

# Renata Lisowska, Robert Stanisławski

---

## Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych : analiza porównawcza

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 109, 65-79

---

2013

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.

*DR RENATA LISOWSKA*

**Uniwersytet Łódzki**

*DR ROBERT STANISŁAWSKI*

**Politechnika Łódzka**

**INNOWACYJNOŚĆ MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW  
W OBSZARACH ROZWINIĘTYCH I ZMARGINALIZOWANYCH  
– ANALIZA PORÓWNAWCZA**

**Wprowadzenie**

Ostatnia dekada udowodniła, że innowacyjność była głównym czynnikiem wpływającym na rozwój gospodarek światowych, szczególnie w odniesieniu do sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Poziom rozwoju innowacyjnego tego sektora, jak pokazują badania, jest bardzo zróżnicowany w krajach europejskich. Wynika to z odmiennych czynników zewnętrznych, jak i wewnętrznych – wpływających bezpośrednio lub pośrednio na jego potencjał innowacyjny. Rozwój innowacyjny wymusza na MSP uzupełnianie brakujących zasobów (i zaspokajanie zgłaszanych w tym zakresie potrzeb) w taki sposób, aby możliwe było budowanie przez ten sektor własnego potencjału rozwojowego. Nie jest to łatwe ze względu na trudności w dostępie do zewnętrznych źródeł finansowania pozwalających uzupełnić istniejące braki w zasobach. Należy mieć jednak nadzieję, że w kilku następnych latach sytuacja się poprawi dzięki zdecydowanym działaniom w zakresie polityki innowacyjnej państwa, realizowanej obecnie w Polsce przy dość dużym

wspieraniu środków unijnych. Pozwoliłoby to na poprawę konkurencyjności polskiego sektora MSP na arenie międzynarodowej.

Znaczenie innowacji dla rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w literaturze przedmiotu było do tej pory wielokrotnie omawiane, szczególnie w kontekście ich wpływu na kształtowanie pozycji konkurencyjnej na rynku. Innowacje są rozpatrywane w szerokim i wąskim znaczeniu. W polskiej literaturze definicje o szerokim znaczeniu można znaleźć wśród takich autorów, jak W. Janasz, który określa innowacje jako zmianę w produkcji polegającą na przyswajaniu uzyskanej wiedzy<sup>1</sup>, oraz A. Pomykański, traktujący innowacje jako proces twórczego myślenia zmierzającego do zastosowania i użytkowania ulepszonych rozwiązań w technice, technologii, życiu społecznym<sup>2</sup>. Innowacje w ujęciu wąskim oznaczają pomijanie zmian społecznych i organizacyjnych na korzyść rozwiązań technicznych, gdyż tylko te ostatnie mają kluczowe znaczenie dla rozwoju gospodarczego<sup>3</sup>. Co więcej, w ujęciu tym podkreśla się znaczenie niewykorzystanej dotychczas wiedzy jako zasadniczego elementu rozwoju metod wytwarzania (procesów produkcyjnych) i tym samym końcowych „efektów”, jakimi są dostępne na rynku produkty<sup>4</sup>. Według M. Zeleny innowacja to zmiana o charakterze radykalnym i systematycznym przynosząca nową wartość dla klientów, zdolnych do tego, aby za nią zapłacić<sup>5</sup>. Wyznacznikiem sukcesu rynkowego nie jest bowiem kreowanie nowych rozwiązań (pomysłów, idei) bez ich praktycznego wykorzystania, lecz tworzenie takich, które znajdą swoich odbiorców, przyczyniając się do wzrostu ich satysfakcji. W praktyce oznacza to, że innowacja nie musi oznaczać wprowadzenia całkowicie nowego produktu, lecz udoskonalenie już istniejącego. Przykładem takiego podejścia może tutaj być definicja J. Baruka,

---

<sup>1</sup> W. Janasz, *Innowacje i ich miejsce w działalności przedsiębiorstw*, w: *Innowacje w modelach działalności przedsiębiorstw*, red. W. Janasz, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003.

<sup>2</sup> A. Pomykański, *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Łódź 2001.

<sup>3</sup> E. Stawasz, *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1999.

<sup>4</sup> W. Janasz, K. Koziół-Nadolna, *Innowacje w organizacji*, Polskie Wydawnictwa Ekonomiczne, Warszawa 2011.

<sup>5</sup> M. Zeleny, *Knowledge of enterprise: knowledge management or knowledge technology?* w: *Governing and Managing Knowledge in Asia*, ed. T. Menkhoff, H.-D. Evers, and Y.W. Chay, World Scientific Vol. 3, New Jersey 2010, s. 23–57.

który pod pojęciem innowacji rozumie wprowadzenie zmian o charakterze produktowym, organizacyjnym, marketingowym i procesowym (w zakresie nowych lub ulepszonych metod wytwarzania) oraz nowych (lub ulepszonych) metod organizacji pracy i zarządzania, w celu osiągnięcia określonych korzyści<sup>6</sup>. Powyższa definicja sugeruje podział innowacji na cztery podstawowe kategorie: innowacje produktowe, procesowe, organizacyjne i marketingowe<sup>7</sup>. Pierwsze z nich polegają na wprowadzaniu nowego (lub ulepszanego) produktu na rynek, poprzez zmiany wzornictwa, zakup nowych patentów czy poprawę użyteczności. Drugie koncentrują się na modyfikacjach w zakresie metod i technik wytwarzania. Innowacje marketingowe obejmują zmiany w zakresie technik sprzedaży umożliwiające wejście na nowe rynki<sup>8</sup>. Wreszcie innowacje organizacyjne dotyczą kwestii wewnątrz samego przedsiębiorstwa, wpływających na poprawę jego funkcjonowania w dłuższym okresie (nowe rozwiązania administracyjne, nowa polityka kadrowa, itd.). Reasumując, dla potrzeb niniejszego opracowania przyjęto definicję w węższym ujęciu z podziałem na cztery wspomniane powyżej grupy innowacji. Z pojęciem innowacji związane jest pojęcie „innowacyjności”, interpretowane w różny sposób. Najczęściej oznacza ono zdolność organizacji do poszukiwania, wdrażania i upowszechniania innowacji, stanowiącą jej siłę kreatywną<sup>9</sup>, czy też „skłonność firmy do innowacji lub rozwoju nowych produktów”<sup>10</sup> lub adopcji innowacji<sup>11</sup>. Skłonność ta w znacznym stopniu jest zależna od zdolności przedsiębiorców do wprowadzania (implementowania) nowych rozwiązań oraz od posiadanego potencjału innowacyjnego.

---

<sup>6</sup> J. Baruk, *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006.

<sup>7</sup> R. Stanisławski, R. Lisowska, *The Polish SME innovativeness against a background of European union countries*, w: *Knowledge Base for Management – Theory and Practice*, ed. Stefan Hittmar, Scientific Monograph Collection, University of Zilina, Zilina 2010.

<sup>8</sup> P. Niedzielski, K. Rychlik, *Innowacje i kreatywność*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006.

<sup>9</sup> A. Pomykański, *op.cit.*

<sup>10</sup> R. Garcia, R. Calantone, *A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review*, “Journal of Product Innovation Management” Vol. 19 (2002), No 2.

<sup>11</sup> S. Morton, N. Burns, *Understanding and overcoming resistance to innovation*, w: *Creating Wealth From Knowledge. Meeting the Innovation Challenge*, eds. J. Bessant, T. Venables, Edward Elgar, Cheltenham 2008.

Aby skutecznie budować swój potencjał, przedsiębiorstwo musi współpracować z otoczeniem, pozyskując potrzebne dla jego rozwoju zasoby o charakterze: rzeczowym, kapitałowym, ludzkim i informacyjnym itd.

Duże znaczenie w tym względzie mają uwarunkowania zewnętrzne (warunki regionalne, typ sektora, w którym podmiot funkcjonuje, otoczenie naukowe, ekonomiczne i polityczne) oraz wewnętrzne, wśród których można m.in. wymienić: śledzenie dostępnych źródeł okazji do innowacji czy też promowanie postaw innowacyjnych (pomysłów i rozwiązań), co ogólnie określane jest mianem „kultury innowacyjnej”. Jest ona warunkiem rozwoju innowacyjnego organizacji, umożliwiając im współpracę z otoczeniem i pomiędzy sobą<sup>12</sup>.

Rozwój działalności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw jest szczególnie utrudniony w przypadku lokalizacji tych podmiotów w obszarach zmarginalizowanych, gdzie oprócz czynników wewnętrznych i zewnętrznych mają dodatkowo wpływ cechy tych obszarów. Obszary zmarginalizowane w Polsce są zlokalizowane głównie na terenie pięciu województw Polski Wschodniej. Do specyficznych cech obszarów zmarginalizowanych można zaliczyć<sup>13</sup>:

- słaby potencjał gospodarczy (głównie obszary rolnicze, niska koncentracja podmiotów gospodarczych, niskie nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach, słabo rozwinięty sektor usług);
- niską dostępność komunikacyjną (słabo rozwinięta infrastruktura drogowa, niski wskaźnik gęstości sieci wodociągowej i kanalizacyjnej);
- niską jakość kapitału intelektualnego i społecznego (niskie kwalifikacje siły roboczej, niska efektywność kształcenia);
- niski dostęp do usług publicznych (niewystarczający dostęp do służby zdrowia, mała liczba lekarzy i przychodni, niewystarczająca infrastruktura oświatowa, np. niska liczba bibliotek, placówek oświatowych);
- niekorzystną sytuację na rynku pracy (wysoka stopa bezrobocia, niskie kwalifikacje siły roboczej),
- problemy społeczne (wysokie natężenie ubóstwa materialnego, wysokie natężenie zjawisk patologicznych, np. alkoholizmu, przemocy w rodzinie).

<sup>12</sup> A. Samli Coskun, *Generating a culture of innovation. The necessary ingredient for economic progress*, “The Marketing Review” Vol. 12 (2012), No. 2.

<sup>13</sup> Szerzej w opracowaniu: R. Lisowska, *Zarządzanie rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw w obszarach zmarginalizowanych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013.

Celem artykułu jest analiza porównawcza innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw funkcjonujących w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych w oparciu o badania własne przeprowadzone w SMEs zlokalizowanych na terenie tych obszarów.

## **1. Działalność innowacyjna małych i średnich przedsiębiorstw zlokalizowanych w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych w świetle badań własnych**

Badania własne zostały przeprowadzone w latach 2011–2012 wśród małych i średnich przedsiębiorstw z sektora prywatnego<sup>14</sup> funkcjonujących w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych<sup>15</sup>. Za obszary zmarginalizowane uznano te, które są długo wyłączone z generowania rozwoju i partycypacji w dochodach z rozwoju, co powoduje wykluczenie regionalnej społeczności z aktywnego uczestnictwa w procesach gospodarczych, dalej zaś – ubóstwo w długim okresie, niezaspokojenie podstawowych potrzeb, brak jakichkolwiek szans na znalezienie pracy<sup>16</sup>.

Przebadano 319 małych i średnich przedsiębiorstw w obszarach rozwiniętych oraz 271 w obszarach zmarginalizowanych. Dominowały mikrofirmy z udziałem 55,8% (w obszarach rozwiniętych 50,5%, w obszarach zmargina-

---

<sup>14</sup> Badanie zostało przeprowadzone w ramach projektu badawczego „Determinanty rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw funkcjonujących w regionach zmarginalizowanych. Strategie rozwoju i polityka wsparcia”, projekt no. N N115 297738, umowa numer 977/B/H03/2010/38, finansowanego ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

<sup>15</sup> Klasyfikacji obszarów dokonano na poziomie powiatów przy wykorzystaniu metody taksonomicznej Z. Helwiga, która pozwoliła na wyodrębnienie 4 kategorii obszarów ze względu na ich poziom rozwoju społeczno-gospodarczego, tzn. obszarów rozwiniętych, obszarów średnio rozwiniętych, obszarów słabo rozwiniętych oraz obszarów zmarginalizowanych. Badana próba została wylosowana wśród małych i średnich przedsiębiorstw zlokalizowanych w obszarach rozwiniętych (na terenie 87 powiatów) i obszarach zmarginalizowanych (na terenie 101 powiatów); szerzej na temat koncepcji metodycznej w opracowaniu: R. Lisowska, *Kreowanie postaw przedsiębiorczych w regionach zmarginalizowanych przez władze samorządowe*, w: *Kreatywność – innowacje – przedsiębiorczość. SOOIPP ANNUAL 2009*, red. P. Niedzielski, J. Guliński, K.B. Matusiak, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010.

<sup>16</sup> D. Stawasz, *Rozwój regionalny. Ujęcie teoretyczne*, w: *Psychologiczne wyznaczniki efektywności poszukiwania pracy i samozatrudnienia w regionach zmarginalizowanych*, red. H. Skłodowski, E. Stawasz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2007, s. 53.

lizowanych 62%), małe firmy stanowiły 26,8% (w obszarach rozwiniętych 29,8%, w obszarach zmarginalizowanych 23,2%), zaś 17,4% to firmy średnie (w obszarach rozwiniętych 19,7%, w obszarach zmarginalizowanych 14,8%).

Większość, bo ok. 70%, badanych przedsiębiorstw zajmowała się działalnością usługową i handlową, a niecałe 30% – produkcyjną. Widoczne jest zróżnicowanie głównego rodzaju działalności w obszarach rozwiniętych, gdzie największe znaczenie odgrywała działalność produkcyjna (37,9%) i usługowa (32,9%), przedsiębiorstwa w obszarach zmarginalizowanych miały największy udział w działalności usługowej (44,3%) i handlowej (37,6%).

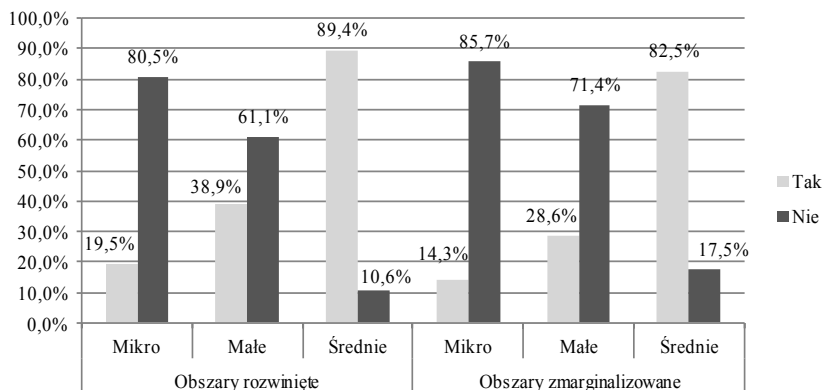
Badane przedsiębiorstwa operowały głównie na rynkach: regionalnym (52,4% wskazań), lokalnym (52% wskazań) i krajowym (44,6% wskazań), tylko co dziesiąta firma rozszerzyła swoją działalność na rynek międzynarodowy (13,2% wskazań). Na rynkach zagranicznych operowały głównie przedsiębiorstwa prowadzące działalność produkcyjną (58,7% całości grupy) i zlokalizowane w obszarach rozwiniętych (47%).

W dalszej części opracowania zostanie przedstawiony wycinek badań dotyczący innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw zlokalizowanych w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych, który jest częścią badania mającego na celu identyfikację problemów funkcjonowania i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w obszarach zmarginalizowanych<sup>17</sup>.

Poziom innowacyjność badanych przedsiębiorstw należy ocenić bardzo nisko, tylko 176 firm (niecałe 30%) bowiem wprowadziło innowacje w latach 2009–2011, z tego 109 w obszarach rozwiniętych (32,6%) i 67 w obszarach zmarginalizowanych (24,7%). Najwięcej innowacji zostało wdrożonych w średnich firmach (87,5%), które dysponują środkami finansowymi na działalność innowacyjną, prowadząc ją we własnym zakresie lub w jednostkach B+R. W przypadku mikro- i małych firm ten wynik był znacznie słabszy i wynosił odpowiednio 17,4% i 34,5%. W obszarach zmarginalizowanych liczba przedsiębiorstw, która wprowadziła innowacje, była znacznie mniejsza niż w obszarach rozwiniętych (por. rys. 1). Przyczyn tego stanu rzeczy należy upatrywać w wielu czynnikach mających raczej charakter barier omówionych w dalszej części opracowania.

---

<sup>17</sup> Szerzej w opracowaniu: R. Lisowska, *Zarządzanie rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw...*



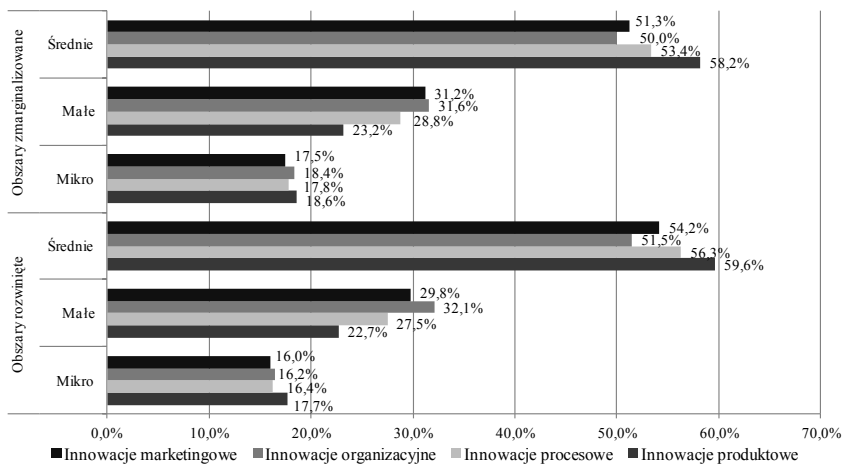
Rys. 1. Wprowadzone innowacje w latach 2009–2011

Źródło: opracowanie własne.

Najczęściej w badanych przedsiębiorstwach zlokalizowanych zarówno w obszarach rozwiniętych, jak i zmarginalizowanych wprowadzano innowacje produktowe (40,6% wskazań) i procesowe (27,2% wskazań), najmniej marketingowych (13,7% wskazań). Jest to powszechna tendencja potwierdzona wieloma badaniami omawianymi w bogatej literaturze przedmiotu<sup>18</sup>. Liderem w zakresie wprowadzonych innowacji były średnie przedsiębiorstwa, które dominowały w każdej kategorii innowacji w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych; świadczy to o dużym potencjale innowacyjnym tych podmiotów. W mikro i małych przedsiębiorstwach liczba wprowadzonych innowacji była znacznie mniejsza ze względu na ograniczoność zasobów finansowych, rzeczowych i ludzkich (por. rys. 2).

<sup>18</sup> Por. np. R. Stanisławski, *Instrumenty polityki innowacyjnej skierowane do MSP*, w: *Polityka innowacyjna wobec sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – analiza uwarunkowań i ocena realizacji*, red. P. Niedzielski, R. Stanisławski, E. Stawasz, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011; W. Janasz, K. Koziół, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.





Rys. 2. Rodzaje wprowadzonych innowacji w latach 2009–2011

Źródło: opracowanie własne.

Wprowadzone rodzaje innowacji charakteryzowały się niskim stopniem nowości głównie na poziomie firmy, rzadziej na poziomie rynku lokalnego i krajowego. Taki rozkład wypowiedzi odnotowano zarówno w obszarach rozwiniętych, jak i zmarginalizowanych. Tylko jedna z badanych firm mogła się pochwalić wprowadzoną innowacją na poziomie międzynarodowym, co może negatywnie wpłynąć w przyszłości na pozyskanie środków finansowych na działalność innowacyjną funduszy unijnych.

Kolejnym obszarem badawczym było określenie przyczyn wprowadzenia innowacji. Rozkład wypowiedzi respondentów wskazuje na zróżnicowanie tych przyczyn w zależności od lokalizacji firmy w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych. Potwierdził to również test U Manna-Whitney'a<sup>19</sup>, którego wyniki oraz prawdopodobieństwo testowe ( $p < 0,05$ ) świadczą o istnieniu wspomnianego zróżnicowania (por. tab. 1).

<sup>19</sup> Test U Manna-Whitney'a pozwala porównywać ze sobą dwie niezależne populacje. Ma zastosowanie, gdy zmienna zależna jest ilościowa, ale nie spełnia założeń związanych z normalnością rozkładu bądź też jest wyrażona na skali porządkowej. Test ten polega na rangowaniu wyników zmiennej zależnej (od najmniejszej do największej) w badanych grupach, a następnie grupy są ze sobą porównywane. Szerzej na temat testu: J. Kornacki, J. Mielniczuk, *Statystyka dla studentów kierunków technicznych i przyrodniczych*, WNT, Warszawa 2001; R. Szwed, *Metody statystyczne w naukach społecznych. Elementy teorii i zadania*, Wydawnictwo KUL, Lublin 2009.

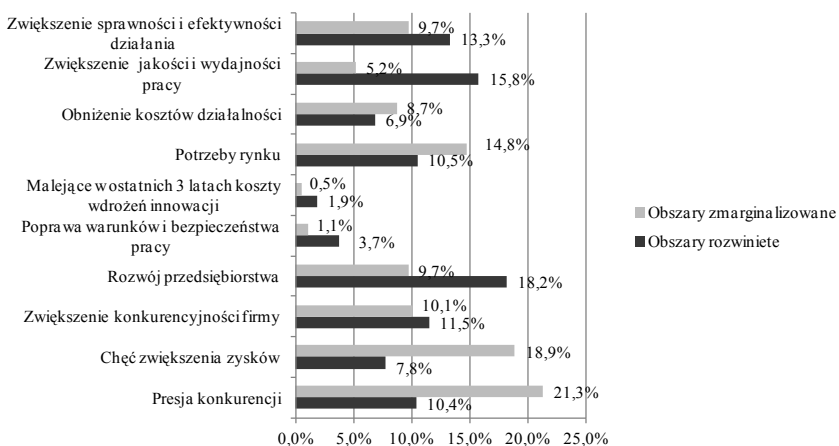
Tabela 1

Poziom prawdopodobieństwa testowego (p) według testu U Manna-Whitney'a zmiennych określających przyczyny wprowadzenia innowacji w badanych przedsiębiorstwach w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych

<b>Przyczyny wprowadzenia innowacji</b>	<b>Prawdopodobieństwo testowe (p)</b>
Presja konkurencji	0,000
Chęć zwiększenia zysków	0,000
Zwiększenie konkurencyjności firmy	0,127
Rozwój przedsiębiorstwa	0,000
Poprawa warunków i bezpieczeństwa pracy	0,315
Malejące w ostatnich 3 latach koszty wdrożeń innowacji	0,162
Potrzeby rynku	0,000
Obniżenie kosztów działalności	0,097
Zwiększenie jakości i wydajności pracy	0,000
Zwiększenie sprawności i efektywności działania	0,000

Źródło: Opracowanie własne.

W obszarach rozwiniętych respondenci najczęściej wskazywali następujące przyczyny wprowadzenia innowacji: rozwój przedsiębiorstwa (18,2% wskazań), zwiększenie jakości i wydajności pracy (15,8% wskazań), zwiększenie sprawności i efektywności działania (13,3% wskazań), zwiększenie konkurencyjności (11,5% wskazań), natomiast w obszarach zmarginalizowanych: presję konkurencji (21,3% wskazań), chęć zwiększenia zysków (18,9% wskazań), zwiększenie sprawności i efektywności działania (14,8% wskazań), potrzeby rynku (10,1% wskazań) – por. rys. 3. Wyniki te wskazują na różne potrzeby wprowadzenia innowacji w zależności od lokalizacji firmy, tj. w obszarach rozwiniętych najważniejsze są działania skierowane na rozwój firmy i zwiększenie jakości oraz wydajności pracy, natomiast w obszarach zmarginalizowanych są to działania zmierzające do poprawy sytuacji na rynku.



Rys. 3. Przyczyny wprowadzonych innowacji (respondenci mogli wskazać trzy najważniejsze odpowiedzi)

Źródło: opracowanie własne.

Przedsiębiorcy, którzy określili powody wprowadzenia innowacji, wskazali również bariery ich wdrożenia. Rozkład wypowiedzi respondentów wskazuje na zróżnicowanie tych barier w zależności od lokalizacji firmy w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych. Potwierdził to również test U Manna-Whitney'a, którego wyniki oraz prawdopodobieństwo testowe ( $p < 0,05$ ) świadczą o istnieniu wspomnianego zróżnicowania (por. tab. 2).

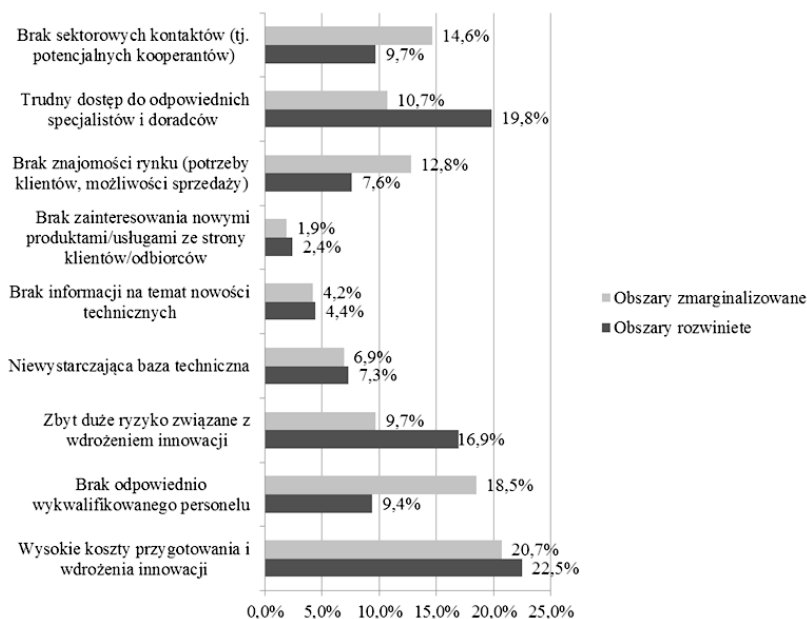
W obszarach rozwiniętych jako bariery wprowadzenia innowacji respondenci najczęściej wskazywali: wysokie koszty przygotowania i wdrożenia innowacji (22,5% wskazań), trudny dostęp do odpowiednich specjalistów i doradców (19,8% wskazań), zbyt duże ryzyko wdrożenia innowacji (16,9% wskazań), natomiast w obszarach zmarginalizowanych: wysokie koszty przygotowania i wdrożenia innowacji (20,7% wskazań), brak odpowiednio wykwalifikowanego personelu (18,5% wskazań), brak sektorowych kontaktów, tj. potencjalnych kooperatorów (14,6% wskazań) – por. rys. 4. Wyniki te wskazują na różne problemy, z jakimi zmagają się przedsiębiorstwa, prowadząc działalność innowacyjną. Część barier wynika z szeroko rozumianego otoczenia biznesu, a w przypadku lokalizacji firmy w obszarach zmarginalizowanych – ze specyfiki tych obszarów, np. braku sektorowych kontaktów wynikający z małej liczby firm w danym obszarze oraz braku odpowiednio wykwalifikowanego personelu.

Tabela 2

Poziom prawdopodobieństwa testowego (p) według testu U Manna-Whitney'a zmiennych określających bariery wprowadzania innowacji w badanych przedsiębiorstwach w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych

Bariery wprowadzenia innowacji	Prawdopodobieństwo testowe (p)
Wysokie koszty przygotowania i wdrożenia innowacji	0,487
Brak odpowiednio wykwalifikowanego personelu	0,000
Zbyt duże ryzyko związane z wdrożeniem innowacji	0,000
Niewystarczająca baza techniczna	0,167
Brak informacji na temat nowości technicznych	0,231
Brak zainteresowania nowymi produktami/usługami ze strony klientów/odbiorców	0,282
Brak znajomości rynku (potrzeb klientów, możliwości sprzedaży)	0,000
Trudny dostęp do odpowiednich specjalistów i doradców	0,000
Brak sektorowych kontaktów (tj. potencjalnych kooperantów)	0,000

Źródło: Opracowanie własne.



Rys. 4. Bariery wprowadzania innowacji (respondenci mogli wskazać trzy najważniejsze odpowiedzi)

Źródło: opracowanie własne.

## Podsumowanie

Poziom innowacyjności badanych przedsiębiorstw zlokalizowanych w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych należy ocenić bardzo nisko. Najczęściej wprowadzano w nich innowacje produktowe, które były nowością głównie dla firmy, co świadczy o niskim poziomie ich nowości. Na zachowania innowacyjne firm sektora MSP mają znaczący wpływ również czynniki wewnętrzne związane m.in. z procesem zarządzania, strukturą organizacyjną i osobą przedsiębiorcy, takie jak: kreatywność, otwartość na innowacje, zdolności organizacyjne, wytrwałość, chęć podjęcia ryzyka, gdyż pomagają one w podejmowaniu ważnych decyzji dotyczących profilu działalności, wyboru portfela produktowego, poziomu technicznego, wyboru kierunków ekspansji rynkowej itd. Inną grupę czynników wewnętrznych kształtującą innowacyjność firmy jest kultura organizacyjna i kwalifikacje pracowników oraz poziom ich zaangażowania w prace na rozwoju innowacji: umiejętność współpracy kierownictwa (właścicieli) firmy z pracownikami polegająca na włączaniu ich w proces podejmowania decyzji, współpracy z klientami oraz zapewnieniu wynagrodzenia, które umożliwi pełne zaangażowanie pracownika w działalność firmy. Ważną barierą innowacyjności są niewystarczające środki finansowe i trudność ich pozyskania. Dlatego też dla małych i średnich przedsiębiorstw ważne jest wsparcie finansowe działalności innowacyjnej. Taką możliwość dają środki pochodzące z budżetu UE, które w Polsce są dystrybuowane za pomocą różnych programów, w tym programów operacyjnych. Dostęp do środków unijnych jest utrudniony szczególnie dla rozwoju działalności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw ze względu na niską skłonność do innowacji tych przedsiębiorstw oraz niewystarczające zasoby (finansowe, rzeczowe, ludzkie i informacyjne), natomiast w obszarach zmarginalizowanych dołączają się jeszcze specyficzne cechy tych obszarów w postaci np. małej liczby instytucji wsparcia biznesu o charakterze informacyjnym czy doradczym oraz niskiej innowacyjności i konkurencyjności obszaru. Powoduje to, że niewielka liczba firm spełnia kryteria pozyskania środków finansowych pochodzących z programów unijnych.

---

**Literatura**

- Baruk J., *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006.
- Garcia R., Calantone R., *A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review*, "Journal of Product Innovation Management" Vol. 19 (2002), No 2.
- Janasz W., *Innowacje i ich miejsce w działalności przedsiębiorstw*, w: *Innowacje w modelach działalności przedsiębiorstw*, red. W. Janasz, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003.
- Janasz W., Koziół K., *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.
- Janasz W., Koziół-Nadolna K., *Innowacje w organizacji*, Polskie Wydawnictwa Ekonomiczne, Warszawa 2011.
- Kornacki J., Mielniczuk J., *Statystyka dla studentów kierunków technicznych i przyrodniczych*, WNT, Warszawa 2001.
- Lisowska R., *Kreowanie postaw przedsiębiorczych w regionach zmarginalizowanych przez władze samorządowe*, w: *Kreatywność – innowacje – przedsiębiorczość. SOOIPP ANNUAL 2009*, red. P. Niedzielski, J. Guliński, K.B. Matusiak, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010, s. 57–70.
- Lisowska R., *Zarządzanie rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw w obszarach zmarginalizowanych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013.
- Morton S., Burns N., *Understanding and overcoming resistance to innovation*, w: *Creating Wealth From Knowledge. Meeting the Innovation Challenge*, eds. J. Bessant, T. Venables, Edward Elgar, Cheltenham 2008.
- Niedzielski P., Rychlik K., *Innowacje i kreatywność*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006.
- Pomykański A., *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Łódź 2001.
- Samli Coskun A., *Generating a culture of innovation: The necessary ingredient for economic progress*, "The Marketing Review" Vol. 12 (2012), No. 2.
- Stanisławski R., *Instrumenty polityki innowacyjnej skierowane do MSP*, w: *Polityka innowacyjna wobec sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – analiza uwarunkowań i ocena realizacji*, red. P. Niedzielski, R. Stanisławski, E. Stawasz, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011, s. 77–122.
- Stanisławski R., Lisowska R., *The Polish SME innovativeness against a background of European union countries*, w: *Knowledge Base for Management – Theory and Practice*, ed. S. Hittmar, Scientific Monograph Collection, University of Zilina, Zilina 2010.

- Stawasz D., *Rozwój regionalny ujęcie teoretyczne*, w: *Psychologiczne wyznaczniki efektywności poszukiwania pracy i samozatrudnienia w regionach zmarginalizowanych*, red. H. Skłodowski, E. Stawasz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2007.
- Stawasz E., *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1999.
- Szwed R., *Metody statystyczne w naukach społecznych. Elementy teorii i zadania*, Wydawnictwo KUL, Lublin 2009.
- Zeleny M., *Knowledge of enterprise: knowledge management or knowledge technology?* w: *Governing and Managing Knowledge in Asia*, ed. T. Menkhoff, H.-D. Evers, and Y.W. Chay, World Scientific Vol. 3, New Jersey 2010.

### Streszczenie

Małe i średnie przedsiębiorstwa, które działają w zmiennym otoczeniu, powinny charakteryzować się wysokim natężeniem innowacji i umiejętnością reagowania na potrzeby rynku nowymi produktami i technologiami. Na działalność innowacyjną przedsiębiorstw oraz tworzenie i komercjalizację innowacji mają wpływ zarówno uwarunkowania zewnętrzne związane z otoczeniem, jak i uwarunkowania wewnętrzne stanowiące potencjał innowacyjny przedsiębiorstwa. Innowacyjność polskich małych i średnich przedsiębiorstw jest niska, a wynika to z ich trudnej sytuacji finansowej oraz niechęci do ryzykownych przedsięwzięć, takich jak działalność badawczo-rozwojowa.

Celem artykułu jest analiza porównawcza innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw funkcjonujących w obszarach rozwiniętych i zmarginalizowanych w oparciu o badania własne przeprowadzone w MŚP zlokalizowanych na terenie tych obszarów.

**Słowa kluczowe:** MSP, obszary rozwinięte i zmarginalizowane, innowacyjność, potencjał innowacyjny przedsiębiorstwa.

### INNOVATIVENESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN DEVELOPED AND MARGINALISED AREAS – COMPARATIVE ANALYSIS

#### Summary

Small and medium-sized enterprises that operate in the changeable environment ought to be characterised by the high intensity of innovation and respond to market needs with new products and technologies. External conditions connected with the environment, as well as internal determinants constituting the innovation

potential of the enterprise which allows to create and commercialise innovations, are important for their innovation activity. Innovativeness of Polish SMEs, however, is at a relatively low level resulting from a difficult financial situation and their aversion to risky ventures such as research and development activity.

The paper aims to conduct a comparative analysis of innovativeness of small and medium-sized enterprises operating in developed and marginalised areas on the basis of the author's own empirical research carried out in SMEs located in these areas.

**Keywords:** SME, developed and marginalised areas, innovativeness, innovation potential of the enterprise.

*Translated by Marta Koniarek*