

Magda Wojdyła-Bednarczyk

Konkurencyjność i innowacyjność jako wyzwanie dla małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce

Przegląd Naukowo-Metodyczny. Edukacja dla Bezpieczeństwa nr 1, 163-175

2014

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.

Magda WOJDYŁA-BEDNARCZYK
Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa w Poznaniu

KONKURENCYJNOŚĆ I INNOWACYJNOŚĆ JAKO WYZWANIE DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE

Innowacja jest specyficznym narzędziem przedsiębiorczości – działaniem, które nadaje zasobom nowe możliwości tworzenia bogactwa
Peter Drucker

Wprowadzenie

Zmiany zachodzące w globalnej gospodarce oraz coraz większa nieprzewidywalność środowiska, skłaniają małe i średnie przedsiębiorstwa (MSP) do poszukiwania nowych sposobów zapewnienia sobie przewagi konkurencyjnej. Jednym z takich sposobów jest wprowadzanie innowacji, które decydują o tempie i kierunkach rozwoju gospodarczego oraz w znacznym stopniu wyznaczają formę i strukturę międzynarodowej współpracy przedsiębiorstw. Innowacyjność dotyczy może produktu rozumianego jako towar albo usługa, procesów związanych z wytwarzaniem oraz dystrybucją produktów, rozwiązań organizacyjnych czy obszaru marketingu. Innowacje traktowane są jako główne źródło pokonywania barier działania przedsiębiorstw, umożliwiają kreowanie nowych potrzeb dla osiągnięcia możliwie największych zysków.

Uważa się, że małe i średnie przedsiębiorstwa cechują się wysoką adaptacyjnością do zmiennych wymagań rynkowych, szybkością podejmowania zmian w technologii czy łatwością wyszukiwania nisz na rynku. Są one jednak słabszymi podmiotami gospodarczymi w porównaniu z dużymi przedsiębiorstwami. Jednym z głównym problemów jest bowiem brak środków finansowych na uruchomienie nowych przedsięwzięć.

Pojęcie konkurencyjności, innowacyjności i innowacji. Ogólna charakterystyka małych i średnich przedsiębiorstw w polskiej gospodarce rynkowej

Zarządzanie współczesnym małym i średnim przedsiębiorstwem stawia przed ich właścicielami bardzo wiele wyzwań w kontekście bieżącej, jak i rozwojowej działalności przedsiębiorstwa. Aby móc się utrzymać na rynku, przedsiębiorstwo musi umiejętnie kształtować swój wewnętrzny potencjał, swoje zasoby. Zaangażowane kapitały stanowią mechanizm napędzający funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw. Decyzje dotyczące zasobów finansowych warunkują pozyskanie innych zasobów, jak i działania całego przedsiębiorstwa. Pojawiają się trudne pytania: jakie strategie rozwoju stosować, by utrzymać się na rynku? Czy konkurować by przetrwać? W jakie przedsięwzięcia ulokować kapitał przedsiębiorstwa? MSP muszą bowiem stale obserwować otoczenie, umiejętnie dopasowywać procesy biznesowe do ciągłych zmian. Koncentrowanie się na ocenie szans przetrwania oraz utrzymania pozycji rynkowej, a także zdobycie przewagi nad konkurentami – powinny stać się podstawowymi założeniami strategii rozwoju małego i średniego przedsiębiorstwa.

Konkurencyjność określa się jako zdolność do osiągnięcia sukcesu w gospodarczej rywalizacji.¹ Traktowana jest jako sprawność wykorzystywania zasobów przez przedsiębiorstwo w celu tworzenia wartości dla klientów czy właścicieli. To umiejętność przedsiębiorstwa do zrównoważonego rozwoju w długim okresie oraz możliwość utrzymania się na rynku. Konkurencyjność uwarunkowana jest wieloma czynnikami o charakterze zewnętrznym i wewnętrznym. Do pierwszej grupy zalicza się między innymi politykę państwa, stan infrastruktury materialnej czy relacje z kontrahentami. Druga grupa czynników obejmuje jakość wytwarzanych produktów czy sposób zarządzania. Konkurencyjność we współczesnej gospodarce polega na szybkości generowania innowacyjnych pomysłów.

Innowacyjność natomiast jest jedną z podstawowych zdolności przedsiębiorstwa, to jeden choć nie jedyny element zintegrowanego modelu przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość zaś wyrażająca się w ciągłym poszukiwaniu nowych koncepcji czynników wytwórczych, jest motorem postępu gospodarczego.² To właśnie przedsiębiorczość i innowacje już od bardzo wielu lat postrzegane są jako priorytetowe źródła konkurencyjności, wzrostu gospodarczego oraz zatrudnienia. Z. Pietrusiński definiuje innowacyjność jako celowe zmiany wdrażane przez człowieka, które polegają na zastępowaniu dotychczasowych stanów rzeczy innymi, szacowanymi dodatnio w świetle określonych kryteriów i składające się na postęp.³ Innowacyjność odzwierciedla tendencję organizacji do angażowania się w proces twórczy, którego wynikiem mogą być nowe produkty, usługi czy procesy technologiczne. Stopień innowacyjności to spektrum procesów i działań, począwszy od wdrożenia nowej linii produktu po silne zaangażowanie się w nadanie trendów poprzez trwałe udoskonalenie. Innowacyjność definiuje się jako zdolność i motywację do poszukiwania i komercyjnego wykorzystywania jakichkolwiek wyników badań naukowych, nowych koncepcji czy pomysłów, które prowadzą do wzrostu poziomu nowoczesności. Najczęściej analizowane są trzy podejścia, które określają innowacje:

- koncepcja – odnosząca się do pomysłu, idei, czegoś co przyjmuje postać niematerialną i trudno mierzalną;
- rezultat – czyli końcowy efekt określonych działań i procesów, których wprowadzenie doprowadziło do powstania nowych wyrobów czy usług;
- proces – odnoszący się do procesów i współzależnych subprocesów o charakterze twórczym, technologicznym, ekonomicznym, prawnym, społecznym czy kulturowym.⁴

Według A. H. Jasińskiego przedsiębiorstwo, które jest zorientowane na innowacje to takie, które:

- prowadzi szeroki zakres prac badawczo-rozwojowych;
- przeznaczają na tę działalność stosunkowo wysokie nakłady finansowe;
- systematycznie wdrażają nowe rozwiązania naukowo-techniczne;
- stale wprowadzają innowacje na rynek.⁵

¹ D. R. Kamerschen, R. B. McKenzie, C. Nardinelli, *Ekonomia*. Gdańsk 1991, s. 47

² J. Penc, *Strategie zarządzania*, Agencja Wydawnicza Placet. Warszawa 1995, s. 63

³ J. A. Allen, *Scientific innovation and industrial prosperity*, Longan. London 1966, s. 7

⁴ A. Pomykański, *Zarządzanie innowacjami, Globalizacja, Konkurencja, Technologia informacyjna*, PWN. Warszawa-Lódź 2001

⁵ A. H. Jasiński, *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Difin. Warszawa 2006, s. 41

Z punktu widzenia przedsiębiorców, na podstawie badań Business Center Club – innowacyjność rozumiana jest jako:

- miernik poziomu rozwoju i aktywność przedsiębiorstwa;
- miernik jakości zarządu firmy i profesjonalności pracowników;
- wskaźnik poziomu nowoczesności przedsiębiorstwa i nośnik postępu;
- modne skojarzenie z dobrze działającą firmą.⁶

Pojęcie innowacji po raz pierwszy pojawiło się w naukach ekonomicznych za przyczyną J. A. Schumpetera, na początku ubiegłego stulecia. Jego definicja innowacji obejmowała szeroki zakres przedmiotowy. Innowacje rozumiał jako m.in. wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub też udoskonalenie dotychczas istniejących, wprowadzenie nowej lub udoskonalonej metody produkcji czy też otwarcie nowego rynku.⁷ Schumpeterowskie ujęcie innowacji stanowiło punkt wyjścia do dalszych rozważań dotyczących znaczenia innowacyjności w gospodarce. Według J. Schumpetera przedsiębiorca to zarazem innowator, który dzięki innowacjom kreuje dochód, tworzy nowe miejsca pracy. Kluczowymi cechami innowacji są:⁸

- oparcie na wiedzy – tworzenie innowacji opiera się intensyfikacji w zdobywaniu nowej wiedzy;
- niepewność – nie można bowiem z reguły przewidzieć ani źródeł ani okazji do podjęcia aktywności innowacyjnej;
- ambiwalentność – innowacje zawsze konkurują z alternatywnymi sposobami działania;
- przekraczanie granic – innowacje tworzą nowe kombinacje zasobów, które zapewniają organizacji pewną różnorodność w ramach istniejącego rynku i mogą zapewnić jej przewagę konkurencyjną.

Innowacje pełnią dwojaką rolę w działalności małych i średnich przedsiębiorstw:

- pomagają w funkcjonowaniu poprzez chociażby polepszanie bezpieczeństwa i higieny pracy wewnątrz przedsiębiorstwa;
- ale z drugiej strony utrudniają ich działalność stanowiąc źródło niepewności rynkowej towarzyszącej nowatorskiemu produktowi wprowadzanemu na rynek.⁹

Wzrost innowacyjności przedsiębiorstwa nie jest wynikiem przypadkowych działań, ale efektem celowej strategii innowacyjnej.¹⁰

Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa (MSP) stanowią ponad 99% wszystkich przedsiębiorstw w Polsce. Rozwój i konkurencyjność MSP decyduje o rozwoju i konkurencyjności gospodarczej poszczególnych krajów, jak również ich pozycji na rynkach międzynarodowych. W definiowaniu MSP najprostszą w zastosowaniu grupę wyznaczników stanowią kryteria ilościowe. Najpowszechniejszą z nich jest liczba osób zatrudnionych, określająca w dużej mierze potencjał firmy. Obecnie to kryterium jednak maleje, gdyż w coraz mniejszym stopniu cecha ta świadczy o sile ekonomicznej jednostki. Brane są pod

⁶ A. Pomykański, *Innowacyjność podstawą sukcesu organizacji*, Difin. Warszawa 2008, s. 15

⁷ J. A. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN. Warszawa 1960

⁸ W. Dyduch, *Innowacyjność organizacji – istota, pomiar i powiązanie z efektywnością*, s. 32

⁹ A. H. Jasiński, *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Difin. Warszawa 2006, s. 40

¹⁰ K. Poznańska, *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Dom Wydawniczy ABC. Warszawa 1998, s. 37

uwagę kryteria świadczące o osiągniętych wynikach ekonomicznych, w tym wartość obrotu w skali roku. Należy przy tym pamiętać, iż definicje MSP oparte na w/w kryteriach ilościowych mogą opisywać zarówno firmy od strony nakładów, jak chociażby wielkość zatrudnienia czy kapitał oraz osiągniętych efektów działania, w tym wysokość obrotów czy zysk. Są to kryteria obiektywne i wymierne, choć ze względu na nieporównywalność wartości danego kryterium w odniesieniu do MSP działających w różnych branżach, ich zastosowanie jest ograniczone.

Kryteria jakościowe mają charakter opisowy i polegają na wyszczególnieniu z ogółu przedsiębiorstw firm mikro, małych i średnich na podstawie cech charakterystycznych dla danego sektora. Są one z reguły trudne do zdefiniowania i nieobiektywne. Zalicza się do nich: elastyczność, zdolność adaptacji, kreatywność czy szybkość procesu decyzyjnego. W związku z występowaniem różnorodności MSP, nie bierze się pod uwagę jednego, wybranego kryterium klasyfikacji, a charakterystyki zarówno ilościowe, jak i jakościowe są zazwyczaj ze sobą łączone. Niektóre definicje oparte są tylko na kryteriach jakościowych. Takim przykładem jest zaproponowane w 1953 roku przez Small Business Act ujęcie obowiązujące do dziś w USA. Mała firma definiowana jest jako ta, która stanowi niezależną własność, czyli działa niezależnie oraz nie dominuje na rynku, na którym działa.¹¹ Definicje oparte jednak jedynie na kryteriach jakościowych nie są przydatne przy realizacji polityki wsparcia MSP. Zasadnym staje się więc wykorzystanie w definicji małych i średnich przedsiębiorstw kryteriów ilościowych.

Wizja rozwoju strategicznego sektora MSP

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw pełni bardzo ważne funkcje w gospodarce każdego kraju, regionu. Małe i średnie przedsiębiorstwa uważane są za stymulatora rozwoju gospodarki, a ich funkcjonowanie stanowi przejaw zdrowej konkurencji oraz odzwierciedla przedsiębiorczość społeczeństwa.¹² Są także źródłem innowacyjności oznaczającej zdolność do poszukiwania, implementacji innowacji. Choć same mają zazwyczaj niewielki zasięg i wpływ na swoje otoczenie, to zebrane w całość stanowią olbrzymią siłę gospodarczą napędzającą rozwój całej gospodarki. Pierwsze opinie na temat znaczenia małych firm można znaleźć już w pracach Karola Marksa, według którego rozwój kapitalizmu spowoduje wywłaszczenie jednych kapitalistów przez drugich. To doprowadzi do transformacji małych kapitałów w duże. Z kolei Alfred Marshall twierdził, iż w warunkach niedoskonałej konkurencji wzrost ilości przedsiębiorstw działających na dużą skalę nie eliminuje mniejszych firm, tylko wprost przeciwnie pozwala na ich działanie.¹³ Rola MSP zmieniała się wraz ze zmianami społeczno-gospodarczymi na świecie. Rozwój handlu, technologii oraz transportu w XIX wieku zaowocował powstaniem dużych firm.

Przemiany ustrojowe w Polsce po 1989 roku spowodowały wzrost znaczenia MSP w gospodarce. Sektor małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, podobnie

¹¹ R. Hodgetts, D. Kuratko, *Effective Small Business Management*, The Dryden Press. Orlando 1992, s. 5

¹² A. Skowronek-Mielczarek, *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, C.H. Beck. Warszawa 2003

¹³ B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersyteckie. Łódź 2002, s. 100

jak w krajach Unii Europejskiej, odgrywa ważną rolę społeczną i gospodarczą. Wśród funkcji gospodarczych sektora MSP na wyróżnienie zasługuje:

- wpływanie na ograniczanie poziomu bezrobocia poprzez tworzenie nowych miejsc pracy w regionach, gdzie dotychczas działalność gospodarcza była słabo rozwinięta;
- aktywny udział w procesie zmian struktury przemysłowej kraju wynikającej z demonopolizacji i restrukturyzacji gospodarki;¹⁴
- poprawa konkurencyjności produkcji i świadczonych usług.

Na spotkaniu grupy roboczej OECD (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju) w roku 2009, mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa uznano za najważniejsze ogniwo, które w przyszłości doprowadzi do wzrostu gospodarek. Natomiast w roku 2000 podczas spotkania Rady Europejskiej w Portugalii przyjęto dokument European Charter for Small Enterprises (Europejska Karta Małych Przedsiębiorstw), który określa główne zasady polityki Unii wobec tego sektora. **Jest to pewien pakiet działań, jakie państwa członkowskie powinny podjąć w celu szerszego wsparcia sektora MSP.** Wśród podstawowych kierunków działań wspierających rozwój małych i średnich przedsiębiorstw wskazano m.in. na: rozwój edukacji i szkoleń z zakresu przedsiębiorczości, tańszy i szybszy proces rejestracji firm, uproszczenie regulacji prawnych, rozwój kształcenia zawodowego czy poprawę dostępności usług elektronicznych. Zgodnie z założeniami programowymi dokumentu, **małe i średnie firmy należy traktować, jako główną siłę napędową gospodarki,** zapewniające podnoszenie innowacyjności i szybszą integrację w ramach całej wspólnoty.¹⁵ Dane dotyczące **udziału sektora MSP w gospodarce Polski i UE dowodzą, iż obecnie przeciętna polska firma generuje mniejszą wartość dodaną brutto, niż takie samo przedsiębiorstwo w krajach UE.** Związane jest to z relatywnie mniejszą ilością małych i średnich podmiotów w porównaniu z pozostałymi członkami Unii Europejskiej. Należy także zwrócić uwagę na dość znaczne zapóźnienie polskiej gospodarki względem krajów UE, ale także stojące na drodze do poprawy sytuacji niekorzystne prawo gospodarcze. W porównaniu do dużych, uznanych spółek, małe i średnie przedsiębiorstwa potrafią działać szybciej i są gotowe podejmować większe ryzyko w rozwijaniu innowacyjnych produktów i procesów dla nowych rynków. Znaczenie i udziały małych i średnich przedsiębiorstw w statystykach różnych państw mogą kształtować się różnie. Jednak nie zmienia to faktu, że sektor ten jest podstawowym w krajach o gospodarce rynkowej.

Małe i średnie przedsiębiorstwa napotykać na swojej drodze do innowacyjności wiele barier. Część z nich jest efektem złej polityki państwa zarówno fiskalnej, jak i monetarnej, a także niedostatecznej ilości środków finansowych. Innowacyjność MSP uzależniona jest w bardzo dużym stopniu od posiadanych przez firmę zasobów finansowych, które warunkują zarówno wykorzystanie własnych pomysłów w sferze nowych produktów, ale i możliwość zakupu chociażby licencji czy zatrudnienie specjalistów o wysokich kwalifikacjach. Należy podkreślić, iż tylko firmy, które inwestują i ponoszą nakłady inwestycyjne są w stanie wykorzystać szanse rynkowe. Wzrost innowacyjności przedsiębiorstwa

¹⁴ T. Piecuch, *Funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce*, C. H. Beck. Warszawa 2010

¹⁵ <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/charter/>

nie jest wynikiem przypadkowych działań, ale efektem celowej strategii innowacyjnej.¹⁶ Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw kształtują wewnętrzne, jak i zewnętrzne czynniki. Do najważniejszych czynników zewnętrznych kształtujących innowacyjność MSP zaliczyć należy przede wszystkim:

- powszechny poziom rozkwitu gospodarczego danego kraju;
- polepszanie w integracji regionalnej, a także europejskiej;
- sytuacja systemu społeczno-gospodarczego oraz prawnego.

W grupie czynników wewnętrznych, które pobudzają innowacyjność w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw należy wymienić:

- a) Czynniki, które są wynikiem charakteru przedsiębiorcy:
 - otwartość na wprowadzanie innowacji;
 - kreatywność;
 - zdolności organizacyjne.
- b) Czynniki związane z doświadczeniem przedsiębiorcy:
 - nabyte umiejętności zawodowe;
 - praktyka w prowadzeniu przedsiębiorstwa;
 - umiejętności organizowania pracy z ludźmi;
 - potrzeba sukcesu ekonomicznego.
- c) Czynniki związane z zespołem firmy:
 - ambitna i wykształcona kadra;
 - pozytywna ocena osoby przedsiębiorcy;
 - ogólne warunki pracy i zarobków.
- d) Czynniki związane z bezpośrednim otoczeniem ekonomicznym:
 - współdziałanie z klientami;
 - innowacyjność konkurencji;
 - brak ograniczeń w dostępie do rynku pracy.
- e) Przeszłe i aktualne wyniki aktywności przedsiębiorstwa:
 - wartość i dynamika sprzedaży;
 - wynik finansowy;
 - płynność finansowa.¹⁷

Należy podkreślić, iż działania innowacyjne przekładają się na budowanie przewagi konkurencyjnej. Wprowadzanie innowacji przez przedsiębiorstwa umożliwia przede wszystkim:

- podnoszenie jakości i wydajności pracy;
- usprawnianie organizacji pracy;
- poprawę warunków i bezpieczeństwa pracy.

Małe i średnie przedsiębiorstwa dzięki wprowadzaniu innowacji mogą budować przewagę kosztową oraz przewagę, która wynika z wyróżniania się na rynku.

Jednakże efektywny proces innowacyjny jest bardzo trudny do realizacji. Przełożenie bowiem osiągnięć badawczo-rozwojowych na skuteczną innowację jest dla niektórych MSP zagadnieniem pozostającym ciągle bez rozwiązania.

¹⁶ K. Poznańska, *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Dom Wydawniczy ABC. Warszawa 1998, s. 37

¹⁷ A. Sosnowska, K. Poznańska, S. Łobejko, J. Brdulak, K. Chinowska, *Systemy wspierania, innowacji i transferu technologii w krajach UE i w Polsce. Poradnik przedsiębiorcy*, PARP. Warszawa 2003, s. 15-17

Najczęściej wskazywaną przez przedsiębiorstwa barierą rozwoju innowacyjności jest brak dostępu do zasobów, jednak przyczyn niskiej innowacyjności należy również szukać wewnątrz małych i średnich przedsiębiorstw. Dokonywane są w związku z tym różne modyfikacje w zakresie architektury procesu zarządzania, zwłaszcza w kontekście modeli strategii działania.

Ważna dla procesu wdrażania innowacji w MSP jest efektywna praca zespołowa, która sprzyja powstawaniu nowych pomysłów czy rozwiązań, pobudza kreatywność pracowników. Istotna jest także pewna niezależność i autonomia pracowników w kreowaniu nowych sposobów organizacji procesów biznesowych w przedsiębiorstwie. Dość poważnym ograniczeniem może być jednak brak pomysłów oraz problemy w rozpoznaniu potencjalnych możliwości, które kreuje otoczenie. Podobnie MSP są zwykle gorzej wyposażone w rozwiązania strukturalne, takie jak posiadanie wyspecjalizowanych działów produkcyjnych czy wyposażenie techniczne.

Co jest więc głównym motywem podejmowania przez MSP działalności innowacyjnej? M. Juchniewicz i B. Grzybowska wskazują w swoim opracowaniu, iż głównym motywem wprowadzania innowacji w przedsiębiorstwie jest utrzymanie lub poprawa pozycji konkurencyjnej na rynku oraz poprawa jakości wyrobów i usług.¹⁸ Małe i średnie przedsiębiorstwa mogą osiągać określone efekty zarówno ekonomiczne, jak i organizacyjne, które doprowadzić mogą do:

- zwiększenia sprzedaży dzięki lepszej jakości;
- zwiększenia produktywności przedsiębiorstwa czy
- zmniejszenia kosztów działalności.

Współczesne przedsiębiorstwo nie ma zagwarantowanej pozycji rynkowej na zawsze. Pojawiają się ciągłe zmiany, ponieważ konkurencja także prowadzi działania, które zmierzają do osiągnięcia pozycji lidera. Małe i średnie przedsiębiorstwa muszą dostosowywać swoje produkty, ceny, kanały dystrybucji do zmiennych warunków otoczenia. A to wymaga od MSP stałego dokonywania przeszacowań w alokacji zasobów oraz udoskonalania bieżącej działalności. Efektywne i innowacyjne zarządzanie procesami i zasobami przedsiębiorstwa wpływa na poziom jego konkurencyjności, a tym samym na możliwości rozwojowe.

Potencjał i potrzeby innowacji małych i średnich przedsiębiorstw

Funkcjonując w warunkach globalizacji i wzrostu konkurencyjności, małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce stają przed nowymi wyzwaniami. W celu zapewnienia sobie przewagi konkurencyjnej i osiągnięcia większych zysków muszą wdrożyć działania, których celem jest wyróżnienie się na rynku. Takimi działaniami jest innowacyjność, która powinna stać się najważniejszą siłą kreatywną każdego przedsiębiorstwa. Aby innowacje mogły powstać, musi istnieć tendencja do innowacji, a więc innowacyjność. Warunkiem wprowadzania przez przedsiębiorstwo innowacji i bycia innowacyjnym jest jednak otwartość na zmiany oraz umiejętność dostosowywania wewnętrznych zmian do zmienności otoczenia.¹⁹

¹⁸ M. Juchniewicz, B. Grzybowska, *Innowacyjność mikroprzedsiębiorstw w Polsce*, PARP. Warszawa 2010, s. 100

¹⁹ W. Caputa, D. Sz wajca, *Potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, CeDeWu. Warszawa 2010, s. 32-33

Fundamentem potencjału innowacyjnego jest w przedsiębiorstwie człowiek ze swoją umiejętnością efektywnego i twórczego działania. Skala innowacji w przedsiębiorstwie zależy w dużym stopniu od jego wielkości. Można wyróżnić argumenty świadczące o wyższej innowacyjności dużych firm, jak i przeciwnie podkreślające przewagę innowacyjną sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Przewaga dużych firm tkwi w następujących czynnikach:

- działalność innowacyjna wymaga ponoszenia znacznych kosztów stałych, takich jak wydatki na badania i rozwój, wyposażenie rzeczowe czy promocję;
- tylko firmy o dużej skali działalności będą traktować innowacje jako środek maksymalizacji swoich wyników ekonomicznych, jak również pozycji rynkowej;
- działalność nakierowana na badania i rozwój jest wysoce ryzykowną inwestycją.

Natomiast przewaga innowacyjna MSP przejawia się między innymi w czynnikach:

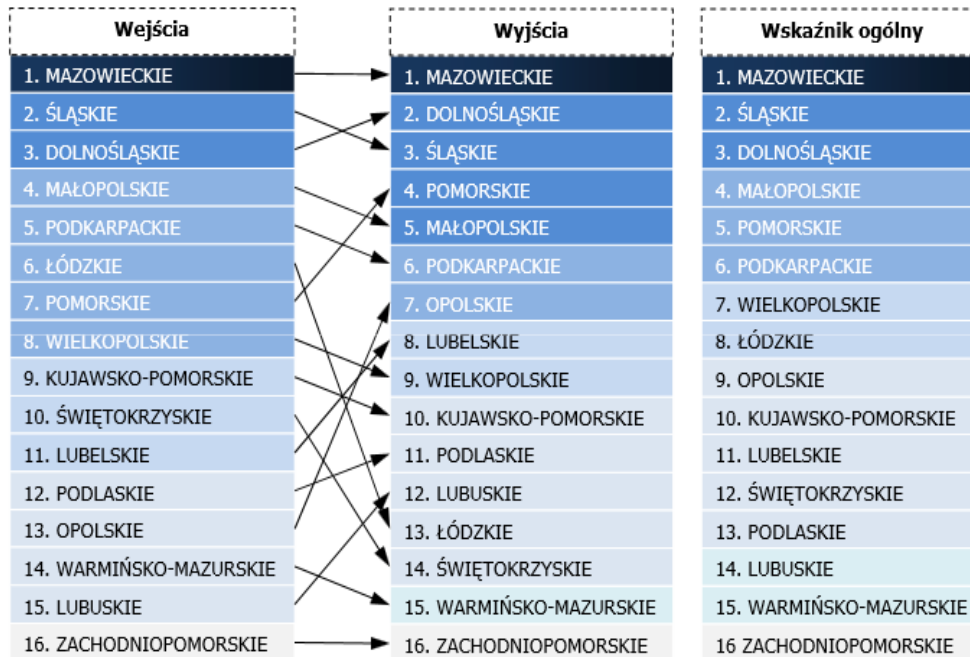
- struktury zarządzania małych i średnich przedsiębiorstw są bardziej przedsiębiorcze;
- MSP stwarzają środowisko wolne od ograniczeń biurokratycznych, administracyjnych;
- najczęściej nie posiadają wcześniejszych w części przestarzałych, generacji technologii, stąd łatwiej jest im wprowadzić nowe technologie. Kluczowym czynnikiem sukcesu małych i średnich przedsiębiorstw jest myślenie strategiczne, definiowane jako specyficzny stan umysłu osób zarządzających firmami, który wykorzystując kreatywne myślenie pozwala zasymulować przyszły stan organizacji.²⁰

W działalności innowacyjnej MSP mogą współpracować z ośrodkami naukowymi, w tym szkołami wyższymi czy instytutami badawczymi, a także z klientami czy dostawcami materiałów i wyposażenia. Tworzenie związków kooperacyjnych zapewnia przedsiębiorstwom zdobywanie nowej wiedzy oraz wymiany doświadczeń, co prowadzi do generowania nowych pomysłów.

Mimo wszystko innowacje stanowią bardzo ważny czynnik warunkujący rozwój małych i średnich przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa, które nie podejmują działalności innowacyjnej nie są w stanie wykorzystać szans rynkowych i sprostać silnej konkurencji. Należy jednak pamiętać, iż stopień innowacyjności jest w dużym stopniu zależny od świadomości kadry zarządzającej w zakresie potrzeby wprowadzania rozwiązań innowacyjnych. Sama świadomość potrzeby wprowadzania innowacji jest jednym z elementów potencjału innowacyjnego przedsiębiorstwa. W Polsce niewątpliwie obecnym liderem w planowaniu innowacji jest województwo mazowieckie. Jest ono najlepiej rozwiniętym regionem Polski oraz liderem aktywności gospodarczej stanowiąc punkt odniesienia dla pozostałych regionów. Na drugim miejscu pod względem wysokości wskaźników innowacyjności plasuje się województwo śląskie.

²⁰ P. Paluchowski, *Strategiczne zarządzanie fachowcami w kontekście myślenia strategicznego małych i średnich firmach opartych na wiedzy na przykładzie Korbank Sp. z o.o.*, Media Press. Łódź 2010

Wykres nr 1: Pozycje województw z punktu widzenia wskaźników innowacyjności „na wejściu”, „na wyjściu” oraz wskaźnika ogólnego (na podstawie analizy taksonomicznej).



Źródło: B. Plawgo, T. Klimczak, P. Czyż, R. Boguszewski, A. Kowalczyk Regionalne Systemy Innowacji w Polsce. Raport z badań, PARP, 2013 r.

Zdolność innowacyjna małych i średnich przedsiębiorstw odnosi się do możliwości dokonania przez nie istotnych modyfikacji i ulepszeń istniejących technologii oraz tworzenia nowych.²¹ W procesie pozyskiwania i wdrażania innowacji konieczna jest integracja wyobraźni, wiedza menadżerska, wiedza i doświadczenia pracowników organizacji, wiedza konsumentów. Innowacyjność jest zatem kluczowym czynnikiem przetrwania, wzrostu oraz rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw.

Zdolność regionów do konkurowania, długofalowego rozwoju zależy m.in. od wiedzy i innowacyjności, jakości oraz sprawności administracji czy kapitału ludzkiego. Zakłada się bowiem, że konkurencyjność regionu jest narzędziem do osiągnięcia ogólnospołecznego rozwoju, jakim jest wzrost regionalnego dochodu i dobrobytu. Kategoria zasobów determinujących rozwój gospodarczy oraz konkurencyjność Polski obejmuje:

- kapitał ludzki i społeczny – charakteryzowany przez m.in. strukturę wiekową populacji; wielkość i jakość zasobów pracy; dostosowanie kwalifikacji pracowników do zapotrzebowania zgłaszanego przez pracodawców; powiązania sieciowe między podmiotami lokalnymi i regionalnymi;

²¹ J. L. Furman, M. E. Porter, S. Stern, *The determinants of national innovative capacity*, „Research Policy” 2002, nr 31, s. 899-933

- wiedzę i innowacyjność – w budowie gospodarki opartej na wiedzy oraz społeczeństwo informacyjne;
- kapitał trwały i finansowy – opisywany przez jego poziom i strukturę; dostępność źródeł finansowania; bezpośrednie inwestycje zagraniczne;
- zasoby materialne – w postaci właściwego zagospodarowania i ładu przestrzennego w infrastrukturze techniczno-ekonomicznej i komunalnej, jak również w ochronie środowiska.²²

O konieczności zwiększenia konkurencyjności polskiej gospodarki świadczy m.in. jej niska pozycja w rankingach najbardziej konkurencyjnych gospodarek świata. Jeden z najbardziej znanych rankingów Global Competitiveness Report mierzy średniookresowe perspektywy rozwoju gospodarczego. Uwzględnia on warunki makroekonomiczne kraju, jakość instytucji publicznych oraz zaawansowanie technologiczne. **Opiera się on na 12 filarach konkurencyjności:** instytucje, infrastruktura, otoczenie makroekonomiczne, zdrowie i szkolnictwo podstawowe, szkolnictwo wyższe i kształcenie, efektywność rynku towarów, wydajności rynku pracy, rozwój rynków finansowych, technologiczne zaawansowanie, wielkość rynku, złożoność biznesu i innowacji. Polska na 139 krajów zajęła 41. miejsce w światowym rankingu konkurencyjności gospodarek w latach 2012-2013, czyli pozostała na tej samej pozycji co w latach 2011-2012.

Wykres nr 2: Wykaz wybranych krajów z zajęтыми pozycjami w rankingu opisuje poniższa tabelka.

Country/Economy	GCI 2012-2013		GCI 2011-2012	
	Rank	Score	Rank	Change
Switzerland	1	5,72	1	0
Singapore	2	5,67	2	0
Finland	3	5,55	4	1
Sweden	4	5,53	3	-1
Netherlands	5	5,50	7	2
Germany	6	5,48	6	0
United States	7	5,47	5	-2
United Kingdom	8	5,45	10	2
Hong Kong SAR	9	5,41	11	2
Japan	10	5,40	9	-1
Ireland	27	4,91	29	2
China	29	4,83	26	-3
Spain	36	4,60	36	0
Panama	40	4,49	49	9

²² Rozwój regionalny w Polsce. Raport 2009, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego. Warszawa 2009, s. 23

Country/Economy	GCI 2012-2013		GCI 2011-2012	
	Rank	Score	Rank	Change
Poland	41	4,46	41	0
Italy	42	4,46	43	1
Turkey	43	4,45	59	16
Lithuania	45	4,41	44	-1

Źródło: <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>

Należy podkreślić, iż fundusze unijne oddziałują w istotnym stopniu na podwyższenie poziomu innowacyjności MSP, wzrost gospodarczy, aktywność inwestycyjną i rynek pracy w Polsce. Dzięki nim następuje przyspieszenie wzrostu PKB, w efekcie czego dalej zmniejsza się dystans dzielący Polskę od wysoko rozwiniętych gospodarek Unii Europejskiej. Fundusze te wywołują również zauważalny wzrost zatrudnienia i spadek bezrobocia. Wynika to nie tylko z wielkości środków do wykorzystania, lecz również z kumulacji efektów wdrażania kolejnych programów. W celu wspierania procesów innowacji i ożywienia gospodarczego, Komisja Europejska wzywa państwa członkowskie do ścisłej współpracy w dążeniu do:

- określenia i wykorzystania dalszych możliwości przeprogramowania funduszy strukturalnych w celu pobudzenia wzrostu gospodarczego i zatrudnienia;
- zwiększenia absorpcji środków z funduszy strukturalnych, aby ograniczyć ryzyko ich umorzenia;
- oraz zwiększenia synergii między unijnymi funduszami strukturalnymi i pożyczkami Europejskiego Banku Inwestycyjnego (EBI), przede wszystkim w państwach objętych programem uzdrowienia gospodarczego oraz innych najsłabszych państwach.²³

Jaka jest rola polityki w zachęcaniu i wspieraniu innowacji w MSP? Innowacja jest wynikiem decyzji o działaniach indywidualnych przedsiębiorców i przedsiębiorstw, chociaż na charakter i zakres działalności innowacyjnej wpływa środowisko zewnętrzne zapewniając odpowiednie formy wsparcia. Rolą polityki jest naprawa rynkowych błędów poszukując jednocześnie zysków dla gospodarki. Doświadczenie krajów UE wskazuje na to, że same interwencje ze strony dawcy nie dodają wiele do regionalnych / krajowych wyników innowacji. Należy stwierdzić, iż sektor małych i średnich przedsiębiorstw stanowi siłę napędową gospodarki europejskiej, a z powodu silnego powiązania ze środowiskiem lokalnym jest postrzegany jako główne ogniwo harmonijnego rozwoju regionów. W przeszłości wiele innowacji zakończonych sukcesem było opracowanych przez małe spółki o nowych modelach biznesowych, które przemieniły know – how i innowacyjne pomysły we wzrost gospodarczy. Wzrost gospodarki opartej na wiedzy umocnił następnie innowacyjne MSP. Uproszczenie systemów podatkowych oraz wprowadzanie dalszych, przyjaznych dla przedsiębiorców rozwiązań w prawie

²³ http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/president/news/speeches-statements/pdf/council-201206/struc_pl.pdf

pracy i funkcjonowaniu administracji publicznej przyczyni się do rozwoju tego sektora, tak istotnie kształtującego obraz całej polskiej gospodarki.

Podniesienie poziomu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw nie dokona się w sposób samoistny. Niezbędne staje się przyjęcie właściwej strategii rozwoju innowacji oraz stosowanie określonych instrumentów pobudzania aktywności innowacyjnej. Konieczny jest transfer wiedzy między instytucjami otoczenia biznesu a małymi i średnimi przedsiębiorstwami, dający możliwości dostępu do innowacyjnych rozwiązań. Ważne jest również upowszechnianie współpracy w zakresie wprowadzania innowacji w postaci kreowania dobrych praktyk. Istotnym staje się pokazywanie możliwości do wykorzystania źródeł finansowania, które zapewnią odpowiednie wdrażanie innowacji.

Podsumowanie

Podsumowując należy stwierdzić, że aby dobrze funkcjonować, małe i średnie przedsiębiorstwa muszą pozostać konkurencyjne na wiele sposobów: muszą być innowacyjne, oferować produkty wysokiej jakości oraz posiadać wiedzę fachową, jak poruszać się na rynkach międzynarodowych. Znaczne inwestycje są konieczne, jeżeli chodzi o rozwój umiejętności, środków dla lepszego wykorzystania istniejących innowacji oraz zintensyfikowanie więzi międzynarodowych. Wiek XXI niesie ze sobą wiele szans, ale i zagrożeń dla małych i średnich przedsiębiorstw. Działanie w warunkach globalizacji, rosnącej konkurencji oraz spowolnienia gospodarczego wymaga od MSP ogromnej przedsiębiorczości rozumianej jako innowacyjność. Żeby odnieść sukces na rynku, małe i średnie przedsiębiorstwa muszą działać nowatorsko, czyli w sposób odkrywczy, poszukując nowych, atrakcyjnych segmentów rynku, kreując nowe produkty. Najważniejszym bowiem wyzwaniem staje się dziś zdolność adaptacji do otoczenia rynkowego. Stopniowe likwidowanie barier, jakie napotykają na swojej drodze do innowacyjności MSP, przyczyni się do bardziej dynamicznego rozwoju tego sektora. Stanie się on ważnym instrumentem w walce z bezrobociem oraz doprowadzi do wzrostu rozwoju regionalnego.

Streszczenie

Wdrażanie innowacji w sektorze MSP staje się koniecznością. Różne mogą być rodzaje wprowadzanych rozwiązań czy też skala nowatorstwa, jednak można zaryzykować tezę, że osiągnięcie trwałej przewagi konkurencyjnej na rynku nie będzie w przyszłości możliwe, jeśli nie będzie się innowatorem w jakiejś dziedzinie. Innowacyjność została uznana jako jeden z przejawów przedsiębiorczości, natomiast innowacje za warunek niezbędny dla przetrwania i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw.

Summary

The implementation of innovation in the SME sector becomes a necessity. There can be introduction of different types of solutions or innovation scale, but you can risk – saying that the achievement of a sustainable competitive advantage in the market will not be possible in the future if there is not an innovator in any field. Innovation has been recognized as the one of the manifestations of entrepreneurship, and innovation as a necessary condition for the survival and development of small and medium-sized enterprises.

Bibliografia

1. Allen J.A., *Scientific innovation and industrial prosperity*, Longan. London 1966
2. Caputa W., Sz wajca D., *Potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, CeDeWu. Warszawa 2010
3. Dyduch W., *Innowacyjność organizacji – istota, pomiar I powiązanie z efektywnością*
4. Furman J.L., Porter M.E., Stern S., *The determinants of national innovative capacity*, „Research Policy” 2002, nr 31
5. Hodgetts R., Kuratko D., *Effective Small Business Management*, The Dryden Press. Orlando 1992
6. Jasiński A.H., *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Difin. Warszawa 2006
7. Juchniewicz M., Grzybowska B., *Innowacyjność mikroprzedsiębiorstw w Polsce*, PARP. Warszawa 2010
8. Kamerschen D. R., McKenzie R. B., Nardinelli C., *Ekonomia*. Gdańsk 1991
9. Paluchowski P., *Strategiczne zarządzanie fachowcami w kontekście myślenia strategicznego małych i średnich firmach opartych na wiedzy na przykładzie Korbank Sp. z o.o.*, Media Press. Łódź 2010
10. Penc J., *Strategie zarządzania*, Agencja Wydawnicza „Placet”. Warszawa 1995
11. Piasecki B., *Przedsiębiorczość i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersyteckie. Łódź 2002
12. Piecuch T., *Funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce*, C. H. Beck. Warszawa 2010
13. Pomykalski A., *Innowacyjność podstawą sukcesu organizacji*, Difin. Warszawa 2008
14. Pomykalski A., *Zarządzanie innowacjami, Globalizacja, Konkurencja, Technologia informacyjna*, PWN. Warszawa-Łódź 2001
15. Poznańska K., *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Dom Wydawniczy ABC. Warszawa 1998
16. *Rozwój regionalny w Polsce. Raport 2009*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego. Warszawa 2009
17. Schumpeter J.A., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN. Warszawa 1960
18. Skowronek-Mielczarek A., *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, C. H. Beck. Warszawa 2003
19. Sosnowska A., Poznańska K., Łobejko S., Brdulak J., Chinowska K., *Systemy wspierania, innowacji i transferu technologii w krajach UE i w Polsce. Poradnik przedsiębiorcy*, PARP. Warszawa 2003