



Zeszyty Naukowe
Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu
Nr 38/2011

Anna Spoz

Politechnika Lubelska

Bariery ograniczające innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw

***Streszczenie.** W artykule ukazano sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) jako bardzo ważny element polskiej gospodarki. Omówiono zagadnienie innowacyjności MSP, będącej głównym źródłem ich przewagi konkurencyjnej na rynku. Przytoczono wyniki badań, które dowodzą, że siła prorozwojowego oddziaływania MSP na gospodarkę wzrasta wraz ze wzrostem ich konkurencyjności. Ten rodzaj przewagi jest także najbardziej trwały. Przedstawiono również najistotniejsze bariery, na które natrafiają małe i średnie przedsiębiorstwa w procesie budowania i wzmocnienia swojego potencjału innowacyjnego.*

***Słowa kluczowe:** bariery innowacyjności, sektor MSP, innowacje*

1. Wprowadzenie

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) jest bardzo ważnym elementem polskiej gospodarki, gdyż należy do niego ponad 99% wszystkich podmiotów funkcjonujących na rynku. Małe i średnie przedsiębiorstwa tworzą miejsca pracy dla ponad 60% zatrudnionych, a ich udział w tworzeniu produktu krajowego brutto (PKB) w 2008 r. wyniósł 46,9%. Gospodarcze znaczenie sektora MSP jest tym większe, im większą posiada on zdolność konkurencyjną. Wzrost konkurencyjności MSP wzmocnia siłę ich prorozwojowego oddziaływania na gospodarkę.

Konkurencyjność przedsiębiorstwa oznacza jego długotrwałą zdolności do funkcjonowania i rozwoju, pomimo presji istniejącej ze strony innych podmiotów



na rynku¹ i jest determinowana wieloma czynnikami, z których tylko niektóre decydują o jego rzeczywistej zdolności do osiągnięcia przewagi nad konkurentami. Zidentyfikowanie tych czynników jest bardzo ważne, bowiem opracowanie i wdrożenie strategii opartej na nich pozwoli firmie zaspokajać potrzeby konsumentów w sposób pełniejszy i bardziej efektywny niż inne firmy działające na tym samym rynku. Warto się zatem zastanowić, od jakich czynników w stopniu najwyższym uzależniony jest sukces rynkowy małych i średnich przedsiębiorstw?

W obecnych czasach, w warunkach gospodarki opartej na wiedzy, jednym z najważniejszych determinantów konkurencyjności przedsiębiorstwa jest jego innowacyjność. Ten rodzaj przewagi ze względu na unikatowość jest także najbardziej trwały. Dlatego przedsiębiorstwa, które chcą odnosić sukcesy rynkowe, muszą wzmacniać swój potencjał innowacyjny. Specyfika małych i średnich przedsiębiorstw, zwłaszcza ich ograniczenia zasobowe sprawiają, że proces ten jest niezwykle trudny i wymaga pokonania wielu barier.

Celem niniejszego artykułu jest przybliżenie istoty innowacyjności przedsiębiorstw sektora MSP oraz przedstawienie najistotniejszych barier, na jakie natrafiają małe i średnie przedsiębiorstwa w procesie budowy lub wzmacniania swojego potencjału innowacyjnego.

2. Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw i jej determinanty

Za prekursora teorii innowacji uważa się Josepha Schumpetera. W książce *Teoria rozwoju gospodarczego* zdefiniował innowacje, jako wprowadzenie nowych lub udoskonalenie istniejących wyrobów, wprowadzenie nowej lub udoskonalonej metody wytwarzania, wykorzystanie nowych surowców i półfabrykatów, wprowadzenie nowej organizacji procesów wytwarzania lub sprzedaży, stworzenie nowego rynku². Podobnego zdania jest Jerzy Baruk, który rozumie innowacje jako „celowo zaprojektowaną przez człowieka zmianę produktu, metod jego wytwarzania, organizacji pracy lub zarządzania”³. Z kolei Philip Kotler definiuje innowację, jako towar, usługę lub pomysł, który odbierany jest jako nowość⁴.

¹ G. Sobczyk, *Strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw*, Wyd. UL, Lublin 2006, s. 54.

² J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 146.

³ J. Baruk, *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Adam Marszałek, Toruń 2006, s. 35.

⁴ Ph. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Felberg, Warszawa 1999, s. 322.

John Kay, Gary Hamel, i Coimbatore Krishnarao Prahalad podkreślają znaczenie innowacji w procesie budowy i wzmacniania potencjału konkurencyjnego przedsiębiorstwa. Według J. Kaya, przedsiębiorstwo musi prawidłowo zidentyfikować swoje zdolności i odpowiednio do nich dostosować zakres i przedmiot swojej działalności, by móc skutecznie funkcjonować na rynku. Do podstawowych źródeł przewagi konkurencyjnej zaliczył: architekturę, reputację, zasoby strategiczne i innowacje dotyczące produktów, stosowanej technologii lub systemów organizacji i zarządzania⁵. Znaczenie innowacji w budowaniu pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa dostrzegają także G. Hamel i C.K. Prahalad, uznając, że wykreowanie kluczowych kompetencji w przedsiębiorstwie pozwoli jednostce zdobyć i utrzymać przewagę konkurencyjną w długim okresie⁶.

Dzisiaj innowacje oznaczają dla firm⁷:

- wprowadzanie na rynek nowych produktów i usług,
- wdrażanie nowoczesnych technologii,
- wprowadzanie zmian w infrastrukturze produkcyjnej i dystrybucyjnej, zmierzających do poprawy skuteczności i efektywności ich funkcjonowania,
- realizację działań, których celem jest zwiększenie zakresu i skuteczności wykorzystania wiedzy i umiejętności kadry pracowniczej,
- rozwój sieci informacyjnych.

Poziom innowacyjności przedsiębiorstwa determinowany jest wieloma czynnikami, które najogólniej podzielić można na zewnętrzne i wewnętrzne. Czynniki zewnętrzne należą do otoczenia firmy, będąc od niej niezależne lub jedynie słabo zależne. Do najważniejszych zewnętrznych czynników kształtujących innowacyjność przedsiębiorstw należy zaliczyć: wpływ środowiska i otoczenia, instrumenty kształtowania konkurencyjności przez firmę, potencjał i pozycję konkurencyjną podmiotów, makroekonomiczne instrumenty sterowania konkurencyjnością podmiotów gospodarczych, poziom konkurencji oraz skalę oddziaływania przedsiębiorstw⁸.

Czynniki wewnętrzne określają potencjał innowacyjny firmy i determinują jej zdolność do efektywnego wprowadzenia innowacji na rynek. Są zależne od przedsiębiorstwa i podlegają procesowi jego zarządzania. Krystyna Poznańska

⁵ J. Kay, *Podstawy sukcesu firm*, PWE, Warszawa 1996, s. 53.

⁶ G. Hamel, C.K. Prahalad, *Przewaga konkurencyjna jutra*, Business Press, Warszawa 1999, s. 26.

⁷ A. Sosnowska, S. Łobejko, A. Kłopotek, J. Brdulak, A. Rutkowska-Brdulak, K. Żbikowska, *Jak wdrażać innowacje technologiczne w firmie. Poradnik dla przedsiębiorców*, PARP, Warszawa 2005, s. 8.

⁸ W. Świtalski, *Innowacje i konkurencyjność*, WUW, Warszawa, 2005, s. 168-169, A. Sosnowska, *Czynniki kształtujące konkurencyjność i innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce po roku 2004*, w: *Drogi do sukcesu polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, red. A. Sosnowska, S. Łobejko, SGH, Warszawa 2008, s. 21.

wyodrębniła cztery grupy składników przedsiębiorstwa, które tworzą jego potencjał innowacyjny. Są nimi: potencjał finansowy (własne środki pieniężne oraz zasoby finansowe pochodzące z zewnętrznych źródeł), ludzki (wielkość kadry pracowniczej, jej wykształcenie, kwalifikacje i doświadczenie zawodowe), rzeczowy (wielkość i struktura zaplecza technicznego firmy, jego elastyczność i stopień zmechanizowania) oraz wiedza techniczna i informacje rynkowe⁹.

Choć innowacyjność przedsiębiorstwa określają zewnętrzne i wewnętrzne czynniki, to jednak obecnie, ze względu na złożoność i turbulencyjność otoczenia współczesnych firm, maleją ich realne możliwości oddziaływania na warunki panujące na rynku. Wzrasta natomiast znaczenie czynników wewnętrznych w procesie tworzenia i wzmacniania potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw MSP.

Analiza firm działających w sektorze MSP wykazała, że posiadają one pewne cechy wspólne. Przede wszystkim stanowią własność indywidualną lub niewielkiej liczby wspólników, będąc dla nich i ich rodzin podstawowym źródłem utrzymania. Właściciele firm osobiście nimi kierują lub mają duży wpływ na sposób ich organizacji i zarządzania¹⁰. Dlatego poziom konkurencyjności i innowacyjności firm sektora MSP będzie determinowany cechami osobowościowymi ich założycieli. Praktyka gospodarcza pokazuje, że właściciele małych i średnich firm, którym udało się odnieść sukces rynkowy, odznaczają się kreatywnością, otwartością na innowacje, zdolnościami organizatorskimi, umiejętnościami przekonywania do swoich poglądów, wytrwałością, zdolnością do podejmowania ryzyka, odpornością na niepowodzenia. Posiadają szeroką wiedzę teoretyczną, popartą doświadczeniem, doskonale znają branżę, w której działają¹¹.

Współcześni przedsiębiorcy wiedzą, że tylko podmioty oferujące nowoczesne i dobre jakościowo produkty mogą działać i rozwijać się na rynku w długim okresie. Dlatego strategie innowacji są stałym elementem ogólnych strategii firm konkurencyjnych na rynku. Strategiami innowacji najczęściej stosowanymi przez małe i średnie przedsiębiorstwa są strategie nowych produktów i strategie nowych technologii¹². Przedsiębiorstwa te charakteryzują się także krótkimi cyklami inwestycyjnymi oraz podatnością na zmiany innowacyjne i kapitałowe.

Nie jest jednak możliwe wzmacnianie potencjału innowacyjnego przedsiębiorstwa bez uzyskania poparcia dla tych działań ze strony załogi. Badania nad

⁹ K. Poznańska, *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998, s. 40.

¹⁰ M. Angowski, *Wpływ otoczenia na rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw na obszarach wiejskich*, Wyd. AR w Lublinie, Lublin 2005, s. 24.

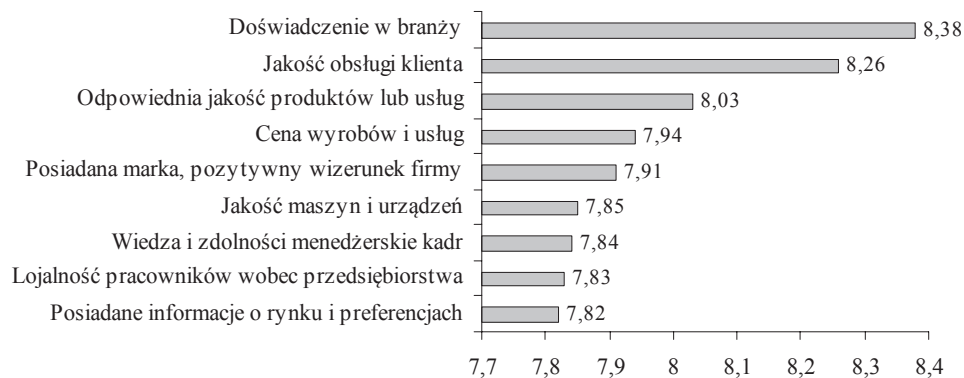
¹¹ A. Sosnowska, *Czynniki kształtujące konkurencyjność i innowacyjność...*, s. 18.

¹² A. Sosnowska, *Strategie innowacji w praktyce polskich przedsiębiorstw*, s. 9, www.sgh.waw.pl/katedry/kzs [dostęp: 12.03.2010].

strategiami małych i średnich przedsiębiorstw wygrywających na rynku wykazały, że podstawowym zasobem przedsiębiorstwa, który warunkuje jego zwycięstwo rynkowe, są zasoby ludzkie i posiadana przez nich wiedza. Pracowników tych cechuje również bardzo duża dbałość o klienta. Dzięki osobistemu kontaktowi z klientami i dostosowywaniu realizowanych zamówień do indywidualnych potrzeb nabywców zapewniają wysoki standard obsługi klientów, a tym samym także ich lojalność¹³.

Cechami charakterystycznymi małych i średnich przedsiębiorstw są także ich ograniczenia zasobowe, które stanowią najistotniejsze ograniczenia w procesie wzmacniania innowacyjności firm. Bariery innowacyjności przedsiębiorstw MSP zostaną dokładniej omówione w kolejnym punkcie niniejszego artykułu.

Dobrym podsumowaniem prowadzonych rozważań i potwierdzeniem wyciągniętych wniosków są wyniki badania (zob. rys. 1) przeprowadzonego przez konsorcjum PSDB Sp. z o.o. i Quality Watch Sp. z o.o., na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.



Rysunek 1. Czynniki kształtujące konkurencyjność i innowacyjność przedsiębiorstw MSP

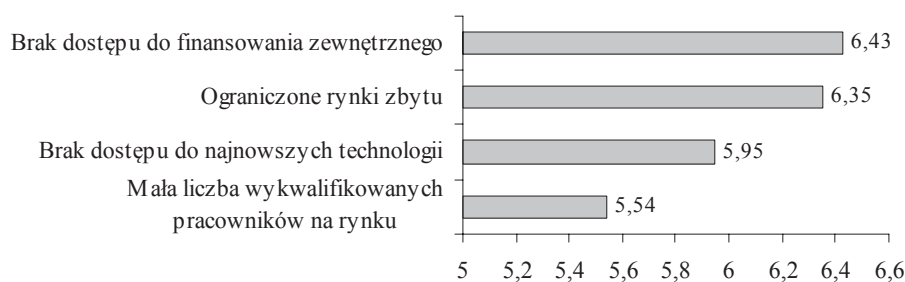
Źródło: B. Plawgo, J. Kornecki, *Wysztalcenie pracowników a pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa*, PARP, Warszawa 2010, s. 66.

W opinii kadry zarządczej ankietowanych przedsiębiorstw należących do sektora MSP największy wpływ na poziom innowacyjności i konkurencyjności firm miały: znajomość rynku, na którym działa przedsiębiorstwo, jakość obsługi klienta oraz odpowiednia jakość oferowanych produktów i usług.

¹³ Więcej P. Głodek, J. Kornecki, J. Ropęga, *Funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce. Wybrane zagadnienia*, Wyd. UŁ, Łódź 2005.

3. Bariery ograniczające innowacyjność w małych i średnich przedsiębiorstwach

Wdrażanie innowacji w MSP nie jest zadaniem prostym, a dzieje się tak z wielu powodów. Najogólniej można powiedzieć, że pojawiające się problemy wynikają przede wszystkim z posiadania ograniczonych zasobów materialnych (zaplecze techniczne i finansowe firmy) i niematerialnych (wiedza i umiejętności kadry pracowniczej i zarządczej jednostki). Zdaniem przedstawicieli kadr zarządczych MSP, głównymi czynnikami ograniczającymi konkurencyjność i innowacyjność tych firm są: brak dostępu do finansowania zewnętrznego, uszczuplone rynki zbytu, brak dostępu do najnowszych technologii oraz mała liczba sumiennych i wykwalifikowanych pracowników na rynku (zob. rys. 2).

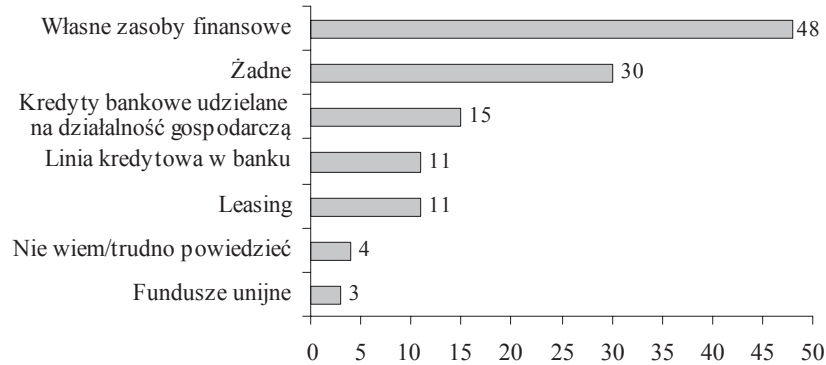


Rysunek 2. Główne bariery konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstwa

Źródło: B. Plawgo, J. Kornecki, *Wykształcenie pracowników a pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa*, PARP, Warszawa 2010, s. 98.

Małe i średnie przedsiębiorstwa wykazują dużą zależność od własnego kapitału. Aż trzy czwarte firm należących sektora MSP deklaruje, że realizowane inwestycje są finansowane własnymi środkami pieniężnymi właścicieli (zob. rys. 3).

Tak duże uzależnienie realizowanych inwestycji od wielkości posiadanych środków własnych wynika z trudności małych i średnich firm w pozyskiwaniu środków pieniężnych z zewnętrznych źródeł, posiadania przez te podmioty wciąż jeszcze dość ograniczonej wiedzy na temat możliwych źródeł finansowania działalności, ostrożności w finansowaniu projektów długoterminowych kredytem. Konsekwencją zaś jest sztuczne wydłużanie w czasie realizacji planowanych inwestycji lub zmniejszanie jej zakresu, co znacznie osłabia możliwe do osiągnięcia efekty podjętych działań.



Rysunek 3. Wykorzystywane źródła finansowania (%)

Źródło: W. Orłowski, R. Pasternak, K. Flaht, D. Szubert, *Procesy inwestycyjne i strategie przedsiębiorstw w czasach kryzysu*, PARP, Warszawa 2010, s. 65.

Bariera kapitałowa jest szczególnie widoczna na etapie tworzenia i „rozruchu” przedsiębiorstw, kiedy zewnętrzne formy finansowania są dla tych podmiotów w zasadzie niedostępne (zob. tab. 1).

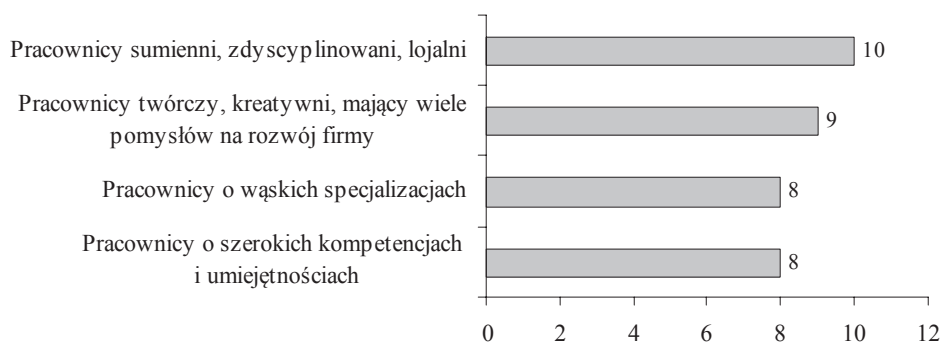
Tabela 1. Możliwości finansowania przedsiębiorstw sektora MSP

Źródła finansowania	Faza rozwoju		
	koncepcja i rozruch firmy	mała firma	średnia firma
	dostępność źródła finansowania		
Samofinansowanie	+	++	+++
Wkład wspólników	+++	+++	+++
Fundusze venture capital	+	++	++
Emisja akcji	-	-	+
Kredyty bankowe	-	++	+++
Poręczenia kredytowe	-	++	+++
Leasing	-	+++	+++
Franchising	-	-	+++
Obligacje długo- i krótkoterminowe	-	+	+
Fundusze pomocowe	-	++	++
Kredyt kupiecki	-	+++	+++
Factoring	-	++	+++
Pożyczki z sektora pozabankowego	-	++	+++
Pożyczki od znajomych i rodziny	+++	+++	+++

- źródło niedostępne, + źródło trudno dostępne, ++ źródło średnio dostępne, +++ źródło łatwo dostępne

Źródło: A. Skowronek-Mielczarek, *Małe i średnie przedsiębiorstwa – źródła finansowania*, C.H. Beck, Warszawa 2005, s. 36.

Dużym problemem małych i średnich przedsiębiorstw są braki kadrowe. Brakuje zwłaszcza pracowników o określonych umiejętnościach (zob. rys. 4).



Rysunek 4. Braki kadrowe przedsiębiorstw MSP

Źródło: W. Orłowski, R. Pasternak, K. Flaht, D. Szubert, *Procesy inwestycyjne i strategie przedsiębiorstw w czasach kryzysu*, PARP, Warszawa 2010, s. 76.

Małe i średnie przedsiębiorstwa bardzo często przegrywają walkę z dużymi firmami o sumiennych, lojalnych i wyspecjalizowanych pracowników, a dzieje się tak z kilku powodów. Po pierwsze, pracodawcy z sektora MSP nie tworzą tak pewnych miejsc pracy, jak duże podmioty. Po drugie, mogą zaproponować swoim pracownikom z reguły niższe wynagrodzenia oraz węższy pakiet świadczeń socjalnych niż duże zakłady.

Paradoksalnie pewną szansą dla przedsiębiorstw MSP jest kryzys gospodarczy, bowiem zwolnienia prowadzone w dużych firmach, wstrzymanie procesów rekrutacji i nagminne wypowiedzanie warunków pracy jest szansą dla małych i średnich przedsiębiorstw na pozyskanie wyspecjalizowanych i doświadczonych pracowników z konkurencyjnych branż¹⁴.

Państwo doceniając gospodarcze znaczenie sektora MSP, stara się stymulować rozwój tych przedsiębiorstw. Zachęca i daje narzędzia władzom lokalnym do tworzenia sprzyjających warunków do działania i rozwoju MSP. Kolejną formą pomocy są dotacje, pożyczki i gwarancje kredytowe.

Istotną rolę w zakresie wspierania działalności i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw odgrywają instytucje pozarządowe, których działalność polega na świadczeniu usług informacyjnych, doradczych i szkoleniowych oraz udzielaniu pomocy finansowej i technicznej MSP. Z roku na rok wzrasta zainteresowanie

¹⁴ *Kryzysy gospodarcze szansą dla małych i średnich przedsiębiorstw (MSP)*, www.news.antal.com/poland/, [dostęp: 15.10.2011].

przedsiębiorców sektora MSP możliwościami dofinansowania do realizowanych inwestycji. Nadal jednak dość duża liczba małych i średnich przedsiębiorców obawia się konieczności wypełniania skomplikowanych i czasochłonnych wniosków dotacyjnych.

Jak realizowane działania państwa oceniają mali i średni przedsiębiorcy? Według „Raportu z badania warunków funkcjonowania firm z sektora MSP”, opracowanego przez Krajową Izbę Gospodarczą, wynika, że ponad 47% przedsiębiorców sektora MSP uważa, że działania władz publicznych ograniczają się jedynie do składania deklaracji o konieczności usunięcia barier, a jedynie 3,2% spośród badanych firm uznało, że państwo aktywnie je likwiduje. Można zatem powiedzieć, że pomocowe działania państwa, choć niezwykle potrzebne i oczekiwane, są nadal niewystarczające.

4. Podsumowanie

Liczba przedsiębiorstw funkcjonujących w sektorze MSP i intensywność rywalizacji między nimi sprawia, że firmy, które chcą utrzymać lub wzmocnić swoją pozycję na rynku, muszą stale dążyć do zaspokajania potrzeb klientów w sposób pełniejszy i efektywniejszy od konkurencji. Sprostanie tym wymaganiom oznacza dla przedsiębiorstwa konieczność oferowania nowoczesnych i dobrych jakościowo produktów. Dlatego tworzenie i wzmacnianie ich innowacyjności stało się dla małych i średnich przedsiębiorstw zadaniem kluczowym. Zdobyta w ten sposób przewaga konkurencyjna jest trwalsza, bo trudniejsza do skopiowania.

Budowanie potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw MSP nie jest jednak zadaniem prostym, głównie ze względu na ograniczoność posiadanych przez nie zasobów. Badania wykazały, że głównymi barierami innowacyjności dla małych i średnich przedsiębiorstw są: trudności w dostępie do finansowania zewnętrznego, ograniczone rynki zbytu, brak dostępu do najnowszych technologii oraz braki kadrowe.

Ekonomiczne znaczenie sektora MŚP sprawia, że państwo w sposób aktywny stara się wspierać jego rozwój. Praktyka gospodarcza pokazuje jednak, że działania podejmowane w tym zakresie są nadal niewystarczające

Literatura

- Angowski A., *Wpływ otoczenia na rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw na obszarach wiejskich*, Wyd. AR w Lublinie, Lublin 2005.
Baruk J., *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Adam Marszałek, Toruń 2006.

- Głodek P., Kornecki J., Ropęga J., *Funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce. Wybrane zagadnienia*, Wyd. UŁ, Łódź 2005.
- Hamel G., Prahalad C.K., *Przewaga konkurencyjna jutra*, Business Press, Warszawa 1999.
- Kay J., *Podstawy sukcesu firm*, PWE, Warszawa 1996.
- Kotler Ph., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Felberg, Warszawa 1999.
- Kryzysy gospodarcze szansą dla małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), www.news.antal.com/poland/, [dostęp: 15.10.2011].
- Orłowski W., Pasternak R., Flaht K., Szubert D., *Procesy inwestycyjne i strategie przedsiębiorstw w czasach kryzysu*, PARP, Warszawa 2010.
- Pławgo B., Kornecki J., *Wykształcenie pracowników a pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa*, PARP, Warszawa 2010.
- Poznańska P., *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998.
- Schumpeter J., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
- Skowronek-Mielczarek A., *Małe i średnie przedsiębiorstwa – źródła finansowania*, C.H. Beck, Warszawa 2005.
- Sobczyk G., *Strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw*, Wyd. UŁ, Lublin 2006.
- Sosnowska A., *Czynniki kształtujące konkurencyjność i innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce po roku 2004*, w: *Drogi do sukcesu polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, red. A. Sosnowska, S. Łobejko, SGH, Warszawa 2008.
- Sosnowska A., Łobejko S., Kłopotek A., Brdulak J., Rutkowska-Brdulak A., Żbikowska K., *Jak wdrażać innowacje technologiczne w firmie. Poradnik dla przedsiębiorców*, PARP, Warszawa 2005.
- Sosnowska A., *Strategie innowacji w praktyce polskich przedsiębiorstw*, www.sgh.waw.pl/katedry/kzs [dostęp: 12.03. 2010].
- Sosnowska A., *Czynniki kształtujące konkurencyjność i innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce po roku 2004*, w: *Drogi do sukcesu polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, red. A. Sosnowska, S. Łobejko, SGH, Warszawa 2008.
- Świtalski W., *Innowacje i konkurencyjność*, WUW, Warszawa 2005.