

**Maciej Zastempowski**

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu  
e-mail: mz@umk.pl

---

**ŹRÓDŁA INFORMACJI DLA DZIAŁALNOŚCI  
INNOWACYJNEJ POLSKICH  
MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW**

---

**INFORMATION SOURCES OF POLISH SMALL  
AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES INNOVATION**

---

DOI: 10.15611/noz.2016.1.15

**Streszczenie:** Głównym celem niniejszego tekstu jest próba dokonania analizy i oceny sposobu wykorzystania potencjalnych źródeł informacji dla działalności innowacyjnej polskich małych i średnich przedsiębiorstw. Badaniu poddano źródła informacji dotyczących działalności innowacyjnej zgodnie z metodologią Oslo. Badania empiryczne przeprowadzono z wykorzystaniem metody CAPI na reprezentatywnej próbie polskich małych i średnich przedsiębiorstw w 2015 r. Wyniki przeprowadzonych analiz wskazują na kluczową rolę kadry kierowniczej, pracowników, działu marketingu i sprzedaży oraz krajowych klientów. Wyraźnie widać więc dominującą rolę wewnętrznych źródeł informacji dla działalności innowacyjnej polskich małych i średnich przedsiębiorstw.

**Słowa kluczowe:** innowacyjność, źródła innowacyjności, małe i średnie przedsiębiorstwa, MSP.

**Summary:** The main objective of this paper is an attempt to analyze and assess potential sources of information for innovative activity of Polish small and medium-sized enterprises. The sources of innovation were in accordance with OSLO methodology. Empirical studies were carried out, using CAPI method, on a representative sample of Polish small and medium-sized enterprises in 2015. The results show the key roles of managers, employees, sales and marketing, and domestic customers. The dominant role of internal sources of innovation of Polish small and medium-sized is clearly visible.

**Keywords:** innovation, sources of innovation, small and medium-sized enterprises, SME.

*Trudność nie leży tak bardzo  
w rozwijaniu nowych pomysłów, ale  
w uwolnieniu się od starych.*

John Maynard Keynes

## 1. Wstęp

Problematyka innowacji jest wciąż bardzo aktualna. Mimo iż stanowi ona przedmiot zainteresowania od wielu lat, szybko zmieniająca się rzeczywistość powoduje, że wciąż pojawiają się te same pytania, począwszy od tego, jak być innowatorem i jak innowacyjność stymulować, a skończywszy na tym, jak skutecznie zarządzać procesem innowacyjnym w przedsiębiorstwie. Wydaje się także, iż wciąż aktualne jest pytanie o to, skąd biorą się współczesne innowacje. Tak postawione pytanie zazwyczaj prowadzi do wielu skojarzeń. Wymienić tu można np. spadające na głowę Isaaca Newtona jabłko, które natchnęło go do rozważań nad prawami grawitacji, czy hałas imbryka z gotującą się wodą, który obudził Jamesa Watta – późniejszego wynalazcę maszyny parowej. Takie momenty natchnień są niewątpliwie częścią innowacyjności. Ale czy należą do codzienności w procesie kreowania innowacji? Tu odpowiedź nie jest już tak jednoznaczna.

Współczesna gospodarka, rozwijająca się w niespotykanym wcześniej tempie, pokazuje, iż jest ona o wiele bardziej złożona, niż mogłoby się wydawać. Konsekwencją tego jest coraz większe skomplikowanie procesów innowacyjnych. Procesów będących swoistą podróżą człowieka z pomysłem przez kolejne żmudne etapy, by na końcu stworzyć „coś”, co ma konkretną wartość użytkową dla klienta i przedsiębiorstwa – nowy produkt, usługę czy technologię. Zainicjowanie takiego procesu może wiązać się z wieloma bodźcami. Może to być wspomniane olśnienie, ale również inne bodźce – impulsy – docierające z różnych stron do firm i ich pracowników.

Na tak zarysowanym tle warto się zastanowić, co we współczesnych gospodarkach rynkowych odgrywa istotną rolę w budowaniu ich innowacyjności. Ze względu na to, że podstawowym ogniwem gospodarki są przedsiębiorstwa, najczęściej wskazuje się właśnie na nie. Prowadzone od wielu lat badania statystyczne pokazują, że przedsiębiorstwa duże są bardziej innowacyjne niż małe i średnie [Główny Urząd Statystyczny 2014]. Należy jednak pamiętać, iż to właśnie małe i średnie przedsiębiorstwa odgrywają dominującą rolę we współczesnych gospodarkach (w tym również w Polsce). Świadczy o tym chociażby ich liczebność (99,8% wszystkich przedsiębiorstw), udział w zatrudnieniu (69%) czy udział w tworzeniu polskiego PKB (48,5%) [Tarnawa, Zadura-Lichota (red.) 2015]. Biorąc pod uwagę powyższe, wydaje się, że pytanie o wykorzystanie potencjalnych źródeł informacji dla działalności innowacyjnej polskich małych i średnich przedsiębiorstw jest wciąż bardzo aktualne. Próba udzielania odpowiedzi na nie stanowi główny cel niniejszych rozważań.

## 2. Źródła informacji dla działalności innowacyjnej – ramy teoretyczne

Główny cel niniejszego tekstu wskazuje na zainteresowanie źródłami informacji dla działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa. Dlatego też warto wyjaśnić, jak pojmuje się działalność innowacyjną i możliwe źródła informacji konieczne do jej prowadzenia.

Definiując działalność innowacyjną, warto sięgnąć do metodologii Oslo, stanowiącej powszechnie stosowany i międzynarodowy standard w zakresie badań statystycznych innowacji w przemyśle oraz sektorze usług rynkowych. Została ona opracowana pod egidą OECD i Eurostatu. Zgodnie z nią działalność innowacyjna obejmuje wszystkie działania o charakterze naukowym, technicznym, organizacyjnym, finansowym i komercyjnym, które rzeczywiście prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Niektóre z tych działań mogą mieć charakter innowacyjny, natomiast inne nie są nowością, ale stanowią niezbędny krok na drodze ku wdrożeniu [MNiSzW 2008].

Z kolei, przedstawiając źródła informacji dla tak rozumianej działalności innowacyjnej, warto sięgnąć do ogólnego opisu źródeł współczesnych innowacji. Kwestie te wydają się nierozdzielnie z sobą związane. Każda bowiem innowacja, bez względu na to, czy jest to nowy produkt, proces czy usługa, ma swoje źródło. Są to pewne miejsca i zjawiska. Miejsca, w których narodził się pomysł lub idea, w których nastąpiło swoiste „oślnienie”, lub też pewne zjawiska, których zaistnienie miało kluczowy wpływ na powstanie innowacji. Warto w tym miejscu podzielić opinię A. Pomykalskiego, który uważa, iż źródłem innowacji jest wszystko to, co inspirowa człowieka do procesu zmian. Tak pojmowanym źródłem innowacji jest więc środowisko stymulujące procesy zmian, pozwalające człowiekowi w sposób konkretny reagować na zmieniające się otoczenie [Pomykalski 2001].

Problematyce źródeł innowacji wciąż poświęca się sporo uwagi. Świadczy o tym szereg pojawiających się co roku publikacji przedstawiających różnorodne ujęcia tego problemu. W dalszej części artykułu zaprezentowane zostaną wybrane z nich.

Jednym z podstawowych, najczęściej spotykanych podziałów źródeł innowacji jest ich podział na wewnętrzne i zewnętrzne w stosunku do przedsiębiorstwa [Zastempowski 2010]. Źródła wewnętrzne związane są z samym przedsiębiorstwem, z jego zasobami materialnymi i niematerialnymi. Najczęściej wskazuje się tu na wyniki działalności prowadzonej w ramach własnego zaplecza B+R, którym mogą być: własne komórki bądź działy badawczo-rozwojowe oraz laboratoria i działy konstrukcyjno-technologiczne. Jeśli przedsiębiorstwo osiąga sukces innowacyjny, jego źródłem jest zazwyczaj poziom kadry B+R. To bowiem to ich wiedza, umiejętności, kreatywność, determinacja, brak obaw przed zmianami i umiejętność szybkiego reagowania na potencjalne szanse i zagrożenia płynące z otoczenia mogą decydować o sukcesie całego przedsięwzięcia innowacyjnego. Istotną rolę odgrywają tu także menedżerowie przedsiębiorstwa, działający na wszystkich jego szczeblach. Od nich zależy umiejętne kształtowanie klimatu sprzyjającego postawom innowacyjnym.

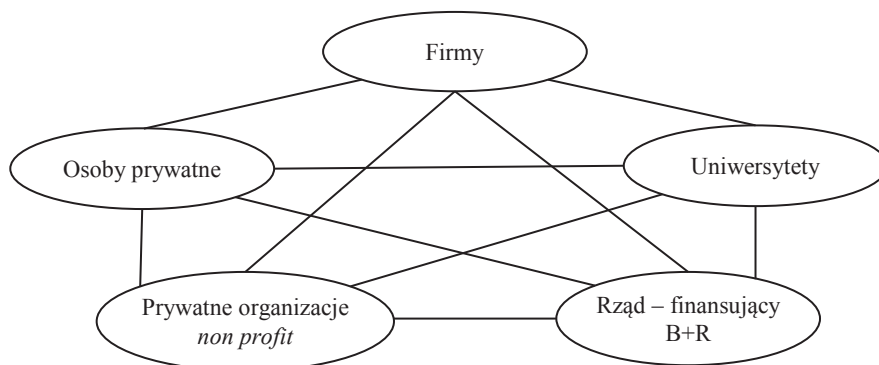
Istotne jest również to, aby praca kadr B+R odbywała się w dobrych warunkach i z wykorzystaniem najnowszej aparatury naukowej. To z kolei wymaga od przedsiębiorstwa ponoszenia dużych nakładów finansowych. Wśród wewnętrznych źródeł innowacji wymienia się również zaproponowane przez pracowników różnego rodzaju projekty wynalazcze i racjonalizatorskie, propozycje usprawnienia organizacji produkcji czy metod pracy [Zastempowski 2010].

Drugą istotną grupę źródeł innowacji tworzą źródła zewnętrzne w stosunku do przedsiębiorstwa. Zazwyczaj dzieli się je na źródła zewnętrzne pochodzenia krajowego i zagranicznego [Zastempowski 2010]. W ramach pierwszej grupy wymienia się głównie rozwiązania płynące do przedsiębiorstw ze sfery B+R. Zalicza się tu: szkoły wyższe, placówki naukowe PAN, jednostki resortowe i branżowe oraz jednostki rozwojowe. Z kolei wśród zewnętrznych źródeł zagranicznych wskazuje się na rozwiązania będące rezultatem badań prowadzonych przez zagraniczne jednostki sfery B+R. Korzystanie z tych źródeł ma zazwyczaj postać transferu wiedzy, zakupu licencji i *know-how*, importu maszyn i urządzeń, wspólnych przedsięwzięć naukowych oraz wymiany pracowników [Janasz, Koziół 2007].

Warte zaprezentowania jest także spojrzenie na źródła innowacji zaproponowane przez D. Smitha. Wskazuje on, iż współcześnie do najważniejszych źródeł innowacji zaliczyć należy [Smith 2010]:

- indywidualnych wynalazców,
- przedsięwzięcia korporacyjne (własne działy i laboratoria B+R),
- użytkowników produktów i usług,
- osoby postronne,
- wyniki inwestycji innych przedsiębiorstw w działalność B+R,
- potrzeby wynikające z własnych procesów technologicznych.

Inne podejście proponuje M.A. Schilling, wskazując, iż współczesne źródła innowacji stanowią wzajemnie powiązany ze sobą system [Schilling 2013]. Został on zaprezentowany na rys. 1.



Rys. 1. Źródła innowacji jako system według koncepcji M.E. Schillinga

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Schilling 2013].

Często prezentowany w literaturze jest podział źródeł innowacji zaproponowany przez P.F. Druckera. Także on dzieli źródła na wewnętrzne i zewnętrzne. Wśród siedmiu potencjałów źródeł innowacji cztery pierwsze znajdują się w jego wnętrzu, a trzy kolejne – w jego bliższym lub dalszym otoczeniu. Drucker wskazuje tu [Drucker 1992]:

- nieoczekiwane powodzenie lub niepowodzenie oraz nieoczekiwane zdarzenia zewnętrzne,
- niezgodność między rzeczywistością a wyobrażeniami o niej,
- potrzeby procesu,
- zmiany w strukturze przemysłu lub strukturze rynku,
- demografię,
- zmiany w postrzeganiu, nastrojach, wartościach,
- nowa wiedza w dziedzinie nauk zarówno ścisłych, jak i innych.

Bardzo szczegółowy jest również podział źródeł innowacji występujący w metodologii Oslo. Wyróżnia się tu następujące źródła transferu wiedzy i technologii [MNiSzW 2008]:

- wewnętrzne źródła w ramach przedsiębiorstwa: B+R, produkcja, marketing, dystrybucja,
- inne przedsiębiorstwa w grupie przedsiębiorstw,
- rynek zewnętrzny i źródła konkurencyjne: konkurenci, inne przedsiębiorstwa prowadzące ten sam rodzaj działalności, klienci, konsultanci/firmy doradcze, dostawcy urządzeń, materiałów, komponentów, oprogramowania lub usług,
- źródła z sektora publicznego: szkoły wyższe i inne instytucje szkolnictwa wyższego, państwowe/publiczne instytuty badawcze, prywatne niekomercyjne instytuty badawcze, wyspecjalizowane publiczne/półpubliczne usługi pomocnicze,
- ogólne źródła innowacji: ujawnione patenty, konferencje zawodowe, spotkania, literatura branżowa i czasopisma, targi i wystawy, stowarzyszenia zawodowe, związki zawodowe, inne stowarzyszenia lokalne, kontakty lub sieci nieformalne, normy lub agencje normalizacyjne, regulacje publiczne (tzn. dotyczące środowiska naturalnego, bezpieczeństwa).

Na zakończenie warto przedstawić podejście do podziału źródeł innowacji proponowane przez J. Tidda i J. Bessanta. Wyszczególniają oni takie czynniki będące źródłami innowacji, jak [Tidd, Bessant 2014]:

- wstrząs dla systemu – wydarzenie zmieniające świat i to, jak o nim myślimy, zmuszające nas do innowacji,
- przypadki – nieoczekiwane, zaskakujące zdarzenia, stwarzające nowe kierunki innowacji,
- obserwowanie innych – innowacje wynikające z naśladowania lub pójścia dalej w tym, co już robią inni,
- innowacje rekombinowane – pomysły i zastosowania przeniesione z jednej rzeczywistości do innej,

- przepisy prawa – zmieniające się reguły gry popychają innowacje w innym kierunku,
- reklama – wyzwala lub poszerza ukryte potrzeby,
- inspiracja – olśnienia,
- okazje stwarzane przez naukę wskutek przesuwania granic osiągnięć naukowych,
- impuls rynkowy,
- użytkownicy,
- eksploracja – analizowanie projekcji wariantów przyszłości i otwieranie tym samym nowych możliwości.

### 3. Metodyka badań

Badania empiryczne, których fragment jest tu prezentowany, przeprowadzone zostały w 2015 r., w ramach projektu badawczego pt. „Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw w dobie kryzysu gospodarczego – uwarunkowania, trendy i modele”<sup>1</sup>.

Główne badanie empiryczne, zakończone na przełomie marca i kwietnia 2015 r., przeprowadzono przy współudziale PBS Sp. z o.o. w Sopocie na reprezentatywnej próbie polskich małych i średnich przedsiębiorstw. Badanie przeprowadzono z wykorzystaniem metody CAPI<sup>2</sup>. Losowy dobór próby badawczej przeprowadzony został we wrześniu 2014 r. przez Centrum Informatyki Statystycznej Głównego Urzędu Statystycznego w Warszawie. Losowania dokonano z rejestru REGON według stanu na 31.08.2014 r. Reprezentatywność oparto na następujących kryteriach: wielkość przedsiębiorstwa, rodzaj działalności według sekcji i działów PKD, siedziba przedsiębiorstwa (w ujęciu przekroju wojewódzkiego) oraz minimalny pięcioletni okres funkcjonowania na rynku.

Wielkość próby badawczej ustalono, przyjmując, iż:

1) w 2012 r. małe przedsiębiorstwa (bez mikroprzedsiębiorstw) stanowiły 146 489 podmiotów, a średnie – 29 787 – wielkość populacji łącznie wynosi 176 276 podmiotów [Tarnawa, Zadura-Lichota (red.) 2013],

2) poziom ufności  $p = 0,95$ ,

3) wielkość frakcji/procentowy udział zjawiska innowacyjności w populacji wynosi 20% [Zadura-Lichota (red.) 2010],

4) błąd maksymalny wynosi 0,05.

Przy tak określonych kryteriach liczebność próby powinna wynosić 246 podmiotów [Kaczmarczyk 2011]. Ostatecznie w badaniu udział wzięło 250 przedsiębiorstw, których szczegółową charakterystykę przedstawiono w tab. 1.

<sup>1</sup> Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji nr DEC-2013/09/B/HS4/01971.

<sup>2</sup> CAPI – *Computer Assisted Personal Interview* – metoda badawcza polegająca na przeprowadzeniu wywiadu z respondentem przy użyciu urządzeń mobilnych (laptopa, palmtopa), na których zapisywane są udzielone odpowiedzi.

**Tabela 1.** Charakterystyka badanych polskich małych i średnich przedsiębiorstw

Kryterium	Liczebność (N = 250)	Udział %
Wielkość przedsiębiorstwa:		
– małe (10-49 osób)	204	81,6
– średnie (50-249)	46	18,4
Sektory według Polskiej Klasyfikacji Działalności:		
– C – przetwórstwo przemysłowe	55	22,0
– D – wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych	1	0,4
– E – dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją	2	0,8
– F – budownictwo	43	17,2
– G – handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle	68	27,2
– H – transport i gospodarka magazynowa	7	2,8
– I – działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	20	8,0
– J – informacja i komunikacja	6	2,4
– K – działalność finansowa i ubezpieczeniowa	5	2,0
– L – działalność związana z obsługą nieruchomości	11	4,4
– M – działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	17	6,8
– N – działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca	7	2,8
– Q – opieka zdrowotna i pomoc społeczna	1	0,4
– R – działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	2	0,8
– S – pozostała działalność usługowa	5	2,0
Lokalizacja przedsiębiorstwa:		
– dolnośląskie	17	6,8
– kujawsko-pomorskie	11	4,4
– lubelskie	11	4,4
– lubuskie	7	2,8
– łódzkie	12	4,8
– małopolskie	23	9,2
– mazowieckie	43	17,2
– opolskie	6	2,4
– podkarpackie	10	4,0
– podlaskie	9	3,6
– pomorskie	14	5,6
– śląskie	28	11,2
– świętokrzyskie	6	2,4
– warmińsko-mazurskie	11	4,4
– wielkopolskie	30	12,0
– zachodniopomorskie	12	4,8
Prowadzenie działalności innowacyjnej:		
– tak	208	83,2
– nie	42	16,8

Źródło: opracowanie własne.

## 4. Wyniki badań

Ocenę potencjalnych źródeł informacji dla działalności innowacyjnej polskich małych i średnich przedsiębiorstw oparto na wytycznych pochodzących z metodyki Oslo [MNiSzW 2008]. Możliwe źródła informacji dla działalności innowacyjnej podzielono na cztery kluczowe obszary, w ramach których ocenie poddano łącznie 21 potencjalnych źródeł. Wśród kluczowych obszarów i potencjalnych źródeł znalazły się:

- 1) źródła wewnętrzne:
  - inne przedsiębiorstwa należące do waszej grupy przedsiębiorstw,
  - własne zaplecze badawczo-rozwojowe,
  - kadra kierownicza,
  - dział marketingu i sprzedaży,
  - pracownicy;
- 2) źródła rynkowe:
  - krajowi dostawcy maszyn i urządzeń technicznych, wyposażenia, materiałów, komponentów oraz oprogramowania,
  - zagraniczni dostawcy maszyn i urządzeń technicznych, wyposażenia, materiałów, komponentów oraz oprogramowania,
  - krajowi klienci,
  - zagraniczni klienci,
  - krajowi konkurenci,
  - zagraniczni konkurenci,
  - krajowe firmy konsultingowe, laboratoria i prywatne B+R,
  - zagraniczne firmy konsultingowe, laboratoria i prywatne B+R;
- 3) źródła instytucjonalne:
  - jednostki naukowe Polskiej Akademii Nauk,
  - instytuty badawcze,
  - zagraniczne publiczne instytuty badawcze,
  - krajowe szkoły wyższe,
  - zagraniczne szkoły wyższe;
- 4) źródła pozostałe:
  - konferencje, targi i wystawy,
  - czasopisma i publikacje naukowe/techniczne/handlowe,
  - stowarzyszenia naukowo-techniczne, specjalistyczne i zawodowe.

W trakcie analizy uzyskanych wyników ocenie poddano dane pochodzące od 208 małych i średnich przedsiębiorstw. Są to podmioty, które wskazały, iż w okresie ostatnich 3 lat (2012-2014) prowadziły działalność innowacyjną.

Respondentów poproszono o wskazanie znaczenia poszczególnych źródeł informacji dla działalności innowacyjnej ich przedsiębiorstw w stopniowej skali porządkowej:



- 1 – nie wykorzystano,
- 2 – niski,
- 3 – średni,
- 4 – wysoki.

Aby dokonać ich analizy, wykorzystano trzy statystyki opisowe: udział procentowy, medianę (*M*) i dominantę (*D*). Uzyskane wyniki zaprezentowano w tab. 2.

**Tabela 2.** Wyniki badań

Źródła informacji dla działalności innowacyjnej	Udział % odpowiedzi ( <i>N</i> = 208)				<i>M</i>	<i>D</i>
	1	2	3	4		
Źródła wewnętrzne:						
1. Inne przedsiębiorstwa należące do waszej grupy przedsiębiorstw	42,8	20,2	33,2	3,8	2	1
2. Własne zaplecze badawczo-rozwojowe	36,5	17,3	33,7	12,5	2	1
3. Kadra kierownicza	12,0	19,2	51,0	17,8	3	3
4. Dział marketingu i sprzedaży	24,0	16,8	46,6	12,5	3	3
5. Pracownicy	9,1	22,1	54,8	13,9	3	3
Źródła rynkowe:						
6. Krajowi dostawcy	30,3	21,2	38,9	9,6	2	3
7. Zagraniczni dostawcy	58,2	16,3	21,2	4,3	1	1
8. Krajowi klienci	16,8	20,2	39,4	23,6	3	3
9. Zagraniczni klienci	58,2	13,5	24,0	4,3	1	1
10. Krajowi konkurenci	28,8	30,8	31,3	9,1	2	3
11. Zagraniczni konkurenci	53,4	16,3	19,7	10,6	1	1
12. Krajowe firmy konsultingowe, laboratoria komercyjne i prywatne B+R	55,3	17,3	24,5	2,9	1	1
13. Zagraniczne firmy konsultingowe, laboratoria komercyjne i prywatne B+R	64,4	15,9	15,9	3,8	1	1
Źródła instytucjonalne:						
14. Jednostki naukowe Polskiej Akademii Nauk	66,8	16,3	14,9	1,9	1	1
15. Instytuty badawcze	58,7	18,3	20,2	2,9	1	1
16. Zagraniczne publiczne instytucje badawcze	64,9	12,5	19,2	3,4	1	1
17. Krajowe szkoły wyższe	61,1	17,3	18,8	2,9	1	1
18. Zagraniczne szkoły wyższe	64,4	13,9	19,7	1,9	1	1
Źródła pozostałe:						
19. Konferencje, targi, wystawy	29,8	22,6	38,9	8,7	2	3
20. Czasopisma i publikacje naukowe/techniczne/handlowe	31,3	23,6	35,6	9,6	2	3
21. Stowarzyszenia naukowo-techniczne, specjalistyczne i zawodowe	41,8	25,0	31,3	1,9	2	1

Źródło: opracowanie własne.

Szczegółowa ocena uzyskanych wyników pozwala wyodrębnić trzy grupy źródeł informacji dla działalności innowacyjnej polskich małych i średnich przedsiębiorstw. Podział na trzy grupy wynika z faktu, iż żadne źródło informacji nie zostało wskazane jako wysoko istotne dla działalności innowacyjnej ( $M = 4$ ).

Do pierwszej należą te, które uzyskały stosunkowo najwyższą ocenę znaczenia w działalności innowacyjnej ( $M = 3$ ). W przyjętej skali oznaczało to średnie znaczenie. Łącznie grupa ta obejmuje cztery źródła informacji. Znalazły się tu trzy z pięciu źródeł wewnętrznych, a mianowicie: kadra kierownicza, pracownicy oraz działy marketingu i sprzedaży. Czwartym źródłem okazali się krajowi klienci – należący do źródeł rynkowych. Warto podkreślić, iż w każdym z przypadków dominującą oceną była również ocena średnia ( $D = 3$ ).

Drugą grupę tworzą źródła informacji dla działalności innowacyjnej, których znaczenie okazało się niskie ( $M = 2$ ). Znalazło się tu siedem źródeł. Dwa z nich należały do źródeł wewnętrznych. Są nimi: inne przedsiębiorstwa należące do ich grupy przedsiębiorstw oraz własne zaplecze badawczo-rozwojowe. Dwa kolejne źródła – krajowi dostawcy i krajowi konkurenci – należą do źródeł rynkowych. Ostatnią częścią tej nisko ocenionej grupy okazały się źródła pozostałe. Zaliczono do nich: konferencje, targi i wystawy, czasopisma i publikacje naukowe/techniczne/handlowe oraz stowarzyszenia naukowo-techniczne, specjalistyczne i zawodowe.

Trzecią – najliczniejszą – grupę źródeł informacji dla działalności innowacyjnej badanych małych i średnich przedsiębiorstw tworzyły te, których nie wykorzystywano w badanych MSP ( $M = 1$ ). Znalazło się tutaj pięć źródeł rynkowych, a mianowicie: zagraniczni dostawcy, zagraniczni klienci, zagraniczni konkurenci oraz krajowe i zagraniczne firmy konsultingowe, laboratoria komercyjne i prywatne B+R. W grupie tej znalazły się także wszystkie poddane ocenie źródła instytucjonalne, a więc: jednostki naukowe PAN, instytuty badawcze, zagraniczne publiczne instytucje badawcze, krajowe i zagraniczne szkoły wyższe.

## 5. Zakończenie

Zaprezentowane wyniki badań polskich małych i średnich przedsiębiorstw w obszarze źródeł informacji dla ich działalności innowacyjnej pozwalają na sformułowanie kilku wniosków.

Po pierwsze, wskazują one, iż polskie małe i średnie przedsiębiorstwa wykorzystują głównie wewnętrzne źródła informacji w prowadzonej przez siebie działalności innowacyjnej. Bazują głównie na impulsach innowacyjnych pochodzących od kadry kierowniczej, pracowników oraz działów marketingu i sprzedaży.

Po drugie, istotną rolę w prowadzonej przez nich działalności innowacyjnej odgrywają także krajowi klienci. Jest to równocześnie jedyne, stosunkowo istotne źródło informacji pochodzące z rynku.

Po trzecie, zdecydowanie niską rolę, jako źródła innowacji, małe i średnie przedsiębiorstwa przypisują własnym działom badawczo-rozwojowym. Rezultat ten wy-

daje się potwierdzać, że sfera ta jest wciąż piętą Achilleśa tej kategorii przedsiębiorstw. Główną barierą rozwoju jest tu kwestia finansów.

Po czwarte, wyraźnie widać mocne uzależnienie się małych i średnich przedsiębiorstw od rynku krajowego. Wszystkie poddane ocenie zagraniczne źródła informacji dla działalności innowacyjnej (klienci, dostawcy, konkurenci, firmy konsultingowe, instytucja badawcze, szkoły wyższe) nie były przez badane przedsiębiorstwa wykorzystywane.

Po piąte, warto podkreślić widoczny brak korzystania i, prawdopodobnie, zainteresowania polskimi źródłami instytucjonalnymi. Warto zastanowić się nad przyczynami tej sytuacji. Wydaje się, iż z jednej strony może być ona rezultatem braku zainteresowania małych i średnich przedsiębiorstw tego rodzaju współpracą, z drugiej zaś efektem niedostosowania oferty samych instytucji.

## Literatura

- Drucker P.F., 1992, *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.
- Główny Urząd Statystyczny, 2014, *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w 2011-2013*, Warszawa.
- Janasz W., Koziół K., 2007, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.
- Kaczmarczyk S., 2011, *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne*, PWE Warszawa.
- MNiSzW, 2008, *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, Warszawa.
- Pomykalski A., 2001, *Zarządzanie innowacjami, globalizacja. Konkurencja. Technologia informacyjna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Tarnawa A., Zadura-Lichota P. (red.), 2013, *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012*, PARP, Warszawa.
- Tarnawa A., Zadura-Lichota P. (red.), 2015, *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2013-2014*, PARP, Warszawa.
- Tidd J., Bessant J., 2014, *Managing Innovation. Integrating Technological, Market and Organizational Change*, fifth edition, Wiley.
- Schilling M.A., 2013, *Strategic Management of Technological Innovation*, fourth edition, McGraw Hill.
- Smith D., 2010, *Exploring Innovation*, 2nd edition, McGraw Hill.
- Zadura-Lichota P. (red.), 2010, *Innowacyjność 2010*, PARP, Warszawa.
- Zastempowski M., 2010, *Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń.