

Katarzyna BARANOWSKA, Kinga KIJEWSKA
Politechnika Koszalińska

INNOWACYJNOŚĆ I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW NA RYNKU UNII EUROPEJSKIEJ

Artykuł porusza problematykę innowacyjności i przedsiębiorczości polskich przedsiębiorstw działających na rynku Unii Europejskiej. Przedstawiono w nim koncepcję innowacji, innowacyjności, a także przedsiębiorczości. Artykuł ukazuje poziom innowacyjności polskich firm, która obecnie jest jednym z najważniejszych aspektów prowadzących do rozwoju i umocnienia pozycji konkurencyjnej firm na rynku krajów Unii Europejskiej. Ponadto przybliży przyczyny barier innowacyjności w Polsce. Artykuł wskazuje, jakie działania należy podjąć by zwiększyć poziom innowacyjności polskiej gospodarki.

WPROWADZENIE

Innowacyjność i przedsiębiorczość to hasła bardzo popularne w ostatnich latach, również w polskiej gospodarce. Współcześnie innowacje to najważniejsza siła napędowa rozwoju każdej gospodarki. Są one ważnym narzędziem przedsiębiorczości, a przedsiębiorczość wyrażająca się w ciągłym poszukiwaniu coraz to nowych kombinacji czynników wytwórczych staje się motorem napędowym postępu gospodarczego. Polskie przedsiębiorstwa, aby „nie odpaść” ze światowej konkurencji muszą zwiększać swoje nakłady na innowacje, bo już niedługo argument niskich kosztów działalności, które ponoszą, będzie nieaktualny. Powszechny jest obecnie pogląd, że centralnym zasobem jest wiedza nieustannie wzbogacana w przedsiębiorstwie (nie kapitał, praca, zasoby rzeczowe czy nawet informacje), a źródeł przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw należy doszukiwać się w ich umiejętności do uczenia się innowacji szybciej niż konkurencja¹.

Wdrażanie przez przedsiębiorstwa innowacji, ma decydujące znaczenie nie tylko dla osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, ale przede wszystkim dla przetrwania w burzliwie zmieniającym się otoczeniu. Dzisiaj wygrywają te firmy, które nie tylko potrafią być elastyczne i działać w niestabilnych warunkach, ale mają ambicje do kreowania i wprowadzania nowoczesnych rozwiązań w swoich obszarach działalności.

Obecnie trwa szósta generacja systemów innowacyjnych, której rozpoczęcie łączy się z początkiem XXI wieku. Są to tzw. systemy samouczące się, samogenerujące, skoncentrowane głównie na zarządzaniu wiedzą i uczeniu się, wspomagane elektrycznym

¹ A. L. Platonoff, S. Sysko – Romańczuk, B. Koszaro, *Innowacyjność polskich firm w gospodarce opartej na wiedzy*, [w] *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, 1/2004, s.93.

zestawem narzędzi ułatwiającym bieżący transfer wiedzy, oraz podejmowanie decyzji². Niniejszy artykuł przedstawia istotę innowacji oraz jej znaczenie dla rozwoju przedsiębiorczości polskich przedsiębiorstw. Pokazuje pozycję polskich przedsiębiorstw pod względem innowacyjności na tle Unii Europejskiej, a także wskazuje na główne bariery innowacyjności w Polsce.

1. ISTOTA INNOWACJI

Łacińskie słowo „innovatio” oznacza odnowienie. Generalnie przyjmuje się, że „innowacje są to twórcze zmiany w systemie społecznym, w strukturze gospodarczej, w technice oraz przyrodzie”³. Zjawisko innowacji jest, więc nierozłącznie związane z pojęciem zmiany, nowości, reformy czy też idei postrzeganej jako nowa. Innowacje są pojęciem wieloznacznym, trudnym do jednoznacznego określenia i stosowania. Zróżnicowane i niesprecyzowane pojmowanie innowacji wynika zarówno z niedługiej tradycji badań nad innowacjami, jak i odmienności ujęć teoretycznych.

Pojęcie innowacji wprowadził do nauk ekonomicznych Józef A. Schumpeter uznany za ojca teorii innowacji. Podejście Schumpetera jest szerokie i wykracza poza ramy tego, co obecnie rozumie się pod pojęciem innowacja i w szczególności obejmuje⁴:

- wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów;
- zdobycie nowych źródeł surowców;
- zdobycie nowych rynków zbytu;
- wprowadzenie zmian w organizacji produkcji.

Schumpeter rozumiał innowacje jako wprowadzanie zmian fundamentalnych lub radykalnych, obejmujących transformację nowej idei lub technologicznego wynalazku w rynkowy produkt lub proces. Autor określił również różnicę pomiędzy wynalazkiem (inwencją) a innowacją. „Innowacja jest możliwa bez czegokolwiek, co moglibyśmy zdefiniować jako wynalazek, a wynalazek niekoniecznie rodzi innowacje, ale sam w sobie [...] nie daje żadnego ekonomicznego istotnego efektu”⁵. Wynalazek, „ma zawsze charakter techniczny lub organizacyjny. Nie są wynalazkami m.in. odkrycia czy teorie naukowe, kreacje estetyczne, plany, zasady, metody ogólne”⁶. Inwencja staje się natomiast innowacją tylko wówczas, gdy zostaje ona przekształcona i zmaterializowana w konkretnym produkcie lub usłudze i zaakceptowana przez rynek, co objawia się faktem sprzedaży na odpowiednio dużą skalę. Podejście zaproponowane przez Schumpetera zostało przyjęte przez ekonomistów.

W literaturze polskiej innowacja definiowana jest najczęściej jako idea, postępowanie lub rzecz, która jest nowa i jakościowo lepsza. Jedni autorzy przez pojęcie innowacji rozumieją zmiany w sferze produkcji, prowadzącej do nowych rozwiązań procesowych i powstania nowych produktów, inni interpretują je znacznie szerzej, uważając, że

²J. Baruk, *Istota Innowacji. Ewolucja systemów innowacyjnych*, Nowator XXI, 1/2005.

³J. Penc, *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Placet, Warszawa 1999, s. 141.

⁴J. A. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 104.

⁵J. A. Schumpeter, *Business Cycles*, London, Macmillan 1939, s. 84 cyt. za J. Czupień (red), *Ekonomika innowacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 1994, s.10.

⁶Z. Martyniak, *Innowacje w służbie gospodarki*, [w] *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, Nr 1, 1999, s. 23.

innowacje to wszelkie procesy badań i rozwoju, zmierzające do zastosowania i użytkowania ulepszonych rozwiązań do techniki, technologii i organizacji⁷. Innowacje możemy najogólniej podzielić na produktowe, technologiczne, rynkowe i organizacyjne.

Dwa pierwsze są łącznie traktowane jako technologiczne, one najczęściej utożsamiane są z pojęciem innowacji. Źródłem innowacji technologicznych są w dużej mierze wydatki na badania i rozwój. Inne typy innowacji nie muszą wiązać się z ponoszeniem materialnych czy finansowych nakładów, a ich źródłem jest zdolność do twórczego przystosowywania się do zmiennych warunków rynkowych. Należy również pamiętać, iż sukces w burzliwie zmieniającym się otoczeniu można osiągnąć dzięki skutecznie zrealizowanym nie tylko innowacjom technicznym, lecz również marketingowym (rynkowym) oraz organizacyjnym.

2. INNOWACYJNOŚĆ I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Schumpeter, wskazuje na szczególnie związek innowacji z przedsiębiorcą innowatorem, w którym widział motor zmian technicznych, ekonomicznych oraz organizacyjnych. Według M. Grudzińskiego i K. Hajduk innowacje to najważniejszy motor rozwoju gospodarki nie tylko w Polsce, ale i na całym świecie. Jest to specyficzna forma przedsiębiorczości, która wyraża się w ciągłym poszukiwaniu użycia nowych kombinacji czynników wytwórczych dla osiągnięcia i pomnożenia kapitału, a głównie zysku⁸.

Innowacyjność jest zdolnością zastosowania aktu kreatywności, nowych idei, wynalazków, czego wynikiem jest innowacja. Innowacyjność przedsiębiorstw jest wypadkową wysiłków, które podejmują samodzielnie oraz warunków tworzonych przez instytucje państwowe. Jedynie świadome i efektywne wykorzystywanie tych dwóch aspektów umożliwia nieprzypadkowe kształtowanie własnej konkurencyjności przez przedsiębiorstwa oraz prowadzić do unowocześniania i modernizowania produktów i usług. Innowacje stanowią, bowiem dowód na to, że firma nieustannie stara się zmieniać i dostosowywać do wymogów klientów.

Przedsiębiorczość jest zjawiskiem społeczno-gospodarczym, którego rozkwit obserwowany jest na całym świecie. W Polsce, od początku lat 90. XX wieku możemy zauważyć dynamiczny rozwój przedsiębiorczości związany z wprowadzeniem zasad liberalizacji gospodarczej. Zakłada ona swobodę tworzenia i prowadzenia przedsiębiorstwa dla wszystkich oraz równe prawa regulujące ich funkcjonowanie. Wolność gospodarcza w Polsce przyczyniła się do znacznego wzrostu liczby małych i średnich przedsiębiorstw, które obecnie stanowią 99% firm ogółem, przy czym mają prawie 50% udział w wytwarzaniu produktu krajowego brutto (małe firmy 38,3%, średnie 9,6% PKB)⁹.

⁷M. Brzozowski, T. Kopczyński, J. Przeniczka, *Metody organizacji i zarządzania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2001, s. 181.

⁸G. Grudziński, I. K. Hajduk, *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie*, Difin, Warszawa 2004, s. 39.

⁹A. Tokaj - Krzewska, A. Żołnierski (red.), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2004-2005*, PARP, Warszawa 2006, s. 13-14.

Przedsiębiorczość to „proces wykorzystania szans i możliwości oraz zasobów do tworzenia i – lub – rozwoju firm, oraz proces inicjowania i wprowadzenia zmian, znikający okresowo do czasu pojawienia się nowych inicjatyw”¹⁰.

O przedsiębiorczości, zatem można mówić w dwóch wymiarach: procesu i zespołu cech.

Proces jest to akt tworzenia i budowanie czegoś nowego, nowego przedsiębiorstwa). Przedsiębiorczość to zorganizowany proces działań ukierunkowany w danych warunkach na wykorzystanie nowatorskiego pomysłu w celu generowania korzyści na rynku. W procesie budowania podkreśla się: umiejętność wykorzystania pomysłów, okazji oraz ryzyko (niepewność).

Zespół cech opisuje szczególny sposób postępowania człowieka. Przedsiębiorczość wyróżnia się: dynamizmem, aktywnością, skłonnością do podejmowania ryzyka, umiejętnością przystosowywania się do zmieniających się warunków, postrzeganiem szans i ich wykorzystywaniem, innowacyjności.

Przedsiębiorstwo innowacyjne to organizacja, która¹¹:

- prowadzi w szerokim zakresie prace badawczo-rozwojowe (lub dokonuje zakupów nowych produktów czy technologii),
- przeznacza na tę działalność stosunkowo wysokie nakłady finansowe, systematycznie wdraża nowe rozwiązania naukowo-techniczne,
- reprezentuje duży udział nowości (wyrobów i technologii) w wolumenie produkcji i usług, stale wprowadza innowacje na rynek.

Według statystyki międzynarodowej („Oslo Manual”) przedsiębiorstwem innowacyjnym określa się przedsiębiorstwo, które w badanym okresie (najczęściej trzy letnim) wprowadziło na rynek przynajmniej jedną innowację technologiczną (nowy/zmodernizowany wyrób lub nowy/istotnie zmieniony proces technologiczny).

Współcześni przedsiębiorcy, którzy potrafią dostrzec różnicę między tym, co jest w ich przedsiębiorstwie potrzebne, aby prowadzić bieżącą działalność, a tym, co należy robić, aby promować kreatywne rozwiązania decydujące o kierunku oraz intensywności rozwoju, kierują się w swym działaniu tzw. paradygmatem innowacji, który leży u podstaw podejmowania decyzji innowacyjnych. Zawiera on następujące fazy procesu decyzyjnego¹²:

1. Wiedza – jednostka jest świadoma innowacji i przyswaja sobie trochę informacji o niej;
2. Perswazja – jednostka przyjmuje wobec innowacji postawę pro lub kontra;
3. Decyzja – jednostka odgrywa aktywną rolę, kiedy decyduje o przyjęciu lub odrzuceniu innowacji;
4. Zatwierdzenie – jednostka poszukuje informacji potwierdzających jej decyzję. Może ona ją zmienić, jeżeli otrzyma informacje podważające jej słuszność.

Przedsiębiorca powinien dążyć do utrzymania wysokiej konkurencyjności, która polega na dodawaniu przez przedsiębiorstwo wartości, uznawanych zarówno przez

¹⁰J. Targalski, *System innowacji w regionie Krakowa*, [w] A. Kukliński (red.), *Problematyka przestrzeni Europejskiej*, Warszawa 1997, s. 343.

¹¹A. Jasiński, *Przedsiębiorstwo innowacyjne na rynku*, KIW, Warszawa 1992, s. 25.

¹²M. J Baker., *Marketing an Introductor*, MacMillian, London 1991, s. 355 cyt. za Penc J., *Strategie* s. 77.

klientów, jak i właścicieli przedsiębiorstwa¹³. Ma on różne źródła i wpływają na nią takie czynniki¹⁴, jak: skupienie na kliencie, dbałości o jakość, koncentracji na innowacjach, starannej obsłudze.

Innowacje są niezbędne we wszystkich fazach życia przedsiębiorstwa poczynając od powstania pomysłu poprzez fazę zakładania i startu firmy, zaistnienia i przetrwania, powodzenia i sukcesu, rozwoju dojrzałości aż do fazy schyłku i zamierania, kiedy to mogą one stać się początkiem nowego cyklu życia firmy¹⁵. W początkowych fazach rozwoju przedsiębiorstwa dążą do maksymalizacji zysku, który zapewni przetrwanie i rozwój. W fazach tych poszukuje się innowacji produktowych, najczęściej prostych o małym zasięgu i skali. W kolejnych fazach maksymalizacja zysku zastępowana jest umocnieniem pozycji firm i właściciela. Przedsiębiorstwo poszukuje głównie innowacji procesowych i organizacyjnych, które doskonali sposób sprawowania władzy i funkcjonowania firmy. W strukturę przedsiębiorstwa wchodzi coraz szerzej innowacje z podstawową formą działalności firmy. Obszar innowacyjny zaczyna wykraczać poza sferę przedsiębiorczości¹⁶. Jak wynika z powyższych rozważań nie ma rozwoju przedsiębiorczości bez podejmowania działań innowacyjnych.

3. INNOWACYJNOŚĆ POLSKICH MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW NA TLE UNII EUROPEJSKIEJ

Rozwój gospodarczy i cywilizacyjny powoduje zacieranie się granic państwowych dla przepływu produktów, technologii, kapitału, informacji, idei itp. Rzeczywistym źródłem siły stają się nie zasoby naturalne, czy siła militarna poszczególnych państw, ale ludzie wykształceni¹⁷. Globalizacja oznacza określoną koncepcję zarządzania firmą, a więc zarządzanie w globalnym otoczeniu zorientowanym na rynki światowe, konkurencję globalną oraz bazujące na globalnych czynnikach produkcji.

Według danych GUS¹⁸ poziom innowacyjności polskich przedsiębiorstw jest znacznie niższy niż poziom innowacyjności większości krajów UE-15.

Polska – według badań przeprowadzonych przez Unię Europejską – podobnie jak Turcja, Estonia oraz Rumunia została zaliczona do najmniej innowacyjnych krajów europejskich. Polska gospodarka pomimo ogromnego – jak na skalę krajów Unii – wzrostu gospodarczego nie jest, i jak wskazują badania, przez jeszcze długi czas nie będzie w stanie efektywnie konkurować z rozwiniętymi krajami starej 15 UE. Sposobem na zmniejszenie tej luki jest zwiększenie poziomu innowacyjności przedsiębiorstw – zwłaszcza małych i średnich przedsiębiorstw.

W 2004 roku (patrz wyk. 1.) sumaryczny wskaźnik innowacyjności¹⁹(SII)²⁰ wynosił 0,44 dla UE-15 natomiast dla Polski wynosił on 0,14, co uplasowało nas na ostatniej

¹³B. Dobiegała – Korana, S. Kasiewicz, *Metody oceny konkurencyjności przedsiębiorstw* [w] *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw w Polsce*, Materiały Konferencji Naukowej SGH, Warszawa 1999, s. 5.

¹⁴J. Targalski, *Przedsiębiorczość i zarządzanie*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2003, s. 87-88.

¹⁵J. Targalski, *op.cit.* s. 89.

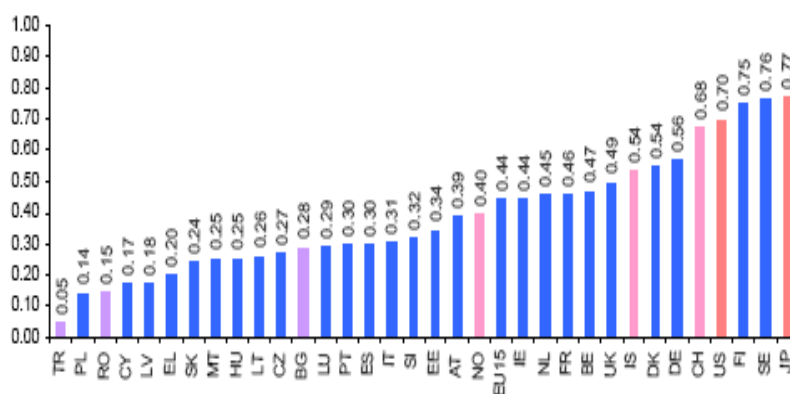
¹⁶A. Francik, *Sterowanie procesami innowacyjnymi w organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003, s. 18.

¹⁷K. Ohmase, *The Borderless World*, „The McKinsey Quarterly” 1990, Nr 3.

¹⁸Por. GUS, *Nauka i technika w 2003 roku*, GUS, Warszawa 2005.

pozycji wśród pozostałych krajów członkowskich, tuż przed Turcją, a daleko za starymi i nowymi krajami UE (dla porównania wskaźnik ten dla Finlandii wyniósł 0,75, a dla Szwecji 0,76). Według danych za rok 2005 (wyk. 2.) sytuacja Polski uległa niewielkiej poprawie wskaźnik wzrósł do 0,23 (UE-25 0,42, UE-15 0,46) i taki poziom utrzymywał także w 2006 roku (wyk.3). Według ostatniego raportu opublikowanego przez Komisję Europejską Polska poprawia względnie swoje wyniki, jeżeli chodzi o edukację młodzieży, wydatki na technologie informatyczne oraz sprzedaż nowych produktów. Jednak wydatki na badania i rozwój wciąż wypadają poniżej unijnej średniej.

Wykres 1. Wskaźnik SII w roku 2004



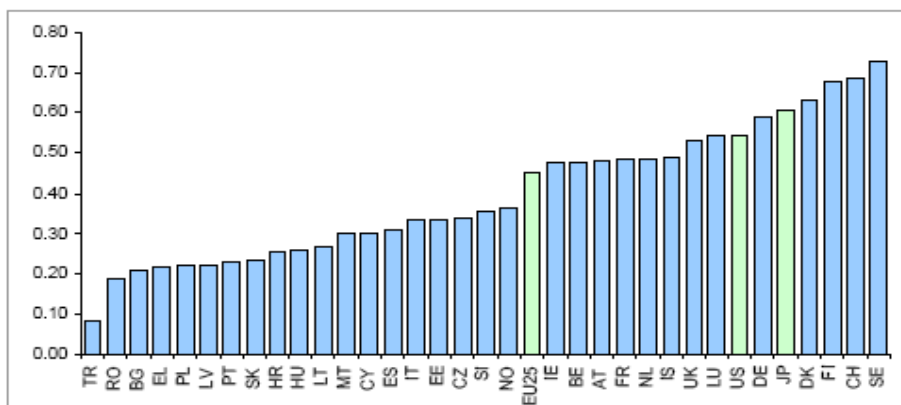
Źródło: http://trendchart.cordis.lu/scoreboards/scoreboard2004/summary_innovation_index.cfm

¹⁹Wskaźnik ten zawiera ważną sumę wielu innych wskaźników takich jak np.: liczba absolwentów szkół wyższych, wydatki budżetowe i firmowe na badania i innowacje, infrastruktura innowacyjna – Internet itp.

²⁰European Innovation Scoreboard 2005. Comparative Analysis of Innovation Performance, European Trend Chart on Innovation, European Commission, Styczeń 2006, s.10.

<http://trendchart.cordis.lu/scoreboard2004/innoindex.cfm> (stan na 25.09.2007)

Wykres 2. Wskaźnik SII w roku 2005 i 2006



Źródło: http://trendchart.cordis.lu/scoreboards/scoreboard2006/summary_innovation_index.cfm

Analiza powyżej zaprezentowanych wykresów pozawala na wyłonienie czterech grup państw²¹:

1. Pierwsza grupa tzw. liderzy innowacji, która obejmuje: Szwecję, Szwajcarię, Finlandię, Danię i Niemcy;
2. Druga grupa *innovation followers* obejmuje: Islandię, Francję, Holandię, Belgię, Austrię i Irlandię;
3. Trzecia grupa *catching-up countries* to: Słowenia, Czechy, Litwa, Portugalia, Polska, Łotwa, Grecja;
4. Czwarta grupa *trailing* to: Estonia, Hiszpania, Włochy, Malta, Węgry, Chorwacja i Słowacja.

4. BARIERY INNOWACYJNOŚCI W POLSCE

Innowacje są korzystne dla firm, a mimo to wciąż napotykają na różnorodne bariery: techniczne, organizacyjne, prawne, ekonomiczne, kulturowe, informacyjne, motywacyjne, świadomościowe itp. Wszystkie te bariery mają złożoną naturę i decydują o sprawności przeprowadzania innowacji, a nawet o rezygnacji z nich. W Polsce wciąż najtrudniejszymi do pokonania są bariery psychospołeczne, wynikające z oporu pracowników, wysokie koszty zakupu i wprowadzania nowoczesnych technologii, brak własnych środków finansowych oraz trudności w uzyskiwaniu kredytów bankowych na innowacje. Przyczyn tego stanu rzeczy należy doszukiwać się również w postawach i wyborach strategicznych dokonywanych przez kadrę zarządzającą przedsiębiorstwami. Wciąż dominującym celem strategicznym jest poszukiwanie i powiększanie kapitału finansowego. Innowacje natomiast pozostają na dalszym planie. Polscy przedsiębiorcy mają także problem z odpowiednim zdefiniowaniem działań zmierzających do

²¹http://trendchart.cordis.lu/scoreboards/scoreboard2006/summary_innovation_index.cfm (stan na dzień 25.09.2007).

wprowadzenia innowacji w swoim przedsiębiorstwie. Istotną sprawą jest brak dostatecznej kooperacji pomiędzy środowiskiem akademickim a przedsiębiorstwami.

Zakres działalności innowacyjnej może być oceniany na różnych poziomach i w sektorach gospodarki, co wymaga odrębnych metod pomiaru. Metodologia UE zaleca stosowanie Karty Wyników Innowacyjności. Zawiera ona 17 wskaźników w czterech obszarach: zasoby ludzkie (np. zatrudnienie w usługach high-tech jako odsetek siły roboczej, odsetek ludności z wykształceniem wyższym); tworzenie wiedzy (m.in.: wydatki na B+R jako odsetek PKB, liczba wniosków patentowych w dziedzinie wysokich technologii na 1 mil mieszkańców); przekazywanie i stosowanie nowej wiedzy (m.in.: innowacje wprowadzone w MŚP jako odsetek ogółu przedsiębiorstw); innowacje finansowe, wyniki i rynek (m.in. udział wartości dodanej w przemyśle pochodzącej z sektorów wysokiej technologii, dostęp do internetu).

W obliczu niskiej zdolności polskiej gospodarki do generowania innowacji oraz nasilającej się konkurencji, podniesienie i utrzymanie procesów innowacyjnych na wysokim poziomie jest koniecznością. Słaba zdolność polskiej gospodarki do generowania innowacji wynika między innymi z:²²

- niskich wydatków przemysłu na badania i rozwój (0,2 % PKB, wobec średniej w OECD 1,4%);

- malejący udział wydatków na B+R w PKB (obecnie nakłady na B+R wynoszą 0,56% PKB podczas gdy średnio w UE około 1,8%. Nakłady na B+R poniżej 1% przez niektórych autorów uznawane są za gospodarcze cofanie się²³. Polska ze swoimi wydatkami na badania i rozwój znajduje się na trzecim od końca miejscu na liście państw unijnych. Mniej od nas wydaje tylko Cypr i Łotwa. W czołówce znajdują się kraje skandynawskie - Szwecja i Finlandia - gdzie wydatki sięgające 3% PKB tych krajów są na poziomie, który Komisja Europejska zaleca uzyskać w 2010 r.)

- importowania dóbr wysokiej technologii, oraz faktu, że eksport polskich produktów opartych na myśli technologicznej rozwija się mniej dynamicznie niż np. w Czechach czy na Węgrzech.

Trudności wdrażania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach, wynikać mogą

z braku możliwości realizacji korzyści skali, utrudnionego wejścia na rynki zbytu, mniejszej możliwości stosowania drogich technologii, czy też słabej (w porównaniu z dużymi firmami) pozycji wobec instytucji finansowych, rządowych czy też władz lokalnych²⁴. Według raportu – Innowacyjność 2006, firmy należące do sektora MŚP wskazują na takie czynniki utrudniające procesy innowacyjne jak²⁵:

- czynniki ekonomiczne (brak środków finansowych, zbyt wysokie koszty innowacji i brak zewnętrznych źródeł finansowania) od 50% do 60% firm;

- czynniki rynkowe (niepewny popyt i opanowanie rynku przez dominujące przedsiębiorstwa), co trzecia badana firma;

²²R. Woodward (red.), *Sieci innowacyjne w polskiej gospodarce – stan obecny i perspektywy rozwoju*. Raporty CASE 60/2005, CASE Warszawa 2005, s. 7.

²³S. Felbur, Z. Czyżewska, *Nakłady na finansowanie nauki, a wzrost gospodarczy*, Ekonomista Nr 4/1995.

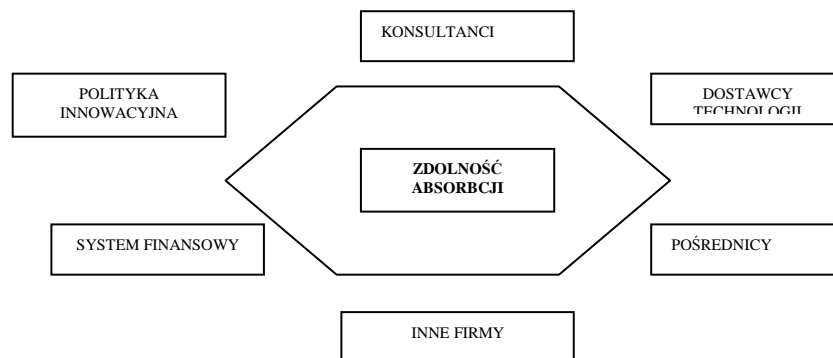
²⁴B. Piasecki, *Ekonomia i zarządzanie małą firmą*, PWN, Warszawa - Łódź, 1999, s. 21.

²⁵A. Żołnierski, *Innowacyjność 2006. Stan innowacji metody wspierania, programy badawcze*. Raport PARP, Warszawa 2006, s.13.

- znalezienie partnerów – 22% MŚP;
- brak wykwalifikowanego personelu – średnio 15% MŚP;
- brak potrzeby działalności innowacyjnej – 11% MŚP.

W badanej grupie w latach 2002 – 2004 innowacje wdrożyło 40% firm średnich i 67% firm dużych.

Rys. 1 Partnerzy małych firm innowacyjnych



Źródło: E. Stawasz, *Innowacje i regionalne systemy innowacji*, [w] *Instrumenty transferu technologii i pobudzenia innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw*, red. E. Stawasz, J. Mertl, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005, s. 24.

Firmy są innowacyjne dzięki zdolności organizacyjnej, ale także poprzez kontakty zewnętrzne ze dostawcami i partnerami w biznesie (rys 1). Procesy innowacyjne coraz rzadziej zamykają się w ramach pojedynczej firmy wymagają wspólnych działań wewnętrznych i zewnętrznych. Podejmując działalność innowacyjną małe i średnie firmy stykają się z siecią wyspecjalizowanych partnerów, którzy mogą oferować jej niezbędne usługi lub zasoby. Jak wynika z rys. 1. partnerami mogą być²⁶:

1. Dostawcy technologii, czyli twórcy nowej wiedzy i rozwiązań technicznych powiększających zasób wiedzy (wyższe uczelnie, instytuty badawcze, laboratoria przemysłowe);
2. Konsultanci grupa wyspecjalizowanych organizacji, firm lub osób prywatnie świadczących usługi z zakresu doradztwa finansowego technicznego, organizacyjnego, marketingowego, szkoleń, ochrony patentowej itp.;
3. Inne firmy, podstawowi partnerzy w dziedzinie innowacji dla małych firm.;
4. System finansowy, czyli instytucje finansowe (banki, fundusze wysokiego ryzyka, fundusze pomocnicze, inwestorzy prywatni);
5. Pośrednicy różnego rodzaju instytucje z reguły publiczne, pełniące funkcje pośrednictwa w dostępie małych firm do zewnętrznych zasobów wiedzy, doradztwa, finansów, nawiązywanie współpracy z różnymi partnerami firm. Mają one głównie charakter regionalny;
6. Polityka innowacyjna kraju i regionu.

²⁶E. Stawasz, *Innowacje i regionalne systemy innowacji*, [w] *Instrumenty transferu technologii i pobudzenia innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw*, red. E. Stawasz E., Mertl J., Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005, s. 24.

Tak, więc innowacje wymagają współpracy przedsiębiorstwa z otoczeniem, która może polegać między innymi na: tradycyjnych handlowych, tworzeniu ścisłych związków z dostawcami i odbiorcami oraz wchodzeniu w różnego rodzaju alianse i porozumienia o współpracy. Wszystkie te działania mają za zadanie umożliwić wymianę informacji, wiedzy personelu oraz wsparcie przy podejmowaniu nowych przedsięwzięć²⁷.

PODSUMOWANIE

Rozwój gospodarki rynkowej i związana z tym pogłębiająca się konkurencja na skalę światową narzucają konieczność współdziałania z otoczeniem, aby nieustannie się rozwijać. Innowacje uznaje się obecnie za jeden z podstawowych czynników warunkujących rozwój przedsiębiorstwa, stając się ważnym czynnikiem wzrostu ich konkurencyjności²⁸. Jak twierdzi M. E. Porter przewagi konkurencyjnej należy upatrywać przede wszystkim w zdolności do bycia innowacyjnym, ciągłego podnoszenia jej poziomu i uzyskania dzięki temu odpowiedniej efektywności. Przedsiębiorstwa, które chcą przetrwać powinny „nauczyć się innowacji”, ponieważ tylko w taki sposób mogą zapewniać sobie przyszłość, czyli przetrwanie i rozwój w dynamicznym otoczeniu. Rozwój przedsiębiorczości jak już wspomniano poprzez innowacyjność to motor rozwoju gospodarczego.

Polska gospodarka charakteryzuje się niskim poziomem innowacyjności, co wpływa na jej niższą konkurencyjność w porównaniu z innymi przedsiębiorstwami działającymi na rynku europejskim. Stan innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw zmusza do podjęcia działań wzmacniających systemy innowacyjne. Jednym z atutów Polski jest duży potencjał ludzki. Prezentuje on zwykle talent twórczy, innowacyjność, wysoki poziom wiedzy itp. Czynnikiem sprzyjającym są również prace badawcze na poziomie światowym prowadzone przez niektóre instytuty. Ważnym elementem potencjału Polski jest także entuzjazm i zaangażowanie ludzi, szczególnie ludzi młodych.

Wiele badań wskazuje, że pierwszym krokiem w stronę innowacyjności polskich przedsiębiorstw jest wykorzystanie technologii informacyjno – telekomunikacyjnych, w tym internetu (pomimo, że większość polskich firm dysponuje sprzętem komputerowym, to tylko 3/4 z nich posiada dostęp do internetu). Kolejnym działaniem jest tworzenie sieci innowacyjnych (klaster, grona), polegających na skumulowaniu poziomu wiedzy i zdolność do innowacyjności, aby przedsiębiorstwa mogły jak najlepiej wykorzystać transfer nowoczesnych technologii (innowacji) z krajów wysoko rozwiniętych. Sieci innowacyjne pozwalają wykorzystać wiedzę i doświadczenia najlepszych. Tak więc uczenie się innowacji związane jest z benchmarkingiem. Nauka od najlepszych pozwala nie tylko przetrwać na rynku, ale również rozwijać się.

²⁷E. Stawasz, *op.cit.*, s. 24.

²⁸B. Grzybowska, M. Juchniewicz, *Bariery działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw*, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, Nr 4, 2005, s. 30.

Polska powinna również jak najszybciej wprowadzić Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka będący jednym z instrumentów realizacji NSRO²⁹, który zakłada m.in. zwiększenie inwestycji na B+R, zwiększenie udziału polskich jednostek naukowych w projektach badawczych, zwiększanie dostępu do zewnętrznych źródeł finansowania przedsięwzięć innowacyjnych, jak również szkolenie i doradztwo niezbędne do realizacji projektów inwestycyjnych przyczyniających się do wzrostu innowacyjności przedsiębiorstw. Realizacja tych i innych celów programu wymaga skoncentrowanych wysiłków na rzecz wzrostu konkurencyjności polskiej gospodarki, którą można osiągnąć poprzez wzmacnianie jej innowacyjności. Stąd kluczowe znaczenie ma innowacyjność przedsiębiorstw we wszystkich jej aspektach, w tym w aspekcie stosowania technologii, procesów oraz oferowania coraz to nowych produktów i usług.

LITERATURA

- [1] Baker M. J., *Marketing an Introductor*, MacMillian, London 1991, s. 355 cyt. za J. Penc , *Strategie*.
- [2] Baruk J., *Istota Innowacji. Ewolucja systemów innowacyjnych*, Nowator XXI, 1/2005.
- [3] Brzozowski M., Kopczyński T., Przeniczka J., *Metody organizacji i zarządzania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2001.
- [4] *Europeen Innovation Scoreboard 2005. Comparative Analysis of Innovation Performance*, *Europeen Trend Chart on Innovation*, European Commission, Styczeń 2006.
- [5] Felbur S., Czyżewska Z., *Nakłady na finansowanie nauki, a wzrost gospodarczy*, *Ekonomista* Nr 4/1995.
- [6] Francik A., *Sterowanie procesami innowacyjnymi w organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003.
- [7] Gruzicki G., Hejduk I. K., *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie*, Difin, Warszawa 2004.
- [8] Grzybowska B., Juchniewicz M., *Bariery działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw*, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, Nr 4, 2005, s. 30
- [9] Jasiński A., *Przedsiębiorstwo innowacyjne na rynku*, KIW, Warszawa 1992.
- [10] Piaseczki B., *Ekonomia i zarządzanie małą firmą*, PWN, Warszawa - Łódź, 1999.
- [11] Platonoff A. L., Sysko – Romańczuk S., Koszaro B., *Innowacyjność polskich firm w gospodarce opartej na wiedzy*, [w] *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, 1/2004.
- [12] Stawasz E., *Innowacje i regionalne systemy innowacji*, [w] *Instrumenty transferu technologii i pobudzenia innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw*, red. E. Stawasz, J. Mertl, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005
- [13] Targalski J., *System innowacji w regionie Krakowa*, [w] A. Kukliński (red.), *Problematyka przestrzeni Europejskiej*, Warszawa 1997.
- [14] Tokaj – Krzewska A., Żołątowski A. (red.), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2004-2005*, PARP, Warszawa 2006.

²⁹ NSRO – Program Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia na lata 2007 – 2013 przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 14 lutego 2006r., w których celem strategicznym jest tworzenie warunków dla wzrostu konkurencyjności gospodarki opartej na wiedzy i przedsiębiorczości, zapewniającej wzrost zatrudnienia oraz wzrost spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej Polski w ramach UE i wewnątrz kraju.

- [15] Woodward R.,(red.), Sieci innowacyjne w polskiej gospodarce – stan obecny i perspektywy rozwoju. Raporty CASE 60/2005, CASE Warszawa 2005.
- [16] Żołnierski A., Innowacyjność 2006. Stan innowacji metody wspierania, programy badawcze. Raport PARP, Warszawa 2006.

THE INNOVATION AND THE INITIATIVE OF POLISH ENTERPRISES ON THE EUROPEAN UNION MARKET

The article brings up issues of the innovation and the initiative of Polish enterprises working on the European Union market. The innovation conception was presented here, as well as the enterprise. The article presents the level of the innovation of Polish companies which is now one of the most important aspects causing the development and fortifying the rival position of companies on the market of European Union countries. Moreover, it introduces the reasons of innovation barriers in Poland. The article points the actions that should be taken in order to increase the level of the Polish economy innovation.