

ROBERT STANISŁAWSKI**Katedra Integracji Europejskiej i Marketingu Międzynarodowego
Politechnika Łódzka**

SKŁONNOŚĆ DO INNOWACJI WŚRÓD MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

Innowacje dla małych i średnich przedsiębiorstw stanowią „siłę napędową” wpływającą na ich rozwój i poprawę pozycji konkurencyjnej na różnych rodzajach rynków. Ich rozwój poprzez innowacje (rozwój innowacyjny) obejmuje powiązanie ze sobą trzech istotnych elementów: zdolności do innowacji, skłonności do innowacji oraz otoczenia. Powiązanie pomiędzy tymi elementami jest na tyle silne, że pozwala na stworzenie trójczynnikowego modelu rozwoju innowacyjnego (TRI). Zachowanie stanu równowagi pomiędzy zdolnością a skłonnością jest warunkiem niezbędnym do dokonywania zmian innowacyjnych. Zasadniczym celem artykułu jest dokonanie analizy skłonności (jako jednego z elementów TRI) w oparciu o wybrane mierniki będące efektami dokonanych wdrożeń. Ogólnie przyjęto założenie, że im efekty wdrożeń są lepiej oceniane przez podmioty, tym skłonność do innowacji jest większa.

1. Wstęp

Innowacje dla małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) ogrywają ogromną rolę. Stanowią one bowiem „siłę napędową” ich rozwoju, stając się „wypadkową” wielu czynników zarówno o charakterze wewnętrznym jak i zewnętrznym. Uwzględniając czynniki wewnętrzne, należy uwzględnić dwa zasadnicze: zdolność do innowacji (rozumianą jako „zbiór” będących w posiadaniu organizacji zasobów w połączeniu z umiejętnością ich wykorzystania na własny użytek) oraz skłonność do innowacji (rozpatrywaną w kontekście chęci ze strony przedsiębiorstw do wdrażania w życie nowych rozwiązań). W drugim przypadku (czynników zewnętrznych) duże znaczenie odgrywa otoczenie pełniące podwójną rolę: z jednej strony stymulatora wszelkich dokonywanych zmian wewnątrz samej organizacji, z drugiej zaś sprawujące funkcje swoistego rodzaju „zbiornika – bufora” zdolnego do uzupełniania w przedsiębiorstwie brakujących w danym momencie zasobów (głównie wiedzy), pod warunkiem dostatecznego poziomu jego otwartości na otoczenie (open innovation).

Powiązanie ze sobą tych trzech czynników (zdolności, skłonności i otoczenia) tworzy spójny model trójczynnиковego rozwoju innowacyjnego (TRI), zapewniający w dłuższym okresie m.in. zdobycie przewagi konkurencyjnej oraz trwałej pozycji na rynku. Brak któregoś z wymianionych czynników zakłóca relacje w strukturze danej organizacji, powodując (lub przynajmniej utrudniając) wspomniany powyżej rozwój. Idea powiązania ze sobą tych trzech czynników jest podobna do teorii (modelu) **Quadruple Helix**¹ z tą różnicą, że ta dotyczy nawiązania wzajemnej współpracy kilku równorzędnych partnerów na rzecz rozwoju innowacyjnego (kwestia skali – makroekonomiczna) natomiast omawiany model TRI koncentruje swoją uwagę na samej organizacji, opisując jej wewnętrzne „właściwości” (w tym otwartość na otoczenie) zapewniające (lub też nie) jej określony poziom rozwoju innowacyjnego (skala przedsiębiorstwa).

Biorąc pod uwagę (w ramach modelu TRI) dwa z wymienionych czynników (zdolność i skłonność do innowacji), można przyjąć ich równoważne znaczenie w kształtowaniu innowacyjności przedsiębiorstw (rozumianej jako poziom rozwoju innowacyjnego). Niewątpliwie istniejący pomiędzy nimi związek można określić mianem komplementarnego. W praktyce oznacza to, że brak jednego z nich uniemożliwia skuteczne przeprowadzanie zmian w przedsiębiorstwie. Konieczne jest bowiem wzajemne „dopasowanie” tych dwóch czynników. Stan nierównowagi niewątpliwie utrudnia (lub wręcz uniemożliwia) dokonywanie wdrożeń i rozwój innowacyjny organizacji gospodarczych. Dlatego też w niniejszym opracowaniu skoncentrowano uwagę na ocenie skłonności do innowacji (wśród MSP) jako jednego z elementów modelu TRI.

Zasadniczym celem tego opracowania jest dokonanie analizy skłonności do innowacji z punktu widzenia badanych podmiotów. Jej pomiaru dokonano za pomocą „mierników” będących efektami dokonanych wdrożeń. Ogólnie przyjęto, że im dane efekty wdrożeń są oceniane lepiej przez te przedsiębiorstwa, tym skłonność ich do innowacji jest większa.

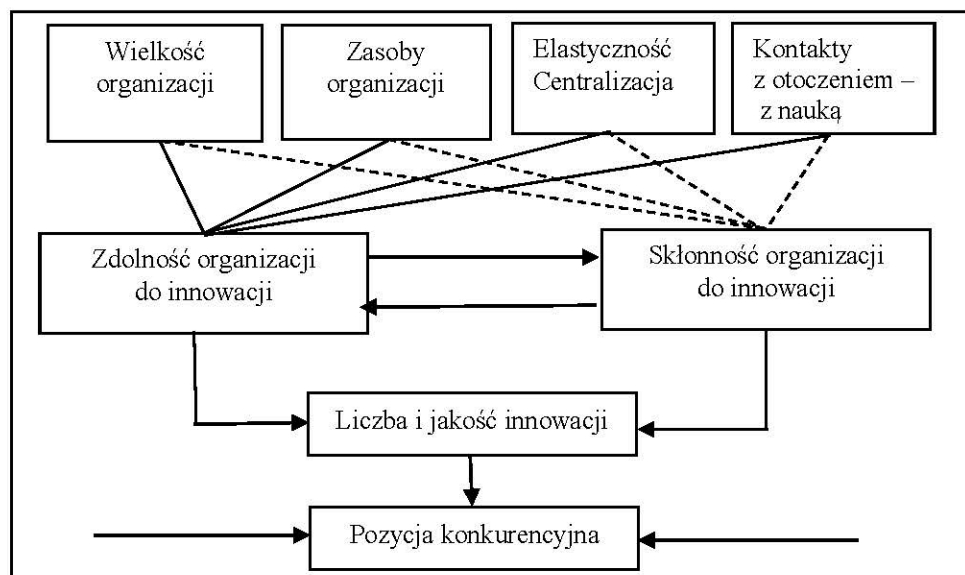
2. Skłonność do innowacji – podstawy teoretyczne

W ogólnym znaczeniu skłonność do innowacji oznacza zainteresowanie nowymi rozwiązaniami, chęć przedsiębiorstwa do ich wdrażania w „życie”. Potrzeba ta wynika ze zrozumienia istoty i konieczności dokonywania zmian. Jest ona determinowana ogólnym klimatem wokół inwestycji, poziomem stabilności danej organizacji, stopniem niepewności², stylem kierowania i komu-

¹ Więcej na ten temat: Afonso O., Monteiro S., Thompson M. (2010), *A Growth Model for the Quadruple Helix Innovation Theory*, Working Paper Series, NIPE nr 12, pp. 2-17.

² L. Rigotti, M. Ryan & R. Vaithianathan: *Tolerance of ambiguity and entrepreneurial innovation*, Retrieved 22 February 2004, from http://faculty.fuqua.duke.edu/_rigotti/bio/RRV.pdf

nikowania się itd. Ponadto oprócz wewnętrznych właściwości („temperamentu”) danej organizacji w kształtowaniu skłonności ważne jest otoczenie³ oraz jej zdolność do innowacji (rys. 1). Zdolność ta wskazuje, że organizacja dysponuje właściwymi zasobami i strukturą umożliwiającymi wdrażanie rozwiązań innowacyjnych. Uwzględniając wzajemne relacje pomiędzy zdolnościami innowacyjnymi (zasobami) a skłonnością do innowacji, należy stwierdzić, że pozostają one w stosunku komplementarności względem siebie, jednakże trudno jest ustalić w praktyce, które z tych dwóch elementów jest pierwotne, a które wtórne⁴. Charakter komplementarny między nimi pozwala na badanie wzajemnych zależności i ich wpływ na rozwój innowacyjny organizacji gospodarczych (w tym małych i średnich przedsiębiorstw).



Rys. 1

Źródło: J. Targalski (red.), *Innowacyjność przedsiębiorstw Małopolski i Śląska*, Wydawnictwo UE w Krakowie, Kraków 2008.

Skłonność do innowacji jest definiowana jako ocena roli innowacji w poprawie wyników przedsiębiorstwa (np. pozycji konkurencyjnej na rynku lub

³ A. Stabryła, T. Małkus (red.): *Strategie rozwoju organizacji*, Mfiles.pl, seria wydawnicza: Encyklopedia Zarządzania, Kraków 2012.

⁴ Wiciślak S., *Innowacje produktowe w strategiach firm o zasięgu krajowym, a zachowania korporacji transnarodowych*, [w:] *Ochrona wiedzy i innowacji* (red. K. Piech), Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2009.

innych korzyści ekonomicznych)⁵. Jak wcześniej wspomniano skłonność często identyfikuje się jako stan niepewności (technicznej, finansowej, społecznej itd.), który staje się wyznacznikiem podejmowanej przez przedsiębiorców decyzji w zakresie rozwoju innowacyjnego⁶. Co więcej, określa się ją jako efekt przedsiębiorczości dostarczającej synergii korzyści⁷. Skłonność jest efektem zrozumienia przez organizacje konieczności dokonywania zmian (innowacyjnych) w jej obrębie i powiązania ich z potrzebami i zasobami danej organizacji⁸. Skłonność do innowacji określa stopień jej otwartości na otoczenie i chęć ich wykorzystania. Co więcej, otwartość ta dotyczy wszelkich zmian, okazji rynkowych, metod zwiększających jakość i sprawność funkcjonowania. Z tego też punktu widzenia można wyróżnić skłonność czynną (gdy przekłada się ona na podjęcie konkretnych działań) i bierną (gdy nie wynikają z niej żadne działania)⁹.

3. Ocena skłonności do innowacji na podstawie badań własnych

3.1. Metodyka badania

Przedstawione w niniejszym opracowaniu wyniki uzyskano na podstawie badań przeprowadzonych w ramach grantu naukowego sfinansowanego przez MNiSW. Badanie to objęło MSP (zatrudniające do 249 pracowników włącznie) funkcjonujące w sześciu województwach, tj. zarówno o wysokim jak i niskim potencjale innowacyjnym. Takie zróżnicowanie miało za zadanie dokonanie porównania (geoprzestrzennego) poszczególnych elementów dotyczących rozwoju innowacyjnego badanego sektora w zakresie:

⁵ E. Stawasz: *Innowacyjność polskiego sektora MSP w świetle badań własnych*, [w:] Niedzielski P., Stanisławski R., Stawasz E. (red.) *Polityka innowacyjna państwa wobec sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – analiza uwarunkowań i ocena realizacji*, Zeszyty Naukowe nr 654, „Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 70, Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011.

⁶ E. Ramsey, P. Ibbotson and P. McCole: *The mitigating effects of uncertainty on 'e' innovation propensity: some service sector evidence*, *The Service Industries Journal*, Vol. 28, No. 1/2008.

⁷ A. Styś: *Innowacyjność – postrzeganie, znaczenie, uwarunkowania – opcja marketingowa*, *Współczesne Zarządzanie* nr 4/2011.

⁸ J. Targalski (red.): *Innowacyjność przedsiębiorstw Małopolski i Śląska*, Wydawnictwo UE w Krakowie, Kraków 2008.

⁹ A. Karasek: *Wybrane problemy efektywności przedsięwzięć innowacyjnych przedsiębiorstwa*, *Zarządzanie i finanse*, Vol. 1, No. 3/2012.

- jego charakterystyki pod względem: obrotów, wieku przedsiębiorstw, rynków docelowych, lokalizacji itd.,
- źródeł pozyskiwania rozwiązań innowacyjnych (współpracy z otoczeniem), dochodów pochodzących z rozwiązań innowacyjnych, ocen przydatności innowacji z punktu widzenia samych podmiotów, rodzajów i skali dokonywanych wdrożeń itd.,
- zasobów innowacyjnych, włączając w to: zasoby finansowe, ludzkie, techniczne i organizacyjne,
- skłonności to innowacji mierzonych za pomocą korzyści: wynikających ze zwiększenia rynkowej konkurencyjności, będących „efektem” technologicznego, finansowego i informacyjnego wsparcia, wynikających ze współpracy z zewnętrznymi partnerami (dostawcami, sektorem B+R, czy też ośrodkami rozwoju innowacji i przedsiębiorczości).

Diagnostyka będąca podstawą realizacji celów i hipotez badawczych polegała na przeprowadzeniu wywiadów bezpośrednich z wybranymi przedsiębiorstwami metodą CATI z wykorzystaniem formularza ankietowego. Rozmowy zostały przeprowadzone z właścicielami lub współwłaścicielami przedsiębiorstw bądź z ich głównymi kierownikami. Zebrane informacje poddano obróbce przy wykorzystaniu oprogramowania do zaawansowanej analizy statystycznej. Badaniu poddano te przedsiębiorstwa, które w okresie ostatnich trzech lat prowadziły działalność innowacyjną, polegającą na wdrażaniu jakichkolwiek rozwiązań innowacyjnych w zakresie produktu/usługi, technologii i metod produkcyjnych, organizacji, marketingu i zarządzania, będących nowością przynajmniej dla samego przedsiębiorstwa (w tym badaniu uwzględniono trzy skale innowacji: skalę firmy, skalę kraju i skalę międzynarodową). Do badania zakwalifikowano te podmioty, które działały w sześciu sektorach gospodarczych (w tym: wytwórczości, usługach, handlu, transporcie i budownictwie). Ich dobór do badań ankietowych miał charakter losowo-celowy, ponieważ uprzednio wylosowane przedsiębiorstwa zostały następnie zweryfikowane przez ankieterów pod względem spełniania przez nie określonych kryteriów.

3.2. Hipotezy badawcze

Jak wcześniej wspomniano, celem niniejszego opracowania jest analiza skłonności do innowacji wśród polskich małych i średnich przedsiębiorstw mierzona konkretnymi efektami i korzyściami (wymienionymi powyżej) wynikającymi z ich rozwoju innowacyjnego. Celowi temu przyporządkowano zasadniczą hipotezę badawczą, która brzmi: **Sklonność do innowacji wśród MSP jest kluczowym elementem ich rozwoju innowacyjnego wprost proporcjonalnym do osiągniętych przez te podmioty korzyści.** W praktyce oznacza to, że większe korzyści wpływają na lepszą świadomość (wśród

przedsiębiorców) co do znaczenia innowacji w rozwoju ich przedsiębiorstw i tym samym na większą skłonność do nowych wdrożeń. Hipotezie tej przyporządkowano następujące hipotezy częściowe:

- 1) istnieje duże zróżnicowanie skłonności do innowacji w zależności od wielkości przedsiębiorstw, ich stopnia innowacyjności oraz ich wieku,
- 2) skłonność do innowacji przekłada się na podnoszenie konkurencyjności przedsiębiorstw na rynku,
- 3) większe korzyści ekonomiczne wpływają na większą skłonność do innowacji,
- 4) istnieje brak relacji pomiędzy korzyściami a nakładami związanymi z wdrażaniem nowości w przedsiębiorstwach, co wyraża się brakiem ich skłonność do innowacji.

4. Rezultaty

4.1. Ogólna charakterystyka badanej próby

Jak wcześniej zaznaczono, badanie objęło swoim zasięgiem sześć województw o zróżnicowanym poziomie rozwoju innowacyjnego. Rozkład próby był w miarę proporcjonalny do liczby przedsiębiorstw innowacyjnych znajdujących się w poszczególnych województwach i wahał się średnio w przedziale od 16,8% do 19,8% (wyjątkiem był obszar województwa warmińsko-mazurskiego, gdzie przebadano tylko 8,3% podmiotów) (tab. 1).

Tabela 1. Podział geoprzestrzenny badanej próby przedsiębiorstw

Województwa	% przedsiębiorstw
Łódzkie	16,8
Mazowieckie	19,8
Pomorskie	18,7
Śląskie	19,0
Warmińsko-mazurskie	8,3
Wielkopolskie	17,2

Źródło: opracowanie badań własnych na podstawie badań własnych.

Powyższy podział wskazuje jednoznacznie, że najwięcej przedsiębiorstw wdrażających nowości znajduje się w województwie mazowieckim (19,8%), a najmniej w województwie warmińsko-mazurskim. Tak mała próba objęta badaniem wynika z faktu trudności związanych z dotarciem do tych podmiotów, które spełniałyby kryteria tego badania (m.in. dokonały wdrożeń (zmian) innowacyjnych w ciągu ostatniego okresu (przynajmniej 3 lat)).

Z punktu widzenia niniejszego opracowania istotne jest dokonanie charakterystyki tej próby ze względu na trzy podstawowe kryteria: wiek (staż) przedsiębiorstwa (okres jego działania na rynku), wielkość podmiotów wchodzących w skład tego badania oraz stopień ich innowacyjności. Znaczenie tych kryteriów (zmiennych) wynika z faktu, że stwarzają one podstawę do analizy (i wyciąganych na jej podstawie wniosków) oraz weryfikacji postawionych wcześniej hipotez. W odniesieniu do pierwszego z wymienionych kryteriów należy stwierdzić, że dominującą grupą wśród badanych przedsiębiorstw były te, których staż rynkowy był dłuższy niż 10 lat. Stanowiły one w badanej próbie ponad 80% objętych badaniem podmiotów (tab. 2). Taki ich dobór miał za zadanie zapewnić bardziej wyważone i bliższe prawdy odpowiedzi, a tym samym większą wiarygodność formułowanych na ich podstawie uogólnień.

Tabela 2. Staż rynkowy i poziom innowacji badanych przedsiębiorstw

Grupa	Niższy poziom innowacji przedsiębiorstw N = 154 (L)		Wyższy poziom innowacji przedsiębiorstw N = 108 (H)		Ogółem		Poziom nasycenia H/L [%]
	liczba	[%]	liczba	[%]	liczba	[%]	
Przedsiębiorstwa początkowe (do 3 lat)	8	5,1	4	3,7	12	4,5	50,0
Przedsiębiorstwa rozwijające się (od 3 do 10 lat)	23	14,9	15	13,8	38	14,5	65,2
Przedsiębiorstwa dojrzałe (powyżej 10 lat)	123	79,8	88	81,5	211	80,5	71,5

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych oraz R. Stanisławski, Zdolność do innowacji małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce warunkiem ich rozwoju i podnoszenia konkurencyjności rynkowej, w druku.

Powyższe dane wskazują na istnienie pewnej prawidłowości pole-gającej na wzroście udziału przedsiębiorstw „wyżej innowacyjnych” w zależności od ich stażu rynkowego. Im staż jest dłuższy tym udział podmiotów o wyższym poziomie innowacji też jest większy. W praktyce oznacza to, że zdecydowanie większe nasycenie rozwiązaniami innowacyjnymi było wśród grupy przedsiębiorstw dojrzałych (tzn. działających na rynku dłużej niż 10 lat). Uwzględniając drugie kryterium (wielkość przedsiębiorstw liczonych liczbą zatrudnionych), należy stwierdzić, że największą grupę stanowiły małe (ok. 40%)

i mikroprzedsiębiorstwa (ok. 35%). Średnich podmiotów było zdecydowanie mniej, gdyż stanowiły one niespełna 25% badanych (tab. 3).

Tabela 3. Udział poszczególnych grup przedsiębiorstw w podziale na nisko i wysoko innowacyjne

Rodzaj przedsiębiorstwa	Średnia wielkość zatrudnienia (liczba osób)	Wielkość przedsiębiorstwa [%]		
		0-9 osób (mikro)	10-49 osób (małe)	50-249 (średnie)
Nisko innowacyjne	43,5	19,08	24,05	5,65
Wysoko innowacyjne	36,3	16,41	16,03	18,78
Razem	40,5	35,5	40,08	24,43

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych oraz R. Stanisławski, Zdolność do innowacji małych i średnich przedsiębiorstw..., op. cit.

Dane zamieszczone powyżej wskazują na istnienie zróżnicowania pomiędzy wielkością badanych przedsiębiorstw a ich poziomem innowacyjności. Wskazują one na istnienie zależności pomiędzy poziomem zatrudniania (ich wielkością) a poziomem ich innowacyjności. Okazuje się bowiem po pierwsze, że podmioty „wysoko innowacyjne” są zaliczane zdecydowanie do większych podmiotów (18,78% oraz 5,65%), co jest zgodne z przyjętą powszechnie tezą zakładającą łatwiejszy dostęp ich do zewnętrznych zasobów (wiedzy i kapitału). Po drugie, przedsiębiorstwa nisko innowacyjne z reguły zatrudniają więcej osób niż przedsiębiorstwa wysoko innowacyjne, co wydaje się zgodne z przyjętą logiką i sensem dokonywania wdrożeń innowacyjnych. W praktycznym ujęciu oznacza to potwierdzenie istnienia relacji między tymi dwoma kryteriami (zmiennymi), co może dowodzić istnienia adekwatności w zakresie podejmowanych wdrożeń innowacyjnych (nakładów) w stosunku do osiągniętych korzyści (mniejszego zatrudnienia).

Dane zamieszczone zarówno w tab. 2 jak i 3 wyraźnie wskazują na istnienie zróżnicowania i wzajemnych relacji pomiędzy tymi zmiennymi. Poziom rozwoju innowacyjnego jest zależny od wielkości podmiotów oraz stażu rynkowego. Należy jeszcze dodać, że są one wprost proporcjonalne: bardziej innowacyjne są podmioty średnie (dysponujące większymi zasobami) niż mniejsze oraz o dłuższym stażu rynkowym, co wynika z ich większego doświadczenia i świadomości w zakresie opłacalności dokonywanych zmian. Warto jeszcze podkreślić, że średni poziom zatrudnienia jest większy w przedsiębiorstwach o niższym poziomie innowacyjności, co jest efektem (w dużym uproszczeniu) najprawdopodobniej braku wprowadzania rozwiązań organizacyjnych czy też procesowych.

4.2. Ocena skłonności polskich MSP na podstawie badań własnych

Skłonność do innowacji jest mierzona konkretnymi efektami, jakie przedsiębiorstwa uzyskują w wyniku wprowadzania rozwiązań innowacyjnych. Należy do nich niewątpliwie zaliczyć: poprawę pozycji konkurencyjnej na rynku czy też wymierne korzyści ekonomiczne. Z przeprowadzonych badań wynika, że aż ponad 75% badanych przedsiębiorstw dostrzega poprawę pozycji konkurencyjnej wskutek wprowadzonych zmian innowacyjnych (tab. 4).

Tabela 4. Poprawa pozycji konkurencyjnej wskutek wprowadzonej innowacji (z uwzględnieniem wieku, wielkości i poziomu innowacyjności przedsiębiorstw) (% przedsiębiorstw)

W zależności od:	Nisko innowacyjne	Wysoko innowacyjne	Razem	Ogólnie dla całego MSP	
Wielkości przedsiębiorstwa					
Mikro	68,0	79,0	74,1	75,57	
Małe	63,4	82,6	73,3		
Średnie	80,4	88,0	81,2		
Wiek przedsiębiorstwa					
Początkowe	0,6	3,7	0,2		
Rozwijające się	13,8	14,2	14,12		
Dojrzałe	66,6	77,7	59,5		

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań własnych.

Powyższe dane wskazują na duże znaczenie innowacji dla poprawy konkurencyjności na rynku. Świadczy to o tym, że przedsiębiorcy w zdecydowanej większości doceniają znaczenie innowacji w kontekście poprawy swojej pozycji rynkowej. Niewielka część z nich (ok. 25%), twierdzi, że wprowadzone zmiany w żaden sposób nie wpłynęły na rozwój przedsiębiorstwa i podniesienie jego konkurencyjności. Dokonując analizy tej oceny, należy stwierdzić istniejącą prawidłowość polegającą na tym, że im większy podmiot tym ocena znaczenia innowacji dla przedsiębiorstwa jest lepsza. Co więcej, ocena ta jest lepsza wraz ze wzrostem poziomu innowacyjności. Wydaje się, że powyższa zależność jest logiczna i zgodna z zasadą brzmiącą następująco: im wyższy poziom innowacyjności i oryginalności wdrażanych produktów, tym lepsza ocena w poprawie pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw.

Uwzględniając zróżnicowanie dotyczące wieku funkcjonowania przedsiębiorstw, należy zaznaczyć, że istnieje podobna sytuacja jak powyżej. Im starsze (a co za tym idzie) większe przedsiębiorstwo (tab. 5), tym wyższa ocena roli innowacji. Widoczne jest to we wszystkich grupach przedsiębiorstw (zarówno nisko jak i wysoko innowacyjnych), gdzie znaczenie innowacji w największym

stopniu jest dostrzegane wśród wysoko innowacyjnych przedsiębiorstw. Powyższe dane potwierdzają występującą zależność pomiędzy innowacją (jej wpływem na konkurencyjność) a wielkością i wiekiem przedsiębiorstwa, z zaznaczeniem że istnieje w tym zakresie dosyć duże zróżnicowanie świadczące o tym, że między tymi trzema zmiennymi istnieje ścisła korelacja (wzrost w miarę proporcjonalny). Stąd też (biorąc pod uwagę efekt jakim jest poprawa konkurencyjności) należy stwierdzić, że skłonność do innowacji wśród MSP jest dosyć wysoka bo wynosi ok. 75%, z położeniem nacisku na różnice występujące w tej ocenie uwzględniające wielkość, stopień innowacyjności oraz wiek przedsiębiorstwa.

Również dokonując oceny skłonności do innowacji poprzez pryzmat korzyści wynikających z jej wdrożeń, należy stwierdzić, że przedsiębiorstwa w większości przypadków widzą sens wprowadzania tych zmian (76,3%). Świadczy to o docenianiu przez przedsiębiorców innowacji w rozwoju ich podmiotów, a co jest najważniejsze o tym, że widzą oni konkretne (wymierne) korzyści z wprowadzania zmian w swoich podmiotach. Poniżej przedstawiono zestawienie uzyskanych w ramach tego badania danych, świadczących o powyższej tezie (tab. 5).

Tabela 5. Korzyści ekonomiczne wynikające z wprowadzonych zmian innowacyjnych (z uwzględnieniem wieku, wielkości i poziomu innowacyjności przedsiębiorstw) (% przedsiębiorstw)

W zależności od:	Nisko innowacyjne	Wysoko innowacyjne	Razem	Ogólnie dla całego MSP	
Wielkości przedsiębiorstwa					
Mikro	58,0	83,3	68,8	76,34	
Małe	71,4	88,0	78,1		
Średnie	80,0	91,3	84,3		
Wiek przedsiębiorstwa					
Początkowe	1,2	3,7	2,6		
Rozwijające się	10,3	24,0	16,0		
Dojrzałe	57,7	70,3	62,9		

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań własnych.

Powyższe dane wskazują na istnienie zależności pomiędzy poziomem innowacyjności przedsiębiorstw a ich wielkością. Im większy podmiot oraz wyższy poziom jego innowacyjności tym lepsza ocena korzyści ekonomicznych. W przypadku badanego sektora pozytywna ocena tych korzyści wynosi odpowiednio: dla mikroprzedsiębiorstw 68,8%, dla małych 78,1 oraz dla średnich 84,3%. Wielkości te w znacznym stopniu pokrywają się z danymi zamieszczonymi w tabeli 15, co dowodzi że skłonności do innowacji w jednym

jak i drugim przypadku kształtują się na tak wysokim poziomie. Koniecznie wydaje się również zwrócić uwagi na relacje pomiędzy wiekiem a oceną korzyści wynikających ze zmian innowacyjnych. Najlepiej w tym zakresie „wypadają” przedsiębiorstwa dojrzałe o podwyższonym stopniu innowacyjności (70,3%). Świadczy to o tym, że im wyższy poziom innowacyjności przedsiębiorstw w badanym sektorze, tym większa skłonności do innowacji.

Dane zamieszczone w tabeli 6 wskazują na wysoki odsetek podmiotów twierdzących o opłacalności podejmowanych działań innowacyjnych, a tym samym o istniejącej adekwatności pomiędzy korzyściami a ponoszonymi w związku z tym nakładami.

Tabela 6. Ocena adekwatności korzyści z innowacji w stosunku do poniesionych nakładów (z uwzględnieniem wieku, wielkości i poziomu innowacyjności przedsiębiorstw) – ocena skłonności (% przedsiębiorstw)

W zależności od:	Nisko innowacyjne	Wysoko innowacyjne	Razem	Ogólnie dla całego MSP	
Wielkości przedsiębiorstwa					
Mikro	62,0	79,0	69,8	72,5	
Małe	78,2	61,9	68,5		
Średnie	75,6	95,6	82,8		
Wiek przedsiębiorstwa					
Początkowe	1,9	2,7	2,2		
Rozwijające się	7,7	18,5	13,7		
Dojrzałe	12,9	18,5	15,2		

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań własnych.

Podobnie jak w poprzednich przypadkach (co potwierdza tezę o istniejącej zależności pomiędzy wiekiem i wielkością przedsiębiorstwa) największe korzyści w stosunku do poniesionych nakładów dostrzegają podmioty największe (95,5%) w tym sektorze (z grupy wysoko innowacyjnych) oraz najstarsze (18,5%). Jednakże wśród podmiotów dojrzałych stopień adekwatności jest zdecydowanie niższy w porównaniu z bezpośrednimi korzyściami. Może to świadczyć o tym, że pomimo bezpośrednich wymiernych efektów wynikających z wdrożonych rozwiązań oczekiwania wynikające z poniesionych nakładów są znacznie większe. Szczególnie jest to widoczne w grupie nisko innowacyjnej, gdzie aż ok. 25% przedsiębiorstw ocenia, że nakłady poniesione na rozwój innowacyjny nie są adekwatne do korzyści, co może dowodzić błędów w dziedzinie zarządzania innowacjami (przedsiębiorstwa nie potrafią wykorzystać nowości dla podniesienia własnej konkurencyjności na rynku – stąd też ich rozczarowanie).

O wysokim poziomie skłonności do innowacji najlepiej świadczą dane zamieszczone w tabeli poniżej, gdzie ponad 90% badanych podmiotów zadeklarowało wdrażanie nowości w swoich przedsiębiorstwach na najbliższe kilka lat (3 lat). Świadczy to również o dużej świadomości przedsiębiorców co do znaczenia nowych rozwiązań dla dalszego rozwoju badanego sektora (tab. 7).

Tabela 7. Planowany rozwój innowacyjny (z uwzględnieniem wieku, wielkości i poziomu innowacyjności przedsiębiorstw) (% przedsiębiorstw)

W zależności od:	Nisko innowacyjne	Wysoko innowacyjne	Razem	Ogólnie dla całego MSP	
Wielkości przedsiębiorstwa					
Mikro	80,0	95,3	87,1	90,08	
Małe	87,3	97,6	91,4		
Średnie	87,8	100	92,1		
Wiek przedsiębiorstwa					
Początkowe	3,8	3,7	3,8		
Rozwijające się	16,2	14,8	15,6		
Dojrzałe	64,9	78,7	70,6		

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań własnych.

Największy udział „chętnych” do wdrożeń nowości w najbliższej przyszłości znajduje się w grupie podmiotów średnich (100%) oraz dojrzałych (78,7%). Zdecydowanie mniejszy odsetek przedsiębiorstw zdecydowanych do wdrażania innowacji znajduje się wśród początkowych jak i rozwijających się, co wynika prawdopodobnie z ograniczonej dostępnych zasobów, w tym mniejszego doświadczenia i posiadanej w tym zakresie wiedzy.

Reasumując, należy stwierdzić, że istnieje duże zróżnicowanie skłonności do innowacji, uwzględniając wielkość, wiek i poziom innowacyjności badanych przedsiębiorstw. Pozwala to pozytywnie zweryfikować hipotezę, zakładającą zróżnicowanie w zależności o wspomnianych powyżej kategorii. Co więcej, okazuje się, że poziom skłonności jest bardzo wysoki, gdyż kształtuje się w przedziale 72-75% badanej populacji, co również jest zgodne z przyjętą hipotezą dotyczącą wysokiego poziomu skłonności do innowacji. Nieprawdziwa jest jednak hipoteza, w myśl której brakuje relacji pomiędzy nakładami a efektami wynikającymi z wprowadzanych wdrożeń. Okazuje się, że 72% przedsiębiorstw twierdzi, że korzyści są adekwatne do poniesionych nakładów.

5. Zakończenie

Uwzględniając powyższe dane dotyczące skłonności do innowacji, należy jednoznacznie stwierdzić, że kształtuje się ona na bardzo wysokim poziomie (w przedziale 72-75%). Jest to niewątpliwie pozytywne zjawisko wpływające na rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w dłuższej perspektywie czasu. Należy jednak pamiętać, że skłonność do innowacji jest tylko jednym z elementów kształtujących innowacyjność omawianych podmiotów. Z drugiej strony niezmiernie istotne znaczenie ma zdolność do innowacji¹⁰. Dopiero wzajemne „zderzenie” tych dwóch czynników pozwala na formułowanie sądów i uogólnień dotyczących warunków rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. Niemniej jednak przeprowadzone w niniejszym opracowaniu analizy pozwalają na pozytywne zweryfikowanie założonej hipotezy, w myśl której: **Skłonność do innowacji wśród MSP jest kluczowym elementem ich rozwoju innowacyjnego wprost proporcjonalnym do osiągniętych przez te podmioty korzyści.**

Ponadto należy jeszcze wskazać na kilka istniejących prawidłowości, które wynikają m.in. założonych i zweryfikowanych hipotez:

- 1) istnieje duże zróżnicowanie skłonności innowacyjnej badanych przedsiębiorstw w odniesieniu do wielkości, wieku i poziomu innowacyjnego, co może świadczyć o wzroście świadomości przedsiębiorców co do znaczenia wdrożeń innowacyjnych,
- 2) skłonność do innowacji jest w bardzo zróżnicowany sposób oceniana przez badane przedsiębiorstwa i w największym stopniu jest zależna od poziomu innowacyjności podmiotu (im bardziej innowacyjny tym bardziej pozytywna ocena stopnia adekwatności), skali i wieku przedsiębiorstwa (im starszy podmiot tym wyższa skłonność),
- 3) część przedsiębiorstw uważa, że nie istnieje związek (brak adekwatności) pomiędzy nakładami (wdrożeniem nowości) a efektem końcowym jakim jest podniesienie konkurencyjności rynkowej, co wynika prawdopodobnie z braku umiejętności zarządzania innowacjami w przedsiębiorstwie,
- 4) poziom innowacyjności pozostaje w ścisłym związku z wielkością przedsiębiorstw – podmioty o większym poziomie innowacyjności są podmiotami większymi (wyposażonymi w większe zasoby),
- 5) średni poziom zatrudnienia jest większy w przedsiębiorstwach o niższym poziomie innowacyjności, co jest efektem (w dużym uproszczeniu) najprawdopodobniej braku wprowadzania rozwiązań organizacyjnych czy też procesowych w tych organizacjach gospodarczych.

¹⁰ Więcej na ten temat: R. Stanisławski, *Wpływ dynamicznych zdolności innowacyjnych na kształtowanie przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, Organizacja i Kierowanie nr 3/2013.

Literatura

- [1] **Afonso O., Monteiro S., Thompson M.:** *A Growth Model for the Quadruple Helix Innovation Theory*, Working Paper Series, NIPE nr 12, 2010, pp. 2-17.
- [2] **Karasek A.:** *Wybrane problemy efektywności przedsięwzięć innowacyjnych przedsiębiorstwa*, Zarządzanie i finanse, Vol. 1, No. 3/2012.
- [3] **Ramsey E., Ibbotsonb P. and McCole P.:** *The mitigating effects of uncertainty on 'e' innovation propensity: some service sector evidence*, The Service Industries Journal Vol. 28, No. 1, January 2008, 53-72.
- [4] **Rigotti L., Ryan M., & Vaithianathan R.:** *Tolerance of ambiguity and entrepreneurial innovation*, Retrieved 22 February 2004, from http://faculty.fuqua.duke.edu/_rigotti/bio/RRV.pdf
- [5] **Stabryła A., Malkus T. (red.):** *Strategie rozwoju organizacji*, Mfiles.pl, seria wydawnicza: Encyklopedia Zarządzania, Kraków 2012.
- [6] **Stanisławski R.:** *Wpływ dynamicznych zdolności innowacyjnych na kształtowanie przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, Organizacja i Kierowanie, nr 3/2013.
- [7] **Stanisławski R.:** *Zdolność do innowacji małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce warunkiem ich rozwoju i podnoszenia konkurencyjności rynkowej*, w druku.
- [8] **Stawasz E.:** *Innowacyjność polskiego sektora MSP w świetle badań własnych*, [w:] Niedzielski P., Stanisławski R., Stawasz E. (red.), *Polityka innowacyjna państwa wobec sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – analiza uwarunkowań i ocena realizacji*, Zeszyty Naukowe, nr 654, Ekonomiczne Problemy Usług, nr 70, Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011.
- [9] **Styś A.:** *Innowacyjność – postrzeganie, znaczenie, uwarunkowania – opcja marketingowa*, Współczesne Zarządzanie nr 4/2011.
- [10] **Targalski J. (red.):** *Innowacyjność przedsiębiorstw Małopolski i Śląska*, Wydawnictwo UE w Krakowie, Kraków 2008.
- [11] **Wiciślak S.:** *Innowacje produktowe w strategiach firm o zasięgu krajowym, a zachowania korporacji transnarodowych*, [w:] *Ochrona wiedzy i innowacji* (red. K. Piech), Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2009.