Jolanta Gieracka
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W WIELKOPOLSCE

We współczesnej gospodarce innowacje i nowe technologie uważane są za lokomotywę wzrostu gospodarczego i konkurencyjności. Doświadczenia krajów wysoko rozwiniętych wskazują, że tylko gospodarka oparta na wiedzy zdolna jest do kreowania wzrostu gospodarczego (*Koncepcja* 2007, s. 9). Po wejściu do Unii Europejskiej Polska znalazła się w gronie krajów, które współpracują, ale równocześnie rywalizują w procesie budowania pozycji konkurencyjnej Europy (Sosnowska, Łobejko 2007, s. 4). Wyniki badań wskazują, że Polska gospodarka nie jest innowacyjna[1]. Ponieważ małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) tworzą szkielet gospodarki naszego kraju[2], dlatego od kondycji tego sektora i jego zdolności do wdrażania innowacji zależy nie tylko rozwój regionu, ale i gospodarki całego kraju.

Region nadzoruje dyfuzję nowych technologii, kształcenia, informacji naukowej oraz działa na rzecz zniesienia barier między sferą badań i sferę gospodarki oraz ich integracji z rozwojem ekonomicznym, społecznym i kulturowym. Promowanie i wspieranie działalności innowacyjnej w małych i średnich przedsiębiorstwach należy do głównych zadań regionu. Osiągnięcie tego celu nie jest możliwe bez stałego monitorowania i oceny prowadzonej działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwach, która ma wpływ na sytuację ekonomiczną regionu. Dokonana analiza może pomóc instytucjom publicznym kreującym i realizującym politykę wobec sektora MŚP w usuwaniu „wąskich gardeł" innowacyjności przedsiębiorstw.

Innowacja jest kluczem do konkurencyjności, a tempo zamian w technice, technologii i organizacji sprawia, że tylko przedsiębiorstwo zdolne do wprowadzania zmian innowacyjnych może utrzymać się na rynku (*Innowacje* 2005, s. 5). Peter

[1] Potwierdzają to wyniki badań przeprowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny (*Działalność* 2008, *Przedsiębiorczość* 2008) oraz wyniki rankingu SII (Sumary Innovation Index 2007) publikowane na stronach Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, www.nauka.gov.pl.

[2] Sektor MŚP skupia ponad 70% ogółu zatrudnionych w gospodarce (6 mln osób) i wytwarza 48% PKB.

Drucker określił innowacje jako specyficzne narzędzie przedsiębiorczości, które nadaje zasobom nowe możliwości tworzenia bogactwa. Przedsiębiorca zawsze poszukuje zmiany, reaguje na nią i wykorzystuje ją jako okazję (Drucker 1992, s. 37 i n.). Przedsiębiorczość i innowacja jest dyscypliną. Żadna z nich nie wymaga geniuszu, ale systematycznej zorganizowanej działalności (Drucker 2004, s. 13).

Według *Podręcznika Oslo* (2008, s. 20–21) innowacja ma miejsce, gdy nowy lub ulepszony produkt zostaje wprowadzony na rynek albo nowy lub ulepszony proces zostaje zastosowany w produkcji, przy czym produkt i proces jest nowy przynajmniej z punktu widzenia wprowadzającego je przedsiębiorstwa.

Wprowadzanie innowacji na poziomie przedsiębiorstwa powoduje wzrost konkurencyjności poprzez zwiększenie oferty rynkowej, wzrost zadowolenia klienta, wzrost jakości oferowanych produktów i usług, zapewnienie wysokiej efektywności ekonomicznej procesów produkcyjnych oraz utrzymanie personelu o wysokich kwalifikacjach i wykorzystanie jego potencjału. Od liczby firm innowacyjnych i ich potencjału ekonomicznego zależy potencjał ekonomiczny regionu i jego zdolność do konkurowania na arenie międzynarodowej.

1. Sytuacja sektora MŚP w województwie wielkopolskim

Wielkopolska jest uważana za jeden z atrakcyjniejszych regionów pod względem potencjału społeczno-gospodarczego, o czym świadczą następujące dane:

- 2. miejsce w kraju pod względem powierzchni;
- 3. miejsce w kraju pod względem liczby ludności;
- korzystne położenie geograficzne (na skrzyżowaniu ważnych dróg handlowych z Północy na Południe i ze Wschodu na Zachód Europy, dobra infrastruktura komunikacyjna, lądowa, rzeczna);
- region silny gospodarczo (wartość PKB przypadająca na 1 mieszkańca i wartość produkcji sprzedanej przemysłu daje Wielkopolsce 3 miejsce w kraju) (*Udział* 2008);
- najniższa w kraju stopa bezrobocia rejestrowanego;
- największa liczba nowo powstających firm, większa od średniej krajowej;
- 3. miejsce w kraju pod względem nakładów ponoszonych w przedsiębiorstwach przemysłowych na działalność innowacyjną i 7 miejsce w kraju w nakładach na działalność (B+R).

Województwo wielkopolskie pod względem konkurencyjności i atrakcyjności inwestowania zajmuje wysoką pozycję w kraju (Żołnierski 2005, s. 8–10). Należy do grupy województw o wysokim udziale inwestycji ponoszonych przez firmy z udziałem kapitału zagranicznego (*Działalność gospodarcza* 2008).

Nakłady inwestycyjne w Wielkopolsce kształtują się na poziomie 9,1% w skali kraju, a nakłady inwestycyjne na jednego mieszkańca są wyższe od średniej kra-

jowej (Dane GUS 2008). Najwięcej inwestuje się w przetwórstwo przemysłowe, budownictwo i handel. Inwestycje w małych i średnich przedsiębiorstwach finansowane są głównie ze środków własnych (60% w małych, 71% w średnich) oraz z kredytów pożyczek krajowych (18% w średnich).

W województwie wielkopolskim w 2007 roku zarejestrowano 9,6% ogółu podmiotów gospodarki narodowej (*Podmioty* 2008). Według stanu na koniec grudnia 2007 roku, rejestr REGON dla województwa wielkopolskiego obejmował 352 236 podmiotów gospodarki narodowej. W tym zarejestrowano 28 558 nowych jednostek, a wykreślono 22 660 jednostek. O wadze sektora MŚP w gospodarce województwa wielkopolskiego świadczy liczba podmiotów zarejestrowanych, wśród której przeważają mikroprzedsiębiorstwa (zatrudniające do 9 osób) 94,4%, w sektorze prywatnym 95,6%, następnie małe firmy 4,6% i średnie firmy 0,85%. Dominują spółki handlowe (23 095), w tym spółki kapitałowe stanowią 86,3%, z prywatnym kapitałem krajowym 86,3% i spółki z udziałem kapitału zagranicznego 23,6%. Systematycznie zmniejsza się liczba dużych przedsiębiorstw państwowych (pozostało 48), co ma niewątpliwie wpływ na sektor B+R i sytuację małych i średnich przedsiębiorstw.

Większość pracowników zatrudnionych jest w sektorze prywatnym (67,8%), w tym:
- w przemyśle i budownictwie pracuje 44,2%,
- w sektorze usług rynkowych 31,4%,
- w sektorze usług nierynkowych 20%.

Struktura sektorowa MŚP jest zbliżona do struktury ogółu małych i średnich przedsiębiorstw w kraju. Dominują jednostki prowadzące działalność handlową – 30,6% (w sekcji „Handel i naprawy"), obsługa i nieruchomości – 15,6%, działalność związana z budownictwem – 11,9% oraz przetwórstwo przemysłowe – 11,1% ogółu zarejestrowanych podmiotów.

Pomimo ogromnej roli, jaką odgrywają małe i średnie przedsiębiorstwa w rozwoju województwa, to ogromny niepokój budzi ich niska innowacyjność (niższa od średniej krajowej) (*Działalność* 2008)[3], która w przyszłości może negatywnie wpłynąć na rozwój gospodarczy Wielkopolski.

2. Nakłady na działalność innowacyjną małych i średnich przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim

Badania Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) wskazują, że poziom innowacyjności przekłada się bezpośrednio na rentowność firmy. Przedsię-

[3] Potwierdzają to badania przeprowadzone przez Katedrę Mikroekonomii z Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, w ramach grantu MNiI pt. „*Wpływ tkanki przedsiębiorczości na rozwój gospodarczy – ujęcie regionalne*" zrealizowanego w 2007 roku.

biorstwa innowacyjne są bardziej rentowne od tych, które nie ponoszą nakładów na innowacje (*Raport* 2008).

Według Podręcznika Oslo (2008)[4] nakłady na działalność innowacyjną obejmują nakłady na:

- prace badawcze i rozwojowe (B+R) związane z opracowywaniem nowych i istotnie ulepszonych produktów (innowacji produktowych) i procesów (innowacji procesowych), wykonane przez własne zaplecze rozwojowe (tzw. nakłady wewnętrzne) lub nabyte od innych jednostek (tzw. nakłady zewnętrzne);
- zakup gotowej technologii w postaci dokumentacji i praw (licencji, praw patentowych, ujawnień *know-how* itp.);
- oprogramowanie (koszty zakupu, opracowania – doskonalenia i adaptacji – aktualizacji);
- zakup i montaż maszyn i urządzeń oraz budowę, rozbudowę i modernizację budynków służących wdrażaniu innowacji;
- szkolenie personelu związane z działalnością, począwszy od etapu projektowania aż do fazy marketingu (obejmują one zarówno nakłady na nabycie zewnętrznych usług szkoleniowych, jak i na szkolenie wewnątrzzakładowe, mogą to być koszty kształcenia personelu w zakresie obsługi komputerów związane z wprowadzonymi innowacjami itp.);
- marketing dotyczący nowych i istotnie ulepszonych produktów, czyli wydatki na wstępne badania rynku, testy rynkowe, przystosowanie produktów do wymogów różnych rynków, reklamę, z wyłączeniem nakładów na organizację sieci dystrybucyjnych dla nowych produktów;
- pozostałe przygotowania do wprowadzenia innowacji technicznych, obejmujące w szczególności opracowywanie procedur (w tym kontroli jakości), norm, dokumentacji technicznej (specyfikacji), łącznie z testami końcowymi.

Prezentowane wyniki badań oparte są na danych pochodzących z grantu MNiI pt. „Wpływ tkanki przedsiębiorczości na rozwój gospodarczy – ujęcie regionalne" przeprowadzonych metodą badań ankietowych w Katedrze Mikroekonomii Akademii Ekonomicznej[5] w Poznaniu w drugim kwartale 2007 roku.

W badanej zbiorowości 186 firm (w tym: 102 małe i 84 średnie) należących do sektora MŚP (do 10 działów PKD: produkcja artykułów spożywczych i napojów – 15 PKD, produkcja wyrobów chemicznych – 24 PKD, produkcja wyrobów gumowych i tworzyw sztucznych – 25 PKD, produkcja metalowych wyrobów gotowych, z wyłączeniem maszyn i urządzeń – 28 PKD, produkcja maszyn i urzą-

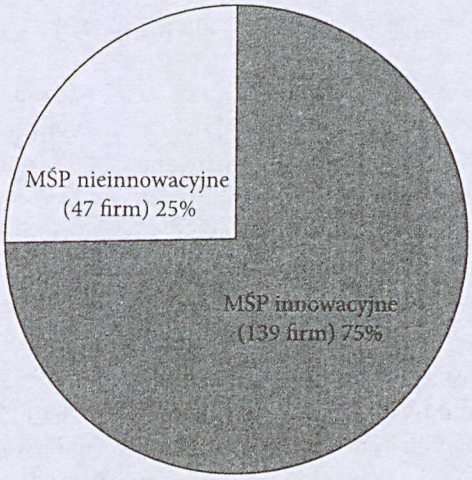
---

[4] Działalność innowacyjna to wiele działań o charakterze naukowym (badawczym), technicznym, organizacyjnym, finansowym i handlowym (komercyjnym), których celem jest opracowanie i wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych wyrobów i procesów, przy czym wyroby te i procesy są nowe przynajmniej z punktu widzenia wprowadzającego je przedsiębiorstwa.

[5] Od 23 października 2008 roku Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu (Dz.U. nr 220, poz. 1421).

dzeń, gdzie indziej niesklasyfikowana – 29 PKD, produkcja maszyn i aparatury elektrycznej, gdzie indziej niesklasyfikowana – 31 PKD, produkcja pojazdów samochodowych, przyczep i naczep – 34 PKD, produkcja mebli, działalność produkcyjna, gdzie indziej niesklasyfikowana – 36 PKD, budownictwo – 45 PKD, działalność gospodarcza pozostała – 74 PKD) działalność innowacyjną prowadziło 139 firm.

Kryterium innowacyjności stanowiły firmy, które w ciągu ostatnich trzech lat wprowadziły nowy (bądź ulepszony) produkt lub usługę (wykres 1)[6].



Wykres 1. Firmy innowacyjne w badanej zbiorowości MŚP

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Przedstawione wyniki badań wskazują, że ankietowane przedsiębiorstwa charakteryzują się dużą aktywnością we wdrażaniu nowych produktów lub usług, wprowadziło je aż 75% badanych firm.

Jednak pod względem odsetka firm innowacyjnych w populacji badanej przez Główny Urząd Statystyczny (*Działalność* 2008, s. 60–61) województwo wielkopolskie zajmuje jedno z ostatnich miejsce w kraju, udział przedsiębiorstw wielkopolskich, które wprowadziły innowacje w przemyśle wynosił 18,8% (15 miejsce), a w usługach 19,9% (13 miejsce).

W badaniu działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w latach 2004–2006 w Polsce, prowadzonych przez GUS, udział przedsiębiorstw innowacyjnych wynosił 13,9% w przemyśle oraz 16,9% w usługach w sektorze MŚP, a w dużych

[6] W artykule posłużono się definicją innowacji zawartą w Podręczniku Oslo (2008), innowacja to wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem.

przedsiębiorstwach (powyżej 249 pracujących) 65,5% w przemyśle, a w usługach 53,5%. Innowacyjność przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje rosła wraz ze wzrostem ich wielkości, mierzonej liczbą pracujących.

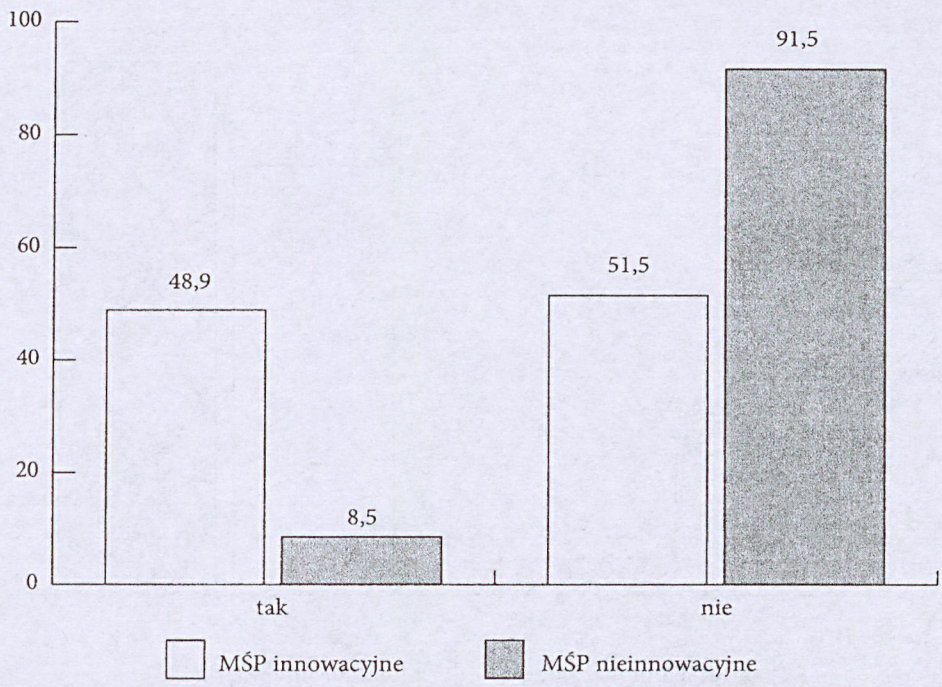
Tak duża innowacyjność firm ankietowanych w prezentowanym badaniu wynika z próby badawczej, którą przeprowadzono w działach PKD charakteryzujących się dużą aktywnością we wprowadzaniu innowacji. W szczególności badane branże charakteryzowały się następującym odsetkiem firm innowacyjnych wg badań GUS (*Działalność* 2008, s. 34).

- produkcja wyrobów chemicznych (48,3%);
- produkcja maszyn i aparatury elektrycznej, gdzie indziej niesklasyfikowana (37,9%);
- produkcja pojazdów samochodowych, przyczep i naczep (34,5%);
- produkcja maszyn i urządzeń, gdzie indziej niesklasyfikowana (31%);
- produkcja pozostałego sprzętu transportowego (28,5%);
- produkcja wyrobów gumowych (28,4%);
- produkcja metalowych wyrobów gotowych, z wyłączeniem maszyn i urządzeń (23,4%);
- produkcja mebli, działalność produkcyjna, gdzie indziej niesklasyfikowana (22,2%);
- produkcja artykułów spożywczych i napojów (20%).

Przedsiębiorstwa innowacyjne poszukują i wykorzystują w praktyce rezultaty badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków w celu osiągnięcia przewagi konkurencyjnej. Prowadzą prace badawczo-rozwojowe i systematycznie wprowadzają na rynek innowacje. Wewnętrzna działalność (B+R) obejmuje całokształt działalności badawczo-rozwojowej realizowanej w ramach przedsiębiorstwa, która ma w założeniu przyczynić się do rozwoju i wdrożenia innowacji produktowej, procesowej lub marketingowej czy organizacyjnej.

Około 50% z badanych firm innowacyjnych prowadzi prace badawczo-rozwojowe. W firmach, które nie wprowadziły innowacji w okresie ostatnich trzech lat tylko ponad 8% prowadzi prace badawczo-rozwojowe (wykres 2). Zdecydowana większość firm nieinnowacyjnych (ponad 90%) nie prowadzi prac badawczo-rozwojowych. Jest to w głównej mierze związane z brakiem środków finansowych. Innowacje wymagają dużych nakładów finansowych, znacznych zasobów wiedzy i umiejętności ludzi, czasu i wiążą się z ryzykiem.

Ważnym czynnikiem wpływającym na innowacje jest zdolność przedsiębiorstwa do przejmowania na własność korzyści płynących z prowadzonej przez nie działalności innowacyjnej. Patent, nowy znak towarowy oraz wzór przemysłowy, będący wynikiem innowacyjności i kreatywności, może być ważnym narzędziem wykorzystywanym przez przedsiębiorstwa w celu osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, podniesienia renomy przedsiębiorstwa oraz możliwości uzyskania dodatkowych dochodów, np. z licencji udzielanych na korzystanie z danego



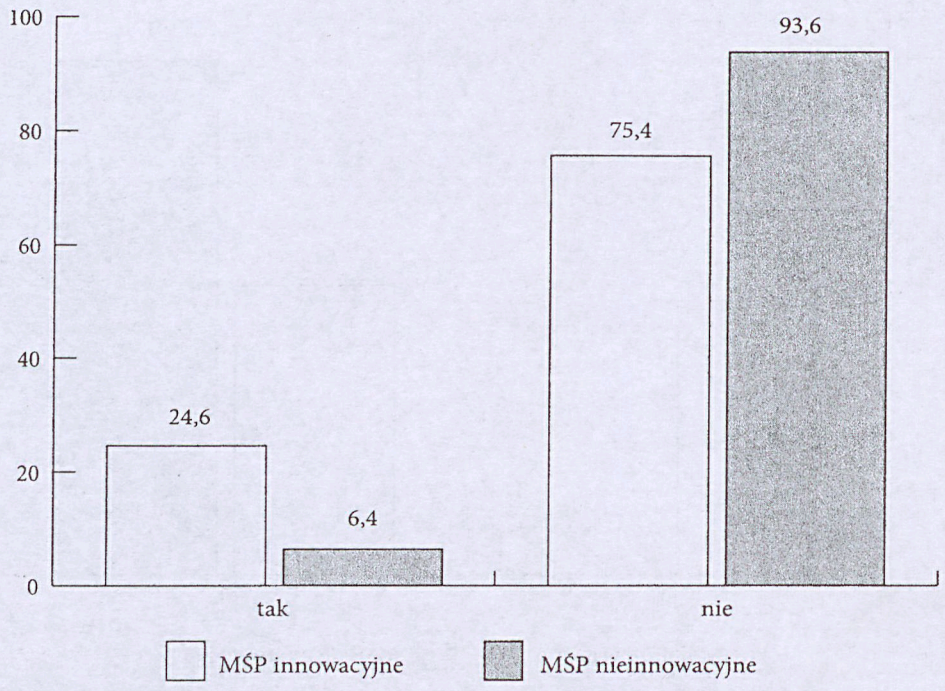
Wykres 2. Prace badawczo-rozwojowe prowadzone w przedsiębiorstwie

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

wynalazku. Brak ochrony praw własności przemysłowej zagraża konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw oraz może stwarzać zagrożenie z uwagi na proceder podrabiania towarów.

Jednak procedura rejestracji patentów jest długotrwała i kosztowna[7], dlatego tak mało firm zabiega o rejestrację swoich wynalazków i znaków towarowych, co potwierdzają przeprowadzone badania. Ponad 20% firm innowacyjnych zarejestrowało patent lub znak towarowy, a wśród firm nieinnowacyjnych – ponad 6%. Zdecydowana większość firm nie posiada zarejestrowanych patentów i znaków towarowych, przy czym patentów nie posiada ponad 75% firm innowacyjnych i ponad 93% firm nieinnowacyjnych (wykres 3). Sytuację tę ma zmienić noweliza-

[7] Koszty zgłoszenia patentowego w Polsce wynoszą: 4500–8000 zł, natomiast koszty międzynarodowego zgłoszenia patentowego w trybie PCT wynoszą ok. 21 600 zł (Dz.U. nr 41, poz. 241, z dnia 26 lutego 2008 roku, Ogłoszenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego o Programie Patent Plus, Sprawy nauki nr 4/125, 2007 roku. Przeciętne koszty urzędowe w odniesieniu do uzyskania i utrzymania patentu europejskiego z wyznaczeniem ośmiu krajów, przy założeniu 10-letniej ochrony i standardowej objętości opisu patentowego (do 35 stron) wynoszą 12 tys. euro (bez uwzględnienia kosztów tłumaczeń opisów patentowych na języki urzędowe wyznaczonych państw). Postępowanie w sprawie udzielenia patentu europejskiego trwa średnio od trzech do pięciu lat, Serwis przedsiębiorcy MŚP, www.mojafirma.infor.pl.



Wykres 3. Rejestracja (zgłoszenie do rejestracji) patentu/znaku towarowego

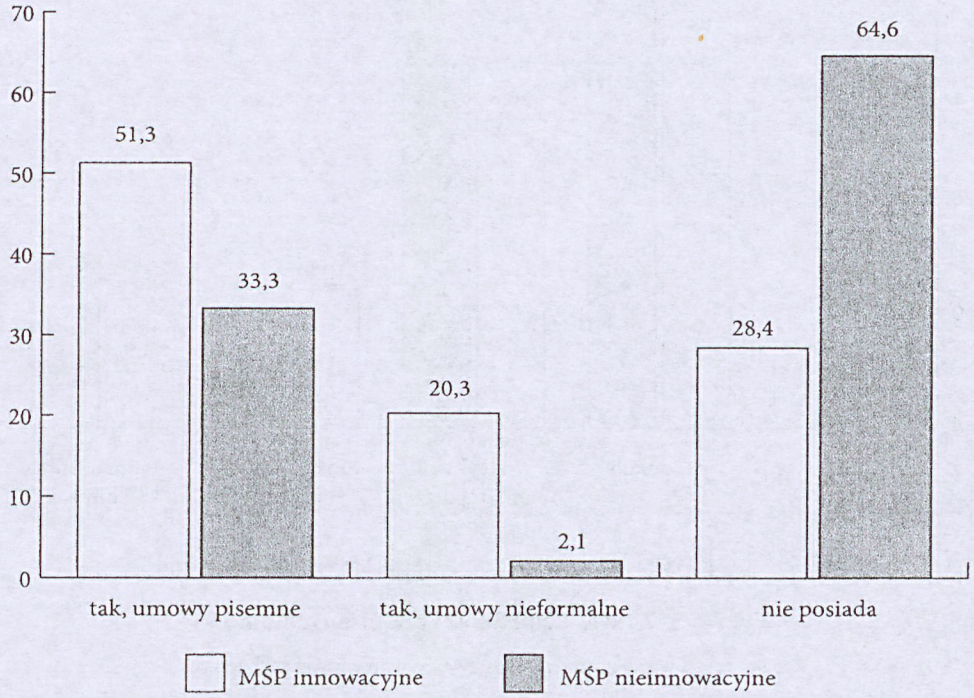
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

cja ustawy Prawo własności przemysłowej, ustawa o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej oraz program „Patent Plus – wsparcie patentowania wynalazków"[8].

Realizacja innowacji przez firmy związania jest uzyskaniem odpowiednich informacji o rozwiązaniach, które istnieją w dziedzinie ich wytwarzania lub o możliwościach wykorzystania własnych, oryginalnych pomysłów. Małe przedsiębiorstwa początkowo opierają swoją działalność na bardzo skromnej bazie technicznej, w miarę jednak zwiększania produkcji i wprowadzania zdobyczy postępu technicznego stają się jednostkami przemysłowymi. Podjęcie prac naukowo-badawczych przez małe przedsiębiorstwa we własnym zakresie przekracza jego możliwości, ponieważ nie dysponuje ono ani odpowiednim wyposażeniem, ani środkami finansowymi. Dlatego tak ważna jest współpraca małych firm z wyższymi uczelniami, ośrodkami badawczo-rozwojowymi oraz innymi przedsiębiorstwami. Badania wykazały, że ponad połowa ankietowanych firm innowacyjnych współpracuje z innymi przedsiębiorstwami, uczelniami i ośrodkami badawczo-rozwojowymi, czego wyrazem są podpisane umowy, 20% firm innowacyjnych

[8] (Ustawa z dnia 29 czerwca 2007 r.; Ustawa z dnia 30 maja 2008 r.; Rozporządzenie 2008).

posiada umowy nieformalne, a 28% w ogóle nie współpracuje. Około 65% firm nieinnowacyjnych nie widzi potrzeby współpracy, tylko 2% posiada nieformalne umowy, a ponad 30% ma podpisane umowy z zapleczem naukowo-badawczym i innymi przedsiębiorstwami (wykres 4).

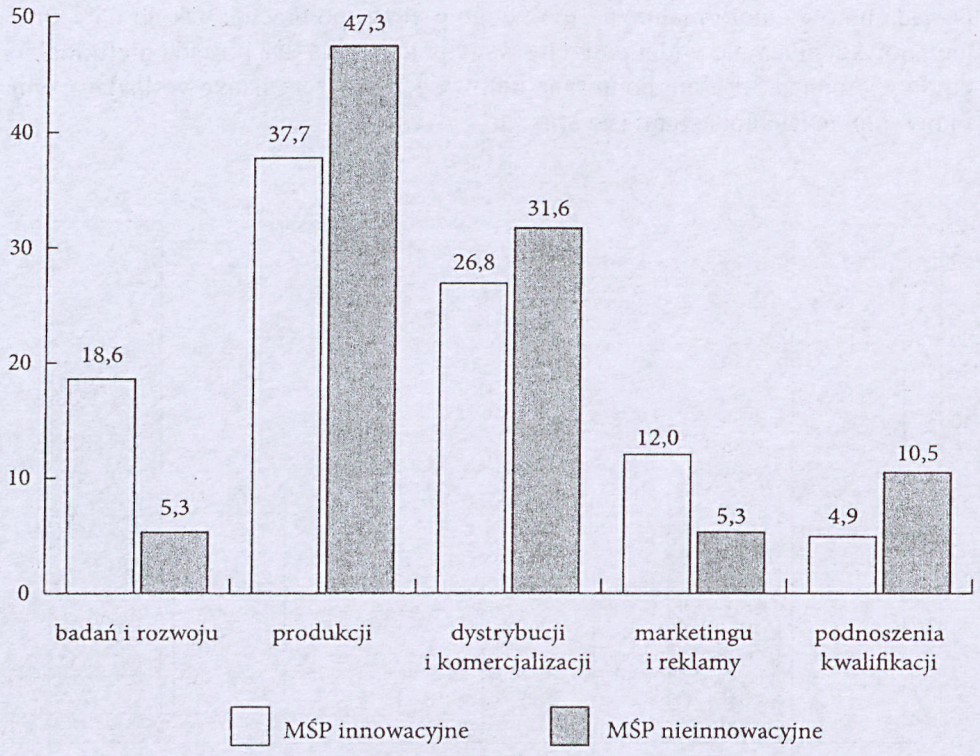


Wykres 4. Współpraca z zapleczem naukowo-badawczym i innymi przedsiębiorstwami

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Zawarte umowy w firmach innowacyjnych dotyczą głównie produkcji (37,7%) oraz badań i rozwoju (18,6%), w mniejszej skali marketingu i reklamy (12%) oraz podnoszenia kwalifikacji (4,9%). Natomiast w przedsiębiorstwach nieinnowacyjnych umowy dotyczą głównie produkcji (47,3%) i dystrybucji i komercjalizacji (31,6%), w mniejszym stopniu podnoszenia kwalifikacji (10,5%) oraz badań i rozwoju, marketingu i reklamy (po 5,3%), (wykres 5). Firmy innowacyjne kładą główny nacisk na zwiększenie produkcji, dystrybucji i komercjalizacji oraz rozwój nowych produktów. W firmach nieinnowacyjnych uwaga jest skoncentrowana na zwiększeniu produkcji oraz dystrybucji i komercjalizacji wraz z podniesieniem kwalifikacji personelu w tej dziedzinie.

Umowy są głównie zawierane z partnerami: z terenu województwa (62% firm innowacyjnych i 47,7% firm nieinnowacynych), następnie z terenu kraju (33,3%



Wykres 5. Zakres działalności podpisanych umów

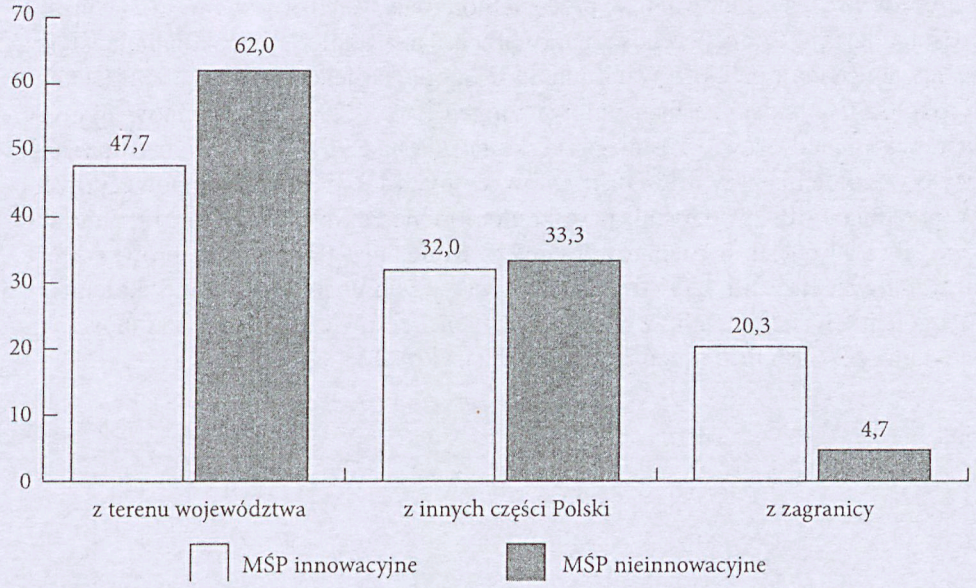
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

firm innowacyjnych i 32% firm nieinnowacyjnych) oraz w mniejszym stopniu z zagranicy (20,3% firm innowacyjnych i tylko 4,7% firm nieinnowacyjnych), (wykres 6).

Wprowadzanie innowacji wymaga nakładów inwestycyjnych w zakup dóbr kapitałowych (gruntów, budynków, maszyn, przyrządów i urządzeń).

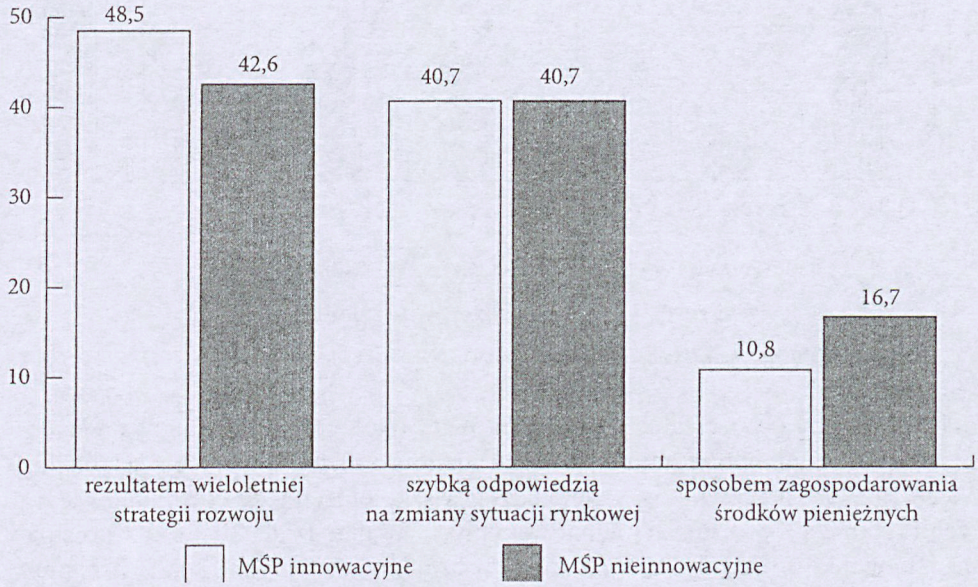
W przeprowadzonym badaniu inwestycje były rezultatem wieloletniej strategii rozwoju (48,5% firm innowacyjnych i 42,6% firm nieinnowacyjnych) oraz szybką odpowiedzią na zmiany sytuacji rynkowej (po 40,7% firmach innowacyjnych i nieinowacyjnych), mniejsze znaczenie ma zagospodarowanie środków pieniężnych (16,7% firm nieinnowacyjnych i 10,8% firm innowacyjnych), (wykres 7).

Przemiany technologiczne wymuszają podnoszenie kwalifikacji i umiejętności pracowników, które głównie są realizowane poprzez różnego rodzaju szkolenia. Bowiem najważniejszym czynnikiem stymulującym bądź hamującym podejmowanie przez małe i średnie przedsiębiorstwa działalności innowacyjnej, oprócz zasobów finansowych są odpowiednie kwalifikacje i wiedza personelu. Twórcą każdej innowacji jest przecież człowiek, dlatego właśnie czynnik ludzki jest klu-



Wykres 6. Zasięg terytorialny podpisanych umów

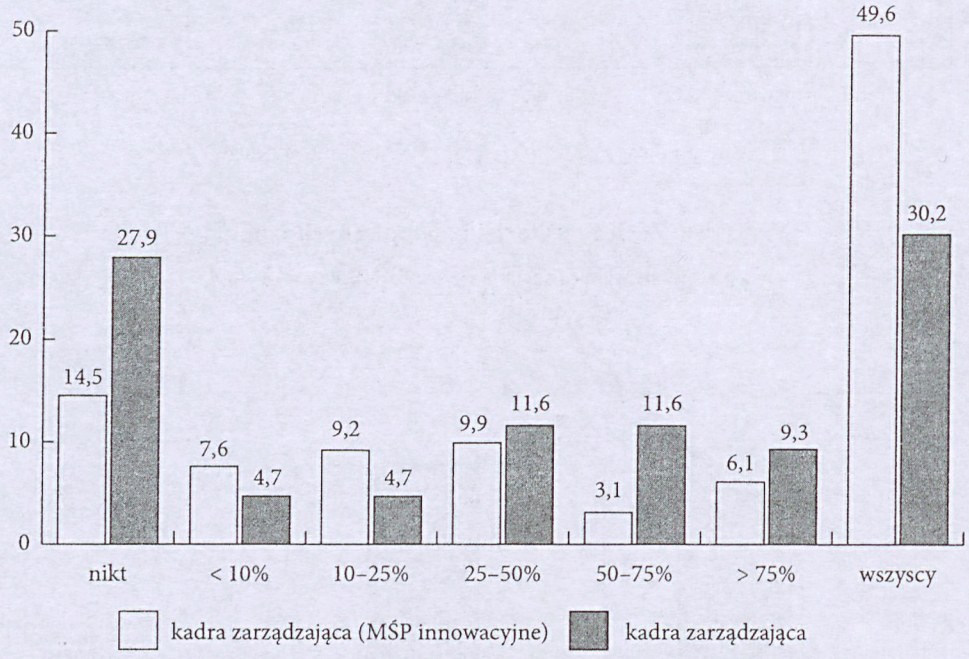
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych



Wykres 7. Przyczyny wprowadzania innowacji

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

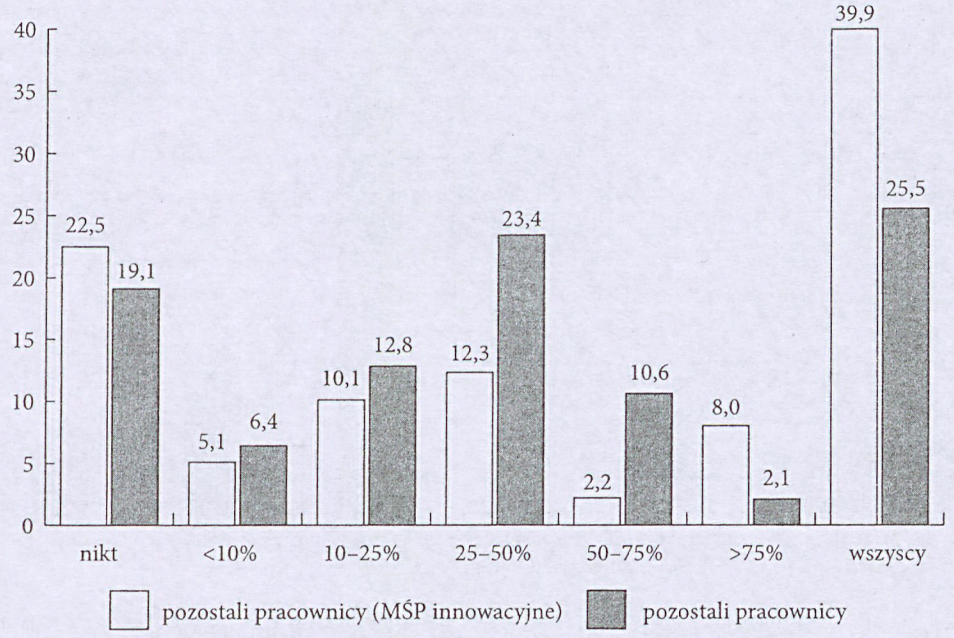
czowy w procesie innowacji w przedsiębiorstwie. Wiedza jest zawsze związana z osobą, jest przez nią przenoszona, tworzona, uzasadniona i doskonalona, stosowana, nauczana i przekazywana innym osobom (Drucker 2008, s. 375). Dlatego w około 50% badanych firm innowacyjnych i w 30,2% firm nieinnowacyjnych wszyscy menedżerowie zostali przeszkoleni. Ponad 75% menedżerów uczestniczyło w szkoleniach w 6,1% firm innowacyjnych i 9,3% firm nieinnowacyjnych. W przedziale 50–75% zostali przeszkoleni menedżerowie z 3,1% firm innowacyjnych i 11,6% firm nieinnowacyjnych. Mniej niż 10% menedżerów z 7,6% firm innowacyjnych i 4,7% firm nieinnowacyjnych wzięło udział w szkoleniach. W ogóle nie wzięli udziału w szkoleniach menedżerowie z 14,5% firm innowacyjnych i aż z 27,9% firm nieinnowacyjnych (wykres 8).



Wykres 8. Udział menedżerów w szkoleniach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Jeżeli chodzi o pozostałych pracowników to około 40% firm innowacyjnych i 25,5% firm nieinnowacyjnych przeprowadziło szkolenia dla całego personelu. Więcej niż 75% pracowników wzięło udział w szkoleniach w 8% firm innowacyjnych i tylko 2,1% w firmach nieinnowacyjnych. W przedziale 10–50% szkolenia dla pracowników przeprowadzono w 22,4% firm innowacyjnych i 36,2% firm nieinnowacyjnych. Brak szkoleń dla personelu wykazało 22,5% firm innowacyjnych i 19,1% firm nieinnowacyjnych (wykres 9). Jak wykazują badania zarówno firmy



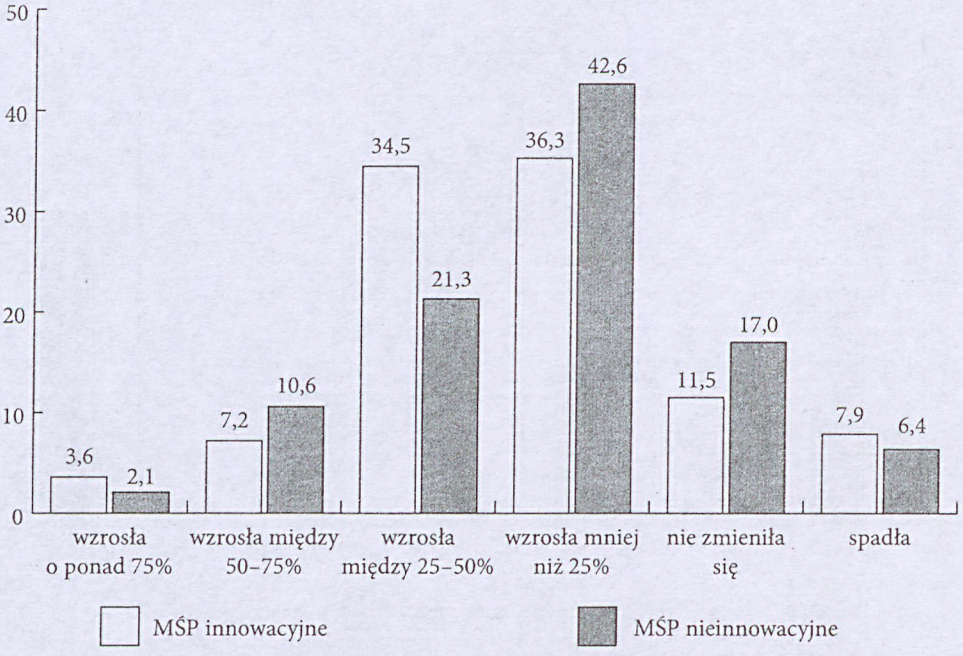
Wykres 9. Udział pozostałych pracowników w szkoleniach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

innowacyjne, jak i nieinnowacyjne dostrzegają rangę systematycznego podnoszenia kwalifikacji personelu na wszystkich szczeblach organizacji, jednak w firmach innowacyjnych więcej pracowników się szkoli niż w firmach nieinnowacyjnych.

3. Efekty działalności innowacyjnej

Procentowy wskaźnik sprzedaży wygenerowany dzięki nowo lub znacząco udoskonalonym produktom wskazuje na poziom innowacyjności przedsiębiorstwa. Przeprowadzone badania potwierdzają, że dynamika sprzedaży w ciągu ostatnich trzech lat firm innowacyjnych jest wyższa niż firm nieinnowacyjnych, jednak przewaga firm innowacyjnych w tym zakresie nie jest wysoka. Największy wzrost sprzedaży, między 25–75% odnotowało 45,3% firm innowacyjnych oraz 34% firm nieinnowacyjnych. Niższy wzrost sprzedaży, mniejszy niż 25%, był udziałem 35,3% firm innowacyjnych oraz 42,6% firm nieinnowacyjnych. 11,5% firm innowacyjnych i 17% firm nieinnowacyjnych nie odnotowała zmiany w wielkości sprzedaży w badanym okresie. Równocześnie część respondentów odnotowała spadek sprzedaży w 7,9% firm innowacyjnych i 6,4% firm nieinnowacyjnych (wykres 10).



Wykres 10. Dynamika sprzedaży w badanych przedsiębiorstwach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Podsumowanie

Województwo wielkopolskie pomimo wielu mocnych stron: stosukowo wysokiej produktywności, wysokiego dochodu krajowego brutto, zdolności przyciągania zagranicznych inwestorów i dużego potencjału naukowo-badawczego charakteryzuje się niskim wskaźnikiem innowacyjności. Niska innowacyjność wynika ze struktury gospodarki, w której dominuje sektor MŚP.

W przeprowadzonym badaniu 75% stanowiły firmy innowacyjne należące do działów PKD charakteryzujących się dużą aktywnością we wprowadzaniu innowacji. Około 50% firm innowacyjnych prowadziło prace badawczo-rozwojowe, a ponad 91% firm nieinnowacyjnych nie prowadziło żadnych badań w tym zakresie, głównie z powodu braku środków finansowych, bowiem tego rodzaju badania finansowane są głównie ze środków własnych przedsiębiorstw. Tylko 24,6% firm innowacyjnych zarejestrowało znak patentowy lub towarowy, ponieważ procedura rejestracji patentów jest kosztowna i długotrwała. Więcej niż połowa firm innowacyjnych posiadała umowy pisemne z zapleczem naukowo-badawczym i innymi przedsiębiorstwami, takich umów nie posiadło ponad 64% firm nieinnowacyjnych. Zawarte umowy dotyczyły produkcji, dystrybucji i komercjalizacji

oraz badań i rozwoju tylko w około 19% firm innowacyjnych. Umowy zawierane były głównie z partnerami z terenu województwa, następnie z partnerami z kraju, a tylko 20,3% firm innowacyjnych posiadało umowy z partnerami z zagranicy.

Decyzje o wprowadzeniu innowacji w firmach innowacyjnych były rezultatem wieloletniej strategii rozwoju (na co wskazało 48,5% firm innowacyjnych) oraz szybką odpowiedzią na zmiany sytuacji rynkowej (po 40,7% w firmach innowacyjnych i nieinowacyjnych). Przeprowadzone badania potwierdzają, że małe i średnie przedsiębiorstwa doskonale orientują się w sytuacji rynkowej. Zarówno w firmach innowacyjnych, jak i nieinnowacyjnych dużą rangę przywiązuje się do stałego podnoszenia kwalifikacji personelu na wszystkich szczeblach organizacji poprzez udział w różnego rodzaju szkoleniach. Jednak w firmach innowacyjnych więcej pracowników odbywa szkolenia. W około 50% firm innowacyjnych wszyscy menedżerowie brali udział w szkoleniach i w około 40% firm innowacyjnych wszyscy pozostali pracownicy zostali przeszkoleni .

Firmy innowacyjne odnotowały wyższy poziom sprzedaży niż firmy nieinnowacyjne, jednak jej poziom nie jest satysfakcjonujący (tylko w 3,6% firm innowacyjnych sprzedaż wzrosła o ponad 75%), a od tych wyników zależy nie tylko innowacyjność i konkurencyjność firmy, ale i regionu.

Jak wykazują badania, funkcjonujące obecnie instrumenty służące promowaniu i wspieraniu działalności innowacyjnej, chociaż systematycznie rozwijane, nadal są niewystarczające. Sytuację tę ma zmienić realizowany obecnie program operacyjny Innowacyjna gospodarka na lata 2007–2013, współfinansowany ze środków europejskich. W ramach tego programu przewidziano realizację siedmiu osi priorytetowych[9]:

1) Badania i rozwój nowoczesnych technologii.
2) Infrastruktura sfery B+R.
3) Kapitał dla innowacji.
4) Inwestycje w innowacyjne przedsięwzięcia.
5) Dyfuzja innowacji.
6) Polska gospodarka na rynku międzynarodowym.
7) Budowa i rozwój społeczeństwa informacyjnego.

Sprawna realizacja tego programu zgodna z regionalnymi uwarunkowaniami polityki rozwojowej, w oparciu na istniejącym potencjale gospodarczym, naukowym i kulturowym, umożliwi poprawę innowacyjności sektora MŚP, a tym samym wpłynie na konkurencyjność Wielkopolski.

---

[9] Na podstawie www.mgip.gov.pl, na realizację tego programu przeznaczono 12,3% środków publicznych z 67,3 mld EUR dostępnych do rozdysponowania w ramach Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia na lata 2007 – 2013 (NSRO).

Bibliografia

Dane GUS (2008), www.stat.gov.pl.

Drucker, P.F. (1992), *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Drucker, P.F. (2008), *Myśli przewodnie*, MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa.

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2002–2004 (2008), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.

Drucker, P.F. (2004), *Natchnienie i fart czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa.

Działalność gospodarcza podmiotów z kapitałem zagranicznym w województwie wielkopolskim w 2006 roku (2008), Urząd Statystyczny w Poznaniu, Poznań.

Działalność gospodarcza podmiotów z kapitałem zagranicznym w województwie wielkopolskim w 2006 roku, Urząd Statystyczny w Poznaniu, Poznań 2008.

Innowacje i transfer technologii (2005), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.

Koncepcja horyzontalnej polityki przemysłowej w Polsce (2007), Ministerstwo Gospodarki, Warszawa.

Podmioty gospodarki narodowej wpisane do rejestru REGON w województwie wielkopolskim stan na koniec 2007 roku (2008), Urząd Statystyczny w Poznaniu, Poznań.

Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji (2008), OECD, www.oecd.org, wydanie polskie, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Departament Strategii i Rozwoju Nauki, Warszawa.

Przedsiębiorczość w Polsce (2008), Ministerstwo Gospodarki, Warszawa.

Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2006–2007 (2008), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.

Sosnowska, A., Łobejko (2007), *Program wieloletni PW-004. Doskonalenie systemów rozwoju innowacyjności w produkcji i eksploatacji w latach 2004–2008*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Radom.

Udział województwa wielkopolskiego w tworzeniu produktu krajowego brutto w 2006 roku (2008), Urząd Statystyczny w Poznaniu, Poznań.

Ustawa z dnia 23 października 2008 r. o nadaniu nowej nazwy Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Dz.U. nr 220, poz. 1421.

Ustawa z dnia 30 maja 2008 r. o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej, Dz.U. nr 116, poz. 730.

Ustawa z dnia 29 czerwca 2007 r. o zmianie ustawy – Prawo własności przemysłowej, Dz.U. nr 136, poz. 958.

Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 12 sierpnia 2008 r., w sprawie programu „Patent Plus – wsparcie patentowania wynalazków", Dz.U. nr 156, poz. 971.

Wynalazki w działalności małych i średnich przedsiębiorstw (2008), PARP, Warszawa.

Wzory przemysłowe w działalności małych i średnich przedsiębiorstw (2008), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.

Znaki towarowe w działalności małych i średnich przedsiębiorstw (2008), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
Żołnierski A., *Potencjał innowacyjny polskich małych i średnich przedsiębiorstw* (2005), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.

INNOVATION ACTIVITIES IN SMALL AND MEDIUM SIZED ORGANIZATIONS FROM REGIONAL PERSPECTIVE – CASE OF WIELKOPOLSKA

Summary

Wielkopolska is regarded as one of the most attractive regions in Poland, with a great social-economic potential, a large number of newly created private companies (SMEs) and the lowest unemployment.

Results of studies carried out by the Central Statistical Office of Poland (GUS), Polish Agency of Enterprise Development, and on the basis of the MNiT grant Fri "Influence of the tissue of entrepreneurship on economic development – regional presentation" indicate that companies in Wielkopolska are characterized by a low level of innovation.

In order to recognize innovation activities as a cornerstone of economic development, low innovation of companies – particularly from the SMEs sector – might pose a serious threat to further dynamic development of Wielkopolska.

The main purpose of the article was to examine innovation activities of small and medium-sized companies and present their influence on the economic situation of the region (voivodship).

BIBLIOTEKA UEP GŁÓWNA