DAGMARA K. ZUZEK

Kraków

Rola innowacyjności w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej

Wprowadzenie

Innowacje odgrywają istotną rolę w funkcjonowaniu oraz rozwoju przedsiębiorstw w tym także z sektora MSP. Są one niezbędne na coraz bardziej konkurencyjnym rynku zarówno krajowym, jak i europejskim. Silna konkurencja skłania przedsiębiorców do poszukiwania innowacji oraz podejmowania różnych działań przedsiębiorczych. Podnoszenie innowacyjności firm wpływa na udoskonalenie ich produktów, metod wytwarzania, działań marketingowych i systemów dystrybucji¹. Wszelkie działania innowacyjne podejmowane przez podmioty gospodarcze podnoszą atrakcyjność ich wyrobów, a tym samym wpływają na poprawę konkurencyjności i pozycję na rynku.

W sektorze MSP mniejszy jest odsetek przedsiębiorstw wprowadzających innowacje niż w sektorze dużych firm. Wynika to z faktu, że zakres działania mniejszych podmiotów gospodarczych jest węższy niż dużych, które mają bardziej zróżnicowaną ofertę i rozbudowane procesy produkcyjne². To właśnie

¹ J. Wiśniewska, *Teoretyczne aspekty rozprzestrzeniania się innowacji*, Difin, Warszawa 2005 s. 126.

² A. Wallis, *Innowacyjność polskich małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach integracji europejskiej*, w: *Strategie wzrostu wartości przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Kreos, Szczecin 2007, s. 655.

dzięki nim firmy te są w stanie podnieść swoją konkurencyjność na rynku, co wpływa na wzrost potencjału polskiej gospodarki.

Celem artykułu jest przedstawienie innowacji jako czynnika wpływającego w znaczący sposób na uzyskanie przewagi konkurencyjnej na rynku. W artykule korzystano z dostępnej literatury przedmiotu dotyczącej innowacji oraz wyników badań empirycznych przeprowadzonych w 2012 roku na grupie 250 losowo wybranych przedsiębiorstw w województwie małopolskim należących do sektora MSP, z uwzględnieniem aspektów dotyczących innowacyjności i konkurencyjności badanych przedsiębiorstw.

1. Innowacje oraz innowacyjność przedsiębiorstw

Trudno jest wskazać jednoznaczną definicję innowacji. W sensie ogólnym innowacja to wprowadzenie czegoś nowego; rzecz nowo wprowadzona; nowość, reforma. Innovatio tłumaczy się jako „odnowienie”, od łac. innovare³. W działalności gospodarczej znajduje zastosowanie definicja zaproponowana przez A. Pomykańskiego, zgodnie z którą innowacja jest procesem obejmującym wszystkie działania związane z kreowaniem pomysłu, powstaniem wynalazku, a następnie wdrożeniem nowego produktu lub procesu⁴.

Proces ten jest przedmiotem badawczym dyscypliny określanej jako ekonomika innowacji⁵. Innowacje są istotnym elementem przedsiębiorczości. Dzięki nim tworzone są nowe przedsiębiorstwa, następuje ich rozwój, kreowana jest wartość dla właścicieli i klientów. Innowacje są wymagane w branżach tradycyjnych, a z drugiej strony są impulsem powstawania nowych branż, bazujących na nowych rozwiązaniach w zakresie informatyki czy biotechnologii. Powszechny wzrost znaczenia rozwiązań z zakresu technologii informatycznych wręcz wymusza obecnie poszukiwanie i wdrożenie nowych rozwiązań innowacyjnych, których efektem są nowe metody nauczania, sposoby komunikowania się czy modele biznesowe przedsiębiorstw⁶.

³ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 143.

⁴ A. Pomykański, *Innowacje*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2001, s. 13.

⁵ J. Czupiał, *Definicja ekonomiki innowacji i pojęcia z nią związane*, w: *Ekonomika innowacji*, red. J. Czupiał, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 1994, s. 8.

⁶ A. Limański, *Rola innowacyjności w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy*, www.ur.edu.pl/file/15843/012.pdf (2.01.2014).

W literaturze przedmiotu można spotkać się z pojęciem innowacyjności strategicznej. Używane jest ono w odniesieniu do przedsiębiorstw, których strategia i system zarządzania nastawione są na ciągle kreowanie i wprowadzanie innowacji. Prezentowane podejście najczęściej znajduje odzwierciedlenie w postaci różnych modeli, ułatwiających całościowe spojrzenie na wszystkie kluczowe elementy dotyczące wprowadzania innowacji⁷.

Ogólne czynniki związane z uwarunkowaniami rozwoju światowej gospodarki, czyli proces globalizacji, rozwój technologii, powstawanie nowych form organizacji i współpracy przedsiębiorstw (sieci biznesowe, alianse strategiczne), skutkują zmianami trendów w zakresie innowacyjności (tabela 1).

Tabela 1

Porównanie zasad zamkniętych i otwartych innowacji

Zasady	Paradygmat zamkniętych Innowacji	Paradygmat otwartych Innowacji
Pozyskiwanie specjalistów	Przedsiębiorstwo musi pozyskiwać z rynku pracy i zatrudniać najlepszych pracowników, absolwentów najlepszych uczelni, kreatywnych, doświadczonych inżynierów otwartych na nowe wyzwania	Przedsiębiorstwo powinno pozyskiwać najlepszych pracowników z dostępnego rynku pracy, ale należy pamiętać, że bardzo wielu wybitnych specjalistów jest rozsianych po świecie
Tworzenie nowych pomysłów	Wspieranie właściwych ludzi i stwarzanie im odpowiednich warunków pracy powinno sprzyjać kreatywności, nowym pomysłom, które będą przekształcane w nowe produkty rynkowe	Oprócz wewnętrznych odkryć, przedsiębiorstwo może nabywać i przejmować rozwiązania z zewnątrz. Odpowiedni poziom rozwoju wewnętrznego jest konieczny do właściwej absorpcji pomysłów zewnętrznych
Przywództwo rynkowe	Przedsiębiorstwo, które pojawia się pierwsze na rynku z danym produktem, staje się liderem rynkowym i zgarnia największą część przychodów	Przywództwo rynkowe może być rezultatem lepszego modelu biznesowego, a nie pierwszeństwa w pojawieniu się na rynku
Rozwój	Przywództwo rynkowe generuje nowe środki, które inwestowane w kolejne nowoczesne rozwiązania gwarantują przewagę konkurencyjną	Rozwój jest efektem wykorzystania zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych idei
Ochrona własności intelektualnej	Nowe odkrycia i wynalazki wymagają ścisłej tajemnicy i ochrony. Należy dbać o patenty i ochronę własności intelektualnej tak, aby konkurenci nie mogli czerpać dodatkowych	Przedsiębiorstwo powinno czerpać korzyści ze sprzedaży i wykorzystania własności intelektualnej przez inne podmioty. Jeśli jest to korzystne, należy nabywać włas-

⁷ Ph. Kotler, K.L. Keller, *Marketing Management*, Prentice Hall, New Jersey 2006, s. 706.

Zasady	Paradygmat zamkniętych Innowacji	Paradygmat otwartych Innowacji
	korzyści.	ność intelektualną od innych podmiotów.

Źródło: A. Kozarkiewicz, Współczesne trendy w innowacyjności – w kierunku otwartych innowacji, „Przegląd Organizacji” 2010, nr 5, s. 20–23.

Paradygmat zamkniętych innowacji (*closed innovations*) bazował na przekonaniu, że podstawą działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa jest własny dział badawczo-rozwojowy. Efektem finansowania działalności B + R jest powstawanie pomysłów, odkryć i wynalazków, które znajdują odzwierciedlenie w opracowywanych prototypach, a następnie w nowych produktach oferowanych na rynku. W ostatnich latach zainteresowanie wśród teoretyków i praktyków zyskała koncepcja otwartych innowacji (*open innovations*). Podstawą rozwoju koncepcji jest przeświadczenie, że miejsce powstawania wiedzy i innowacji nie jest dokładnie tym miejscem, w którym powstają nowe produkty lub technologie, jak również tym, w którym odbywa się ich komercjalizacja. Działalność badawczo-rozwojowa powinna być skierowana na umiejętne łączenie wiedzy wewnętrznej pochodzącej z przedsiębiorstwa z wiedzą zewnętrzną, którą można pozyskiwać na różne sposoby (np. patenty, *know-how*, fuzje, przejęcia). Ważnym zadaniem jest identyfikacja, eksploatacja i zastosowanie dostępnej wiedzy, która powstaje wewnątrz i na zewnątrz przedsiębiorstwa. Dodatkowo zmieniają się zasady finansowania działalności innowacyjnej⁸.

Wsparciem dla nowych przedsięwzięć jest rozwój działalności typu *venture capital*. Pozyskanie środków na nowe przedsięwzięcia o dużym ryzyku jest możliwe nawet przy stosunkowo niewielkich środkach własnych⁹.

W koncepcji otwartych innowacji zwraca się uwagę na rolę interesariuszy zewnętrznych w powodzeniu strategii przedsiębiorstwa na rynku, w tym pośredników handlowych czy odbiorców i ostatecznych użytkowników produktów, którzy stanowią ważny element popytowej strony systemu innowacji. Należy poznawać opinie interesariuszy w przedmiocie innowacji w celu dostosowania oferty przedsiębiorstwa do zidentyfikowanych potrzeb i pragnień – z jednej strony, z drugiej zaś – ich świadomego kształtowania. Coraz częściej wykonywane jest nie tylko tzw. wiedzę jawną interesariuszy, np. ich uwagi i komen-

⁸ A. Limański, *Rola innowacyjności w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy*, www.ur.edu.pl/file/15843/012.pdf (2.01.2014).

⁹ A. Kozarkiewicz, *Współczesne trendy w innowacyjności – w kierunku otwartych innowacji*, „Przegląd Organizacji” 2010, nr 5, s. 20–23.

tarze dotyczące produktów, ale sięga się po wiedzę ukrytą, np. obserwując zastosowania produktu w praktyce i adaptacje wprowadzane nieświadomie przez użytkownika¹⁰.

2. Innowacyjność jako podstawa kształtowania przewagi konkurencyjnej – wyniki badań

Przejawem innowacyjności najczęściej wskazywanym przez badanych przedsiębiorców jest doskonalenie produktu, elementu mającego największy wpływ na wypracowanie dochodu w firmie, który warunkuje w największym stopniu jego istnienie (rys. 1).

Rys. 1. Obszary doskonalenia firmy będące przejawem innowacyjnego charakteru podejmowanych decyzji

Źródło: opracowanie własne.

Na kolejnych miejscach wskazywane są: innowacje technologiczne (23%), innowacje dotyczące doskonalenia w obszarze organizacji i zarządzania (28%).

¹⁰ A. Limański, *Rola innowacyjności w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy*, www.ur.edu.pl/file/15843/012.pdf (2.01.2014).

Pozwala to na wyciągnięcie wniosku, że dynamicznie rozwijający się sposób myślenia strategicznego oraz wartości, dzięki którym przedsiębiorstwo jest lepiej postrzegane przez otoczenie w istotny sposób wpływa na jego funkcjonowanie. Firmy chcąc sprostać konkurencji muszą elastycznie dopasować się do zmieniających warunków rynkowych umożliwiając jednocześnie wdrażanie innowacji w tym zakresie.

Innowacje w obszarze struktury organizacyjnej powinny przede wszystkim dotyczyć skrócenia czasu przepływu informacji oraz szybkiej reakcji na bieżące wydarzenia rynkowe i ekonomiczne. Obszar zmian w tym zakresie polega między innymi na inwestycji w nowoczesne instrumenty pozwalające znacznie przyspieszyć analizę napływających danych z otoczenia. Jednym z czynników, które już zostały podjęte dotyczą zakupu komputerów i stworzeniu infrastruktury informatycznej. Wizerunek polskiej firmy postrzeganej jako bardzo zorganizowanej oraz skoordynowanej naruszony jest poprzez niskie zainteresowanie jej kierownictwa tworzeniem odpowiedniego środowiska pracy (2%) oraz ochrony środowiska naturalnego (5%). Niski poziom innowacji w tym ostatnim może wynikać z kilku istotnych czynników¹¹:

- brak odpowiedniego propagowania idei ochrony środowiska,
- brak znaczącego zainteresowania społecznego tą dziedziną,
- brak świadomości długofalowych skutków destrukcji środowiska naturalnego,
- nieodpowiednio prowadzona polityka państwa,
- brak doświadczenia w tej dziedzinie,
- nieznaną możliwość alternatywnego wykorzystania źródeł energii.

Możliwości w zakresie finansowania działalności przedsiębiorstw sektora MSP, w tym podejmowanych przez te podmioty przedsięwzięć inwestycyjnych pozostają niewątpliwie jednym z kluczowych wyznaczników nie tylko ich zdolności do przetwarzania na coraz bardziej wymagającym rynku, ale również rozwoju w perspektywie długoterminowej. Z badań przeprowadzonych przez Bank Światowy wynika, iż to właśnie ograniczenia finansowe są elementem uniemożliwiającym osiągnięcie przez małe i średnie przedsiębiorstwa ich potencjału rozwojowego¹².

¹¹ D. Zuzek, M. Mejszelis, *Rola innowacyjności w budowaniu pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa*, „Roczniki Naukowe SERIA”, t. XIII, z. 8, Kraków 2011, s. 283–289.

¹² World Bank-2, *Doing business 2007-how to reform*, www.worldbank.org (12.01.2013).

Tabela 2

Czynniki opóźniające procesy innowacyjne według rodzajów i wielkości przedsiębiorstw (%)

Czynniki utrudniające działalność innowacyjną	Ogółem	W tym przedsiębiorstwa:		
		Małe	Średnie	Duże
I. Czynniki ekonomiczne				
wysokie koszty innowacji	41,6	47,1	46,2	39,3
wysokie oprocentowanie kredytów	39,4	46,8	35,9	20,5
brak właściwego źródła funduszy	35,4	38,6	30,4	29,7
zbyt wysokie przewidywane ryzyko ekonomiczne	25,1	43,8	41,6	19,6
II. Czynniki wewnętrzne				
„sztywność” organizacyjna	17,3	11,0	9,7	17,4
brak informacji na temat technologii	13,1	8,8	8,6	15,1
brak informacji na temat rynku	10,0	3,2	6,4	9,1
brak wykwalifikowanego personelu	9,8	13,3	10,8	12,8
III. Pozostałe czynniki				
uregulowania prawne, normy, przepisy	24,8	26,9	20,3	22,4
brak reakcji klientów na nowe produkty	14,8	16,6	22,3	–

Źródło: opracowanie własne na podstawie Grzybowska, 2002.

Analiza poszczególnych obszarów działalności i rozwoju sektora MSP w Polsce oraz możliwości realizowania przedsięwzięć innowacyjnych przez te podmioty pozwalają sądzić, że zdolność innowacyjna przedsiębiorstw MSP jest w znaczącym stopniu uwarunkowana, nie tylko czynnikami o charakterze finansowym, ale także prawnym, np. w postaci stopnia złożoności i przyjazności przepisów oraz procedur w zakresie założenia, a następnie prowadzenia działalności gospodarczej, a także związanego z tym wsparcia instytucjonalnego¹³.

Wyniki badań empirycznych wskazują jednocześnie na istnienie wielu barier ograniczających wprowadzenie innowacyjności w małych i średnich przedsiębiorstwach. Bariery te można podzielić na zewnętrzne i wewnętrzne.

Wśród barier wynikających z otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa największe znaczenie ma stan gospodarki, w której muszą funkcjonować przedsiębiorstwa, a który może ograniczać ich innowacyjność poprzez np. ograniczony popyt rynkowy.

Jednak za jedną z najważniejszych barier wzrostu innowacyjności przedsiębiorstw uznaje się barierę finansową, która niejednokrotnie uniemożliwia

¹³ D. Zuzek, *Problemy w finansowaniu przedsięwzięć innowacyjnych w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Wiedzą, „Studia i Materiały” 2011, nr 43, s. 191–201.

wdrażanie innowacji. Bariera ta ma szczególne znaczenie w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw, w których środki finansowe niekiedy nie wystarczają na działalność gospodarczą, a co dopiero na innowację.

Rys. 2. Czynniki stanowiące barierę innowacyjności w przedsiębiorstwie

Źródło: badania własne.

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że zasadnicze przeszkody wprowadzania innowacji związane są z otoczeniem zewnętrznym. Jednak wiele barier istnieje wewnątrz samego przedsiębiorstwa, wśród których najważniejszymi są: brak wykwalifikowanej kadry czy odpowiedniej infrastruktury technicznej.

Niewystarczająca oferta ze strony różnych instytucji naukowo-badawczych i brak instrumentów transferu technologicznego jeszcze bardziej pogłębiają niekorzystne warunki do wprowadzania innowacyjności przedsiębiorstw.

Bariery innowacyjności występujące wewnątrz polskich przedsiębiorstw, jak i w ich otoczeniu wskazują na konieczność prowadzenia odpowiednio ukie-

runkowanej polityki gospodarczej, zwłaszcza przemysłowej i proinnowacyjnej, przyjaznej dla przedsiębiorstw poszukujących i wdrażających innowacje¹⁴.

Podsumowanie

Wzrost poziomu innowacyjności przedsiębiorstw należy traktować jako podstawowy czynnik wzrostu gospodarczego i konkurencyjności gospodarki. Działalność innowacyjna małych i średnich przedsiębiorstw na tle państw Unii Europejskiej pokazuje liczne bariery zwłaszcza w zakresie nakładów finansowych. Dlatego niezbędna jest ingerencja państwa w zakresie wspierania działalności innowacyjnej przejawiająca się w udostępnieniu szeregu instrumentów wspierających. Mają one na celu wzrost nakładów na prace badawczo-rozwojowe, szkolenia czy rozwój nowych technologii.

Działania innowacyjne o takim charakterze i zasięgu generują najwyższą wartość dodaną dla gospodarki i przedsiębiorstw, a co za tym idzie w największym stopniu przyczyniają się do umacniania zdolności konkurencyjnej tak na rynku lokalnym, regionalnym czy europejskim.

Literatura

- Czupiał J., *Definicja ekonomiki innowacji i pojęcia z nią związane*, w: *Ekonomika innowacji*, red. J. Czupiał, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 1994.
- Innowacyjność jako źródło przewagi konkurencyjnej polskich przedsiębiorstw* www.rsi.org.pl/dane/download/innowacyjnosc_jako.pdf, (2.01.2014).
- Kopaliński W., *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Kotler Ph., Keller K.L., *Marketing Management*, Prentice Hall, New Jersey 2006.
- Kozarkiewicz A., *Współczesne trendy w innowacyjności – w kierunku otwartych innowacji*, „Przegląd Organizacji” 2010, nr 5, s. 20–23.
- Limański A., *Rola innowacyjności w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy*, www.ur.edu.pl/file/15843/012.pdf (2.01.2014).
- Pomykański A., *Innowacje*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2001.

¹⁴ *Innowacyjność jako źródło przewagi konkurencyjnej polskich przedsiębiorstw* www.rsi.org.pl/dane/download/innowacyjnosc_jako.pdf, (2.01.2014).

- Wallis A., *Innowacyjność polskich małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach integracji europejskiej*, w: *Strategie wzrostu wartości przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Kreos, Szczecin 2007.
- Wiśniewska J., *Teoretyczne aspekty rozprzestrzeniania się innowacji*, Difin, Warszawa 2005.
- World Bank-2, Doing business 2007-how to reform, www.worldbank.org (12.01.2013).
- Zuzek D., Mejszelis M., *Rola innowacyjności w budowaniu pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa*, „Roczniki Naukowe SERIA”, t. XIII, z. 8, Kraków 2011.
- Zuzek D., *Problemy w finansowaniu przedsięwzięć innowacyjnych w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Wiedzą, „Studia i Materiały” 2011, nr 43.

The role of innovation in building the company's competitive advantage in a market economy

Summary

Competing with new solutions and products through the development of knowledge and innovation is an important element of economic development. The article presents the essence and importance of innovation in small and medium-sized enterprises and its impact on their competitiveness in the theoretical aspect of using the available literature and the practical aspect of using empirical research conducted by the author in 2012.

Keywords: innovation, small and medium-sized enterprises, competitiveness.

Translated by Dagmara K. Zuzek