

Małgorzata Dolińska

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

OCENA INNOWACYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W WOJEWÓDZTWIE LUBELSKIM

1. Wstęp

Innowacyjność organizacji jest określana jako jej zdolność do stałego poszukiwania, wdrażania i upowszechniania innowacji. Innowacyjność powinna stać się dzisiaj główną siłą kreatywną każdej organizacji, wpisaną na trwałe w jej system zarządzania i kulturę. Taki jest wymóg efektywnego funkcjonowania przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej¹.

Badania ankietowe na temat działalności innowacyjnej i potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw, których wyniki są poddane analizie w tym opracowaniu, zostały przeprowadzone w ramach projektu badawczego MNiSW nr 1H02D 060 30, realizowanego w latach 2006-2009.

2. Innowacyjność organizacji

Innowacyjność organizacji (także gospodarki, w tym najważniejszego jej podmiotu, tj. przedsiębiorstwa) oznacza jej umiejętność do rozwoju i wykorzystywania wiedzy w innowacjach, sprzyjających doskonaleniu jej funkcjonowania oraz zwiększeniu jej konkurencyjności.

Realizowane w naszym kraju i UE strategie wspierania przedsiębiorczości organizacji wskazują na innowacyjność jako na podstawowy warunek rozwoju gospodarczego obszaru UE, zgodnie z założeniami i celami jej polityki innowacyjnej².

Przedsiębiorstwo innowacyjne stosuje rozwiązania innowacyjne w swojej działalności wewnętrznej i na rynkach, które obsługuje, elastycznie dostosowuje swoją

¹ A. Pomykański, *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Lódź 2001, s. 18.

² R. Stanisławski, *Znaczenie innowacyjności w procesie zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem w Polsce w kontekście zjawisk globalizacji europejskiej*, [w:] A. Potocki (red.), *Mechanizmy i obszary przeobrażeń w organizacjach*, Difin, Warszawa 2007, s. 325, 326.

działalność do zmian i nowych wyzwań pojawiających się w jego otoczeniu rynkowym, a także znajduje uznanie u klientów ze względu na wysoki poziom nowoczesności i konkurencyjności swojej oferty. Samodzielnie lub podczas współpracy z firmami-specjalistami opracowuje ono, wdraża i rozpowszechnia innowacje, powstające zgodnie z oczekiwaniami klientów. W trosce o swój rozwój i wizerunek nowoczesnej firmy dba ono o wysoki poziom wykształcenia i motywowanie personelu do praktycznego wykorzystywania wiedzy posiadanej i pozyskiwanej z zewnątrz, a także rozwijanej wewnątrz, co przejawia się w ciągłym wdrażaniu w jego działalności innowacji w celu utrzymania bądź poprawy jego pozycji konkurencyjnej na rynku.

Wzrost poziomu innowacyjności przedsiębiorstwa staje się możliwy dzięki budowie takiej infrastruktury w skali kraju lub regionu, która umożliwia efektywną realizację procesów innowacji oraz stałe ich wdrażanie w praktyce gospodarczej, a także kształtowanie w tym zakresie postaw przedsiębiorczych wśród społeczeństwa.

Według Komisji Europejskiej innowacyjność oznacza udaną produkcję, asymilację i wykorzystanie nowości w dziedzinie ekonomicznej i społecznej. Rozszerzona definicja tego pojęcia określa je jako: wdrożenie nowego lub znacznie ulepszanego produktu (dobra lub usługi), procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacji w praktyce biznesowej, w miejscu pracy i w stosunkach zewnętrznych³ w odniesieniu do przedsiębiorstwa.

Istotnym czynnikiem wpływającym na innowacyjność gospodarki oraz przedsiębiorstw są uwarunkowania organizacyjne warunkujące efektywny przepływ, tworzenie i wykorzystanie wiedzy w procesach innowacji realizowanych w ramach sieci.

W sieci (także w klastrze, parku naukowo-technologicznym) mają miejsce efekty synergiczne w zakresie wzrostu innowacyjności i są one powiązane z efektywnością współpracy jej partnerów podczas tworzenia i wykorzystania wiedzy. Wówczas innowacyjność sieci jest rezultatem wizji uwzględniającej współpracę instytucji i firm partnerskich, które rozwijają się, uczestnicząc wspólnie w realizacji procesów innowacji. Na poziom innowacyjności sieci mają wpływ jej współpracownicy, tj. przedsiębiorstwa, uczelnie, instytucje reprezentujące sferę badań i rozwoju, władze lokalne, regionalne, samorządowe i inne instytucje wspomagające rozwój i wdrażanie innowacji w praktyce gospodarczej.

Wpływ środowiska lokalnego na innowacyjność firm przejawia się również w funkcjonowaniu instytucji szkoleniowych, doradczych, pośredniczących w transferze, finansowaniu innowacji, innych przedsiębiorstw i powiązań pomiędzy nimi (sieci innowacyjnych), ośrodków naukowo-badawczych oraz w dostępie do wykwalifikowanej kadry⁴, a także inicjatyw społecznych.

³ Komunikat Komisji, *Innovation Policy: updating the Union's approach in the context of the Lisbon Strategy*, COM (112) 2003, Bruksela 2003; OECD, Eurostat: Oslo Manual, 2005.

⁴ W. Janasz, K. Koziół, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE SA, Warszawa 2007, s. 64.

3. Wyniki badań ankietowych na temat innowacyjności przedsiębiorstw⁵

W badaniach ankietowych dotyczących działalności innowacyjnej i potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw wzięli udział respondenci z 64 innowacyjnych firm województwa lubelskiego.

Na potrzeby badania ankietowego określono następujące cele:

1. Ocena poziomu innowacyjności oraz potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw.
2. Analiza i ocena współpracy przedsiębiorstw z partnerami w realizowanych przez nie czynnościach procesów innowacji w ramach sieci.
3. Analiza wielkości nakładów na innowacje i źródeł ich finansowania w przedsiębiorstwach.

Sformułowano następujące hipotezy badawcze:

1. Podstawą działalności innowacyjnej przedsiębiorstw jest kompetentny, stale podnoszący swoje kwalifikacje personel.
2. Współpraca firm z partnerami przynosi im efekty synergiczne podczas realizacji procesów innowacji w sieci.
3. Wzrost nakładów na innowacje zwiększy poziom innowacyjności badanych firm.

Próba reprezentacyjna do badań ankietowych została dobrana w sposób nielosowy, celowy, przy uwzględnieniu kryterium doboru przedsiębiorstw w proporcji: 50% firmy reprezentujące przetwórstwo przemysłowe oraz 50% – usługi. Struktura badanych firm, przy uwzględnieniu ich wielkości, przedstawiała się następująco: 25,0% z nich to mikrofirmy, 62,5% z nich to małe i średnie przedsiębiorstwa, 12,5% to przedsiębiorstwa duże.

Pracownicy badanych firm starają się stale rozwijać swoje kompetencje. W celu ciągłego podnoszenia swoich kwalifikacji uczestniczą w szkoleniach. Średnia liczba godzin szkoleń na jednego pracownika w badanych firmach wynosi 10 na rok. Pracownicy firm brali lub biorą udział w szkoleniach na temat: finansowania innowacji z wykorzystaniem funduszy UE (z większości, tj. 59,4% firm), innowacji z 32,8% firm, na temat wiedzy, kapitału intelektualnego z 21,9% firm. Te dane świadczą o zainteresowaniu pracowników badanych firm uzyskaniem wsparcia finansowego na ich rozwój innowacyjny ze środków UE.

Struktura wieku pracowników badanych firm potwierdza, że mają one personel otwarty na zmiany (przeważnie młody – w 65,6% badanych firm średnia wieku personelu nie przekracza 40 lat, przy czym w 28,1% z nich średnia wieku pracowników

⁵ Wyniki badań ankietowych pochodzą z opracowania: M. Dolińska, 2009, *Raport z badań ankietowych nt. uwarunkowań organizacyjnych, marketingowych, finansowych działalności innowacyjnej przedsiębiorstw na przykładzie województwa lubelskiego*, Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Lublin.

nie przekracza 35 lat), a jednocześnie z odpowiednim doświadczeniem zawodowym dla prowadzenia przez nie efektywnej działalności w obszarze innowacji.

Największą ilość w całej strukturze personelu badanych firm stanowią pracownicy, którzy ukończyli studia (37,5% personelu), przy czym ich liczba w najbliższych latach będzie się zwiększać. Obecnie w 98,4% badanych firm pracownicy studiuje (na studiach magisterskich, magisterskich inżynierskich, inżynierskich, licencjackich). Struktura wykształcenia personelu firm oraz jego aktywność w podnoszeniu swoich kwalifikacji świadczą o ich zawodowym przygotowaniu do prowadzenia działalności innowacyjnej.

Większość innowacji wdrożonych przez badane firmy (w ciągu trzech ostatnich lat) jest rezultatem ich własnych opracowań (stanowią one 60% wszystkich wdrożonych przez nie innowacji). Świadczy to o niewykorzystywaniu w pełni przez przedsiębiorstwa potencjału i możliwości sieci innowacyjnych, których struktura w województwie lubelskim jest dopiero rozwijana, zgodnie z polityką innowacyjną naszego kraju.

Analizując strukturę wdrażanych innowacji w układzie rodzajowym, można stwierdzić, że badane firmy aktywnie wdrażały wszystkie rodzaje innowacji w ciągu ostatnich trzech lat. Przy czym badane firmy wdrożyły najwięcej innowacji w sferze zarządzania (stanowią one 25,9% ogółu wdrożonych innowacji), kolejne miejsca pod względem liczby wdrożonych innowacji zajmują nowe rozwiązania w zakresie techniki, technologii (25,4%), następnie nowe procesy produkcyjne, gospodarcze, w tym usługowe (25,1%), a dalsze miejsce nowe produkty (23,6%). Średnia liczba innowacji wdrożonych przez badane firmy w ciągu trzech ostatnich lat przypadająca na jedną firmę wynosi 10.

Wśród wdrożonych w badanych firmach innowacji przeważającą większość stanowią nowe rozwiązania w skali regionu (stanowią one 68,1% ogółu wdrożonych w analizowanym czasie innowacji), kolejne miejsce zajmują innowacje w skali kraju (23,4%). W tym czasie badane firmy wdrożyły tylko 8,5% innowacji o randze międzynarodowej.

Większość badanych firm prowadzi działalność innowacyjną zgodnie z planem (67,2% z nich opracowuje strategię innowacji).

Średni udział rozwiązań innowacyjnych w wartości sprzedaży badanych firm w ostatnim roku był wysoki i wyniósł 20,2%, w tym nowych produktów 14,3%. W większości badanych firm udział rozwiązań innowacyjnych w wartości sprzedaży w ostatnich trzech latach rósł (w 71,9% firm), był stabilny (w 17,2% firm) lub jego wielkość ulegała wahaniom (w 10,9% firm), natomiast w żadnej z nich w tym czasie nie zmniejszył się. Dane te świadczą o wzroście poziomu innowacyjności oferty badanych firm w analizowanym okresie.

Dla zdecydowanej większości badanych firm (82,9% z nich) udział rozwiązań innowacyjnych w wartości ich rocznej sprzedaży zawiera się w przedziale od 0 do 30% (włącznie), w tym dla 34,4% badanych firm zawiera się w przedziale od powyżej 0 do 10%, odpowiednio dla 48,5% firm – w przedziale od powyżej 10 do

30%, natomiast jego wartość jest większa od 30% dla 17,2% badanych firm. Dane te potwierdzają duży udział rozwiązań innowacyjnych w wartości sprzedaży rocznej badanych firm oraz charakteryzują ich wysoki poziom innowacyjności.

W badaniach ankietowych skoncentrowano się na analizie i ocenie współpracy badanych firm z partnerami w procesach innowacji. Wyniki badań pokazują, że zdecydowana większość (95,3%) badanych firm współpracuje z partnerami w zakresie innowacji, w tym większość (51,6%) z nich współpracuje z partnerami w kraju, a mniejsza ich część (43,8%) z partnerami zarówno w kraju, jak i za granicą. Większość, tj. 62,5%, badanych firm współpracuje podczas realizacji czynności procesów innowacji z firmami tej samej branży w kraju, natomiast 34,4% z nich z firmami za granicą. Z firmami innej branży w kraju współpracuje podczas realizacji czynności procesów innowacji 40,6% badanych firm, a za granicą 15,6% z nich.

Badane firmy wykazują małą aktywność w zakresie współpracy z uczelniami (tylko 20,3% badanych firm współpracuje z nimi w kraju), jednostkami B+R (w kraju współpracuje z nimi 17,2% firm, natomiast za granicą jedynie 1,6% z nich). Jeśli chodzi o relacje partnerskie z przedstawicielami władz regionalnych, lokalnych – w kraju utrzymuje je tylko 17,2% badanych firm, a poza jego granicami 1,6% z nich. Z instytucjami transferu technologii współpracuje w kraju 4,7% badanych firm, za granicą 1,6% z nich, natomiast współpracę z parkami naukowo-technologicznymi firmy realizują tylko w kraju i robi to tylko 6,3% z nich, natomiast z klastrami współpracuje 7,8% firm.

Według opinii respondentów, dla większości (67,7%) badanych firm współpraca z partnerami w zakresie innowacji jest efektywna. Wyniki badań dowodzą, że dla firm najbardziej efektywna jest współpraca z przedsiębiorstwami z innej branży. Gorzej pod względem efektywności została oceniona współpraca badanych firm z przedsiębiorstwami z tej samej branży. Najgorzej pod tym względem została oceniona współpraca z uczelniami. Współpraca prowadzona przez nieliczne badane firmy z parkami naukowo-technologicznymi, klastrami, instytucjami transferu innowacji, przedstawicielami władz regionalnych, lokalnych została oceniona jako niezbyt efektywna w zakresie prowadzonej przez nich działalności w zakresie innowacji.

Aktualnie tylko 29,7% badanych firm ukształtowało u siebie w pełni kulturę innowacyjną, natomiast 45,3% zrobiło to do tej pory częściowo. Proces ten jest długotrwały i wymaga akceptacji oraz zaangażowania całego personelu przedsiębiorstwa.

W ciągu ostatnich trzech lat większość (51,6%) firm weszła na kolejne (nowe dla nich) rynki w kraju oraz 46,9% z nich rozpoczęło ekspansję na nowych dla nich rynkach zagranicznych. Dane te świadczą o dynamicznym rozwoju badanych firm na rynkach w kraju i za granicą.

Większość, tj. 56,25%, badanych firm prowadzi prace w zakresie badań i rozwoju, w tym 37,5% z nich realizuje działalność B+R samodzielnie, 28,1% współpracuje w tym zakresie z innymi podmiotami, a 10,9% z nich prowadzi taką działalność zarówno samodzielnie, jak i współpracując z firmami specjalizującymi się w zakresie badań i rozwoju.

Własne zaplecze B+R ma 37,5% badanych firm, przy czym w tej grupie 26,6% firm posiada własne laboratoria, a 3,1% własne ośrodki B+R (w ich skład wchodzi również laboratoria). Natomiast w 14,1% badanych firm znajdują się komórki organizacyjne, które zajmują się działalnością B+R (należą do nich m.in.: dział rozwoju, dział techniczno-rozwojowy, dział technologiczny, zespoły pracowników, które opracowują i wdrażają rozwiązania innowacyjne).

Większość (62,5%) badanych firm przeznacza na innowacje nakłady większe od 3% i nie większe od 40% wartości ich rocznej sprzedaży. Te wielkości dowodzą, że badane firmy wykazują duże zaangażowanie finansowe w swój innowacyjny rozwój. Po uwzględnieniu nakładów finansowych na innowacje ponoszonych przez wszystkie badane firmy średnia wielkość nakładów na innowacje (bez nakładów na maszyny, urządzenia, budowę budynków, ich wyposażenie) dla jednej badanej firmy liczona jako % wartości ich rocznej sprzedaży wynosi 7,03%. To oznacza, że wartość wskaźnika intensywności innowacji (oznacza on relację nakładów na innowacje do wartości sprzedaży) w badanych firmach jest wysoka (średnia wartość tego wskaźnika dla badanych firm wynosi 7,03%, natomiast dla krajów UE jego wartość jest niższa od 2%⁶).

Wartość nakładów na innowacje w ciągu trzech ostatnich lat: rosła w większości (57,8%) badanych firm, była stabilna w 23,4% z nich, wahała się w 17,2% firm, a malała tylko w 1,6% firm. W kolejnych latach 95,3% badanych firm planuje wzrost nakładów na innowacje.

Największą część składową nakładów finansowych badanych firm na innowacje stanowią zyski (74,2%), następnie kredyty (14,0%), kolejno fundusze UE (6,0%) oraz leasing (3%). Każde z pozostałych źródeł finansowania innowacji przez badane firmy, takich jak: pożyczki, granty z budżetu państwa, wkład centrali firmy, akcje, *venture capital*, wkład właścicieli firm, zajmują w strukturze nakładów finansowych badanych firm na innowacje ich niewielką część od 0,9 do 0,1%. To oznacza, że badane firmy sporadycznie albo w ogóle nie korzystają z nowoczesnych form finansowania innowacji.

Według opinii respondentów większość (62,5%) badanych firm przeznacza niewystarczające środki na wdrażanie innowacji (tylko 37,5% firm ponosi w tym przypadku nakłady na odpowiednim poziomie).

Zdecydowana większość badanych firm, tj. 78,1% z nich, planuje wzrost nakładów na innowacje w kolejnych latach, w tym 46,9% z nich również nakładów pochodzących z funduszy UE. Deklarowany przez badane firmy średni wzrost nakładów na innowacje powinien wynosić w kolejnych latach 16,7%, w tym z funduszy UE odpowiednio 7,3%.

Aktualna i planowana struktura finansowania innowacji w przedsiębiorstwach dowodzi, że będzie ona ulegać zmianie na korzyść zewnętrznych źródeł finansowania, w tym wykorzystujących fundusze unijne.

⁶ European Innovation Scoreboard 2008.

Większość badanych firm wybrała następujące, najważniejsze dla swojej działalności innowacyjnej, priorytety: wejście na nowe rynki za granicą (65,6% firm), na nowe rynki w kraju (62,5% firm), następnie wzrost nakładów finansowych na innowacje (53,1% firm), kolejno na współpracę z partnerami w zakresie innowacji na terenie kraju (51,6% firm). Dane te świadczą o tym, że większość badanych firm, zgodnie z założeniami polityki innowacyjnej naszego kraju, zamierza zintensyfikować swoją działalność innowacyjną w zakresie ekspansji na nowe rynki za granicą i w naszym kraju, wzrostu nakładów finansowych na innowacje oraz współpracy z partnerami w kraju.

W większości, tj. w 79,7% badanych firm, poziom ich innowacyjności w ostatnich trzech latach wzrósł, w 20,3% z nich nie zmienił się oraz w żadnej z nich nie zmalał.

Wyniki przeprowadzonych badań ankietowych potwierdziły słuszność sformułowanych dla nich hipotez badawczych.

4. Podsumowanie

Innowacje wdrażane przez badane firmy są konkurencyjne przede wszystkim na poziomie regionu, jednak wyniki badań świadczą o aktywizacji działań innowacyjnych przedsiębiorstw, które sprzyjają wzrostowi konkurencyjności wdrażanych przez nie innowacji w skali kraju oraz międzynarodowej. Taka sytuacja jest rezultatem przystąpienia naszego kraju do UE oraz realizacji aktualnie w naszym kraju polityki innowacyjnej.

Zebrane w wyniku przeprowadzonych badań dane potwierdzają, że respondenci z badanych firm rozumieją istotny wpływ innowacji na wzrost ich pozycji konkurencyjnej na rynkach oraz konkurencyjności ich oferty produktowej na nich. Dowodzą one, że przedsiębiorcy z badanych firm są zainteresowani aktywizacją działań ich personelu w procesach innowacji w celu wzrostu poziomu ich innowacyjności w kolejnych latach.

Literatura

- Dolińska M., *Raport z badań ankietowych nt. uwarunkowań organizacyjnych, marketingowych, finansowych działalności innowacyjnej przedsiębiorstw na przykładzie województwa lubelskiego*, Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Lublin 2009.
- Janasz W., Kozioł K., *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE SA, Warszawa 2007.
- Komunikat Komisji, *Innovation Policy: Updating the Union's Approach in the Context of the Lisbon Strategy*, COM (112) 2003, Bruksela 2003; OECD, Eurostat: Oslo Manual, 2005.
- Pomykański A., *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Lódź 2001.
- Stanisławski R., *Znaczenie innowacyjności w procesie zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem w Polsce w kontekście zjawisk globalizacji europejskiej*, [w:] A. Potocki (red.), *Mechanizmy i obszary przeobrażeń w organizacjach*, Difin, Warszawa 2007, s. 315-327.

INNOVATIVENESS ASSESSMENT OF ENTERPRISES IN LUBELSKIE REGION

Summary

Innovations are the basis to create a competitive advantage of an organization and its development in time. Questionnaire research on innovativeness of enterprises were carried out in Lubelskie region. Results of this research prove that the capacity for innovative solutions elaboration and implementation in the analyzed enterprises constantly grows. The enterprises plan to develop their innovative potential and increase financial expenditures on innovations in the next years.