

## **BARRIERS OF INNOVATIVENESS SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES IN POLAND**

### **BARIERY INNOWACYJNOŚCI MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE**

#### **ABSTRACT**

The article describes the problems and barriers for small and medium-sized companies in Poland, which are on their way, developing innovative businesses. It also describes the factors which affect these situations. It shows the definition of “innovation” by EU standards. The level of innovation in these companies was evaluated, which made it possible to identify the main reasons for the low, in this context, level of innovation and key factors influencing the development of innovation. It was identified that the significant impact on shaping these factors and creating favorable conditions for the development of companies, is dependent on appropriate government policy. Recommendations were formulated for promoting innovation of Polish SMEs.

#### **STRESZCZENIE**

W artykule scharakteryzowano problemy i bariery małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce na drodze do rozwijania działalności innowacyjnej, opisano także czynniki, które wpływają na taką sytuację. Przedstawiono ujęcie „innowacji” w rozumieniu UE. Ocenie poddano poziom innowacyjności tych przedsiębiorstw, co pozwoliło zidentyfikować główne przyczyny niskiego w tym kontekście poziomu oraz czynniki kluczowe dla rozwijania innowacyjności. Wskazano, że znaczący wpływ na kształtowanie tych czynników i tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi przedsiębiorstw ma odpowiednia polityka państwa. Sformułowano rekomendacje w zakresie wspierania innowacyjności polskich MŚP.

**KEYWORDS:** *innovativeness, small and medium sized enterprises, barriers of innovativeness*

**SŁOWA KLUCZOWE:** *innowacyjność, małe i średnie przedsiębiorstwa, bariery innowacyjności*

## WPROWADZENIE

Doświadczenia krajów wysoko rozwiniętych pokazują, że małe i średnie przedsiębiorstwa odgrywają ogromną rolę w gospodarce i wpływają na wzrost gospodarczy. Przynajmniej są źródłem dochodów dla budżetu państwa, tworzą produkt krajowy brutto, powstają w nich miejsca pracy, przyczyniają się do kreowania zmian społecznych, aktywizują obszar, na którym działają, a także wpływają na innowacyjność gospodarki (Strużycki, 2002, s. 20).

Poziom innowacyjności, jaki osiągają, decyduje o kierunkach ich rozwoju i przewadze konkurencyjnej na rynku. Dlatego przedsiębiorstwa wdrażają do praktyki gospodarczej niestosowane do tej pory lub w znacznym stopniu ulepszone rozwiązania w dziedzinie produktu, procesów wytwórczych, organizacji i marketingu. W Polsce spośród 1,67 miliona firm podmioty sektora MŚP stanowią zdecydowaną większość (99,8%), przy czym udział mikrofirm w całkowitej liczbie przedsiębiorstw (96%) przewyższa średnią europejską (91,8%). Ich stan oraz perspektywy rozwoju odzwierciedlają w największym stopniu potencjał przedsiębiorczości naszego społeczeństwa (Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw, 2011).

Według danych GUS, raportów Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, raportów rządowych, analiz prowadzonych w ośrodkach naukowo-badawczych poziom aktywności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce jest niezadowolający. Wśród krajów UE odsetek innowacyjnych małych przedsiębiorstw w Polsce stanowi 17,4% przedsiębiorstw ogółem i daje to nam ostatnie miejsce. Analiza danych Eurostatu pokazuje, że w latach 2010–2012 w większości krajów UE nastąpił zauważalny odpływ przedsiębiorców od działalności innowacyjnej, w tym w Polsce z 28% w latach 2009–2011 do 23% w latach 2010–2012. Ostatnie dane GUS za lata 2011–2013 to ponowne niewielkie odbicie, ale tylko w przypadku przedsiębiorstw przemysłowych, gdzie nastąpił wzrost udziału innowatorów z 17,7% do 18,4%. Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych w zakresie innowacji

technologicznych (produktowych i procesowych) w Polsce jest na poziomie 16%, a w zakresie innowacji nietechnologicznych na poziomie 15,5%. Zdecydowanie najmniej firm innowacyjnych w obrębie innowacji nietechnologicznych działa w Polsce (15,5%) (Zadura-Lichota, 2015, s. 15–16).

Celem niniejszego artykułu jest diagnoza najważniejszych barier innowacyjności przedsiębiorstw z sektora MŚP i zaproponowanie sposobów ich niwelowania.

## KLASYFIKOWANIE PRZEDSIĘBIORSTWA DO SEKTORA MŚP

Pojęcie małych i średnich przedsiębiorstw w literaturze przedmiotu nie jest definiowane jednoznacznie. Istnieje wiele definicji na określenie tych podmiotów. Można też stosować różne kryteria, na podstawie których zalicza się przedsiębiorstwo do tego sektora. Najczęściej stosuje się dwa kryteria: jakościowe i ilościowe.

Według kryterium jakościowego samodzielność ekonomiczna i prawna właściciela firmy decyduje o uznaniu przedsiębiorstwa za przedsiębiorstwo z sektora MŚP. Według tego kryterium właściciel jest w stanie zrealizować na własne ryzyko każde zamierzenie, nie podlegając kontroli osób trzecich, jest niezależny i samodzielny w swoich decyzjach. Prowadzona działalność stanowi główne źródło utrzymania dla właściciela i jego rodziny, która często jest zatrudniona w tym przedsiębiorstwie. W chwili założenia takiego przedsiębiorstwa właściciel zazwyczaj nie posiada zdolności kredytowej, dlatego też kapitałem założycielskim takiej firmy jest najczęściej kapitał własny właściciela i rozwój przedsiębiorstwa również jest finansowany z kapitału własnego, którego koszt jest wysoki.

Są to jednak przedsiębiorstwa elastyczne z prostą strukturą organizacyjną szybko reagujące na zmiany w otoczeniu. Zazwyczaj tworzą rynek bardziej odporny na wahania koniunkturalne, gdyż lepiej reagują na wszelkie „zakłócenia” i szybciej dostosowują się do zmieniających się warunków rynkowych. Są zdolne skutecznie konkurować nawet z największymi przedsiębiorstwami ze względu na ścisłą kontrolę kosztów, szybką dyfuzję innowacji i wysoką motywację właściciela i pracowników (Targalski, 2003, s. 12). W obszarach rynku, gdzie nie są w stanie konkurować, z reguły przyjmują strategię współpracy, stają się kooperantami lub podwykonawcami dla większych firm.

Kryteria ilościowe wyodrębniania małych i średnich przedsiębiorstw to zazwyczaj: wielkość zatrudnienia; wartość majątku, czyli aktywów; wartość obrotu, tj. przychodów z całokształtu działalności lub z działalności podstawowej, operacyjnej.

Podstawą zdefiniowania przynależności przedsiębiorstwa do sektora MŚP są w Polsce między innymi takie dokumenty, jak rozporządzenie Komisji UE (rozporządzenie nr 800/2008 z 6 sierpnia 2008 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne ze wspólnym rynkiem w zastosowaniu art. 87 i 88 Traktatu WE) oraz ustawa z 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. z 2004 r. nr 173, poz. 1807). W tabeli 1 przedstawiono rodzaje przedsiębiorców wyodrębnionych zgodnie z ustawą o swobodzie działalności gospodarczej.

Tabela 1.

**Rodzaje przedsiębiorców**

Rodzaj przedsiębiorcy	Kryteria klasyfikacji
Mikroprzedsiębiorca	W co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zatrudniał średniorocznie mniej niż 10 pracowników i osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 2 mln euro lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły równowartości w złotych 2 mln euro.</li> </ul>
Mały przedsiębiorca	W co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zatrudniał średniorocznie mniej niż 50 pracowników,</li> <li>• osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 10 mln euro lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły równowartości w złotych 10 mln euro.</li> </ul>
Średni przedsiębiorca	W co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zatrudniał średniorocznie mniej niż 250 pracowników,</li> <li>• osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 50 mln euro lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły równowartości w złotych 43 mln euro.</li> </ul>

*Źródło: opracowanie własne na podstawie: ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, rozdz. 7, art. 105, 106, 109*

## POJĘCIE INNOWACJI I INNOWACYJNOŚCI

Słowo „innovacja” pochodzi od łac. *innovare*, co oznacza odnawiać. Prekursorem myślenia o innowacjach był J. Schumpeter, który uważał, że innowacja to istotna zmiana funkcji produkcji, polegająca na odmiennym niż uprzednio kombinowaniu, tzn. łączeniu ze sobą czynników produkcji (Kopaliński, 2008). We współczesnej literaturze przedmiotu można znaleźć różne, odmiennie traktujące pojęcie innowacji, definicje. Jedni interpretują je jako zmiany w sferze produkcji i metodach wytwarzania, bazując na nowej lub niewykorzystanej dotychczas wiedzy, np. jako wprowadzenie wynalazku stanowiącego część niewykorzystanej wiedzy technologicznej (Carter, Williams, 1958) lub jako nowe zastosowanie starej albo nowej wiedzy do procesu produkcji inicjującej zastosowanie wynalazku (Kuznets, 1959). W takim ujęciu, wąskim, innowacje mają podstawowe znaczenie dla procesów produkcyjnych i wzrostu produkcji, pomijane jest natomiast ich znaczenie społeczne i organizacyjne.

Jednak w praktyce gospodarczej przyjmuje się szersze ujęcie innowacji, które są utożsamiane z wszelkimi procesami badań i rozwoju, zmierzającymi do zastosowania i użytkowania ulepszonych rozwiązań zarówno w technice, technologii, jak i organizacji.

Według Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (*Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD*) innowacja to wdrożenie w praktyce gospodarczej nowego albo znacząco udoskonalonego produktu, usługi lub procesu, w tym także wdrożenie nowej metody marketingowej lub organizacyjnej redefiniującej sposób pracy lub relacje firmy z otoczeniem.

Podejście to uwzględnia szereg kluczowych cech innowacji. Zakłada się w nim, że nie każde nowe rozwiązanie jest innowacją; aby tak było, musi ono znaleźć praktyczne zastosowanie. Także nie każda innowacja musi być nowością *sensu stricto*. Chociaż w literaturze możemy spotkać przedstawicieli uważających, że innowacją jest tylko absolutnie pierwsze zastosowanie, np. według P.R. Whitfielda innowacja to ciąg skomplikowanych działań polegających na rozwiązywaniu problemów. W rezultacie takiego podejścia powstaje kompleksowa i całkowicie opracowana nowość (Whitfield, 1979, s. 10).

Także E. Mansfield pod pojęciem innowacji rozumie pierwsze zastosowanie wynalazku (Mansfield, 1968, s. 21). Definicja w ujęciu OECD nie wskazuje, czy rozwiązania mają być nowe w skali świata, danego rynku, czy też tylko dla konkretnego przedsiębiorstwa. W dalszej kolejności nie każda innowacja ma charakter techniczny, innowacjami są także wszelkie zmiany o charakterze procesowym, dotyczącym marketingu i organizacji zmieniającej sposoby pracy lub relacje firm z otoczeniem. W ten sposób wyróżniono cztery rodzaje innowacji, a mianowicie innowację produktową, procesową, marketingową i organizacyjną (Krawczyk, 2012, s. 57).

Tabela 2.

**Rodzaje innowacji**

Rodzaje innowacji	Charakterystyka pojęcia
Innowacje produktowe	Wprowadzenie nowych lub znacznie zmodyfikowanych produktów pod względem parametrów technicznych, komponentów, materiałów dogodnych i funkcjonalnych dla użytkownika. Zbiór innowacji produktowych stanowi nowość rynkowe.
Techniczne innowacje procesowe	Wprowadzanie nowych metod produkcji, dzięki czemu możliwe jest pewniejsze i szybsze zmniejszenie kosztów wytwarzania produktu i poprawienie jakości wytwarzanych produktów, co z kolei prowadzi do poprawy funkcjonujących lub opracowania nowych procesów, także materialnych i informatycznych, wprowadzenie technologii informatycznych i powiązań CAD-CNC.
Innowacje organizacyjne	Dotyczą struktury organizacyjnej lub organizacji działalności operacyjnej w przedsiębiorstwie, za innowacyjne struktury organizacyjne uważa się elastyczne rozwiązania bazujące na obecnych zespołach zadaniowych tworzonych na potrzeby konkretnych przedsięwzięć innowacyjnych, odnoszą się zarówno do struktury organizacyjnej, jak i organizacji działań operacyjnych.
Innowacje marketingowe i usługowe	Obejmują niematerialny wymiar produktu, mogą także obejmować zaawansowane oferty usługowe, takie jak nowe modele finansowania i nowe modele prowadzenia działalności.

*Źródło: opracowanie na podstawie: A. Żołnierski (2005). Potencjał innowacyjny polskich małych i średniej wielkości przedsiębiorstw, Warszawa: PARP*

Z kolei innowacyjność jest definiowana jako zdolność do permanentnego generowania i realizowania innowacji, które znajdują uznanie u odbiorców ze względu na wysoki poziom nowoczesności i konkurencyjności w skali globalnej (Poznańska, 1998, s. 39).

Innowacyjność jest zatem kojarzona z kreatywnością, oryginalnością, nowością rozwiązań i zależy od poziomu wiedzy pracowników przedsiębiorstwa oraz ich kompetencji i kwalifikacji. Może także wynikać z założeń przyjętych w ramach obszarów funkcjonalnych przedsiębiorstwa. Zawsze jednak może przyczynić się do powstawania przewag konkurencyjnych przedsiębiorstwa na rynku. Zazwyczaj mierzona jest ilością tworzonych i wdrażanych innowacji oraz nakładami przeznaczonymi przez przedsiębiorstwo na innowacje.

Za źródła innowacji i pomysłów w procesie innowacyjnym można uznać: pracowników własnego przedsiębiorstwa, konkurentów, dostawców, klientów i odbiorców, a także obce placówki badawcze (Penc, 1995, s. 74).

Głównym stymulatorem innowacyjności w przedsiębiorstwach z sektora MŚP jest popyt i jeśli występuje na rynku, przedsiębiorstwa muszą wprowadzać nowe produkty, które lepiej zaspokajają potrzeby nabywców i są bardziej konkurencyjne. Czynniki popytowe mogą zatem wpływać na przedsiębiorców, którzy są zmuszeni do wprowadzania innowacji. Stymulatorami innowacyjności w przedsiębiorstwach mogą być także czynniki płynące z otoczenia: prawnego, w tym przepisy i regulacje, ekonomicznego, politycznego czy technologicznego, a także zmiany w gospodarce światowej.

## **POTENCJAŁ INNOWACYJNY MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE**

Potencjał innowacyjny, tak jak innowacyjność, może być definiowany w ujęciu wąskim i szerokim.

W ujęciu wąskim potencjał innowacyjny jest interpretowany jako zdolność do efektywnego wprowadzania innowacji, czyli nowych produktów, nowych technologii, metod organizacyjnych i innowacji marketingowych. Tak rozumiany potencjał jest określony poprzez cztery kluczowe elementy: potencjał finansowy, potencjał ludzki, potencjał rzeczowy i wiedzę (Poznańska, 1998, s. 40). Potencjał finansowy obejmuje własne środki finansowe oraz środki obce pochodzące z różnego rodzaju instytucji finansowych i środki pozafinansowe

możliwe do wykorzystania na obszarze funkcjonowania przedsiębiorstwa. Potencjał ludzki to natomiast liczba zatrudnionych pracowników i ich kwalifikacje, kompetencje i umiejętności. Z kolei potencjał rzeczowy odnosi się do struktury aparatu produkcyjnego i jego możliwości dopasowania produkcji do zmieniających się potrzeb konsumentów. Elementem potencjału innowacyjnego jest także wiedza, w tym wiedza techniczna, oraz płynące z rynku informacje.

W szerszym ujęciu, np. teorii zdolności absorpcyjnej organizacji według W.M. Cohena i D.A. Lewinthal, w określeniu potencjału innowacyjnego nie tylko uwzględnia się znaczenie środowiska zewnętrznego, w którym dochodzi do zmian w technologii, ale jednocześnie podkreśla się wagę potencjału wewnętrznego uzależnionego od indywidualnych i organizacyjnych czynników (np. kultury organizacyjnej), zdolnego do absorpcji innowacyjnych składników zewnętrznych idei innowacyjnych.

Według R. Rothwella i W. Zegwelda w stworzonym przez autorów modelu interakcyjnym skuteczne tworzenie innowacji zależy od intensywności pracy komórek B+R (Zastempowski, 2013, s. 70).

Analizą potencjałów innowacyjnych z punktu widzenia kreowania i komercjalizowania innowacji zajmowało się wielu autorów. Według M. Zastępowskiego zdecydowaną większość kluczowych składników potencjału innowacyjnego MŚP stanowią zasoby o charakterze niematerialnym. Wśród analizowanych sfer funkcjonalno-zasobowych najważniejszą z punktu widzenia potencjału innowacyjnego w grupie MŚP jest sfera zatrudnienia. Należy także podkreślić kluczową rolę wiedzy w budowaniu potencjału innowacyjnego. Jej przejawy można bowiem znaleźć w większości wskazanych kluczowych składników potencjału innowacyjnego MŚP (Zastempowski, 2013, s. 70). A zatem współczesne MŚP powinny być organizacjami innowacyjnymi, czyli takimi, które:

- W szerokim zakresie prowadzą prace badawczo-rozwojowe lub korzystają z wyników takich prac wykonanych poza przedsiębiorstwem.
- Przeznaczają na tę działalność względnie duże nakłady finansowe.
- Systematycznie wdrażają nowe rozwiązania naukowo-techniczne.
- Dysponują dużym udziałem nowości w realizowanej produkcji lub świadczonych usługach.
- Systematycznie tworzą innowacje i wprowadzają je do produkcji, organizacji pracy i na rynek (Jasiński, 1995, nr 3, s. 2).

To, czy rzeczywiście przedsiębiorstwa z sektora MŚP są innowacyjne, jest przedmiotem licznych badań. Innowacyjność to przecież jedna z najważniejszych wartości niematerialnych budujących konkurencyjność przedsiębiorstw globalnej gospodarki, poza tym brak wprowadzania innowacji przez przedsiębiorstwo oznacza jego upadek w dłuższym horyzoncie czasowym (Freeman, 1982, s. 169).

## **BARIERY INNOWACYJNOŚCI MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW**

Z punktu widzenia innowacyjności sektor małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce nie jest homogeniczny, co oznacza, że przedsiębiorstwa mają odmienną politykę w dziedzinie innowacyjności. Jedne stosują proste imitacje, inne – choć zdarza się to znacznie rzadziej – wprowadzają innowacje będące nowością w skali świata. W jednych są to działania wewnętrzne, w innych stanowią obszar współpracy i skomplikowanych licznych powiązań z innymi podmiotami na rynku.

Na małe i średnie przedsiębiorstwa wpływa wiele czynników, które utrudniają opracowanie i implementację innowacji. W podręczniku Oslo Manual (Oslo Manual, Guidelines, 2005, s. 205) zaprezentowano wykaz czynników stanowiących potencjalne bariery dla działalności innowacyjnej. Są to:

- czynniki kosztowe,
- czynniki dotyczące wiedzy,
- czynniki rynkowe,
- czynniki instytucjonalne,
- inne powody nieprowadzenia działalności innowacyjnej.

Szczegółowy podział dla małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce przedstawia Ewa Okoń-Horodyńska (E. Okoń-Horodyńska, 2004, s. 206). Do barier innowacyjności przedsiębiorstw z sektora MŚP zalicza:

- brak woli politycznej oraz długookresowej strategii rozwoju gospodarki, brak zrozumienia dla priorytetowego znaczenia innowacyjności i brak aktywności państwa w strategicznych przedsięwzięciach,
- niskie nakłady na B+R i edukację, brak systemu finansowania innowacji oraz nieudolność w wykorzystywaniu funduszy pomocowych UE,

- brak aktywności jednostek B+R w komercjalizacji wyników prac badawczych przy jednoczesnych niekomercyjnych wynagrodzeniach w najważniejszych dla innowacji obszarach,
- niedojrzałość instytucji finansowych i brak Venture Capital,
- słaby rynkowy popyt na innowacje technologiczne,
- niedostatki w edukacji innowacyjnej przedsiębiorczości oraz niedoskonałe przepływy informacyjne,
- niedoskonałości infrastruktury telekomunikacyjnej i komunalnej.

Anna Kłopotek (2002, s. 30) bariery innowacyjności pogrupowała w zewnętrzne i wewnętrzne.

Tabela 3.

**Bariery innowacyjności**

Źródło	Bariery
Państwo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• polityka podatkowa,</li> <li>• polityka pieniężno-kredytowa,</li> <li>• polityka ekologiczna,</li> <li>• polityka innowacyjna</li> </ul>
Przedsiębiorstwo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kapitały własne,</li> <li>• branża, w której działa,</li> <li>• posiadany majątek,</li> <li>• kadra kierownicza</li> </ul>
Otoczenie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• konkurencja firm,</li> <li>• koszty wdrożeń,</li> <li>• świadomość ekologiczna odbiorców</li> </ul>

Źródło: A. Kłopotek (2002). *Polityka proinnowacyjna jako warunek wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw*, [w:] S. Jurek-Stępień (red.), *Konkurencyjność – Marketing – Informacja*, Warszawa: IFGN, SGH, s. 30

Podobnie W. Janasz (2006, s. 339–340) bariery innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw podzielił na:

- ekonomiczne – wysokie koszty innowacji, wysokie ryzyko ekonomiczne i trudności związane ze znalezieniem właściwych źródeł finansowania,
- wewnętrzne – stan zasobów przedsiębiorstwa i jego umiejętności, a zwłaszcza poziom i kwalifikacje kadry, „sztywność” organizacyjna, brak informacji na temat rynków i technologii,

- pozostałe bariery – uregulowania prawne, normy, przepisy, procedury, brak relacji klientów na nowe produkty.

Aby przedsiębiorstwa z sektora MŚP mogły być innowacyjne, musi istnieć odpowiednia polityka państwa w dziedzinie innowacji. Chodzi tu nie tylko o politykę pieniężno-kredytową, ale także podatkową, ekologiczną i stworzenie odpowiedniego klimatu innowacyjnego. Jak pokazują wyniki wielu badań, brak odpowiedniego wsparcia władz centralnych i lokalnych był do tej pory hamulcem innowacyjności przedsiębiorstw z tego sektora.

Przyczyn niskiej innowacyjności sektora MŚP można doszukiwać się także w tym, że przedsiębiorstwa z sektora MŚP wykazują znacznie gorszą kondycję finansowo-ekonomiczną w porównaniu z dużymi przedsiębiorstwami i często w odniesieniu do nich odczuwają silne bariery w prowadzeniu działalności innowacyjnej. Nakłady, jakie polscy przedsiębiorcy przeznaczają na działalność innowacyjną, są zbliżone, ale nieco niższe od średniej dla krajów UE – 1005 tys. EUR. Pozycja polskich przedsiębiorstw, w porównaniu z innymi krajami w grupie małych (miejsce 19 z 28) i średnich (miejsce 14 z 28), kształtuje się dość przeciętnie.

Podstawowym problemem finansowania przedsięwzięć innowacyjnych w sektorze MŚP w Polsce, a także w Unii Europejskiej jest fakt, że mamy do czynienia z refinansowaniem części nakładów inwestycyjnych, a nie z bezpośrednim finansowaniem prac mających na celu wytworzenie nowego, innowacyjnego produktu.

Wprawdzie małe i średnie przedsiębiorstwa mają szansę na zdobycie kapitału tradycyjnymi drogami, do których możemy zaliczyć: bankowe kredyty inwestycyjne, pożyczki długoterminowe, emisję przez spółkę obligacji i inne długoterminowe papiery dłużne, franchising, leasing, krótkoterminowe kredyty bankowe, pożyczki, emisję krótkoterminowych papierów dłużnych, kredyty handlowe i inne zobowiązania, jednak przedsiębiorstwa sektora MŚP w małym stopniu korzystają z zewnętrznego finansowania. Przedsiębiorstwa te wolą bazować na własnym kapitale i niechętnie korzystają z kredytów i pożyczek (mniej niż 1/3 ogólnej liczby MŚP w 2013 r.).

Utrudniony dostęp do kapitału obcego powoduje, że nowe, innowacyjne przedsiębiorstwa mają ograniczony wpływ na absorpcję nowych technologii czy

postępy w dziedzinie produktywności (Janasz, 2008, s. 38–39). Wśród źródeł własnych dominuje zdecydowanie zysk netto. Oznacza to, że przedsiębiorstwa generują zyski, które są w stanie przeznaczyć na finansowanie własnego rozwoju. Szczególnie małe przedsiębiorstwa uzależniają swój rozwój od wypracowanej nadwyżki finansowej, co może jednak być poważną barierą ich rozwoju.

Brak zainteresowania innowacjami w małych i średnich przedsiębiorstwach jest także spowodowany brakiem B+R i odpowiedniej współpracy z ośrodkami naukowo-badawczymi oraz instytucjami, których ważnym zadaniem jest przecież wspieranie rozwoju przedsiębiorczości w ich regionie. Udział małych przedsiębiorstw w Polsce prowadzących wewnętrzną działalność B+R stanowi 23% ogólnej liczby firm prowadzących działalność innowacyjną (Zadura-Lichota, 2015, s. 15–16).

Niepewność oczekiwanych zmian koniunktury sprawia, że wiele przedsiębiorstw wciąż wstrzymuje się z rozpoczęciem nowych przedsięwzięć, mimo braku poważniejszych barier, gdyż przedsiębiorstwa nadal niekorzystnie oceniają klimat inwestycyjny (Okreglicka, 2011, s. 275). Według badań prowadzonych w Polsce przez Polską Konfederację Pracodawców Prywatnych Lewiatan, dotyczących innowacyjności przedsiębiorstw z sektora MŚP, produkty krajowe są dużo bardziej atrakcyjne pod względem ceny w stosunku do ich odpowiedników z Unii Europejskiej. Powoduje to, że działania przedsiębiorców skupione są raczej na obniżce kosztów pracy, gdyż na tym badane firmy budują swoją przewagę konkurencyjną na rynkach, a nie na wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań. Jednak niskie ceny oferowanych produktów i proste imitacje nie powinny być podstawowym i jedynym źródłem konkurencyjności tych przedsiębiorstw. Jak podkreślają naukowcy, czynnikiem najważniejszym dla budowania pozycji konkurencyjnej na rynku jest innowacyjność i jakość produktów i usług.

Kolejną barierą innowacyjności w małych i średnich przedsiębiorstwach jest niski poziom wiedzy w zakresie nowoczesnych metod zarządzania, brak kompetencji właścicieli i kadry zarządzającej w tym zakresie. W przedsiębiorstwach nie zawsze analizuje się zjawiska ekonomiczne i trendy rynkowe, ograniczając się do działalności operacyjnej. Przedsiębiorcy nie budują scenariuszy stanów otoczenia w przyszłości i nie opracowują różnych wersji strategii, nie potrafią też określić poziomu ryzyka i niepewności podejmowanych działań innowa-

cyjnych. Małe i średnie przedsiębiorstwa mają małą zdolność implementacji nowych narzędzi i metod zarządzania, które czynią to zarządzanie efektywniejszym, co może przekładać się na jego wynik finansowy, a zatem zdolności inwestycyjne w zakresie badań i rozwoju. W niewielkim stopniu przedsiębiorstwa z sektora MŚP podwyższają kompetencje swoich pracowników poprzez szkolenia, np. w zakresie kreatywności i innowacyjności, a także zbyt małą wagę przywiązują do kreowania nowych produktów i komunikacji z klientami, w niewielkim stopniu włączając ich w procesy tworzenia nowości na rynku.

## PODSUMOWANIE

Jak pokazują liczne badania i praktyka, przedsiębiorstwa z sektora MŚP w większości nie są innowacyjne. Przyczyn takiego stanu należy szukać w przedstawionych barierach. Pomimo podejmowanych działań niwelujących bariery instytucjonalne i szukania rozwiązań na szczeblu przedsiębiorstw, stan ten utrzymuje się od wielu lat. Potrzebna jest zatem intensyfikacja działań. Przedsiębiorstwa z sektora MŚP, aby mogły być innowacyjne, muszą prowadzić własne prace badawczo-rozwojowe lub implementować rozwiązania powstające w ośrodkach i placówkach naukowo-badawczych, przy czym zakres tych działań musi być szeroki, obejmujący znaczne nakłady finansowe.

Małe i średnie przedsiębiorstwa powinny systematycznie wdrażać nowe rozwiązania naukowo-techniczne, a nowe produkty i usługi powinny stanowić znaczący udział w wolumenie produkcji. Należy pamiętać, że o innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw decydują wiedza, doświadczenie i zdolności w obszarze marketingu i logistyki. Duże znaczenie ma także kreatywność pracowników i umiejętność kreowania nowych technologii, posiadanie systemów zarządzania całym przedsiębiorstwem oraz skłonność pracowników do podnoszenia własnych kwalifikacji i umiejętności.

## Literatura

- Carter, C.F., Williams B.R. (1958). *Industry and technological process*, London: Oxford University Press.
- Freeman, Ch. (1982). *The economics of industrial innovation*, London: F. Pinter.
- Janasz, K. (red.) (2008). *Źródła i modele finansowania procesów innowacyjnych w przedsiębiorstwie*, „Przegląd Organizacji”, nr 10.
- Janasz, W. (red.) (2006). *Zarys strategii rozwoju przemysłu*, Warszawa: Difin.

- Jasiński, A. (1995). *Przedsiębiorstwo innowacyjne na rynku*, „Marketing i Rynek”, nr 3.
- Kłopotek, A. (2002). *Polityka proinnowacyjna jako warunek wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw*, [w:] S. Jurek-Stępień (red.), *Konkurencyjność – Marketing – Informacja*, Warszawa: IFGN, SGH.
- Kopaliński, W. (2008). *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Krawczyk, M. (2012). *Finansowanie działalności innowacyjnej MŚP. Wybrane zagadnienia*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kuznets, S. (1959). *Six lectures of economic growth*, Chicago: University of Chicago Press.
- Mansfield, E. (1968). *The economics of technological change*, New York: W.W. Norton and Co.
- Mądra, J. (2004). *Bariery innowacyjności przedsiębiorstw z sektora MSP*, [w:] E. Okoń-Horodeńska (red.), *Rola polskiej nauki we wzroście innowacyjności gospodarki*, Warszawa: PTE.
- Okreglicka, M. (2011). *Działalność inwestycyjna mikroprzedsiębiorstw w Polsce – wybrane aspekty*, [w:] K. Mieszkowski, K. Piech (red.), *Gospodarka oparta na wiedzy i innowacyjność przedsiębiorstw – wybrane zagadnienia*, Warszawa: Instytut Wiedzy i Innowacji.
- Penc, J. (1995). *Strategia zarządzania*, Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet.
- Poznańska, K. (1998). *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Warszawa: Dom Wydawniczy ABC.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008–2010* (2011). Warszawa: PARP.
- Strużycki, M. (red.) (2002). *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*, Warszawa: Difin.
- Targalski, J. (2003). *Przedsiębiorczość i zarządzanie*, Warszawa: C.H. Beck.
- Whitfield, P.R. (1979). *Innowacje w przemyśle*, Warszawa: PWE.
- Zadura-Lichota, P. (red.) (2015). *Innowacyjna przedsiębiorczość w Polsce. Odkryty i ukryty potencjał polskiej innowacyjności*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB.
- Zastempowski, M. (2013). *Potencjał innowacyjny małych i średnich przedsiębiorstw na tle liderów polskiej gospodarki w świetle badań empirycznych*, „Współczesne Zarządzanie”, nr 2.
- Żolnierski, A. (2005). *Potencjał innowacyjny polskich małych i średniej wielkości przedsiębiorstw*, Warszawa: PARP.

## Akty prawne

Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. z 2004 r. nr 173, poz. 1807).