

Monika Sipa

Innowacyjność i współdziałanie małych przedsiębiorstw

Ekonomiczne Problemy Usług nr 47, 191-196

2010

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

MONIKA SIPA

INNOWACYJNOŚĆ I WSPÓŁDZIAŁANIE MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW

1. WPROWADZENIE

Innowacyjność przedsiębiorstw uzależniona jest zarówno od posiadanego przez nie potencjału innowacyjnego, jak i od bliższego oraz dalszego otoczenia. W przypadku małych przedsiębiorstw szczególnego znaczenia nabierają determinanty zewnętrzne, ponieważ podmioty tej skali, pomimo wielu cech sprzyjających wzrostowi innowacyjności (np. duża elastyczność działania, ograniczona biurokracja), charakteryzują się ograniczonymi zasobami własnymi. Niewielki potencjał często przyczynia się do braku możliwości samodzielnego przekształcenia swoich pomysłów w konkretną produkcję¹. Chęć wdrażania innowacji zmusza przedsiębiorców do wykraczania poza obręb firmy, gdzie mogą skorzystać z sieci wyspecjalizowanych partnerów, którzy są w stanie zaoferować jej niezbędne usługi lub zasoby. Wśród korzyści wynikających z funkcjonowania przedsiębiorstw w sieciach wymienia się możliwość korzystania z aktywów sieciowych, takich jak np.: dostęp do wcześniej funkcjonującej już bazy (np. bazy klientów), relacje ze stronami trzecimi (dostawcy, kanały dystrybucji, uczelnie), wspólnota użytkowników (korzyści ze wzajemnego kontaktowania się w celu wymiany zbiorów, informacji, doświadczeń) oraz strumień pomysłów – jedna (dominująca) firma przoduje w dostępie do najnowszych pomysłów i rozwiązań².

Sąsiedztwo innych podmiotów gospodarczych funkcjonujących w tej samej branży (ale nie tylko), będących w silnych związkach przestrzennych oraz technologicznych, stanowi więc ważne źródło wzrostu innowacyjności tych podmiotów oraz umocnienia ich przewagi konkurencyjnej na rynku. Powiązania te mogą mieć charakter formalny, nieformalny, sporadyczny lub długookresowy. Różny może być także zasięg geograficzny takiej współpracy, a także ilość uczestników i kierunek powiązań.

Chęć wprowadzania innowacji oraz ograniczone zasoby małych podmiotów implikują więc do powstawania grupy podmiotów powiązanych wspólnym interesem. Nie jest to jednak łatwy proces, ponieważ towarzyszy mu wzajemna nieufność polskich przedsiębiorców.

¹ A. Jewtuchowicz, *Rozwój, środowisko, sieci innowacyjne i lokalne systemy produkcyjne*, [w:] *Zewnętrzne determinanty rozwoju innowacyjnych firm*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2001, s. 70-71.

² A. J. Sływotzky, R. Wise, K. Weber, *Od zastoju do rozwoju. Strategie trwałego wzrostu*, Helion, 2006, s. 73-74.

2. INNOWACYJNOŚĆ I WSPÓŁDZIAŁANIE MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW – WYNIKI BADAŃ WŁASNYCH

W opracowaniu przedstawiony został fragment wyników badań dotyczących innowacyjności i konkurencyjności małych firm województwa śląskiego³. Zaprezentowane informacje zostały pozyskane w bezpośrednim wywiadzie z właścicielami celowo wybranych podmiotów. Analizą objęte zostały dane dotyczące siedmiu małych przedsiębiorstw, działających w branżach, tworzących w regionie śląskim swoiste skupiska. Wyłoniono trzy grupy: podmioty produkujące bombki (Częstochowa i jej okolice), zajmujące się produkcją wózków dziecięcych (Częstochowa i jej okolice) oraz przedsiębiorstwa funkcjonujące w branży lotniczej (Bielsko-Biała i okolice).

W momencie gromadzenia danych najstarsza firma funkcjonowała na rynku prawie 80 lat, przy czym obecny właściciel zarządza nią od 2001 roku. Najmłodsza natomiast działała od 2004 roku. Średni wiek badanych podmiotów wynosił 27 lat. Analizując zakres prowadzonej działalności, zauważyć można, że podmioty funkcjonowały zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym, przy czym dla ponad 70% z nich wiodącym jest rynek zagraniczny. Tak daleki zakres terytorialny prowadzonej działalności może przyczynić się to tego, iż w badanej grupie zdecydowanie przeważają podmioty o dobrej lub bardzo dobrej pozycji rynkowej. Niska ocena pozycji konkurencyjnej pojawiła się w opinii dwóch przedsiębiorstw. W pierwszym przypadku wynika ona przede wszystkim z krótkiego okresu funkcjonowania firmy na rynku oraz silnej konkurencji w branży, w której działa. W drugim przypadku, przyczyną może być oferowanie „zbyt” nowatorskiego produktu, który budzi wśród odbiorców pewne obawy, a także brak odpowiednio rozwiniętego marketingu.

Właściciele badanych firm próbowali zdefiniować pojęcie innowacji. W opinii ponad połowy przedsiębiorców, innowacja jest to jakakolwiek zmiana dokonywana w obrębie firmy, przy czym w przypadku dwóch odpowiedzi podkreślono, że wprowadzone zmiany powinny przynieść firmie korzyści, głównie w postaci umocnienia się jej pozycji konkurencyjnej. Wśród odpowiedzi pojawiło się również bardzo wąskie ujęcie innowacji, za które uznano tylko nowy produkt czy też usługę. Pozostali managerowie ograniczyli pojęcie innowacji do nowego lub zmodernizowanego produktu, usługi bądź procesu technologicznego. Analiza uzyskanych odpowiedzi pokazuje, że większość przedsiębiorców rozumie innowację bardzo szeroko.

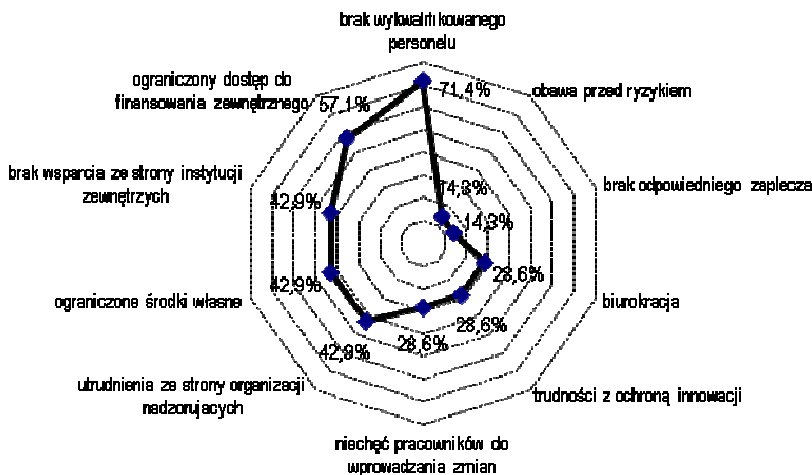
Na podstawie przyjętych kryteriów⁴, wszystkie badane firmy można określić mianem innowacyjnych. Wdrażane w nich zmiany są procesem ciągłym, wynikającym głównie z potrzeb rynku, przy czym w sześciu podmiotach proces innowacyjny w całości przebiega w ich granicach. Dominacja, wśród badanych firm, ciągłego procesu innowacyjnego oznaczać może stałe poszukiwanie przez przedsiębiorców szans rozwoju, wynikających z nowych technologii, produktów oraz sposobów organizowania.

³ Prezentowane wyniki stanowią fragment badań przeprowadzonych wśród małych śląskich przedsiębiorstw metodą wywiadu ustrukturyzowanego. Badanie przeprowadzono w 2007 roku na przełomie marca i kwietnia. Do badania metodą *case study*, wybranych zostało celowo 13 małych przedsiębiorstw. W doborze firm uwzględniono przede wszystkim poziom innowacyjności i konkurencyjności tych firm oraz ich lokalizację. Badania te są uzupełnieniem badań ankietowych, gdzie w efekcie przeanalizowano dane z 216 ankiet (więcej patrz: praca doktorska Moniki Sipy: *Znaczenie innowacji w kształtowaniu konkurencyjności małych przedsiębiorstw w Województwie Śląskim*)

⁴ Tzn. w ciągu ostatnich pięciu lat wdrożyły one innowacje.

We wszystkich przedsiębiorstwach wdrożone zostały zmiany w zakresie oferowanych produktów oraz (lub) jego procesu produkcyjnego. Zmiany te polegały głównie na rozszerzaniu asortymentu, modernizacji dotychczasowej oferty (w zakresie wzornictwa, wprowadzania różnego rodzaju usprawnień ułatwiających użytkowanie produktów przez klientów), usprawnianiu procesu produkcyjnego. Wszystkie podmioty dokonały modernizacji oferowanych wyrobów i usług, natomiast zdecydowana większość – modernizacji technologii produkcji. Znaczną część wprowadzonych zmian czynią nowe wyroby i usługi. Innowacje organizacyjne oraz związane z dystrybucją stanowią jedynie 16% wszystkich wskazanych zmian. Z analizowanych danych wynika również, że prawie połowa badanych firm wdrożyła innowacje będące nowością na rynkach zagranicznych (42,9% firm). Tak szeroko zakrojony poziom nowości dotyczy produktów i usług oferowanych przez firmy działające w branży lotniczej, czyli należącej do branż wysokiej technologii. Firmy te konkurują głównie na rynkach światowych (na terenie Polski nie mają konkurentów), dlatego też wprowadzane przez nie innowacje są nowością na skalę światową.

Zauważyć również należy, że funkcjonujące na rynku przedsiębiorstwa napotykają na różnego rodzaju ograniczenia we wprowadzaniu innowacji. Właściciele badanych przedsiębiorstw dokonali próby zidentyfikowania determinant ograniczających ich innowacyjność. Wszystkie podmioty, należące do omawianej grupy, wskazały na wewnętrzne bariery wdrażania innowacji (46,2% wszystkich wskazań⁵), natomiast w opinii prawie $\frac{3}{4}$ przedsiębiorców ograniczenia te mają charakter zewnętrzny i stanowią ponad połowę wszystkich wskazań. Najczęściej wspominanym przez podmioty problemem jest brak odpowiednio wykwalifikowanych pracowników, a następnie problem z uzyskaniem zewnętrznego wsparcia finansowego. Szczegółową strukturę uzyskanych odpowiedzi prezentuje poniższy wykres 1.



Wykres 1. Bariery wprowadzania innowacji w małych firmach⁶

⁵ Przedsiębiorcy mogli wskazać trzy bariery.

⁶ Suma nie daje 100%, ponieważ przedsiębiorcy wskazywali na więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ze względu na fakt, iż badane podmioty tworzą swoiste skupiska, przedsiębiorcy zostali zapytani o wpływ bliskości tak wielu podmiotów działających w tej samej branży na ich innowacyjność. Udzielone odpowiedzi były bardzo zróżnicowane. Dla większości, bliskość ta ma pozytywny wpływ, ponieważ duże „natężenie” konkurencji zmusza między innymi do: monitoringu rynku, poszukiwania nowych, coraz dalszych rynków zbytu, ciągłego wprowadzania zmian w zakresie asortymentu i jego dystrybucji. Skupiska te stwarzają również możliwość: obserwowania działań innych firm z branży, wymiany doświadczeń, łatwego i szybkiego dostępu do surowców i materiałów (w ich pobliżu funkcjonują dostawcy, producenci półproduktów i hurtownie) (patrz tabela 1).

Tabela 1
Efekty współistnienia firm działających w tej samej branży

Efekty	Struktura odpowiedzi [%]
Proces ciągłego wprowadzania zmian	100,0
Systematyczny monitoring rynku	85,7
Bliskość dostawców surowców i materiałów	71,4
Poszukiwania nowych rynków zbytu,	57,1
Możliwość wymiany doświadczeń	57,1
Obserwowania działań innych firm z branży	42,9
Razem:*	414,2

* suma nie daje 100,0%, ponieważ przedsiębiorcy wskazywali na więcej niż 1 odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Pozytywna ocena funkcjonowania dużej ilości firm z tej samej branży wynikać może z faktu, iż wszystkie badane podmioty sprzedają swój towar za granicę, a eksport stanowi od 65% do 95% ich sprzedaży. Tak duży udział eksportu powoduje, że dla większości z nich bliska lokalizacja firm działających w tej samej dziedzinie, nie jest zagrożeniem. Brak bezpośredniej rywalizacji wynika również z faktu, iż każde z tych przedsiębiorstw próbuje zaoferować klientom produkt (usługę) charakterystyczny tylko dla niego (cecha wyróżniająca). Przedsiębiorcy działający w branży lotniczej podkreślają, że nie konkurują między sobą, ponieważ każdy z nich specjalizuje się w czymś innym (produkcja samolotów ultralekkich, szybowców, wyłączność na świadczenie usług z zakresu przeglądu szybowców, produkcja przyczep do transportu szybowców, itp.) Co ciekawe, prawie 3/4 przedsiębiorców zainteresowana jest zorganizowaniem formalnego skupiska firm działających w tej samej branży, przy czym część z nich obawia się wysokich kosztów związanych z uczestnictwem w takim projekcie.

Przedsiębiorcy wskazywali również źródła innowacji wprowadzanych w ich firmach (mogli wskazać więcej niż jedno źródło). Jak można było przypuszczać⁷, najczęściej wymieniali oni jako źródło wdrożonych zmian siebie oraz klientów firmy. Wśród udzielonych odpowiedzi na wysokiej pozycji pojawiły się również targi i wystawy. Zauwa-

⁷ Właściciel jako główne źródło innowacji w małych podmiotach pojawia się w wynikach wielu badań.

żyć należy, że wszystkie badane przedsiębiorstwa otwarte są na realizację specjalnych zamówień, w wyniku których mogą dostarczyć nowe produkty na rynek, a ponadto prawie 60% z nich jako źródło innowacji wymieniła inne podmioty z branży. Informacje te napawają optymizmem, dając nadzieję na większą otwartość właścicieli przedsiębiorstw tej skali na współpracę z innymi podmiotami z otoczenia. Wychodzenie poza obręb firmy i poszukiwanie źródeł na zewnątrz daje szansę na tworzenie innowacji bardziej radykalnych o szerszym zasięgu.

Do nawiązania współpracy z innymi firmami z ich otoczenia (w celu wprowadzania zmian oraz umocnienia swojej pozycji rynkowej) przyznało się prawie 75% badanych przedsiębiorstw. Kooperacja przedsiębiorców dotyczyła głównie procesu wprowadzania zmian. Jedna z firm nawiązała współpracę z innym podmiotem z branży w celu zwiększenia swojej wydajności. Dzięki tej kooperacji, przedsiębiorstwo mogło kooperować z innymi w zakresie szybkości realizowania zamówień. Głównymi czynnikami ograniczającymi współpracę jest brak zaufania do innych przedsiębiorców. Co ciekawe, biznesmeni, którzy już współdziałają z innymi podmiotami i pozytywnie oceniają tę współpracę, nie zauważali istnienia ograniczeń co do nawiązania takiej współpracy, natomiast wśród przedsiębiorstw, które nie współdziałają z innymi, odpowiedzią dominującą jest brak potrzeby nawiązania jakiegokolwiek współpracy (patrz tabela 2).

Tabela 2
Determinanty ograniczające współpracę z innymi przedsiębiorstwami

Determinanty	Struktura odpowiedzi [%]
Brak zaufania do innych podmiotów	42,8
Brak potrzeby współpracy	28,6
Brak odpowiednich partnerów rynkowych	14,3
Brak barier	14,3
Razem:	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

3. PODSUMOWANIE

Poddana analizie grupa firm nie jest zbyt liczna, ale uzyskane w drodze wywiadu bezpośredniego informacje, stanowią przyczynek do lepszego zrozumienia natury małych polskich przedsiębiorstw, a w szczególności poznania opinii właścicieli tej skali podmiotów na temat innowacyjności oraz współdziałania.

Zaprezentowane wyniki analizy napawają optymizmem i chociaż są to subiektywne opinie managerów badanych podmiotów, wydają się wiarygodne, ponieważ wszystkie badane firmy są innowacyjne i większość z nich posiada doświadczenie w zakresie współpracy z innymi podmiotami. Podkreślić należy także, że właściciele tych przedsiębiorstw charakteryzowali się wysoką świadomością innowacyjną.

Zauważyć należy, że badana grupa firm, chociaż zróżnicowana pod względem branżowym i technologicznym, pozytywnie wypowiada się na temat efektów wynikających z bliskości przedsiębiorstw, działających w ramach tej samej dziedziny. Podmioty te dostrzegają w „bliskości terytorialnej” szanse rozwoju, a nie tylko zagrożenia w postaci wzmożonej konkurencji rynkowej.

Równie istotny jest fakt, iż w badanej grupie przeważają przedsiębiorcy otwarci na współpracę, zainteresowani stworzeniem formalnej sieci współpracy. Jest to ważna informacja, ponieważ wskazując na bariery pojawiające się przy wdrażaniu innowacji, zdecydowanie większy nacisk położyli oni na czynniki o charakterze wewnętrznym. Niektórzy managerowie w ogóle nie dostrzegają ograniczeń zewnętrznych. Największych barier upatrują oni w zasobach ludzkich, a zwłaszcza w źle wykwalifikowanych pracownikach oraz ich negatywnym podejściu do wszelkich planowanych zmian (zwłaszcza w przypadku długoletnich pracowników).

SUMMARY

Contemporary enterprises have to cope with more and more difficult and complicated development conditions. The need for improving companies' competitiveness and innovativeness forces both entrepreneurs and researchers to conduct a more thorough analysis of conditions favourable to their pro-innovativeness. The desire to introduce innovations and limited resources of small entities entail the establishment of a group of entities connected by a common interest. However, it is not an easy process since it is accompanied by a mutual distrust of the Polish entrepreneurs.

The paper presents a fragment of case study research into innovativeness and competitiveness of small enterprises operating on the territory of the province of Śląsk. The data analyzed concerned seven small enterprises operating in the fields that form industrial centres in the Śląsk region. Three groups have been distinguished: entities manufacturing baubles, entities manufacturing prams and push chairs, and enterprises operating in the aviation industry. The results presented show, among others, the degree and scope of cooperation with the regional environment as well as the level of innovativeness of the entities analyzed. The sources of the changes introduced by the entities have been identified as well as the factors limiting innovative processes. The paper also contains entrepreneurs' opinions about the influence of proximity of enterprises operating in the same industry on the level of their competitiveness and innovativeness.

Translated by Monika Sipa

LITERATURA:

1. Jewtuchowicz A., *Rozwój, środowisko, sieci innowacyjne i lokalne systemy produkcyjne*, [w:] *Zewnętrzne determinanty rozwoju innowacyjnych firm*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2001.
2. Sływotzky A. J., Wise R., Weber K., *Od zastoju do rozwoju. Strategie trwałego wzrostu*, Helion, 2006.