

Danuta Rojek

Wewnętrzne czynniki innowacyjności przedsiębiorstw = Internal factors of innovativeness of enterprises

Zarządzanie. Teoria i Praktyka nr 3 (21), 23-32

2017

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.

WEWNĘTRZNE CZYNNIKI INNOWACYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW / Internal factors of innovativeness of enterprises

Adres do korespondencji:

e-mail: Danuta.Rojek@pw.edu.pl

STRESZCZENIE

W artykule podjęto problematykę wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw. Przedstawiono wybrane podejścia i klasyfikacje wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw – zarówno na podstawie studiów literaturowych, jak i wyników zastanych badań empirycznych. Za cel przyjęto próbę agregacji czynników w grupy i wskazania zagregowanych konstruktów. W wyniku rozważań wskazano na zagregowane czynniki: technologiczne, wiedzy, zarządcze, organizacyjne, kulturowe. Podział ten może stać się inspiracją do operacjonalizacji zmiennych w ramach każdego z konstruktów i stworzenia narzędzi dla przeprowadzenia badań empirycznych w przedsiębiorstwach.

SŁOWA KLUCZOWE: INNOWACJE, INNOWACYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW, CZYNNIKI WEWNĘTRZNE, AGREGACJA CZYNNIKÓW WEWNĘTRZNYCH.

JEL CLASSIFICATION: O30, O31

ABSTRACT

This article addresses the issue of the internal factors of innovativeness of enterprises. The author presents the selected approaches and classifications of the internal factors of innovativeness of enterprises – both on the basis of literature studies, as well as the results of the existing empirical research. The objective of the work is an attempt at the aggregation of the factors in groups and the indication of aggregated constructs. As a result of the considerations, the following factors have been indicated: technological, knowledge, management, organizational, cultural. This division can become an inspiration for the operationalization of factors within each of the constructs and the development of research tools for the conduct of empirical research in enterprises.

KEY WORDS: INNOVATION, INNOVATIVENESS OF ENTERPRISE, INTERNAL FACTORS, AGGREGATION OF INTERNAL FACTORS.

1. WPROWADZENIE

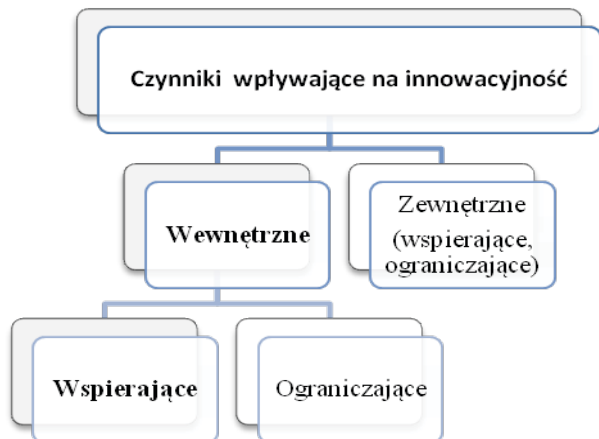
Innowacyjność jest współcześnie postrzegana jako istotny czynnik konkurencyjności przedsiębiorstw, przetrwania i rozwoju w gospodarce rynkowej. W opracowaniu przyjęto rozumienie innowacyjności jako zdolności przedsiębiorstwa do stałego poszukiwania, wdrażania i upowszechniania innowacji (Pomykałski, 2004: 141) – w obrębie produktu, w obrębie procesu, organizacyjnych lub marketingowych. W obecnych warunkach gospodarowania – jak podkreślają F. Damanpour i J.D. Wischnevsky – wdrażanie innowacji jest koniecznością, która wynika przede wszystkim z warunków globalnej konkurencji, ale także z dynamicznych

zmian wynikających z postępu technicznego oraz z niedoboru zasobów (2006: 269-291).

Menedżerowie, zainteresowani wzrostem innowacyjności zarządzanych przez nich przedsiębiorstw, poszukują tych czynników, których dodatni wpływ na innowacyjność jest najbardziej istotny. Wskazanie takich czynników wymaga podjęcia wysiłku badawczego. Teoretycy i badacze zajmujący się problematyką czynników, które wpływają na innowacyjność przedsiębiorstw, dokonują ich klasyfikacji według różnych kryteriów. Wielu autorów akcentuje, że na innowacyjność przedsiębiorstwa wpływają czynniki wewnętrzne (endogeniczne) i czynniki zewnętrzne (egzogoniczne). W ramach tych obsza-

rów, z uwagi na kierunek oddziaływania, wyróżniane są zarówno czynniki wpływające dodatnio (wspierające), jak i czynniki wpływające ujemnie, czyli ograniczające innowacyjność (bariery). Podział ten przedstawiono na rysunku 1.

Rysunek 1. Czynniki wpływające na innowacyjność przedsiębiorstw



Źródło: opracowanie własne.

W opracowaniu przedstawiono wybrane podejścia i klasyfikacje wewnętrznych czynników wpływających na innowacyjność przedsiębiorstw – zarówno na podstawie studiów literaturowych – jak i wyników zastanych badań empirycznych. Są to czynniki, na których kształtowanie przedsiębiorstwa ma większy wpływ, niż w przypadku czynników zewnętrznych.

Przedmiotem dociekań w opracowaniu są wewnętrzne czynniki wspierające innowacyjność przedsiębiorstw, nazwane „wewnętrznymi czynnikami innowacyjności przedsiębiorstw (firm)¹”. Za cel przyjęto próbę autorskiej agregacji czynników w grupy, prowadzącej do zaproponowania zagregowanych konstruktywów. Zbiory te mogłyby stać się podstawą do operacjonalizacji zmiennych i opracowania narzędzi badawczych dla poszukiwania najistotniejszych czynników innowacyjności przedsiębiorstw.

2. WEWNĘTRZNE CZYNNIKI INNOWACYJNOŚCI FIRM – WYBRANE PODEJŚCIA I KLASYFIKACJE

Autorzy prac naukowych wskazują na różnorodność wewnętrznych czynników wpływających na innowacyjność przedsiębiorstw, rozpatrując je w podziale na czynniki ekono-

miczne, i pozaekonomiczne, bądź też przedstawiając je łącznie.

W tabeli 1 przedstawiono klasyfikację wewnętrznych czynników ekonomicznych, z podziałem na czynniki bezpośrednio i pośrednio wspierające innowacyjność przedsiębiorstw, zaproponowaną przez A. Wziątek-Kubiak i E. Balcerowicz (2009: 17).

Tabela 1. Wewnętrzne ekonomiczne czynniki wpływające na innowacyjność przedsiębiorstw

| WEWNĘTRZNE CZYNNIKI EKONOMICZNE | |
|---|--|
| bepośrednio wpływające na innowacyjność | Zakumulowane zasoby kapitału ludzkiego (w tym poziom jego wykształcenia i kwalifikacji), czyli wiedzę i umiejętności zatrudnionych, będące efektem wykształcenia formalnego: o charakterze ogólnym i specjalistycznym oraz nabytego doświadczenia. |
| | Zasoby zakumulowanej wiedzy mierzonej wydatkami na badania naukowe i wielkością zatrudnienia personelu naukowo-badawczego; obejmują one badania naukowe, prowadzone w przedsiębiorstwie i w kooperacji z innymi podmiotami: krajowymi i zagranicznymi. |
| | Zasoby wiedzy uprzedmiotowionej w postaci maszyn i urządzeń, budynków. |
| | Zasoby wiedzy nieuprzedmiotowionej w postaci nabytych licencji i patentów. |
| | Zasoby wiedzy zewnętrznej nabytej w następstwie wchłonięcia pozytywnych efektów zewnętrznych wiedzy płynącej z otoczenia – od innych podmiotów oraz w efekcie współpracy z tymi podmiotami (powiązania produkcyjne, handlowe, finansowe). |
| | Zasoby komercyjne (które odzwierciedlają postrzeganie firmy, jej reputację). |
| | Zasoby organizacyjne. |
| pośrednio wpływające na innowacyjność | Zasoby finansowe przedsiębiorstwa, które wpływają na jego zdolność do finansowania innowacji. |
| | Zadłużenie przedsiębiorstwa, wyznaczające jego gotowość do podjęcia ryzyka związanego z opracowaniem i wprowadzeniem innowacji. |
| | Wielkość przedsiębiorstwa, wpływająca m.in. na możliwości sfinansowania badań naukowych w długim okresie. |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (Wziątek-Kubiak, Balcerowicz, 2009: 17).

Wśród czynników wewnętrznych pośrednio wpływających na innowacyjność znajdują się zasoby finansowe i wielkość firmy. Autorki klasyfikacji kładą akcent na zasoby wiedzy, a także na zasoby komercyjne i organizacyjne, traktując je jako czynniki wewnętrzne bezpośrednio wpływające na innowacyjność przedsiębiorstw (tabela 1). Wskazywany w omawianej klasyfikacji kapitał ludzki (wiedza i umiejętności zatrudnionych) jest traktowany jako istotny wewnętrzny czynnik innowacyjności firm. Tworzenie innowacyjnych rozwiązań w zakresie produktów, procesów, organizacji i marketingu, a także

¹ Pojęcia: przedsiębiorstwo i firma traktowane są w opracowaniu jako synonimy.

dyfuzja innowacji, wymagają bowiem odpowiedniego zaplecza wykwalifikowanych pracowników.

W tym aspekcie warto przywołać wyniki badań przeprowadzonych przez E. Wojnicką, które wykazały, że wyższym odsetkom pracowników z wyższym wykształceniem odpowiadają silniejsze interakcje przedsiębiorstw w procesie innowacyjnym, a także wyższa innowacyjność (Wojnicka, 2006: 9-32).

Zestaw umiejętności, przyczyniający się do podnoszenia innowacyjności przedsiębiorstw, oparty jest na szeroko rozumianej wiedzy, pozyskiwanej m.in. w procesach edukacji i zdobywania doświadczenia. Grupy czynników społecznych wpływających na innowacyjność przedsiębiorstw, wyłonione przez badaczy, przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Społeczne czynniki innowacyjności przedsiębiorstw

| Grupa czynników | Uszczegółowienie |
|--|---|
| Czynniki mentalne i świadomościowe | Wiedza osobnicza, wartości i normy kulturowe, zasady i kultura osobnicza oraz uwarunkowana nimi kultura organizacji. |
| Czynniki związane z ogólną wiedzą o zarządzaniu | Wiedza o strategiach zarządzania firmą i strategiach jej rozwoju, zarządzanie wiedzą, zarządzanie zmianą, zarządzanie relacjami z klientami i akcjonariuszami, zarządzanie kapitałem firmy, zarządzanie kapitałem ludzkim, zarządzanie w warunkach transformacji, rewitalizacji i wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw. |
| Czynniki związane z wiedzą na temat strategii rozwoju przedsiębiorstwa | Wiedza na temat strategii personalnej, strategii wzrostu konkurencyjności, strategii zarządzania wartością firmy, strategii tworzenia marki produktu, strategii zarządzania w warunkach transformacji i rewitalizacji firmy. |
| Czynniki związane z wdrażaniem strategii przedsiębiorstwa w danym okresie jego rozwoju | Umiejętności rozróżnienia warunków rozwoju i wyboru konkretnej strategii krótko-, średnio i długoterminowej przedsiębiorstwa, świadomość znaczenia powiązania danej strategii z konkretnym osadzeniem przedsiębiorstwa w przestrzeni współpracy i konkurencji, także w wymiarze ponadlokalnym i ponadregionalnym, niekiedy globalnym. |
| Zarządzanie relacjami w przedsiębiorstwie i w jego otoczeniu | Problem relacji z klientem, problem komunikacji wewnątrz firmy, komunikacji z otoczeniem biznesowym i zdolności do tworzenia nowej jakości relacji, np. klastrów. |
| Przywództwo i autorytet w przedsiębiorstwie | Preferowany styl przywództwa, wpływ przywódcy na realizację celów przedsiębiorstwa, preferencje i oczekiwania pracowników co do stylu przywództwa w konkretnej organizacji. |
| Czynniki psychologiczne | Problem kreatywności pracownika i pożądanym wymiarów potencjału kompetencyjnego pracowników o dużych możliwościach kreatywnych. |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (Mazurek-Kucharska, A. Block, A. Wojtczuk-Turek, 2008: 20-21).

Wśród wewnętrznych czynników wpływających na innowacyjność firm znajdują się czynniki wiedzy, a także czynniki zarządcze, dotyczące m.in. przywództwa, kompetencji kierownictwa w zakresie tworzenia, wyboru i realizacji strategii firmy, zarządzania wiedzą i relacjami (tabela 2).

Istotnym czynnikiem wewnętrznym wpływającym na innowacyjność przedsiębiorstw są zasoby finansowe firmy, wpływające na jej zdolność do finansowania innowacji. Zasoby te zostały zaliczone przez A. Wziątek-Kubiak i E. Balcerowicz do wewnętrznych ekonomicznych czynników, pośrednio wpływających na innowacyjność przedsiębiorstw (por. tabela 1). Natomiast A. Francik i A. Poczowski stawiają zasoby finansowe firmy na pierwszym miejscu wśród wewnętrznych czynników wpływających na innowacyjność firm. Klasyfikacja omawianych czynników według cytowanych autorów obejmuje (Francik, Poczowski, 1991: 27): (1) siłę finansową przedsiębiorstwa, (2) wyczucie rynku, (3) wielkość przedsiębiorstwa, (4) ciągłość kierownictwa przedsiębiorstwa, (5) gotowość i motywację kadry kierowniczej do podejmowania ryzyka, (6) wysokość progu wejścia na rynek.

Na znaczenie zasobów finansowych, ale także zasobów wiedzy i umiejętności pracowników oraz pewnych elementów kultury organizacji wskazuje M. Kolarz (2006: 57), który wymienia wśród wewnętrznych czynników wpływających na innowacyjność przedsiębiorstw:

- nakłady własne przedsiębiorstwa na prace B+R,
- nakłady własne przedsiębiorstwa na innowacje,
- liczbę i kwalifikacje kadr, umiejętności i doświadczenia badawcze, produkcyjne i marketingowe,
- skuteczność systemów informacji, komunikacji i motywacji w przedsiębiorstwie.

Wymienione nakłady na działalność innowacyjną, w tym na działalność badawczo-rozwojową, odnoszą się do czynników technologicznych innowacyjności przedsiębiorstw, obejmujących technologię, zasoby. M. Romanowska podkreśla sprzyjające innowacyjności posiadanie wysoko konkurencyjnych zasobów finansowych oraz intelektualnych (2016: 34).

W obszar tych czynników wpisuje się także integracja zasobów, tworzenie więzi między nimi. Pomyślność każdej innowacji, która jest istotnym warunkiem wstępnym rozwoju, utrzymania i wzrostu zatrudnienia oraz konkurencyjności podmiotów gospodarczych, zależy od umiejętności mobilizowania wszystkich zasobów i kwalifikacji, umiejętności integracji i koordynacji; w przeciwnym

przypadku powodzenie innowacji jest mało prawdopodobne (Baruk, 2004: 29). Duże znaczenie mają także czynniki strukturalne, na które zwraca uwagę M. Romanowska. Zdaniem cytowanej autorki, działanie w grupie przedsiębiorstw, w szczególności w sieciach typu klastrowego, ułatwia dostęp do innowacji nawet przedsiębiorstwom o małych zasobach finansowych i kompetencyjnych (Romanowska, 2016: 34).

Autorzy akcentujący znaczenie czynników zarządczych, M. Dworczyk i R. Szlasa, wyróżniają dziesięć umiejętności kierownictwa, wskazywanych jako wewnętrzne czynniki wspierające innowacyjność, czyli czynniki innowacyjności przedsiębiorstw (tabela 3). Umiejętności menedżerów dotyczą – zdaniem przywołanych autorów – nie tylko tworzenia strategii rozwoju, projektowania procesów innowacyjnych i zarządzania nimi, ale także wykorzystania potencjału innowacyjnego kadry, inspirowania pracowników do kreatywności, tworzenia i wdrażania nowych rozwiązań (Dworczyk, Szlasa, 2001: 177-180).

Tabela 3. Czynniki innowacyjności przedsiębiorstw (umiejętności kierownictwa)

| Lp. | Czynnik innowacyjności – umiejętność: |
|-----|--|
| 1 | określenia potrzeb innowacyjnych bieżących i perspektywicznych, w zakresie innowacji produktowych, procesowych i organizacyjno-ekonomicznych; ich źródłem mogą być strategie rozwoju przedsiębiorstwa, wnioski klientów firmy napływające z serwisu zbytu i bezpośrednio od odbiorców wyrobów, analizy techniczno-ekonomiczne, wyniki zrealizowanych prac B+R, |
| 2 | przygotowania programu (zbioru przedsięwzięć) i jego optymalizacji przez kierownictwo; wynikiem tych działań planistycznych mogą być przedsięwzięcia innowacyjne realizowane w przedsiębiorstwie, z partnerem zewnętrznym, z partnerem zagranicznym, |
| 3 | kierowania realizacją poszczególnych przedsięwzięć dzięki: potencjalnym kierownikom projektów, produktów, posiadaniu niezbędnych środków technicznych i programów komputerowych, posiadaniu możliwości korzystania z baz odpowiednich danych zewnętrznych partnerów, |
| 4 | projektowania rozwiązań innowacyjnych dzięki: twórczej, przygotowanej na studiach wyższych kadrze inżynierskiej i kadrze pomocniczej, |
| 5 | wdrażania projektów innowacyjnych i środków technicznych do produkcji oraz innowacyjnych wyrobów do systemów innowacyjnych finalnych użytkowników, |
| 6 | zwiększenia potencjału badawczo-rozwojowego, informacyjnego poprzez rozbudowę sieci informacyjnej, |
| 7 | zwiększenia innowacyjnego potencjału kadrowego i jego wykorzystania, |
| 8 | zapewnienia potencjału technicznego projektowania, eksperymentowania, prototypowania. |
| 9 | zapewnienia środków finansowych na działalność innowacyjną i sprawnego nimi gospodarowania, |
| 10 | wykorzystania potencjału innowacyjnego załogi. |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (Dworczyk, Szlasa, 2001: 177-180).

W odniesieniu do czynników zarządczych, H. Bieniok uważa, że zainteresowane wzrostem innowacyjności kierownictwo firmy powinno (Bieniok, 2001: 201):

- mieć głębokie przekonanie, że innowacje są absolutnie niezbędne,
- popierać dążenie do postępu poprzez stymulowanie postaw twórczych i aktywnych,
- tworzyć klimat kultury organizacyjnej pobudzającej do zmian,
- tworzyć warunki i systemy motywacyjne sprzyjające innowacjom,
- prezentować postawy otwarte na wszystkie propozycje usprawnień (technicznych, technologicznych, społecznych),
- oceniać pomysłowość i inwencję twórczą pracowników oraz pozbywać się ludzi biernych i konserwatywnych, torpedujących zmiany,
- popierać i wspomagać moralnie i materialnie pracowników, którzy tworzą i wdrażają zmiany, troszczyć się o szkolenie i rozwój pracowników,
- sprzyjać tworzeniu modelu organizacji „uczącej się”, reagującej na zmiany otoczenia.

Zalecając konieczność dostosowywania się do zmian otoczenia, cytowany autor zwraca uwagę na znaczenie strategicznego podejścia do zarządzania innowacjami.

Budowanie potencjału intelektualnego, ale także aspekty organizacji firmy należą do wewnętrznych czynników innowacyjności firm, wskazywanych przez T. Borkowskiego i A. Marcinkowskiego (2004: 215). Wśród tych czynników, wspomniani autorzy wymieniają:

- uzależnienie pozycji pracownika od wykazywanej kreatywności i umiejętności,
- pracę zespołową w interdyscyplinarnych grupach typu „projekt”,
- politykę personalną zorientowaną na systematyczne budowanie potencjału intelektualnego,
- elastyczność struktury organizacyjnej.

Przyjmuje się, że płaska struktura organizacyjna, autonomia i praca zespołowa sprzyjają innowacyjności (Arad, Hanson, Schneider, 1997: 42-58).

Warto podkreślić że wielu autorów wymienia wśród wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw kulturę organizacyjną (Romanowska, 2016: 29-25; Bieniok 2001: 201), nazywaną także wprost kulturą innowacyjną (Pichlak, 2012: 158; Raabe, 2012, 113-114). Tworzenie kultury innowacyjnej wiąże się z proinnowa-

cyjnym nastawieniem kadry zarządzającej, promującej systematyczne tworzenie i wdrażanie innowacji w firmie.

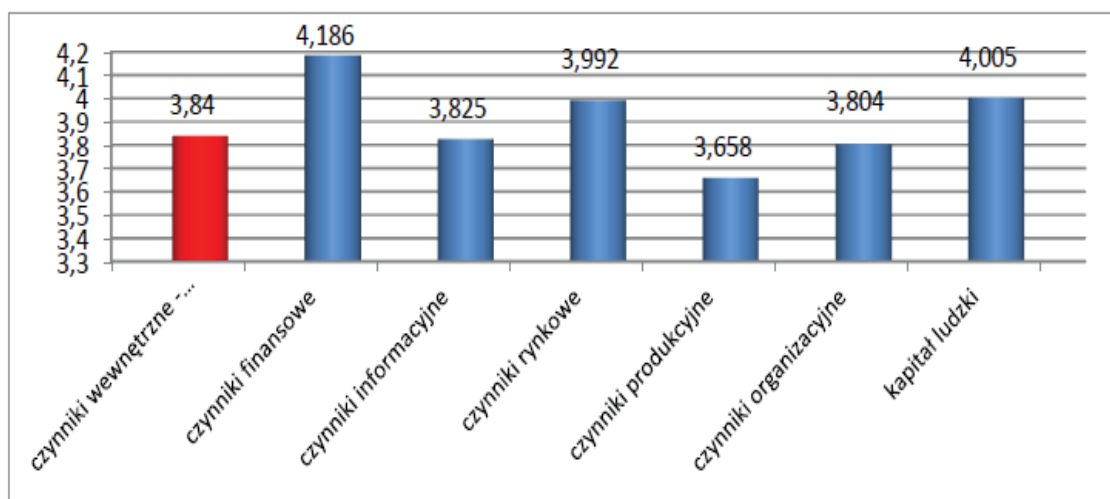
3. WEWNĘTRZNE CZYNNIKI INNOWACYJNOŚCI MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE – PRZEGLĄD WYBRANYCH BADAŃ NAUKOWYCH Z OSTATNIEGO DZIESIĘCIOLECIA

W rozdziale przedstawiono wyniki wybranych badań empirycznych, przeprowadzonych w Polsce w ostatnim

dziesięcioleciu, a dotyczących czynników wspierających innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw. Szczególną uwagę poświęcono analizie wewnętrznych czynników innowacyjności firm.

Badania A. Zych, przeprowadzone w 2013 r. wśród 181 małych i średnich przedsiębiorstw sektora rolno-spożywczego w Województwie Podkarpackim (w tym: 87,8% małych przedsiębiorstw, 12,2% średnich firm) pokazują, że najbardziej pozytywny i stymulujący wpływ na działalność innowacyjną mają czynniki wewnętrzne, a wśród nich – zasoby finansowe ($S=4,186$) i kapitał ludzki ($S=4,005$).

Rysunek 2. Współczynnik oddziaływania S dla poszczególnych grup czynników wewnętrznych innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw



Źródło: (Zych, 2013: 221).

Dla czytelności omawianych wyników badań zastanych należy wyjaśnić, że respondenci oceniali wpływ czynników na działalność innowacyjną w pięciostopniowej skali Likerta 1-5 (odpowiednio: zdecydowanie negatywny wpływ, raczej negatywny wpływ, brak wpływu, raczej pozytywny wpływ, zdecydowanie pozytywny wpływ). Wyniki omawianych badań naukowych (Zych, 2013: 221) przedstawiono na rysunku 2. Wykorzystany przez A. Zych do oceny wpływu czynników na działalność innowacyjną współczynnik oddziaływania S , stanowi średnią arytmetyczną ważoną:

$$S = \sum_{i=1}^n \frac{x_i n_i}{n_i}$$

gdzie: n_i – liczebność (częstość bezwzględna, z jaką występuje i -ta wartość zmiennej x).

Również badanie empiryczne, przeprowadzone w 2011 r. na Mazowszu (na łącznej próbie 1941 przedsiębiorstw, w tym małych i średnich firm), pozwoliło na wskazanie zasobów finansowych (środków własnych na finansowanie innowacji) na pierwszym miejscu wśród czynników innowacyjności przedsiębiorstw (tabela 4).

Tabela 4. Czynniki innowacyjności mazowieckich przedsiębiorstw

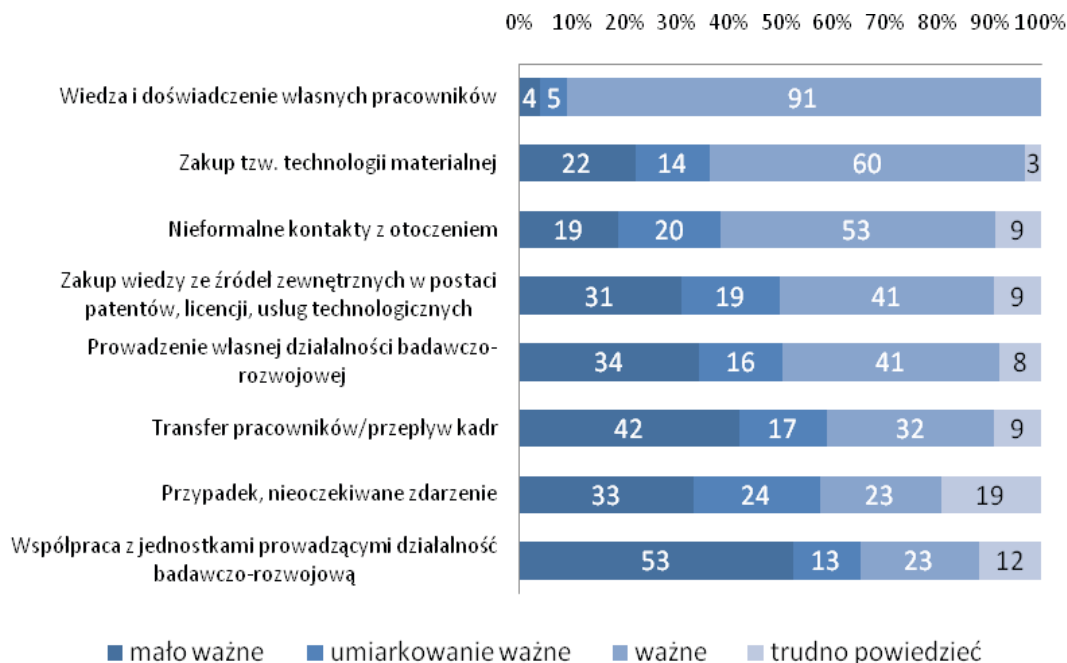
| Lp. | Czynnik innowacyjności przedsiębiorstw |
|-----|---|
| 1 | Nadwyżki pozwalające na finansowanie innowacji (środki własne). |
| 2 | Konkurencja. |
| 3 | Wewnętrzny kapitał intelektualny, wykwalifikowane kadry. |
| 4 | Kooperacja / kontakty z innymi przedsiębiorstwami. |
| 5 | Potrzeby klientów. |
| 6 | Powiązania z firmami zagranicznymi. |
| 7 | Dojrzałość rynku odbiorów, otwartość na innowacje. |
| 8 | Doświadczenia innych firm. |

| Lp. | Czynnik innowacyjności przedsiębiorstw |
|-----|---|
| 9 | Powiązania nieformalne (np. nieformalne kontakty z kadłą zarządzającą instytucjami badawczo-rozwojowymi). |
| 10 | Dynamiczny rynek (zmieniające się oczekiwania klientów). |
| 11 | Konieczność dostosowania się do obowiązującego prawa. |
| 12 | Konieczność redukcji kosztów. |

Źródło: (Mackiewicz, Dąbrowska, 2012: 63).

Jak pokazano w tabeli 4, wśród pozostałych czynników innowacyjności przedsiębiorstw wysokie pozycje zajmu-

Rysunek 3. Źródła innowacyjności mazowieckich przedsiębiorstw



Źródło: (Dziemianowicz et.al, 2012: 20).

Najważniejszymi źródłami (czynnikami) innowacyjności – według badanych przedsiębiorstw – są: wiedza i doświadczenie pracowników oraz zakup technologii materialnej (rysunek 3). Czynniki wiedzy, jak również czynniki technologiczne, wskazywane w wybranych klasyfikacjach wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw, znajdują zatem odzwierciedlenie w wynikach badań empirycznych. Zasoby finansowe firmy, przodujące w zestawie czynników wynikających z poprzednio analizowanego badania, znalazły się na wysokiej pozycji wśród czynników innowacyjności firm także w badaniu, przeprowadzonym w 2008 r. w Polsce na próbie 1002 przedsiębiorstw, w tym małych i średnich firm (Mazurek-Kucharska, Block, Wojtczuk-Turek, 2008: 307). W tabeli 5 przedstawiono zbiór czynników wpływających na wzrost innowacyjności w przedsiębiorstwach sektora MSP, opracowany w wyniku tego ba-

nia: inspiracje płynące od konkurencji na rynku oraz kapitał intelektualny firmy. Ważne miejsce przypada czynnikom organizacyjnym – kontaktom kooperacyjnym z innymi firmami, a także powiązaniom nieformalnym, np. z kadłą zarządzającą instytucjami badawczo-rozwojowymi.

Znaczenie wspomnianych powiązań nieformalnych potwierdzają również odpowiedzi tych samych respondentów na pytanie o źródła innowacyjności mazowieckich przedsiębiorstw.

ania, wraz z uzasadnieniem kolejności czynników dla grupy małych i średnich firm. W opinii respondentów z badanych przedsiębiorstw, najważniejszymi czynnikami innowacyjności są zasoby finansowe i konieczność przystosowywania się do zmieniającej się rzeczywistości. Czynniki ten, wskazywany jako najważniejszy, odzwierciedla świadomość konieczności permanentnych działań w zakresie innowacji, a przez to – strategicznego podejścia do zarządzania innowacjami. Trzecim co do ważności czynnikiem okazała się potrzeba kształcenia się i rozwoju przez całe życie oraz elastyczność firmy (por. tabela 5).

Wśród czynników innowacyjności przedsiębiorstw wyłaniają się zatem – w świetle wyników omawianego badania, obok czynników technologicznych, także czynniki zarządcze, czynniki wiedzy i czynniki organizacyjne.

Tabela 5. Najważniejsze czynniki wewnętrzne innowacyjności przedsiębiorstw sektora MSP

| Czynnik innowacyjności, wskazany przez przedsiębiorstwo jako pierwszy | Firmy ogółem N=1002 | Wielkość przedsiębiorstwa: | | |
|---|------------------------|----------------------------|------|---------|
| | | mikro | małe | średnie |
| wskazania firm w % | | | | |
| Konieczność ciąglego przystosowywania się do zmieniającej się rzeczywistości | 13 | 11 | 16 | 16 |
| Zasoby finansowe firmy | 14 | 15 | 16 | 10 |
| Potrzeba kształcenia się i rozwoju przez całe życie | 4 | 4 | 4 | 5 |
| Zjawisko elastyczności | 3 | 3 | 5 | 2 |
| Osobowość ludzi kierujących firmą | 3 | 3 | 4 | 1 |
| Możliwość poszukiwania alternatywnych środków finansowych na utrzymanie i rozwój przedsiębiorstwa | 3 | 4 | 2 | 3 |
| Struktura organizacyjna przedsiębiorstwa | 2 | 3 | 1 | 3 |
| Kultura organizacyjna przedsiębiorstwa | 2 | 2 | 2 | 1 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (Mazurek-Kucharska, Block, Wojtczuk-Turek, 2008: 307.

Natomiast wyniki badania ankietowego, przeprowadzonego w 2012 r. przez Urząd Statystyczny w Lublinie (w ramach projektu Kapitał Intelktualny Lubelszczyzny 2010-2013) na próbie 650 przedsiębiorstw (w tym małych i średnich firm), dobranej metodą losowo-warstwową, pokazują następujące zależności, zachodzące między wybranymi działaniami przedsiębiorstw, a ich innowacyjnością (Chrzanowski, 2014: 29):

- fakt współpracy przedsiębiorstwa z jednostkami badawczo-rozwojowymi zwiększa prawdopodobieństwo wdrożenia innowacji o 16,7% w porównaniu do pozostałych firm,
- funkcjonowanie przedsiębiorstwa w sieci kooperacji wpływa pozytywnie na stopień innowacyjności przedsiębiorstwa, przy czym dla kooperacji o zasięgu regionalnym zwiększa prawdopodobieństwo wdrożenia innowacji o 13,1%, dla zasięgu krajowego o 20,7%, a dla zasięgu międzynarodowego o 16,6%,
- utrzymywanie kontaktów biznesowych z podmiotami z regionu ma pozytywny wpływ na wdrażanie innowacji, a zależność pomiędzy zasięgiem kontaktów i stopniem innowacyjności przedsiębiorstwa jest do-

datnia (im większy zasięg, tym większa „skłonność” do wdrażania innowacji),

- przedsiębiorstwa, które podejmowały działania ukierunkowane na rozwój swoich pracowników, charakteryzowały się o 10,5% wyższym prawdopodobieństwem wdrażania innowacji w porównaniu do pozostałych firm.

Omawiane wyniki badań empirycznych potwierdzają istotne znaczenie czynników organizacyjnych dla innowacyjności firm: powiązań kooperacyjnych, współpracy, kontaktów z innymi podmiotami. Natomiast ostatni spośród wymienionych wniosków z badania, dotyczący podejmowania działań ukierunkowanych na rozwój pracowników, odnosi się do czynników wiedzy wspierających innowacyjność przedsiębiorstw.

Na czynniki technologiczne innowacyjności przedsiębiorstw należy zwrócić uwagę analizując wyniki badań przeprowadzonych w latach 2006-2008 na próbie 200 warstwowo wylosowanych MSP (Zastempowski, 2013: 68-73). Badania dotyczyły potencjału innowacyjnego, rozumianego przez badacza jako te zasoby, które powinny posiadać firmy, aby skutecznie kreować i komercjalizować innowacje. Wyniki badań wymienionego autora, które można uznać za wewnętrzne czynniki innowacyjności, wskazują na:

- stan parku maszynowego (nowoczesność, elastyczność),
- wydajność pracowników,
- wiedza, doświadczenie i zdolności kadry inżynierskiej,
- znajomość potrzeb, preferencji i zachowań klientów, umiejętność przewidywania zmian,
- potencjał finansowy przedsiębiorstwa.

Wśród wskazanych wyżej wewnętrznych czynników innowacyjności firm, obok czynników technologicznych, znajdują się czynniki wiedzy, jak również czynniki zarządcze, prezentowane poprzez umiejętność przewidywania zmian, wiążącą się ze strategicznym podejściem do innowacji.

W świetle wybranych badań, zasoby finansowe są wskazywane najczęściej jako czynnik innowacyjności przedsiębiorstw.

Dla porównania warto dodać, że w wyniku badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorstw usługowych, w tym małych i średnich firm w Polsce, opracowano sze-

roki katalog wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw (Brojak-Trzaskowska, 2012: 335):

- budowanie strategii innowacyjnej, stanowiącej element ogólnej strategii przedsiębiorstwa,
- budowanie systemu motywacji nagradzającego osiągnięcia motywacyjne pracowników,
- twórczy styl kierowania wyzwalający kreatywność i innowacyjność,
- stworzenie sprawnie funkcjonującego systemu informacji i komunikowania się,
- zwiększenie zakresu samodzielności i odpowiedzialności pracowników,
- budowanie klimatu i kultury organizacyjnej nastawionej na pomysłowość i innowacyjność pracowników, wysoki stopień aktywności i ponoszenie ryzyka,
- stosowanie nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych,
- wprowadzanie nowoczesnego instrumentarium finansowania działalności rozwojowej,
- traktowanie każdego przedsięwzięcia jako okazji do uczenia się,
- upowszechnianie nowych wzorów zachowań zorientowanych na kreatywność, innowacyjność, przedsiębiorczość, a także wiedzę.

Należy zwrócić uwagę, że w ramach wyłonionych wyżej wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw, wskazano na konieczność budowy kultury innowacji, nastawionej na wysoki poziom zaangażowania i inicjatyw pracowników.

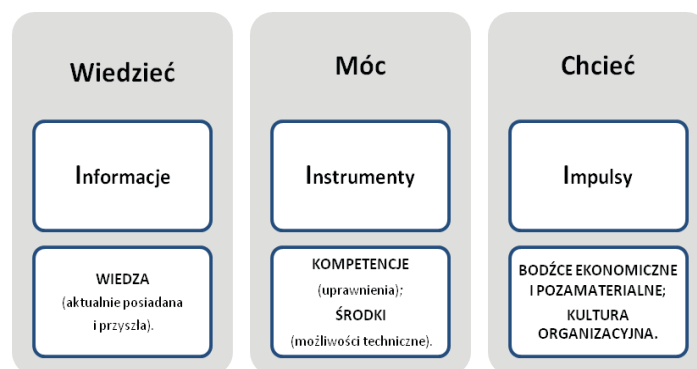
Kultura organizacyjna wspierająca innowacje, czyli kultura innowacji, jest współcześnie postrzegana przez menedżerów coraz wyraźniej, jako czynnik innowacyjności przedsiębiorstw. Na dowód tego można posłużyć się wynikami badania przeprowadzonego przez PwC Polska wśród 85 małych i średnich przedsiębiorstw w 2017 r. W świetle wyników tego badania, wśród największych wyzwań w zakresie innowacji można uznać nie tylko zorganizowanie struktur i procesów innowacji (17% badanych), ale także zmianę kultury organizacyjnej na wspierającą innowacje (15% badanych) (PwC, 2017: 23).

4. OBSZARY WEWNĘTRZNYCH CZYNNIKÓW INNOWACYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW

Prowadząc do realizacji celu opracowania, jakim jest agregacja czynników innowacyjności przedsiębiorstw,

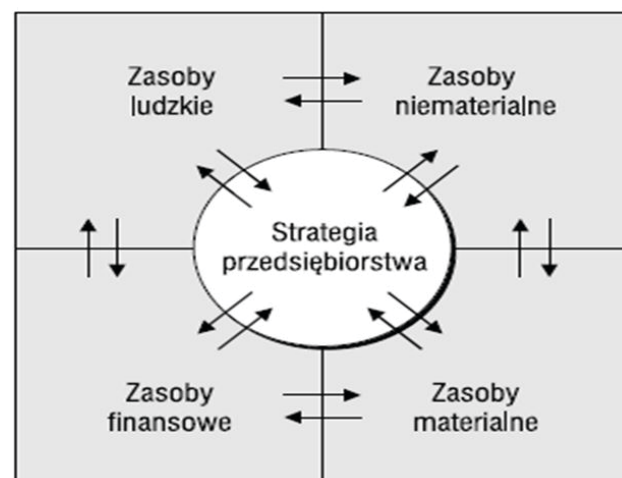
warto przywołać przedstawiane już w literaturze, wybrane propozycje grupowania. Jedną z nich jest próba systematyzacji wewnętrznych czynników innowacyjności firm (Zajączkowski, 2003: 42-45), jaką stanowi tzw. formuła 3I (Informacje – Instrumenty – Impulsy), zwana także formułą W-M-Ch (Wiedzieć – Móc – Chcieć). Informacje określają wiedzę, instrumenty – kompetencje i środki, w tym możliwości techniczne, zaś impulsy dotyczą motywowania i kultury organizacyjnej firmy (rysunek 4). Analiza formuły pokazuje, że w ramach wymienionych modułów ujęto zarówno czynniki wiedzy (kompetencje), jak też czynniki technologiczne (środki, możliwości techniczne), czynniki zarządcze (bodźce), czynniki kulturowe (kultura organizacyjna).

Rysunek 4. Wewnętrzne uwarunkowania innowacyjności firm – Formuła 3I



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (Zajączkowski, 2003: 42-45).

Rysunek 5. Obszary wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw



Źródło: (Kamińska, 2017: 88).

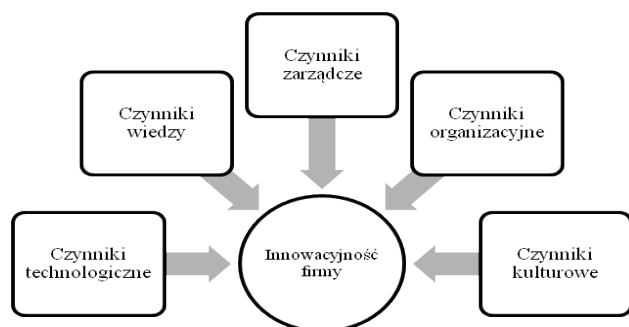
Natomiast A. Kamińska, w wyniku przeprowadzonych wszechstronnych analiz dochodzi do wniosku, że czynniki wewnętrzne wpływające na generowanie i wdrażanie innowacji można zagregować w następujące, współ-

zależne od siebie grupy, które tworzą: zasoby ludzkie, rzeczowe, finansowe, niematerialne oraz strategia przedsiębiorstwa (Kamińska, 2017: 88). Obszary czynników przedstawiono na rysunku 5.

Zaproponowane przez A. Kamińską zasobowe obszary wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw koncentrują się wokół strategii firmy, która powinna uwzględniać orientację na innowacje.

Rysunek 6 przedstawia autorską propozycję agregacji czynników wewnętrznych.

Rysunek 6. Grupy wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw (konstrukty).



Źródło: Opracowanie własne.

Analiza wybranych klasyfikacji wewnętrznych czynników innowacyjności, przedstawiona przez autorkę opracowania, została przeprowadzona w kierunku zgrupowania różnorodnych czynników w pewne grupy tematyczne, z punktu widzenia firmy. W jej wyniku – zdaniem autorki pracy – można zagregować wskazywane w literaturze czynniki innowacyjności w pewne obszary, określone jako czynniki: **technologiczne (w tym zasoby materialne), zarządcze, wiedzy, organizacyjne, kulturowe.**

Ostatnia z wymienionych grup czynników została wyodrębniona z uwagi na wyniki badań wtórnych, ale także przekonanie autorki o rosnącej randze kultury organizacyjnej w aspekcie jej istotnego wpływu na innowacyjność przedsiębiorstw.

5. PODSUMOWANIE

Poszukiwanie wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw trwa od wielu lat. Nie wyłoniono jednak katalogu uniwersalnych czynników, a zatem tematyka ta jest wciąż polem do badań naukowych. Tym bardziej, że funkcjonowanie firm w warunkach współczesnej gospodarki podlega ciągłym zmianom.

Dążąc do realizacji założonego celu opracowania, przedstawiono wybrane klasyfikacje czynników wewnętrznych i ich dyskusję. W wyniku rozważań, prowadzonych na podstawie studiów literaturowych i wyników wybranych badań zastanych, wskazano na grupy wewnętrznych czynników innowacyjności przedsiębiorstw. Zaproponowane konstrukty to czynniki: technologiczne, wiedzy, zarządcze, organizacyjne, kulturowe. Podział ten może stać się inspiracją do operacjonalizacji zmiennych w ramach każdej z grup czynników i stworzenia narzędzi badawczych dla przeprowadzenia wśród przedsiębiorstw aktualnych badań empirycznych, dotyczących najistotniejszych czynników innowacyjności. Dynamiczne zmiany, następujące w gospodarce i w społeczeństwie, wymuszają ciągłą aktywność badawczą, której efekty powinny być upowszechniane w ramach współpracy nauka – biznes.

LITERATURA

1. Arad, S., Hanson, M.A., Schneider R.J. (1997). A framework A Framework for the Study of Relationships Between Organizational Characteristics and Organizational Innovation, *The Journal of Creative Behavior*, Vol. 31 (1): 42-58.
2. Baruk, J. (2004). Innowacje a rozwój gospodarczy, *Problemy Jakości*, Nr 7, 22-37.
3. Bieniok, H. (2001). *Metody sprawnego zarządzania*. Warszawa: Wydawnictwo Placet.
4. Brojak-Trzaskowska, M. (2012). *Determinanty innowacyjnego rozwoju przedsiębiorstwa przykładzie wybranych rodzajów usług*. Szczecin: Wydawnictwo naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
5. Chrzanowski, M. (2014). *Stopień zaufania przedsiębiorstw wobec kontrahentów i partnerów biznesowych a poziom innowacyjności. Ekspertyza naukowa*. Projekt systemowy „Kapitał intelektualny Lubelszczyzny 2010-2013”.
6. Damjanpour, F., Wischniewsky, J.D. (2006). Research on Innovation in Organizations: Distinguishing Innovation-Generating from Innovation-Adopting Organizations, *Journal of Engineering and Technology Management*, Vol. 23, 269-291.
7. Dworczyk, M., Szlasa, R. (2001). *Zarządzanie innowacjami. Wpływ innowacji na wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej.
8. Dziemianowicz, W. (2012). Konkurencyjność Mazowsza i jej uwarunkowania. *Trendy Rozwojowe Mazowsza*, Nr 5.
9. Francik, A., Pochtowski, A. (1991). *Procesy innowacyjne*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
10. Kamińska, A. (2017). *Uwarunkowania regionalne innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce*. Warszawa: CeDeWu.
11. PwC (2017), *Kierunek innowacje. Polskie firmy na ścieżce rozwoju*.

12. Kolarz, M. (2006). *Wpływ zagranicznych inwestycji bezpośrednich na innowacyjność przedsiębiorstw w Polsce*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
13. Mackiewicz, M., Dąbrowska, A. (2012). Determinanty innowacyjności na Mazowszu. *MAZOWSZE Studia Regionalne*, Nr 10, 53-70.
14. Mazurek-Kucharska, B., Block, A., Wojtczuk-Turek, A. (2008). *Społeczne determinanty innowacyjności przedsiębiorstw. Raport z badania ankietowego*. Warszawa: Pentor Research International na zlecenie PARP.
15. Pichlak, M. (2012). *Uwarunkowania innowacyjności organizacji. Studium teoretyczne i wyniki badań empirycznych*. Warszawa: Difin.
16. Pomykalski, A. (2004). Innowacyjność przedsiębiorstw w kontekście rynku globalnego. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica*, T. 179, cz. 1, 141-148.
17. Raabe, J. (2012). *Einfluss der Faktoren auf Innovationsfähigkeit. In: Erfolgsfaktoren für Innovation in Unternehmen*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
18. Romanowska, M. (2016). Determinanty innowacyjności polskich przedsiębiorstw. *Przegląd Organizacji*, Nr 2, 29-35.
19. Wojnicka, E., (2006). *Interakcje w procesie innowacyjnym jako czynnik konkurencyjności przedsiębiorstw [w:] System wspierania grom przedsiębiorczości – publikacja podsumowująca*, M. Górzyński (red.). Rzeszów: Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, 9-32.
20. Wziątek-Kubiak, A., Balcerowicz, E. (2009). *Determinanty rozwoju innowacyjności firmy w kontekście wykształcenia pracowników*. Warszawa: Case.
21. Zajączkowski, M. (2003). *Podstawy innowacji i ochrony własności intelektualnej*. Szczecin: Economicus.
22. Zych, A. (2013). *Wykorzystanie czynników innowacyjności w małych i średnich przedsiębiorstwach (na przykładzie branży rolno-spożywczej)*. Praca doktorska, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, <https://depotuw.ceon.pl>, [dostęp: 15.09.2017].