

Współczesna Gospodarka



Contemporary Economy
Electronic Scientific Journal
www.wspolczesnagospodarka.pl

Vol. 1 Issue 1 (2010) 37-48
ISSN 2082-677X

WYBRANE ASPEKTY INNOWACJI WE WSPÓŁCZESNYM PRZEDSIĘBIORSTWIE

Aneta Oniszczyk-Jastrzębek

Streszczenie

Współcześnie innowacyjnym i konkurencyjnym jest to przedsiębiorstwo, które posiada umiejętność wykorzystania kapitału intelektualnego i systemu informatycznego w celu poznania rynku oraz wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków pożądaných przez konsumentów ze względu na wysoki poziom nowoczesności. Dlatego też coraz więcej przedsiębiorstw, wchodzi w skład organizacji sieciowej, realizującej procesy innowacji gdyż wspólnie są w stanie wytwarzać wyższą wartość, niż wtedy gdy działałyby same. Zatem, innowacje mogą stanowić podstawowe źródło budowania specyficznych i unikalnych umiejętności przedsiębiorstwa a ich skala zależy w dużej mierze od ilości środków przeznaczanych na działalność badawczo-rozwojową finansowaną zarówno przez państwo, jak i przez samo przedsiębiorstwo.

Słowa kluczowe: innowacje, konkurencyjność, przedsiębiorstwo

Wstęp

Ciągle zmieniający się rynek stawia przed przedsiębiorstwami nowe wymagania w zakresie kreowania i dostarczania satysfakcji klientom. Niezwykle ważną zatem rolę odgrywa działalność innowacyjna i nowe technologie, w tym zwłaszcza technologie informacyjne i komunikacyjne, rewolucjonizujące sposoby wytwarzania i dostarczania tradycyjnych produktów, jak również zupełnie nowych, nie istniejących dotychczas..

Przedsiębiorstwo można uznać za innowacyjne, jeśli uczestniczy w procesach innowacji, tzn. prowadzi w szerokim zakresie prace badawczo-rozwojowe lub dokonuje zakupów projektów nowych produktów, rozwiązań w zakresie technologii, produkcji, czy zarządzania (np. personelem, finansami, marketingiem, jakością), systematycznie wdraża i wprowadza na rynek nowe rozwiązania naukowo-techniczne oraz przeznaczają na działalność innowacyjną stosunkowo wysokie środki finansowe¹. Przedsiębiorstwo innowacyjne powinno charakteryzo-

¹ M. Dolińska, *Innowacje w przedsiębiorstwie, na rynku, w regionie*, „*Ekonomika. Organizacja. Przedsiębiorstwa*” 2004, nr 9, s. 20.

wać się nie tylko wysoką zdolnością do tworzenia i wdrażania innowacji ale również do ich adaptacji z zewnątrz.

1. Pojęcie i istota innowacji

Na przestrzeni lat innowacje rozumiane były w bardzo różny sposób. Ich znaczenie w gospodarce uzależnione było od idei i poglądów reprezentowanych w danym okresie. Masowa produkcja przeznaczona dla anonimowego konsumenta spowodowała wzrost konkurencji na rynku, a tym samym wzrost możliwości wyboru określonych produktów. Rynek producenta przekształcał się stopniowo w rynek konsumenta, wymagającego i świadomego swych praw, poszukującego produktów tańszych o coraz wyższej jakości. Sytuacja rynkowa zmusiła więc producentów do zatroszczenia się o innowacyjne produkty, które będą zaspokajały zmieniające się potrzeby klientów.² Naukowcy zaczęli coraz więcej uwagi poświęcać innowacjom, definiując je w różny sposób. Jedną z definicji jest klasyczne ujęcie zaproponowane przez J. Schumpetera, który innowacje definiuje jako: „(...) *nieciągłe przeprowadzanie nowych kombinacji w następujących przypadkach:*

- wprowadzenie nowego towaru lub nowej metody produkcji,
- otwarcie nowego rynku, na którym dana gałąź przemysłu nie była uprzednio wprowadzona, bez względu na to, czy rynek ten istniał, czy nie,
- zdobycie nowego źródła surowców,
- wprowadzenie nowego typu organizacji przedsiębiorstwa.”³

Schumpeter sformułował też tezę, że innowacyjność przedsiębiorstw stanowi o rozwoju gospodarczym w większym stopniu niż kapitał, natomiast przedsiębiorcą jest każdy, kto wprowadza nowe kombinacje.

Odmienne definiuje innowacje P. Drucker, według którego: „*Innowacja jest szczególnym narzędziem przedsiębiorców, za pomocą którego czynią oni ze zmiany okazje do podjęcia nowej działalności gospodarczej lub do świadczenia nowych usług. Przedsiębiorcy powinni w celowy sposób szukać źródeł innowacji, szukać ich objawów, wskazujących na okazję do skutecznej innowacji. Powinni także znać i stosować zasady skutecznej innowacji*”⁴. Z definicji Schumpetera wynika, że innowacja jest to termin, przez który rozumie się praktyczne wprowadzenie w przedsiębiorstwie nowego⁵ rozwiązania w odniesieniu do produktu, procesu lub organizacji. Aby nowe produkty i procesy zostały uznane za innowacje muszą mieć wartość ekonomiczną, na co wskazuje ich komercjalizacja. Wynalazki nie wdrożone, leżące latami na półkach, nie mogą być w tym ujęciu traktowane jako innowacje. Natomiast Drucker definiuje innowacje jako celowe wyszukiwanie okazji do wprowadzania nowości, podkreślając globalny jej charakter. Pisał on mianowicie, że: *innowacje przenikają wszelkie sfery działalności produktu, również w zakresie zmian wzoru produktu, metod marketingu, oferowanej ceny, usługi dla klienta, czy zmiany w organizacji i metodach zarządzania*⁶. Uważa on również, że innowacje dotyczą wszystkich sfer życia – spraw międzynarodowych, polityki, ekonomii, techniki i biznesu.⁷

² Więcej na temat pierwszych wynalazków i historii powstania innowacji w: A. Szcześniak, *Praktyczna użyteczność nauki* [w:] *Przedsiębiorczy Uniwersytet. Praktyczna użyteczność badań naukowych i prac badawczo-rozwojowych. Projektowanie i prowadzenie badań naukowych we współpracy z gospodarką*. Red. M. Bąk, P. Kulawczuk, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa 2009, s. 15-26.

³ J. Schumpeter, *Teoria wzrostu gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 104.

⁴ P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWN, Warszawa 1992, s. 29.

⁵ J. Schumpeter przyjmując za kryterium stopień nowości wyróżnia innowacje i imitacje. Innowacje to pierwsze zastosowanie wynalazku w gospodarce a kolejne jego zastosowania to imitacje. J. Schumpeter, *op. cit.*, s. 133.

⁶ P. Drucker, *Praktyka zarządzania*, AE, Kraków 1994, s. 43.

⁷ P.F. Drucker, *Natchnienie i fart czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2004, s. XII.

Definicji innowacji jest wiele⁸, np. zdaniem P. Kotlera: „*Innowacja odnosi się do jakiegokolwiek dobra, usługi lub pomysłu, który jest postrzegany przez kogoś jako nowy. Pomysł może istnieć od dawna, ale stanowi innowację dla tej osoby, która go postrzega jako nowy*”⁹. W wąskim ujęciu innowację stanowi: „*(...) pierwsze handlowe wprowadzenie (zastosowanie) nowego produktu, procesu, systemu lub urządzenia*”¹⁰. Z technologicznego punktu widzenia innowacja jest definiowana jako chęć odejścia od istniejących technologii, czy stosowanych praktyk na rzecz adaptacji nowych, w tym zdolności przystosowywania się do zmieniających się warunków w otoczeniu. Obok definicji przedstawiających innowacje z punktu widzenia technicznego, ekonomicznego czy organizacyjnego, opisuje się je w ujęciu wieloaspektowym, wyróżniając, np. ujęcie behawioralne, które wskazuje na zmiany zachowań i odnosi się do stopnia w jakim pojedynczy konsument lub przedsiębiorstwo w porównaniu z innymi uczestnikami rynku są gotowy na akceptację nowych idei¹¹. Z przedstawionych definicji można wywnioskować, że innowacje rozumiane i definiowane są bardzo szeroko, co wynika z różnic w stylach zarządzania przedsiębiorstwami.

Innowacja jest zjawiskiem społecznym, z czym związane jest tworzenie proinnowacyjnej kultury, przedsiębiorczości, społecznej akceptacji. Innowacja jest procesem złożonym z odrębnych, a jednocześnie sprzężonych i współzależnych faz. Kolejną cechą innowacji jest to, że odbywa się ona w konkretnej przestrzeni i „*(...) jeśli w innym miejscu przestrzeni nie istnieje inny zorganizowany układ innowacyjny, to przeniesienie innowacji jest niemożliwe*”¹².

W związku z tym, dla pewnego ujednoczenia pojęć, przyjmijmy następującą definicję: *Innowacja jest to celowo zaprojektowana przez człowieka zmiana dotycząca produktu, metod wytwarzania, organizacji pracy i produkcji oraz metod zarządzania, zastosowana po raz pierwszy w danej społeczności, celem osiągnięcia określonych korzyści społeczno-gospodarczych, spełniająca określone kryteria techniczne, ekonomiczne i społeczne*¹³. Należy pamiętać, że nie każda zmiana jest innowacją ale każda innowacja jest korzystną zmianą istniejącego stanu.

2. Źródła innowacji w przedsiębiorstwie

Przedsiębiorstwa mogą korzystać z tych możliwości otoczenia, które stanowią **źródła innowacji**, są to: nieoczekiwane okazje, np. nieoczekiwane powodzenie lub porażka, nieoczekiwane zdarzenie zewnętrzne, niezgodność między rzeczywistością a wyobrażeniami o niej, innowacja wynikająca z potrzeb procesu, zmiany w strukturze przemysłu lub strukturze rynku, które wszystkich zaskakują, demografia, zmiany z postrzeganiu, nastrojach, wartościach, oraz wiedza, zarówno w dziedzinie nauk ścisłych, jak i innych.

Do wymagań otoczenia, wymuszających pojawianie się innowacji w przedsiębiorstwach, należą takie czynniki jak skracanie się cykli życia produktów, silna konkurencja ze strony innych przedsiębiorstw, migracja wartości polegająca na zmieniających się obszarach działań i wchodzeniu na nowe obiecujące rynki, zacieranie się granic branż, rozwój technologii informatycznych przyczyniających się do powstawania nowych form prowadzenia biznesu, organizacji przedsiębiorstwa i kanałów sprzedaży, dzięki możliwości płynnych przepływów danych i informacji oraz globalizacja, która przy wykorzystaniu Internetu i nowoczesnych środków komu-

⁸ Wiele współczesnych określeń innowacji bazuje na definicji J. A. Schumpetera, który zdaniem autorki pracy w sposób uniwersalny wskazał jej cechy.

⁹ P. Kotler, *Marketing-analiza, planowanie, wdrożenie i kontrola*, Wydawnictwo Felberg SJA, Warszawa 1999, s. 322.

¹⁰ A. Jasiński, *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Difin, Warszawa 2006, s. 10.

¹¹ M. Goławska, *Koncepcja innowacyjności*, „Marketing i Rynek” 2004, nr 11, s. 39.

¹² S. Pangsy-Kania, *Polityka innowacyjna państwa a narodowa strategia konkurencyjnego rozwoju*, UG, Gdańsk 2007, s. 46.

¹³ J. Baruk, *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006, s. 102-103.

nikacji sprawia, że coraz częściej lokalne przedsiębiorstwa stają się elementem globalnych sieci kooperacyjnych. Wiedza, talent i czas pracowników to najcenniejsze zasoby przedsiębiorstwa w obliczu rosnącej złożoności i zmienności otoczenia.¹⁴

Ze względu na własność posiadanych przez przedsiębiorstwo zasobów możemy mówić o potencjale innowacyjnym wewnętrznym i zewnętrznym¹⁵, czyli zdolności do efektywnego wdrażania innowacji. **Oczywiste jest, że im zasobów jest więcej i im są one lepsze, tym większa szansa na wdrożenie innowacji.**

J. Penc wyróżnia źródła innowacji, przyjmując za kryterium miejsce ich powstawania na: źródła egzogeniczne (zewnętrzne) i endogeniczne (wewnętrzne). Źródła egzogeniczne to źródła zagraniczne i krajowe, do których zaliczyć można: zagraniczne zaplecze badawczo-rozwojowe, organizacje zajmujące się transferem wiedzy i technologii, import maszyn, urządzeń, zakupy licencji, usług, badania prowadzone przez wyższe uczelnie i placówki PAN, granty finansowane przez KBN, badania naukowe i techniczne, prowadzone przez instytuty branżowe, biura projektowe, ośrodki doświadczalne, przedsiębiorstwa innowacyjne, zajmujące się przekazywaniem projektów innowacyjnych, rozmaite instytucje badawcze znajdujące się poza sferą produkcyjną. Źródła endogeniczne to wyniki prac własnego zaplecza badawczego i technicznego, kół jakości, kadry kierowniczej, racjonalizatorów. Potencjał innowacyjny wewnętrzny bazuje na zasobach wewnętrznych przedsiębiorstwa, takich jak np. zasoby ludzkie, wielkość i przeznaczenie zasobów finansowych, rzeczowe składniki majątku, własne zaplecze badawczo-rozwojowe oraz wiedza i informacje technologiczne. Natomiast potencjał innowacyjny zewnętrzny tworzą zasoby otoczenia pozostające do dyspozycji przedsiębiorstwa.

Jednym z podstawowych warunków funkcjonowania każdego przedsiębiorstwa jest posiadanie odpowiedniego kapitału do prowadzenia działalności gospodarczej. Każda decyzja przedsiębiorstwa ma swoje przełożenie na jego sytuację finansową. Zaangażowane środki finansowe stanowią mechanizm napędzający funkcjonowanie każdego przedsiębiorstwa. Bez odpowiedniej ilości kapitału nie jest możliwy rozwój, a nawet utrzymanie się przedsiębiorstwa na rynku. Wysokość środków finansowych na działalność innowacyjną uzależniona jest od rodzaju działalności przedsiębiorstwa. Proporcje oraz okres finansowania jest odmienny w zależności od tego czy jest to działalność produkcyjna czy usługowa. Metody finansowania oraz wielkość uzyskanych środków kapitałowych, których przedsiębiorstwo potrzebuje do rozpoczęcia działań innowacyjnych, są zależne od wielu czynników m.in.: wielkości przedsiębiorstwa, formy własności, rodzaju stosowanej technologii a przede wszystkim od realizowanego przedsięwzięcia. Dlatego też nie można przedstawić jednego sposobu finansowania działalności innowacyjnej idealnego dla każdego przedsiębiorstwa.¹⁶ Należy pamiętać, że metody finansowania zależne są od różnych czynników, np. od rodzaju przedsięwzięcia, czy możliwości finansowych przedsiębiorstwa. Znacznie trudniej jest uzyskać wsparcie finansowe długookresowe na działalność inwestycyjną, rozwojową. Bariery wejścia inwestorów prywatnych w przedsięwzięcie, możliwości wyjścia z inwestycji i realizacji zysków oraz stan infrastruktury instytucjonalno-prawnej to czynniki określające podaż kapitału na działalność innowacyjną.¹⁷

¹⁴ A. Milecki, *Innowacyjność – kluczowy czynnik sukcesu polskich firm na globalnym rynku* [w:] *Spoleczne problemy zarządzania. Studia i przypadki na Jubileusz Profesora Kazimierza Dobrzańskiego*. Red. K. Zieniewicz, AE, Poznań 2004, s. 84-85.

¹⁵ J. Penc, *Innowacje i zmiany w firmie*, AW Placet, Warszawa 1999, s. 160-163.

¹⁶ A. Sosnowska, S. Łobejko, A. Kłopotek, J. Brdulak, A. Rutkowska-Brdulak, K. Żbikowska, *Jak wdrażać innowacje technologiczne w firmie. Poradnik dla przedsiębiorców*, PARP, Warszawa 2005, s. 90.

¹⁷ Więcej w: W. Pełka, *Finansowe uwarunkowania rozwoju innowacji w Polsce* [w:] *Innowacje w rozwoju gospodarki i przedsiębiorstw: siły motoryczne i bariery*. Red. E. Okoń-Horodyńska, A. Zacharowska-Mazurkiewicz, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2007, s. 157-160; A. Sosnowska, S. Łobejko, A. Kłopotek, *Zarządzanie firmą innowacyjną*, Difin, Warszawa 2001, s. 103-108; K. Janasz, *Źródła i sposoby finansowania innowacji w*

Niewątpliwie źródła finansowania działalności innowacyjnej można podzielić na wewnętrzne i zewnętrzne. Wewnętrzne finansowanie polega na wypracowaniu zysku i przeznaczaniu go na dofinansowanie działalności lub wtórny dopływ środków finansowych uzyskanych w drodze spieniężenia, np. majątku rzeczowego, finansowego lub z odpisów amortyzacyjnych. Natomiast finansowanie zewnętrzne to dopływ środków spoza przedsiębiorstwa. Istotne znaczenie w finansowaniu działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa ma system finansowy państwa, zasady przyznawania pożyczek, kredytów, możliwość otrzymania dotacji oraz polityka podatkowa, mogą wpłynąć na zainteresowanie działalnością innowacyjną.

Należy podkreślić, że potencjał innowacyjny wewnętrzny warunkuje możliwość wykorzystania zasobów zewnętrznych, dlatego też ważne jest stworzenie wewnątrz organizacji odpowiednich warunków do wdrażania innowacji. Myśląc więc o przetrwaniu przedsiębiorstwa w długim okresie nie należy zapominać o poszerzaniu zaplecza innowacji, czyli o czynnikach produkcji i ciągłym rozpoznawaniu potrzeb rynku. Innowacje wymagają zatem inwestycji w aktywa przedsiębiorstwa, którymi są: **wartości niematerialne i prawne**, rozumiane jako nabyte prawa majątkowe i przywileje (np. licencje, patenty, prawa autorskie, znaki towarowe, itp.), **rzeczowy majątek trwały** (m.in. budynki, budowle, środki transportu, grunty, itp.), **finansowy majątek trwały**, czyli długoterminowe papiery wartościowe oraz **należności długoterminowe**, których okres spłaty na dzień bilansowy jest dłuższy niż rok.¹⁸

Zatem szczególnej uwagi wymagają kluczowe kompetencje przedsiębiorstwa, np.: wartości, systemy zarządzania, wiedza, umiejętności techniczne, doświadczenie, kreatywność, skłonność do zespołowego rozwiązywania problemów, które efektywnie służyły przedsiębiorstwu w przeszłości, lecz mogą przekształcić się w kluczowe bariery działalności innowacyjnej. Tak więc, przedsiębiorstwo powinno systematycznie wzbogacać swoją działalność o nową wiedzę, nowych ludzi, nowe metody zarządzania, nowe środki techniczne, nowe pomysły, umiejętności oraz nowe przejawy współpracy z innymi przedsiębiorstwami.¹⁹

Potencjał innowacyjny zewnętrzny to szereg uwarunkowań otoczenia oddziałujących na możliwości innowacyjne przedsiębiorstwa. Dlatego też do najważniejszych warunków, które decydują o sprawności i efektywności procesów innowacyjnych zaliczyć należy²⁰:

- proinnowacyjny model gospodarki, uwzględniający innowacje jako ważny element rozwoju, wyrażający się m.in. w tworzeniu innowacji zaspokajających potrzeby społeczno-gospodarcze,
- stymulowanie popytu na innowacje,
- ścisłe powiązanie różnych faz procesu rozwojowego, takich jak: badania podstawowe, stosowane, prace rozwojowe, wdrożeniowe, upowszechnianie,
- zabezpieczenie odpowiednich środków, niezbędnych do wdrażania innowacji,
- selekcję i hierarchizację zadań w sferze badań i rozwoju oraz koncentrację sił i środków na wybranych przedsięwzięciach innowacyjnych,
- spodziewane korzyści i ryzyko polegające na tym, że korzyść może być różna od oczekiwanej,
- właściwą ocenę podejmowanych przedsięwzięć inwestycyjnych, w tym stopień ich nowości i oryginalności,
- koszty realizacji przedsięwzięcia, możliwości zdobycia kapitału oraz efektywny popyt,

przedsiębiorstwie [w:] *Innowacje w rozwoju przedsiębiorczości w procesie transformacji*. Red. W. Janasz, Difin, Warszawa 2004, s. 99-109.

¹⁸ M. Krajewski, *Majątkowe składniki przedsiębiorstwa* [w:] *Przedsiębiorstwo – zasady działania, funkcjonowanie, rozwój*. Red. J. Żurek, Fundacja Rozwoju UG, Gdańsk 2007, s. 75.

¹⁹ J. Baruk, *Innowacje instrumentem zarządzania przedsiębiorstwem* [w:] *Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wyzwania współczesności*. Red. A. Kaleta, K. Moszkowicz, L. Woźniak, Wrocław 2006, s. 47-48.

²⁰ M. Barańska-Fischer, *Innowacje jako narzędzie kreowania zmian na rynku* [w:] *Oblicza współczesnego zarządzania organizacją*, Red. J. Stankiewicz, UZ, Zielona Góra 2005, s. 226.

- znajomość docelowego rynku zbytu, właściwy jego dobór oraz umiejętność określenia stopnia jego atrakcyjności,
- atrakcyjność produktu oraz właściwie dobraną strategię marketingową.

B. Glinaka, J. Pasieczny wymieniają dwie grupy czynników zewnętrznych wpływających na innowacyjność. Do pierwszej z nich zaliczają tzw. czynniki materialne, które określają ramy formalne działalności przedsiębiorstw, uwarunkowania gospodarcze, system finansowy gospodarki, a także czynniki infrastrukturalne. W drugiej grupie znajdują się wszystkie czynniki tworzące kulturową bazę innowacyjności, w szczególności wartości kulturowe, na jakich oparta jest dana gospodarka.²¹ Należy podkreślić, że odpowiedni system wartości i przekonań jest konieczny, by w danym społeczeństwie mogła pojawić się innowacyjna aktywność gospodarcza. Podstawowym zadaniem państwa jest tworzenie podstaw prawnych, instytucjonalnych oraz warunków sprzyjających rozwojowi gospodarczemu. Przyjmijmy zatem tezę, że polityka makroekonomiczna państwa ma wpływ na tworzenie klimatu przedsiębiorczości i innowacyjności wspierających podmioty gospodarcze w podnoszeniu ich konkurencyjności. Zatem skoro innowacje są narzędziem przedsiębiorczości to są też i źródłem konkurencyjności przedsiębiorstw.

Współpraca pomiędzy przedsiębiorstwami powinna być postrzegana jako „szansa innowacyjna”, dlatego też zaliczyć ją można do zewnętrznych czynników wpływających na wzrost potencjału innowacyjnego. Szansa ta przejawia się w wykorzystaniu zewnętrznych zasobów, które są nieobecne lub słabo rozwinięte, w przedsiębiorstwach podejmujących współpracę. Dostęp do tych zasobów wpływa na zróżnicowanie przedsiębiorstw pod względem ich dynamiki innowacyjnej i konkurencyjności na rynku.²²

Warunkiem prowadzenia przez administrację skutecznej polityki innowacyjnej jest posiadanie proinnowacyjnej strategii rozwoju gospodarczego oraz jej skuteczna implementacja. Strategię proinnowacyjną należy określić jako politykę gospodarczą, która koncentruje się na zrównoważonym rozwoju, w oparciu o solidne podstawy makroekonomiczne, a podstawowym czynnikiem rozwoju jest generowana, pozyskiwana i efektywnie dystrybuowana wiedza.²³

Należy zatem pamiętać, że innowacja to szereg działań ukierunkowanych na stabilny i długotrwały rozwój.

3. Metodologia i wyniki badań własnych

Autorka opracowania prowadząc badania²⁴ dotyczące konkurencyjności polskich podmiotów gospodarczych skupiła swoją uwagę na czynnikach wynikających ze zmian w następu-

²¹ B. Glinaka, J. Pasieczny, *Spoleczny kontekst innowacyjności – wybrane aspekty* [w:] *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych*. Red. J. Bogdanienko, M. Kuzela, I. Sobczak, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2007, s. 42.

²² W. Popławski, A. Sudolska, M. Zastępowski, *Współpraca przedsiębiorstw w Polsce w procesie budowania ich potencjału innowacyjnego*, Wyd. „Dom Organizatora”, Toruń 2008, s. 20.

²³ *Innowacyjność 2006. Stan innowacyjności, metody wspierania, programy badawcze. Raport*. Red. A. Żołnierski, PARP, Warszawa 2006, s. 110.

²⁴ W badaniu pt. Konkurencyjność polskich podmiotów gospodarczych, prowadzonym z dr T. Gutowskim - od lipca 2010 roku – 14,29% ankietowanych stanowiły spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, 42,86% to osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą jednoosobowo, 14,29% - spółki akcyjne, 28,57% - spółki jawne, 14,29% - brak odpowiedzi. Z grupy tej największy odsetek stanowili przedsiębiorcy (podmioty gospodarcze) zatrudniający do 10 osób – 57,14%, od 11-49 osób – 28,57%, brak odpowiedzi – 14,29%. W tym 57,14% ankietowanych dysponowało aktywami netto, na koniec 2009 roku, na poziomie do 2 milionów Euro, 28,57% - od 2 do 10 milionów Euro, 14,29% - brak odpowiedzi. Charakterystyka obrotów netto respondentów przedstawiała się następująco: 57,14% - do 2 milionów Euro, 28,57% - od 2 do 10 milionów Euro, 14,29% - brak odpowiedzi. Dane na dzień 02.11.2010.

jących sferach działalności gospodarczej: inwestycje, personel, wartości niematerialne i prawne, organizacja i zarządzanie, finanse, logistyka, produkcja, badanie i rozwój, jakość oraz marketing. Ankietowani odpowiadali na pytania związane z tymi czynnikami, określając wpływ poszczególnych elementów z tych sfer na konkurencyjność przedsiębiorstwa w skali: bardzo duży, duży, mały, bardzo mały, nie ma wpływu, nie mam zdania. **Z uwagi na tytuł opracowania przedstawione zostały jedynie wyniki badania dotyczące warunków otoczenia, które mają lub mogłyby mieć wpływ na dane przedsiębiorstwo oraz źródeł innowacji w przedsiębiorstwie.** Jak wynika z badania, zdaniem respondentów w największym stopniu warunki otoczenia, które wpływają na prowadzenie działalności to: *ulgi w podatkach związane z wprowadzaniem nowych technologii (57,14%)*, następnie *wysokość podatków, nieelastyczne prawo pracy, niejasność i zmienność przepisów prawnych bariery w dostępie do kapitału (28,57%)*, *wysokość obciążeń składowych kosztów pracy (14,29%)*, które ograniczają siłę konkurencyjną przedsiębiorstw. Zmniejsza ona bowiem zdolności przedsiębiorstwa, a tym samym skłonność do inwestowania i zwiększania zatrudnienia, co jest działaniem ograniczającym możliwości rozwoju. Istotne znaczenie w opinii badanych przedsiębiorstw mają również *rozwój sektora wiedzy i edukacji (28,57%)*, *działania na rzecz poprawy jakości i stanowienia prawa, wzmacnianie przyjaznego przedsiębiorcom systemu otoczenia, ulgi w podatkach związane z rozpoczęciem własnych badań (14,29%)*.

Z badań wynika, że w Polsce polityka sieciowania oraz edukacja w zakresie działalności innowacyjnej i większe znaczenie procesów innowacyjnych w polityce państwa zaczyna przynosić efekty a ponadto przedsiębiorstwa zaczynają odczuwać, że współpraca dla procesów innowacyjnych jest niezbędna (rysunek 1). Świadczy o tym duża liczba zawartych umów między przedsiębiorstwami. Wśród badanych przedsiębiorstw aż 50% stosuje *rozwiązania opracowane przez przedsiębiorstwo we współpracy z innymi podmiotami, współpraca z instytucjami naukowymi, współpraca z dostawcami, kooperacja z zewnętrznymi ośrodkami B+R (33,33%)*, *wniesienie rozwiązania przez kooperanta w ramach działalności, rozwiązanie opracowane przez przedsiębiorstwo we współpracy z innymi podmiotami (16,67%)*. Rzadko wskazywanym źródłem innowacji dla przedsiębiorstw jest współpraca z instytucjami naukowymi. Świadczy to o braku kontaktów znacznej części przedsiębiorstw z zapleczem naukowym, szczególnie tych które nie wykorzystują wysoko zaawansowanej technologii. Może to też wynikać z niskich nakładów na badania i rozwój, a to właśnie głównie dla prac badawczych potrzebna jest współpraca z nauką.

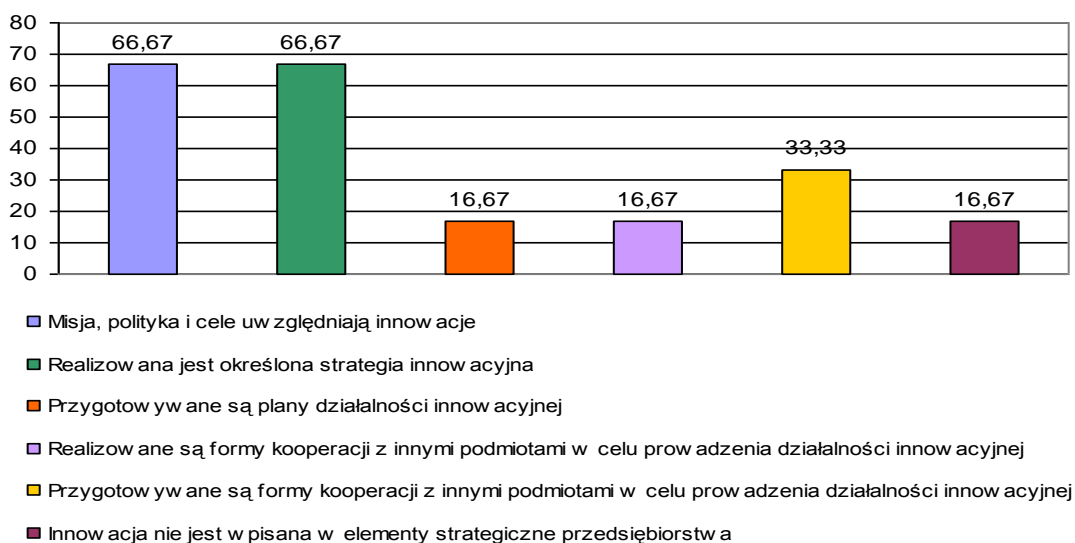


Rysunek 1. Źródła innowacji w badanych przedsiębiorstwach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Hierarchia źródeł innowacji odzwierciedla znaczenie poszczególnych kanałów nabywania wiedzy przez przedsiębiorstwa. Dla badanych przedsiębiorstw najważniejsze są źródła wewnętrzne, czyli wiedza pracowników i wiedza znajdująca się w dokumentacji przedsiębiorstwa. *Rozwiązania wzorowane na innych przedsiębiorstwach oraz całkowicie oryginalne własne rozwiązanie opracowane w przedsiębiorstwie* wykorzystywane są przez 66,67% badanych przedsiębiorstw, *posiadanie własnych komórek badawczo-rozwojowych* (33,33%), *zakupiona licencja* (16,67%). Spośród źródeł zewnętrznych najważniejsze dla przedsiębiorstw są *relacje z klientami*. Są one ważni dla 66,67% badanych przedsiębiorstw.

Miejsce innowacji w strategii badanych przedsiębiorstw przedstawia rysunek 2.



Rys. 2. Miejsce innowacji w strategii w badanych przedsiębiorstwach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W 66,67% badanych przedsiębiorstw innowacje *wpisane są w strategię przedsiębiorstwa*, która jest realizowana. Natomiast w 16,67% przedsiębiorstw *przygotowywane są plany działalności innowacyjnej*. Również w 16,67% badanych przedsiębiorstw *innowacja nie jest wpisana w strategię przedsiębiorstwa*.

W ciągle zmieniającym się i trudnym zarazem otoczeniu w jakim funkcjonują przedsiębiorstwa, jeśli chcą się rozwijać muszą umieć kreować taką kulturę innowacyjną, która umożliwi dostosowanie się do potrzeb tego otoczenia. Innowacje decydują o sukcesie przedsiębiorstwa na rynku. Jest to niezaprzeczalny fakt. Jednak przedsiębiorstwa powinny raczej koncentrować się, jak pisze S. Stańczyk: „(...) na zasobach niematerialnych i kształtowaniu kultury organizacyjnej sprzyjającej alokacji i inicjowaniu zmian, co oznacza celowy i świadomy proces kształtowania pożądanego systemu norm, wartości i zachowań organizacyjnych (charakterystycznych dla danego przedsiębiorstwa –A.O-J)”²⁵.

Zakończenie

Działalność inwestycyjną można traktować jako podstawę do wprowadzania innowacji. Jednak tworzenie i wdrażanie innowacji powinno wiązać się nie tylko z inwestycjami ale również z posiadaniem przez przedsiębiorstwo następujących zdolności²⁶:

- strategicznych, obejmujących m.in. umiejętność perspektywicznego patrzenia, kreowania wizji rozwoju przedsiębiorstwa, identyfikacji trendów rynkowych,
- zarządzania wiedzą, w tym umiejętność pozyskiwania, przechowywania, przetwarzania, aktualizowania i wykorzystywania oraz umiejętność przekształcania danych w informacje, informacji w wiedzę a wiedzy w innowacje,
- organizacyjnych, obejmujące m.in. skłonność do podejmowania ryzyka i umiejętność jego opanowania, umiejętność organizowania współpracy zewnętrznej z klientami, dostawcami,

²⁵ S. Stańczyk, *Kulturowe uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw we współczesnym świecie biznesu* [w:] *Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wyzwania współczesności*. Red. A. Kaleta, K. Moszkowicz, L. Woźniak, Wrocław 2006, s. 160.

²⁶ J. Baruk, *Zarządzanie...*, *op. cit.*, s. 417.

organizacjami badawczo-rozwojowymi, konsultingowymi, umiejętność rozwiązań prawnych, finansowych i przetworzenia ich na potrzeby procesów innowacyjnych oraz inwestowanie w zasoby ludzkie, gdyż lepiej poinformowani i wyszkoleni pracownicy znacznie silniej angażują się w działalność innowacyjną zgodną z celami rozwojowymi przedsiębiorstwa,

- technicznych, polegających na twórczym kojarzeniu najnowszych rozwiązań technicznych i technologicznych,
- ekonomicznych, obejmujących zdolność przedsiębiorstwa do oceny lub oszacowania efektów wynikających z proponowanych inwestycji.

Wśród czynników sprzyjających wzrostowi innowacji w przedsiębiorstwach, szczególną rolę powinno odgrywać państwo, wyznaczając kierunki długotrwałej polityki rozwoju. Czynniki wpływającymi na intensywność aktywności innowacyjnej są m.in.: stan państwa, rozmiary i efektywność funkcjonowania administracji państwowej, potrzeby państwowe, biurokracja, konstrukcja systemu prawnego (ochrona własności intelektualnej, prawo patentowe), system podatkowy, ogólny klimat polityczny, formuła i priorytety strategii rozwojowych i innowacyjnych na różnych poziomach.²⁷

Literatura

1. Barańska-Fischer M., *Innowacje jako narzędzie kreowania zmian na rynku* [w:] *Oblicza współczesnego zarządzania organizacją*. Red. J. Stankiewicz, UZ, Zielona Góra 2005
2. Baruk J., *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006
3. Baruk J., *Innowacje instrumentem zarządzania przedsiębiorstwem* [w:] *Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wyzwania współczesności*. Red. A. Kaleta, K. Moszkowicz, L. Woźniak, Wrocław 2006,
4. Dolińska M., *Innowacje w przedsiębiorstwie, na rynku, w regionie*, „*Ekonomika. Organizacja. Przedsiębiorstwa*” 2004, nr 9
5. Drucker P., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWN, Warszawa 1992
6. Drucker P., *Praktyka zarządzania*, AE, Kraków 1994
7. Drucker P., *Natchnienie i fart czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2004
8. Glinka B., Pasieczny J., *Społeczny kontekst innowacyjności – wybrane aspekty* [w:] *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych*. Red. J. Bogdanienko, M. Kuzela, I. Sobczak, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2007
9. Goławska M., *Koncepcja innowacyjności*, „*Marketing i Rynek*” 2004, nr 11
10. *Innowacyjność 2006. Stan innowacyjności, metody wspierania, programy badawcze. Raport*. Red. A. Żoźniński, PARP, Warszawa 2006
11. Janasz K., *Źródła i sposoby finansowania innowacji w przedsiębiorstwie* [w:] *Innowacje w rozwoju przedsiębiorczości w procesie transformacji*. Red. W. Janasz, Difin, Warszawa 2004
12. Jasiński A., *Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji*, Difin, Warszawa 2006

²⁷ J. Włodarczyk, *Działalność innowacyjna i jej ograniczenia w polskiej gospodarce* [w:] *Innowacje w rozwoju gospodarki i przedsiębiorstw: siły motoryczne i bariery*. Red. E. Okoń-Horodyńska, A. Zacharowska-Mazurkiewicz, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2007, s. 108.

13. Kotler P., *Marketing-analiza, planowanie, wdrożenie i kontrola*, Wydawnictwo Felberg SJA, Warszawa 1999
14. Krajewski M., *Majątkowe składniki przedsiębiorstwa [w:] Przedsiębiorstwo – zasady działania, funkcjonowanie, rozwój*. Red. J. Żurek, Fundacja Rozwoju UG, Gdańsk 2007
15. Milecki A., *Innowacyjność – kluczowy czynnik sukcesu polskich firm na globalnym rynku [w:] Społeczne problemy zarządzania. Studia i przypadki na Jubileusz Profesora Kazimierza Dobrzańskiego*. Red. K. Zieniewicz, AE, Poznań 2004
16. Pangsy-Kania S., *Polityka innowacyjna państwa a narodowa strategia konkurencyjnego rozwoju*, UG, Gdańsk 2007
17. Pełka W., *Finansowe uwarunkowania rozwoju innowacji w Polsce [w:] Innowacje w rozwoju gospodarki i przedsiębiorstw: siły motoryczne i bariery*. Red. E. Okoń-Horodyńska, A. Zacharowska-Mazurkiewicz, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2007
18. Penc J., *Innowacje i zmiany w firmie*, AW Placet, Warszawa 1999
19. Popławski W., Sudolska A., Zastępowski M., *Współpraca przedsiębiorstw w Polsce w procesie budowania ich potencjału innowacyjnego*, Wyd. „Dom Organizatora”, Toruń 2008
20. Schumpeter J., *Teoria wzrostu gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960
21. Sosnowska A., Łobesko S., Kłopotek A., Brdulak J., Rutkowska-Brdulak A., Żbikowska K., *Jak wdrażać innowacje technologiczne w firmie. Poradnik dla przedsiębiorców*, PARP, Warszawa 2005
22. Sosnowska A., Łobesko S., Kłopotek A., *Zarządzanie firmą innowacyjną*, Difin, Warszawa 2001
23. Stańczyk S., *Kulturowe uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw we współczesnym świecie biznesu [w:] Przedsiębiorczość i innowacyjność. Wyzwania współczesności*. Red. A. Kaleta, K. Moszkowicz, L. Woźniak, Wrocław 2006
24. Szcześniak A., *Praktyczna użyteczność nauki [w:] Przedsiębiorczy Uniwersytet. Praktyczna użyteczność badań naukowych i prac badawczo-rozwojowych. Projektowanie i prowadzenie badań naukowych we współpracy z gospodarką*. Red. M. Bąk, P. Kulawczuk, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa 2009
25. Włodarczyk J., *Działalność innowacyjna i jej ograniczenia w polskiej gospodarce [w:] Innowacje w rozwoju gospodarki i przedsiębiorstw: siły motoryczne i bariery*. Red. E. Okoń-Horodyńska, A. Zacharowska-Mazurkiewicz, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2007
26. Żurek J., *Znaczenie wartości niematerialnych i prawnych w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa [w:] Studia i Materiały Instytutu Transportu i Handlu Morskiego*, UG, Gdańsk 2008

SELECTED ASPECTS OF INNOVATION IN MODERN ENTERPRISE

Summary

Today, a company is considered as innovative and competitive, when it possesses the ability to use intellectual capital and information system in order to understand the market and results of scientific research, new concepts, ideas and inventions which are expected by consumers due to the high level of modernity. Therefore, more and more enterprises become a part of a network organization which implements the processes of innovation - because they are jointly capable of generating a higher value than when they acted alone. Thus, innovation can be the main source of building specific and unique skills of the company, and their scale depends largely on the amount of resources spent on R&D activities funded by both the state and by the company itself.

Keywords: innovation, competitiveness, companies

dr Aneta Oniszczyk-Jastrzębek
Uniwersytet Gdański
Wydział Ekonomiczny
Instytut Transportu i Handlu Morskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
anetao@panda.bg.univ.gda.pl