

Marek Matejun*, Agnieszka Więckowska**

Zakres i uwarunkowania zarządzania innowacjami w mikro- i małych przedsiębiorstwach regionu łódzkiego

[Po więcej publikacji zapraszam na www.matejun.pl]

Słowa kluczowe: innowacje, zarządzanie innowacjami, mikro i małe przedsiębiorstwa

Keywords: innovations, innovation management, micro and small enterprises

Synopsis: Podstawowym komponentem sukcesu oraz budowania przewagi konkurencyjnej współczesnych mikro i małych przedsiębiorstw stają się innowacje. W artykule zaprezentowano kluczowe aspekty zarządzania innowacjami w firmach mikro i małej wielkości oraz określono rodzaje i zakres wdrożenia innowacji w praktyce gospodarczej tych podmiotów. Realizacji celu pracy poświęcono badania przeprowadzone metodą badań ankietowych na próbie 40 przedsiębiorstw działających na terenie regionu łódzkiego, które w ostatnich dwóch latach wdrożyły innowacyjne rozwiązania.

Wstęp

Podstawowym warunkiem zapewnienia wysokiej pozycji konkurencyjnej oraz dynamicznego i skutecznego rozwoju współczesnych przedsiębiorstw stają się innowacje. Wymóg ten dotyczy w szczególności firm mikro i małej wielkości, które jako podmioty o immanentnych cechach elastyczności i przedsiębiorczości mogą być doskonałym polem działania dla kreatywnych innowatorów. Firmy te dzięki wprowadzaniu innowacyjnych rozwiązań mogą odpowiednio reagować na zmiany zachodzące na rynku oraz dostosować swoje produkty czy usługi do wymagań stawianych przez odbiorców. Poprzez innowacje są również w stanie tworzyć nowe potrzeby swoich klientów [Janasz, Koziół 2007, s. 11].

Działalność innowacyjna jest szeregiem działań o charakterze naukowym, badawczym, technicznym, organizacyjnym, finansowym oraz handlowym. Ich celem jest opracowanie i wdrożenie nowych, bądź w istotnym stopniu ulepszonych produktów czy procesów. Rezultatem tak pojmowanej działalności są innowacje, które stają się podstawowym komponentem budowania przewagi konkurencyjnej mikro i małych przedsiębiorstw [por. Sosnowska, Łobesko, Kłopotek, 2000, s. 145]. Dodatkowym atutem staje się zdolność takich przedsiębiorstw do przyjmowania innowacji z zewnątrz, co czyni je zdolnymi do tworzenia trwałej przewagi technologicznej [Łobesko 2005, s. 70].

Warunkiem tych efektów staje się właściwe **zarządzanie innowacjami** na poziomie przedsiębiorstwa rozumiane, jako uporządkowany zbiór działań, realizowanych najczęściej w ujęciu funkcjonalnym, obejmujący planowanie i podejmowanie decyzji, organizowanie, przeprowadzenie i kontrolowanie, skierowanych na zasoby organizacji dla osiągnięcia zamierzonych celów w zakresie wyboru techniki, technologii i organizacji, pozyskania wiedzy i innych środków służących rozwojowi innowacji oraz ich wykorzystaniu w sposób sprawny i skuteczny [Matejun 2009, s. 23].

Biorąc to pod uwagę, **jako cel artykułu** wyznaczono prezentację kluczowych obszarów zarządzania innowacjami w firmach mikro i małej wielkości oraz określenie rodzaju i zakresu

* Dr Marek Matejun, Politechnika Łódzka.

** Mgr Agnieszka Więckowska, Politechnika Łódzka.

innowacji wdrażanych w tych podmiotach. Realizacji celu pracy poświęcono badania przeprowadzone metodą badań ankietowych na próbie 40 mikro i małych przedsiębiorstw działających na terenie regionu łódzkiego, które w ostatnich dwóch latach wdrożyły innowacje.

Wybrane aspekty zarządzania innowacjami w mikro i małych przedsiębiorstwach

W literaturze innowacje **definiowane i opisywane** są w bardzo różnorodny sposób. Można wyróżnić cztery główne podejścia do interpretacji tego zjawiska: akcentujące ukierunkowanie na jednostkę, na strukturę, na zależności interakcyjne oraz akcentujące systemowe kreowanie innowacji [Baruk 2006, s. 92-93]. Podejścia te wywodzą się w znacznej mierze z klasycznej już definicji J.A. Schumpetera ujmującej innowację jako nieciągłe przeprowadzanie nowych kombinacji w zakresie wprowadzania nowego towaru lub usługi, nowej metody produkcji, nowego rynku, nowego źródła surowców lub półfabrykatów bądź wprowadzenia nowej jakościowo organizacji [Schumpeter, 1960, s. 104], przy jednoczesnym spełnieniu fundamentalnych warunków innowacji w postaci nowości oraz zastosowania jej w praktyce [Baruk 2006, s. 95].

W efekcie rozważań teoretycznych prezentowane są bardzo różnorodne opisy innowacji i działalności innowacyjnej od wąskich definicji, aż po bardzo szerokie ujęcia tych konstruktów pojęciowych. Przykładem wąskiego rozumowania w tym zakresie może być podejście W. Nasierowskiego, który uważa, iż innowacja to pierwsze praktyczne wykorzystanie wynalazku [Nasierowski 1997, s. 46]. Użyteczna praktycznie wydaje się definicja zaproponowana w podręczniku Oslo zgodnie z którą za innowację uważa się wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu albo procesu, metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, przy czym nowość ta odnosi się co najmniej do wprowadzającej ją jednostki [Podręcznik Oslo 2005, s. 48]. Szeroko interpretują z kolei to pojęcie W. Grudzewski oraz I. Hejduk, którzy do rozwiązań innowacyjnych zaliczają każdą myśl, zachowanie lub rzecz, która jest nowa, tzn. jakościowo różna od form istniejących [Grudzewski, Hejduk 2000, s. 139].

Oprócz prób definicyjnych w literaturze można spotkać także opisy syntetyzujące rozważania teoretyczne. Jedną z propozycji może być zestawienie J. Baruka [Baruk 1992, s. 36] akcentujące między innymi celowy i pozytywny kontekst innowacji, jej praktyczne i jedynie pierwsze zastosowanie, określony przedmiot i rezultat zmian, a także wymóg posiadania wiedzy technicznej, ekonomicznej, rynkowej oraz socjopsychologicznej niezbędnej do jej wdrożenia.

Tak rozumiane innowacje są efektem działalności prowadzonej przez **firmy innowacyjne**, które charakteryzują się przede wszystkim kreatywnością, zdolnością wykorzystania swojego potencjału w celu utrzymania wysokiej pozycji konkurencyjnej w oparciu o strategiczne kompetencje oraz umiejętnością perspektywicznego myślenia i przewidywania przyszłości. Ważny jest również stały kontakt z klientami, którego celem jest poznanie ich bieżących i przyszłych potrzeb, stosowny zakres informacji pozwalających na właściwą ocenę podejmowanych decyzji, a także elastyczny charakter działań w celu dostosowaniu się do zmieniających się warunków funkcjonowania [Łobesko 2005, s. 70]. Wymienione cechy przedsiębiorstw innowacyjnych wpisują się z powodzeniem w charakterystykę jakościową podmiotów mikro i małej wielkości, które jako naturalnie dynamiczne i przedsiębiorcze organizacje stać się mogą polem działania dla kreatywnych innowatorów.

Różnorodne kierunki podejmowanej działalności innowacyjnej prowadzą do wyodrębnienia **różnorodnych rodzajów innowacji**. Jednym z podstawowych podziałów jest wyodrębnienie innowacji ze względu na ich przedmiot w postaci: innowacji produktowych, procesowych oraz organizacyjnych [Baruk 2006, s. 107]. Według kryterium oryginalności zmian wymienia się dwie podstawowe grupy innowacji: rozwiązania kreatywne oraz imitujące. Innowacje można

również klasyfikować według stopnia złożoności procesu i liczby twórców postępu na innowacje niesprężone oraz sprężone [Osęka, Wipijewski 1985, s. 20-21].

W podziale przyjmującym za podstawę obszar powodowanych przez innowacje rezultatów, wyodrębnia się innowacje strategiczne oraz taktyczne [Kalisiak 1975, s. 113]. Te i inne typologie wskazują na szerokie i wieloaspektowe podejście do problematyki innowacji wdrażanych przez współczesne firmy.

Wprowadzanie innowacji w mikro i małych przedsiębiorstwach warunkuje posiadany **doświadczenie do ich źródeł** oraz zasoby pozwalające na ich wdrożenie i dyfuzję. Innowacjom można przyporządkować określone źródła, których mikro i małe jednostki gospodarcze mogą poszukiwać wewnątrz przedsiębiorstwa, jednak, z powodu ograniczeń zasobowych inspiracje powinny pochodzić również z każdego elementu otoczenia zewnętrznego [por. Winkler, 2008, s. 99]. Rozumowanie takie prowadzi do wyodrębnienia dwóch podstawowych kierunków źródeł rozwiązań innowacyjnych: wewnętrznych oraz zewnętrznych [Baruk 2006, s. 111-112].

Zarządzanie innowacjami w mikro i małych firmach powinno mieć charakter procesowy i opierać się na klasycznych modelach prezentowanych w literaturze przedmiotu, na przykład uwzględniających fazy: planowania oraz analizy makro i mikrootoczenia, identyfikacji i wyboru projektów innowacyjnych; zapewnienia zasobów do ich realizacji; wdrożenia i dyfuzji zaproponowanych rozwiązań oraz kontroli i dalszych planów innowacyjnych [por. Pomykański 2001, s. 78].

Finansowanie innowacji w Polsce odbiega znacznie od standardów światowych. Uzyskanie finansowania zewnętrznego jest tu zadaniem bardzo trudnym, wymagającym ze strony mikro lub małej firmy znacznego zaangażowania zasobowego. Projekty innowacyjne mikro i małych przedsiębiorstw postrzegane są negatywnie przede wszystkim z powodu problemów we własnej ocenie ich wartości, długiego zwrotu z inwestycji oraz poprzez istotne ryzyko, jakie generują dla dawców kapitału [por. Głodek, Gołębiowski, 2006, s. 9-10]. Pomimo możliwości zastosowania różnorodnych form finansowania zewnętrznego polskie firmy sektora MSP finansują procesy innowacyjne głównie ze środków własnych [Wojnicka, Klimczak, 2008, s. 19], co pogłębia dodatkowo wewnętrzne ograniczenia zasobowe tych podmiotów.

Trudnością stają się również wysokie koszty opracowania i wdrożenia innowacji, które w znacznym stopniu przekraczają możliwości finansowe większości najmniejszych firm. Mało rozwinięta infrastruktura komercjalizacji nauki i techniki w Polsce staje się również problemem, przyczynia się ona bowiem do tego, iż inwestowanie w nowe technologie oraz powstawanie nowych podmiotów jest związane ze zbyt wielkim ryzykiem. Powoduje to zahamowanie wykorzystania badań naukowych w praktyce gospodarczej [Ejsmont, 2006, s. 255].

Z drugiej strony mikro i małe firmy cechujące się innowacyjnością w istotnym stopniu przyczyniają się do tworzenia i rozwijania nowych dziedzin wytwórczości, nowych branż i gałęzi przemysłu opartych na nowych technologiach. Należy jednak zaznaczyć, iż innowacyjność polskich firm z sektora MSP znacznie odbiega od standardów jakie istnieją w krajach europejskich, co potwierdzają liczne raporty z tego zakresu [np. Wojnicka, Klimczak 2008, s. 10].

Procesy innowacyjne realizowane w firmach mikro i małej wielkości napotykać na wiele barier i ograniczeń. W literaturze można odnaleźć różnorodne ich typologie [por. Matejun, 2008, s. 42-44], a w jednej z propozycji stosowanej w odniesieniu do ograniczeń działalności innowacyjnej mikro i małych przedsiębiorstw wymienia się pięć podstawowych grup: bariery rynkowe, ekonomiczne, wynikające z polityki rządu, wewnętrzne, związane przede wszystkim z procesami produkcyjnymi oraz obejmujące problemy związane z niedostatecznym dostępem do użytecznych informacji [Strużycki, 2008, s. 136-137].

Stosunkowo niewielka aktywność polskich mikro i małych przedsiębiorstw jest rezultatem różnego rodzaju zmiennych o charakterze ekonomicznym, barier rynkowych, ograniczeń zwią-

zanych ze słabością sfery naukowej i badawczo – rozwojowej [Plaskacz, Plaskacz, 2007, s. 36], a także często niedostatecznej wiedzy kadry zarządzającej firmami sektora MSP. Ważną przeszkodę stanowią tu bariery ekonomiczne związane przede wszystkim z ograniczonym dostępem do zewnętrznych źródeł finansowania, co powoduje, iż działalność innowacyjna polskich firm jest realizowana w większości przypadków z ich, często mocno ograniczonych, środków własnych. Wśród innych czynników niezwykle istotną rolę we wdrażaniu innowacji przez mikro i małe przedsiębiorstwa odgrywa polityka innowacyjna prowadzona przez państwo, która nie motywuje często polskich przedsiębiorców do inwestowania w badania i rozwój czy nowe technologie [Szopik, 2007, s. 41].

Metodyka badań i charakterystyka badanych przedsiębiorstw

Założony cel zrealizowano, przeprowadzono badania empiryczne, które zostały przeprowadzone w regionie łódzkim, w okresie maj–czerwiec 2010 r., metodą badań ankietowych, na próbie 40 mikro- i małych przedsiębiorstw. Jako technikę badawczą wykorzystano technikę ankiety rozdawanej bezpośrednio respondentem, natomiast narzędziem badawczym był autorski kwestionariusz ankiety.

Zastosowano **celowy dobór próby** koncentrując się na mikro i małych przedsiębiorstwach, które wprowadziły innowacje w ostatnich dwóch latach. Przekazano łącznie 42 kwestionariusze ankiet z czego otrzymano zwrot 40 kwestionariuszy, które zakwalifikowano do ostatecznej analizy.

Badaniu poddano 40 mikro i małych przedsiębiorstw, działających przede wszystkim jako osoby fizyczne (80%). Wielkość przedsiębiorstwa określano na podstawie przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej [Dz. U. 2004, Nr 173, poz. 1807] oraz według zapisów załącznika nr 1 do Rozporządzenia Komisji (WE) nr 364/2004 z dnia 25 lutego 2004 r [Definicja małych i średnich przedsiębiorstw, Załącznik nr 1...]. Szczegółowe informacje na temat badanych mikro i małych przedsiębiorstw przedstawiono w tabeli 1.

Tab 1. Szczegółowa charakterystyka mikro i małych przedsiębiorstw biorących udział w badaniach empirycznych (*A detailed characteristics of the micro and small enterprises taking part in the research*)

Forma organizacyjno-prawna (<i>Legal form</i>)	Liczba firm	[%]	Wielkość firmy (<i>Company size</i>)	Liczba firm	[%]
osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą (<i>Single entity</i>)	32	81%	mikro (<i>micro</i>)	28	70%
spółka cywilna (<i>Civil partnership</i>)	1	2%	mała (<i>small</i>)	12	30%
spółka jawna (<i>Registered partnership</i>)	1	2%			
spółka z o.o. (<i>Limited company</i>)	2	5%	Rok założenia firmy (<i>The date of the beginning of activity</i>)	N	[%]
brak odpowiedzi (<i>no answer</i>)	4	10%	po 1980 roku (<i>after 1980</i>)	4	10%
			po 1990 roku (<i>after 1990</i>)	10	25%
Dominujący sektor działania (<i>Dominant sector of activity</i>)	Liczba firm	[%]	po 2000 roku (<i>after 2000</i>)	26	65%

usługi (<i>services</i>)	26	65%	Obszar działania (<i>Area of market activity</i>)	Liczba firm	[%]
handel (<i>commerce</i>)	8	20%	lokalny (<i>local</i>)	29	73%
produkcja (<i>production</i>)	4	10%	regionalny (<i>regional</i>)	5	12%
budownictwo (<i>building industry</i>)	2	5%	krajowy (<i>national</i>)	4	10%
			międzynarodowy (<i>international</i>)	2	5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Innowacje przedsiębiorstw w świetle przeprowadzonych badań

Wszystkie badane przedsiębiorstwa wprowadziły w ostatnich dwóch latach innowacje. W największej liczbie podmiotów (27 firm – 68% próby) wprowadzono w tym czasie **innowacje organizacyjne**. Znacznie mniej podmiotów wdrożyło innowacje procesowe (14 firm) lub produktowe (13 firm). Z punktu widzenia oryginalności wprowadzanych zmian dominowały **innowacje imitujące**, które wprowadzono w 27 firmach, co stanowi 68% próby. W znacznie mniejszym zakresie wprowadzano natomiast **innowacje kreatywne**, które wdrożono jedynie w 17 podmiotach (43% próby).

Następnie poddano analizie obszary rezultatów powodowanych przez wdrażane innowacje. W tym przypadku dominowały innowacje taktyczne (które wprowadzono w 23 firmach, 58% próby), a więc rozwiązania nastawione raczej na efekty krótkookresowe. Innowacje o charakterze strategicznym wprowadzono w 18 firmach (45% próby), co oznacza, iż badane przedsiębiorstwa w mniejszym stopniu skupiają się na długookresowych perspektywach swojego działania.

Jako **przykłady innowacji**, jakie wprowadzono w badanych firmach wymieniono przede wszystkim:

- działania związane ze wzbogaceniem oferty firmy (np. wprowadzenie nowych zajęć do oferty firmy, które dopiero powstają i rozwijają się w Polsce; sprzedaż nowych produktów potrzebnych do prowadzenia zajęć; poszerzenie asortymentu),
- wprowadzenie nowych rozwiązań organizacyjnych (np. informatycznej platformy kontaktu z klientem; nowych procesów związanych z przepływem informacji),
- działania o charakterze inwestycyjnym (np. zakup oraz zmianę oprogramowania; zmianę wnętrza; zakup nowoczesnego sprzętu i szkoleń pracowników; zakup nowej, ulepszonej maszyny produkcyjnej),

W badanych firmach dominują zatem innowacje, które często są widoczne jedynie w wymiarze wewnętrznym (głównie innowacje organizacyjne), o niewielkim zakresie oddziaływania (taktyczne) oraz będące jedynie powieleniem rozwiązań stosowanych przez liderów rynkowych (innowacje imitujące). W związku z tym większość respondentów (62%) ma trudności w jednoznacznym stwierdzeniu, czy ich firmy można określić jako firmy innowacyjne. Na takie stwierdzenie zdecydowało się jedynie 18% osób biorących udział w badaniach, natomiast aż 20% ankietowanych uważa, iż reprezentowane przez nich przedsiębiorstwa nie powinny być zaliczane do grona podmiotów innowacyjnych.

Te ostrożne oceny przekładają się następnie na ocenę maksymalnego obszaru, na którym badane firmy mogą być uznane za przedsiębiorstwa innowacyjne. Zdecydowana większość respondentów odnosi innowacyjność swoich przedsiębiorstw **do obszaru lokalnego** (72% wskazań). Niewiele osób wskazywało natomiast na pozostałe obszary, w kolejności są to: ponadregionalny (12% wskazań), regionalny (10% wskazań) oraz ponadlokalny i krajowy (3% wskazań). Żaden z respondentów nie wskazał za maksymalny obszar na jakim dane przedsiębiorstwa mogą być uznawane za innowacyjne obszaru europejskiego i światowego.

W kolejnej części badań poddano analizie źródła służące jako inspiracje dla działań innowacyjnych w badanych firmach. Respondenci oceniali znaczenie poszczególnych źródeł w skali od 1 (najmniej istotne źródło działań innowacyjnych) do 5 (najważniejsze źródło). Wśród źródeł wewnętrznych wiodącą rolę **pełni właściciel** (dominanta wyniosła w tym przypadku 5, natomiast średnia ocena ustaliła się na poziomie 3,7). Pozostałe źródła wewnętrzne (w tym pracownicy i kadra kierownicza firmy) zostały ocenione na niskim lub bardzo niskim poziomie.

Inspiracje do działań innowacyjnych w badanych firmach pochodzą również z otoczenia. W tym przypadku istotną rolę odgrywają: **obserwacja firm konkurencyjnych** (dominująca ocena w tym przypadku wyniosła 5, natomiast średnie wskazanie 3,4) oraz **sugestie zgłaszane przez klientów** firm (dominanta 4, średnie wskazanie 3,4). Pozostałe czynniki zewnętrzne zostały ocenione na niskim bądź bardzo niskim poziomie.

W kolejnej części badań respondenci oceniali znaczenie poszczególnych źródeł wykorzystywanych do finansowania wdrażanych innowacji w skali od 1 (najmniej istotne źródło) do 5 (najważniejsze źródło). Wyniki badań wskazują, iż analizowane firmy finansują wdrażane innowacje przede wszystkim **ze środków własnych**, których rola została oceniona na wysokim poziomie (dominanta 4, średnie wskazanie 4,1). W procesie finansowania innowacji średnią rolę odgrywają w badanych firmach **kredyty bankowe**, natomiast niską i bardzo – środki z funduszy Unii Europejskiej i inne źródła finansowania.

Mimo niewielkiego zakresu wdrażanych innowacji badane firmy identyfikują szereg **korzyści z działalności innowacyjnej**. Należy do nich zaliczyć przede wszystkim poprawę jakości oferowanych produktów i usług (korzyść ta została oceniona bardzo wysoko w skali od 1 (najmniej istotna korzyść) do 5 (najbardziej istotna korzyść)). Wśród korzyści zidentyfikowanych na wysokim poziomie można wymienić:

- zwiększoną liczbę klientów,
- poprawę uzyskiwanych wyników finansowych, w tym zysku firmy,
- polepszenie pozycji rynkowej oraz poprawę wizerunku rynkowego i rozpoznawalności przedsiębiorstwa,
- pozyskanie szans na dalszy rozwój firmy,
- obniżenie kosztów działania oraz unowocześnienie metod zarządzania.

W efekcie 75% respondentów **jest ogólnie zadowolona z korzyści** osiągniętych w wyniku wdrożenia innowacji. W 7 firmach oceniono wręcz, iż osiągnięte korzyści przerosły zakładane oczekiwania. Jedynie w 3 przedsiębiorstwach (co stanowi 8% próby) krytycznie oceniono efekty wynikające z podjęcia i wdrożenia działań innowacyjnych. Należy przy tym zaznaczyć, iż właśnie zdolność do wprowadzania innowacji, obok przedsiębiorczości i zaradności właścicieli przedsiębiorstw zostały uznane przez respondentów za kluczowe czynniki zwiększające konkurencyjność badanych podmiotów.

Z drugiej jednak strony wdrażane w badanych przedsiębiorstwach innowacje napotkały na szereg barier utrudniających ich sprawną oraz skuteczną realizację. Ankietowani zostali poproszeni o zidentyfikowanie oraz ocenę znaczenia barier w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza najmniejszy problem w procesie wdrażania innowacji, a 5 największą barierę dla działalności innowacyjnej.

W grupie **barier rynkowych** jako najpoważniejszy problem (dominanta na poziomie 5) zidentyfikowano i oceniono silną konkurencję rynkową. Czynniki ten ma zatem specyficzne znaczenie w procesie zarządzania innowacjami w badanych firmach. Z jednej strony stanowi bowiem barierę działalności innowacyjnej, z drugiej natomiast jest źródłem inspiracji dla nowych pomysłów i kreatywnych rozwiązań.

W grupie **barier ekonomicznych** dwa czynniki oceniono na wysokim poziomie (dominanta wyniosła 4). Zaliczono do nich: ograniczony dostęp do środków pieniężnych oraz trudności ze zdobyciem zewnętrznych źródeł kapitału, zarówno krajowych, jak i zagranicznych. W obszarze ograniczeń **wynikających z polityki rządu** dotyczących rozwoju innowacyjności jako najpo-

ważniejszą barierę zidentyfikowano wysokie podatki i inne obciążenia publiczno-prawne (przede wszystkim wysokość obciążeń ZUS), częste zmiany przepisów prawnych oraz skomplikowane procedury administracyjne.

W grupie **barier wewnętrznych** zwrócono uwagę przede wszystkim na ograniczenia zasobowe w postaci ograniczonych możliwości produkcyjnych oraz niedostatecznej bazy lokalowej badanych przedsiębiorstw. Wysoko oceniono bariery związane z niskim dostępem do informacji prawnych, ekonomicznych, technicznych czy dotyczących usług biznesowych wspierających działalność proinnowacyjną, szczególnie na szczeblu lokalnym.

Ostatnią część badań poświęcono **ocenie perspektyw rozwoju innowacji w badanych firmach**. W tym obszarze aż 40% respondentów stwierdziło, iż widzi szanse na dalszy rozwój działalności innowacyjnej w reprezentowanych przez siebie przedsiębiorstwach. 60% ankietowanych jest bardziej ostrożna w prognozach i uzależnia dalszy rozwój innowacji od ogólnej sytuacji społeczno-gospodarczej, przede wszystkim w obszarze swojego działania rynkowego.

Ankietowani zwrócili również uwagę na pewne czynniki, które mogą usprawnić i poprawić skuteczność zarządzania innowacjami w badanych przedsiębiorstwach. W tym przypadku respondenci zwracali przede wszystkim uwagę na czynniki wewnętrzne, takie jak konieczność jasno i dokładnie spreycyzowanego planu wdrożenia innowacji, zwiększenie zaangażowania pracowników firmy w proces innowacyjny oraz na wzrost wiedzy przedsiębiorców w obszarze zarządzania innowacjami. Zdecydowanie niższą ocenę uzyskały aspekty zewnętrzne, w tym szkolenia organizowane przez instytucje wspierające firmy w zakresie wdrażania innowacji.

Podsumowanie

Zaprezentowane wyniki badań wskazują, iż mikro i małe firmy poddane analizie prowadzą działalność innowacyjną na niewielką skalę i w ograniczonym jakościowo zakresie. Dominują bowiem taktyczne innowacje imitujące stosunkowo o niewielkim oddziaływaniu na rynek (mały zakres wdrożenia nowości produktowych). Ich głównym inspiratorem staje się właściciel firmy, w istotnym stopniu innowacje są również wynikiem sugestii zgłaszanych przez klientów oraz obserwacji aktywności firm konkurencyjnych. Wydaje się, iż badane firmy nie wykorzystują w pełni posiadanego potencjału jakościowego, związanego przede wszystkim z naturalną przedsiębiorczością, kreatywnością i elastycznością mniejszych podmiotów, do rozwoju działalności innowacyjnej.

Istotnym problemem są tu ograniczenia zasobowe, które dodatkowo potęguje ograniczony zakres wykorzystania zewnętrznych źródeł finansowania innowacji, jak również bardzo niewielki zakres współpracy z otoczeniem okołobiznesowym nastawiony na wspieranie przedsiębiorczości i stymulowanie procesów innowacyjnych w mikro, małych oraz średnich przedsiębiorstwach.

Z powodu celowego doboru próby przedstawione wyniki badań nie ukazują zakresu wdrażania innowacji przez mikro i małe przedsiębiorstwa, a jedynie ukazują wybrane aspekty procesu ich zarządzania w firmach objętych analizą. Mimo ograniczonego zakresu badań można jednak sformułować pewne rekomendacje dla mikro i małych przedsiębiorstw, które zamierzają rozwijać działalność innowacyjną:

- w procesie zarządzania innowacjami mikro i małe przedsiębiorstwa powinny w większym zakresie wykorzystywać ukrytą wiedzę i kreatywność pracowników oraz kadry kierowniczej, jak również nastawić się w większym stopniu na współpracę z innymi organizacjami w celu wprowadzenia innowacji. W tym celu należy rozwijać kapitał intelektualny tych podmiotów, ze szczególnym uwzględnieniem komponentów wiedzy i zasobów ludzkich oraz relacji z interesariuszami,

- w celu ograniczenia barier działalności innowacyjnej mikro i małe przedsiębiorstwa powinny w większym stopniu wykorzystywać swoje mocne strony wynikające z cech jakościowych, w tym przede wszystkim naturalną elastyczność działania, przedsiębiorczość i zdolność do rozpoznawania i zagospodarowywania nisz rynkowych,
- ważnym czynnikiem stymulującym rozwój innowacji w tych podmiotach staje się również większe otwarcie na współpracę z otoczeniem okołobiznesowym (przede wszystkim ze sferą nauki, B+R oraz instytucjami wspierającymi i finansującymi działalność innowacyjną). Warunkiem staje się tu przede wszystkim poszukiwanie i wykorzystywanie dynamicznych (często krótkotrwałych) szans rynkowych związanych np. z finansowaniem innowacji, transferem technologii, czy komercjalizacją efektów badań naukowych.

Bibliografia

1. Baruk J. (1992), Innowacje czynnikiem efektywnego rozwoju przedsiębiorstwa, UMCS, Lublin.
2. Baruk J. (2006), Zarządzanie wiedzą i innowacjami, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
3. Definicja małych i średnich przedsiębiorstw (2004), Załącznik nr 1 do Rozporządzenia Komisji Wspólnot Europejskich nr 364/2004 z dnia 25 lutego 2004 r.
4. Ejsmont A. (2006), Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000 – 2006, [w:] Szablowski J. (red.), Zarządzanie innowacjami. Teoria i praktyka, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok.
5. Głodek P., Gołębiowski M. (2006), Finansowanie innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach, Vademecum innowacyjnego przedsiębiorcy, Tom II, Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce, Warszawa.
6. Grudzewski W., Hejduk I. (2000), Rozwój i implementacja organizacji inteligentnej, [w:] Grudzewskiego W., Hejduk I. (red.), Przedsiębiorstwo przyszłości, Difin, Warszawa.
7. Janasz W., Kozioł K. (2007), Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw, PWE, Warszawa.
8. Kalisiak J. (1975), Nowy produkt. Planowanie i organizacja, PWN, Warszawa.
9. Łobesko S. (2005), Systemy informacyjne w zarządzaniu wiedzą i innowacją w przedsiębiorstwie, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
10. Matejun M. (2008), Barriers to development of high-technology small and medium-sized enterprises, Technical University of Lodz Press, Lodz.
11. Matejun M. (2009), Zarządzanie innowacjami ekologicznymi we współczesnym przedsiębiorstwie. [w:] Grądzki R., Matejun M. (red.), Rozwój zrównoważony – zarządzanie innowacjami ekologicznymi, Wydawnictwo Media Press, Łódź.
12. Nasierowski W. (1997), Zarządzanie rozwojem techniki, Poltext, Warszawa.
13. Osęka M., Wipijewski J. (1985), Innowacyjność przedsiębiorstw. Ekonomiczne i organizacyjne determinanty, PWN, Warszawa.
14. Plaskacz Ż., Plaskacz W. (2007), Wybrane problemy innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw, [w:] Cisek M., Domańska-Szaruga B. (red.), Innowacyjność przedsiębiorstw, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce.
15. Podręcznik Oslo (2005), Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji, Wspólna publikacja OECD i Eurostatu.
16. Pomykański (2001b), Zarządzanie innowacjami, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa – Łódź.
17. Schumpeter J. (1960), Teoria rozwoju gospodarczego, PWN, Warszawa.
18. Sosnowska A., Łobesko S., Kłopotek A. (2000), Zarządzanie firmą innowacyjną, Difin, Warszawa.
19. Strużycki M. (red.) (2008), Małe i średnie przedsiębiorstwa w świetle Strategii Lizbońskiej, SGH w Warszawie, Warszawa.
20. Szopik K. (2007), Instrumenty wspierania innowacyjności w polskich przedsiębiorstwach, [w:] M. Cisek, B. Domańska-Szaruga (red.), Innowacyjność przedsiębiorstw, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce.
21. Ustawa z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz. U. 2004, Nr 173, poz. 1807 z późn. zmianami.

22. Winkler D. (2008), Innowacyjność technologiczna jako element poprawy konkurencyjności przedsiębiorstwa, [w:] Zarządzanie innowacjami w przedsiębiorstwie pod red. S. Lachiewicza, A. Adamik, M. Matejuna, Politechnika Łódzka, Łódź.
 23. Wojnicka E., Klimczak P. (2008), Procesy innowacyjne w sektorze MSP w Polsce i regionach, [w:] Raport: Innowacyjność 2008. Stan innowacyjności, projekty badawcze, metody wspierania, społeczne determinanty pod red. A. Żołnierskiego, PARP, Warszawa.
-

The range and determinants of innovation management in micro and small enterprises of the Lodz region

Summary

The ongoing processes of integration and globalization, as well as the emphasis on innovativeness, constantly change the source of success of not only large companies, but also micro and small enterprises. In order to effectively compete locally and globally, such entities should possess an established model of behavior in competitive environment, one which is infused with the spirit of innovativeness and entrepreneurship. Therefore their development should be focusing on implementation of change and innovation related to it.

Micro and small enterprises are characterized by specific characteristics when it comes to managing innovation. On one hand, they exhibit a natural dynamism and flexibility of smaller entities, while on the other hand they are subject to various limitations in terms of resources, that make it more difficult for small business entities to implement innovation. In view of the above considerations, the aim of the paper is to identify the particular aspects of innovation management in micro and small enterprises and to determine the extent to which innovation is used by these business entities. To achieve the aim of this paper, research has been conducted among 40 micro and small enterprises operating in Lodz region, which have implemented some kind of innovation within the period of last two years.