

STEFAN LACHIEWICZ

Politechnika Łódzka

TERESA ŁUCZKA

Politechnika Poznańska

EDWARD STAWASZ

Uniwersytet Łódzki

ZNACZENIE I OBSZARY BADAŃ NAD INNOWACYJNOŚCIĄ I KONKURENCYJNOŚCIĄ MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE

Opiniodawca: **dr hab. Wojciech Poplawski, prof. UMK**

W artykule przedstawiono rozważania dotyczące roli innowacyjności oraz konkurencyjności w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. Szczególną uwagę zwrócono na potrzebę i kierunki badań tych procesów w polskich warunkach gospodarczych. Wzrost skali globalizacji, a także duże znaczenie firm z sektora MSP w gospodarce polskiej uzasadniają celowość analizy uwarunkowań i barier innowacyjności oraz konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw.

1. Wstęp

Jedną z głównych barier rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw jest niska innowacyjność, w związku z tym ich mała konkurencyjność rynkowa. Wzrost innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw wiąże się z potrzebą działań długoterminowych o charakterze strategicznym. W praktyce gospodarczej przez długi czas dominowało przekonanie, że małe firmy powinny być przede wszystkim elastyczne w swoim działaniu i wykorzystywać okazje rynkowe. Trudno więc było w takich warunkach zakładać tworzenie długoterminowych strategii wzrostu,

programów wdrażania innowacji i budowę przewagi konkurencyjnej. Dodatkowym ograniczeniem był brak wystarczającego kapitału na prowadzenie badań i działalności rozwojowej w przedsiębiorstwach tej wielkości. W związku z tym przez długi czas w teorii i praktyce gospodarczej przyjmowano założenie, że budowa strategii rozwojowych i ukierunkowanie przedsiębiorstwa na badania i innowacje to przede wszystkim domena dużych koncernów oraz korporacji.

Celem artykułu jest wskazanie na dużą rangę innowacyjności oraz konkurencyjności firm małej i średniej wielkości, a także omówienie kierunków i perspektyw badań w tym obszarze.

2. Rola innowacyjności w małych i średnich przedsiębiorstwach

W literaturze przedmiotu panuje ugruntowany pogląd, że innowacyjność przedsiębiorstwa oznacza jego zdolność i motywację do wyszukiwania i rynkowego wdrożenia produktów sfery B+R, obejmujących przede wszystkim wyniki badań naukowych, nowatorskie koncepcje, pomysły i wynalazki, skutkujące wzrostem poziomu nowoczesności produktów, budową i powiększeniem jego przewagi konkurencyjnej oraz wzmocnieniem aspiracji technicznych i technologicznych przedsiębiorcy. Oznacza również zaangażowanie w zdobywanie zasobów i umiejętności niezbędnych do uczestniczenia w tych procesach. Bardzo często mierzona jest ilością tworzonych i wdrażanych innowacji oraz nakładami przeznaczanymi przez przedsiębiorstwa na działania w tym zakresie. Innowacyjność wiąże się z posiadanymi zasobami (ludzkie, rzeczowe, kapitałowe, informacyjne), ale także umiejętnością ich wykorzystania, czyli dojrzałością innowacyjną. Warunkuje to odpowiedni poziom kultury organizacyjnej, zapewniający wykorzystanie kreatywności i przedsiębiorczości oraz innych zdolności do tworzenia, absorbowania i wprowadzania innowacji w różnych dziedzinach. Dojrzałość innowacyjna może być traktowana jako specyficzny zasób dla podmiotów gospodarczych, będący swoistą kompilacją prostszych zasobów o charakterze materialnym (np. środki finansowe, warunki do pracy) i niematerialnym (np. umiejętności, zdolności). W tym kontekście innowacje – rozumiane jako proces uczenia się zarówno ze źródeł wewnętrznych, jak i zewnętrznych – są uznawane za podstawowe źródło kumulowania specyficznych, unikalnych i wyróżniających umiejętności przedsiębiorstw.

Innowacje są traktowane jako continuum zmian obejmujących, z jednej strony, proste modyfikacje istniejących produktów, procesów i praktyk, które mogą być nowe dla przedsiębiorstwa, ale niekoniecznie dla gałęzi przemysłu. Z drugiej strony, zmiany te mogą oznaczać fundamentalnie nowe produkty i procesy, które są nowe tak dla przemysłu, jak i dla przedsiębiorstwa. Takie podejście pozwala na przyjęcie założenia, iż innowacyjność przedsiębiorstw jest także stopniowalna – w miejsce uproszczonego podziału na przedsiębiorstwa innowacyjne i nieinnowacyjne – umożliwiając badanie jej stopnia lub natężenia dla przedsiębiorstw o różnej skali wielkości, rodzaju działalności gospodarczej, lokalizacji itp.

W teorii zarządzania innowacjami i praktyce gospodarczej wyodrębnia się wiele typologii innowacji. Najbardziej znany podział wyróżnia innowacje: produktowe, procesowe, organizacyjne i marketingowe. Inni autorzy wymieniają innowacje strategiczne, w strukturze organizacyjnej, w technice i operacjach oraz w sferze zasobów ludzkich. J. Penc wymienia dziesięć kryteriów klasyfikowania innowacji, spośród których do najbardziej istotnych można zaliczyć: kryterium dziedziny działalności, kryterium oryginalności (innowacje sprzężone i niesprzężone), kryterium wielkości i zakresu skutków czy kryterium mechanizmu pobudzania do innowacji (innowacje popytowe i podażowe) [16, s. 144-146]. Realizacja niektórych z form innowacji jest prostsza w fazie wdrażania, inne posiadają charakter bardziej radykalny i wywołują większy zakres skutków, ale rola całej gamy działań określanych mianem innowacyjności jest kluczowa we współczesnej gospodarce, ponieważ działania te – jak podkreśla się – prowadzą do poprawy efektywności funkcjonowania podmiotów gospodarczych.

Małe i średnie przedsiębiorstwa z uwagi na swoje specyficzne cechy (tzw. przewagi behawioralne), pełnią zauważalną i rosnącą rolę jako ważne źródło wielu wynalazków i innowacji oraz jako katalizator postępu technicznego w gospodarce. Rola ta jest jednak zróżnicowana i zależy między innymi od (1) specyfiki sektorowej, (2) rodzaju innowacji realizowanych przez przedsiębiorstwa w poszczególnych fazach cyklu życia produktu, (3) barier wejścia na rynek oraz (4) innych czynników, w tym polityki innowacyjnej państwa. Zwraca się również uwagę na duże zróżnicowanie postaw wewnątrz sektora MSP w dziedzinie innowacji. Wskazuje się, iż mała firma realizująca innowacje, z powodu ograniczonych zasobów i kompetencji właściciela, jest zmuszona do poszukiwania ich w swoim otoczeniu, współpracy z siecią wyspecjalizowanych partnerów, którzy mogą oferować niezbędne usługi. Rozwój środowiska i sieci innowacyjnych jest zatem istotnym czynnikiem innowacyjności MSP.

U progu lat dziewięćdziesiątych polskie małe i średnie przedsiębiorstwa, podobnie jak cała gospodarka narodowa, charakteryzowały się **niską innowacyjnością i konkurencyjnością**. Zgodnie z wynikami badań innowacyjność sektora MSP w pierwszych latach transformacji gospodarczej była 2-3 krotnie niższa w porównaniu z krajami wysoko rozwiniętymi [4]. Jeszcze bardziej niekorzystnie wyglądało zaangażowanie krajowych MSP w prace B+R w porównaniu z MSP w Unii Europejskiej, niewielki był też udział nowoczesnych małych i średnich firm, zwłaszcza high-tech czy firm tworzonych przez wynalazców. Należy jednak podkreślić, że taka tendencja nadal się utrzymuje, co oznacza, że w Polsce nadal obserwowany jest dystans dzielący zarówno małe i średnie przedsiębiorstwa od dużych, jak i od MSP w krajach wysoko rozwiniętych. [5].

Stan i jakość innowacji podejmowanych i realizowanych w małych i średnich przedsiębiorstwach ilustrują dane o wykorzystywanych źródłach dla potrzeb innowacji oraz o współpracy z otoczeniem w dziedzinie innowacji. Podstawowymi źródłami informacji są źródła wewnętrzne (głównie właściciel przedsiębiorstwa), a w dalszej kolejności ogólnie dostępne źródła informacji (targi, wystawy, czasopisma fachowe) oraz funkcjonalne źródła informacji (kontakty z odbiorcami,

dostawcami, kooperantami). Marginalne jest korzystanie ze źródeł naukowo-badawczych. Mniejsze przedsiębiorstwa są mniej aktywne w korzystaniu z różnych źródeł informacji dla potrzeb innowacji w porównaniu z firmami dużymi, jak i z ich odpowiednikami z krajów UE. Dotyczy to zwłaszcza znaczenia zewnętrznych źródeł informacji. Wskazuje to na ciągle zbyt słabe kontakty polskich MSP z ich otoczeniem, na wykorzystywanie bardziej własnych zasobów i pomysłów niż na przykład w działaniach marketingowych. Zmusza to, szczególnie najmniejsze firmy, do sięgania po bardziej nieformalne sposoby uzyskania niezbędnych informacji, takie jak naśladownictwo i kopiowanie stosowanych rozwiązań, nieformalne kontrakty z osobami zatrudnionymi w zewnętrznych źródłach informacji.

Badania nad przyczynami niskiej innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce mają już długą tradycję. Przedmiotem ich szczególnego zainteresowania już w latach dziewięćdziesiątych było (1) badanie przyczyn niskiej innowacyjności MSP, (2) określenie zewnętrznych i wewnętrznych warunkowań podjęcia i realizacji innowacji oraz (3) formułowanie rekomendacji użytecznych w konstruowaniu polityki stymulowania innowacyjności w małych i średnich przedsiębiorstwach. W prowadzonych pracach i dyskusjach główny nacisk kładziono na rolę barier zewnętrznych w tym procesie, co wynikało z ogólnie przyjętego założenia dużej podatności sektora małych i średnich przedsiębiorstw na oddziaływanie bliskiego i dalszego otoczenia. Równocześnie wiele uwagi poświęcano, zwłaszcza we wcześniejszej fazie badań, zagadnieniu wpływu czynników makroekonomicznych i instytucjonalnych, między innymi takich jak: system gospodarczy, rozwiązania prawno-finansowe czy polityka gospodarcza państwa, na innowacyjność MSP. Mniejszy nacisk kładziono natomiast na powiązania lokalne i regionalne przedsiębiorstw, zakładając, iż te pierwsze mają istotniejsze znaczenie dla podejmowania i realizacji innowacji w MSP. Należy podkreślić, że stanowisko to uległo istotnej modyfikacji w ostatnich dziesięciu latach, w związku z podjęciem prac nad formułowaniem koncepcji i implementacji regionalnych strategii innowacji oraz analiz potrzeb innowacyjnych przedsiębiorstw [11].

Badając postawy małych i średnich przedsiębiorców w Polsce wobec aktywnego wdrażania innowacji, K. Poznańska wymienia główne bariery zewnętrzne, takie jak: brak aktywnej polityki innowacyjnej rządu, system bankowy, wysokie oprocentowanie kredytów, bariery informacyjne [20]. Poszukując przyczyn niskiej innowacyjności MSP, będącej odzwierciedleniem tendencji w całej gospodarce, wymienia się wiele przyczyn, między innymi takich jak: (1) brak nowoczesnej koncepcji innowacyjnej polityki państwa promującej szeroko pojęte innowacje i transfer technologii, (2) niewielkie zainteresowanie przedsiębiorstw wynikami prac B+R, (3) słabość mechanizmów transferu technologii, (4) niewielkie oddziaływanie sfery instytucji przedsiębiorczości i innowacji oraz (5) mechanizmów finansowo-kapitałowych.

Wpływ barier zewnętrznych na innowacyjność MSP związany jest głównie z brakiem aktywnej polityki innowacyjnej lub ze słabością systemu finansowego w Polsce, co potwierdzają dane zawarte w raportach empirycznych, na przykład

Zespołów Zadaniowych w Polsce, Komitetu Badań Naukowych, Fundacji Promocji i Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce [1]. W wymienionych opracowaniach podkreśla się konieczność przyjęcia za priorytet wsparcia działalności innowacyjnej MSP jako jeden z elementów aktywnej polityki innowacyjnej, obejmującej na przykład stymulowanie tworzenia małych przedsiębiorstw innowacyjnych, stwarzanie warunków do współpracy MSP z jednostkami B+R, a także tworzenie programów w zakresie informacji i doradztwa, edukacji i szkoleń dla właścicieli małych przedsiębiorstw.

Problem transferu techniki jest zagadnieniem kluczowym w analizie uwarunkowań innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw. Konfrontując doświadczenia krajów wysoko rozwiniętych w zakresie badań nad transferem techniki w MSP w Polsce, H. Jasiński wskazuje na niewielki zasięg tego transferu, co świadczy jego zdaniem o ograniczonej współpracy naukowo-technicznej MSP tak z jednostkami sfery B+R, jak i samymi przedsiębiorstwami [8]. Głównymi barierami takiego stanu są przede wszystkim: brak wymaganych środków finansowych, wysokie koszty transferu techniki oraz brak umiejętności zarządzania procesem transferu. Prowadzone prace stały się inspiracją dla wielu autorów, którzy skoncentrowali swoją uwagę na poszczególnych aspektach transferu technik i technologii wśród MSP, takimi jak: rozwój programów wsparcia współpracy naukowo-technicznej MSP z otoczeniem na poziomie krajowym i regionalnym oraz doradztwo w zakresie zarządzaniem transferem i komercjalizacją techniki.

Jakkolwiek **uwarunkowania wewnętrzne**, w porównaniu z czynnikami zewnętrznymi, mają mniejszy wpływ na innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw – odmiennie niż w przypadku większych przedsiębiorstw, to jednak ich znaczenie dla podejmowania i realizacji innowacji przez MSP jest równie istotne. Jak wynika z badań A. Sosnowskiej i A. Francik, spośród podstawowych wewnętrznych ograniczeń innowacyjności polskich MSP można wymienić[zob. m.in. 6, 27]:

- niską jakość zarządzania innowacjami w małych podmiotach,
- brak kultury organizacyjnej stymulującej postawy proinnowacyjne,
- wysoki opór wobec zmian,
- nieumiejętność wprowadzania zmian.

Poprawie jakości zarządzania innowacjami w MSP służyć może adaptacja metod stosowanych w większych przedsiębiorstwach, takich jak: metody selekcji projektów innowacyjnych, metody zarządzania strategicznego i benchmarking.

Nowy, interesujący nurt badań w zarządzaniu innowacjami w małych i średnich przedsiębiorstwach opiera się na podejściu do **innowacji jako procesu sieciowego**, w którym stopniowo wzrasta liczba uczestników o szczególnych, wyspecjalizowanych umiejętnościach i zasobach, różniących się specyfiką i motywami działania. W podejściu tym istotne znaczenie przypisuje się czynnikom lokalizacyjnym mając świadomość, że środowisko i sieć jako całość uczestniczą

w tworzeniu i dyfuzji nowych idei i projektów, umożliwiając poszczególnym uczestnikom, w tym małym i średnim przedsiębiorstwom, dostęp do nowej wiedzy, rozwiązań i infrastruktury innowacji. Zatem z uwagi na ograniczone zasoby MSP i kompetencje ich właścicieli, czynnik lokalizacyjny staje się kluczowym czynnikiem innowacyjności. W związku z tym w badaniach A. Jewtuchowicz i współpracowników z Uniwersytetu Łódzkiego [9] podkreśla się słabość lokalnych środowisk przedsiębiorczości i innowacji oraz regionalnych strategii rozwoju i innowacji w Polsce, co skutkuje ograniczonym zakresem współpracy w obszarze innowacji i niską ogólną innowacyjnością i konkurencyjnością polskich MSP.

Ważnym zagadnieniem w pobudzaniu innowacyjności w MSP jest tworzenie i rozwój przedsiębiorczości technologicznej, intelektualnej oraz akademickiej. Terminami tymi obejmuje się nowe zjawisko w polskiej gospodarce, dotyczące nowych przedsięwzięć w obszarach zaawansowanych pod względem technologicznym i naukowym.

Badania nad przedsiębiorczością intelektualną, która łączy naukę i potencjał intelektualny z rynkiem, zapoczątkował S. Kwiatkowski, który wprowadził nowatorski nurt analiz i rozwiązań praktycznych związany z tworzeniem i rozwojem nowych podmiotów wysoko innowacyjnych w środowisku naukowym i akademickim (przedsiębiorczość akademicka) [12]. Z analizy dotychczasowego dorobku w tym zakresie wynika, iż warunkiem powodzenia przedsiębiorczości akademickiej oraz technologicznej, jest istnienie odpowiedniego potencjału wiedzy dla komercjalizacji, skutecznego systemu wsparcia oraz występowanie lokalnego środowiska innowacji i przedsiębiorczości.

3. Źródła oraz uwarunkowania konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw

Konkurencyjność przedsiębiorstwa wyraża się w jego zdolności do osiągnięcia celów w warunkach konkurencyjnego rynku. Innymi słowy, jest to umiejętność konkurowania zapewniająca przedsiębiorstwu wysoką efektywność i rozwój w długim horyzoncie czasu. W literaturze przedmiotu podkreśla się ścisły związek pomiędzy innowacyjnością a konkurencyjnością przedsiębiorstwa. I tak, na przykład M. Porter wskazuje, że innowacje odgrywają kluczową rolę w osiągnięciu przewagi konkurencyjnej – przedsiębiorstwa, które wprowadzają innowacje tworzą nowe podstawy konkurowania albo ulepszają istniejący już potencjał konkurencyjności [19, s. 202]. W. Świtalski z kolei, do podstawowych przyczyn wdrażania innowacji zalicza chęć uzyskania przewagi konkurencyjnej nad innymi organizacjami w otoczeniu oraz lęk przed poniesieniem znacznych strat w wyniku pogorszenia zdolności konkurowania [23, s. 22]. Generalnie można stwierdzić, że w działaniu i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw występuje następująca **kolejność zdarzeń**: innowacyjność → konkurencyjność → wzrost efektywności → rozwój.

Wskazane zależności nie są jednak wyraźnie dostrzegane w polskim sektorze MSP. Z jednej bowiem strony, jak wynika z przeprowadzonych badań, znaczna

część małych i średnich przedsiębiorstw nie dostrzega istotnej roli innowacji w budowie potencjału konkurencyjności. Na wpływ innowacji na wzrostu konkurencyjności wskazało w 2006 roku 57% badanych a w 2007 roku tylko 37% [7]. Z drugiej jednak strony, zgodnie z wynikami badań dotyczących konkurencyjności sektora MSP przeprowadzonych w 2004 r. przez PKPP „Lewiatan”, około 50% polskich małych i średnich przedsiębiorstw wskazuje na wzrost liczby konkurentów, a aż 37% na spadek obrotów i ok. 40% na spadek zysków [26].

Wszystkie wymienione przyczyny tworzą określoną potrzebę zmian w sferze kształtowania konkurencyjności oraz budowy strategii konkurencji przez małe i średnie przedsiębiorstwa. W warunkach występowania licznych barier utrudniających budowę przewagi konkurencyjnej przez firmy z sektora MSP – wiążących się głównie z ich „lokalnością” – pojawia się zasadniczy problem poszukiwania nowych źródeł konkurencyjności przedsiębiorstw tej wielkości [17]. Analizy ogólnych uwarunkowań konkurencyjności MSP w warunkach globalizacji pozwalają określić najważniejsze czynniki tworzenia i wzmacniania wysokiej konkurencyjność pomimo małych rozmiarów przedsiębiorstw. Zaliczyć do nich należy: wysoki poziom kwalifikacji i doskonalenie zasobów ludzkich, innowacyjność, zaangażowanie się w proces umiędzynarodowienia działalności oraz powiązania kooperacyjne.

Zarówno całościowe analizy uwarunkowań konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw, jak i te skupione na poszczególnych czynnikach wskazywały, iż w warunkach współczesnej gospodarki utrzymaniu wysokiej konkurencyjności MSP musi towarzyszyć aktywne nawiązywanie przez nie relacji współdziałania gospodarczego z innymi podmiotami w otoczeniu. Zagadnieniem tym zajmuje się znaczna część badaczy i praktyków gospodarczych podejmujących próby teoretycznego opisu oraz formułowania wniosków płynących z rejestracji i przeglądu licznych *case study*. Rozważania w tym obszarze potwierdziły, iż kooperacja pozwala w pewnym stopniu pokonywać niekorzyści skali charakterystyczne dla tej grupy firm i generalnie wzmacnia ich konkurencyjność. Wskazały one równocześnie na znaczenie otoczenia, a w szczególności lokalizacji, jako istotnego czynnika konkurencyjności [18].

Docenienie roli otoczenia dla konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw doprowadziło również do podjęcia badań z zakresu zarządzania rozwojem lokalnym i regionalnym. W związku ze złożonością tego zagadnienia badania w tym obszarze prowadzone były w formie prac zbiorowych z udziałem licznych autorów specjalizujących się w poszczególnych aspektach rozwoju regionalnego. Analizy zawarte w tych opracowaniach wskazały, że doskonalenie otoczenia lokalnego i regionalnego jest kluczowym czynnikiem warunkującym rozwój sektora MSP.

Intensywny **proces globalizacji** obserwowany we współczesnej gospodarce od lat dziewięćdziesiątych postawił małe i średnie przedsiębiorstwa wobec wielu nowych wyzwań i potrzeby poszukiwania nowych możliwości i strategii ich adaptacji do nowej konfiguracji na konkurencyjnym rynku. Przedsiębiorstwa tej wielkości stanęły zatem wobec konieczności powiększenia ich tradycyjnego zasięgu rynku – rynku lokalnego i regionalnego – i rozszerzenia rozmiarów rynku

konkurowania. Podjęte badania w tym zakresie prowadzą do wniosku, iż optymalną strategią dla małych i średnich firm jest powiązanie ich dotychczasowego rynku lokalnego i regionalnego z rynkiem globalnym, a więc wybór **strategii globalizacji**. Oznacza to dla przedsiębiorstw tej wielkości przeorientowanie ich dotychczasowej pozycji, roli i powiązań na rynku oraz dostosowania się do nowych warunków funkcjonowania w otoczeniu zewnętrznym. Biorąc pod uwagę aktualny stan wiedzy ekonomiści, podkreślając intensywność i zasięg procesu globalizacji na funkcjonowanie i konkurencyjność MSP, wskazują, że tylko niewielka część małych firm w wybranych wąskich sferach działalności gospodarczej będzie w stanie uniknąć międzynarodowej konkurencji. Większość małych i średnich przedsiębiorstw będzie zmuszona przyjmować określone strategie obronne, aby przetrwać w warunkach zaostrzającej się konkurencji.

Perspektywa włączenia się małych i średnich przedsiębiorstw w struktury unijne stała się naturalnym impulsem do podjęcia badań w tym zakresie. Istotne dla tych rozważań były prace A. Rogut, która skoncentrowała się przede wszystkim na wskazywaniu szans i zagrożeń przedsiębiorstw tej wielkości na rynku unijnym, konieczności przemodelowaniu czynników ich rozwoju i sukcesu oraz wykazała pilną konieczność formułowania kompleksowej i spójnej i polityki władz gospodarczych na rzecz sektora MSP [21].

Uczestnictwo MSP w procesie globalizacji stanowiło dla MSP w Polsce wzmocnienie **procesu internacjonalizacji**, związanego przede wszystkim ze wstąpieniem Polski w struktury Jednolitego Rynku Europejskiego. Jakkolwiek część polskich małych i średnich przedsiębiorstwa uczestniczyła już w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych w wymianie międzynarodowej, eksportując do pośredniego lub bezpośredniego odbiorcy czy uczestnicząc w powiązaniach kooperacyjnych, to dopiero akcesja do Unii Europejskiej wystawiła te firmy na bezpośrednią konkurencję i weryfikację ich produktów i usług przez zagraniczne przedsiębiorstwa i zagranicznych klientów. Bezpośredni napływ zagranicznych produktów i usług na poszczególne rynki krajowe pogorszył polskim MSP warunki konkurowania na nich. Intensywne badania w tym zakresie podjęto w kilku ośrodkach naukowych w Polsce. W opracowaniach N. Daszkiewicz dokonano wielu istotnych obserwacji i ustaleń, między innymi badano zachowania i zagrożenia małych i średnich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji i globalizacji, a przede wszystkim podjęto próbę przeglądu teorii, modeli i strategii internacjonalizacji MSP i ich konstrukcji dla polskich MSP [3].

Proces globalizacji i internacjonalizacji i związana z nim ewolucja zasięgu rynku przedsiębiorstw są możliwe poprzez zarządzanie nimi z zastosowaniem Internetu i technik informatycznych. Internet wpływa na minimalizację czasu procesów decyzyjnych i produkcyjnych, na zmiany w zarządzaniu poprzez: pełniejszy wybór sposobów wejścia na rynek, redukcję kosztów transakcyjnych, zapewnienie większej transparentności rynku oraz zmianę sposobów postępowania i tworzenie powiązań między poszczególnymi uczestnikami rynku. Możliwość szerokiego włączenia Internetu do MSP dostrzegli również właściciele małych i średnich przedsiębiorstw, podkreślając, że Internet dostarcza różnorodnych narzędzi

umożliwiających prowadzenie marketingu nie tylko na rynku krajowym, ale i międzynarodowym. Klienci i kontrahenci dzięki dostępowi do informacji mogą podejmować racjonalne decyzje, a MSP mogą przygotować wyselekcjonowaną i spersonifikowaną informację dla klientów na rynkach każdej wielkości. Co więcej, Internet umożliwia małym i średnim przedsiębiorstwom nie tylko opracowywanie strategii marketingowej, ale przekształca działalność tych firm w poszczególnych elementach łańcucha wartości [13, s. 141-155].

Internet umożliwia budowę powiązań małych i średnich przedsiębiorstw z innymi organizacjami gospodarczymi i – co istotne – umożliwia procesy sieciowania przedsiębiorstw tej wielkości. Szczególną formę powiązań sieciowych stanowią klastry, które są istotne dla procesu przyspieszenia innowacji w MSP, koncentracji zasobów i poniesienia efektywności ich wykorzystania, a przede wszystkim są dobrym sposobem na wyszukiwanie, gromadzenie informacji o rynku zaopatrzenia i zbytu oraz zapewnienia efektywnego wykorzystania wiedzy w racjonalizacji wspólnych działań zaangażowanych podmiotów [10].

Kolejnym rozwiązaniem wpływającym na konkurencyjność firm z sektora MSP jest **franchising**, który stanowi szczególnie korzystną formę ułatwiającą wchodzenie małych przedsiębiorstw na rynek i sprawne, sprawdzone ich funkcjonowanie. Franchising jako swojego rodzaju hybryda finansowa umożliwia przedsiębiorcy redukcję kosztów wejścia na rynek oraz zmniejszenie ryzyka inwestowanego kapitału, ponieważ firmy franchisingowe są bardziej stabilne, a odsetek ich bankructw jest znacznie mniejszy w porównaniu z przeciętnym dla MSP. Z tego punktu widzenia istotne są również próby podejmowane w zakresie badań marketingowych w małym i średnim przedsiębiorstwie czy próby budowy strategii dostosowania się do zmieniającego się otoczenia rynkowego [24].

Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw jest związana ze skuteczną **gospodarką finansową**, a więc w pozyskiwaniu kapitału, zarządzaniem nim – rozumianym jako polityka utrzymywania płynności płatniczej – oraz stosowaniem kapitału sprowadzającego się do zapewnienia możliwości sfinansowania inwestycji i – co za tym idzie – możliwości sfinansowania ekspansji gospodarczej przedsiębiorstwa. Punktem wyjścia rozważań w tym obszarze, podkreślanym w literaturze przedmiotu, jest świadomość, że „jakkolwiek gospodarka finansowa małego i średniego przedsiębiorstwa, z jednej strony, i gospodarka finansowa dużego przedsiębiorstwa z drugiej strony, wykazują – obok cech wspólnych dla przedsiębiorstw funkcjonujących w gospodarce towarowo-pieniężnej – wiele istotnych odrębności, które stanowią ich cechy strukturalne. Inaczej ujmując, gospodarka finansowa przedsiębiorstwa danej wielkości w określonych granicach stanowi wyraz jego cech strukturalnych, które ulegają przekształceniu wraz ze zmianą jego dotychczasowej wielkości.” [14, s. 40]. Specyfika gospodarki finansowej MSP znajduje wyraz w spektrum problemów, począwszy od możliwościach dostępu do kapitału przedsiębiorstw tej wielkości, aż po konieczność formułowania odpowiedniej polityki państwa w tym obszarze.

Początkowo w badaniach prowadzonych w Polsce w tym obszarze koncentrowano się przede wszystkim na prezentowaniu i syntetyzowaniu teoretycznego dorobku krajów o dłuższej tradycji gospodarki rynkowej, dotyczącego ogólnych problemów gospodarki finansowej MSP, jego struktury kapitałowej, koordynacji zapotrzebowania i zasobów kapitałowych małego i średniego przedsiębiorstwa oraz ich znaczenia dla zapewnienia równowagi finansowej przedsiębiorstw tej wielkości. Prowadzone na tym tle badania empiryczne pozwoliły zdiagnozować sytuację MSP w Polsce w zakresie ich dostępu do kapitału własnego i obcego, polityki banków na rynku małego kredytu bankowego, elastyczności cenowej popytu małych i średnich przedsiębiorstw na kredyt bankowy, roli finansowania pozabankowego w postaci leasingu i factoringu, występowania i zasięgu zjawiska mentalności kredytowej i dyskryminacji kredytowej polskich małych i średnich przedsiębiorstw [14, 25]. Szczególną uwagę zwracano na modyfikację gospodarki finansowej MSP związaną z przebiegiem koniunktury gospodarczej [15].

Proces finansowania – zwłaszcza nowo zakładanych mikro- i małych przedsiębiorstw, a więc przedsiębiorstw tworzonych najczęściej – analizowano również w odniesieniu do przedsiębiorstw naśladowczych i innowacyjnych. Badano i wskazywano nowe instrumenty finansowania, takie jak aniołowie biznesu, *venture capital*. Zwracano przy tym uwagę, że wzrost ryzyka podejmowanej działalności wiąże się bezpośrednio ze wzrastającym – w ocenie kapitałodawców – ryzykiem finansowym. W związku z tym przy wykorzystaniu instrumentów finansowania zewnętrznych polskich mikro i małych przedsiębiorstw warto zwrócić uwagę na skutki włączenia tej grupy podmiotów w procedury oceny ryzyka opracowywane przez instytucje ratingowe [2].

Omówione przykłady źródeł i uwarunkowań konkurencji polskich małych i średnich przedsiębiorstw wskazują, że w kształtowaniu tego procesu występuje jeszcze wiele barier oraz ograniczeń. Prowadzone badania i analizy oraz dyskusje zarówno w środowisku naukowym, jak w sferze praktyki gospodarczej pokazują jednak pewne korzystne tendencje i możliwości poprawy innowacyjności i konkurencyjności w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw.

4. Podsumowanie

Przedstawione problemy innowacyjności i konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw oraz wskazanie głównych obszarów studiów i analiz prowadzonych na ten temat w Polsce pokazują wiele dziedzin wymagających dalszych badań i projektów zmian. Do tych szczególnie ważnych należy zaliczyć problematykę przedsiębiorczości technologicznej i akademickiej, zagadnienia regionalnych uwarunkowań innowacyjności, zmian w sferze budowy i kształtowania strategii konkurencji przedsiębiorstw tej wielkości na rynku o rosnącym zasięgu oraz szereg problemów bardziej szczegółowych, a także problem współpracy MSP.

Literatura

- [1] *Biała Księga. Polska – Unia Europejska. Nauka i Technologia*. Komitet Badań Naukowych, Warszawa 1995.
- [2] **Bielawska A.:** *Pewność i ryzyko w zarządzaniu MSP*, *Finanse 2009 – Teoria i praktyka* *Finanse przedsiębiorstw*. Zeszyt Naukowy „Ekonomiczne Problemy Usług”, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2009 nr 39.
- [3] **Daszkievicz M.:** *Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce*, Wydawnictwo Scientific Publishing Group, Gdańsk 2004.
- [4] **Dobiegała-Korona B., Korona M.:** *Innowacje produktowe i technologiczne w polskich przedsiębiorstwach*, „Gospodarka Narodowa” 1965, nr 1.
- [5] *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006-2008*, GUS, Warszawa 2009.
- [6] **Francik A.:** *Sterowanie procesami innowacyjnymi w organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003.
- [7] *Innowacyjność 2006. Stan innowacyjności, metody wspierania, programy badawcze*. Żołnierski A. [red], Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2006.
- [8] **Jasiński A. H.:** *Bariery transferu technologii na rynkach zaopatrzeniowo-inwestycyjnych*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005.
- [9] **Jewtuchowicz A.:** *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005.
- [10] *Klasy gospodarcze jako czynnik rozwoju regionu*, Praca zbiorowa pod red. B. Plawgo Wydawnictwo PWWiP w Łomży, Łomża 2008.
- [11] **Klepka M.:** *Raport z inwentaryzacji regionalnych strategii innowacji w Polsce*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005.
- [12] **Kwiatkowski S.:** *Przedsiębiorczość intelektualna*, PWN, Warszawa 2000.
- [13] **Łuczka T.:** *Internet as the development factor of small and medium-sized enterprises in the conditions of internationalization and globalization*, [w:] Przybysz J. (red.) *Creation of social capital*, Publishing House of Poznań University of Technology, Poznań 2009.
- [14] **Łuczka T.:** *Kapitał jako przedmiot gospodarki finansowej małego i średniego przedsiębiorstwa prywatnego. Wprowadzenie do finansów przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 1997.
- [15] **Łuczka T.:** *Kapitał obcy w małym i średnim przedsiębiorstwie. Wybrane aspekty mikro- i makroekonomiczne*, PWN, Warszawa-Poznań 2001.
- [16] **Penc J.:** *Innowacje i zmiany w firmie*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1999.
- [17] **Plawgo B.:** *The competitiveness of peripheral region and the SME's sector in terms of globalization*, [w:] E. Bojar (ed.), *Competition and coexistence in the process of European integration*, PWN, Warszawa 2000.
- [18] **Plawgo B.:** *Zachowania małych i średnich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji*, Orgmasz, Warszawa 2004.
- [19] **Porter M.E.:** *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.
- [20] **Poznańska K.:** *Uwarunkowania innowacji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998.
- [21] **Rogut A.:** *Małe średnie przedsiębiorstwa w integracji ekonomicznej. Doświadczenia Unii Europejskiej. Lekcje dla Polski*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002.

- [22] **Stawasz E.:** *Development of Small Innovative Enterprises in Poland* [w:] Piasecki B. (red.) *Entrepreneurship and Small Business development in 21 Century*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002.
- [23] **Świtalski W.:** *Innowacje i konkurencyjność*. Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2005.
- [24] **Tokaj-Krzewska A.:** *Franchising. Strategia rozwoju małych firm w Polsce*, Difin, Warszawa 1999.
- [25] **Tokarski M.:** *Factoring w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Wydawnictwo Oficyna Ekonomiczne, Kraków 2005.
- [26] www.prywatni.pl
- [27] *Zarządzanie firmą innowacyjną*, Sosnowska A., Łobejko S., Kłopotek A. (red.) Difin, Warszawa 2000.

THE IMPORTANCE AND RESEARCH FIELDS ON SMES' INNOVATIVENES AND COMPETITIVNES IN POLAND

Summary

Development of SME in Poland reach stage at which innovation and competitiveness' improvement became important factors of success. The paper presents role of innovation and competitiveness for SME development and analyses scientific research in this field conducted by Polish academic and R& D institutions