EKONOMIA I ZARZĄDZANIE W TEORII I PRAKTYCE



Tom 9

Ekonomia i nauki o zarządzaniu w warunkach integracji gospodarczej

redakcja naukowa
Piotr Urbanek i Ewa Walińska

WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

http://dx.doi.org/10.18778/8088-203-4.10

Rozdział 2

Ocena wybranych aspektów innowacyjności polskich przedsiębiorstw[1]

Streszczenie

Wzrost innowacyjności polskich przedsiębiorstw jest podstawowym warunkiem poprawy konkurencyjności Polski w Europie i na świecie. Celem opracowania jest ocena stanu innowacyjności polskich przedsiębiorstw przy wykorzystaniu wskaźników innowacyjności stosowanych przez Główny Urząd Statystyczny. Przeprowadzona analiza wskazuje na niską i systematycznie malejącą innowacyjność przedsiębiorstw w Polsce. W celu jej poprawy zaproponowano w artykule rozwiązania, które mogłyby przyczynić się do zintensyfikowania działań innowacyjnych i które mogą stanowić punkt wyjściowy dalszych rozważań w kwestii wzrostu innowacyjności polskich przedsiębiorstw.

2.1. Wprowadzenie

Tematyka innowacji już od dłuższego czasu wzbudza coraz większe zainteresowanie zarówno teoretyków, jak i praktyków. Z punktu widzenia przedsiębiorstwa innowacje postrzega się jako kluczowy czynnik wspierania ich konkurencyjności na rynkach krajowych i międzynarodowych. Współczesna dynamika gospodarki i tempo rozwoju gospodarczego wymaga od przedsiębiorstw ciągłego wprowadzania nowych lub ulepszonych rozwiązań technologicznych, organizacyjnych czy marketingowych, w celu skutecznego konkurowania na rynku.

Innowacyjność ściśle wiąże się z wykorzystywaniem prac badawczo-rozwojowych (B+R), które prowadzone są samodzielnie przez przedsiębiorstwa, bądź realizowane przez inne podmioty. Współcześnie

1 Kinga Kozłowska, Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania.

konieczność ta jest jeszcze słabo uświadomiona i wykorzystywana przez podmioty ekonomiczne w Polsce. Przyczyn takiej sytuacji należy upatrywać przede wszystkim w ich trudnej sytuacji finansowej oraz niechęci do ryzykownych przedsięwzięć. Proces kreowania, absorpcji i wdrażania innowacji jest niedostatecznie rozwinięty w większości przedsiębiorstw również przez brak wiedzy na temat rozwiązań innowacyjnych w określonych obszarach zarządzania firmą.

Celem artykułu jest próba przyjrzenia się, jaki jest stopień zaangażowania przedsiębiorstw w działalność badawczo-rozwojową, a co za tym idzie, jaka jest skłonność do wdrażania rozwiązań innowacyjnych. Analiza ta pozwoli również na ocenę stanu innowacyjności polskich przedsiębiorstw oraz wskazanie najważniejszych czynników jej wzrostu.

Pierwszy rozdział poświęcono wprowadzeniu do problematyki innowacyjności przedsiębiorstw, wyjaśniając istotę, źródła oraz charakterystykę procesu innowacyjnego. W rozdziale tym przedstawiono także przegląd kierunków badań prowadzonych w Polsce i na świecie w zakresie tej tematyki. W kolejnym rozdziale wykorzystano dane wtórne pochodzące z Głównego Urzędu Statystycznego i dane zawarte w raportach o innowacyjności w celu określenia stopnia działalności innowacyjnej podejmowanej przez polskie przedsiębiorstwa. Trzecia część artykułu poświęcona jest czynnikom stymulującym wzrost innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce.

2.2. Pojęcie innowacji i innowacyjności przedsiębiorstw

Współcześnie innowacje są pojmowane bardzo szeroko. Za pioniera teorii innowacji uważa się J. A. Schumpetera, który rozumiał innowację jako wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub też udoskonalenie produktów już istniejących, wprowadzenie nowego lub udoskonalenie istniejącego procesu produkcyjnego, zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów, otwarcie nowego rynku, zastosowanie nowych surowców lub półfabrykatów oraz wprowadzenie nowej organizacji produkcji [Schumpeter 1960, s. 104].

Przyjęto powszechnie, że innowację stanowi „pierwsze praktyczne zastosowanie nowego produktu, procesu, systemu lub urządzenia" [Freeman 1982, s. 7].

Można wyróżnić trzy zasadnicze rodzaje innowacji: produktowe, procesowe i usługowe. Innowacje produktowe związane są ze zmianami polegającymi na wprowadzeniu nowych produktów lub udoskonaleniu już istniejących. Wprowadzanie nowych lub udoskonalonych procesów produkcyjnych nazywane jest innowacjami procesowymi. Jeszcze do niedawna zwracano uwagę przede wszystkim na te rodzaje innowacji. Wyróżnienie trzeciej kategorii – innowacji usługowych, związanych z wprowadzeniem lub udoskonaleniem nowych usług jest wynikiem przede wszystkim zwiększenia ich roli we współczesnej gospodarce [Niedzielski i in. 2007, s. 23–24].

Istotną zmianę w postrzeganiu innowacji wprowadził P. F. Drucker, który utożsamiał ją z narzędziami przedsiębiorców, za pomocą których mogą oni podejmować nową działalność gospodarczą lub świadczyć nowe usługi. Podkreślał również, że innowacja i przedsiębiorczość stały się integralną częścią działalności gospodarczej, która stanowi impuls rozwoju przedsiębiorstw i całej gospodarki [Drucker 1992, s. 29].

Podobne podejście prezentował M. E. Porter, który dostrzegł źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw w podejmowanych działaniach innowacyjnych. Według tego autora, innowacja może przejawiać się jako nowy wzór wyrobu, nowy proces produkcyjny, nowe podejście marketingowe, nowe sposoby szkoleń [Porter 2001, s. 202].

Zmiana podejścia do innowacji, a tym samym znaczne rozszerzenie ich znaczenia, nastąpiło pod koniec XX wieku. Współcześnie definiowanie innowacji wykracza poza innowacje technologiczne i uwzględnia również innowacje organizacyjne, które często towarzyszą technicznym, np. wprowadzenie nowej techniki wytwarzania, która całkowicie zmienia organizację wydziału produkcyjnego. Podręcznik *Oslo Manual* wyróżnia również innowacje marketingowe, które dotyczą wdrażania nowych działań marketingowych, dotyczących zmian w konstrukcji produktu, opakowania, promocji oraz dystrybucji, a także w metodach kształtowania cen oferowanych produktów i usług [OECD 2005, s. 19].

Przytoczone wyżej definicje oraz dokonany przegląd literatury polskiej i zagranicznej potwierdzają rozszerzenie rozumienia innowacji. Wydaje się jednak, że współcześnie w definiowaniu innowacji przeważa podejście podkreślające to zjawisko, jako atrybut przedsiębiorstwa oraz jego zdolność do kreowania i wdrażania innowacji [Kraśnicka, Ingram 2014, s. 17].

Innowacja może pochodzić z różnych źródeł. Wymienia się źródła [Drucker 1992, s. 44–45]:

- wewnętrzne – znajdujące się wewnątrz przedsiębiorstwa, do których można zaliczyć: potrzeby procesu produkcyjnego lub usługowego,

niezgodność między rzeczywistością a oczekiwaniami, nieoczekiwane powodzenie, posiadane zasoby (ludzkie, finansowe i materialne), kulturę organizacyjną, system komunikowania;
- zewnętrzne – znajdujące się w otoczeniu przedsiębiorstwa, do których najczęściej zalicza się: zmiany nastrojów i preferencji konsumentów, nową wiedzę, kursy i szkolenia, sytuację w zakresie konkurencji na rynku, współpracę z uczelniami wyższymi i instytutami badawczymi, politykę państwa, dostęp do kapitału, koniunkturę gospodarczą, specyfikę branży i wiele innych.

Miejscem, w którym najczęściej tworzone są innowacje jest przedsiębiorstwo[2]. Działalność innowacyjna firmy ma przede wszystkim prowadzić do rozwoju jej potencjału innowacyjnego, umożliwiającego gromadzenie, wdrażanie i komercjalizację podjętych procesów innowacyjnych [Białoń 2010, s. 178].

Współcześnie najważniejszym czynnikiem stymulującym innowacyjność podmiotów ekonomicznych jest kapitał intelektualny, czyli wiedza i ludzie, którzy ją posiadają.

Skłonność i zdolność do innowacji określa stopień innowacyjności przedsiębiorstwa. Jednostka uznawana za podmiot innowacyjny prowadzi prace badawczo-rozwojowe, przeznacza na tę działalność wysokie nakłady finansowe, systematycznie wdraża nowe rozwiązania techniczno-organizacyjne i stale wprowadza innowacje na rynek. Szczegółowy opis przedsiębiorstwa innowacyjnego przedstawiono w tabeli 1.

Przedsiębiorstwo innowacyjne według klasyfikacji unijnej to firma, która w badanym, trzyletnim okresie wprowadziła przynajmniej jedną innowację z punktu widzenia tego przedsiębiorstwa [Jasiński 2012, s. 19]. Podręcznik *Oslo Manual* zaś podkreśla, że firmą innowacyjną może zostać podmiot, który w badanym okresie wprowadził innowację co najmniej w skali krajowej, a nie tylko przedsiębiorstwa [OECD 2005, s. 21].

W krajach wysoko rozwiniętych współcześnie dominuje model integracji systemowej i pracy w sieci, stąd innowacje coraz częściej powstają w sieciach tworzonych przez różne podmioty. Ponadto firma innowacyjna jest przedsiębiorstwem intelektualnym, które skupia grupę osób z wysokim poziomem inteligencji, cechujących się kreatywnością i twórczą postawą. Przedsiębiorstwa te są oparte na wiedzy i nastawione

2 Rozumiane jako zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły – Art. 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. Nr 173, poz. 1807.

na tworzenie i wykorzystywanie potencjału intelektualnego organizacji, zaś wszystkie działania w obszarze innowacji wynikają z procesu uczenia się. Zatem można stwierdzić, że współcześnie firma innowacyjna jest organizacją opartą na wiedzy, uczącą się oraz pracującą w sieci [Jasiński 2012, s. 19].

Tabela 1. Charakterystyka firmy innowacyjnej

Przedsiębiorstwo innowacyjne	Cechy przedsiębiorstwa innowacyjnego
prowadzi działalność badawczo-rozwojową lub dokonuje zakupu nowych produktów, technologii	wysoka kreatywność zespołu i zdolność do tworzenia nowych rozwiązań
przeznacza wysokie środki finansowe na działalność B+R lub zakup nowych produktów, technologii	umiejętność wykorzystania potencjału innowacyjnego przedsiębiorstwa do utrzymania lub zwiększenia pozycji konkurencyjnej na rynku
sukcesywnie wdraża nowe rozwiązania	umiejętność przewidywania przyszłości
osiąga wysoki udział nowości w całkowitej produkcji dóbr i usług	elastyczność w dostosowywaniu się do dynamicznie zmieniającego się otoczenia gospodarczego
systematycznie wprowadza innowacje na rynek	stały kontakt z klientami w celu poznania ich bieżących i przyszłych potrzeb

Źródło: opracowanie własne na podstawie Sosnowska A. i in. (2000), *Zarządzanie firmą innowacyjną*, DIFIN, Warszawa, s. 11–12.

2.3. Innowacyjność przedsiębiorstw w Polsce w świetle badań empirycznych

Od początku zainteresowania tematyką innowacji występują rozbieżności w zakresie pomiaru innowacyjności. Zostało opracowanych wiele metod, które służą do jej oceny, jednak żadna nie ujmuje problemu w całości. W literaturze zostało opracowanych wiele wskaźników pozwalających na pomiar innowacyjności. W badaniach zwykle wykorzystuje się różne zestawy mierników, które w określonym stopniu pokazują obraz innowacyjności. Na potrzeby artykułu przyjęto wskaźniki

innowacyjności stosowane przez Główny Urząd Statystyczny, do których zalicza się:

- nakłady i efekty działalności badawczo-rozwojowej podmiotów gospodarczych (nakłady finansowe na działalność B+R, zakres prowadzonych prac w zakresie B+R, źródła finansowania nakładów na działalność B+R),
- innowacje wprowadzone przez podmioty gospodarcze w sektorach produkcyjnym i usługowym (typ innowacji wprowadzanych przez przedsiębiorstwa, efekty działalności innowacyjnej, bariery działalności innowacyjnej),
- stopień współpracy w zakresie działalności innowacyjnej.

Analiza danych prezentowanych przez Główny Urząd Statystyczny w zakresie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w Polsce wskazuje na spadek odsetka przedsiębiorstw innowacyjnych w porównaniu z rokiem 2006, co przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Udział przedsiębiorstw innowacyjnych w ogólnej liczbie przedsiębiorstw w latach 2006–2013

Rok	Odsetek przedsiębiorstw
2006	22,5
2008	18,8
2009	16,0
2010	14,9
2011	13,8
2012	14,4
2013	14,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z GUS, http://stat.gov.pl/bdl/app/dane_podgrup.display?p_id=942421&p_token=0.5173908348653388# (dostęp 14.07.2015).

Spadek ten był widoczny zarówno wśród przedsiębiorstw z sektora przemysłu, jak i sektora usług. Aktywność innowacyjną polskich przedsiębiorstw przedstawia tabela 3.

W Polsce działalność innowacyjna jest prowadzona głównie przez duże przedsiębiorstwa. Powodem takiej sytuacji jest przede wszystkim lepszy dostęp do środków finansowych przez te podmioty ekonomiczne. Najniższą innowacyjnością charakteryzują się małe przedsiębiorstwa. Najbardziej dynamicznymi przedsiębiorstwami w analizowanym okresie

są firmy zatrudniające 50–249 pracowników, ponieważ wzrost wprowadzonych innowacji w latach 2006–2013 wyniósł około 3 pkt. proc., zaś w pozostałych przypadkach przyrost ten był nieco niższy.

Tabela 3. Przedsiębiorstwa aktywne innowacyjnie według liczby pracujących z podziałem na lata (w %)

Liczba zatrudnionych	2006–2008	2009–2011	2011–2013
10–49	11,25	9,5	10,85
50–249	25,05	26,3	27,9
250 i więcej	52	52,9	53,95

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa, 2010, s. 11; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa, 2012, s. 21 oraz *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa, 2014, s. 31.

Analiza wdrażanych innowacji z podziałem na cztery główne kategorie, przedstawiona w tabeli 4, również wskazuje na systematyczny spadek działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw.

Tabela 4. Struktura przedsiębiorstw według wdrożonych innowacji z podziałem na lata (w %)

Rodzaj innowacji	Odsetek przedsiębiorstw		
	2006–2008	2009–2011	2011–2013
produktowe	13,15	8,75	8,4
procesowe	15	10,7	10,65
organizacyjne	14,3	8,7	7,7
marketingowe	13,95	7,85	7,25

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa, 2010, s. 13, 38, 43; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa, 2012, s. 30, 40, 42 oraz *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa, 2014, s. 41, 47, 53.

W latach 2006–2008 działalność innowacyjną w sferze produktów i procesów podejmowało 28,15% wszystkich przedsiębiorstw. W sferze

organizacji i marketingu odsetek ten kształtował się na bardzo podobnym poziomie – 28,25% przedsiębiorstw. W kolejnych latach wartości te znacznie spadły i tak w zakresie innowacji produktowych i procesowych odsetek wyniósł 19,45% w latach 2009–2011 i 19,05% w ostatnim analizowanym okresie. Działalność innowacyjną w sferze marketingu i organizacji podjęło 16,55% przedsiębiorstw w latach 2009–2011 i 14,95% firm w latach 2011–2013. W każdym analizowanym okresie dominują, choć nieznacznie, innowacje procesowe, natomiast najmniejszym udziałem charakteryzują się innowacje produktowe w latach 2006–2008 i marketingowe w latach kolejnych. Największy spadek działalności innowacyjnej przedsiębiorstw obserwuje się w przypadku innowacji marketingowych (spadek o 6,7 pkt. proc.) oraz organizacyjnych (spadek o 6,6 pkt. proc.), co oznacza, że przedsiębiorstwa są bardziej skłonne do wprowadzania innowacji produktowych i procesowych.

Najwięcej innowacji procesowych w latach 2006–2013 dotyczyło wprowadzenia nowych lub istotnie ulepszonych metod wspierających procesy w przedsiębiorstwie, ich udział przeważał, choć nieznacznie, we wszystkich analizowanych okresach (Tabela 5). Równie często polskie przedsiębiorstwa decydowały się na wprowadzanie innowacji dotyczących nowych lub istotnie ulepszonych metod wytwarzania produktów. W innowacjach organizacyjnych dominowały zdecydowanie te, które dotyczyły nowych metod podziału zadań i uprawnień decyzyjnych. Jednocześnie w analizowanym okresie obserwuje się największy spadek tego rodzaju innowacji (spadek o 5,3 pkt. proc.). W innowacjach marketingowych najwięcej działań innowacyjnych dotyczyło wprowadzania nowych mediów i technik promocji produktów.

W latach 2006–2008 najwięcej innowacji wprowadzonych przez przedsiębiorstwa dotyczyło zmian organizacyjnych z zakresu podziału zadań i uprawnień decyzyjnych (10,5%). W kolejnym okresie (2009–2011) prym wiodły innowacje procesowe w zakresie zmian metod wspierających procesy w przedsiębiorstwie i ta tendencja utrzymuje się do dnia dzisiejszego. W ostatnich latach wzrosło również znaczenie innowacji procesowych w zakresie wprowadzania nowych lub istotnie ulepszonych metod wytwarzania produktów. Współcześnie są to drugie z kolei innowacje najczęściej wykorzystywane przez polskie przedsiębiorstwa.

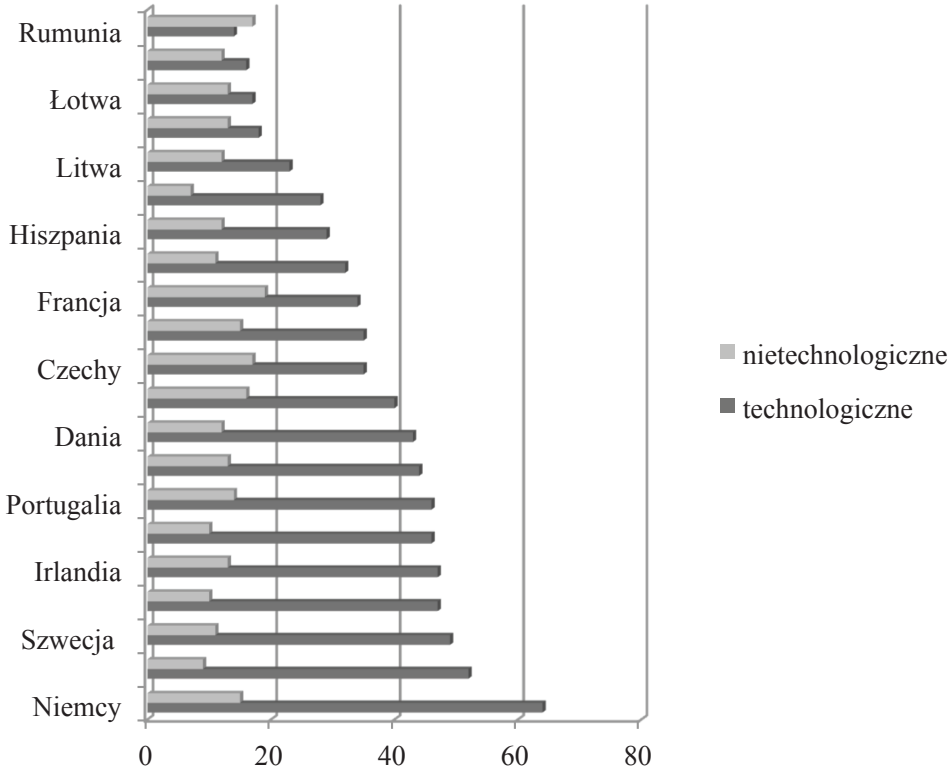
Podsumowując powyższe rozważania, należy zwrócić uwagę na fakt niskiej i systematycznie malejącej innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce. Co gorsza, przedstawione dane w ujęciu dynamicznym wskazują na niekorzystne trendy dotyczące podejmowania działalności innowacyjnej, ponieważ obserwuje się sukcesywny spadek wykorzystania wszystkich rodzajów innowacji przez przedsiębiorstwa.

Tabela 5. Przedsiębiorstwa, które wprowadziły innowacje procesowe, organizacyjne i marketingowe z podziałem na lata (w %)

	Rodzaje innowacji	2006–2008	2009–2011	2011–2013
Innowacje procesowe	nowe lub istotnie ulepszone metody wytwarzania produktów	9,45	6,25	6,15
	nowe lub istotnie ulepszone metody z zakresu logistyki i dystrybucji	5,55	3,3	2,85
	nowe lub istotnie ulepszone metody wspierające procesy w przedsiębiorstwie	9,6	6,4	6,2
Innowacje organizacyjne	nowe metody w zasadach działania	7,8	4,45	4,5
	nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych	10,5	6,1	5,2
	nowe metody w zakresie stosunków z otoczeniem	5,6	4,05	3,1
Innowacje marketingowe	znaczące zmiany w projekcie/ konstrukcji lub opakowaniu wyrobów lub usług	7,5	2,8	2,95
	nowe media lub techniki promocji produktów	7,25	4,95	4,25
	nowe metody w zakresie dystrybucji produktów lub kanałów sprzedaży	5,1	2,65	2,4
	nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług	5,7	4,1	3,35

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa, 2010, s. 13, 41, 46; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa, 2012, s. 31, 40, 46 oraz *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa, 2014, s. 42, 53, 59.

Porównując odsetek innowacyjności polskich przedsiębiorstw na tle podmiotów zagranicznych wyraźnie zauważa się niski poziom działalności innowacyjnej w Polsce (wykres 1).



Wykres 1. Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych ogółem w zakresie innowacji technologicznych i nietechnologicznych wybranych krajów europejskich w 2013 roku

Źródło: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2010_en.pdf (dostęp 13.09.2015).

Polska należy do grupy krajów o najniższej innowacyjności, nieco niższy wynik osiąga tylko Rumunia. Czołówka państw w powyższym zestawieniu charakteryzuje się prawie 4-krotnie wyższą innowacyjnością przedsiębiorstw w porównaniu z działalnością innowacyjną w Polsce. Według danych Eurostatu, tylko 28% polskich przedsiębiorstw prowadzi jakąkolwiek działalność innowacyjną, podczas gdy średnia dla UE wynosi aż 52% [Ministerstwo Skarbu Państwa 2013, s. 15].

Co wpływa na tak niską innowacyjność polskich podmiotów gospodarczych? Przyczyn takiej sytuacji jest wiele. Pierwszą z nich jest niska innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa zatrudniające 10–49 pracowników charakteryzują się najniższą innowacyjnością zarówno technologiczną (10%), jak i nietechnologiczną (12%)

na tle krajów zaprezentowanych na wykresie 1. Na taką sytuację ma wpływ przede wszystkim aspekt finansowy, ponieważ większość małych i średnich przedsiębiorstw nie posiada wystarczających środków finansowych, które mogłoby zostać przeznaczone na działalność innowacyjną. Zdecydowanie wyższą innowacyjnością charakteryzują się przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 49 pracowników, jednak to nie zmienia ogólnej pozycji Polski w rankingu innowacyjności państw. W kraju zdecydowana wiekszość to małe i średnie przedsiebiorstwa (99,8%), zaś niecałe 0,2% stanowią duże podmioty i to one głównie prowadzą działalność innowacyjną [Ministerstwo Skarbu Państwa 2013, s. 16].

Inną przyczyną niskiej aktywności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw jest niskie finansowanie i wsparcie tego typu działalności w Polsce, co zostało przedstawione w tabeli 6.

Polskie przedsiębiorstwa finansują działalność innowacyjną przede wszystkim ze środków własnych, ich udział w każdym roku jest bardzo znaczący (70–86%), pozostałą część stanowią głównie kredyty bankowe. Środki budżetowe lub pozyskane z zagranicy stanowią marginalną część finansowania.

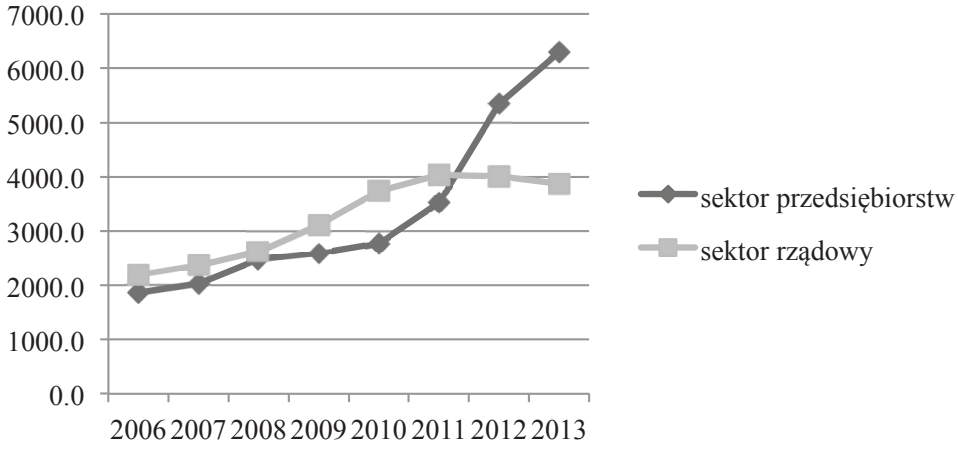
Tabela 6. Nakłady na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach według źródeł finansowania (w %)

Rok	Środki własne	Środki budżetowe	Środki pozyskane z zagranicy	Kredyty bankowe
2006	0,86	0,02	0,02	0,10
2007	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych
2008	0,82	0,01	0,02	0,15
2009	0,69	0,01	0,0	0,19
2010	0,84	0,01	0,06	0,09
2011	0,82	0,01	0,06	0,11
2012	0,78	0,09	0,08	0,05
2013	0,73	0,10	0,09	0,08

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z GUS, http://stat.gov.pl/bdl/app/dane_podgrup.display?p_id=942421&p_token=0.4474469512902055# (dostęp 14.07.2015).

Relacje między sektorem przedsiębiorstw a sektorem publicznym w finansowaniu działalności badawczo-rozwojowej w Polsce podlegają stałym wahaniom i trudno mówić o pozytywnym trendzie w tym zakresie.

Od 2006 roku nakłady na działalność B+R w sektorze prywatnym systematycznie rosną, a od 2010 roku wzrost ten jest bardzo dynamiczny i znaczący, czego nie można powiedzieć w przypadku sektora rządowego. Od 2011 roku obserwuje się tendencję spadkową wydatków na działalność B+R podmiotów publicznych (Wykres 2). Nie trzeba podkreślać, że taka struktura finansowania prac badawczo-rozwojowych nie sprzyja intensyfikacji działalności innowacyjnej. Prywatne podmioty, które w zdecydowanym stopniu finansują tę działalność z środków własnych lub zaciągniętych kredytów bankowych, zdecydowanie częściej są zniechęcone do podejmowania ryzykownych przedsięwzięć i inwestycji, jakimi są kosztowane prace badawczo-rozwojowe, nie zawsze przynoszące wymierne korzyści.



Wykres 2. Wydatki wewnętrzne na działalność B+R z podziałem na lata (w mln. zł)
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z GUS, http://stat.gov.pl/bdl/app/dane_podgrup.display?p_id=944011&p_token=0.48144414865715346# (dostęp 15.07.2015).

Polscy przedsiębiorcy bardzo często również nie realizują i nie angażują się w projekty badawczo-rozwojowe z powodów ideologicznych, czy hobbystycznych. Wielokrotnie podkreślany brak przekonania w działalność B+R, hamuje wzrost innowacyjności. Co ważne, część przedsiębiorców nie podejmuje prac B+R, ponieważ nie widzi w tym korzyści biznesowych. Bardzo trudno jest każdą wydaną złotówkę na B+R skalkulować na odpowiedni efekt ekonomiczny w przyszłości i dopóki przedsiębiorcy nie zmienią podejścia, dopóty nie będzie można zaobserwować znaczącego wzrostu innowacyjności w Polsce.

2.4. Determinanty wzrostu innowacyjności w Polsce

Przy podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu prac badawczo-rozwojowych (będących niekwestionowanym źródłem innowacji), przedsiębiorcy zwykle kalkulują możliwe do uzyskania korzyści i wielkość potencjalnych zysków, a następnie pozyskanie nowej wiedzy i umiejętności, które wiążą się z finalizacją danego projektu badawczego. Firmy przywiązują dużą wagę do potencjalnego zwrotu z podjętych prac B+R, chcą mieć pewność, że zainicjowane przedsięwzięcie będzie opłacalne, przede wszystkim ekonomicznie. Najczęściej wymienianymi współcześnie przez przedsiębiorców czynnikami decydującymi o podejmowaniu działalności innowacyjnej jest potencjalny zwrot z inwestycji, pozyskanie nowej wiedzy lub umiejętności oraz dostępność i jakość odpowiednich kadr wewnątrz firmy [KPMG 2013, s. 26].

Niezbędnym czynnikiem wpływającym na wzrost poziomu innowacyjności w Polsce jest zwiększone wsparcie ze strony sektora publicznego, tak aby przedsiębiorstwa mogły szybciej i efektywniej prowadzić oraz wdrażać efekty podjętych prac badawczo-rozwojowych. Pomoc ta przede wszystkim odnosi się do wsparcia finansowego, jakiego oczekują polscy przedsiębiorcy ze strony państwa. W Polsce istnieją tylko dwie główne formy zachęt związane z pracami badawczo-rozwojowymi: dotacje z Programu wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu dla gospodarki polskiej na lata 2011–2020 oraz zwolnienia z podatku dochodowego w specjalnych strefach ekonomicznych. Jednak czy są efektywne? Biorąc pod uwagę dzisiejszy poziom innowacyjności polskich podmiotów, raczej nie. Zwolnienie z podatku dochodowego czy otrzymanie dotacji jest tylko doraźną pomocą finansową, którą przedsiębiorstwa efektywnie mogą (lub nie) wykorzystać na działalność innowacyjną. Jednak nie ulega wątpliwości, że kapitał jest instrumentem pobudzającym działania innowacyjne, ale nie wystarczającym, aby zintensyfikować ich znaczący wzrost.

Problem polskich przedsiębiorstw leży u podstaw podejścia do innowacji. W zdecydowanej większości firm dominuje imitacyjny paradygmat rozwoju. Ten stan rzeczy wynika z braku zrozumienia znaczenia innowacyjności dla długotrwałej pozycji konkurencyjnej na rynku krajowym i międzynarodowym.

Bazując na raportach i analizach przeprowadzanych w zakresie innowacyjności, można wskazać kilka kluczowych czynników, które powinny uwzględnić polskie przedsiębiorstwa w celu zwiększenia i zintensyfikowania poziomu innowacyjności w Polsce. W najbliższych

latach przewiduje się wzrost finansowania działalności badawczo-rozwojowej w zakresie wdrażania innowacji przełomowych (rewolucyjnych), kosztem inkrementalnych (diagnostycznych). Polskie przedsiębiorstwa powinny skupiać swoją uwagę na podejściu prognostycznym w zakresie innowacji, ponieważ zakłada ono proces planowania polegającego na wyobrażeniu systemu idealnego, nie biorącego pod uwagę stanu obecnego. W takim przypadku poszukiwane są metody wypełnienia luki strategicznej, co w przypadku przedsiębiorstwa wprowadzającego tego typu innowację skutkuje zdecydowanie wyższym poziomem konkurencyjności, a w konsekwencji i poziomem innowacyjności. Z kolei podejście diagnostyczne, pozwalające na wprowadzenie innowacji inkrementalnych i dominujących we współczesnej gospodarce polskiej, wynika z planów innowacyjnych budowanych w oparciu o ocenę posiadanych zasobów i dostępnych, już istniejących rozwiązań, w celu ich usprawnienia. Takie podejście skutkuje tylko krótkoterminowymi efektami innowacyjnymi, mniej pożądanymi z punktu widzenia przedsiębiorstw.

Coraz częściej również wskazuje się na czynnik poszerzania platformy współpracy przedsiębiorstw z innymi podmiotami, np. uczelniami, innymi przedsiębiorcami. W Polsce z roku na rok obserwuje się systematyczny spadek odsetka przedsiębiorstw zarówno przemysłowych, jak i usługowych, współpracujących z innymi podmiotami w zakresie działalności innowacyjnej w ogólnej liczbie przedsiębiorstw. W roku 2006 odsetek ten wyniósł 11,3%, zaś w roku 2013 już tylko 5,2% w przypadku przedsiębiorstw przemysłowych, zaś w usługowych – 2,9%.

Faktem jest, że rośnie również rola znaczenia usług we współczesnym świecie. Stąd też zakłada się wzrost finansowania w zakresie innowacji usługowych. W Polsce nadal dominują inwestycje w innowacje produktowe lub procesowe, polegające głównie na usprawnieniu procesów lub metod wytwarzania produktów. Podkreślić należy, że różnym rodzajom innowacji towarzyszy odmienny rodzaj czynników stymulujących poziom innowacyjny. Ważnym źródeł innowacji usługowych są pracownicy, ich kreatywność, twórcza postawa, przedsiębiorczość, poziom wiedzy i ich umiejętności. Dlatego też przedsiębiorstwa powinny kłaść nacisk na szkolenia i pozyskanie nowej wiedzy, która intensyfikuje działalność innowacyjną. Zauważalną tendencją jest również wzrost znaczenia innowacji miękkich, np. zmiany w organizacji pracy. Duże znaczenie mają więc innowacje organizacyjne i marketingowe, na które współczesne przedsiębiorstwa powinny wracać coraz większą uwagę.

2.5. Podsumowanie

Wzrost innowacyjności przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce jest jednym z kluczowych czynników poprawy ich konkurencyjności i rozwoju. Innowacyjność przedsiębiorstw funkcjonujących w polskiej gospodarce jest oceniana na dość niskim poziomie, a przyczyn tego należy upatrywać w ich trudnej sytuacji finansowej oraz niechęci do ryzykownych przedsięwzięć, do których można zakwalifikować działalność badawczo-rozwojową.

Czynniki innowacyjności polskich przedsiębiorstw odbiegają od tych charakteryzujących kraje wysoko rozwinięte. Po pierwsze, w polskich podmiotach nadal dominują innowacje produktowe i procesowe o charakterze imitacyjnym. Współczesne przedsiębiorstwa, które chcą być konkurencyjne i bardziej innowacyjne, skupiają swoją działalność innowacyjną równie mocno na innowacjach usługowych, wykorzystujących czynniki nieuprzedmiotowione. Innowacje te są przede wszystkim efektem wzmożonych i stałych prac badawczo-rozwojowych, których brakuje w większości polskich przedsiębiorstw. Znaczna część środków przeznaczana na działalność innowacyjną jest nieefektywnie wydatkowana z wielu powodów: niedopasowania podejmowanych działań do istniejących barier i potrzeb gospodarczych, zbytniej zachowawczości przy finansowaniu nowatorskich przedsięwzięć, wspierania przez sektor publiczny głównie bezpiecznych projektów inwestycyjnych dużych przedsiębiorstw, generując w ten sposób znaczne efekty wypierania i jałowej straty.

Jednak istnieje szereg czynników, które mogą stanowić podstawę do zintensyfikowania działań innowacyjnych polskich podmiotów. Istotnym czynnikiem, który powinien stanowić fundament wzrostu innowacyjności jest zmiana nastawienia przedsiębiorców do postrzegania innowacji, już nie jako imitacyjnego paradygmatu rozwoju przedsiębiorstwa.

Rating selected aspects of innovation Polish company

Abstract

Increased innovation of Polish enterprises is a basic stipulation for improving the competitiveness of Poland in Europe and the world. The aim of the study is to assess the level of innovation of Polish companies using innovation indicators used by the Central Statistical Office. The analysis indicates low and steadily declining innovative companies in Poland. In order to improve performance solutions suggested in the article that could contribute to the intensification of innovative activities and which may constitute a starting point for further discussion on the issue of growth innovation of Polish enterprises.

Bibliografia

Białoń L. (red.) (1992), *Zarządzanie działalnością innowacyjną*, PLACET, Warszawa.

Drucker P.F. (1992), *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.

Freeman Ch. (1982), *The economics od industrial innovation*, Pinter, London.

Jasiński A.H., Ciborowski R. (red.) (2012), *Ekonomika i zarządzanie innowacjami w warunkach zrównoważonego rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.

Kraśnicka T., Ingram T. (red.) 2014, *Innowacyjność przedsiębiorstw. Koncepcje, uwarunkowania i pomiar*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.

Niedzielski P. i in. (2007), *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.

Oslo Manual (2005), OECD, Paris.

Porter M.E. (2001), *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa.

Schumpeter J. (1960), *Teoria wzrostu gospodarczego*, PWN, Warszawa.

Sosnowska A. i in. (2000), *Zarządzanie firmą innowacyjną*, DIFIN, Warszawa.

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009 (2010), Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa.

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011 (2012), Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa.

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2011–2013 (2014), Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa.

Działalność badawczo-rozwojowa przedsiębiorstw w Polsce. Perspektywa 2020 (2013), KPMG.

Obecny stan aktywności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw (2013), Ministerstwo Skarbu Państwa, Warszawa.



Książka dostępna również jako e-book

ISBN 978-83-8088-203-4

WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63, faks (42) 665 58 62