje utożsamiane są ze zmianą i szansą na rozwój, mają bowiem wpływać na wzrost poziomu nowoczesności organizacji. Staje się tak zwłaszcza wtedy, gdy w procesach zarządzania przedsiębiorstwem działaniom innowacyjnym nadawany jest wysoki priorytet w hierarchii celów, misji i filozofii firmy<sup>2</sup>.

Ta istotność procesów innowacyjnych w organizacjach i przedsiębiorstwach konkurujących na rynku stała się inspiracją do podjęcia badań w zakresie identyfikacji barier finansowania działalności innowacyjnej, ale obejmującej także aspekty percepcji samych innowacji oraz ograniczeń mentalnych w ich podejmowaniu. Badania ankietowe zostały przeprowadzone w 2011 roku na próbie N = 395 podmiotów z siedzibą w województwie lubelskim, a niniejszy artykuł prezentuje jedno z pierwszych wniosków płynących z przeprowadzanych badań. Celem opracowania jest wskazanie istotnych różnic w postrzeganiu

---

\* Opracowanie przygotowane na podstawie badań realizowanych w ramach projektu badawczego Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego NN 113 303038.

<sup>1</sup> A. Sosnowska, *Systemy zarządzania wiedzą i innowacją w polskich przedsiębiorstwach (w warunkach wejścia do UE)*, Wydawnictwo Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa 2004, s. 9.

<sup>2</sup> A. Nowak-Far, *Globalna konkurencja*, PWN, Poznań 2000, s. 97.

ryzyka działań innowacyjnych dla podmiotów gospodarczych klasyfikowanych według kryteriów formy prawnej, własności, wielkości oraz zasięgu działania.

## 1. Innowacyjność jako cecha współczesnych przedsiębiorstw

Skutkiem podejmowania działań innowacyjnych jest zwiększanie zdolności organizacji do realizowania coraz wyższej efektywności działania. Decyzja o przyjęciu przez organizację określonej orientacji strategicznej w zakresie innowacji może być warunkowana czynnikami zewnętrznymi lub wewnętrznymi. Potrzeba wprowadzania innowacyjnych rozwiązań wynika z przesłanek o charakterze bezpośredniego wymuszenia mechanizmem konkurencji globalnego rynku, interakcji z otoczeniem lub wewnętrznych procesów inicjujących tego typu działania<sup>3</sup>.

Innowacyjność przedsiębiorstwa określana jest jako zdolność do poszukiwania i wykorzystywania w praktyce nowych koncepcji. Idea innowacyjności polega na wprowadzaniu licznych zmian, korzystnie wpływających na organizację oraz sposób jej postrzegania przez otoczenie. Nie bez znaczenia jest przy tym stworzenie w organizacji właściwego klimatu, zapewniającego docenianie nowości, pomysłowości oraz elastyczności w działaniu, które sprzyjają prawidłowemu programowaniu procesów innowacyjnych i odpowiedniej absorpcji wiedzy<sup>4</sup>.

Problem właściwego zarządzania innowacjami wynika z samej natury innowacji – w procesie ich tworzenia i optymalnego sposobu wykorzystania zaangażowane są różne grupy specjalistów i interesariuszy. Pomimo intensywnych badań w zakresie zarządzania innowacjami nie wypracowano jeszcze spójnej koncepcji jednoznacznie aplikującej w tym obszarze wnioski dla praktyki. F. Damanpour i J.D. Wischnevsky wskazują wręcz na rezultaty badaczy sugerujących, że wyniki badań są niespójne, niejednoznaczne i nie dają się interpretować<sup>5</sup>. Akcentuje się jednak dwa ważne poglądy w teorii zarządzania innowacjami:

- innowacje są możliwe do zaplanowania i mogą być zarządzane przez organizację w celu osiągnięcia określonych rezultatów,
- innowacje zawierają w sobie wysokie ryzyko ze względu na trudności w przewidzeniu potrzeb rynku, co komplikuje zarządzanie procesami innowacyjnymi<sup>6</sup>.

Przyjęcie takich założeń pozwala spojrzeć na proces wdrażania procesów innowacyjnych w przedsiębiorstwach także z perspektywy behawioralnej. Współczesne podejście do analizy procesów gospodarczych w coraz większym stopniu humanizuje organizację. Firma jako struktura prawna jest z punktu widzenia interesariuszy samodzielną jednostką,

<sup>3</sup> W.M. Grudzewski, I. Hejduk, *Wybrane problemy zarządzania procesem innowacyjnym w przedsiębiorstwie*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2000, nr 7, s. 4–5.

<sup>4</sup> B. Siemienuk, *Zarządzanie innowacjami w organizacji sieciowej*, w: M. Bałtowski, H. Ponikowski, *Problemy rozwoju i zarządzania w gospodarce globalnej*, Wydawnictwo WSPA, Lublin 2005, s. 287–288.

<sup>5</sup> F. Damanpour, J.D. Wischnevsky, *Research on innovation in organizations: Distinguishing innovation-generating from innovation-adopting organizations*, „*Journal of Engineering and Technology Management*” 2006, nr 23, s. 269–291.

<sup>6</sup> A. Pomykałski, *Zarządzanie innowacjami*, PWN, Łódź 2001, s. 76.

jednak z perspektywy gospodarczej jest pojęciem fikcyjnym<sup>7</sup>. Zwłaszcza obecnie, kiedy kluczowe znaczenie odgrywa globalna efektywność kosztowa, która daje przewagę konkurencyjną, aspekty formalno-organizacyjne zaczynają odgrywać drugorzędną rolę. Istotne stają się kwestie kompetencji menedżerów, przywództwa, dostrzegania szans i odpowiedniej percepcji ryzyka związanego z procesami innowacyjnymi. Ludzie muszą znać i rozumieć strukturę organizacji, w której funkcjonują.

## 2. Behawioralne aspekty podejmowania działań innowacyjnych w przedsiębiorstwie

Zwykło się mówić o innowacyjnych przedsiębiorstwach i organizacjach, pomijając niejako fakt, że to nie przedsiębiorstwo, ale tworzący go właściciele, menedżerowie i pracownicy *de facto* stają się siłą napędową ich rozwoju. Nawet jeżeli innowacja dotyczy sfery technologicznej czy produktowej, to za decyzją o jej podjęciu stoi człowiek, a zapoczątkowała ją krytyczna analiza istniejącego stanu organizacji w konfrontacji z otoczeniem lub oczekiwaniami. W warstwie czynnika ludzkiego mogą więc także powstawać mentalne bariery związane z podejmowaniem działań innowacyjnych i akceptacją ich ryzyka. W zależności od potencjału do generowania innowacji oraz ich adoptowania rozróżnia się cztery podstawowe typy postaw organizacji wobec działań innowacyjnych (rys. 1).

		Kreowanie innowacji	
		Duże	Małe
Wdrażanie innowacji	Duże	Organizacje innowacyjne (OI)	Organizacje wdrażające innowacje (OWI)
	Małe	Organizacje generujące innowacje (OGI)	Organizacje nieinnowacyjne (ONI)

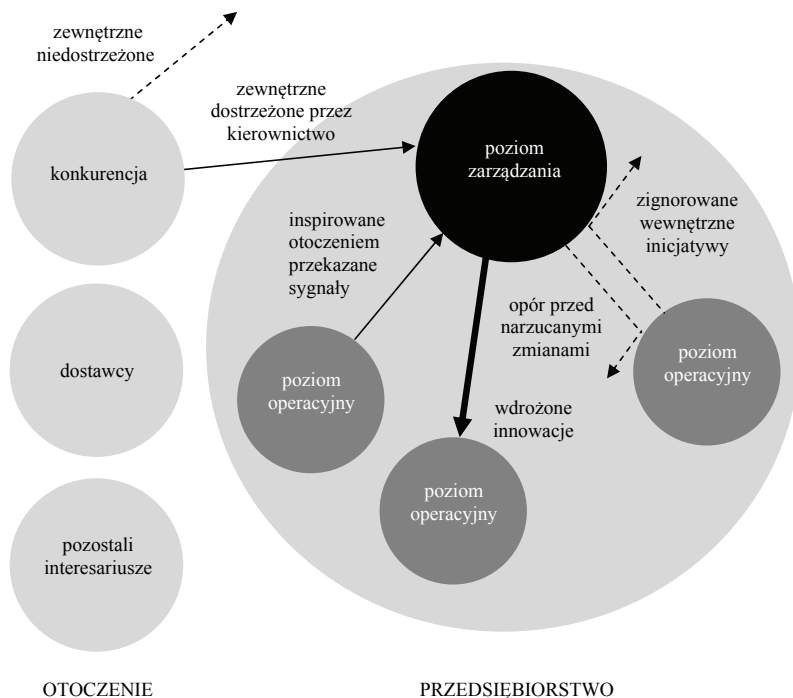
Rysunek 1. Innowacje a typy organizacji

Źródło: F. Damanpour, J. D. Wischnevsky, *Research on innovation...*, s. 271.

Wysoka aktywność zarówno w kreowaniu postaw, jak i działań innowacyjnych, ale także następujący w ich konsekwencji proces wdrożenia innowacji charakteryzują najbardziej pożądany typ organizacji innowacyjnej (OI). Organizacje generujące innowacje (OGI) bazują w dużym stopniu na swojej wiedzy w zakresie technologii i możliwości absorpcji tworzonych przez nie innowacji dla innych podmiotów. Z kolei organizacje wdrażające innowacje (OWI) opierają swój sukces bezpośrednio na umiejętnościach menedżerskich i organizacyjnych w zakresie pozyskiwania i wdrażania innowacji, których same nie tworzą. A. Pérez-Luño, J. Wiklund i R. Valle Cabrera wskazują z kolei, że kreowanie innowacji w organizacji zależy istotnie od dynamiki otoczenia, akceptacji ryzyka i proaktywności ka-

<sup>7</sup> P. Drucker, *Zarządzanie XXI wieku – wyzwania*, MT Biznes 2009, s. 124.

dry menedżerskiej, zaś proaktywność wewnętrzna i zmienność otoczenia decydują o zdolności do wdrażania innowacji<sup>8</sup>.



Rysunek 2. Bariery mentalne w percepcji i wdrażaniu innowacji

Źródło: opracowanie własne.

Jeżeli więc uznamy, że z punktu widzenia każdej organizacji innowacyjnej (OI) lub wdrażającej innowacje (OWI) istotne będą postawy menedżerów, to możemy rozpatrywać powstawanie i wdrażanie innowacji jako swoisty proces obciążonej ryzykiem gry z otoczeniem i organizacją. Podejmowanie działań innowacyjnych wiąże się ze zmianami, które zaburzą przebieg przynajmniej części operacyjnych procesów w przedsiębiorstwie, wymagają zazwyczaj nakładów finansowych, a przez pracowników niższego szczebla mogą być postrzegane jako zmniejszające poczucie bezpieczeństwa i stabilności zatrudnienia, prowadząc do powstawania oporu przed zmianami. Sytuacja taka może mieć miejsce zwłaszcza w przypadku organizacji typu OWI, która czerpie innowacje ze źródeł leżących poza nią, dostrzeżonych i inicjowanych przez kadrę menedżerską. Mniejszy opór przed zmianami na

<sup>8</sup> A. Pérez-Luño, J. Wiklund, R. Valle Cabrera, *The dual nature of innovative activity: How entrepreneurial orientation influences innovation generation and adoption*, „Journal of Business Venturing” 2011, No. 26, s. 555.

niższym szczeblu może pojawiać się wtedy, gdy tam właśnie dostrzeżone zostaną potrzeby dokonania innowacji, jednak bariery mentalne mogą z kolei pojawić się na poziomie decyzyjnym. Wybrany zbiór procesów tworzących bariery mentalne w percepcji i wdrażaniu procesów innowacyjnych przedstawia rysunek 2 i tabela 1.

Tabela 1

Wybrane bariery mentalne (behawioralne) w kreowaniu i wdrażaniu innowacji

Heurystyki decyzyjne	Przyczyny i proces zaburzeń
Nadmierna pewność siebie	Podejmowanie decyzji o zaniechaniu lub wdrożeniu innowacji w oparciu wyłącznie o własną wiedzę i perspektywę agenta może prowadzić do decyzji błędnych (rutynowych), nadmiernej ekspozycji na ryzyko lub utraconych korzyści ( <i>ignorowanie wewnętrznych inicjatyw lub zewnętrznych sygnałów</i> ). Heurystyka poznawcza
Formułowanie problemu ( <i>framing</i> )	Analiza i podjęcie decyzji w oparciu o zbyt wąską perspektywę, pobieżną analizę nakładów i skutków lub jednostronną interpretację ( <i>ignorowanie wewnętrznych inicjatyw lub zewnętrznych sygnałów</i> ), a także nieakceptowanie zmian przez pracowników niższego szczebla. Heurystyka poznawcza
Zakotwiczenie, myślenie konfirmacyjne	Ignorowanie sygnałów przeczących podjętej decyzji, prowadzące do ponoszenia nadmiernych kosztów wdrażania innowacji lub jej zaniechania; opór przed zmianami. Heurystyka poznawcza
Awersja do strat, unikanie żalu	Niepodejmowanie innowacji w obawie przed niepowodzeniem wdrożenia, brakiem własnych źródeł finansowania, zaburzeniami operacyjnymi działalności. Heurystyka emocjonalna
Nadmierny optymizm	Forsowanie rozwiązań bez analizy zagrożeń może być powiązane z myśleniem konfirmacyjnym i zakotwiczeniem. Heurystyka emocjonalna

Źródło: opracowanie własne.

### 3. Cechy przedsiębiorstw a percepcja ryzyka działań innowacyjnych – wyniki badań ankietowych dla województwa lubelskiego

Wydaje się, że spośród wielu cech przedsiębiorstw, które decydują o postawach wobec ryzyka działań innowacyjnych, istotne znaczenie w różnicowaniu przebiegu procesów mogą mieć:

- a) **forma prawna prowadzonej działalności gospodarczej** – w większych podmiotach, gdzie występuje podział kompetencji, specjalizacja i możliwość wielostronnej analizy planowanych procesów, kreowanie i wdrażanie innowacji może być łatwiejsze niż w przypadku przedsiębiorców prowadzących samodzielnie działalność lub małych spółek cywilnych;
- b) **wiek przedsiębiorstwa** – podmiotom o dłuższym okresie funkcjonowania, doświadczonym powinno być łatwiej podejmować decyzje o wdrażaniu innowacji;

- c) **forma własności** – powstaje pytanie, czy firmy rodzinne są bardziej proinnowacyjne od podmiotów podlegających procesowi korporyzacji;
- d) **zasięg działania** – wydaje się, że podmioty o większym zasięgu działania (krajowym, międzynarodowym) będą stykały się z szerszą grupą interesariuszy w otoczeniu, przez co dyfuzja innowacji może następować z większym nasileniem niż w przypadku podmiotów o zasięgu lokalnym (regionalnym).

W 2011 roku przeprowadzone zostały badania ankietowe na próbie N = 395 podmiotów gospodarczych mających swoją siedzibę w województwie lubelskim. Podstawowy cel badań dotyczył identyfikacji barier w finansowaniu innowacji w regionie. Próba została dobrana celowo jako reprezentatywna dla populacji podmiotów gospodarczych województwa lubelskiego.

Przedsiębiorcy i menedżerowie odpowiadali na pytania dotyczące bezpośrednio źródeł finansowania procesów innowacyjnych, a także oceniali własne przedsiębiorstwa i postawy w kontekście podejmowania działań innowacyjnych oraz ich ryzyka. Pytania te są zaprezentowane poniżej, a odpowiedzi na nie poddane zostały analizie w niniejszym opracowaniu.

W jakim stopniu zgadzają się Państwo z poniższymi stwierdzeniami?

#### I. Innowacje a ryzyko

- Menedżerów najwyższego szczebla zarządzania naszą firmą cechuje duża skłonność do podejmowania ryzyka w działalności gospodarczej (R-1).
- Aby wdrażać innowacje, trzeba mieć skłonność do podejmowania ryzyka (R-2).
- Wdrażanie innowacji jest bardzo ryzykowne (R-3).

#### II. Inspiracje do podejmowania działań innowacyjnych

- Innowacyjność konkurentów mojej firmy inspiruje nas do wdrażania innowacji (I-1).
- Innowacyjność moich dostawców lub odbiorców mojej firmy inspiruje nas do wdrażania innowacji (I-2).
- Menedżerów najwyższego szczebla zarządzania naszą firmą cechuje duża otwartość na innowacje w działalności gospodarczej (I-3).

#### III. Bariery wdrażania innowacji

- Firmy nie wdrażają innowacji, bo zakłócają one działalność operacyjną (B-1).
- Firmy nie wdrażają innowacji, bo brak im środków na ich sfinansowanie (B-2).

Stwierdzenia oceniane były w skali od 1 (nie zgadzam się ze stwierdzeniem) do 6 (zgadzam się ze stwierdzeniem). Poniżej przedstawiono wyniki badań w zakresie weryfikacji sformułowanych powyżej tez o wpływie poszczególnych cech przedsiębiorstw na ich percepcję ryzyka podejmowania działań innowacyjnych.

### 3.1. Forma prawna

Tabela 2 zawiera zestawienie średnich wskazań na odpowiedzi, ich odchylenia i liczebność dla osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą, spółek osobowych i pozostałych (spółek kapitałowych, komunalnych i państwowych). Generalnie w poszczególnych obszarach nie istnieją znaczące różnice w postrzeganiu kwestii ryzyka działalności innowacyjnej, barier w ich wdrażaniu oraz inspiracji do ich podjęcia.

Tabela 2

Forma prawna ankietowanych firm a percepcja ryzyka innowacji i ich barier

Pytanie	R-1	R-2	R-3	B-1	B-2	I-1	I-2	I-3
Osoba fizyczna								
<b>średnia</b>	<b>3,00</b>	<b>4,08</b>	<b>3,74</b>	<b>3,03</b>	<b>4,51</b>	<b>4,11</b>	<b>3,68</b>	<b>3,24</b>
$\sigma$	1,44	1,42	1,43	1,35	1,56	3,64	1,38	1,38
N	225	235	235	232	235	234	231	222
Spółki osobowe i spółki cywilne								
<b>średnia</b>	<b>3,42</b>	<b>4,33</b>	<b>3,73</b>	<b>2,89</b>	<b>4,40</b>	<b>3,83</b>	<b>3,86</b>	<b>3,45</b>
$\sigma$	1,22	1,47	1,41	1,29	1,47	1,51	1,47	1,40
N	67	70	70	70	70	70	70	69
Spółki kapitałowe, przedsiębiorstwa komunalne i państwowe								
<b>średnia</b>	<b>3,30</b>	<b>4,50</b>	<b>3,34</b>	<b>3,03</b>	<b>4,03</b>	<b>4,19</b>	<b>3,55</b>	<b>3,81</b>
$\sigma$	1,49	6,28	1,40	1,64	1,73	1,56	1,60	1,40
N	64	65	65	65	65	64	64	64

Źródło: opracowanie własne.

Ankietowani zgadzają się, że do podejmowania działań innowacyjnych wymagana jest skłonność do podejmowania ryzyka, a samo wdrażanie innowacji jest działaniem bardzo ryzykownym. Jednocześnie wskazują na niższą skłonność własnych menedżerów do podejmowania ryzyka (dotyczy to w największym stopniu osób fizycznych i największych podmiotów). W podobny sposób ocenione zostały bariery wdrażania innowacji oraz inspiracje do ich podejmowania. Największe różnice w tym obszarze dotyczą podmiotów najmniejszych i największych.

Najważniejsze wnioski z analizy statystycznej otrzymanych wyników przedstawiają się następująco:

1. Statystycznie istotna jest jednak różnica wskazań pomiędzy osobami fizycznymi a spółkami osobowymi (wartość statystyki testowej  $Z = -2,3814$  dla poziomu  $\alpha = 0,05$  przy teście jednostronnym) w ocenie kompetencji menedżerów. W spółkach osobowych cechuje ich wyższa statystycznie skłonność do podejmowania ryzyka w zakresie innowacji. Podobnie otwartość menedżerów na innowacje została gorzej oceniona przez podmioty najmniejsze (różnica statystycznie istotna, wartość statystyki testowej  $Z = -2,8856$  dla poziomu  $\alpha = 0,05$  przy teście jednostronnym).



2. Istnieje statystyczna różnica w ocenie ryzyka wdrażania innowacji: podmioty największe uważają wdrażanie innowacji za mniej ryzykowne niż przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą (wartość statystyki testowej  $Z = 1,9965$  dla poziomu  $\alpha = 0,05$  przy teście jednostronnym).
3. Wzrost wielkości firmy zwiększa dostęp do źródeł finansowania innowacji (pytanie B-2). Różnica w odpowiedziach pomiędzy przedsiębiorcami i największymi podmiotami jest istotna statystycznie (wartość statystyki testowej  $Z = 2,0440$  dla poziomu  $\alpha = 0,05$  przy teście jednostronnym).
4. Zarówno podmioty najmniejsze oraz największe deklarują, że w większym stopniu inspirowane są do działań innowacyjnych przez swoich konkurentów niż przez innowacyjność dostawców i odbiorców (statystyki testowe na poziomie  $Z = 1,7124$  dla przedsiębiorców i  $Z = 2,2813$  dla największych podmiotów).

### 3.2. Wiek firmy

Tabela 3 zawiera zestawienie średnich wskazań na odpowiedzi, ich odchylenia i liczebność dla firm założonych przed rozpoczęciem okresu transformacji systemowej (ponad 20 lat), w okresie od 1991 do 2005 roku, w latach 2006–2009 oraz w ostatnich dwóch latach. Podobnie jak w przypadku poprzedniej klasyfikacji odpowiedzi w poszczególnych obszarach nie różnią się znacząco. W żadnej z porównywanych par firm niemożliwe było odrzucenie hipotez o równości średnich wskazań.

Tabela 3

Wiek ankietowanych firm a percepcja ryzyka innowacji i ich barier

Pytanie	R-1	R-2	R-3	B-1	B-2	I-1	I-2	I-3
ponad 20 lat								
<b>średnia</b>	<b>3,41</b>	<b>3,96</b>	<b>3,62</b>	<b>2,94</b>	<b>4,45</b>	<b>3,89</b>	<b>3,82</b>	<b>3,54</b>
$\sigma$	1,38	1,45	1,48	1,47	1,56	1,57	1,43	1,54
N	54	55	55	54	55	55	55	54
od 5 do 20 lat								
<b>średnia</b>	<b>3,14</b>	<b>4,30</b>	<b>3,60</b>	<b>2,93</b>	<b>4,40</b>	<b>4,12</b>	<b>3,62</b>	<b>3,35</b>
$\sigma$	1,48	3,67	1,44	1,44	1,62	3,83	1,51	1,43
N	202	210	211	210	211	210	208	201
od 2 do 5 lat								
<b>średnia</b>	<b>3,00</b>	<b>4,17</b>	<b>3,75</b>	<b>3,07</b>	<b>4,46</b>	<b>3,90</b>	<b>3,61</b>	<b>3,39</b>
$\sigma$	1,35	1,39	1,32	1,17	1,37	1,45	1,33	1,23
N	65	69	69	69	68	68	67	66
do 2 lat								
<b>średnia</b>	<b>2,97</b>	<b>4,09</b>	<b>3,91</b>	<b>3,21</b>	<b>4,26</b>	<b>4,12</b>	<b>3,88</b>	<b>3,35</b>
$\sigma$	1,32	1,63	1,62	1,36	1,67	1,39	1,34	1,45
N	35	35	34	33	35	34	34	34

Źródło: opracowanie własne.

W jednym przypadku różnice dotyczą jednak oceny źródeł inspiracji w podejmowaniu działań innowacyjnych. Dla firm działających od 5 do 20 lat w większym stopniu konkurenci niż inne podmioty z łańcucha operacyjnego inspirują do aktywności w zakresie działań innowacyjnych.

### 3.3. Firmy rodzinne

Tabela 4 zawiera zestawienie średnich wskazań na odpowiedzi, ich odchylenia i liczebność w zależności od kryterium władztwa. Wyodrębnienie firm rodzinnych wskazało, że jedynie w zakresie inspiracji do podejmowania działań innowacyjnych częściej wskazują one dostawców i odbiorców w porównaniu z innymi podmiotami (wartość statystyki testowej  $Z = 2,6284$  dla poziomu  $\alpha = 0,05$  przy teście jednostronnym). Jednocześnie dla firm nierodzinnych istnieje statystyczna różnica w ocenie inspiracji działaniami innowacyjnymi konkurencji w porównaniu z działaniami innowacyjnymi dostawców i odbiorców (wartość statystyki testowej  $Z = 1,9417$  dla poziomu  $\alpha = 0,05$  przy teście jednostronnym).

Tabela 4

Kryterium władztwa a percepcja ryzyka innowacji i ich barier

Pytanie	R-1	R-2	R-3	B-1	B-2	I-1	I-2	I-3
firmy rodzinne								
<b>średnia</b>	<b>3,08</b>	<b>4,24</b>	<b>3,63</b>	<b>2,86</b>	<b>4,40</b>	<b>4,43</b>	<b>3,93</b>	<b>3,48</b>
$\sigma$	1,43	1,43	1,48	1,44	1,59	4,72	1,49	1,49
N	126	131	132	131	130	130	129	126
pozostałe								
<b>średnia</b>	<b>3,09</b>	<b>4,08</b>	<b>3,52</b>	<b>3,07</b>	<b>4,37</b>	<b>3,78</b>	<b>3,50</b>	<b>3,27</b>
$\sigma$	1,42	3,62	1,38	1,38	1,62	1,51	1,45	1,38
N	212	220	219	219	221	218	218	211

Źródło: opracowanie własne.

### 3.4. Zasięg działania

Tabela 5 zawiera zestawienie średnich wskazań na odpowiedzi, ich odchylenia i liczebność dla podmiotów działających lokalnie oraz firm o zasięgu regionalnym, krajowym i międzynarodowym.

Podobnie jak w poprzednich przypadkach, generalna ocena procesów związanych z podejmowaniem i wdrażaniem innowacji nie zależy istotnie od zasięgu działania przedsiębiorstwa. Różnica dotyczy ponownie inspiracji działaniami konkurencji, która jest większa w przypadku firm o szerszym niż lokalny zasięgu działania (wartość statystyki testowej  $Z = -1,6626$  dla poziomu  $\alpha = 0,05$  przy teście jednostronnym). W tym też przypadku rza-

Tabela 5

## Zasięg działania a percepcja ryzyka innowacji i ich barier

Pytanie	R-1	R-2	R-3	B-1	B-2	I-1	I-2	I-3
firmy o zasięgu lokalnym								
<b>średnia</b>	<b>2,97</b>	<b>4,15</b>	<b>3,79</b>	<b>3,08</b>	<b>4,56</b>	<b>3,72</b>	<b>3,57</b>	<b>3,35</b>
$\sigma$	1,37	1,49	1,49	1,36	1,61	1,48	1,43	1,39
N	114	116	116	114	115	115	115	112
firmy o zasięgu regionalnym, krajowym, międzynarodowym								
<b>średnia</b>	<b>3,18</b>	<b>4,22</b>	<b>3,60</b>	<b>2,95</b>	<b>4,33</b>	<b>4,15</b>	<b>3,71</b>	<b>3,35</b>
$\sigma$	1,44	3,35	1,40	1,40	1,55	3,51	1,44	1,40
N	246	259	259	257	260	257	255	247

Źródło: opracowanie własne.

dziej inspirują do działania firmy z łańcucha operacyjnego niż konkurenci (wartość statystyki testowej  $Z = 1,8677$  dla poziomu  $\alpha = 0,05$  przy teście jednostronnym).

### Podsumowanie

Przedstawione wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w 2011 roku na 395 podmiotach z województwa lubelskiego wskazują, że podejmowanie i wdrażanie innowacji jest przez nie postrzegane jako działalność bardzo ryzykowna i wymagająca odpowiednich kompetencji od kadry menedżerskiej. W większym stopniu badane podmioty wskazywały brak dostępu do źródeł finansowania niż zakłócenia operacyjne jako bariery wdrażania innowacji, choć różnice w odpowiedziach nie były statystycznie różne. Jednocześnie bariera dostępu do kapitału znika wraz z wielkością firmy i jest największa dla przedsiębiorców. We wszystkich przekrojach wykazany został rynkowy mechanizm inspiracji do podejmowania innowacji, warunkowany raczej aktywnością konkurencji niż innych podmiotów, dla których ankietowany był ogniwem łańcucha operacyjnego. Dotyczy to zwłaszcza podmiotów działających na skalę szerszą niż lokalna.

## BEHAVIORAL ASPECTS OF SME INNOVATIVE ACTIVITIES IN LUBLIN REGION

### Summary

The presented results of surveys conducted in 2011 on 395 enterprises from the Lublin region indicate that the innovations and their applications are perceived as very risky activity and requires appropriate managerial competence. Operating disruption is not considered as a significant barrier for innovation. At the same time a barrier to access to capital vanishes with the size of the company and is the highest for the smallest entrepreneurs. For all companies the market mechanism has been demonstrated as an inspiration for generating and adopting innovation: market competitors' activities is more important than suppliers and customers activities. This applies especially to companies with the larger than local market presence.

*Translated by Mariusz Kicia*