

BARIERY INNOWACYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW Z SEKTORA MSP

Joanna MĄDRA

Streszczenie: Obraz innowacyjności Polski zarówno w odniesieniu do całej gospodarki jak i do przedsiębiorstw nie nastraja optymistycznie. Aby przedsiębiorstwa z sektora MSP mogły być innowacyjne musi istnieć odpowiednia polityka innowacyjna w Polsce, powinien być również tworzony w państwie klimat innowacyjny. Sektor MSP często nie prowadzi działalności innowacyjnej, gdyż nie posiada na nią środków własnych, a nie może lub nie potrafi pozyskać kapitału obcego. Przyczyny niskiej innowacyjności sektora MSP można doszukiwać się również w tym, że na wielu rynkach krajowych w Polsce nie istnieje tak znacząca konkurencja jak w krajach produkujących w innowacyjności.

Słowa kluczowe: innowacje, innowacyjność, sektor MSP, bariery.

1. Wprowadzenie

Innowacyjność decyduje o poziomie oraz kierunku rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa, oznaczając postęp, rozwój i przewagę konkurencyjną. Przez innowacyjność należy rozumieć wdrożenie do praktyki gospodarczej niestosowanych do tej pory lub w znacznym stopniu ulepszonych rozwiązań w dziedzinie produktu, procesów wytwórczych, organizacji i marketingu [1]. Obraz innowacyjności Polski zarówno w odniesieniu do całej gospodarki jak i do przedsiębiorstw nie nastraja optymistycznie. Wynika on z niedostatecznego poziomu aktywności innowacyjnej. W odniesieniu do przedsiębiorstw z sektora MSP przyczyn takiego stanu (według GUS, PARP, raportów rządowych, opracowań diagnostycznych ośrodków naukowo badawczych) należy się doszukiwać w uwarunkowaniach zewnętrznych i wewnętrznych. Dlatego też, celem niniejszego opracowania jest ukazanie najważniejszych barier innowacyjności przedsiębiorstw z sektora MSP, gdyż niwelowanie tych barier przyczyniłoby się do wzrostu poziomu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw, a przez to do wzrostu poziomu innowacyjności gospodarki polskiej.

2. Innowacje i innowacyjność we współczesnej gospodarce

2.1. Pojęcie innowacji

W teorii ekonomii termin „innowacja” pojawił się dopiero na początku XX wieku za sprawą J. Schumpetera. Dzieło J. Schumpetera ukazało się po raz pierwszy w 1912 roku, jednak dopiero na początku lat 50-tych XX wieku, a według E. Mansfielda dopiero w latach 60-tych rozwinęły się badania nad procesami innowacyjnymi. [2]. Wprowadzenie terminu innowacje przez J. Schumpetera rozpoczęło dyskusję nad znaczeniem innowacji w gospodarce. Uważał on, że innowacje są zasadniczym czynnikiem wzrostu gospodarczego. Jego definicja obejmowała szeroki zakres przedmiotowy. J. Schumpeter innowacje rozumiał jako [3]:

- wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub też udoskonalenie dotychczas istniejących;
- wprowadzenie nowej lub udoskalonej metody produkcji;
- otwarcie nowego rynku;
- zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów;
- zastosowanie nowych surowców lub półfabrykatów;
- wprowadzenie nowej organizacji produkcji.

Definicja ta jest uznawana za klasyczną w literaturze ekonomicznej, jeśli chodzi o określenie poszczególnych rodzajów działalności innowacyjnej.

W dostępnej literaturze można znaleźć wiele różnorodnych definicji innowacji. Autorzy tych definicji często różnią się między sobą. Część z nich interpretuje innowacje w wąskim znaczeniu (*sensu stricto*) i rozumie innowacje jako zmiany w sferze produkcji (metodach wytwarzania i produktach), bazując na nowej lub niewykorzystanej dotychczas wiedzy. Inni znawcy tematu uważają, że innowacje to wszelkie procesy badań i rozwoju, zmierzające do zastosowania i użytkowania ulepszonych rozwiązań w technice, technologii i organizacji.[4] Wśród reprezentantów patrzących na innowacje *sensu stricto* akcentujących rolę wiedzy można wymienić C.F. Cartera i B.R. Williama, którzy traktują innowacje jako „wprowadzenie wynalazku stanowiącego część nie wykorzystanej wiedzy technologicznej” [5] oraz S. Kuzneta definiującego innowacje jako „nowe zastosowanie starej lub nowej wiedzy do procesu produkcji inicjującej zastosowanie wynalazku” [6]. Nieco odmienne zdanie na temat innowacji ma L. Soete, uważający że innowacje traktować należy jako „pierwsze komercyjne zastosowanie lub wyprodukowanie nowej technologii lub produktu” [7] Należy zgodzić się z W. Janaszem, który uważa, że wąskie pojmowanie innowacji podkreśla przede wszystkim znaczenie innowacji technicznych, mających podstawowe znaczenie dla procesów produkcyjnych i wzrostu produkcji, pomijane jest natomiast podejście, w którym innowacje mają znaczenie społeczne i organizacyjne. W. Janasz uważa, że w teorii ekonomii dominuje podejście, że innowacje to zmiany techniczne, natomiast w praktyce gospodarczej przyjmuje się szersze pojęcie innowacji[8].

Innowacje stanowią podstawę postępu technicznego oraz rozwoju przemysłów wysokiej techniki, jednak należy pamiętać, że innowacje obejmują również inne dziedziny aktywności ludzkiej: społeczną, polityczną, duchową, zdrowia, konsumpcji oraz samej wiedzy. W Polsce mechanizm postępu technicznego jest słaby, można przypuszczać, że przyczyną takiego stanu rzeczy są przyczyny kulturowe. Niestety, polskie społeczeństwo odznacza się słabą kulturą innowacyjną oraz brakiem skłonności do działań kreatywnych.

Analizując różne definicje innowacji można zauważyć, że niektórzy autorzy akcentują w nich stopień nowości, zaliczając do innowacji tylko absolutną nowość, inni dopuszczają za to nowość dla danej osoby. Wśród naukowców pogląd ten nie jest jednak jednoznaczny, dlatego też warto przyjrzeć się różnym punktom widzenia na innowacje. I tak do badaczy uważających, że innowacją jest tylko absolutnie pierwsze zastosowanie można zaliczyć:

- J. A. Schumpetera, który za innowacje uważa „wprowadzenie nowych produktów, nowych metod produkcji, znalezienie nowych rynków, zdobycie nowych źródeł surowców oraz wprowadzenie nowej organizacji [3].
- P.R. Whitfield’a który uważa, że innowacja to „ciąg skomplikowanych działań polegających na rozwiązywaniu problemów. W rezultacie powstaje kompleksowa i całkowicie opracowana nowość” [9].
- E. Mansfield’a, który pod pojęciem innowacji rozumie pierwsze zastosowanie wynalazku [10].

Do badaczy, którzy zaliczają do innowacji niekoniecznie nowość w skali światowej można zaliczyć:

- D.M. Rogers’a którzy uważa, że innowacja to „idea, praktyka lub obiekt postrzegany przez jednostkę akceptującą jako nowa, przy czym dla zachowania ludzkiego istnienia istotne nie jest to, czy jakaś idea jest obiektywnie nowa tzn. dopiero odkryta lub stworzona, tylko to czy jest ona traktowana przez ludzi jako nowa [11].
- W. Marczyka uważającego, że innowacja to „taka wartość kulturowa (materialna np. narzędzie lub niematerialna np. metoda pracy) która w danych warunkach czasowych i przestrzennych jest traktowana przez ludzi jako nowa [12].
- R. Rothwell’a który uważa, że innowacja to „techniczne, finansowe jak i związane z zarządzaniem, projektowaniem, produkcją, marketingiem, działania zaangażowane w komercjalizację nowego (bądź ulepszonego) procesu wytworzenia lub produktu [13].
- H.G. Barnett’a który twierdził, że innowacja to „każda myśl, zachowanie lub rzecz, która jest nowa tzn. jakościowo różni się od form istniejących” [14].

Innowacje są tworzone w przedsiębiorstwach, dlatego też można zdefiniować przedsiębiorstwo zorientowane na innowacje, które:

- prowadzi w szerokim zakresie prace badawczo- rozwojowe (lub dokonuje zakupów nowych produktów czy technologii);
- przeznacza na tę działalność stosunkowo wysokie nakłady finansowe;
- systematycznie wdraża nowe rozwiązania naukowo-techniczne;
- reprezentuje duży udział nowości (wyrobów i technologii) w wolumenie produkcji i usług;
- stale wprowadza innowacje na rynek [15].

2.2. Pojęcie innowacyjności

W opracowaniach GUS innowacyjność odnoszona jest do gospodarki i rozumiana jest jako zdolność i motywacje przedsiębiorstw do ustawicznego poszukiwania i wykorzystywania w praktyce wyników prac badawczych i rozwojowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków. Innowacyjność to również doskonalenie i rozwój istniejących technologii produkcyjnych, eksploatacyjnych w organizacji i zarządzaniu, doskonalenie i rozwój infrastruktury, zwłaszcza dotyczącej gromadzenie, przetwarzania i udostępniania informacji [16], zdolność tworzenia i wdrażania zmian w różnych sferach życia społeczno-gospodarczego [17] oraz zdolność tworzenia innowacji [18]. Innowacyjność decyduje o poziomie oraz kierunku rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa, oznaczając postęp, rozwój i przewagę konkurencyjną. Przez innowacyjność należy rozumieć wdrożenie do praktyki gospodarczej niestosowanych do tej pory lub w znacznym stopniu ulepszonych rozwiązań w dziedzinie produktu, procesów wytwórczych, organizacji i marketingu [1].

Z przeglądu definicji innowacyjności zawartych w literaturze przedmiotu można stwierdzić, że innowacyjność to: zdolność do permanentnego generowania i realizowania innowacji, które znajdują uznanie u odbiorców ze względu na wysoki poziom nowoczesności i konkurencyjności w skali globalnej [19]. Innowacyjność od zawsze kojarzona jest z kreatywnością, oryginalnością rozwiązań. Zdolność innowacyjna przedsiębiorstwa zależy w szczególności od poziomu wiedzy pracowników

przedsiębiorstwa oraz kwalifikacji kadr. Innowacyjność może wynikać z założeń przyjętych w ramach poszczególnych obszarów funkcjonalnych przedsiębiorstwa. Innowacje wprowadzane w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa mogą stać się strategicznym zasobem budującym przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa na rynku.

Podręcznik Oslo wskazuje również na czynniki [20], które racjonalnie wykorzystywane przez przedsiębiorstwa mogą stać się stymulatorami innowacyjności w przedsiębiorstwach z sektora MSP. Pierwszym z takich stymulatorów jest popyt, gdyż kształtuje on działalność innowacyjną na wiele różnych sposobów. Jeśli na rynku występuje popyt na dane dobro przedsiębiorstwa muszą tworzyć nowe, lepsze produkty, aby być konkurencyjnym względem innych. Czynniki popytowe mogą zmusić przedsiębiorców do wprowadzania innowacji albo usprawnień w swoich produktach. Również korzystne regulacje prawne oraz przepisy mogą być stymulatorami innowacyjności.

Drugim rodzajem uwarunkowań wpływających na tworzenie innowacji w MSP są uwarunkowania wewnętrzne. Pod pojęciem tym rozumie się uwarunkowania bezpośrednio związane z wnętrzem MSP czyli z zasobami, które pozostają do ich dyspozycji. Najczęściej pod pojęciem zasobu badacze rozumieją znajdujące się w dyspozycji przedsiębiorstwa czynniki wytwórcze, czyli pracę, kapitał i czynniki niematerialne. Ch. Olivier uważa, że zasoby można rozpatrywać jako czynniki wejściowe, które są kontrolowane i używane przez przedsiębiorstwo dla rozwijania i wprowadzania w życie swoich strategii [21].

M.J. Stankiewicz wskazuje trzy szanse, które mogą wykorzystać polskie przedsiębiorstwa, aby zwiększyć swoją innowacyjność [22]:

- staranie się o wejście w sieci transnarodowych korporacji jako rzetelny, terminowy, nie najdroższy, czasem kreatywny podwykonawca;
- rozwój sektora MSP opartego na kapitale rodzinnym, działającym w niszach;
- rozwój high services, nie high technologies, w sektorze szeroko rozumianych usług na razie występuje relatywnie mniejsza luka w porównaniu z konkurentami zagranicznymi, wynika to z faktu, że sektor usług w całym świecie jest jeszcze w fazie rozwoju i nie do końca zdominowały go korporacje, sektor ten stwarza korzystniejszy układ warunków do konkurowania niż przemysł.

Innowacyjność związana jest również z absorpcją innowacji oraz zaangażowaniem się w procesy innowacyjne, jak również zaangażowaniem w zdobywanie zasobów i umiejętności niezbędnych do uczestniczenia w tych procesach. Innowacyjność i innowacje to pojęcia nietożsame, ale ściśle ze sobą powiązane. Innowacyjność często bowiem jest mierzona ilością tworzonych i wdrażanych innowacji oraz nakładami przeznaczonymi przez przedsiębiorstwo na działania w tym zakresie [23].

3. Sektor MSP w gospodarce polskiej

Pojęcie małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) dotychczas nie było w literaturze przedmiotu oraz w dokumentach rządowych jednoznacznie zdefiniowane. Istnieje wiele pojęć i definicji na określenie tych podmiotów. Zaliczenie przedsiębiorstwa do sektora MSP może być oparte na różnych kryteriach. Najczęściej są to kryteria jakościowe i ilościowe.

Według kryterium jakościowego podkreśla się ekonomiczną i prawną samodzielność właściciela firmy. Oznacza to, że właściciel jest w stanie zrealizować w swoim przedsiębiorstwie na własne ryzyko każde zamierzenie, nie podlegając kontroli osób trzecich. Właściciela charakteryzują niezależność i samodzielność decyzji. Tego typu firmy

stanowią główne źródło utrzymania dla właścicieli i ich rodzin. Rodzina jest często również pracownikami tych przedsiębiorstw, albo pomaga w prowadzeniu firmy. Kapitałem założycielskim takiej firmy jest najczęściej kapitał własny właściciela, lub też pożyczki od krewnych bądź znajomych. Bardzo rzadko przedsiębiorstwa z sektora MSP są zakładane z pożyczek bankowych. Wynika to z faktu, że najczęściej w fazie początkowej właściciele firm nie dysponują zdolnością kredytową, dlatego też nie uzyskują pożyczek bankowych. Również inwestowanie w tych przedsiębiorstwach odbywa się z nadwyżek wypracowanych przez właścicieli, co często prowadzi do sytuacji, że firmy te rozwijają się wolno, gdyż nadwyżki na inwestycję są bardzo małe. Cechą jakościową przedsiębiorstw z sektora MSP jest również najczęściej jedno centrum decyzyjne, którym jest właściciel przedsiębiorstwa. Tego typu działania powodują, że firmy te są bardziej elastyczne od przedsiębiorstw dużych, gdyż jeśli zauważą zmiany w otoczeniu mogą szybko się do nich dostosować.

Kryteria ilościowe wyodrębniania małych i średnich przedsiębiorstw są zróżnicowane w poszczególnych krajach. Występowały też różnice w definiowaniu tej grupy przedsiębiorstw w poszczególnych latach. Jednak jako najczęściej wyróżniane kryteria zaliczania podmiotów gospodarczych do sektora MSP można zaliczyć: wielkość zatrudnienia, wartość majątku czyli aktywów, wartość obrotu tj. przychodów z całokształtu działalności lub z działalności podstawowej, operacyjnej (sprzedaży wyrobów, towarów i usług). W większości przypadków wiodącym kryterium wyodrębnienia tych przedsiębiorstw jest liczba osób zatrudnionych w danej jednostce.

W Polsce w chwili obecnej już powszechnie stosuje się definicje mikro, małych i średnich przedsiębiorstw opartą na ustawie z dnia 02.07.2004r. O swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. Nr 173, poz. 1807) według tej definicji:

- za mikroprzedsiębiorcę uważa się przedsiębiorcę, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych: zatrudniał średniorocznie mniej niż 10 pracowników; osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 2 milionów euro, lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły równowartości w złotych 2 milionów euro
- za małego przedsiębiorcę uważa się przedsiębiorcę, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych: zatrudniał średniorocznie mniej niż 50 pracowników ; osiągnął roczny obrót ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający w złotych 10 milionów euro lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły równowartości w złotych 10 milionów euro
- za średniego przedsiębiorcę uważa się przedsiębiorcę, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych: zatrudniał średniorocznie mniej niż 250 pracowników ; osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 50 milionów euro, lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły równowartości w złotych 43 milionów euro.

Małe i średnie firmy pełnią w gospodarce wiele bardzo ważnych funkcji, do których można zaliczyć [24, s.18]: aktywny udział w procesie zmian struktury przemysłowej kraju wynikającej z demonopolizacji i restrukturyzacji gospodarki; odgrywanie ważnej roli w rozwoju prywatnej własności środków produkcji; zagospodarowanie często ogromnych nadwyżek siły roboczej „uwolnionej” w wyniku racjonalizacji funkcjonowania sektora publicznego; wymuszanie zmian w uregulowaniach prawnych sprzyjających rozwojowi przedsiębiorczości i efektywności funkcjonowania małych podmiotów.

Sektor MSP wypełnia luki rynkowe w które nie chcą wchodzić duże przedsiębiorstwa, wykazuje większą elastyczność niż przedsiębiorstwa duże poprzez dostosowywanie się do zmian zachodzących w otoczeniu. Małe i średnie przedsiębiorstwa szybciej dostosowują się do zmian popytu.

Podkreśla się w literaturze, że małe i średnie przedsiębiorstwa mogą uzyskać przewagę nad dużymi podmiotami, gdyż [25]:

- szybciej reagują na zmieniające się otoczenie;
- są bardziej otwarte na wykorzystywanie innowacji, które mogą być łatwiej weryfikowane przez potrzeby rynkowe;
- łatwiej wchodzą w układy kooperacyjne przez szybkie organizowanie nowych miejsc pracy;
- przedsiębiorczo wykorzystują różnego rodzaju szanse i okazje rynkowe;
- występują szybkie przepływy informacji wewnątrz przedsiębiorstwa;
- działalność tych firm oparta jest na zaspokajaniu konkretnych potrzeb, zgłaszanych przez lokalny rynek;
- charakteryzują się niekiedy wyższą konkurencyjnością, możliwą do osiągnięcia poprzez ścisłą kontrolę oraz redukcję kosztów.

4. Ograniczenia rozwoju innowacyjności w przedsiębiorstwach z sektora MSP

MSP jako sektor są ważnym aktorem w tworzeniu innowacyjności gospodarki polskiej, ale rolę które odgrywają poszczególne przedsiębiorstwa są bardzo zróżnicowane. Z punktu widzenia innowacyjności jest to sektor wysoce heterogeniczny. [26] Każde z przedsiębiorstw (lub też wyodrębnione grupy tych przedsiębiorstw ze względu na ich specyfikę) mają swoje własne specyficzne zachowania innowacyjne. Przedsiębiorstwa z sektora MSP stosują zarówno proste imitacje jak i również zdarzają się w tych przedsiębiorstwach innowacje radykalne. Przedsiębiorstwa te stosują zarówno wyizolowaną działalność innowacyjną, jak również skomplikowaną działalność w powiązaniu z innymi podmiotami.

Aby przedsiębiorstwa z sektora MSP mogły być innowacyjne musi istnieć odpowiednia polityka innowacyjna w Polsce, rozumiana jako proces polegający na wspieraniu działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. Działania zawarte w polityce innowacyjnej powinny zmotywować przedsiębiorców do wprowadzania innowacji, obniżyć stopień trudności podejmowania i realizowania innowacji, zmniejszać stopień ryzyka i niepewności oraz pomagać w dokonywaniu optymalnego wyboru dla przedsiębiorców nie do końca znających mechanizmy wprowadzania innowacji [27]. Aby przedsiębiorstwa były innowacyjne powinien być również tworzony w państwie klimat innowacyjny, który umożliwiłby wykorzystywanie osiągnięć naukowych, działalności B+R, nowych rozwiązań organizacyjnych i technicznych w przedsiębiorstwach. Gdyby takie działania miały miejsce wytworzył by się swoisty kult innowacyjności, który pozwoliłby firmom tworzyć nowatorskie rozwiązania. W polskich przedsiębiorstwach jednak ten kult innowacji nie istnieje. Według M. Moszkiewicz w momencie pojawienia się innowacji w przedsiębiorstwie występują różnego rodzaju problemy różnej natury, które skutecznie zniechęcają dany podmiot do wprowadzania tego typu działań [28].

Przedsiębiorstwa z sektora MSP często nie prowadzą działalności innowacyjnej, gdyż nie posiadają na nią środków własnych, a nie mogą lub nie potrafią pozyskać kapitału obcego. Z bieżącej działalności trudno jest wygospodarować przedsiębiorstwom nadwyżkę na wdrażanie innowacji, gdyż wysokie koszty prowadzenia działalności gospodarczej

pochłaniają znaczną część zysku. Bariery związane z wiedzą wynikają z jednej strony z braku kompetencji właściciela lub kadry zarządzającej, z drugiej z braku wyodrębnionych komórek B+R w małych i średnich przedsiębiorstwach. Niepewny popyt również jest dużą barierą dla tego typu przedsiębiorstw, gdyż nietrafienie firmy z produktem może skończyć się bankrutem. Na bariery instytucjonalne przedsiębiorstwo nie ma żadnego wpływu, a w polskiej gospodarce jest ich wiele, dlatego też są to czynniki znaczenie ograniczające prowadzenie działalności innowacyjnej.

Przyczyną niskiej innowacyjności sektora MSP można doszukiwać się również w tym, że na wielu rynkach krajowych w Polsce nie istnieje tak znacząca konkurencja jak w krajach produkujących w innowacyjności, co może powodować, że w wielu firmach nie pojawia się motywacja do tworzenia bardziej innowacyjnych rozwiązań, gdyż na dotychczasowe produkty znajdują się klient [29].

Procesy innowacyjne w MSP przebiegają inaczej niż w dużych przedsiębiorstwach. Wiadomym jest, że wszystkie podmioty gospodarcze, aby być innowacyjnymi muszą mieć wewnętrzną zdolność do tworzenia nowych produktów, technologii lub metod organizacji, jak również mieć zdolność do absorpcji i zastosowania wiedzy wytworzonej poza przedsiębiorstwami. Przedsiębiorstwa z sektora MSP jednak mają większe problemy z wewnętrzną zdolnością innowacyjną niż duże przedsiębiorstwa, chociaż w dziedzinach niszowych przedsiębiorstwa te mogą zdobyć przewagę techniczną i rynkową. Sektor MSP ma większe problemy niż duże przedsiębiorstwa w wyszukiwaniu i ocenianiu różnorodnych zasobów zewnętrznych, ich asymilacji, transformacji i zastosowaniu, małe przedsiębiorstwa są bardziej wrażliwe na jakość i otwartość otoczenia[30].

Do czynników ograniczających innowacyjność sektora MSP można również zaliczyć [31]: ograniczenia finansowe, niedostatek umiejętności marketingowych, nieprawidłowości w zarządzaniu, ograniczenia czasowe, utrudniony dostęp do zewnętrznych usług konsultingowych. Jak już napisano wcześniej bariery finansowe są dla przedsiębiorstw z sektora MSP bardzo dotkliwe. Większość przedsiębiorstw nie generuje nadwyżki na takim poziomie by inwestować ją w procesy innowacyjne. Wiele badań pokazuje, że przedsiębiorstwa z sektora MSP mają problem z uzyskaniem zewnętrznych źródeł finansowania, zwłaszcza w początkowym stadium działalności. Często również osoba zarządzająca przedsiębiorstwem, czyli najczęściej właściciel nie posiada dostatecznej wiedzy merytorycznej odnośnie procesów ekonomicznych, z tego też wynika niechęć do działań innowacyjnych. Przedsiębiorcy mimo, że nie posiadają umiejętności prognozowania zjawisk ekonomicznych, oraz umiejętności zarządzania bardzo rzadko decydują się również ze względu na oszczędności na korzystanie z usług doradczych firm zewnętrznych.

Mimo, iż prowadzonych jest wiele działań zarówno na szczeblu europejskim, krajowym, a także regionalnym mających na celu wsparcie postaw proinnowacyjnych wśród przedsiębiorstw z sektora MSP można zaobserwować niekorzystne zjawisko utrudniające, a na pewno spowalniające proces wdrażania innowacji w MSP. W podręczniku Oslo Manual zaprezentowano wykaz czynników stanowiących potencjalne bariery dla działalności innowacyjnej, grupując je na pięć podkategorii [20]:

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

Jedną z najszerszych list barier innowacyjności w Polsce przedstawiła E. Okoń-Horodeńska [32] wymieniając m.in.:

- 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.

Wszystkie te bariery znacząco wpływają na bardzo niską innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw, doprowadzając do sytuacji, że na rynku globalnym przedsiębiorstwa z sektora MSP nie są w stanie konkurować z innymi podmiotami oraz osiągać poprzez innowacje przewagi konkurencyjnej.

5. Zakończenie

Przedsiębiorstwa z sektora MSP w większości nie są innowacyjne. Jest to niezaprzeczalny fakt. Wielu badaczy zarówno polskich jak i zagranicznych próbuje postawić diagnozę takiego stanu rzeczy. Jak już wskazano wcześniej, brak innowacyjności tegoż sektora wynika z wielu uwarunkowań, które zostały zbadane, a nawet zostały zaproponowane zarówno w literaturze, jak i praktyce gospodarczej określone rozwiązania. Dlaczego więc sytuacja nie ulega poprawie? Możliwe, że małe i średnie przedsiębiorstwa nie są w stanie być innowacyjne, gdyż ich poziom rozwoju nie jest tak zaawansowany, by innowacje w tych przedsiębiorstwach powstawały. Przyczyny takiego stanu rzeczy można doszukiwać się w wyżej wymienionych barierach. Nie należy jednak akceptować takiej sytuacji, gdyż w gospodarce gdzie prawie połowa PKB jest tworzona przez sektor MSP należy wszelkimi możliwymi sposobami doprowadzić do wzrostu innowacyjności tegoż sektora.

Literatura

1. Cichorska J.: Finansowe bariery rozwoju innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce. [w:]Uwarunkowania rynkowe rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw, Mikro firma 2010, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, 2010.
2. Fiedor B.: Teoria innowacji. PWN, Warszawa, 1979.
3. Schumpeter J.A.: Teoria rozwoju gospodarczego. PWN, Warszawa, 1960.
4. Czemieli-Grzybowska W.: Zarządzanie przedsiębiorstwem. Difin, Warszawa, 2011.
5. Carter C.F., Williams B.R.: Industry and Technological Process. Oxford University Press, London, 1958.
6. Kuznets S.: Six Lectures of Economic Growth. Chicago, 1959.
7. Freeman C., Soete L.: The Economic of Industrial Innovation. Continuum, London 1997.

8. Janasz W.: Innowacje i ich miejsce w działalności przedsiębiorstw. [w:] Innowacje w modelach działalności przedsiębiorstw, pod red. W. Janasza, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, 2003.
9. Whitfield P.R.: Innowacje w przemyśle. PWE, Warszawa, 1979.
10. Mansfield E.: The Economics of Technological Change. W.W. Norton and Co., New York, 1968.
11. Rogers D.M.: Diffusion of innovation. Free Press, New York, 1962.
12. Marczyk W.: Kierunki badań nad procesami przyswajania i dyfuzji innowacji. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, 1971.
13. Rothwell R.: Design and Innovation. Policy and Management, Frances Procter, London, 1985.
14. Barnett H.G.: Innovation, The Basis of Cultural Change. McGraw-Hill, New York, 1953.
15. Jasiński A.H.: Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji. Difin, Warszawa, 2006.
16. Dworczyk M., Szlaska R.: Zarządzanie innowacjami. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa, 2001.
17. Bogdanienko J.: Innowacje jako czynnik przewagi konkurencyjnej. [w:] Innowacyjność przedsiębiorstw, pod red. J. Bogdanienko, M. Haffera, W. Popławskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, 2004.
18. Freeman Ch.: Systems of Innovation. Edward Elgar, Cheltenham, 2008.
19. Sosnowska A.: Pojęcie konkurencyjności przedsiębiorstw. [w:] Źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw, pod red. K. Poznańskiej, A. Sosnowskiej, „Materiały i Prace Instytutu Funkcjonowania Gospodarki Narodowej Szkoły Głównej Handlowej” T.LXXXII, Warszawa, 2002.
20. Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, OECD and Eurostat, 3 rd edition 2005
21. Olivier Ch.: Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based Views. “Strategic Management Journal”, vol 18, 1997.
22. Stankiewicz M.J.: Konkurencyjność polskich przedsiębiorstw. [w:] Rozważania o rozwoju gospodarczym Polski, pod red. W. Bieńkowskiego, K. Szczygielskiego, Oficyna Wydawnicza Wyższej Szkoły Handlu i Prawa, Warszawa, 2009.
23. Gałganek-Napierała M.: Sektor MSP- bariery i stymulatory innowacyjności. [w:] Uwarunkowania sprawności innowacyjnej przedsiębiorstw, pod red. H. Mruka, R. Nestorowicz, Wydaw. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań, 2011.
24. Piecuch T.: Funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce. [w:] Wyzwania i perspektywy zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach, pod red. M. Matejuna, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa, 2010.
25. Skowronek-Mielczarek A.: Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania. C.H. Beck, Warszawa, 2007.
26. Tidd J., Bessant J., Pavitt K.: Managing innovation. Integrating technological, market and organizational change. J.Wiley& Sons, Ltd., New York, 2005.
27. Mizgajska H.: Zmiany aktywności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw po akcesji do Unii Europejskiej na przykładzie Wielkopolski. [w:] Problemy innowacyjności przedsiębiorstw innowacyjnych, pod red. H. Mizgajskiej, Wydaw. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań, 2010.
28. Procesy innowacyjne w polskiej gospodarce, Rada Strategii Społeczno-Gospodarczej przy Radzie Ministrów, Raport nr 26, Warszawa, 2005.

29. Koczerga M.: Innowacje w przedsiębiorstwie. [w:] Uwarunkowania sprawności innowacyjnej przedsiębiorstw Pod red. H. Mruka, R. Nestorowicz, Wydaw. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań, 2011.
30. Stawasz E.: Polityka innowacyjna wobec MSP. [w:] Polityka innowacyjna państwa wobec sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce- analiza uwarunkowań i ocena realizacji, pod red. P.Niedzielskiego, R. Stanisławskiego, E. Stawasza, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, 2011.
31. Larsen P., Lewis A.: How Award-Winning SMEs Manage the Barriers to Innovation „Creativity and Innovation Management” Vol. 16, No 2, 2007.
32. Rola polskiej nauki we wzroście innowacyjności gospodarki, pod red.E. Okoń-Horodeńskiej, PTE, Warszawa, 2004.

Mgr Joanna MAŁDRA
Katedra Zarządzania Potencjałem Społecznym
Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku
15-472 Białystok, ul. Ciepła 40
Tel (085) 678-58-67
e-mail: joanna.madra@wsfiz.edu.pl