

Anna Wolak-Tuzimek

Politechnika Radomska

WPLYW INNOWACYJNOŚCI NA KONKURENCYJNOŚĆ MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

1. Wstęp

Literatura na temat innowacji jest obszerna i zróżnicowana. Warto jednak przytoczyć opinię J. Schumpetera, który uważał, iż istotą innowacji jest użycie zasobów produkcji w nowy, dotychczas niestosowany sposób, z jednoczesnym ich uwolnieniem z aktualnych zastosowań [Schumpeter 1928]. Natomiast według Madhavana innowacje są nierozzerwalnie związane z identyfikowaniem i wykorzystywaniem okazji do stworzenia nowego produktu, usługi lub procesu [Volberda 1999].

Przewagę na rynku może zdobyć tylko firma innowacyjna, stale generująca nowe produkty, technologie i rozwiązania organizacyjne, pozwalające zaspokoić potrzeby współczesnego klienta i utrzymać wysoki poziom konkurencyjności w skali globalnej. Z tego też powodu strategia innowacyjności stała się niezbędnym elementem strategii konkurencyjnej przedsiębiorstwa dążącego do przetrwania na rynku. Największy sukces mogą osiągnąć te przedsiębiorstwa, które:

- poprawiają swoją sprawność w zastosowaniu nowej wiedzy do wytwarzania kolejnych wyrobów i usług na rynku,
- inwestują w badania naukowe i rozwój,
- zapewniają odpowiednią motywację uzdolnionym pracownikom.

Innowacyjność oznacza ogólnie doskonalenie i rozwój istniejących technologii produkcyjnych, eksploatacyjnych i dotyczących sfery usług, wprowadzenie nowych rozwiązań w organizacji i zarządzaniu, doskonalenie i rozwój infrastruktury – zwłaszcza związanej z gromadzeniem, przetwarzaniem i udostępnianiem informacji.

Innowacje pozwalają przedsiębiorstwom na różnicowanie produktów, wzmacnianie konkurencyjności, uzyskiwanie większego udziału w rynku. Dynamika zmian technologicznych, tempo działalności innowacyjnej oraz skuteczność sposobów

wprowadzania innowacji do produkcji powinny zmniejszać cenową formę konkurencji.

2. Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw

Małe i średnie przedsiębiorstwa wprowadzają innowacje w mniejszym stopniu niż duże firmy. Sytuacja ta jest związana z działalnością produkcyjną tych przedsiębiorstw. Małe firmy najczęściej opierają się na jednym rodzaju produktu, dlatego wprowadzanie zmian jest u nich mniejsze w porównaniu z przedsiębiorstwami dużymi, o różnicowanej ofercie i znacznym rynku zbytu.

W 2003 r. nakłady na innowacje ponosiło 3145 przedsiębiorstw przemysłowych zatrudniających powyżej 49 osób. Z tej liczby 2218 (70,5%) było firmami średnimi, a 927 dużymi przedsiębiorstwami [*Raport o stanie...* 2005, s. 29]. Do sektora publicznego zaliczało się 257 firm średnich, do sektora prywatnego zaś 1961 przedsiębiorstw.

Badając sektor prywatny, można zauważyć, iż w całym analizowanym okresie występował przyrost przedsiębiorstw innowacyjnych. Wskaźnik ten osiągnął najwyższe wartości w 1996 r. (wzrost o 82,4%) oraz w 2000 r. (wzrost o 49,3%). W kolejnych latach nadal obserwowano wzrost liczby średnich przedsiębiorstw wprowadzających innowacje, ale dynamika tego wzrostu uległa znacznemu obniżeniu (2002 r. – wzrost o 1,9%, 2003 r. – wzrost o 7,1%).

Nakłady na innowacje w średnich firmach wykazywały wahania. Największy przyrost (o 329,4%) wystąpił w 1996 r. W latach 1998-1999 także można było zaobserwować wzrost nakładów na inwestycje – odpowiednio o 33,7 i 68,4%, ale od 2000 r. nastąpił spadek wydatków na inwestycje. Został on zahamowany w 2003 r. (wzrost o 14,8%). Przedstawioną sytuację ilustruje tab. 1.

Tabela 1. Dynamika liczby średnich przedsiębiorstw ponoszących nakłady na innowacje oraz dynamika nakładów tych firm na innowacje w latach 1996-2003 (w %, rok poprzedni = 100)

Rok	Liczba przedsiębiorstw	Nakłady na innowacje
1996	182,4	429,4
1997	100,5	95,8
1998	103,4	133,7
1999	125,2	168,4
2000	149,3	90,5
2001	117,7	95,5
2002	101,9	99,7
2003	107,1	114,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie [*Raport o stanie...* 2006].

Wśród małych firm przemysłowych 17% wdrożyło innowacje w latach 2002-2004, w grupie średnich było ich 40%, dużych zaś – 67%. Firm, które w tym okresie podjęły jakiegokolwiek wysiłek na rzecz wdrożenia nowych wyrobów czy procesów – nie zawsze zakończony sukcesem – było więcej, tj. przeciętnie w Polsce 32% wszystkich, natomiast małych 21%, średnich 50%, a dużych aż 90% [*Raport o stanie... 2005*, s. 38].

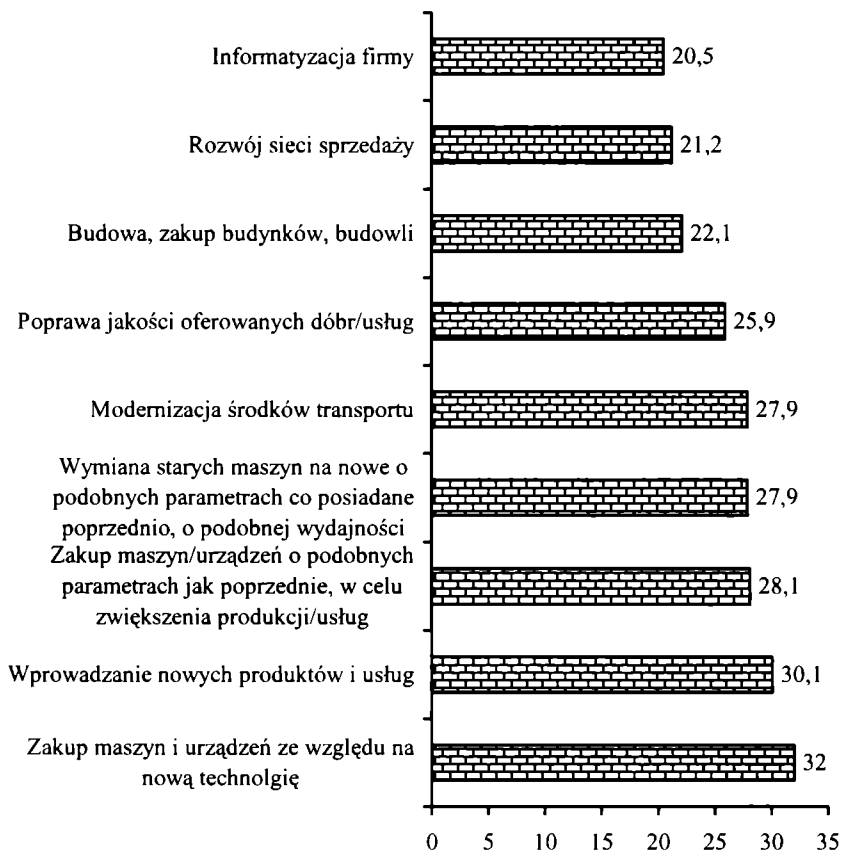
Struktura nakładów inwestycyjnych w Polsce jest odpowiednia dla państw o bardziej tradycyjnej gospodarce, w których wdraża się głównie technologie opracowane gdzie indziej. Dotyczy to szczególnie małych i średnich przedsiębiorstw, gdyż ich potencjał potrzebny do prowadzenia własnych prac badawczych jest mniejszy niż dużych firm. W rezultacie dominują wydatki inwestycyjne, stanowiąc przeciętnie w Polsce 87% nakładów na innowacje MŚP przemysłowych. Kolejny rodzaj działalności innowacyjnej to zakup oprogramowania, a w przypadku średnich przedsiębiorstw także zakup gotowej technologii w postaci dokumentacji czy praw. Stanowią one średnio 2% nakładów innowacyjnych MŚP. W takiej samej wysokości kształtują się wydatki ponoszone na marketing. Jednak ta forma nakładów innowacyjnych będzie mieć coraz większe znaczenie. Bardzo niewielką część nakładów innowacyjnych MŚP stanowią wydatki na szkolenie personelu, związane z wprowadzaniem innowacjami [Wolak-Tuzimek 2006, s. 162].

Tabela 2. Struktura nakładów na innowacje w MŚP w 2004 r. (w %)

Wyszczególnienie	Małe firmy	Średnie firmy
Działalność B+R	6,0	5,0
Zakup gotowej technologii	0,0	2,0
Oprogramowanie	2,0	2,0
Nakłady inwestycyjne	87,0	87,0
Szkolenie personelu	0,5	0,4
Marketing	2,0	2,0
Pozostałe	3,0	1,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie [*Raport o stanie... 2005*, s. 38].

W 2005 r. inwestowało 57,3% małych i średnich przedsiębiorstw. Dominowały inwestycje w zakup maszyn i urządzeń ze względu na nową technologię (32%) oraz wprowadzanie nowych produktów i usług (30,1%). Przedsiębiorcy zrozumieli, że bez zakupu nowych technologii i wprowadzenia nowych produktów nie uzyskają przewagi konkurencyjnej na rynku. Poprawa jakości oferowanych dóbr i usług, będąca także przyczyną wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa, w 25,9% firm stanowiła inwestycję. Mniej przedsiębiorstw inwestowało w informatyzację firmy (20,5%) oraz w rozwój sieci sprzedaży (21,2%). Szczegółowo problem ten prezentuje rys. 1.



Rys. 1. Rodzaje inwestycji w 2005 r. (w %)

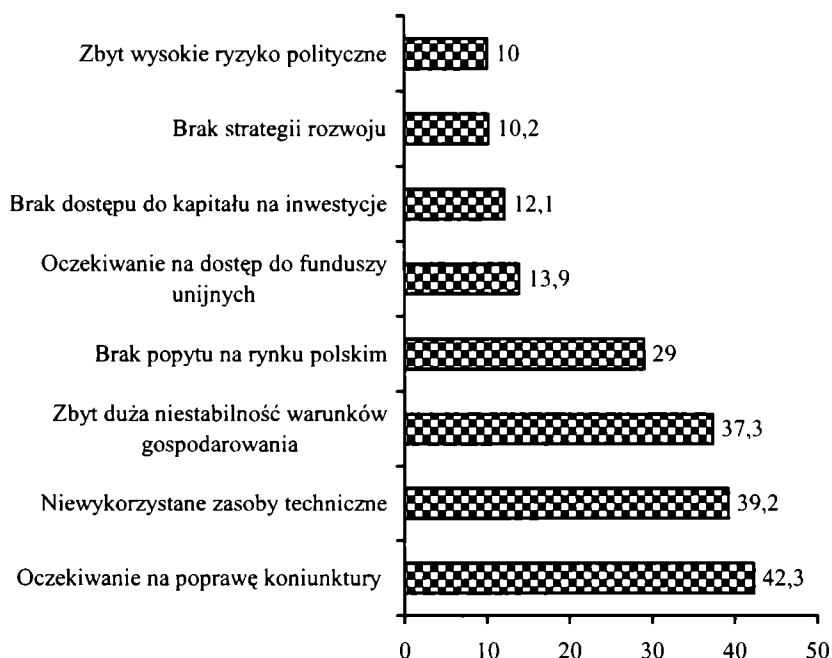
Źródło: opracowanie własne na podstawie [*Konkurencyjność...* 2006, s. 20].

Najmniejszy odsetek firm inwestował w:

- działania na rzecz ochrony środowiska 1,9%,
- modernizację systemu zarządzania 2,3%,
- badania i rozwój 3,7%,
- zakup gruntów 9,1%.

Natomiast najczęstszą przyczyną niepodejmowania nowych inwestycji przez firmy zaliczone do sektora małych i średnich przedsiębiorstw jest słaba koniunktura na rynku (zob. rys. 2). Wynika z tego, że przedsiębiorstwa te nie umieją wykorzystać nisz rynkowych, a oczekując na wzrost popytu na rynku, nie modernizują swojego aparatu wytwórczego. Małe i średnie przedsiębiorstwa nie posiadają w wystarczającym stopniu umiejętności tworzenia okazji – szukania nowych rynków zbytu,

szukania nowych produktów, poszukiwania nowych kanałów dystrybucji. Reasumując, można stwierdzić, że większość barier ma charakter wewnętrzny i wynika z braku wiedzy.



Rys. 2. Najważniejsze przyczyny braku inwestycji w 2005 r. (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie [*Konkurencyjność...* 2006, s. 22].

3. Czynniki zwiększające innowacyjność firmy

Inwestycje prowadzone przez małe i średnie przedsiębiorstwa w 2005 r. miały w większości charakter proinnowacyjny. Firmy w dominującym stopniu inwestowały w rzeczowe środki trwałe związane z wprowadzeniem nowych technologii i produktów czy w podwyższanie jakości produkowanych dóbr. Mimo że przedsiębiorstwa wykazują potrzebę wprowadzania innowacji w zakresie produkcji, organizacji i zarządzania, nadal odsetek firm wprowadzających ww. zmiany jest niewielki. Sytuacja ta wynika przede wszystkim z wysokich kosztów wprowadzania innowacji i wysokiego ryzyka. Czynnikiem, który wpłynąłby w znacznym stopniu na obniżenie kosztów oraz zwiększyłby innowacyjność firmy, jest wsparcie ze środków publicznych wydatków na inwestycje innowacyjne w drodze wprowadzania ulg w podatkach. Na taki czynnik wskazywało 53,5% badanych firm.

Kolejnym czynnikiem zwiększającym innowacyjność firmy jest dostęp do kredytów na preferencyjnych warunkach (46%). Ustawa o wsparciu działalności innowacyjnej wprowadziła kredyty udzielane na preferencyjnych warunkach na inwestycje o charakterze innowacyjnym. W związku z tym można się spodziewać obniżenia znaczenia tego czynnika jako elementu ograniczającego innowacyjność firmy.

Do najważniejszych czynników ograniczających skłonność małych i średnich przedsiębiorstw do inwestowania można zaliczyć także brak popytu na rynku polskim na produkty innowacyjne. Podstawowym kryterium brany pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o zakupie dóbr i usług jest cena. Wprowadzenie rozwiązań, które podniosą koszty produkcji, spowodują konieczność podniesienia ceny. Natomiast wzrost ceny zmniejszy popyt konsumpcyjny na wytwarzane dobra i świadczone usługi przez przedsiębiorstwo.

Tabela 3. Czynniki zwiększające innowacyjność firmy

Wyszczególnienie	Odsetek firm
Ulgi w podatkach związanych z wprowadzeniem nowych technologii	53,5
Dostęp do kredytów na preferencyjnych warunkach	46,0
Popyt na rynku krajowym na innowacyjne produkty	43,6
Zniesienie barier w dostępie do kapitału	24,6
Możliwość eksportu towarów i usług	18,3
Wiedza o innowacyjnych rozwiązaniach w promocji i dystrybucji	13,5
Ulgi w podatkach związane z rozpoczęciem własnych badań	11,7
Wiedza o innowacyjnych rozwiązaniach dotyczących wytwarzanych produktów	11,2
Wiedza o badaniach prowadzonych w Polsce, których wyniki można byłoby zastosować w firmie	9,6
Wiedza o innowacyjnych rozwiązaniach dotyczących zarządzania firmą	9,1
Konkurencja ze strony innych, bardziej innowacyjnych firm w branży	5,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Konkurencyjność... 2006, s. 30, 31].

Istotnym czynnikiem ograniczającym skłonność MŚP do innowacyjności jest też brak wiedzy o rozwiązaniach innowacyjnych, które firmy mogłyby u siebie zastosować. Według opinii badanych przedsiębiorstw, ich innowacyjność uległaby znacznemu podwyższeniu na skutek dopływu wiedzy w zakresie:

- rozwiązań w promocji i dystrybucji (13,5%),
- rozwiązań dotyczących wytwarzanych produktów (11,2%),
- badań prowadzonych w Polsce, których wyniki można byłoby zastosować w firmie (9,6%),
- rozwiązań dotyczących zarządzania firmą (9,1%).

Przedstawioną sytuację ilustruje tab. 3.

4. Innowacyjność a konkurencyjność przedsiębiorstwa

Innowacyjność przedsiębiorstw jest czynnikiem stymulującym rozwój firmy i elementem walki konkurencyjnej. Innowacje są sposobem na wykorzystanie szans rynkowych, wprowadzają do organizacji naukę, umożliwiają reagowanie na potrzeby rynku i racjonalne wykorzystanie zasobów pracy. Dzięki innowacjom przedsiębiorstwo powinno uzyskać przewagę nad konkurentami, a także możliwość rozwoju i zwiększenia konkurencyjności.

Niestety, w praktyce czynnik ten odgrywa niewielką rolę w budowaniu przewagi konkurencyjnej, o czym świadczą poniższe dane.

Analizując czynniki decydujące o konkurencyjności przedsiębiorstw w latach 2003-2005, można zauważyć, iż najważniejszym źródłem przewagi konkurencyjnej firm zaliczanych do sektora małych i średnich przedsiębiorstw wskazywanym przez ankietowanych jest cena. Jednak taka przewaga konkurencyjna może się okazać nietrwała ze względu na niskie koszty produkcji w krajach azjatyckich, czego konsekwencją są niskie ceny towarów importowanych.

Tej tendencji towarzyszył jednak spadek znaczenia większości pozostałych czynników. Przykładem może być spadek jakości produktów i usług, jako czynnika budującego pozycję konkurencyjną, o 5,7%. Występują dwa czynniki, poza ceną, których znaczenie w 2005 r. wzrosło w stosunku do roku poprzedniego. Są to: lokalizacja firmy (wzrost o 1,4%) oraz zdolność dostosowania produkcji do wymagań klienta (o 0,8%). Sytuację powyższą przedstawia tab. 4.

Tabela 4. Czynniki decydujące o konkurencyjności sektora MŚP w latach 2003-2005

Wyszczególnienie	Odsetek przedsiębiorstw		
	2003	2004	2005
Cena	51,9	57,6	64,3
Jakość produktów/usług	20,9	18,7	15,2
Jakość obsługi klienta/trwałe relacje z klientami	9,5	9,6	5,9
Wysoka specjalizacja, specjalistyczna wiedza i umiejętności	5,8	6,2	4,2
Zdolność do dostosowania produkcji/usług do wymagań klienta	5,6	4,7	5,5
Lokalizacja firmy	4,4	1,5	2,9
Nowatorski, innowacyjny charakter produktów/usług	1,8	1,0	0,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Konkurencyjność... 2006, s. 23].

Proces unowocześniania oferty produktowej i usługowej małych i średnich przedsiębiorstw przebiega w sposób powolny. Przedsiębiorstwa na ostatnim miejscu umieściły nowatorski, innowacyjny charakter produktów (0,6% w 2005 r.), jako czynnik zwiększający konkurencyjność firmy. Przyczyną takiej sytuacji może być brak wsparcia ze strony państwa dotyczącego procesu transferu innowacji. Samo uchwalenie ustawy o wsparciu działalności innowacyjnej nie spowoduje wzrostu

innowacyjności przedsiębiorstw, potrzebna jest pomoc finansowa państwa przeznaczona na wdrożenie innowacji w firmach.

5. Podsumowanie

Przedsiębiorstwa innowacyjne nastawione są na ciągłe wprowadzanie najnowocześniejszych technologii, nie tylko opartych na rozwiązaniach licencjonowanych. Tworzone rozwiązania innowacyjne są elementem strategii rozwoju przedsiębiorstwa. Firmy wprowadzające innowacje są przedsiębiorstwami efektywnie wykorzystującymi wiedzę swoich pracowników. Niestety, jak wynika z badań przeprowadzonych w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw, firmy te odznaczają się niskim stopniem aktywności w dziedzinie innowacyjności. Świadczą o tym poniższe dane statystyczne:

- największe nakłady na innowacje zostały poniesione w 1996 r. (wzrost o 329,4% w stosunku do roku poprzedniego),
- w latach 2002-2004 wśród małych firm 17% wdrożyło innowacje, w grupie średnich zaś 40%,
- w strukturze nakładów na innowacje dominowały nakłady inwestycyjne stanowiące przeciętnie w Polsce 87% ogółu,
- w 2005 r. inwestowało 57,3% małych i średnich przedsiębiorstw,
- dominowały inwestycje w zakup maszyn i urządzeń ze względu na nową technologię (32%), najmniej środków finansowych przeznaczono na działania na rzecz ochrony środowiska (1,9%) oraz modernizację systemu zarządzania (2,3%),
- podstawowym czynnikiem zwiększającym innowacyjność firm są ulgi w podatkach związanych z wprowadzaniem nowych technologii (53,5%),
- 64,3% firm uznało cenę za najważniejszy czynnik decydujący o konkurencyjności przedsiębiorstwa, na innowacyjność zaś wskazało 0,6% firm.

Poziom innowacyjności polskich małych i średnich przedsiębiorstw jest znacznie niższy niż w większości państw Unii Europejskiej. Stopień innowacyjności przedsiębiorstw jest w dużej mierze zależny od świadomości kadry zarządzającej w zakresie wprowadzania rozwiązań innowacyjnych, a także od wyposażenia firm w nowoczesne technologie informacyjne, współpracy ze sferą badawczo-rozwojową oraz do poziomu wykształcenia.

Małe i średnie przedsiębiorstwa inwestują przede wszystkim w rzeczowe środki trwałe związane z wprowadzaniem nowych technologii i produktów. Jednak wartość nakładów ponoszonych na działania innowacyjne jest niewystarczająca. Wynika to z ograniczonego dostępu do zewnętrznych źródeł finansowania.

Polskie MŚP wykazują coraz większą świadomość, że innowacyjność będzie determinantą ich konkurencyjności w przyszłości. Jednak potrzebna jest pomoc finansowa ze strony państwa, aby czynnik ten w coraz większym stopniu wpływał na konkurencyjność przedsiębiorstw.

Literatura

- Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw 2006*, PKPP Lewiatan, Warszawa 2006.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2005-2005*, PARP, Warszawa 2006.
- Raport o stanie sektora MŚP w Polsce w latach 2002-2004*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2005.
- Schumpeter J., *The Instability of Capitalism*, „The Economic Journal” 1928. 38(9); *Business Cycles*, McGraw-Hill, New York 1939.
- Volberda H.V., *Building the Flexible Firm: How to Remain Competitive*, Oxford University Press 1999.
- Wolak-Tuzimek A., *Innowacyjność w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw*, [w:] *Nowe wyzwania i uwarunkowania rozwoju przemysłu i usług*, red. I. Pyka, TNOiK, Katowice 2006.

THE INNOVATIVENESS INFLUENCE ON SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES COMPETITIVENESS

Summary

In the Polish economy the innovativeness influence on the enterprise competitiveness is of little importance. Small and medium sized enterprises have a small innovative potential and the researching one is even smaller.

Using researching results inserted in PARP reports and in PKPP Lewiatan the author analyzes statistic data concerning a level and structure of innovations at small and medium sized enterprises sector.

Moreover, the author points out the elements which may increase the enterprise innovativeness and how they influence the enterprises competitiveness.