

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 444

**Zarządzanie strategiczne
w teorii i praktyce**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Jadwiga Marcinek, Aleksandra Śliwka
Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz
Korekta: Justyna Mroczkowska
Łamanie: Małgorzata Myszowska
Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronach internetowych
www.pracnaukowe.ue.wroc.pl
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2016

ISSN 1899-3192
e-ISSN 2392-0041
ISBN 978-83-7695-607-7

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław
tel./fax 71 36 80 602; e-mail:econbook@ue.wroc.pl
www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	11
Małgorzata Baran, Ewa Cichocka, Paweł Maranowski: Rola innowacji społecznych w polskich uczelniach / The role of social innovations at Polish universities	13
Paweł Bartkowiak: Porównanie znaczenia wybranych obszarów procesu współkreowania wartości dla klienta między grupami przedsiębiorstw i klientów / Comparison of selected areas of value co-creation process between companies and customers.....	21
Bogusław Bembenek: Współpraca strategiczna przedsiębiorców z sektorem badawczo-rozwojowym w polskich klastrach – współczesne wyzwanie w zarządzaniu klastrami / Strategic cooperation of entrepreneurs and R&D sector in Polish clusters – contemporary challenge within cluster management.....	31
Marek Błaszczuk: Źródła elastyczności strategii i systemu zarządzania strategicznego / Sources flexibility of strategy and strategic management system	47
Katarzyna Boczkowska, Konrad Niziołek: Realizacja strategii bezpieczeństwa pracy w aspekcie badania przyczyn wypadków przy pracy / Implementation of safety at work strategy in the aspect of accidents at work causes investigation	62
Paweł Cabała, Adam Stabryła: Metoda agregacji bilansującej w kwalifikacji strategii rozwoju technologii / The balanced aggregation method in the evaluation of technology development strategy	74
Wojciech Czakon: Komplementarność czy substytucyjność mikrofundamentów współdziałania / Microfoundations of collaboration: substitute or complementary	87
Sylwia Dzedzic: Intencje podejmowania działalności gospodarczej przez studentów / Intentions of taking business by students.....	95
Sylwia Dzedzic, Leszek Woźniak, Piotr Czerepiuk: Proces przedsiębiorczego odkrywania jako metoda strategicznego planowania i implementacji inteligentnych specjalizacji regionu / The process of entrepreneurial discovery as a method of strategic planning and implementation of regional smart specializations.....	107
Tadeusz Falencikowski: Odpowiedzialność kierownicza w biznesie – zagadnienia procesowe i rodzajowe / Conditions of management liability in enterprise – procedural and generic issues	119

Waldemar Glabiszewski, Dorota Grego-Planer: Zdolności do pozyskiwania technologii jako składowa potencjału absorpcyjnego przedsiębiorstw finansowych w Polsce / The ability to acquire technology as the component of absorptive capacity of Polish enterprises operating in financial sector.....	128
Aldona Glińska-Noweś, Agata Sudolska, Iwona Escher: Więzy osobiste jako komponent relacji biznesowych w ocenie reprezentantów polskich przedsiębiorstw / Personal ties as a component of business relationships according to Polish enterprises' representatives	140
Grażyna Golik-Górecka: Realizacja strategii a multiparadygmat marketingu analitycznego / Realization of strategy but multiparadigm of analytical marketing	150
Dorota Grego-Planer, Waldemar Glabiszewski: Wpływ egzogenicznych uwarunkowań na proces kreowania innowacji w wybranych małych i średnich przedsiębiorstwach / Influence on the exogenous conditions on the process of creating innovation in some small and medium-sized enterprises	157
Magdalena Grębosz: Strategia co-brandingu w kontekście zarządzania strategicznego / Co-branding strategy in the context of strategic management	166
Marzena Hajduk-Stelmachowicz: Bariery w realizacji celów w przedsiębiorstwach wdrażających ekoinnowacje organizacyjne / Barriers to achieving the objectives of voluntarily adopted environmental programs of pro-ecological strategies	179
Jakub Hałas: Przedstawienie i porównanie wybranych modeli rozwoju organizacji / Presentation and comparison of selected schemas of organization development.....	190
Jarosław Ignacy: Inwestycyjne eldorado czy początek zmierzchu realizowanej strategii? – analiza wybranych czynników atrakcyjności inwestycyjnej z perspektywy aglomeracji wrocławskiej / Eldorado for investors or the beginning of the end the implemented strategy? – analysis of selected factors of investment attractiveness from the perspective of the wroclaw agglomeration	199
Leon Jakubów: Ewolucja planowania rozwoju przedsiębiorstwa / Evolution in the enterprise development planning	211
Mirosław Jarosiński: Sukces przedsiębiorstwa na rynku krajowym barierą do internacjonalizacji / Firm's success on the home market as a barrier to internationalisation	222
Jarosław Karpacz: Antecedencje innowacyjności jako wymiaru orientacji przedsiębiorczej na poziomie indywidualnym / Antecedents of innovativeness as the dimension of the entrepreneurial orientation on the individual level.....	231

Patrycja Klimas, Dagmara Wójcik: Konceptualizacja pojęcia „mikrofundamenty” w naukach o zarządzaniu / Conceptualization of microfoundations term in management sciences	241
Alina Kozarkiewicz: Zarządzanie wartością projektów – aktualne kierunki badań i nowe wyzwania / Management of project value – current research orientations and new challenges	252
Regina Lenart-Gansiniec: Wykorzystywanie aliansu wiedzy w tworzeniu otwartych innowacji / Use of knowledge alliance in the creation of open innovations	262
Dagmara Lewicka: Jak zatrzymać wartościowych pracowników w organizacji? Wyzwania dla strategicznego ZKL (zarządzania kapitałem ludzkim) / How to retain valuable employees in the organization? Challenges for strategic HRM	274
Janusz Marek Lichtarski, Katarzyna Piórkowska, Krzysztof Ćwik: Strategie organizacji węzłowych wobec innych uczestników sieci międzyorganizacyjnej / Key organizations strategies to other participants of inter-organizational network	285
Katarzyna Liczmańska: Analiza potrzeb uczestników a koncepcja powiązania kooperacyjnego na przykładzie klastra INKOKOMP / Analysis of the participants` needs vs. the concept of cooperative relationships on the example of cluster INKOKOMP	298
Zbigniew Matyjas: Wpływ poziomu sektora oraz firmy na wyniki przedsiębiorstw / Industry and firm influences on corporate performance	307
Czesław Mesjasz: Własność, nadzór korporacyjny i kontrola korporacyjna jako uwarunkowania strategii internacjonalizacji przedsiębiorstwa / Ownership, corporate governance and corporate control as determinants of company`s internationalization strategy	317
Lech Miklaszewski: <i>Offshoring</i> jako strategia rozwoju przedsiębiorstwa na przykładzie firmy inwestycyjnej / Offshoring as a strategy of the company`s development on the example of the investing company	331
Krystyna Moszkowicz, Mieczysław Moszkowicz: Wiedza jako kluczowy zasób strategiczny / Knowledge as a key strategic resource	344
Gracjana Noga: Metodologia implementacji strategii – wyniki badań praktycznych / Tools of strategy implementation – empirical research results .	354
Bogdan Nogalski, Przemysław Niewiadomski: Szczupłość zaopatrzenia a wzrost sprzedaży – kierunek realizacji strategii rozwoju przedsiębiorstwa produkcyjnego / Supply leanness vs. sales growth – implementation direction of the manufacturing company development strategy.....	365
Jadwiga Nycz-Wróbel: Znaczenie implementacji Systemu Ekozarządzania i Audytu (EMAS) w kontekście wzmocnienia konkurencyjności przedsiębiorstw / The significance of the implementation of the Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) in competitiveness shaping of enterprises	381

Krystyna Poznańska: Finansowe uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw przemysłowych w Polsce / Financial determinants of innovativeness of Polish industrial enterprises.....	391
Joanna Radomska: Inkoherencja relacji pomiędzy ryzykiem strategicznym a operacyjnym w zarządzaniu strategicznym / Incoherency in relationship between strategic and operational risks in strategic management	400
Jacek Rybicki, Piotr Grajewski, Emilia Dobrowolska: Normatywne opcje rozwiązań paradoksu: konkurencja – współpraca na płaszczyźnie myślenia strategicznego / Normative options as solutions of paradox: competition – cooperation in the perspective of strategic thinking.....	411
Letycja Sołoducho-Pelc: Przewaga konkurencyjna – główne trendy badawcze / Competitive advantage – main research trends.....	422
Agnieszka Sopińska, Wioletta Mierzejewska: Zasobowe uwarunkowania otwartych innowacji / Resource determinants of open innovation.....	434
Jolanta Stec-Rusiecka: Ocena realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności na przykładzie wybranych przedsiębiorstw / Assessment of the realisation of corporate social responsibility concept on the example of selected companies.....	451
Jacek Strojny: Wykorzystanie metody AHP w modelowaniu systemu zarządzania strategicznego rozwojem jednostki samorządu terytorialnego / The use of AHP method in strategic management system modeling of local authorities unit development.....	460
Lukasz Sułkowski, Robert Seliga: Przedsiębiorczy uniwersytet – zastosowanie zarządzania strategicznego / Entrepreneurial university – application of strategic management.....	478
Justyna Światowiec-Szczeptańska: Sieci korporacyjne w zarządzaniu strategicznym / Corporate networks in strategic management.....	490
Dorota Teneta-Skwiercz: Istota i znaczenie inkluzywnych modeli biznesu / The essence and meaning of inclusive business models	500
Jolanta Twardowska: Korzyści wynikające z wirtualnej organizacji pracy / Benefits of virtual work organization	512
Elżbieta Urbanowska-Sojkin: Zarządzanie dla przyszłości – sylogizm i spełnione oczekiwania / Management for the future, syllogism and fulfilled expectations	520
Agata Warmińska: Determinanty sukcesu grup producentów rolnych / Determinants of success of agricultural producer groups	531
Anna Witek-Crabb: Ewolucyjne modele CSR – przegląd koncepcji rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu / Evolutionary stage models of CSR – theory review.....	541
Przemysław Wolczek: Cechy strategii generujące problemy wdrożeniowe a wielkość przedsiębiorstwa / Features of a company and the problems of strategy implementation arising from its content	559

Marian Woźniak: Przedsiębiorczość wyznacznikiem sukcesu podmiotów branży turystycznej / Entrepreneurship as success determinant of the tourist sector.....	571
Dagmara Wójcik, Patrycja Klimas: Mikrofundamenty współpracy międzyorganizacyjnej / Microfoundations of inter-organizational cooperation.....	583
Anna Wójcik-Karpacz: Dobór miar do pomiaru orientacji przedsiębiorczej: dylematy i propozycje rozwiązań / The choice of measures of entrepreneurial orientation: dilemmas and the possible solutions	594
Agnieszka Zakrzewska-Bielawska: Tworzenie i apropriacja wartości jako cel strategii relacyjnej przedsiębiorstwa / Value-creation and value-appropriation as an objective of the company's relational strategy	609
Małgorzata Załęska: Wybór dostawców w outsourcingu usług zarządzania należnościami / Choice of suppliers in the outsourcing receivables management services.....	623
Bożydar Ziółkowski, Marzena Jankowska-Mihulowicz, Katarzyna Chudy-Laskowska, Teresa Piecuch: Determinanty strategii sukcesu dostawców systemów RFID z API – wyniki badań metodą delficką / Determinants of success strategies for suppliers of RFID systems with API research results based on the Delphi method.....	639

Wstęp

Przedstawiamy Państwu artykuły przygotowane przez uczestników kolejnej konferencji poświęconej zarządzaniu strategicznemu, organizowanej w roku 2016 przez Katedrę Zarządzania Strategicznego Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Tak jak w poprzednich latach koncentrujemy się na zarządzaniu strategicznym i szczególnie eksponujemy relacje w tym zakresie między teorią i praktyką.

Zarządzanie strategiczne staje przed nowymi wyzwaniami współczesnej gospodarki. W związku z tym dynamicznie ewoluuje, a kierunki tej ewolucji są dziś trudne do przewidzenia i jednoznacznego zaprojektowania. Zdaniem organizatorów konferencji jest to mocny argument, by cyklicznie organizować spotkania osób zajmujących się tą problematyką. Uważamy, że to jedna z nielicznych okazji w naszym kraju, by specjaliści zarządzania strategicznego spotkali się w tak szerokim gronie, wymienili poglądy i zainspirowali się wzajemnie do dalszych badań. Sądzymy, że przyczyniamy się w ten sposób do rozwoju tej ważnej i wciąż przyszłościowej dyscypliny nauk o zarządzaniu. Tradycyjnie ukierunkowujemy naszą konferencję na poszukiwanie związków pomiędzy praktyką i teorią. Jesteśmy przekonani, że zarządzanie strategiczne – jako nauka stosowana – wymaga swego rozwoju inspiracji z praktyki gospodarczej i musi być przez nią weryfikowane. Stąd w publikacji eksponujemy opracowania naukowe oparte na rozpoznaniu praktyki gospodarczej. A podczas samej konferencji staramy się konfrontować teoretyków z praktykami zarządzania strategicznego.

Bardzo liczymy, że tegoroczna konferencja, a także publikacja będąca jej rezultatem, dostarczą cennych inspiracji dla uczestników i czytelników. Gorąco zachęcamy do dyskusji z autorami artykułów – zarówno za pośrednictwem naszej katedry, jak i bezpośrednio z twórcami. Będzie to najcenniejszy plon naszego wspólnego przedsięwzięcia oraz wkład do rozwoju nauk o zarządzaniu.

Andrzej Kaleta

Dorota Grego-Planer, Waldemar Glabiszewski

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
e-mails: dgp@econ.umk.pl, waldemar.glabiszewski@umk.pl

WPLYW EGZOGENICZNYCH UWARUNKOWAŃ NA PROCES KREOWANIA INNOWACJI W WYBRANYCH MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTWACH

INFLUENCE ON THE EXOGENOUS CONDITIONS ON THE PROCESS OF CREATING INNOVATION IN SOME SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

DOI: 10.15611/pn.2016.444.14

Streszczenie: Innowacyjność w obecnej dobie staje się jednym z kluczowych wyzwań, przed jakimi stoją współczesne przedsiębiorstwa. Za przedsiębiorstwa innowacyjne uznaje się te, które odznaczają się umiejętnościami tworzenia nowych produktów, wprowadzania nowych technologii czy też metod organizacji. To również te przedsiębiorstwa, które niezwykle szybko potrafią dostosować się do zmian, jakie zachodzą w ich otoczeniu. Choć bezpośrednią podstawą innowacyjności przedsiębiorstw są ich zasoby, to jednak coraz większą rolę odgrywa również otoczenie zewnętrzne, które może wywierać istotny wpływ na poziom tej innowacyjności. W niniejszym artykule zaprezentowano fragment wyników badań dotyczący oceny poszczególnych czynników otoczenia, które stymulują bądź hamują rozwój innowacji w wybranych małych i średnich przedsiębiorstwach. Celem publikacji staje się zatem ukazanie wpływu egzogenicznych uwarunkowań na proces kreowania innowacji w tychże podmiotach.

Słowa kluczowe: innowacyjność, małe i średnie przedsiębiorstwa, otoczenie.

Summary: Nowadays innovation is becoming one of the key challenges facing enterprises today. Innovative companies are considered those which are characterized by their ability to create new products, introduction of new technologies or methods of organization. They are also these companies that are able to adapt extremely quickly to changes taking place in their environment. Although the direct basis for enterprise innovation are their resources, it is an increasingly important role played by the external environment which can have a significant impact on the level of innovation. This article presents a fragment of the results of studies on the evaluation of individual environmental factors that stimulate or inhibit the development of innovation in selected small and medium-sized enterprises.

Keywords: innovation, small and medium-sized enterprises, conditions.

1. Wstęp

Problemy poruszane w niniejszej publikacji znajdują się na styku trzech obszarów tematycznych. Pierwszy z nich dotyczy znaczenia sektora małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce polskiej. Drugi obejmuje problematykę innowacyjności tychże podmiotów. Ostatni zaś porusza aspekty związane z jakże istotnym dla każdej firmy otoczeniem zewnętrznym i jego wpływem na rozwój innowacji.

Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią istotny element gospodarki państw całego świata. Można wręcz rzec, że są stymulatorami jej rozwoju, a ich liczba i potencjał w określonych sytuacjach są jedną z miar oceny wzrostu gospodarczego. Zarówno w literaturze przedmiotu, jak i w praktyce podkreślana jest rola sektora małych i średnich przedsiębiorstw poparta wieloma argumentami. Jak pisze A. Skowronek-Mielczarek, argumenty te mają charakter jakościowy, wskazujący na pewne specyficzne cechy tej grupy podmiotów, ale również ilościowy, który wskazuje na potencjał ekonomiczny tych jednostek [Skowronek-Mielczarek 2007, s. 9]. W czym tkwi siła tych przedsiębiorstw? Jakie są ich mocne strony?

Małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) charakteryzują się niezwykle dynamicznym podejściem do otoczenia. Znacznie szybciej niż potężne korporacje potrafią reagować na zmieniające się tendencje rynkowe i wykorzystać nadarzające się na nich okazje. Podmioty sektora MŚP potrafią kreować nową wartość dla przyszłych nabywców, poświęcając na to niezbędny czas i wkładając wysiłek, mając przy tym na uwadze określony poziom ryzyka finansowego i operacyjnego. Małe i średnie firmy to często „właściciele” stale poszukiwanych nisz rynkowych, na których mogą aktywnie działać i nie obawiać się zagrożenia ze strony ogromnych korporacji. Sektor MŚP często wpływa na rozwój lokalny, mając ogromne znaczenie w niwelowaniu bezrobocia. Jak pisze wspomniana wcześniej A. Skowronek-Mielczarek: „w ukształtowanej gospodarce rynkowej sektor ten – działając w przemyśle, handlu i usługach – pełni funkcję komplementarną w stosunku do wielkich firm i sektora publicznego. Stanowi on także zaplecze kooperacyjne, wspomagające funkcjonowanie dużych korporacji” [Skowronek-Mielczarek 2007, s. 7-8].

Małe i średnie firmy odznaczają się znaczną elastycznością i operatywnością w działaniach na rynku. Dzięki niezwykle ścisłej kontroli kosztów, dyfuzji innowacji, a także ze względu na wysoką motywację osiągnięć właściciela i pracowników są w stanie skutecznie konkurować nawet z największymi graczami rynkowymi [Targalski 2003, s. 12]. Co więcej, M. Strużycki uważa, że małe i średnie podmioty mogą osiągnąć przewagę nad dużymi w zakresie takich czynników, jak [Strużycki 2002, s. 20-21]:

- szybka reakcja na zmieniające się otoczenie,
- niezbiurokratyzowane struktury zarządzania,
- przedsiębiorcze wykorzystanie przez kierowników różnego typu szans i okazji rynkowych,
- racjonalny przepływ informacji wewnątrz firmy,

- łatwe wchodzenie w układy kooperacyjne dzięki szybkiemu organizowaniu nowych miejsc pracy,
- lepsze wykorzystanie specjalistów o szerszym zakresie wiedzy,
- wyższa konkurencyjność, którą mogą osiągnąć dzięki ścisłej kontroli oraz redukcji kosztów.

Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią instytucjonalny wymiar przedsiębiorczości, która w powszechnym odbiorze kojarzona jest przede wszystkim z urzeczywistnianiem pomysłu „na swój własny biznes”. Dane strukturalne dotyczące sektora MŚP w Polsce dają najlepszy obraz ich niezwykle wpływu na gospodarkę. Sektor MSP stanowi 99,8% ogółu przedsiębiorstw, a liczba aktywnych firm osiągnęła w 2013 roku poziom prawie 1,76 miliona, z czego aż 95,8% stanowiły mikroprzedsiębiorstwa, zatrudniające maksymalnie 9 pracowników. Udział pracujących w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce kształtował się w ostatnich latach na poziomie około 68-70%, co świadczy o tym, że jest on nieco wyższy niż średnia unijna (67%). Całościowym miernikiem znaczenia sektora MŚP w gospodarce krajowej jest jego udział w tworzeniu produktu krajowego brutto (PKB). Jest on powszechnie przyjętym wskaźnikiem poziomu i wzrostu gospodarczego. Udział małych i średnich przedsiębiorstw w produkcie krajowym brutto wynosi około 48,5%, z czego aż 29,7% należy do mikropodmiotów.

Wyżej przytoczone dane jasno potwierdzają niezwykle istotne znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w rozwoju gospodarczym kraju. Jednakże należy tutaj wspomnieć o jeszcze innym ważnym aspekcie w działalności każdej z tych firm, jakim jest jej innowacyjność. Kolejna część niniejszej publikacji porusza właśnie ten obszar tematyczny.

2. Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw

Jak pisze Ch. Freeman: „niewprowadzanie innowacji oznacza upadek dla przedsiębiorstwa w dłuższym okresie” [Freeman 1982, s. 169]. Analizując działalność sektora MŚP z punktu widzenia wdrożonych innowacji, należy zaznaczyć, iż na tle firm dużych nie wypada on korzystnie. Aktywność w działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw jest domeną dużych podmiotów, co z reguły warunkowane jest ich większym potencjałem ekonomicznym. Odsetek dużych firm prowadzących działalność innowacyjną wyniósł w roku 2012 63,9%, co jest wynikiem średnim na tle krajów Unii Europejskiej. Zdecydowanie gorzej na tle 28 krajów Unii prezentuje się polski sektor małych i średnich przedsiębiorstw. Odsetek innowacyjnych małych firm w Polsce stanowi 17,4%, co plasuje je na ostatnim miejscu w całej Unii Europejskiej. W przypadku polskich podmiotów średniej wielkości 35,8% z nich prowadzi bieżącą działalność innowacyjną, co też daje niestety przedostatni wynik wśród członków UE [Zadura-Lichota (red.) 2015, s. 14-15].

Oceniając działalność innowacyjną polskich przedsiębiorstw, należy wskazać także na znaczny udział przedsiębiorstw, które w analizowanym okresie (2010-

-2012) nie podejmowały żadnej działalności innowacyjnej. Dla Polski jest to 77% badanych przedsiębiorstw, a dla lidera, czyli Niemiec, 33%, co oznacza, że co trzecie przedsiębiorstwo w Niemczech nie prowadziło takiej działalności, a w Polsce ponad $\frac{3}{4}$ [Zadura-Lichota (red.) 2015, s. 15].

Co jest przyczyną takiego stanu rzeczy? Z jakimi barierami stykają się małe i średnie przedsiębiorstwa? A co z kolei stymuluje ich działalność innowacyjną?

Odpowiedzi na te wszystkie pytania wymagałyby z pewnością szerokiej liczby odrębnych publikacji. W niniejszym artykule zaprezentowano jednak fragment wyników badań dotyczących oceny poszczególnych czynników otoczenia, które stymulują bądź hamują rozwój innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach województwa kujawsko-pomorskiego.

3. Wpływ uwarunkowań zewnętrznych na kreowanie innowacji – wyniki badań empirycznych

Badania empiryczne, których fragment jest tu prezentowany, przeprowadzone zostały w ramach projektu badawczego pt. „Innowacyjność sektora MSP w województwie kujawsko-pomorskim”, realizowanego w Katedrze Zarządzania Przedsiębiorstwem Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Badaniem, prowadzonym od października 2013 roku do stycznia 2014 roku, objęto mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego. Metodą pomiaru była ankieta bezpośrednia, natomiast instrumentem pomiarowym był kwestionariusz ankietowy. Badaniem objęto 82 przedsiębiorstwa z województwa kujawsko-pomorskiego. Charakterystykę próby badawczej przedstawiono w tab. 1.

Tabela 1. Charakterystyka próby badawczej

Liczba pracowników	
do 9 pracowników	47%
10-49	37%
50-249	16%
Forma prawna działalności	
osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą	79%
spółka cywilna	13%
sp. z o.o.	8%
Lokalizacja	
Miasta powyżej 100 000 mieszkańców	49,5%
Miejscowości poniżej 100 000 mieszkańców	50,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Jednym z celów badania była identyfikacja wpływu czynników egzogenicznych na kreowanie innowacji w badanych przedsiębiorstwach. Analizę uwarunkowań zewnętrznych przeprowadzono, opierając się na podziale otoczenia na makro- i mikro-otoczenie, inaczej otoczenie sektorowe. Korzystając jednocześnie z literatury przedmiotu, a także z dostępnych badań empirycznych (zob. np. [Zastempowski 2004, s. 149-167]), stworzono listę czynników zewnętrznych mogących stymulować bądź też hamować innowacyjność przedsiębiorstw. Zidentyfikowane czynniki przypisano następnie do poszczególnych grup uwarunkowań (uwarunkowania ekonomiczne, polityczno-prawne, socjokulturowe, demograficzne, międzynarodowe, techniczne, geograficzne i sektorowe).

W badaniu empirycznym badane przedsiębiorstwa zostały poproszone o ocenę stopnia, w jakim poszczególne czynniki makro- i mikrootoczenia wpływają na kreowanie innowacji w ich firmach. Respondenci oceniali stopień oddziaływania poszczególnych czynników w skali zaprezentowanej w tab. 2.

Tabela 2. Przyjęta skala wpływu egzogenicznych uwarunkowań na wdrażanie innowacji w badanych przedsiębiorstwach

5	Zdecydowanie pozytywny wpływ
4	Pozytywny wpływ
3	Brak wpływu
2	Negatywny wpływ
1	Zdecydowanie negatywny wpływ

Źródło: opracowanie własne.

W celu ustalenia ostatecznego kierunku siły wpływu każdego z czynników obliczono średnią arytmetyczną ważoną i nazwano ją współczynnikiem oddziaływania S^1 . Dodatkowo, aby ukazać znaczenie każdego z czynników otoczenia w analizie wyników badań, zastosowano miary tendencji centralnej – dominantę oraz medianę. W tabeli 3 zaprezentowano wpływ każdego czynnika uwarunkowań zewnętrznych na kreowanie innowacji w badanych przedsiębiorstwach.

Dane zaprezentowane w tab. 3 jasno wskazały, że dla badanych małych i średnich przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego niezwykle pozytywny wpływ na rozwój innowacji w ich firmach wywiera koniunktura gospodarcza kraju ($S = 4,49$). Bardzo istotne są również takie czynniki, jak: procesy globalizacyjne, integracja z Unią Europejską, stabilność kursu walutowego, polityka proinnowacyjna, a także umiędzynarodowienie polskiej gospodarki. Wszystkie te czynniki mają silny związek z działalnością innowacyjną przedsiębiorstw. Wejście Polski do Unii Europejskiej i otwarcie zagranicznych rynków stało się dla każdego przedsiębior-

¹ Koncepcję współczynnika oddziaływania S zaczerpnięto od W. Karaszewskiego. Zob. [Karaszewski 2001, s. 304-305].

Tabela 3. Egzogeniczne uwarunkowania i ich wpływ na kreowanie innowacji w badanych przedsiębiorstwach

Lp.	Uwarunkowanie	ekonomiczne	polityczno- -prawne	sojokulturowe i demograficzne	międzynarodowe	techniczne	geograficzne	sektorowe	S	M*	D**
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Koniunktura gospodarcza	X							4,49	5	5
2	Procesy globalizacyjne				X				4,27	4	4
3	Integracja z Unią Europejską				X				4,23	4	4
4	Stabilność kursu walutowego	X							4,15	4	4
5	Polityka proinnowacyjna		X						4,13	4	5
6	Umiejscowienie polskiej gospodarki	X							4,07	4	4
7	Styl życia			X					4,05	4	4
8	Poziom aktywności innowacyjnej dostawców i kooperantów krajowych							X	4,01	4	4
9	Poziom aktywności innowacyjnej dostawców i kooperantów zagranicznych							X	4,00	4	4
10	Wsparcie finansowe rozwoju sektora MŚP		X						3,88	4	3
11	Odrodzenie rynków „wschodnich”				X				3,83	4	4
12	Położenie geograficzne przedsiębiorstwa						X		3,73	4	4
13	Poziom wsparcia finansowego							X	3,71	4	4
14	Poziom aktywności innowacyjnej konkurentów							X	3,71	4	4
15	Poziom wykształcenia ludności			X					3,70	4	4
16	Stan infrastruktury						X		3,70	4	4
17	Poziom wsparcia edukacyjnego i szkoleniowego							X	3,68	4	4
18	Poziom wsparcia technologicznego							X	3,65	4	4
19	Rządowa polityka dotycząca badań i rozwoju					X			3,63	4	4
20	Tempo pojawiania się nowych wynalazków					X			3,62	4	4
21	Szybkość transferu techniki i technologii					X			3,62	4	4
22	Dostęp do rynku kapitałowego (Giełda Papierów Wartościowych)	X							3,61	4	3
23	Stabilność przepisów podatkowych		X						3,57	4	4
24	Wsparcie instytucjonalne rozwoju sektora MSP		X						3,57	4	4
25	Migracje ludności			X					3,54	4	4
26	Poziom wsparcia doradczego i badawczego							X	3,51	3,5	3
27	Poziom wsparcia informacyjnego							X	3,50	3	3
28	Etyka pracy			X					3,43	3	3
29	Poziom wsparcia organizacyjnego							X	3,43	3	3
30	Oferta instytucji badawczych							X	3,43	3	3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
31	Oferta szkoleniowa							X	3,41	3	3
32	Zamówienia rządowe		X						3,40	3	3
33	Wysokość podatków lokalnych (strefy ekonomiczne)		X						3,32	3	3
34	Stabilność prawa i jasność jego reguł		X						3,30	3	4
35	Decyzje Rady Polityki Pieniężnej wobec stóp procentowych							X	3,28	3	4
36	Polityka celna		X						3,28	3	3
37	Siła konkurencji na rynkach międzynarodowych					X			3,27	3	3
38	Mobilność siły roboczej			X					3,24	3	3
39	Wysokość obciążeń podatkowych		X						3,23	3	4
40	Dostępność surowców naturalnych						X		3,21	3	3
41	Poziom inwestycji zagranicznych	X							3,20	3	3
42	Stabilność przepisów administracyjnych (np. certyfikaty, świadectwa wymagane w imporcie)		X						3,18	3	3
43	Wysokość inflacji	X							3,16	3	3
44	Polityka ochrony środowiska		X						3,15	3	3
45	Ochrona patentów i wzorów użytkowych					X			3,13	3	3
46	Efektywność współpracy z instytucjami wspierania biznesu, np. BCC, Rada Biznesu itp.							X	3,13	3	3
47	Wierzenia, wartości, normy zachowań (etyczne, moralne)			X					3,12	3	3
48	Stan środowiska naturalnego						X		3,12	3	3
49	Lokalizacja instytucji wsparcia biznesu							X	3,11	3	3
50	Procedury patentowe					X			3,10	3	3
51	Poziom bezrobocia w kraju	X							3,09	3	3
52	Koszty energii (ceny ropy naftowej)	X							3,09	3	3
53	Koszt korzystania z usług instytucji wspierania biznesu							X	3,09	3	3
54	Polityka antymonopolowa		X						3,07	3	3
55	Wymogi i procedury certyfikacyjne		X						3,07	3	3
56	Stopień dostosowania oferty instytucji wspierania biznesu do specyfiki poszczególnych branż							X	3,07	3	3
57	Poziom bezrobocia w regionie funkcjonowania firmy	X							3,04	3	3
58	Restrykcje, sankcje i inne formy ochrony rynków narodowych					X			3,01	3	3
59	Wysokość ulg podatkowych		X						2,95	3	3
60	Oddziaływanie związków zawodowych pracowników		X						2,73	3	3
61	Biurokracja		X						2,32	3	3

*M – mediana, ** D – dominanta.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań w przedsiębiorstwach.

stwa ogromną szansą rozwoju. Bardzo ważny dla respondentów okazał się również styl życia społeczeństwa. Z punktu widzenia innowacyjności czynnik ten może mieć bardzo stymulujący wpływ na kreowanie innowacji w przedsiębiorstwie. Niezwykle często to właśnie klienci, a zatem pośrednio ich zmieniający się styl życia, stają się motywatorem i przyczyną wprowadzenia udoskonaleń w niejednej firmie. Respondenci wśród czynników wywierających pozytywny wpływ na kreowanie ich innowacji wymienili wiele czynników sektorowych, takich jak: poziom aktywności innowacyjnej dostawców i kooperantów krajowych, poziom aktywności innowacyjnej dostawców i kooperantów zagranicznych, poziom wsparcia finansowego, edukacyjnego, szkoleniowego, technologicznego, a także poziom aktywności innowacyjnej konkurentów. Widać zatem, że z punktu widzenia innowacyjności przedsiębiorstw niezwykle istotne okazuje się otoczenie bliższe. Badane podmioty uważają, że stosunkowo pozytywny wpływ na ich działalność innowacyjną mają również takie czynniki, jak: wsparcie finansowe rozwoju sektora MŚP, odrodzenie rynków „wschodnich”, a także położenie geograficzne przedsiębiorstwa.

Należy jednak w tym miejscu zaznaczyć, że respondenci wskazali także takie czynniki, które w negatywny sposób wpływają na kreowanie ich innowacji. Wśród nich najniższe oceny uzyskały takie elementy, jak: wysokość ulg podatkowych, oddziaływanie związków zawodowych pracowników, a także szeroko pojęta biurokracja. Wyniki potwierdziły tylko, że biurokracja, a także sfera podatkowa stanowią cały czas bardzo istotną barierę w rozwoju sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

4. Zakończenie

Uzyskane wyniki badań pozwalają na sformułowanie kilku zasadniczych wniosków:

1. Wśród wszystkich egzogenicznych uwarunkowań największy wpływ na kreowanie innowacji w badanych przedsiębiorstwach mają uwarunkowania międzynarodowe, ekonomiczne i sektorowe.

2. Niezwykle stymulującym aspektem w rozwoju innowacji respondentów okazuje się działalność innowacyjna ich dostawców, kooperantów, ale także konkurentów.

3. Istotna liczba czynników zewnętrznych nie wywiera żadnego wpływu na innowacyjność badanych małych i średnich podmiotów lub wpływ ten jest niewielki.

4. Większość uwarunkowań polityczno-prawnych hamuje rozwój innowacji w badanych przedsiębiorstwach. Wśród czynników, które wywierają negatywny wpływ, respondenci wymieniają między innymi biurokrację oraz wysokość ulg podatkowych.

Literatura

- Freeman Ch., 1982, *The Economics of Industrial Innovation*, F. Pinter, London.
- Karaszewski W., 2001, *Przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego w Polsce w latach 1990-1999 (miejsce w gospodarce kraju, czynniki i perspektywy rozwoju)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- Skowronek-Mielczarek A., 2007, *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, C.H. Beck, Warszawa.
- Strużycki M. (red.), 2002, *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Difin, Warszawa.
- Targalski J., 2003, *Przedsiębiorczość i zarządzanie*, C.H. Beck, Warszawa.
- Zadura-Lichota P. (red.), 2015, *Innowacyjna przedsiębiorczość w Polsce. Odkryty i ukryty potencjał polskiej innowacyjności*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Zastempowski M., 2004, *Czynniki otoczenia stymulujące i hamujące aktywność innowacyjną przedsiębiorstw*, [w:] Haffer M. (red.), *Innowacyjność i potrzeby proinnowacyjne regionu kujawsko-pomorskiego*, Wydawnictwo UMK, Toruń.