

Edward Stawasz

Uniwersytet Łódzki

LOKALIZACJA DZIAŁALNOŚCI A INNOWACYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW Z SEKTORA MŚP (NA PRZYKŁADZIE REGIONU ŁÓDZKIEGO)

Streszczenie: Artykuł poświęcony jest ocenie wpływu lokalizacji na innowacyjność MŚP na przykładzie badań sektora MŚP z województwa łódzkiego przeprowadzonych w latach 2007-2008. Omówiono innowacyjność firm, źródła i możliwości realizacji innowacji, zakres i przedmiot współpracy, bariery i oczekiwania firm związane z innowacjami, w podziale na firmy działające w aglomeracji łódzkiej, dużych miastach oraz w obszarach peryferyjnych. Firmy działające w obszarach oferujących bardziej rozwinięte kontakty biznesowe i usługi na rzecz innowacji odznaczają się wyższą innowacyjnością i możliwościami realizacji innowacji.

Słowa kluczowe: innowacyjność, sektor MŚP, region łódzki.

1. Wstęp. Determinanty innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw

Innowacyjność przedsiębiorstw określana jest najogólniej jako zdolność i motywacja do poszukiwania i komercyjnego wykorzystywania jakichkolwiek wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków, prowadzących do wzrostu poziomu nowoczesności i wzmocnienia pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw czy realizacji ambicji technicznych przedsiębiorcy [Stawasz 1999]. Jest ona zatem wyznaczana w istotnym stopniu zarówno przez wewnętrzną zdolność przedsiębiorstw do tworzenia nowych produktów i technologii oraz metod organizacji, jak i ich zdolność do absorpcji i zastosowania wiedzy wytworzonej poza firmą. Samodzielne podejmowanie oryginalnych prac badawczych, projektowanie i wdrażanie nowej produkcji wymaga posiadania właściwych kompetencji technicznych, menedżerskich oraz zdolności do uczenia się. Wymóg ten mogą spełnić jedynie duże firmy, posiadające zasoby ludzkie, finansowe, rzeczowe i informacyjne o odpowiedniej skali, jakości i komplementarności. Sytuacja powyższa stymuluje firmy, zwłaszcza o mniejszej skali, do podejmowania i rozwoju różnego rodzaju form współpracy z zewnętrznymi partnerami, mającej na celu uzyskanie dostępu do źródeł nowej wiedzy i umiejętności oraz komplementarnych zasobów [Forsman 2009].

Zachowania innowacyjne małych i średnich przedsiębiorstw (w skrócie: MŚP) są ściśle związane ze środowiskiem lokalnym i regionalnym, są przez nie wytwarzane. Wymienić tutaj można przeszłość obszarów, ich organizację, infrastrukturę, zdolność do tworzenia wspólnych projektów, lokalny klimat ekonomiczny, dostęp do wiedzy naukowej i technologicznej, bazę dostawców, wiedzę i umiejętności pracowników. Tworzą one strefy mniejszej lub większej adaptacyjności (przyjmowalności) innowacji. Obszary o wysokiej przyjmowalności innowacji, w których rozwijają się sieci innowacyjne, określane są mianem środowiska innowacyjnego [Jewtuchowicz 2005].

Badania środowisk i sieci innowacyjnych wykazują w wielu przypadkach, że wpływają one na przyspieszenie dynamiki tworzenia i dyfuzji innowacji w działalności przedsiębiorstw realizujących zaawansowane technologicznie procesy produkcyjne i przetwórcze [Asheim, Gertler 2005; Nowakowska 2009]. Są także korzystne dla małych firm tradycyjnych, które muszą się modernizować i restrukturyzować. W literaturze dotyczącej lokalizacji podkreśla się, że innowacyjne przedsiębiorstwa poszukują bliskości centrów naukowych, parków przemysłowych lub technologicznych o wysokiej renomie, usług z zakresu finansów, marketingu, zarządzania, infrastruktury transportowej i komunikacyjnej, dostępu do kapitału ryzyka, dostępu do rynku pracy o wysokich kwalifikacjach, klimatu społecznego sprzyjającemu innowacjom i przedsiębiorczości itp. [De Jong, Freel 2010]. Istotną rolę mają tu do odegrania władze lokalne, instytucje publiczne i prywatne oraz duże przedsiębiorstwa, lokalne systemy wspierania badań, kształcenia, finansowania przedsięwzięć innowacyjnych. Kombinacja tych wszystkich czynników lokalnego środowiska pozwala dopiero na pożądaną rozwój przedsiębiorstwa, zwłaszcza małych firm innowacyjnych. Nie są one wystarczające same dla siebie, nie są w stanie same przetworzyć swoich idei i pomysłów w konkretną produkcję. Nie mogą stworzyć interdyscyplinarnej ekipy badawczej, są zbyt małe, aby samodzielnie prowadzić marketing czy zorganizować dystrybucję swoich wyrobów, nie mają dostępu do „globalnych zasobów” wiedzy, finansów, dystrybucji. Aby przetrwać, muszą współpracować z innymi firmami i instytucjami. Środowisko istniejące jako struktura podmiotów o wyraźnie określonym zasięgu lokalnym czy regionalnym odgrywa tu rolę „inkubatora procesów innowacyjnych”.

2. Charakter próby

W artykule wykorzystano bazę 81 firm z sektora MŚP z regionu łódzkiego, powstałą w wyniku badań empirycznych prowadzonych przez autora w 2007 r. w ramach projektu KBN pt. „Zarządzanie wzrostem małych i średnich przedsiębiorstw w kontekście szarej strefy” [Stawasz 2008]. Region łódzki jest typowy dla polskiej gospodarki pod względem podstawowej charakterystyki gospodarczej i społecznej. Z drugiej strony obszar ten jest silnie zurbanizowany – ludność miejska stanowi ok. 64,3% całkowitej liczby mieszkańców województwa, powyżej średniej krajowej (która

w 2008 r. wynosiła 61,1 [*Rocznik Statystyczny...* 2008]). Należy do grupy pięciu województw o najwyższym udziale inwestycji ponoszonych przez firmy z udziałem kapitału zagranicznego. Jako dobre miejsce na lokalizację inwestycji postrzegana jest zwłaszcza Łódzka Aglomeracja Miejska. W województwie łódzkim pod koniec 2008 r. działało 242,2 tys. podmiotów gospodarczych (zarejestrowanych w systemie REGON), a aktywnych firm było 116,5 tys., z tego [*Raport...* 2009] sektor MŚP stanowił 99,8% ogółu aktywnych podmiotów gospodarczych województwa. Z diagnozy stanu sektora MŚP województwa łódzkiego wynika, że jego potencjał ekonomiczny jest zbliżony do ogółu sektora MŚP w skali kraju, jest jednak niewystarczający w stosunku do roli i zadań, jakie ma do spełnienia w restrukturyzującym się regionie. Struktura sektorowa MŚP województwa łódzkiego jest zbliżona do struktury ogółu MŚP w Polsce. Przeważają handel i naprawy, a w dalszej kolejności występują następujące sekcje: działalność produkcyjna, obsługa nieruchomości i firm, budownictwo, transport, składowanie i łączność.

Tabela 1. Charakterystyki wyróżnionych obszarów w 2008 r.

Wyszczególnienie	% powierzchni województw	% ludności województwa	% przedsiębiorstw województwa
Agglomeracja łódzka	10,1	36,0	54,6
Większe miasta	38,9	23,8	21,9
Mniejsze miejscowości	51,0	39,0	24,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [*Województwo Łódzkie 2009...* 2010].

Pod względem przestrzennym w województwie łódzkim można wyróżnić trzy obszary o dużym zróżnicowaniu gospodarczym: aglomerację łódzką, obszar większych miast (6 miast powyżej 50 tys. mieszkańców) oraz obszar słabo zurbanizowany. Podział ten był podstawą badań innowacyjności MŚP. W obszarze aglomeracji łódzkiej działa ponad połowa ogółu podmiotów gospodarczych województwa, blisko 90% instytucji otoczenia innowacyjnego biznesu, nauki i techniki. W obszarze większych miast funkcjonuje ponad jedna piąta, a na terenach słabo zurbanizowanych ok. jednej czwartej ogółu podmiotów gospodarczych województwa (zob. tab. 1).

Innowacyjność produkcyjnych MŚP z regionu łódzkiego jest niska, choć nie odbiega w istotny sposób od ogólnego stanu innowacyjności polskiego przemysłu. Kształtuje się na poziomie poniżej średniej dla całego kraju. Jedynie 11,4% firm małych i 30,4% firm średnich z regionu spełniało kryteria podmiotów innowacyjnych. Wśród polskich województw poziom innowacyjności klasyfikuje małe firmy na 12. miejscu, natomiast w przypadku firm średnich jest to ostatnie, 16. miejsce [*Wojnicka, Klimczak 2008*]. Tak słabe miejsca są w pewnym stopniu zaskakujące z uwagi na relatywnie duży potencjał Łodzi i regionu łódzkiego na tle innych regionów. Sfera instytucji nakierowanych na wsparcie innowacyjności regionalnej gospodarki jest ilościowo dobrze rozwinięta. W 2007 r. na terenie województwa łódzkiego działały

43 instytucje i ośrodki zajmujące się wspieraniem przedsiębiorczości i innowacji oraz 63 jednostki sfery nauki i techniki.

Badanie MŚP zostało przeprowadzone losowo metodą wywiadów bezpośrednich. Średnia wieku badanych firm wynosiła w 2008 r. 13 lat. Prawie 80% firm można określić mianem dojrzałych (ponad 5 lat działalności). Powyższe dane pozwalają traktować wypowiedzi firm jako reprezentatywne dla sektora MŚP oraz dojrzałe z uwagi na zasób doświadczenia firm wynikający z dłuższego okresu działalności. Średnia wielkość zatrudnienia wynosiła 23 osoby, a mediana (typowa firma) – 7 osób. Badane firmy są znacząco zróżnicowane pod względem rodzaju prowadzonej działalności – przynależą do 38 działów PKD. Najliczniejsze grupy prowadzą działalność produkcyjną i handlową (po 32,1%). W strukturze przestrzennej rynku zbytu badanych firm przeważa rynek lokalny lub regionalny, na którym operuje 81,5%, dostarczając 66% ogółu przychodów. Na rynku krajowym operuje 54,3% firm, dostarczając 28,6% przychodów. Na rynkach zagranicznych działa wprawdzie 19,1% przedsiębiorstw, lecz udział eksportu w ogólnym wolumenie sprzedaży jest niewielki i nie przekracza 6%.

Tabela 2. Charakterystyki badanych przedsiębiorstw

Wyszczególnienie	% udział rynku ponadlokalnego	Orientacja rozwojowa (w %)	Wykształcenie wyższe przedsiębiorcy (w %)
Aglomeracja łódzka	42,3	41,2	67,6
Większe miasta	33,6	42,4	50,0
Mniejsze miejscowości	25,6	30,3	27,3

Źródło: opracowanie własne.

Analizując rozkład badanych firm według ich lokalizacji, najwięcej firm (42%) mieści się w aglomeracji łódzkiej oraz w obszarach słabo zurbanizowanych (40,7%), a najmniej w obszarze większych miast (17,3%). Badane firmy różnią się, z punktu widzenia ich lokalizacji, pod względem charakterystyk rynkowych, orientacji rozwojowej, poziomu wykształcenia (zob. tab. 2). Najwyższej można ocenić firmy z aglomeracji łódzkiej oraz większych miast, natomiast wyraźnie odróżniają się od nich firmy działające w obszarach słabiej zurbanizowanych: o mniejszym udziale rynków ponadlokalnych, słabszej orientacji rozwojowej i niższym poziomie wykształcenia przedsiębiorcy. Stan ten może rzutować na innowacyjność i możliwości rozwojowe przedsiębiorstw działających w obszarach słabiej zurbanizowanych w porównaniu z przedsiębiorstwami zlokalizowanymi na terenach bardziej zurbanizowanych.

3. Wyniki badań

Jako kryterium innowacyjności firm przyjęto fakt zrealizowania w ostatnich trzech latach przynajmniej jednej zmiany o charakterze produktowym lub procesowym, będącej nowością przynajmniej dla samej firmy. Badane firmy wykazują się wysoką

aktywnością innowacyjną – blisko 90% wprowadziło w latach 2004-2006 innowacje w swoich produktach, technologiach lub metodach. Badana próba firm odznaczała się zróżnicowanym obrazem w zakresie innowacyjności, mierzonym stopniem nowości wprowadzonych innowacji. Generalnie, najwięcej zmian ma charakter nowości jedynie w skali samej firmy (74,7% firm). Nowości na skalę krajową odnotowało 21,5% firm, a w skali światowej 3,8% firm, tj. ok. 7 razy mniej niż w przypadku nowości w skali krajowej.

Jako miarę innowacyjności firmy zastosowano udział przychodów pochodzących ze sprzedaży nowych lub zmodernizowanych produktów/usług wprowadzonych w ostatnich trzech latach w całkowitej sprzedaży firmy w 2007 r. Średnia arytmetyczna tego wskaźnika dla analizowanej grupy wynosi 30%, a mediana 20,0%. Rozpiętość wskaźnika udziału sprzedaży nowych lub zmodernizowanych produktów/usług wprowadzonych w latach 2004-2006 w ogólnej sprzedaży w 2006 r. była jednak bardzo wysoka i kształtowała się od 0% do 100%. Świadczy to o dużym zróżnicowaniu badanej próby. Analizowany wskaźnik nie wykazuje znaczącego zróżnicowania ze względu na wielkość czy wiek firm, natomiast istnieją pewne różnice w odniesieniu do rodzaju działalności firm.

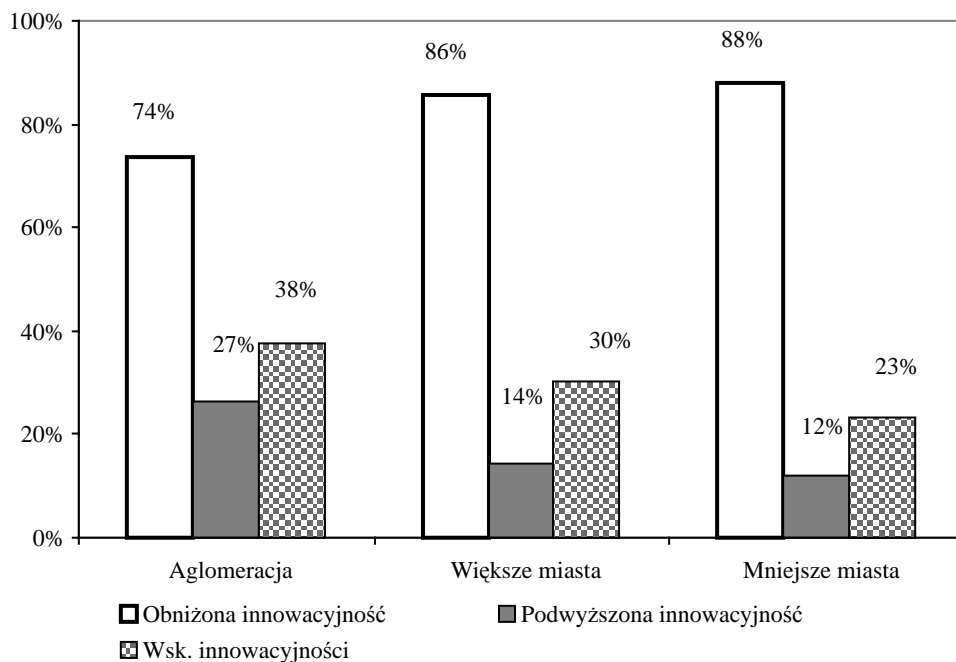
Firmy zostały podzielone na dwie kategorie: firmy o obniżonej innowacyjności, w których udział przychodów z nowości w 2007 r. był niższy niż 30% całkowitej sprzedaży (58% ogółu firm), oraz firmy o podwyższonej innowacyjności, w których udział przychodów z nowości przekraczał 30% całkowitej sprzedaży (24,7% próby). Grupy te różnią się istotnie wartością przyjętego wskaźnika innowacyjności, wynoszącego dla firm o obniżonej innowacyjności 14,6%, a dla firm o podwyższonej innowacyjności 67% (zob. tab. 3).

Tabela 3. Rozkład firm według innowacyjności (w %)

Wyszczególnienie	% ogółu firm	% wskaźnik innowacyjności
Firmy o obniżonej innowacyjności	58,0	14,6
Firmy o podwyższonej innowacyjności	24,7	67,0

Źródło: opracowanie własne.

Uwarunkowania zewnętrzne innowacyjności badanych firm przejawiały się w różnicach lokalizacyjnych (zob. rys. 1). Stosunkowo najbardziej korzystne warunki do rozwoju innowacyjności wystąpiły dla firm z obszarów silnie zurbanizowanych – ponad jedna czwarta firm działających w obszarze aglomeracji łódzkiej została zaliczona do grupy firm o podwyższonej innowacyjności, podczas gdy wskaźnik ten dla firm z obszarów słabiej zurbanizowanych wynosi 12-14%. Podobne zróżnicowanie wystąpiło w przypadku wskaźnika innowacyjności: najwyższy jego poziom odnotowały firmy zlokalizowane w obszarze silnie zurbanizowanym (37,6%), a najniższy – poziom wskaźnika innowacyjności odnotowały firmy działające w rejonach słabiej zurbanizowanych (23,3%).



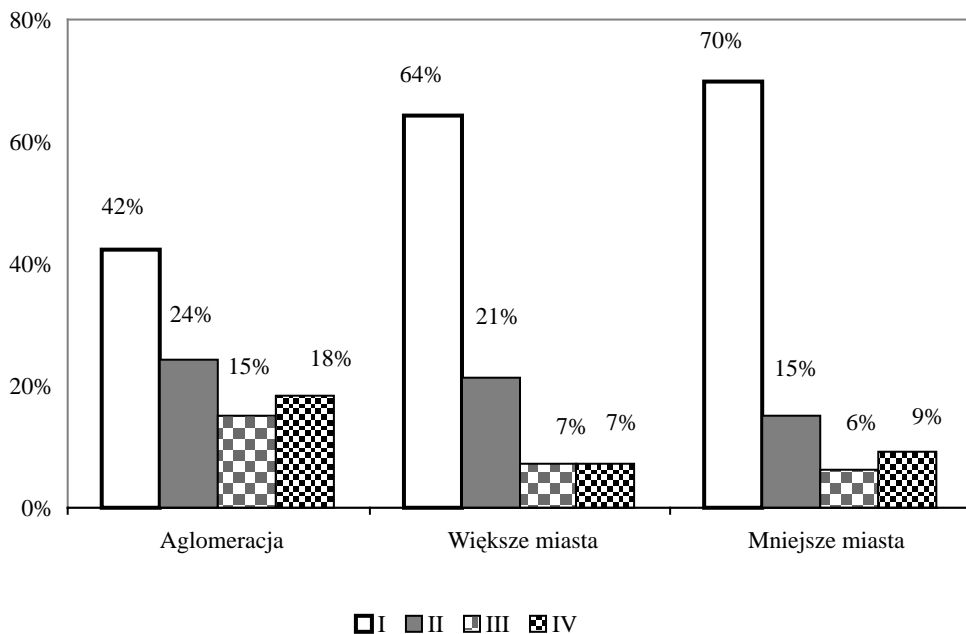
Rys. 1. Innowacyjność firm a lokalizacja (% firm)

Źródło: opracowanie własne.

Analizie poddano związek innowacyjności firm z ich zdolnością do tworzenia miejsc pracy. Z nałożenia dwu wymiarów firm, tj. innowacyjności i zmiany zatrudnienia, uzyskano cztery typy badanych firm [Kirchoff 1994]. Najliczniejszą grupę w badanej próbie, zawierającą 57,5% (typ I), stanowią firmy o obniżonej innowacyjności i nie zwiększające zatrudnienia. Liczna jest także grupa firm, w których zwiększonej innowacyjności nie towarzyszy wzrost zatrudnienia – obejmuje ona 20,0% firm (typ II). Mniejszość stanowią firmy z pozostałych grup, w których wzrostowi zatrudnienia odpowiada niski poziom innowacyjności (typ III – 10,0%) albo towarzyszy wysoki poziom innowacyjności (typ IV – 12,5%). Rysunek 2 pokazuje ich rozkład według lokalizacji.

W obszarze aglomeracji łódzkiej występuje znacznie wyższy odsetek firm najbardziej atrakcyjnych dla rozwoju gospodarczego regionu (typu IV), a więc wysoko innowacyjnych, realizujących potencjał wzrostu zatrudnienia (18%), w porównaniu z obszarami słabiej zurbanizowanymi (7-9%). Z kolei im mniej zurbanizowane obszary, tym wyższy odsetek firm o niskiej innowacyjności i jednocześnie niskim potencjale wzrostu zatrudnienia (odpowiednio: 70, 64 i 42%).

Innowacyjność przedsiębiorstw wyznaczana jest – obok motywacji do podejmowania innowacji – przez ich potencjał innowacyjny, na który składają się zarówno



Rys. 2. Lokalizacja a klasa firm (% firm)

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Potencjał innowacyjny badanych przedsiębiorstw w wyróżnionych obszarach lokalizacji (w %)

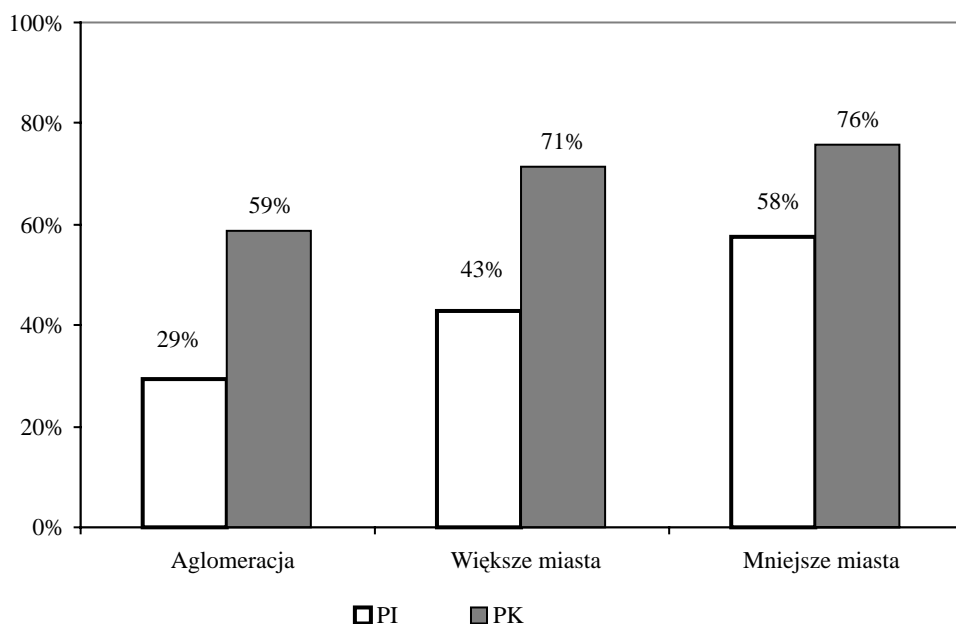
Wyszczególnienie	I	II	III	IV	Razem
Aglomeracja łódzka	23,5	35,3	5,9	35,3	100,0
Większe miasta	35,7	35,7	7,1	21,4	100,0
Mniejsze miejscowości	48,5	27,3	9,1	15,2	100,0
Ogółem próba	35,8	32,1	7,4	24,7	100,0

I – brak wewnętrznej i zewnętrznej zdolności innowacyjnej; II – brak zewnętrznej zdolności innowacyjnej; III – brak wewnętrznej zdolności innowacyjnej; IV – wewnętrzna i zewnętrzna zdolność innowacyjna.

Źródło: opracowanie własne.

wewnętrzna zdolność przedsiębiorstw do tworzenia i rozwoju nowych produktów i technologii oraz metod organizacji, zdolność do absorpcji i zastosowania wiedzy wytworzonej poza firmą, jak i ich zewnętrzna zdolność innowacyjna, czyli zdolność do współpracy z otoczeniem w zakresie innowacji. Możliwości realizacji innowacji w badanej próbie są bardzo ograniczone (zob. tab. 4). Ponad trzy czwarte firm ocenia swój potencjał innowacyjny jako niedostateczny w stosunku do zamierzeń innowacyjnych, z tym że bardziej odczuwają one brak zewnętrznej niż wewnętrznej

zdolności innowacyjnej. Świadczy to o słabości w zarządzaniu innowacjami w samych firmach, jak i zapewne o słabości w funkcjonowaniu innowacyjnego otoczenia biznesu w województwie łódzkim. Prawie 36% firm ocenia, że nie posiada wystarczającej zdolności innowacyjnej zarówno wewnętrznej, jak i zewnętrznej. Z analizy tab. 4 wynika, że lokalizacja działalności rzutuje na możliwości innowacyjne przedsiębiorstw. Firmy funkcjonujące w obszarach silnie zurbanizowanych mają wyraźniej wyższy potencjał innowacyjny w porównaniu z firmami zlokalizowanymi w obszarach słabo zurbanizowanych. Wystarczający potencjał innowacyjny w stosunku do zamierzeń innowacyjnych wynosi 35,3% w przypadku firm zlokalizowanych w aglomeracji łódzkiej, podczas gdy w odniesieniu do firm działających w mniejszych miejscowościach wskaźnik ten jest ponaddwukrotnie mniejszy i wynosi zaledwie 15,2%. Blisko połowa firm z obszarów słabo zurbanizowanych nie posiada wystarczającej zdolności innowacyjnej zarówno wewnętrznej, jak i zewnętrznej. Problemy z zewnętrzną zdolnością innowacyjną sygnalizują firmy niezależnie od ich lokalizacji.



Rys. 3. Potrzeby w zakresie rozwoju wewnętrznego potencjału innowacyjnego (PI) i kontaktów w zakresie innowacji (PK) a lokalizacja firm

Źródło: opracowanie własne.

Wzrost innowacyjności firm z regionu łódzkiego będzie wymagać m.in. poprawy ich potencjału innowacyjnego, zarówno wewnętrznego, jak i zewnętrznego, z tym że oczekują one raczej pomocy w zakresie rozwoju zewnętrznej zdolności

innowacyjnej. Ponad dwie trzecie badanych firm potrzebuje wsparcia polegającego na ułatwieniach w kontaktach z instytucjami innowacyjnego otoczenia biznesu (ośrodki innowacji, centra transferu technologii, wyższe uczelnie, instytucje finansowe, inne firmy zwłaszcza duże), dzięki którym uzyskają dostęp do zasobów i usług niezbędnych do rozwoju innowacji. Mniejszy odsetek firm (43,2%) zgłasza zapotrzebowanie na pomoc w rozwoju wewnętrznej zdolności innowacyjnej. Dotyczy to doskonalenia umiejętności pracowników w zakresie innowacji i komercjalizacji, modernizacji wyposażenia laboratoriów, pomocy finansowej niezbędnej do prowadzenia prac rozwojowych.

Wsparcia w zakresie rozwoju potencjału innowacyjnego oczekują przede wszystkim MŚP z obszarów słabszych, o mniejszym nasyceniu instytucjami i firmami, które mogą świadczyć usługi na rzecz innowacji (zob. rys. 3). Ponad 70% z nich potrzebuje rozwoju własnej zewnętrznej zdolności innowacyjnej, a blisko 60% – wewnętrznej zdolności innowacyjnej i oczekuje w tym zakresie wsparcia publicznego. Również MŚP z obszarów o stosunkowo dobrze rozwiniętej infrastrukturze innowacyjnej odczuwają potrzebę rozwoju zdolności innowacyjnej: blisko 60% firm chce rozwijać zewnętrzną zdolność innowacyjną, a ok. 30% – wewnętrzną. Świadczy to o niedostatecznym rozwoju innowacyjnego otoczenia biznesu, braku partnerów gospodarczych (kooperantów), a także o braku skutecznej polityki wsparcia przedsiębiorczości i innowacyjności lokalnych firm.

4. Konkluzje

Analiza wyników badań potwierdza założenie o wpływie lokalizacji na innowacyjność MŚP: im obszar bardziej zurbanizowany, tym korzystniejsze oferuje warunki do rozwoju innowacyjności, jednocześnie pozytywnie wpływając na wzrost firm i ich zdolność do tworzenia nowych miejsc pracy. Lokalizacja działalności rzutuje również na możliwości innowacyjne przedsiębiorstw: firmy funkcjonujące w obszarach silnie zurbanizowanych mają wyraźnie wyższy potencjał innowacyjny w porównaniu z działającymi w rejonach słabo zurbanizowanych. Warto jednak zauważyć, że problemy z zewnętrzną zdolnością innowacyjną sygnalizują firmy niezależnie od ich lokalizacji

Wzrost innowacyjności MŚP wymagać będzie m.in. poprawy ich potencjału innowacyjnego, z tym że oczekują one raczej wsparcia w zakresie rozwoju zewnętrznej zdolności innowacyjnej, polegającego na ułatwieniach w kontaktach z instytucjami innowacyjnego otoczenia biznesu, dzięki którym uzyskają dostęp do zasobów i usług niezbędnych dla rozwoju innowacji. Na pomoc w zakresie rozwoju potencjału innowacyjnego liczą przede wszystkim MŚP z obszarów słabszych, o mniejszym nasyceniu instytucjami i firmami. Ponad 70% z nich potrzebuje rozwoju zewnętrznej zdolności innowacyjnej, a blisko 60% – wewnętrznej zdolności innowacyjnej i jednocześnie oczekuje publicznego wsparcia w tym zakresie. Świadczy to o niedostatecznym rozwoju innowacyjnego otoczenia biznesu, braku partnerów gospodar-

czych (kooperantów), jak również braku skutecznej polityki wsparcia przedsiębiorczości i innowacyjności lokalnych firm.

Literatura

- Asheim B., Gertler M.S., *The Geography of Innovation: Regional Innovation Systems*, [w:] J. Fagerberg, D.C. Mowery, R.R. Nelson (red.), *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford University Press, New York 2005.
- De Jong J.P, Freel M., *Absorptive capacity and reach of collaboration in high technology small firms*, „Research Policy” 2010, nr 39.
- Forsman H., *Improving innovation capabilities of small enterprises: cluster strategy as a tool*, „International Journal of Innovation Management” 2009, nr 2.
- Jewtuchowicz A., *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005.
- Kirchoff B.A., *Entrepreneurship and Dynamic Capitalism. The Economics of Business Firm Formation and Growth*, PRAGER, Wesport, London 1994.
- Nowakowska A., *Regionalny kontekst procesów innowacji*, [w:] A. Nowakowska (red.), *Budowanie zdolności innowacyjnych regionów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2009.
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polski*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2008.
- Sheikh S., Oberholzner T., *Innovative Small and Medium Sized Enterprises and the Creation of Employment*, Inno-Studies 99-Lot 9, IfGH, Vienna, October 2001.
- Stawasz E., *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1999.
- Stawasz E., *Wpływ działalności w szarej strefie na funkcjonowanie i zarządzanie wzrostem przedsiębiorstw*, [w:] E. Stawasz (red.), *Zarządzanie wzrostem małych i średnich przedsiębiorstw w kontekście szarej strefy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2008.
- Województwo Łódzkie 2009. Podregiony, Powiaty, Gminy*, Urząd Statystyczny w Łodzi, Łódź 2010.
- Wojnicka E., Klimczak P., *Procesy innowacyjne w sektorze MSP w Polsce i regionach*, [w:] A. Żołnierski (red.), *Innowacyjność 2008*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2008.

LOCATION OF BUSINESS ACTIVITY AND INNOVATIVENESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES ON THE EXEMPLE OF ŁÓDŹ REGION

Summary: The article attempts to assess the impact of location on the innovativeness of SMEs based on the study of the SME sector of the Łódź region carried out during the years 2007-2008. The discussed issues include the innovativeness of companies, the sources and possibilities of innovation, the scope and object of cooperation, barriers and expectations of firms related to innovation with the division into the companies operating in the Łódź agglomeration, big cities and remote areas. As it is concluded, companies operating in areas with more developed business contacts and services for innovation show greater innovation and capabilities of innovation.