

Monika Sipa

Specyfika działalności małych przedsiębiorstw o zróżnicowanym poziomie innowacyjności i konkurencyjności

Ekonomiczne Problemy Usług nr 63, 441-448

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.

MONIKA SIPA

Politechnika Częstochowska

SPECYFIKA DZIAŁALNOŚCI MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW O ZRÓŻNICOWANYM POZIOMIE INNOWACYJNOŚCI I KONKURENCYJNOŚCI

1. Zależność konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw

Walka przedsiębiorstw o przetrwanie jest szczególnie widoczna w dobie kryzysu gospodarczego, kiedy szansę na istnienie mają tylko najsilniejsze firmy, i to niekoniecznie duże koncerny. Małe przedsiębiorstwa dzięki swoim cechom społecznym oraz ekonomicznym mogą szybko reagować na zmiany konsumpcyjnych postaw klientów, dostosowując się do potrzeb rynku. W przypadku polskich małych firm konieczne jest myślenie długofalowe, ponieważ myślenie krótkookresowe i budowanie pozycji konkurencyjnej za pomocą ceny nie pomogą im w walce z chińskimi czy też indyjskimi podmiotami, których koszty pracy są zdecydowanie niższe niż w Polsce.

Należy stwierdzić, że sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) charakteryzuje się dużym zróżnicowaniem w zakresie konkurencyjności. W grupie tej są zarówno podmioty mające silną pozycję konkurencyjną, jak i takie, które są mało konkurencyjne. Niewskazane jest, by w procesie konkurowania małe podmioty eksperymentowały w zakresie najnowszych rozwiązań, powinny raczej wykorzystywać już sprawdzone, a także oferować klientom produkt razem z usługą. Powinny one bazować na swoich zasobach i opierać się na swoich atutach. Rozeznanie rynku przez przedsiębiorstwa tej skali powinno polegać na wyszukiwaniu małych

grup klientów oraz nowych rynków (nisze rynkowe), na których mogłyby one stać się znane¹.

Aby sprostać konkurencji, przedsiębiorstwa starają się oferować niestandardowe rozwiązania, zaspokajające indywidualne potrzeby płynące z otoczenia. Trwałą przewagę konkurencyjną mogą one osiągnąć, dążąc do wysokiego poziomu „dojrzałości innowacyjnej”, ponieważ są w stanie utrzymywać wysoki współczynnik innowacyjności, który jak podaje się w literaturze przedmiotu, uznawany jest za zasadniczy sposób utrzymania przez przedsiębiorstwo dobrej pozycji na rynku.

Między wspomnianymi zagadnieniami – innowacjami i konkurencyjnością – zachodzi sprzężenie zwrotne, ponieważ wprowadzanie zmian przyczynia się między innymi do zróżnicowania oferty firmy (modernizowany lub nowy produkt/usługa), obniżenia kosztów produkcji, a także poprawienia jakości oferowanych produktów i usług, co prowadzi do umacniania się pozycji na rynku. Tempo i zakres kreowania oraz wdrażania innowacji decydują wspólnie o osiągnięciu przewagi konkurencyjnej². Przedsiębiorstwa, które nie stosują nowych technik wystarczająco szybko, będą narażone na starty wynikające z ograniczonej konkurencyjności ich produktów, a tym samym malejącego udziału w rynku³. Należy zwrócić uwagę, że charakter wprowadzanych innowacji zależy jednak w dużej mierze od przyjętej przez firmę strategii konkurencyjnej (kierunków działań konkurencyjnych) oraz czynników wewnętrznych i zewnętrznych. Niezależnie od wybranego kierunku działań konkurencyjnych, aby innowacje przyniosły zamierzony efekt, trzeba mieć na uwadze również umiejętność zarządzania procesem wdrażania innowacji oraz na bieżąco analizować rynek, na którym firma funkcjonuje. Wprowadzając nowe techniki zarządzania, przedsiębiorstwo może osiągnąć wzrost wydajności, spadek kosztów oraz wzrost jakości, co w efekcie przyniesie korzyści również klientom firmy w postaci lepszych i tańszych produktów/usług⁴.

Uwzględniając powyższe, podjęto próbę charakterystyki podmiotów o zróżnicowanym poziomie konkurencyjności i innowacyjności.

¹ Por. Z. Pierścioneck, *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2003, s. 330–332; B. Piasecki, *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, PWN, Warszawa–Łódź, 1999, s. 250–251.

² H. Godlewska, *Wpływ przestrzeni na konkurencyjność przedsiębiorstw*, w: H. Godlewska, M. Typa, *Przestrzenne uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2002, s. 8.

³ *Ekonomika przedsiębiorstwa. Wybrane zagadnienia*, red. M.W. Jerzak, M. Nowicka-Skowron, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 1995, s. 273.

⁴ M. Hammer, *Sztuka konkurowania w gospodarce XXI wieku. Plan działania*, Helion, Gliwice 2006, s. 29, 298.

2. Metodologia badań

Celem niniejszego artykułu jest prezentacja charakterystyki małych przedsiębiorstw w kontekście ich poziomu konkurencyjności i innowacyjności. Przedstawione wyniki stanowią fragment większych badań dotyczących konkurencyjności i innowacyjności małych przedsiębiorstw prowadzących działalność na terenie województwa śląskiego. Analizie poddane zostały dane z 216 ankiet⁵. W artykule zaprezentowano jedynie fragment wyników badań⁶.

W celu przeprowadzenia analizy przyjęta do badań grupa przedsiębiorstw podzielona została ze względu na ich poziom innowacyjności oraz osiągniętą pozycję na rynku. Wyodrębniono⁷ dwie grupy firm: innowacyjne i nieinnowacyjne, a następnie w obu grupach wyłoniono⁸ przedsiębiorstwa „silnie konkurencyjne” i „słabo konkurencyjne”. Uwzględniając innowacyjność i konkurencyjność badanych przedsiębiorstw, wyodrębniono cztery grupy podmiotów, którym przypisano następujące określenia (rysunek 1):

- „wspaniałe”⁹, tzn. innowacyjne i silnie konkurencyjne,
- „dreptacze”¹⁰, nieinnowacyjne i słabo konkurencyjne,
- „ambitne”, innowacyjne i słabo konkurencyjne,
- „tradycyjne”, nieinnowacyjne i konkurencyjne.

W grupie „wspaniałych” znalazło się 40% badanych przedsiębiorstw. Po przeciwnej stronie – w grupie „dreptaczy” – 24%. Jedna czwarta przedsiębiorstw mimo swej innowacyjności okazała się słabo lub w ogóle niekonkurencyjna – firmy „ambitne”, podczas gdy zaledwie 11% nieinnowacyjnych przedsiębiorstw to jednostki silnie konkurencyjne.

⁵ Próbę pierwotną wylosowano z populacji małych przedsiębiorstw, zatrudniających do 49 osób, prowadzących działalność na terenie województwa śląskiego. W badaniu zastosowano losowanie warstwowe. Przyjmując takie założenia, jak: poziom istotności $\alpha = 0,05$ oraz możliwy do popełnienia błąd $d = 0,07$, otrzymano minimalną liczebność próby na poziomie 196 przedsiębiorstw.

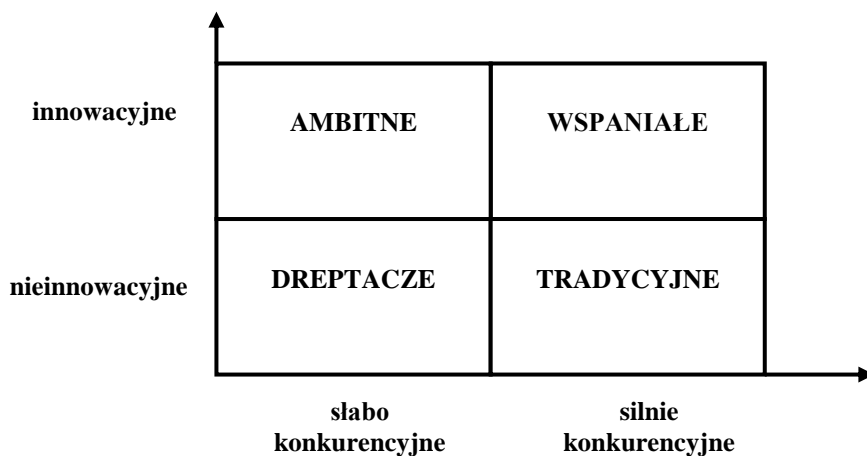
⁶ Por. M. Sipa, *Znaczenie innowacji w kształtowaniu konkurencyjności małych przedsiębiorstw w województwie Śląskim*, praca doktorska.

⁷ Jeżeli w ciągu ostatnich pięciu lat zostały wprowadzone innowacje w przedsiębiorstwie, wówczas podmioty te uznano za innowacyjne, natomiast pozostałe firmy określono jako nieinnowacyjne.

⁸ „Silnie konkurencyjne” – to te, które oceniły swoją pozycję na rynku jako dobrą lub bardzo dobrą, a „słabo konkurencyjne” określiły swoją pozycję konkurencyjną jako: średnią, słabą, bardzo słabą lub też nie potrafiły określić swojej pozycji.

⁹ Określenie „wspaniałe” i „ambitne” zaczerpnięto, z: K.B. Matusiak, E. Stawasz, A. Jęwtuchowicz, *Zewnętrzne determinanty rozwoju innowacyjnych firm*, Katedra Ekonomii Uniwersytet Łódzki, Łódź 2001, s. 29–34.

¹⁰ Określenie „dreptacze” zapożyczono, z: P. Niedzielski, *Polityka innowacyjna w transporcie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003, s. 196.



Rys. 1. Typy przedsiębiorstw ze względu na ich innowacyjność i konkurencyjność

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W celu zidentyfikowania interesujących zależności porównania dokonano między przedsiębiorstwami należącymi do grupy firm „wspaniałych” i „dreptaczy”.

3. Charakterystyka małych przedsiębiorstw o różnym poziomie innowacyjności i konkurencyjności

Z dokonanej analizy wynika, że wśród „dreptaczy” dominują firmy zatrudniające do 9 pracowników (73,5%), natomiast wśród firm „wspaniałych” zaistniała równowaga między liczbą firm mikro i małych. Analizując profil wykształcenia właścicieli tej właśnie grupy przedsiębiorstw, można zauważyć znaczną przewagę przedsiębiorców z wykształceniem technicznym. Dotyczy to trzech czwartych badanych firm, natomiast w co piątą z nich właściciel miał wykształcenie ekonomiczne. W przypadku firm słabo konkurencyjnych i nieinnovacyjnych struktura profilu wykształcenia właścicieli wyglądała podobnie. Nieco mniej, bo niecałe 70% przedsiębiorców, miało wykształcenie techniczne, a 25% ekonomiczne.

Badając dynamikę zmian w dziedzinach działalności przedsiębiorstw, pojawiają się symptomy stagnacji branż, w których funkcjonują „dreptacze”. Ponad 30% z nich wskazało, że branża, w której działają, charakteryzuje się niewielkim tempem zmian, a nawet bardzo dużą stabilnością (prawie jedna piąta firm). Funkcjonowanie w takiej branży przyczynia się do dostosowywania się podmiotów w niej funkcjonujących do warunków panujących w otoczeniu. W efekcie może to być jeden z powodów ich słabszej organizacji i co za tym idzie, problemów z nawiązaniem rywalizacji z czołówką rynku. W przypadku przedsiębiorstw „wspania-

łych” nie ma mowy o stabilności, a na niewielkie tempo zmian w ich branży zwróciło uwagę jedynie 18,2% przedsiębiorstw. Zdecydowana większość tych podmiotów (83%) funkcjonuje w branżach charakteryzujących się średnim lub szybkim tempem zachodzących zmian, przy czym jedna piąta z nich określiła swoją dziedziczną działalność jako bardzo zmienną. Funkcjonowanie firm „wspaniałych” na tak zmiennym rynku przekłada się na tempo wprowadzanych zmian. Prawie 80% z nich przyznało, że wdraża zmiany w tempie porównywalnym do konkurentów, natomiast 13,6% wprowadza zmiany częściej. Niewiele ponad 3% podmiotów nie potrafiło dokonać porównania. Uzyskane informacje mogą wskazywać na istotną rolę charakteru branży (jej zmienności), w jakiej funkcjonują podmioty, w szybkości wprowadzania zmian. Chcąc utrzymać się na rynku oraz umocnić osiągniętą już pozycję konkurencyjną, przedsiębiorstwa starają się utrzymać na podobnym poziomie innowacyjności co konkurenci lub wyprzedzić ich, wdrażając zmiany szybciej niż inne firmy z branży.

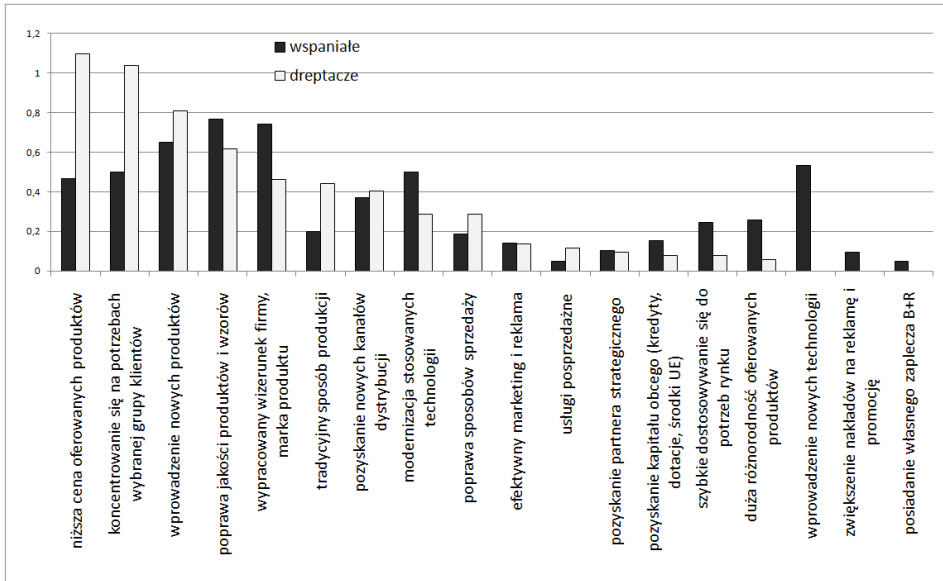
Firmy „wspaniałe” starają się rozszerzać swą działalność na jak największy obszar terytorialny, obejmujący głównie takie rynki, jak: regionalny, krajowy i zagraniczny. W przypadku „dreptaczy” rynek zagraniczny jest pomijany, a główna działalność skupia się na rynku regionalnym, który stanowi o 44,2% obszaru działania, co jest o ponad 10 punktów procentowych większym wskaźnikiem niż w przypadku firm bardziej rozwiniętych.

Określając charakter konkurencyjności na głównych rynkach prowadzonej działalności, 37,2% badanych przedsiębiorstw o wysokiej konkurencyjności i innowacyjności uważa, że konkurencja na rynku ma charakter silny, a 61,6% sądzi, iż jest on najwyżej umiarkowany. W przypadku „dreptaczy” – co wydaje się być naturalne – ich samoocena jest automatycznie niższa (wykazana została statystycznie istotna różnica w ocenie obu grup). W opinii 51,9% przedsiębiorstw z tej grupy konkurencja ma charakter silny, a według 46,2% – umiarkowany. Nikt w obu grupach nie wskazał na brak istnienia na rynku konkurencji.

Wśród głównych powodów osiągnięcia obecnej pozycji konkurencyjnej na rynku firmy „wspaniałe” wskazują przede wszystkim na poprawę jakości produktów oraz wypracowanie marki firmy. W porównaniu z nimi firmy „dreptacze” zwracają szczególną uwagę na wybraną grupę odbiorców oraz oferowanie wyrobów o niższej cenie, co jak może się wydawać, nie daje oczekiwanych rezultatów w dłuższym okresie. Jediną kategorią o podobnej ocenie jest wprowadzanie nowych produktów na rynek. Należy zauważyć również, że podmioty należące do grupy „dreptaczy” zupełnie pominęły, tak ważne w odbiorze przedsiębiorstw „wspaniałych” – wprowadzanie nowych technologii (rysunek 2).

W umacnianiu pozycji konkurencyjnej poprzez wprowadzanie innowacji bardzo istotnym elementem jest odpowiednia współpraca z otoczeniem. Jest to szczególnie ważne dla małych przedsiębiorstw, które często nie posiadają odpowiednich

umiejętności, zaplecza technicznego, a także środków finansowych, aby samodzielnie prowadzić działalność innowacyjną.



Rys. 2. Czynniki mające istotny wpływ na osiągnięcie przez firmę obecnej pozycji konkurencyjnej na rynku

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W przypadku analizowanych podmiotów współpraca jest bardzo ograniczona. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że współpracę z innym przedsiębiorstwem, w zakresie opracowania i wdrażania nowego produktu lub technologii, nawiązała jedna czwarta firm „wspaniałych”. W grupie przedsiębiorstw „dreptaczy” wskaźnik ten wyniósł zaledwie 7,7%. Jeszcze gorzej sytuacja wygląda w przypadku współpracy z jednostkami B+R (badania i rozwój). Jedynie 7% przedsiębiorstw „wspaniałych” wskazało na istnienie takiej kooperacji w przeszłości, podczas gdy w drugiej grupie żadna z firm nie wskazywała na jakąkolwiek współpracę z instytucjami sektora B+R. Wyniki te skłaniają do wniosku, że przedsiębiorstwa województwa śląskiego działają w bardzo dużej izolacji, co w efekcie może przyczyniać się do ich słabszego rozwoju w zakresie innowacyjności i konkurencyjności¹¹.

Ze względu na charakter działalności dwóch analizowanych grup firm wyraźnie zarysowuje się różnica pomiędzy dostrzegalnym zagrożeniem ze strony konku-

¹¹ Por. *Kierunki inwestowania w nowoczesne technologie w przedsiębiorstwach MŚP. Raport z badania ankietowego*, PARP, Warszawa, listopad 2007, s. 98.

rencji. W opinii 45,3% firm „wspaniałych” największą konkurencję stanowią inne małe firmy, podczas gdy według grupy „dreptaczy” małe firmy stanowią konkurencję aż w 73,1%. Różnica w tej ocenie jest znaczna – istotna statystycznie, i wynika (mimo jej przewagi nad innymi) z wielkości badanych firm. Jeszcze większą różnicę obserwujemy w przypadku oceny firm zagranicznych. Według 24,4% firm „wspaniałych” firmy zagraniczne stanowią silną konkurencję, w przypadku „dreptaczy” uważa tak jedyne 3,8%. Związane jest to z formalnym brakiem działalności tychże firm na rynkach międzynarodowych. Co więcej, 7,7% „dreptaczy” nie ma świadomości dotyczącej ewentualnej konkurencji, co świadczy dobitnie o ich bardzo słabym przygotowaniu do prowadzenia działalności na rynku. Pozytywny jest fakt, iż zarówno jedna, jak i druga grupa analizowanych firm dostrzega związek między wprowadzaniem innowacji a umacnianiem pozycji konkurencyjnej na rynku. Co szóste „wspaniałe” przedsiębiorstwo ocenia rolę innowacji w umacnianiu pozycji konkurencyjnej na rynku jako bardzo ważną, natomiast ponad 70% wskazuje na duże znaczenie innowacji. W przypadku firm nieinnowacyjnych i słabo konkurencyjnych na duże znaczenie wskazuje trzy czwarte z nich, natomiast na małe znaczenie – 21,2%.

Obserwując wskazane odpowiedzi, nietrudno stwierdzić, iż rację mają ci, którzy wypowiadają się na tematy znane z autopsji. W związku z tym wypowiedzi firm słabo konkurencyjnych, a tym bardziej nieinnowacyjnych, na temat innowacyjności i konkurencyjności należy odbierać jako opinie o małej trafności. Natomiast sondaż przeprowadzony w grupie innowacyjnych i konkurencyjnych przedsiębiorstw („wspaniałych”) nosi znamiona niemalże ekspertyzy. Można zatem sądzić, że innowacje odgrywają niebagatelną rolę w umacnianiu pozycji konkurencyjnej na rynku tej grupy przedsiębiorstw.

Podsumowanie

Należy zauważyć, że wśród „dreptaczy” dominują mikroprzedsiębiorstwa oraz że „dreptacze” funkcjonują głównie w dziedzinach działalności charakteryzujących się niewielkim tempem zmian, a nawet stagnacją. Niestety, funkcjonowanie w takiej branży nie działa stymulująco na podnoszenie innowacyjności, a co za tym idzie – na umacnianie konkurencyjności, chociażby poprzez wchodzenie na nowe rynki zbytu. W przypadku „dreptaczy” rynek zagraniczny jest pomijany, a podstawowa działalność skupia się na rynku regionalnym. Różnice między badanymi grupami widoczne są również w determinantach kształtujących ich pozycję konkurencyjną na rynku. Dla firm „wspaniałych” istotna jest jakość produktów oraz wypracowanie marki firmy, natomiast „dreptacze” zwracają szczególną uwagę na oferowanie wyrobów o niższej cenie oraz wybraną grupę odbiorców.

Niepokojący jest niski poziom współpracy badanych firm z otoczeniem. Współpraca taka jest tym bardziej istotna, że podmioty tej skali charakteryzują się niewielkimi zasobami wewnętrznymi, uniemożliwiającymi im szeroko rozumiany rozwój. Poczyszający jest jednak fakt, iż w obu grupach dostrzega się związek między wprowadzaniem innowacji i umacnianiem pozycji konkurencyjnej.

**THE SPECIFIC CHARACTER
OF THE ACTIVITY OF SMALL ENTERPRISES
OF VARIED INNOVATIVENESS AND COMPETITIVENESS LEVEL**

Summary

The paper presents a part of the results of the researches concerning competitiveness and innovativeness of small Silesian enterprises. Among the enterprises there have been defined four groups of companies varying in the level of innovativeness and competitiveness. They are defined as: the 'ambitious' ones, the 'scuttlers', the 'splendid' ones and the 'traditional' ones. In the paper the comparison between the two groups of enterprises: the 'splendid ones' and the 'scuttlers' is made. The first group consists of innovative enterprises which are marked by strong position on the market whereas the other group consists of non-innovative and non-competitive enterprises.

The obtained results indicate that micro-enterprises definitely predominate among the 'scuttlers'. There are also noticeable the differences in the profile of the branch they operate in, the area of their business activity and the main determinants of their competitiveness. The analysis also includes the approach of the 'scuttlers' and the 'splendid' enterprises to the idea of innovativeness and the cooperation of the discussed enterprises with their business environment.

Translated by Monika Sipa