

Krystyna Moszkowicz

Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu

Leszek Kwieciński

Uniwersytet Wrocławski

CHARAKTERYSTYKA DZIAŁALNOŚCI MAŁYCH FIRM INNOWACYJNYCH NA DOLNYM ŚLĄSKU – WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Prezentowane wyniki badań są rezultatem badania ankietowego przeprowadzonego w małych firmach innowacyjnych na Dolnym Śląsku. W myśl definicji opracowanej przez Komisję Europejską, a zawartej w *Podręczniku z Oslo*¹, firma innowacyjna charakteryzuje się szeregiem cech, wśród których można wyróżnić dwie podstawowe kategorie umiejętności:

- **Umiejętności strategiczne:** uwzględnianie perspektywy długookresowej; umiejętności rozpoznawania, a nawet przewidywania trendów rynkowych; chęć i umiejętność gromadzenia, przetwarzania i asymilacji technicznej i gospodarczej.
- **Umiejętności organizacyjne:** zamiłowanie do ryzyka i umiejętność zarządzania ryzykiem; wewnętrzna współpraca między różnymi działami operacyjnymi oraz współpraca zewnętrzna z publicznymi instytucjami badawczymi, firmami doradczymi, klientami i dostawcami; zaangażowanie całej firmy w proces zmian; inwestowanie w potencjał ludzki.

Badaniami objęto 54 przedsiębiorstwa na Dolnym Śląsku wytypowane po wstępnym sondażu przez partnerów w projekcie INNOVINT², tj. Wrocławskie Centrum Technologii, Wrocławski Park Technologiczny, Dolnośląską Izbę Rzemieślniczą oraz Urząd Miejski.

W populacji badanych przedsiębiorstw 22 z nich zatrudniają 1-10 pracowników (tj. 40,7%) wszystkich badanych przedsiębiorstw. Były to mikroprzedsiębiorstwa.

Małych przedsiębiorstw zatrudniających od 11 do 50 pracowników było 21 (co stanowi 38,9%).

¹ *Podręcznik z Oslo*, OECD/EUROSAT 1997, KBN 1999, s. 30.

² Program INNOVINT jest programem badawczym finansowanym ze środków UE. Koordynatorem jest Uniwersytet Wrocławski.

Natomiast przedsiębiorstw średnich zatrudniających powyżej 51 pracowników było 11 (20,4%).

Wyniki badań przedstawiono w poniższych tabelach i na rysunkach.

Tabela 1. Wyposażenie techniczne badanych przedsiębiorstw

Wyszczególnienie	1-10 (mikro)	11-50	51-500	Powyżej 500
1. Wyposażenie techniczne				
mniej niż rok	5	–	–	–
1-3 lata	12	8	2	–
4-5 lat	2	4	4	–
6-10 lat	2	5	3	–
więcej niż 10 lat	1	4	2	–
2. Stopień wykorzystania technologii informatycznych (TIC)				
Strona internetowa	15	19	10	–
Handel przez Internet	4	7	–	–
Dostęp do Internetu	21	21	11	–
Czy należy ulepszyć dostęp?	9	7	4	–
Czy firma wykorzystuje specjalne oprogramowanie?	14	15	10	–
3. Czy przedsiębiorstwo prowadzi wspólne badania i prace projektowe?	nie – 9 tak – 13	nie – 17 tak – 4	nie – 8 tak – 3	–
4. Czy uważa się za firmę innowacyjną (przyczyny)?	nie – 4 tak – 18	nie – 6 tak – 14	nie – 1 tak – 10	–

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Przyczyny, dzięki którym firma uważa się za innowacyjną:

- nowy produkt,
- nowa technologia,
- branża *high-tech*,
- import technologii,
- rozwój wyrobu,
- wzrost sprzedaży,
- polityka jakości (certyfikaty ISO),
- realizacja projektów b+r,
- nowoczesne projektowanie,
- sposób dystrybucji,
- nowy park maszynowy.

Z tabeli 1 wynika, że najnowszym wyposażeniem mogą pochwalić się przedsiębiorstwa najmniejsze, zatrudniające do 10 pracowników. Mniej niż rok mają wyposażenie techniczne tylko mikroprzedsiębiorstwa, nie ma go żadne z większych. Przewaga ta jest również w wyposażeniu technicznym, będącym na stanie mikroprzedsiębiorstw do 3 lat. Można też zauważyć prawidłowość, że im mniejsze przedsiębiorstwo, tym większe wykorzystanie technologii informatycznych. Doty-

czy to zarówno posiadania stron internetowych, jak i handlu przez Internet oraz wykorzystania najnowszego oprogramowania.

Wyraźna też większość przedsiębiorstw mikro prowadzi wspólne badania i prace projektowe (13 przedsiębiorstw mikro, 3 małe i 3 średnie).

Nie dziwi więc to, że także większa liczba przedsiębiorstw mikro wypowiedziała się, że uważa się za firmę innowacyjną (18 z 22). Niestety, wiele firm nie uzasadniło szerzej, dlaczego uważają się za firmę innowacyjną. Przyczyny, dla których przedsiębiorstwo uważa się za firmę innowacyjną, są bardzo różne i podano je pod tab. 1. Należy jednak podkreślić, że jeśli weźmiemy definicję firmy innowacyjnej z *Podręcznika z Oslo*, to owe przyczyny wskazane przez firmy uwiarygodniają takie przeświadczenie badanych przedsiębiorstw. Równie ważna jest, jak się wydaje, świadomość samych firm uważających się za firmy innowacyjne. W ten sposób bowiem można założyć, że innowacyjność firmy staje się cechą pożądaną. A więc w przyszłości firma może do tego dążyć. Obecne przepisy finansowe pozwalają na odliczanie od podstawy opodatkowania ceny nowej technologii nabytej zarówno na własność, jak i w formie licencji³.

Także przedsiębiorcy korzystający z ulgi podatkowej na nowe technologie będą mogli odliczyć nie tylko nową technologię zakupioną od państwowych jednostek naukowych, ale również nową technologię zakupioną od prywatnych instytucji naukowo-badawczych. Powinno to zachęcić przedsiębiorców do stosowania rozwiązań innowacyjnych.

W tabeli 2 przedstawiono szczegółową charakterystykę badanych przedsiębiorstw, a zwłaszcza sposób powstania firmy, jej wiek, z jakich środków sfinansowano jej powstanie, oraz starano się ustalić, czy firma eksportuje swoje wyroby.

Omawiając wyniki przedstawione w tab. 2, można stwierdzić, że większość przedsiębiorstw mikro jest na rynku od niedawna (1-3 lata), powstały najczęściej jako nowe przedsiębiorstwa, a źródłem ich finansowania jest głównie zysk (a więc są to przedsiębiorstwa samofinansujące się). Następne podane źródła finansowania to pożyczki bankowe i fundusze rodzinne. Większość z nich eksportuje swoje wyroby oraz jest chętna do szukania partnerów zagranicznych. Można więc stwierdzić, że są to firmy najbardziej pozytywnie nastawione do internacjonalizacji.

Nie mniej pozytywnie nastawione są firmy zatrudniające 11-50 pracowników. Są to przedsiębiorstwa, które w większości istnieją na rynku ponad 6 lat, a więc mające zapewne swoich stałych odbiorców. Powstały w większości jako nowe przedsiębiorstwa, a źródłem ich finansowania jest w przeważającej mierze zysk oraz w równym stopniu kredyt od dostawców i pożyczka bankowa. Firmy te, wydaje się, działają na rynku krajowym, gdyż większość z nich nie eksportowała swoich wyrobów (13 na 21). Niemniej w równym stopniu jak przedsiębiorstwa mikro deklarują chęć poszukiwania partnerów zagranicznych.

³ Nowelizacja ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej (DzU nr 179, poz. 1484).

Tabela 2. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw

Wyszczególnienie	1-10 (mikro)	11-50	51-500	Powyżej 500
1. Ile lat jest na rynku?				
– 1-3	9	4	–	–
– 3-6	4	4	5	–
– 6-10	7	5	3	–
– powyżej 10	2	8	3	–
2. Sposób powstania				
– nowe przedsiębiorstwo	19	11	3	–
– z wyodrębnienia innego	1	4	2	–
– z podziału	–	–	1	–
– z połączenia	–	2	–	–
– inne (oddział firmy zagranicznej, zmiana formy prawnej)	–	3	3	–
3. Eksport wyrobów				
– nie	8	13	2	–
– tak	14	9	9	–
Główne kierunki	Niemcy (11), Szwecja (3), Wlk. Brytania (2), USA (2), Rosja (2), Włochy (2), Francja, Szwajcaria, Norwegia, Indie, Chiny, kraje b. ZSRR, kraje b. Jugosławii, Czechy, Rumunia, Belgia, Holandia, Japonia, Kanada, Arabia Saudyjska, Ukraina (1)			
4. Czy poszukuje partnera zagranicznego?				
– nie	9	7	2	–
– tak	13	12	9	–
5. Źródła finansowania				
– zysk	18	15	8	–
– kredyt od dostawców	6	5	4	–
– pożyczka bankowa	8	5	6	–
– fundusze rodzinne	7	1	3	–
– programy rządowe	3	2	3	–
– inne (kapitał własny, leasing, grupa kapitałowa)	–	5	2	–

Źródło: opracowanie własne.

Przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 51 osób na ogół istnieją już na rynku od 3 lat, tylko 3 z nich to firmy nowo powstałe. Większość z nich eksportuje swoje wyroby (9 z 11) oraz chce nawiązać współpracę z partnerem zagranicznym (9 z 11). Jest to więc druga w kolejności grupa badanych przedsiębiorstw, która ma wolę internacjonalizacji. Należy jednak zastrzec, że przebadano w tej grupie o połowę mniej przedsiębiorstw niż w pozostałych.

Reasumując, można stwierdzić, że właściwie większość z 54 przebadanych firm, niezależnie od ich wielkości, wykazuje wolę internacjonalizacji przedsiębiorstwa.

Główny kierunek eksportu to przede wszystkim Niemcy. Pozostałe kraje są słabo reprezentowane. Tradycyjny dawniej kierunek wschodni jest pomijany, wydaje się, że głównie ze względu zarówno na złe stosunki polityczne, jak i na brak stabilności przepisów oraz ryzyka niewypłacalności partnerów.

Ważnym elementem oceny przedsiębiorstwa jest stwierdzenie, czy ma ono strategię własnego rozwoju. Mówiąc o strategii, najczęściej ma się na myśli ważne długofalowe decyzje, które trzeba podejmować w sposób odpowiedzialny, ponieważ ich konsekwencje są fundamentalne. Strategia oznacza wybory oraz pełną gotowość do ich realizacji. Budowanie praktycznej strategii należy zacząć od zdefiniowania istoty strategii firmy, a więc jej misji, celów strategicznych, rynków i produktów oraz dominującego sposobu działania.

Tabela 3. Posiadanie strategii

Wyszczególnienie	1-10 (mikro)	11-50	51-500	Powyżej 500
Czy przedsiębiorstwo posiada własną strategię rozwoju?				
– nie	6	5	4	–
– tak	16	17	9	–
Opracowana przez własnych specjalistów	14	14	5	–
Opracowana przez firmę konsultingową	2	3	4	–

Źródło: opracowanie własne.

Na podkreślenie zasługuje to, że wszystkie rodzaje badanych przedsiębiorstw w większości mają opracowaną strategię własnego rozwoju. Ten fakt w myśl *Podręcznika z Oslo* również potwierdza innowacyjność badanych firm. W większości firm strategia opracowana jest przez własnych specjalistów. Można więc sądzić, że przedsiębiorstwa utożsamiają się z nią w stopniu dużo większym, niż gdyby stanowiła tylko dokument opracowany *pro forma* przez zewnętrznych specjalistów.

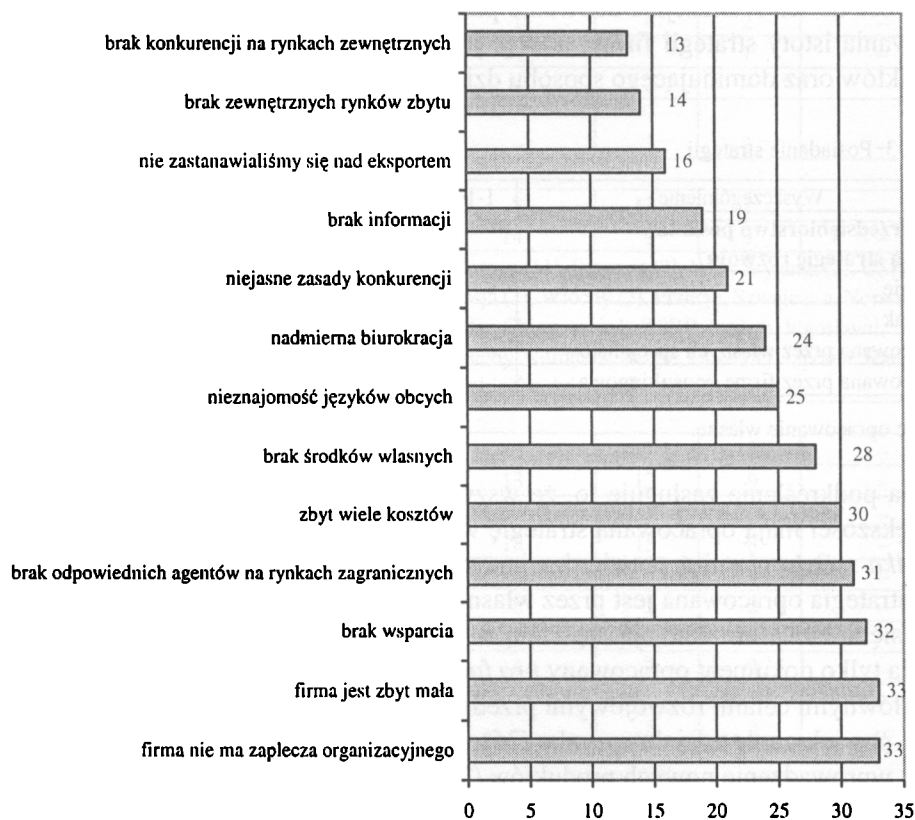
Głównymi celami rozwojowymi przedsiębiorstw są:

- powiększanie udziału w rynku (35),
- wprowadzenie nowych produktów (35),
- wprowadzenie nowych technologii (33).

Takie sformułowanie celów rozwojowych poświadcza, że innowacyjność uważana jest w strategii firm za główny czynnik przewagi konkurencyjnej. W mniejszym stopniu przedsiębiorstwa zgłaszają chęć prowadzenia wspólnych przedsięwzięć (18). Konfrontując te dane z danymi zawartymi w tab.1, można wyciągnąć wniosek, że niechętnie do prowadzenia działań wspólnych są na ogół przedsiębiorstwa większe. Wynika to zapewne z przekonania większych firm o swoim wystarczającym potencjale. Może to w pewnym stopniu tworzyć hamulec internacjonalizacji przedsiębiorstw. Chyba, że weźmiemy pod uwagę efekt demonstracji, polega-

jący na tym, że przedsiębiorstwa zauważają korzyści innych firm ze wspólnych działań i wtedy też mogą zmienić swoje cele rozwojowe.

W dalszej analizie badanych przedsiębiorstw zajęto się pogłębieniem przyczyn niskiej internacjonalizacji przedsiębiorstw. Wyniki przedstawione są na rysunku 1. Na pewno nie wyczerpują one wszystkich możliwych przyczyn braku współpracy na rynkach zagranicznych. Można się jednak zorientować w przybliżeniu, co było tego główną przyczyną.



Rys. 1. Przyczyny braku współpracy na rynkach zagranicznych

Źródło: opracowanie własne.

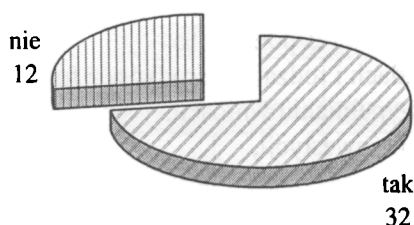
Analizując przyczyny braku współpracy z zagranicą, można je uszeregować w trzech płaszczyznach:

1. Brak zaplecza organizacyjnego i środków finansowych.
2. Bariera informacyjna, często wynikająca z braku znajomości przepisów oraz nieznajomości języków obcych.

3. Prawdopodobne koncentrowanie się na rynku krajowym, ze względu na powyższe przyczyny.

Kłóci się to trochę ze skłonnością, mimo wszystko, przedsiębiorstw do internacjonalizacji (zob. zwłaszcza tab. 1). Należy więc wyciągnąć wniosek, że nasze badane przedsiębiorstwa mają chęci, ale jeszcze nie widzą możliwości.

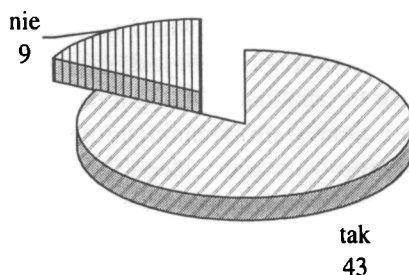
Konfrontując to zagadnienie z odpowiedziami na pytania (rys. 2, 3, 4), czy przedsiębiorstwa potrzebują wsparcia zewnętrznego, należy stwierdzić, że przeważająca większość firm oczekuje pomocy od instytucji okołobiznesowych oraz wyraża chęć korzystania z funduszy Unii Europejskiej.



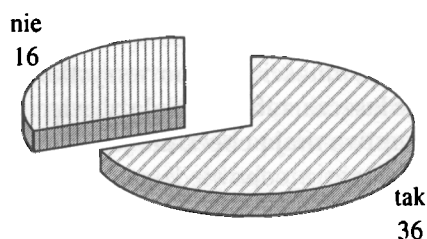
Rys. 2. Czy przedsiębiorstwo oczekuje pomocy od instytucji okołobiznesowych?

Najczęściej wymieniane rodzaje pomocy:

- doradztwo i kooperacja,
- finanse,
- marketing i promocja,
- zarządzanie,
- porady prawne,
- opracowanie strategii,
- współrealizacja i współfinansowanie inwestycji,
- transfer technologii.



Rys. 3. Czy przedsiębiorstwo zamierza się ubiegać o fundusze strukturalne?



Rys. 4. Czy przedsiębiorstwo oczekuje pomocy w ubieganiu się o środki z UE?

Zgłaszany najczęściej zakres pomocy to:

- informacja o zasadach i rodzajach środków z funduszy strukturalnych,
- doradztwo przy wypełnianiu wniosku,
- współfinansowanie inwestycji,
- kredyt,
- przygotowanie dokumentacji i porady prawne.

Wymienione odpowiedzi są zasadne, gdyż badaniami objęto przedsiębiorstwa małe, które nie mają odpowiedniej infrastruktury usług ekonomicznych, finansowych, prawnych itp. Należy też podkreślić, że nie korzystały one zasadniczo z żadnych funduszy europejskich. Następnie zadano zatem pytanie: z jakich usług najczęściej korzystają badane przedsiębiorstwa.

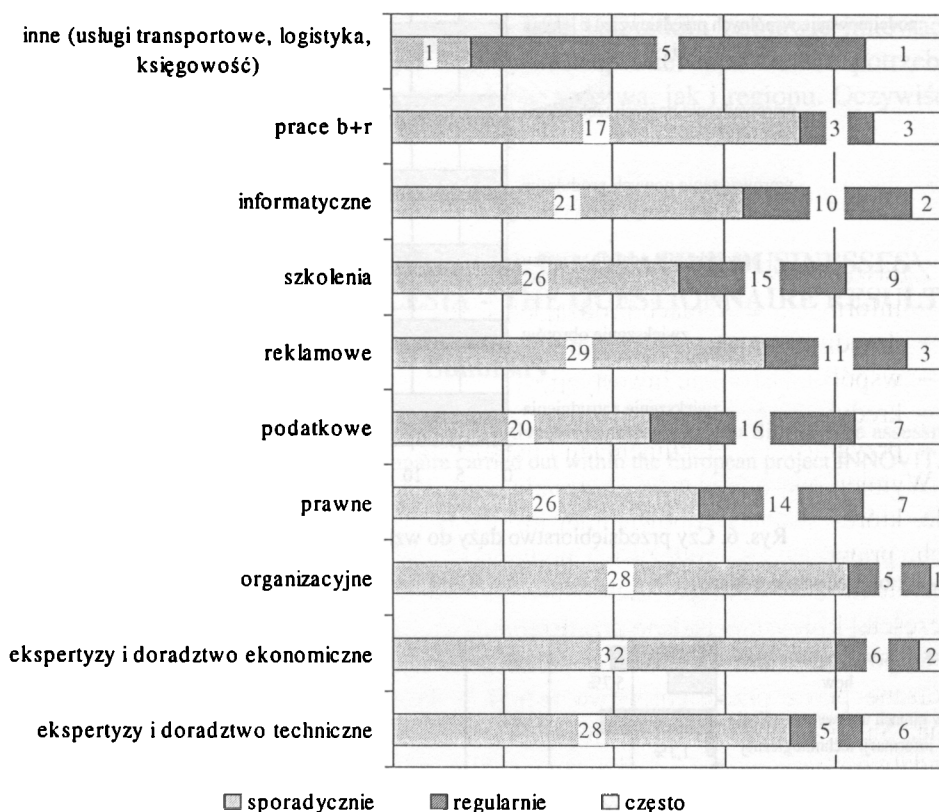
Odpowiedzi przedsiębiorstw przedstawiono na rys. 5. Przedstawiono tam wskazane przez przedsiębiorstwa usługi, z których najczęściej korzystają poza firmą. Są to głównie usługi księgowe i podatkowe, organizacyjne, ekspertyzy i doradztwo ekonomiczne i techniczne, reklama i prace badawcze, przy czym najczęściej przedsiębiorstwa korzystają z usług szkoleniowych, podatkowych, prawnych oraz różnego rodzaju ekspertyz.

Reasumując, można stwierdzić, że z badań wynika konieczność stworzenia infrastruktury usług różnego typu dla przedsiębiorstw. To pozwoli na ich rozwój oraz przyczyni się do ich konkurencyjności, również na rynkach międzynarodowych.

Podstawowym pytaniem strategicznym jest: czy przedsiębiorstwo dąży do rozwoju i w jaki sposób chce to osiągnąć. Strategia rozwoju świadczy bowiem o długofalowym zamiarze co najmniej utrzymania się na rynku. Określa kierunki działań firmy, sposób i tempo rozwoju całego przedsiębiorstwa, ukierunkowuje wszystkie pozostałe strategie, zarówno sektorowe (w jakiej branży działamy), jak i funkcjonalne (marketingowe, produktowe, eksportowe itp.).

Wszystkie 54 przedsiębiorstwa odpowiedziały na pytanie zawarte w tytule rys. 6 twierdząc. Co ciekawe, większość badanych przedsiębiorstw ma zamiar wprowadzać strategie intensyfikujące własny rozwój, tj. wprowadzić nowe technologie, nowe produkty, powiększyć udział w rynku i w konsekwencji doprowadzić do wzrostu obrotów. W małym stopniu zaś deklarowano wzrost zatrudnienia.

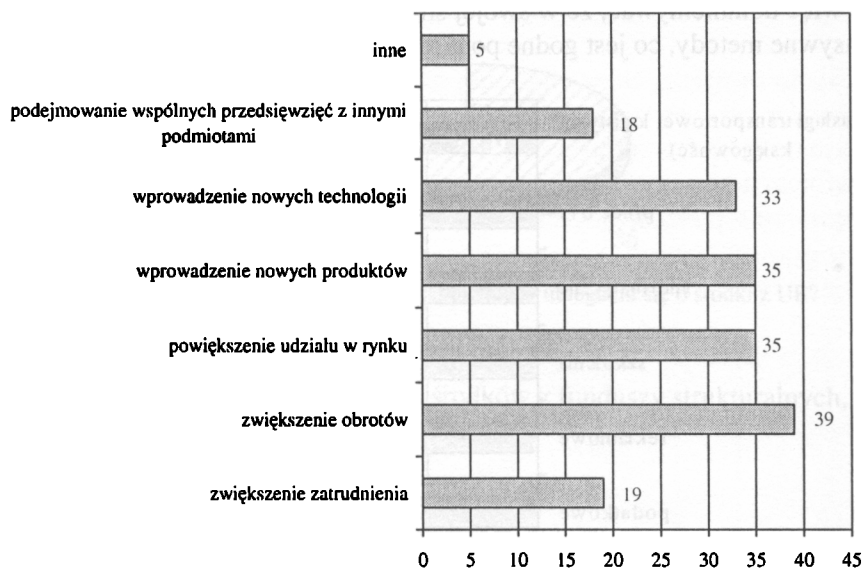
Można więc domniemywać, że w swojej strategii badane przedsiębiorstwa preferują intensywne metody, co jest godne podkreślenia.



Rys. 5. Usługi, z których przedsiębiorstwa korzystają najczęściej

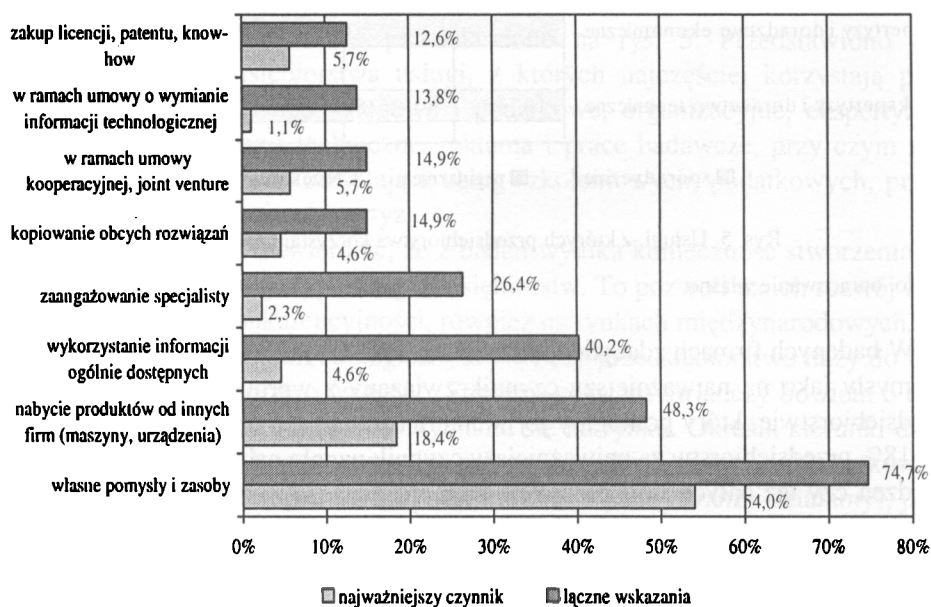
Źródło: opracowanie własne.

W badanych firmach zdecydowana większość (54%) wskazała na własne zasoby i pomysły jako na najważniejszy czynnik związany z wprowadzeniem nowości w przedsiębiorstwie, który pomógłby jej w internacjonalizacji (zob. rys. 7). Nieco ponad 18% przedsiębiorstw za najważniejszy czynnik uznało nabycie nowych maszyn i urządzeń czy też całych linii produkcyjnych, co oznacza zastosowanie stosunkowo prostej formy transferu technologii. Przy analizie wszystkich wskazanych przez firmy czynników, obok obu wymienionych powyżej, należy wskazać istotne znaczenie jako czynnika wspierającego wykorzystania informacji ogólnie dostępnych (ponad 42%) firm oraz zaangażowania specjalisty z zewnątrz (ponad 26%). Szczególnie ten ostatni aspekt jest istotny dla wprowadzenia nowości. Towarzyszyć mu będzie otwarcie małej firmy na otoczenie, w tym zapewne również europejskie.



Rys. 6. Czy przedsiębiorstwo dąży do wzrostu i w jaki sposób?

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 7. Metody, za pomocą których wprowadzono innowacyjne rozwiązania w firmach

Źródło: opracowanie własne.

Reasumując, można stwierdzić, że badane przedsiębiorstwa mają niskie wskaźniki internacjonalizacji. Natomiast wykazują chęć jej osiągnięcia. Wysoko należy ocenić posiadanie przez nie ambitnych strategii własnego rozwoju, opartych na intensywnych czynnikach rozwojowych, przede wszystkim poprawie innowacyjności zarówno technologicznej, jak i produktowej. Niewątpliwie też potrzebują wsparcia instytucjonalnego ze strony zarówno państwa, jak i regionu. Oczywiście, również z Unii Europejskiej.

CHARACTERIZATION OF SMALL INNOVATIVE BUSINESSES' ACTIVITIES IN LOWER SILESIA – THE QUESTIONNAIRE RESULTS

Summary

The paper presents the activities of small innovative businesses in Lower Silesia. The assessment of these activities is based on the questionnaire carried out within the European project INNOVIT.