

Piotr Bórawski, Natalia Machałek

Innowacyjność przedsiębiorstw prowadzonych przez rolników w praktyce i teorii ekonomii

Ekonomiczne Problemy Usług nr 63, 381-389

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

PIOTR BÓRAWSKI, NATALIA MACHALEK

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski

INNOWACYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW PROWADZONYCH PRZEZ ROLNIKÓW W PRAKTYCE I TEORII EKONOMII

Wprowadzenie

Istnienie małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) na rynku jest bardzo ważnym elementem szczególnie w rozwoju obszarów wiejskich. Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa to zwykle firmy rodzinne, wchodzące na rynek, których powstanie jest zaledwie początkiem sukcesu, a także zderzeniem się z rzeczywistością, w której istnieją większe firmy, mające już tradycję i renomę. Rosnąca liczba przedsiębiorstw w danym rejonie kreuje zjawisko konkurencji. Konkurencja zaś jest motorem napędowym współzawodniczących przedsiębiorstw. Wpływa na rozwój firmy, wymusza na przedsiębiorcach poszukiwanie informacji o trendach ekonomicznych, upodobaniach i preferencjach klientów, ich sytuacji materialno-ekonomicznej, jak i również sytuacji w kraju. Chcąc osiągnąć sukces w rozwoju przedsięwzięcia, polscy przedsiębiorcy muszą być elastyczni, muszą cechować się obiektywnym spojrzeniem na rynek i nie mogą ulegać emocjom.

Istnieje jeszcze jeden czynnik warunkujący osiągnięcie zamierzonego celu. Jest nim innowacyjność. Definicja innowacyjności zamieszczona w *Słowniku języka polskiego* brzmi: „wprowadzanie czegoś nowego, nowość, nowatorstwo, reforma”. Proces aplikowania innowacyjnych rozwiązań i technologii w firmie może na początku działalności wydawać się trudny. W miarę jednak zapoznawania się z innowacjami i wdrażania ich w życie, będą one nastęrczały coraz mniej problemów.

Decyzja o wdrożeniu innowacji związana jest z wiekiem i wykształceniem przedsiębiorcy. To ludzie młodzi chętniej wprowadzają innowacyjne rozwiązania, podejmują nowatorskie pomysły. A także im człowiek jest bardziej wykształcony,

tym lepiej radzi sobie z nowymi wyzwaniami, jest bardziej otwarty na różne sposoby rozwiązania trudności.

Dzięki praktycznemu zastosowaniu myśli innowacyjnej (nowoczesne maszyny, innowacyjne rozwiązania, niekonwencjonalne strategie działania) przedsiębiorstwo ma większe szanse na pozyskanie nowych klientów. Poprzez stosowanie innowacji małe i średnie przedsiębiorstwa stabilizują pozycję na rynku i mogą konkurować z innymi jednostkami. Innowacyjność niejako jest kartą przetargową mogącą zadecydować o powodzeniu i rozwoju sektora MŚP.

Początków teorii innowacyjności należy szukać w pracach R. Cantillona już w 1730 roku. J.B. Say postrzegał innowacyjność i przedsiębiorczość jako czynniki decydujące o dobrobycie społeczeństwa¹. Teoria ta została rozwinięta przez J. Schumpetera, który twierdził, że dzięki wynalazkom zmienia się życie gospodarcze.

Należy zaznaczyć, że możliwości rozwoju tych przedsiębiorstw oraz wprowadzenia przez nich innowacji na obszarach wiejskich są uwarunkowane wieloma czynnikami, zależą głównie od infrastruktury, zamożności ludności, aktywności samorządów lokalnych oraz pomocy różnych instytucji².

1. Metodyka badań

Celem badań było zdiagnozowanie zjawiska innowacyjności w małych i średnich przedsiębiorstwach na terenach wiejskich w powiecie olsztyńskim. Badania zostały przeprowadzone w 2010 roku w 65 przedsiębiorstwach dobranych w sposób losowy. Ich podmiotem była grupa przedsiębiorców zajmujących się działalnością rolniczą, pozarolniczą i agroturystyczną. Zastosowano metodę wywiadu środowiskowego wraz z kwestionariuszem ankiety, który zawierał pytania otwarte i zamknięte. Uzyskane wyniki przedstawiono w formie tabelarycznej.

2. Wyniki badań i ich analiza

Za twórcę teorii innowacyjności (teorii podażowej) uznaje się J. Schumpetera. Opracował on następujące założenia teorii innowacyjności³:

- przedsiębiorcy to wynalazcy, którymi kieruje motyw poznawczy,

¹ R. Bartkowiak, *Historia myśli ekonomicznej*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, s. 143.

² A. Orłowska, *Uwarunkowania rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości gospodarczej na obszarach wiejskich*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu” 2009, t. 11, z. 4, s. 234–239.

³ R. Bartkowiak, *op.cit.*, s. 150.

- przywódca to osoba wprowadzająca wynalazki do praktyki,
- innowacje to nowe produkty, nowe technologie, formy organizacji i metody finansowania,
- przywódcy wprowadzający innowacje to pionierzy, którymi kieruje pasja tworzenia, walki i zwycięstwa,
- dzięki innowacjom przedsiębiorstwa osiągają przewagę rynkową i zysk.

Teoria innowacyjności była przedmiotem zainteresowań R.R. Nelsona i S.G. Wintera. Twierdzili oni, że:

- przedsiębiorcy muszą wprowadzać innowacje, żeby osiągnąć sukces rynkowy,
- przedsiębiorcy najczęściej imitują innowacje, ponieważ nie są w stanie opracować ich sami,
- poprzez innowacje rynek opanowują oligopole,
- oligopole wprowadzają innowacje na rynek.

Inna teoria innowacyjności była opracowana przez J. Schnooklera w 1966 roku. Autor dowodził, że źródłem innowacji jest popyt, czyli o ich zaistnieniu decyduje rynek⁴.

Z przeprowadzonych badań wynika że największa grupa respondentów (23,1%) w celu poprawy opłacalności produkcji i podwyższenia stopnia innowacyjności produkcji zakupiła nowoczesny sprzęt, który pozwolił usprawnić proces produkcyjny (tabela 1).

Tabela 1

Instrumenty poprawy opłacalności i podwyższenia poziomu innowacyjności produkcji stosowane w przedsiębiorstwie

Wyszczególnienie	n	Respondenci [%]
Nowoczesne technologie	8	12,3
Zakup nowoczesnych maszyn i urządzeń	11	16,9
Zakup nowoczesnego sprzętu	15	23,1
Budowa i modernizacja	10	15,4
Nowoczesne wyposażenie	4	6,2
Zwiększenie produkcji	8	12,3
Doskonalenie własnych pomysłów	5	7,7
Poszerzenie asortymentu	3	4,6
Automatyzacja produkcji	1	1,5
Razem	65	100

Źródło: opracowanie własne.

⁴ *Ibidem*, s. 152.

Drugą grupę stanowili przedsiębiorcy (16,9%), którzy twierdzili, że nowoczesne maszyny i urządzenia są w stanie doprowadzić do podwyższenia poziomu produkcji. Wynik ten jest potwierdzeniem założenia teorii innowacyjności, ponieważ także współcześnie za innowacje uważa się nowe produkty.

Kolejną pod względem wielkości grupę respondentów (15,4%) stanowiły te osoby, których zdaniem modernizacja bieżącej bazy produkcyjnej i budowa nowoczesnych obiektów pozwoli na wdrożenie innowacyjności i maksymalizację zysku z produkcji (tabela 1). Wskazane w innych odpowiedziach takie czynniki, jak introdukcja nowoczesnych technologii, zwiększenie produkcji, doskonalenie stanu faktycznego przedsiębiorstwa, również prowadzą do uzyskania innowacyjnych rozwiązań i szybszego wejścia na rynek. Przedstawione wyniki dowodzą całkowitego potwierdzenia teorii innowacyjności J. Schumpetera, R.R. Nelsona i S.G. Wintera oraz J. Schmoocklera.

Jak podano w tabeli 2, najwięcej respondentów (36,9%) opowiedziało się za uczestnictwem w kursach i szkoleniach, które umożliwiają zdobycie wiedzy wykorzystywanej przez przedsiębiorców w praktyce. Szkolenia z zakresu wdrażania nowych technologii i rozwiązań w produkcji często organizowane są przez ośrodki doradztwa rolniczego, zrzeszenia i jednostki naukowe, których celem jest przekazanie merytorycznej wiedzy przedsiębiorcom.

Tabela 2

Źródła informacji pomocnych w ich wdrożeniu

Wyszczególnienie	n	Respondenci [%]
Fachowa prasa i literatura	10	15,3
Kursy i szkolenia	24	36,9
Praktyka	5	7,7
Udział w wystawach i seminariach	7	10,7
Wymiana doświadczeń	6	9,2
Wyjazdy zagraniczne	3	4,6
Samokształcenie	10	15,3
Razem	65	100

Źródło: opracowanie własne.

Duża grupa badanych (stanowiąca 15,3% respondentów) stwierdziła, że zdobywa wiedzę z zakresu wdrażania nowych informacji poprzez samokształcenie i czytanie fachowej prasy i literatury. Jest to bowiem najtańszy i najprzystępniejszy sposób przyswajania wiedzy. 10,7% ankietowanych uczestniczyło w wystawach i seminariach, gdzie mogli zdobyć informacje z dziedzin, które są dla nich interesujące.

Wdrożenie innowacji w przedsiębiorstwie to bardzo ważny czynnik prowadzący do rozwoju zarówno firmy, jak i pracowników. Wiadomo jest, że głos decyzyjny we wszelkich aspektach działalności gospodarczej ma szef, zarządca firmy, w porozumieniu z kierownikiem. Jednakże im bardziej cała załoga jest zdeterminowana i zorientowana na cel i efekt pracy, tym szybciej jest on osiągnięty. Pracownicy oraz zarządcy powinni świadomie uczestniczyć we wdrażaniu innowacji w przedsiębiorstwie. Wspólne podejmowanie decyzji i konsultowanie pomysłów sprawia, że prowadzenie spójnej strategii rozwoju przedsiębiorstwa skutkuje lepszymi wynikami. W procesie produkcji bardzo ważnym czynnikiem jest motywacja pracowników. Pracownik, który jest kompetentny, pracowity, a także dobrze opłacany, jest bardziej zmotywowany do działania. Dzięki temu postrzega on proces wdrażania innowacji jako czynnik pozytywnie wpływający na zaawansowanie procesu produkcyjnego.

Z przeprowadzonych badań wynika, że największa grupa przedsiębiorców (43,1%) uważała, że pobory uzależnione są od efektów pracy. Dwie grupy (każda licząca 20,2% respondentów) wskazały na nagrody pieniężne i pochwały jako czynnik motywacyjny. Zaledwie 12,6% respondentów umożliwiałoby swoim podwładnym dokształcanie się w dziedzinie związanej z ich pracą.

Tabela 3

Sposoby motywowania pracowników

Wyszczególnienie	n*	Respondenci [%]
Uzależnienie poborów od efektów pracy	34	43,1
Nagrody pieniężne	16	20,2
Uznanie, pochwała	16	20,2
Umożliwienie dokształcania	10	12,6
Wycieczki zagraniczne	1	1,2
W naturze	2	2,5
Razem	79	100

*Respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowanie własne.

W badaniach czynników rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw na obszarach wiejskich ważnym zagadnieniem było również poznanie źródeł środków finansowych przeznaczonych na działalność i innowacje (tabela 4). Największy odsetek respondentów (31,6%) wskazał na własne oszczędności. Istnieje wiele ofert wsparcia finansowego rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw na obszarach wiejskich, które dostarczają banki. Z powodu wysokich kosztów pozyskania środków z zewnątrz ważne są pożyczki od rodziny i znajomych.

Tabela 4

Pochodzenie środków na rozpoczęcie działalności gospodarczej i innowacyjnej

Wyszczególnienie	n*	Respondenci [%]
Własne oszczędności	44	55,6
Kredyt bankowy	19	37,9
Pożyczka od rodziny	11	21,5
Inne	5	6,3
Razem	79	100

*Respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowanie własne.

Ważnych informacji o dalszym rozwoju przedsiębiorstw i wdrażaniu innowacji dostarcza analiza planów w zakresie inwestowania w przyszłości. Z badań wynika, że najczęściej właściciele przedsiębiorstw zamierza inwestować w budowę i modernizację, nowoczesny sprzęt oraz maszyny i urządzenia (tabela 5).

Tabela 5

Przedmiot inwestowania

Wyszczególnienie	n*	Respondenci [%]
Budowa i modernizacja	22	23,4
Maszyny i urządzenia	14	14,8
Nowoczesny sprzęt	17	18,1
Nowe technologie	6	6,4
Zakup większej liczby sztuk zwierząt	5	5,3
Podnoszenie jakości świadczonych usług	6	6,4
Inne	8	8,5
Razem	94	100

*Respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowanie własne.

Ponieważ wśród ankietowanych byli również rolnicy, odpowiedzi dotyczyły także zakupu zwierząt i rozwinięcia produkcji w gospodarstwie. Wyniki te pozytywnie świadczą o innowacyjności przedsiębiorstw prowadzonych przez rolników i pozwalają mieć nadzieję, że dzięki temu unowocześnią oni zarówno swoje firmy, jak i gospodarstwa.

O rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich decydują także różne instytucje. Właściciele przedsiębiorstw agrobiznesu wskazali na małą aktywność instytucji w zakresie wspierania rozwoju tych podmiotów. Wśród instytucji działających w powiecie olsztyńskim najaktywniejsze okazały się ośrodki

doradztwa rolniczego (31,4%), które prowadzą szkolenia rolników. Również ważnymi instytucjami są banki, Agencja Nieruchomości Rolnych oraz Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. Ponownie potwierdzono jedną z prawidłowości teorii innowacyjności: innowacje są opracowane przez inne instytucje, a przedsiębiorcy je wdrażają. Są to więc innowacje popytowe.

Przedsiębiorcy działający na obszarach wiejskich, jak wynika z danych zamieszczonych w tabeli 1, to ludzie kreatywni, pomysłowi, jednocześnie świadomi czynnika, jakim jest zwrócenie uwagi klientów na oferowany produkt. Wszechobecna mechanizacja, a także zastosowanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych i technicznych sprawia, że przedsiębiorstwo będzie produkować więcej, lepiej, wydajniej. Przedsiębiorcy wiejscy to ludzie otwarci na nowe wyzwania, poszerzający swoją wiedzę, zdający sobie sprawę, że wdrożenie nowoczesnych technologii pozwoli im na uniezależnienie się od pośredników, którzy szczególnie w przetwórstwie rolno-spożywczym, otrzymują jak największy zysk z partycypacji w łańcuchu marketingowym między rolnikiem przedsiębiorcą a kolejnymi ogniwami agrobiznesu. Podjęcie działań, które wpływają na unowocześnienie firmy, jest nierozdzielnie związane z możliwością rozwoju i funkcjonowania firmy na rynku. Wynik ten jest potwierdzeniem, że ważnym czynnikiem sprawczym innowacyjności są sami przedsiębiorcy.

Wpływ na rozwój innowacji w przedsiębiorczości na obszarach wiejskich ma nie tylko rolnik przedsiębiorca. Kooperacja przedsiębiorcy i innych jednostek z jego otoczenia, szczególnie instytucji, pozwala na rozwiązanie trudności związanych ze wdrożeniem innowacji. Sprawia również, że przedsiębiorca podejmujący innowacyjne działania w celu ulepszenia i zwiększenia produkcji ma się do kogo zwrócić po informacje na interesujący go temat.

Wdrażanie innowacji jest związane także z określonymi cechami osobowymi. Z badań wynika, że najważniejszą cechą w opinii przedsiębiorców jest kreatywność (tabela 6). Ważna jest też umiejętność nawiązywania kontaktów. Badania własne potwierdzają założenia teorii innowacyjności J. Schumpetera, że to przedsiębiorcy i ich cechy osobowe są czynnikiem sprawczym innowacyjności. Mamy więc do czynienia z innowacjami podażowymi.

Tabela 6

Najważniejsze cechy osobowe przedsiębiorców warunkujące sukces

Wyszczególnienie	n*	Respondenci [%]
Umiejętność nawiązywania kontaktów	17	21,8
Kreatywność	18	23,1
Umiejętność planowania	16	20,5
Konsekwencja w działaniu	13	16,6
Operatywność	10	12,8
Inne	4	5,1
Razem	78	100%

*Respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

1. Innowacyjność jest bardzo ważnym zjawiskiem w rozwoju przedsiębiorczości na terenach wiejskich. Pozwala na zastosowanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych w produkcji zwiększających wydajność w przedsiębiorstwie. Tym samym poprzez zastosowanie innowacyjnych rozwiązań następuje zjawisko dywersyfikacji działalności na obszarach wiejskich. Można więc stwierdzić, że założenia teorii innowacyjności zostały w badaniach własnych potwierdzone w większości przypadków.
2. Doskonalenie poziomu innowacyjności uzależnione jest od stanu technicznego maszyn i urządzeń stosowanych w produkcji. Przedsiębiorstwo, chcąc się rozwijać, musi podejmować inwestycje, które przyniosą korzyści. Dobra baza maszynowa i modernizacja budynków pozwoli na zwiększenie produkcji oraz na zlokalizowanie całego procesu w przedsiębiorstwie. Dzięki temu cały dochód będzie kierowany do firmy.
3. W badaniach stwierdzono obecność instytucji zachęcających przedsiębiorców do stosowania innowacji w produkcji. Są to instytucje doradcze zatrudniające specjalistów, których celem jest wspieranie przedsiębiorców i pomaganie im w podejmowaniu nowatorskich rozwiązań. Stworzenie strategii prorozwojowej i wdrożenie innowacyjności w przedsiębiorstwie sprawi, że coraz więcej przedsiębiorców będzie starało się usprawnić działania firmy. Potwierdzona została tym samym prawidłowość, że instytucje rynkowe opracowują innowacje, a przedsiębiorcy je wprowadzają. Są one więc imitowane.
4. Badania dowodzą, że to kierownictwo będzie zorientowane na rozwój i poszerzanie działalności gospodarczej i wprowadzanie innowacji. Działania związane z rozwojem będą również udziałem konsumentów, co sprawi,

że wdrożenie nowoczesnych, innowacyjnych rozwiązań będzie łatwiejsze. Fakt ten potwierdzają również badania własne.

5. Badania własne nie potwierdzają jednak prawidłowości, że innowacje prowadzą do powstania oligopoli. Innowacje powodują rozwój przedsiębiorstw i sprzyjają ich przetrwaniu na rynku.

INNOVATIVENESS OF ENTERPRISES RUN BY FARMERS IN PRACTICE AND ECONOMY THEORY

Summary

The objective of the survey was to estimate innovativeness of agribusiness enterprises in Olsztyn district. The survey was carried out in 2010. The survey included 65 agribusiness enterprises with different activity directions. The theory of innovativeness was investigated. The survey proved that most enterprises used innovations. The survey proved that the innovativeness theory was introduced.

Translated by Piotr Bórawski