

Małgorzata OKRĘGLICKA
Politechnika Częstochowska

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA W MIKROPRZEDSIĘBIORSTWACH Z BRANŻY HANDLOWEJ

Mikroprzedsiębiorstwa handlowe to podmioty realizujące działalność innowacyjną, choć najczęściej wprowadzane są tu innowacje organizacyjne i marketingowe. Działalność innowacyjna jest zwykle prowadzona przez te podmioty w mikroskali. Częściej mamy tu do czynienia z innowacjami na poziomie przedsiębiorstwa czy najbliższej konkurencji niż na poziomie branży czy kraju. Mikroprzedsiębiorstwa finansują działalność innowacyjną głównie w oparciu o środki własne, a wśród finansowania obcego dominują kredyty bankowe. W przyszłości mikropodmioty o handlowym profilu działalności planują wprowadzać innowacje, jednak przy niewielkim zaangażowaniu kapitałowym.

1. WPROWADZENIE

Przedsiębiorcy i menadżerowie coraz częściej doceniają znaczenie innowacyjności przedsiębiorstwa. Inwestowanie w powszechnie znane rozwiązania często nie daje pożądanych efektów w ramach silnie konkurencyjnego otoczenia rynkowego. W wielu przypadkach uzyskanie przewagi rynkowej nie jest wręcz możliwe bez wprowadzania innowacyjnych produktów i usług oraz sposobów i form gospodarowania.

Działalność innowacyjna może być prowadzona przez przedsiębiorstwo w różnorodny sposób. Może być ona prowadzona w sposób zintegrowany, gdy jest ona na stałe obszarem zainteresowań przedsiębiorstwa oraz jest nierozdzielnie związana ze strategią danego podmiotu gospodarczego. Daje to szansę osiągnięcia trwałej przewagi nad konkurencją. Niejednokrotnie działalność innowacyjna jest jednak prowadzona przez przedsiębiorstwa w sposób doraźny czy wręcz przypadkowy, a innowacje są odpowiedzią na bieżące potrzeby przedsiębiorstwa. Tak prowadzona działalność innowacyjna stwarza zagrożenie, że nie będzie ona powiązana z innymi obszarami funkcjonowania np. z finansami podmiotu. Nieuwzględnienie wprowadzania innowacji w planach finansowych może stać się barierą przy ich realizacji.

Nie mniejsze znaczenie ma zakres innowacyjności przedsiębiorstwa. Odnosi się to do samej definicji i istoty innowacji, a mianowicie na ile nowatorskie musi być dane rozwiązanie gospodarcze, aby można było mówić o innowacji. Część przedsiębiorstw wprowadza rozwiązania całkowicie nowe, nieznane w skali globalnej, będące wynikiem prowadzonych przez nie prac badawczo-rozwojowych. Można w takim przypadku mówić o rzeczywistych innowacjach, a osiągane w ten sposób korzyści mogą mieć charakter długoterminowy, z uwagi np. na posiadane przez przedsiębiorstwo prawa patentowe itp.

Większość przedsiębiorstw wprowadza jednak innowacje, w których zakres nowatorstwa jest mniejszy, tzn. rozwiązania nie są przykładowo znane w bezpośredniej konkurencji, a wprowadzane rozwiązania są zazwyczaj ulepszeniami stosowanych już form gospodarowania. Przy omawianiu innowacyjności priorytetowe staje się zatem zdefiniowanie pojęcia innowacji. Na potrzeby niniejszego opracowania została zatem ona określona jako szereg działań o charakterze naukowym (badawczym), technicznym, organizacyjnym, finansowym i handlowym (komercyjnym), których celem jest opracowanie i wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych produktów i procesów, przy czym produkty te i procesy są nowe przynajmniej z punktu widzenia wprowadzającego je przedsiębiorstwa¹.

Należy ogólnie stwierdzić, że zakres innowacyjności jest często powiązany z wielkością przedsiębiorstwa. Wynika to ze znacznych kosztów, związanych z działalnością innowacyjną, prowadzeniem prac badawczych i wprowadzeniem rzeczywistych innowacji. Znacznym wymaganiom kapitałowym są w stanie najczęściej sprostać duże podmioty gospodarcze, w szczególności korporacje, które posiadają wysoki zasób kapitałów własnych oraz większe możliwości przy finansowaniu zewnętrznym. Mniejsze podmioty nie posiadają często tak dużego zaplecza finansowego przez co skala innowacji jest w ich przypadku także mniejsza.

Rodzaj przedsiębiorstwa, szczególnie charakter jego działalności determinuje ponadto rodzaj wprowadzanych innowacji. Przedsiębiorstwa produkcyjne skupiają się często na innowacjach produkcyjnych czy procesowych, podczas gdy przedsiębiorstwa handlowe realizują w większym zakresie innowacje marketingowe czy organizacyjne. Analiza działalności innowacyjnej powinna być zatem prowadzona w poszczególnych grupach przedsiębiorstw, w celu uzyskania poprawnych i szczegółowych wyników badań.

Podstawowym celem niniejszego artykułu jest analiza wybranych obszarów działalności innowacyjnej mikroprzedsiębiorstw o handlowym profilu działalności. Opracowanie ma charakter empiryczny, a wnioski zostaną zbudowane w oparciu o wyniki ankietowych badań własnych autorki, przeprowadzonych w grudniu 2007 r. na grupie 71 mikroprzedsiębiorstw województwa śląskiego.

2. MIKROPRZEDSIĘBIORSTWA Z SEKTORA HANDEL I NAPRAWY – OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

Podział sektora przedsiębiorstw, według kryterium wielkości, dokonywany jest najczęściej w oparciu o liczbę zatrudnionych. I tak mikroprzedsiębiorstwo to podmiot zatrudniający do 9 pracowników włącznie. Jednak nie tylko wielkość zatrudnienia wyróżnia najmniejsze podmioty gospodarcze. Wśród cech charakterystycznych dla tych podmiotów można wymienić chociażby: nie rozbudowaną strukturę organizacyjną, skromne zasoby majątkowe, czy władzę skupioną tu zwykle w rękach właściciela itd.

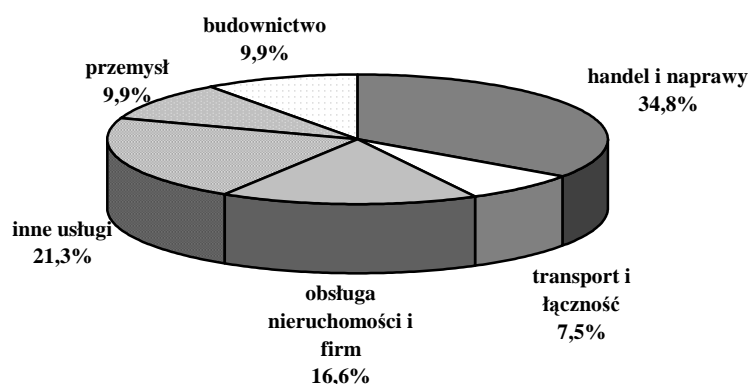
W Polsce mikroprzedsiębiorstwa stanowią dominującą liczbowo grupę podmiotów. Na koniec 2006r., w rejestrze regon było zarejestrowanych 3 348 708 takich podmiotów, co stanowi 95,2% wszystkich przedsiębiorstw. Nie mniej znacząca jest rola, jaką odgrywają mikroprzedsiębiorstwa w każdej gospodarce. Wspomnieć należy chociażby o ich wysokiej pracochłonności, przez co mają one znaczący wpływ na ograniczanie bezrobocia. W 2005r. mikropodmioty zatrudniały 41,1% pracujących w całym sektorze

¹ Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2004-2006, www.stat.gov.pl

przedsiębiorstw, przy realizacji zaledwie 24,4% przychodów sektora. Ponadto trzeba zaznaczyć, że mikroprzedsiębiorstwa mają znaczący udział w tworzeniu PKB tj. 30,7% w 2005r., podczas gdy pozostałe przedsiębiorstwa wytworzyły jedynie 17,0% PKB. Znaczenie mikropodmiotów powoduje, że bieżąca analiza tego sektora, zmierzająca do tworzenia otoczenia sprzyjającego jego rozwojowi, ma w Polsce istotne znaczenie.²

Przedsiębiorstwa mikro operują praktycznie w większości branż. Najwięcej podmiotów zajmuje się jednak działalnością handlową. W 2005r. w sektorze handel i naprawy działało aż 34,8% podmiotów (por. rys 1).

Rysunek 1. Struktura mikroprzedsiębiorstw zarejestrowanych w Regon w 2005r.



Źródło: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2005-2006, www.parp.gov.pl

Mikropodmioty z sektora handel i naprawy charakteryzują się stosunkowo wysokim zatrudnieniem, obejmującym 39,4% liczby pracujących w mikroprzedsiębiorstwach w 2005r. Do tego generują one aż 54,0% przychodów oraz 30,5% nakładów inwestycyjnych sektora mikroprzedsiębiorstw.³

Powyższe dane wskazują, że mikropodmioty z branży handlowej stanowią znaczącą część sektora mikroprzedsiębiorstw, a ich analiza ma istotne znaczenie poznawcze.

3. CHARAKTERYSTYKA DZIAŁALNOŚCI INNOWACYJNEJ W MIKROPRZEDSIĘBIORSTWACH HANDLOWYCH - WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Mikroprzedsiębiorstwa o handlowym profilu działalności, to podmioty wprowadzające najczęściej innowacje organizacyjne i marketingowe (por. tab. 1), co wynika z samego charakteru tych podmiotów. Podmioty te zwykle nie prowadzą działalności produkcyjnej lub ma ona drugorzędne znaczenie. Czasami działalność typowo handlowa jest uzupełniana usługami, łączącymi się z przedmiotem handlu. Przekłada się to na niewielki

² Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2005-2006, www.parp.gov.pl

³ ibidem

poziom wprowadzanych innowacji produktowych i procesowych, łączących się bezpośrednio z wytwarzaniem.

Tabela 1. Innowacje wprowadzane w mikroprzedsiębiorstwach w latach 2006-2007

Rodzaj innowacji	Udział % mikroprzedsiębiorstw
Innowacje produktowe	22,5%
Innowacje procesowe	1,4%
Innowacje organizacyjne	77,5%
Innowacje marketingowe	52,1%

Źródło: badania własne

Prowadzenie działalności innowacyjnej jest praktycznie niemożliwe bez zaangażowania kapitałowego, często w znacznej wysokości. Jest to szczególnie widoczne przy innowacjach produktowych i procesowych, które łączą się zwykle z wykorzystaniem nowych technologii. Środki finansowe mogą być pozyskiwane na ten cel z różnorodnych źródeł, przy czym należy wskazać, że wachlarz dostępnych mikroprzedsiębiorstwu źródeł kapitału jest znacznie mniejszy, niż ma to miejsce w przypadku przedsiębiorstw dużych. Ankietowane podmioty handlowe korzystały w zdecydowanie większym stopniu z finansowania własnego niż z obcego (por. tab. 2). Wśród kapitału obcego przedsiębiorcy pozyskiwali głównie kredyty bankowe. Powyższy rozkład jest zasadniczo zbieżny z ogólną tendencją w zakresie finansowania działalności w sektorze MSP.⁴

Negatywnie należy ocenić, że tylko jedno przedsiębiorstwo skorzystało ze środków unijnych, przy realizacji działalności innowacyjnej, zważywszy że takie finansowanie jest bardziej efektywne niż finansowanie komercyjne. Może to wynikać z niepełnej wiedzy mikroprzedsiębiorców na temat pozyskiwania środków unijnych oraz z niewielkich kwot, jakie przeznaczano na działalność innowacyjną w minionych okresach.

Tabela 2. Źródła finansowania działalności innowacyjnej mikroprzedsiębiorstw w latach 2006-2007

Źródła finansowania	Udział % mikroprzedsiębiorstw
Środki własne	91,6%
Kredyt bankowy	22,5%
Pożyczka	5,6%
Środki z UE	1,4%
Inne źródło	0,0%

Źródło: badania własne

Badając poziom zaangażowania finansowego w działalność innowacyjną należy stwierdzić, że większość ankietowanych wydatkowała na przestrzeni 2 lat niewielkie kwoty tj. do 5 tys. zł (por. tab. 3). Zaledwie 5 podmiotów wydatkowało kwoty, przekraczające 50 tys. zł. Wskazuje to, że w mikroprzedsiębiorstwach innowacje muszą być rozumiane szeroko, jako każde nowe rozwiązanie w odniesieniu do produktu, procesu jego wytwarzania, sprzedaży, organizacji produkcji itd.⁵ Działalność innowacyjna jest tu

⁴ *Innowacyjność 2006*, pod. red. A. Żołnierskiego, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2006, s. 18.

⁵ Schumpeter J., *Teoria wzrostu gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 104.

bowiem realizowana w mikroskali, a wprowadzane rozwiązania są zwykle ulepszeniami stosowanych już form gospodarowania.

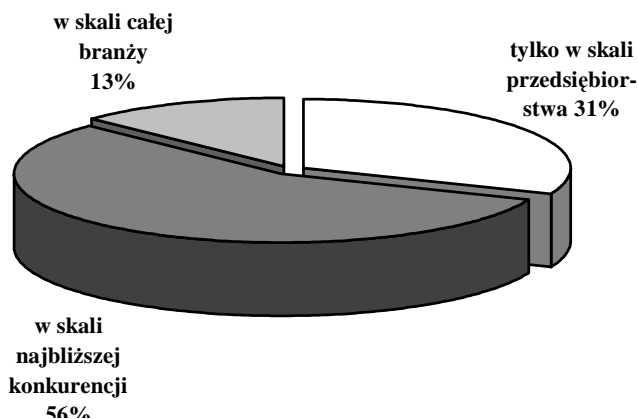
Tabela 3. Wydatki na działalność innowacyjną mikroprzedsiębiorstw w latach 2006-2007

Rodzaj innowacji	Wydatki					
	0 zł	do 1 000 zł	do 5 000 zł	do 10 000 zł	do 50 000 zł	powyżej 50 000 zł
Innowacje produktowe	77,5%	0,0%	5,6%	8,5%	7,0%	1,4%
Innowacje procesowe	98,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%
Innowacje organizacyjne	22,5%	29,6%	31,0%	8,5%	5,6%	2,8%
Innowacje marketingowe	47,9%	23,9%	14,1%	8,5%	2,8%	2,8%

Źródło: badania własne

Badane mikroprzedsiębiorstwa nie wprowadzały w latach 2006-2007 nowatorskich rozwiązań na skalę całego kraju czy świata. Podmioty handlowe wskazywały w 1/3, że wprowadzone rozwiązania można uznać za nowatorskie jedynie w ramach ich przedsiębiorstw, a ponad połowa deklaruwała, że są one nowością wśród najbliższej konkurencji, czyli na rynku lokalnym (por. rys. 2). Jedynie 13% uznało innowacje za na *novum* w skali branży, w której operują. Poziom „rzeczywistej” innowacyjności w sektorze mikroprzedsiębiorstw handlowych jest zatem niewielki, co jest niejako typowe dla całego sektora mikroprzedsiębiorstw.⁶

Rysunek 2. Skala nowatorstwa wprowadzanych innowacji w opinii mikroprzedsiębiorstw



Źródło: badania własne

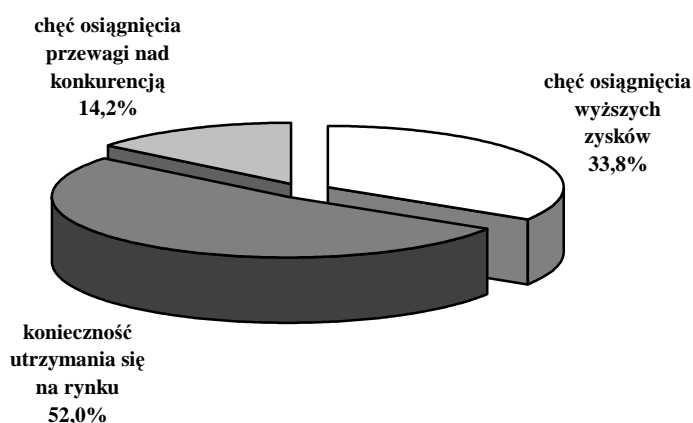
Ankietowani wprowadzali innowacje w różny sposób tzn. 74,7% podmiotów zadeklarowało, że przygotowuje i wdraża zmiany samodzielnie. Z kolei 25,3% firm zleca część czynności, związanych z wprowadzeniem innowacji firmom zewnętrznym. Żaden

⁶ Żołnierski A., *Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005, s. 37.

podmiot nie wskazał, że działalność innowacyjna jest realizowana w całości przez podmioty zewnętrzne. Nie zadeklarowano również współpracy w tym zakresie z instytucjami publicznymi. Taki sposób prowadzenia działalności innowacyjnej uniemożliwia niejednokrotnie zwiększenie jej skali.

Skala realizowanych innowacji może łączyć się częściowo z przyczynami ich wprowadzania. W grupie badawczej ponad połowa podmiotów wskazywała, że prowadzi działalność innowacyjną by utrzymać się na rynku (por. rys. 3), a więc nie w celach rozwojowych. Silna konkurencja w handlu powoduje, że pomimo pozytywnej koniunktury gospodarczej mikropodmioty często skupiają się na utrzymaniu dotychczasowej pozycji rynkowej, a nie na inwestycjach rozwojowych. Pomimo tego 97,2% ankietowanych uznało działalność innowacyjną za opłacalną, w tym 43,7% za zdecydowanie opłacalną, a 53,5% za raczej opłacalną.

Rysunek 3. Przyczyny wprowadzania innowacji w mikroprzedsiębiorstwach



Źródło: badania własne

Analizując działalność innowacyjną nie należy zapominać o barierach, ograniczających wprowadzanie innowacji. Wśród nich ankietowani wskazywali w pierwszej kolejności niepewność prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce (por. tab. 4). Częste zmiany w otoczeniu gospodarczym, prawnym czy podatkowym powodują, że angażowanie kapitału w niesprawdzone rozwiązania wydawać się może wysoko ryzykowne. Ponadto 1/3 podmiotów wskazała na wysokie koszty innowacji, co w połączeniu ze wskazaniami na problemy z pozyskaniem środków obcych, potwierdza, że jednym z podstawowych utrudnień przy działalności innowacyjnej mikroprzedsiębiorstw są bariery kapitałowe.

Tabela 4. Czynniki utrudniające działalność innowacyjną

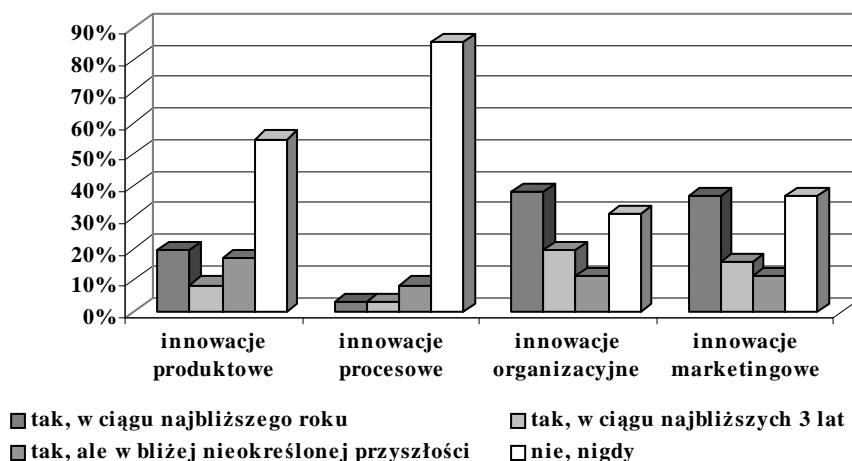
L.p.	Czynniki	Udział %
1.	niepewność prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce	60,6
2.	zbyt wysokie koszty innowacji	32,4
3.	trudności z pozyskaniem środków obcych na taką działalność	25,4
4.	zbyt wysokie ryzyko działalności innowacyjnej	22,5
5.	brak własnych środków finansowych	21,1
6.	niewystarczający popyt na innowacyjne (nowe) produkty i usługi	11,3

7.	brak informacji na temat nowych technologii, rozwiązań, możliwości usprawnień itd.	5,6
8.	brak wykwalifikowanego personelu	5,6
9.	inna odpowiedź	12,7

Źródło: badania własne

Przedsiębiorstwa mikro z branży o handlowej wyrażają chęć wprowadzenia innowacji w przyszłości, przy czym w większości chodzi tu o innowacje organizacyjne lub marketingowe (por. rys. 4). Właśnie te rodzaje innowacji planowane są często w stosunkowo niedługim czasie tj. w ciągu najbliższego roku. Znacznie rzadziej ankietowani deklarują wprowadzanie innowacji produktowych i procesowych, odsuwając jednocześnie moment ich wprowadzenia w czasie.

Rysunek 4. Plany wprowadzania innowacji w mikroprzedsiębiorstwach



Źródło: badania własne

Za negatywne należy uznać, że pomimo chęci wprowadzania zmian innowacyjnych, ankietowani wciąż mają zamiar przeznaczyć na ich realizację stosunkowo niewielkie kwoty. Aż 88,7% podmiotów nie ma zamiaru w ciągu najbliższego roku wydać na ten cel więcej niż 10.000 zł (por. tab. 5). Wydaje się, że taka sytuacja nie zmieni skali realizowanych innowacji w omawianym sektorze i dalej będą to głównie modyfikacje i ulepszenia dotychczasowych form gospodarowania, a nie „rzeczywiste” innowacje.

Tabela 5. Planowane w ciągu najbliższego roku wydatki na działalność innowacyjną w mikroprzedsiębiorstwach

Kwota wydatków	Udział % mikroprzedsiębiorstw
0 zł – 1 000 zł	19,7%
1001 zł – 5 000 zł	23,9%
5 001 zł – 10 000 zł	45,1%
10 001 zł – 50 000 zł	2,8%
Powyżej 50 000 zł	8,5%

Źródło: badania własne

4. PODSUMOWANIE

Innowacyjność jest jedną z podstawowych w dzisiejszych czasach cech przedsiębiorstwa, dających szansę nie tylko utrzymania się na wysoko konkurencyjnym rynku, ale również warunkujących dalszy rozwój. Można stwierdzić, że staje się ona obecnie jednym z kluczowych elementów nowoczesnej przedsiębiorczości.

Badania własne wykazały, że mikroprzedsiębiorstwa handlowe wprowadzają głównie innowacje organizacyjne i marketingowe, co w znacznym stopniu wynika ze specyfiki ich działalności. Zauważonym problemem jest fakt angażowania w działalność innowacyjną niskich kwot pieniężnych przez badane podmioty, co powoduje, że działalność ta może być prowadzona w ograniczonej skali. Sytuacja taka z pewnością nie sprzyja rozwojowi mikropodmiotów.

Pewien problem stanowi też opieranie działalności innowacyjnej głównie o środki własne. Zasoby kapitałowe mikroprzedsiębiorstw nie są bowiem wystarczające na pokrycie wszystkich potrzeb. Podmioty te powinny zatem pozyskiwać finansowanie zewnętrzne, choć z pewnością dla wielu z nich stanowi to poważny problem. Szczególnie cenna wydaje się tu intensyfikacja wykorzystania środków unijnych, wspierających działalność innowacyjną. Zważywszy jednak na plany ankietowanych przedsiębiorców, wydaje się, że nie będzie to możliwe bez stałego uzupełniania wiedzy mikroprzedsiębiorców (przez organy publiczne), w zakresie możliwości i sposobów pozyskiwania takiego finansowania.

LITERATURA

- [1] Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2004-2006, www.stat.gov.pl.
- [2] *Innowacyjność 2006*, pod. red. A. Żoźnierskiego, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2006.
- [3] Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2005-2006, www.parp.gov.pl.
- [4] Schumpeter J., *Teoria wzrostu gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
- [5] Żoźnierski A., *Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005.

INNOVATION ACTIVITY OF MICROENTERPRISES IN THE TRADE SECTOR

This article addresses the issue of innovativeness of microenterprises in the trade sector and is based on the results of the author's own research. The microenterprises surveyed confirmed that in years 2006-2007 they introduced innovations. The most frequent types of innovations introduced were organisational and marketing ones. Due to existing barriers the scale and scope of innovations is limited. More often we can see innovations at the level of an enterprise than a branch or the whole market. Microenterprises finance innovation activities mainly from own resources. To a lesser degree they use credits or structural funds. Microenterprises plan to intensify innovation activities in the future.