

Joanna Cecelak

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE

Wprowadzenie

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw polega na podejmowaniu działań technicznych, naukowych, finansowych, organizacyjnych i komercyjnych, które prowadzą do wdrożenia innowacji¹. Wprowadzanie innowacji przyczynia się do wzrostu gospodarczego oraz staje się źródłem przewagi konkurencyjnej dla przedsiębiorstw, szczególnie tych z sektora małych i średnich (MSP).

W artykule przedstawiono rodzaje innowacji, aktywność przedsiębiorców oraz nakłady na działalność innowacyjną. Ponadto zawiera on analizę działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w Polsce w latach 2009–2012.

1. Innowacje w definicyjnym ujęciu

Innowacje są przedmiotem zainteresowania myśli ekonomicznej już od czasów J.A. Schumpetera (1934). W krajach europejskich do działań innowacyjnych przyczyniła się utrzymująca się przewaga konkurencyjna Stanów Zjednoczonych, jak również postępujący wzrost konkurencyjności w krajach wschodzących². Wymusiło to na przedsiębiorstwach konieczność dostosowywania się do konkurencji oraz wymagań konsumentów. Było to możliwe dzięki innowacjom, które pomagały przedsiębiorstwom się rozwijać oraz wpływać i tworzyć nowe potrzeby odbiorców. Według Ch. Freemana brak działań związanych z wdrażaniem innowacji jest równoznaczne z umieraniem³.

W literaturze istnieje wiele różnych definicji związanych z pojęciem innowacji. Eurostat w swojej publikacji przedstawia innowacje jako wdrożenie nowego lub istotnie udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi),

¹ M. Piekut, *Innowacyjna działalność przedsiębiorstw w Polsce na tle Europy Środkowo-Wschodniej*, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie. Prace z Zakresu Zarządzania 2012, nr 2 (21), s. 113.

² U. Płowiec, *Strategia lizbońska a rozwój zdolności konkurencyjnej Polski* [w:] E. Okoń-Horodyńska, K. Piech, *Unia Europejska w kontekście strategii lizbońskiej oraz gospodarki i społeczeństwa wiedzy w Polsce*, Warszawa 2006, s. 85–87.

³ Ch. Freeman, *The Economics of Industrial Innovation*, F. Pinter, London 1982, s. 169.

procesu, metody marketingu, istotnej zmiany organizacyjnej prowadzącej do poprawy zdolności produkcyjnej i innowacyjnej przedsiębiorstwa⁴.

W Polsce badaniem działalności innowacyjnej przedsiębiorstw zajmuje się Główny Urząd Statystyczny. Według definicji stosowanej przez GUS innowacja to wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub w zakresie stosunków z otoczeniem, zaś przez działalność innowacyjną rozumie się całokształt działań naukowych, technicznych, organizacyjnych, finansowych i komercyjnych, które rzeczywiście prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Niektóre z tych działań same z siebie mają charakter innowacyjny, natomiast inne nie są nowością, lecz są konieczne do wdrażania innowacji. Działalność innowacyjna obejmuje także działalność badawczo-rozwojową (B+R), która nie jest bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji⁵.

Z powstawaniem innowacji mamy do czynienia w ramach prowadzonej działalności innowacyjnej, obejmującej szereg działań o charakterze badawczym (naukowym), finansowym, organizacyjnym i komercyjnym. Wynika z tego, że innowacja jest efektem złożonego, wielopoziomowego procesu innowacyjnego⁶. W artykule A. H. Jasińskiego innowacja z jednej strony wymaga współdziałania w sferze badawczo-rozwojowej, zaś z drugiej w sferze produkcji⁷.

Z uwagi na różnorodność klasyfikacji na potrzeby niniejszego opracowania posłużono się klasyfikacją innowacji wykorzystywaną przez Główny Urząd Statystyczny z podziałem na:

- innowację produktową – to wprowadzenie na rynek wyrobu lub usługi, które są nowe lub istotnie ulepszone w zakresie swoich cech lub zastosowań,
- innowację procesową – to wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych metod produkcji, dystrybucji i wspierania działalności w zakresie wyrobów i usług,
- innowację organizacyjną – to wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania (w tym w zakresie zarządzania wiedzą – knowledge management), w organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem, która nie była dotychczas stosowana w danym przedsiębiorstwie,
- innowację marketingową to wdrożenie nowej koncepcji lub strategii marketingowej różniącej się znacząco od metod marketingowych dotychczas stosowanych w danym przedsiębiorstwie.

⁴ *Task force Meeting on Oslo Manual Revision*, Eurostat, Luxembourg, 24 November 2004, Item 3, Chapter 3, s. 4–6.

⁵ *Nauka i technika 2011 r.*, GUS, Warszawa 2013, s. 22–23.

⁶ M. Piekut, *Innowacyjność przedsiębiorstw w Polsce i w innych krajach europejskich*, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie. Prace z Zakresu Zarządzania 2011, nr 2 (19), s. 87–88.

⁷ A. H. Jasiński, *Marketing innowacji na rynku dóbr zaopatrzeniowo-inwestycyjnych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 653. Ekonomiczne problemy usług nr 69, Szczecin 2011, s. 93.

2. Innowacje produktowe i procesowe wdrażane przez przedsiębiorstwa

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw z sektora MSP polega przede wszystkim na wprowadzaniu innowacji produktowych lub procesowych (nowych lub istotnie ulepszonych produktów lub procesów)⁸.

Analizując przedsiębiorstwa pod względem wdrażanych innowacyjności należy wyróżnić przedsiębiorstwa z sektora przemysłowego i usługowego.

W sektorze publicznym większy odsetek innowacji wdrożyły przedsiębiorstwa usługowe. Ich udział w latach 2010–2012 wyniósł 30%. Innowacje produktowe lub procesowe w przedsiębiorstwach przemysłowych były mniejsze o 6,5% i wyniosły 23,5%. Sytuacja w sektorze prywatnym przedstawiała się odwrotnie, to przedsiębiorstwa przemysłowe zajmowały wiodące pozycje we wdrażaniu innowacji – 16,2%. Przedsiębiorstwa z sektora usług odnotowały wynik na poziomie 11,8%. Można również zauważyć, iż odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych z sektora publicznego był znacząco wyższy niż przedsiębiorstw z sektora prywatnego.

Tabela 1. Przedsiębiorstwa innowacyjnie w latach 2010–2012 według sektorów własności

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwa przemysłowe	Przedsiębiorstwa z sektora usług
Sektor publiczny	23,5%	30,0%
Sektor prywatny	16,2%	11,8%

Źródło: Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012, GUS, Warszawa 2013, s. 35.

Analiza sytuacji z lata ubiegłych tj. 2009–2011⁹ w porównaniu z latami 2010–2012 pokazuje, że jedynie przedsiębiorstwa przemysłowe z sektora publicznego wdrożyły o 2,6% mniej innowacji procesowych lub produktowych. Znaczący wzrost nastąpił we wprowadzaniu innowacji w sektorze publicznym dla przedsiębiorstw usługowych – z 20,1% w latach 2009–2011 do 30,0% w latach 2010–2012.

W latach 2010–2012 największy odsetek podmiotów aktywnych innowacyjnie występować w grupie przedsiębiorstw dużych i wyniósł wśród przedsiębiorstw przemysłowych – 56,2%, zaś wśród przedsiębiorstw

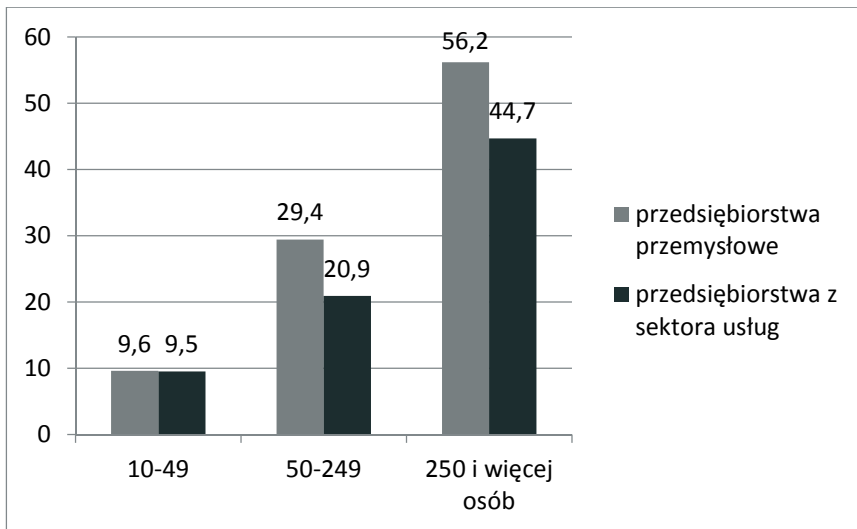
⁸ **Przedsiębiorstwo innowacyjne** w zakresie innowacji produktowych i procesowych — jest to przedsiębiorstwo, które w badanym okresie wprowadziło na rynek przynajmniej jedną innowację produktową lub procesową tj. nowy lub istotnie ulepszony produkt bądź nowy lub istotnie ulepszony proces.

Źródło: Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012, GUS, Warszawa 2013, s. 29.

⁹ Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011, GUS, Warszawa 2012, s. 26.

z sektora usług 44,7%. Biorąc pod uwagę podmioty z sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) to ich aktywność innowacyjna była niższa w porównaniu z dużymi przedsiębiorstwami i łącznie wyniosła: dla przedsiębiorstw przemysłowych – 39,0% oraz dla przedsiębiorstw z sektora usług – 30,4%. Udział przedsiębiorstw należących do grupy średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły w latach 2010–2012 innowacje produktowe i procesowe wynosił: dla przedsiębiorstw przemysłowych – 29,4%, zaś dla przedsiębiorstw z sektora usług – 20,9%. Małe przedsiębiorstwa innowacyjne stanowiły w grupie przedsiębiorstw przemysłowych oraz usługowych miały zbliżone wartości, które wyniosły odpowiednio 9,6% i 9,5%. Można przypuszczać, że tak duże dysproporcje pomiędzy przedsiębiorstwami dużymi a tymi należącymi do sektora MSP mogła być spowodowana mniejszymi nakładami finansowymi, jakie przedsiębiorstwa małe i średnie mogą przeznaczyć w ramach swojej działalności na wdrażanie innowacji.

Wykres 1. Przedsiębiorstwa innowacyjnie w latach 2010–2012 według liczby pracujących



Źródło: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 35.

W latach 2010–2012 wszystkie podmioty z sektora usług wdrażające innowacje, bez względu na liczbę pracujących w nich osób odnotowały niewielki wzrost w porównaniu do lat 2009–2011. W przedsiębiorstwach przemysłowych udział wprowadzanych innowacji wzrósł jedynie wśród małych przedsiębiorstw, zatrudniających od 10–49 osób o 0,7%. W pozostałych podmiotach przemysłowych udział innowacji był nieznacznie niższy niż w latach 2009–2011¹⁰.

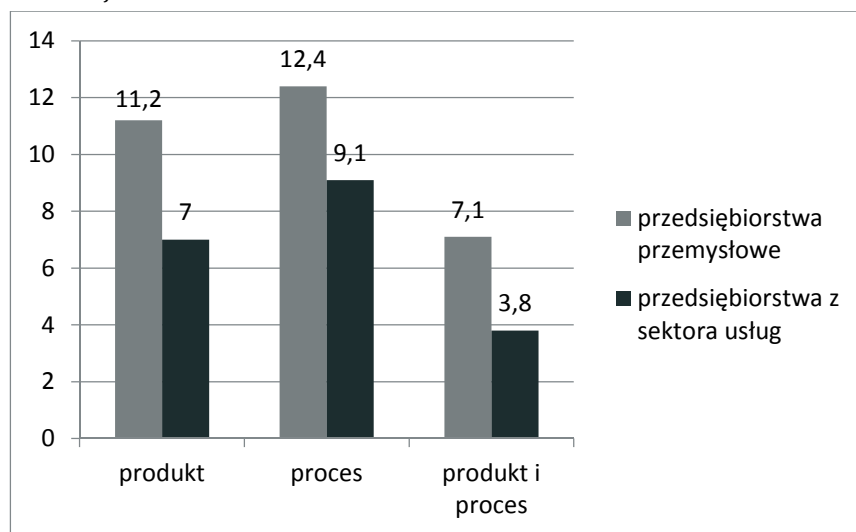
¹⁰ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, GUS, Warszawa 2012, s. 26.

W latach 2010–2012 najbardziej innowacyjne wśród przedsiębiorstw przemysłowych były podmioty prowadzące działalność na terenie województw: opolskiego (22,3%), podlaskiego (22,0%), oraz dolnośląskiego (20,7%), zaś najmniej innowacyjne okazały się podmioty z województwa pomorskiego (11,0%) i wielkopolskiego (12,0%). Wśród przedsiębiorstw z sektora usług największy odsetek innowacyjności wprowadziły te z województwa mazowieckiego (16,9%), małopolskiego (13,0%) i dolnośląskiego (12,9%). Najniższy wzrost udziału innowacji zanotowały przedsiębiorstwa usługowe z województw: warmińsko-mazurskiego (5,3%) i opolskiego (5,7%).

Najwyższy wzrost udziału przedsiębiorstw przemysłowych w porównaniu z latami 2009–2011 wystąpił w województwie dolnośląskim. Udział tych przedsiębiorstw wzrósł z poziomu 15,0% w 2009–2011 do 20,7% w 2010–2012. W tym samym okresie najwyższy spadek wdrażanych innowacji odnotowały przedsiębiorstwa przemysłowe z województwa wielkopolskiego z poziomu 18,5% w 2009–2011 do 12,0% z latami 2010–2012.

W sektorze usług i przemysłu najbardziej innowacyjne były przedsiębiorstwa wdrażające innowacje procesowe. Łączny ich udział wyniósł 21,5%, z czego 12,4% to przedsiębiorstwa przemysłowe a 9,1% to przedsiębiorstwa z sektora usług. Innowacje produktowe były wdrażane przez 18,2% podmiotów, w tym 11,2% przedsiębiorstw przemysłowych i 7% usługowych. Najmniejszy odsetek podmiotów wprowadzał innowacje zarówno produktowe, jak i procesowe. Łącznie ich udział wyniósł 10,9%, w tym 7,1% stanowiły przedsiębiorstwa przemysłowe, zaś jedynie 3,8% przedsiębiorstwa z sektora usług.

Wykres 2. Przedsiębiorstwa innowacyjnie w latach 2010–2012 według rodzajów innowacji



Źródło: Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012, GUS, Warszawa 2013, s. 41.

W porównaniu z poprzednim okresem 2009–2011 najwyższy wzrost wdrażanych innowacji wśród przedsiębiorstw z sektora usług uzyskały podmioty z województwa zachodniopomorskiego. Z ostatniej pozycji (6,5%) w latach 2009–2011 awansowały na 5 miejsce wśród 16 województw i uzyskało wynik 11,2%. W tym samym okresie najmniej innowacji w stosunku do poprzedniego okresu wprowadziły przedsiębiorstwa z województwa opolskiego z 10,9% spadek do 5,7%.

Warto zaznaczyć, że udział innowacyjnych przedsiębiorstw przemysłowych i z sektora usług w latach 2010–2012 znacząco wzrósł w porównaniu z poprzednimi latami. Przyczyną zwiększającej się liczby przedsiębiorstw wprowadzających innowacje procesowe lub produktowe można doszukiwać się w dynamicznie rozwijającej się gospodarce, chęci wyprzedzenia konkurencji oraz zaproponowania nowych lub istotnie ulepszonych produktów czy procesów.

3. Innowacje organizacyjne wprowadzane w przedsiębiorstwach

Innowacje organizacyjne mogą być wprowadzane przez przedsiębiorstwa przemysłowe oraz z sektora usług jako¹¹:

- nowe metody w zakresie przyjętych przez przedsiębiorstwo zasad działania,
- nowe metody organizacyjne w zakresie stosunków z otoczeniem.

Udział przedsiębiorstw, które w latach 2010–2012 wprowadziły innowacje organizacyjne w sektorze publicznym wyniósł wśród przedsiębiorstw przemysłowych – 12%, zaś wśród przedsiębiorstw z sektora usług 20,3%. W sektorze prywatnym odsetek przedsiębiorstw wyniósł 10,2% zarówno dla przedsiębiorstw przemysłowych, jak i z sektora usług.

Tabela 2. Przedsiębiorstwa, które w latach 2010–2012 wprowadziły innowacje organizacyjne według sektorów własności.

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwa przemysłowe	Przedsiębiorstwa z sektora usług
Sektor publiczny	12,0%	20,3%
Sektor prywatny	10,2%	10,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 48.

Sektor publiczny znacząco wyróżniał się we wdrażaniu innowacji organizacyjnych w porównaniu z sektorem usług. W przedsiębiorstwach przemysłowych udział innowacji organizacyjnych był o 1,8% wyższy, zaś w przedsiębiorstwach z sektora usług wyniósł ponad 10%.

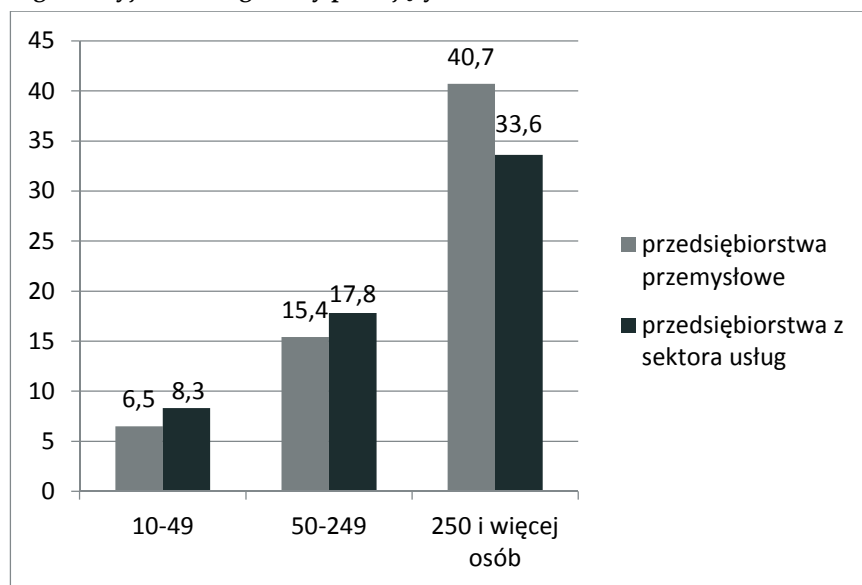
¹¹ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 52–53.

Analizując sytuacje z poprzednich lat 2009–2011 można zauważyć, że nastąpił znaczący wzrost wdrażanych innowacji niemal we wszystkich występujących kategoriach. Największy wzrost innowacji organizacyjnych zanotowały przedsiębiorstwa usługowe z sektora publicznego z 13,4% w latach 2009–2011 do 20,3% w latach 2010–2012¹².

W latach 2010–2012 przedsiębiorstwami, które częściej decydowały się na wdrożenie nowych metod organizacyjnych były duże przedsiębiorstwa przemysłowe (40,7%). Przedsiębiorstwa przemysłowe należące do sektora MSP wprowadziły łącznie 21,9% innowacji organizacyjnych. Także podmioty z sektora usług największy odsetek innowacji organizacyjnych wdrożyły w jednostkach o liczbie pracujących powyżej 250 osób – 33,6%, zaś udział przedsiębiorstw z sektora MSP wyniósł wśród małych podmiotów 8,3%, a średnich – 17,8%¹³.

Biorąc pod uwagę wdrażanie innowacji organizacyjnych w latach 2010–2012 w przedsiębiorstwach sektora MSP można zauważyć znaczący wzrost w porównaniu z latami poprzednimi 2009–2011. Łącznie małe i średnie przedsiębiorstwa wprowadziły w latach 2010–2012 nowe metody organizacyjne w 21,9% przedsiębiorstw przemysłowych (wzrost o 3,7% w porównaniu z latami 2009–2011) oraz w 26,1% przedsiębiorstw z sektora usług (wzrost o 4,0% w stosunku do lat 2009–2011)¹⁴.

Wykres 3. Przedsiębiorstwa, które w latach 2010–2012 wprowadziły innowacje organizacyjne według liczby pracujących.



Źródło: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 48.

¹² *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, GUS, Warszawa 2012, s. 36.

¹³ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 48.

¹⁴ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, GUS, Warszawa 2012, s. 36.

Innowacje organizacyjne w latach 2010–2012 najczęściej wprowadzały przedsiębiorstwa przemysłowe z województw: małopolskiego (12,9%), dolnośląskiego (12,3%) i podlaskiego (12,2%). Najslabsze we wdrażaniu tego rodzaju innowacji były podmioty przemysłowe z województwa warmińsko-mazurskiego (7,8%) i mazowieckiego (8,1%). W grupie przedsiębiorstw z sektora usług znacząco wyróżniły się podmioty z województwa dolnośląskiego, które w latach 2010–2012 wprowadziły aż 19,9% innowacji organizacyjnych. Następne w kolejności przedsiębiorstwa z województwa lubelskiego osiągnęły wynik o 6,7%. Najmniej nowych metod organizacyjnych w sektorze usług wdrożyły przedsiębiorstwa z województwa warmińsko-mazurskiego (4,3%).

Biorąc pod uwagę lata 2009–2011 oraz 2010–2012 można zauważyć, że udział przedsiębiorstw wprowadzających innowacje organizacyjne w latach 2010–2012 w poszczególnych województwach był znacząco wyższy. Wśród przedsiębiorstw przemysłowych najwyższy wzrost w tego rodzaju innowacji odnotowały podmioty z województwa podlaskiego (z poziomu 5,1% do 12,2%), zaś w przypadku przedsiębiorstw z sektora usług – województwo dolnośląskie (z 7,0% do 19,9%).

4. Innowacje marketingowe wdrażane w przedsiębiorstwach

Przedsiębiorstwa przemysłowe i z sektora usług mogą wdrażać innowacje marketingowe poprzez¹⁵:

- znaczące zmiany w projekcie/konstrukcji lub opakowaniu wyrobów lub usług
- nowe media lub techniki promocji produktów,
- nowe metody w zakresie dystrybucji produktów lub kanałów sprzedaży,
- nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług.

W latach 2010–2012 w sektorze publicznym udział wdrażanych innowacji marketingowych wyniósł wśród przedsiębiorstw przemysłowych 7,2% zaś wśród przedsiębiorstw z sektora usług – 18,1. Sektor prywatny zarówno dla przedsiębiorstw przemysłowych, jak i usługowych odnotował przybliżone wartości wynoszące odpowiednio: 10,3% i 10,8%.

Odsetek przedsiębiorstw z sektora usług wprowadzających innowacje marketingowe w latach 2010–2012 był wyższy niż w poprzednim okresie tj. 2009–2011 i wynosił: dla sektora publicznego wzrost o 3,9%, dla sektora publicznego wzrost o 3,1%. Wśród przedsiębiorstw przemysłowych wzrost w stosunku do lat 2009–2011 wystąpił jedynie w sektorze prywatnym o 2,4%, zaś w sektorze publicznym spadek o 0,4%¹⁶.

¹⁵ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 54.

¹⁶ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, GUS, Warszawa 2012, s. 42.

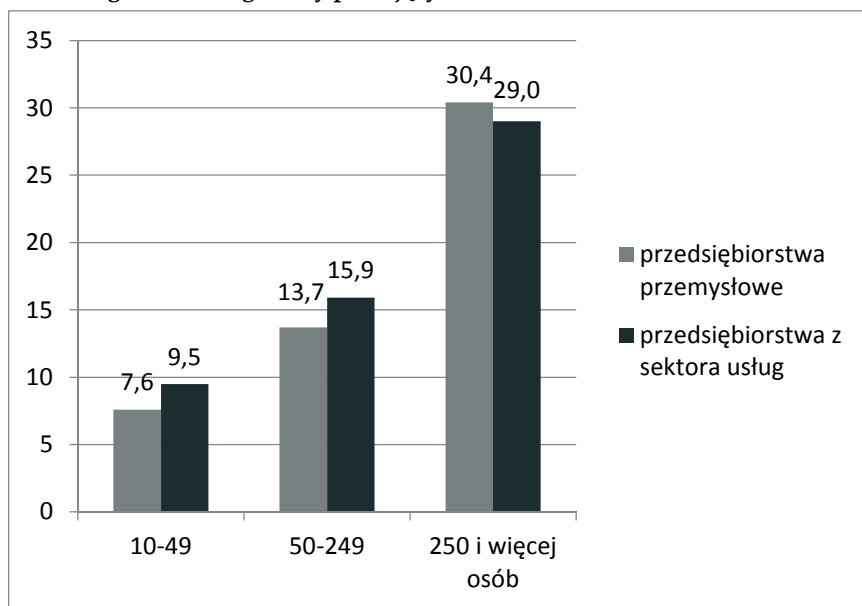
Tabela 3. Przedsiębiorstwa, które w latach 2010–2012 wprowadziły innowacje marketingowe według sektorów własności.

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwa przemysłowe	Przedsiębiorstwa z sektora usług
Sektor publiczny	7,2%	18,1%
Sektor prywatny	10,3%	10,8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 54.

W latach 2010–2012 sektor MSP wprowadził innowacje marketingowe dla 21,3% przedsiębiorstw przemysłowych oraz 25,4% przedsiębiorstw z sektora usług. Udział podmiotów o liczbie pracujących powyżej 250 osób wdrażających innowacje marketingowe wyniósł wśród przedsiębiorstw przemysłowych – 30,4%, zaś wśród przedsiębiorstw usługowych – 29,0%.

Wykres 4. Przedsiębiorstwa, które w latach 2010–2012 wprowadziły innowacje marketingowe według liczby pracujących.



Źródło: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 54.

Oprócz dużych przedsiębiorstw z sektora usług (spadek o 1,7%) wszystkie inne odnotowały wzrost we wdrażaniu innowacji marketingowych w stosunku do lat 2009–2011. Najwyższy wzrost tj. 4,5% zanotowano wśród przedsiębiorstw z sektora usług zatrudniających od 50 do 249 osób. Najmniej zyskały przedsiębiorstwa przemysłowe zatrudniające powyżej 250 osób – wzrost o 0,5%.

Najwyższy odsetek przedsiębiorstw przemysłowych wprowadzających nowe metody marketingowe zlokalizowanych było w województwie podlaskim (13,7%), małopolskim (12,9) oraz opolskim (12,4%), najmniej innowacji marketingowych wdrożyły podmioty z województwa warmińsko-mazurskiego. Udział przedsiębiorstw z sektora usług wprowadzających innowacje marketingowe był najwyższy w województwie mazowieckim i wyniósł 16,6%, zaś najmniej ich zostało wdrożonych w województwie zachodniopomorskim (3,9%).

W porównaniu z latami 2009–2011 wartość większości wskaźników w latach 2010–2012 dotyczących wdrażania innowacji marketingowych w poszczególnych województwach wzrosła. W przedsiębiorstwach przemysłowych największy wzrost o 6,6% innowacji marketingowych wprowadziły podmioty z województwa podlaskiego, najwyższy spadek o 2% osiągnęły te z województwa lubelskiego. Analizując przedsiębiorstwa z sektora usług największy wzrost w stosunku do poprzedniego okresu 2009–2011 odnotowały podmioty z dolnośląskiego i mazowieckiego – wzrost po 6,6%. Województwo warmińsko-mazurskie odnotowało w stosunku do lat 2009–2011 najwyższy spadek wdrażania innowacji marketingowych tj. 4%¹⁷.

5. Nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw

Nakłady finansowe poniesione na działalność innowacyjną w zakresie innowacji produktowych i procesowych obejmują:

- zakup wiedzy ze źródeł zewnętrznych w postaci patentów, wynalazków (rozwiązań) nieopatentowanych, projektów, wzorów użytkowych i przemysłowych, licencji, ujawnień know-how, znaków towarowych oraz usług technicznych związanych z wdrażaniem innowacji produktowych i procesowych,
- zakup oprogramowania związany z wdrażaniem innowacji produktowych i procesowych,
- zakup i montaż maszyn i urządzeń technicznych, zakup środków transportu, narzędzi, przyrządów, ruchomości, wyposażenia oraz nakłady na budowę, rozbudowę i modernizację budynków służących wdrażaniu innowacji produktowych i procesowych,
- szkolenie personelu związane z działalnością innowacyjną począwszy od etapu projektowania aż do fazy marketingu. Obejmują zarówno nakłady na nabycie zewnętrznych usług szkoleniowych, jak i nakłady na szkolenie wewnętrzne,
- marketing dotyczący nowych lub istotnie ulepszonych produktów. Nakłady te obejmują wydatki na wstępne badania rynkowe, testy rynkowe oraz reklamę wprowadzanych na rynek nowych lub istotnie ulepszonych produktów,

¹⁷ Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011, GUS, Warszawa 2012, s. 45.

- prace badawcze i rozwojowe (B+R) związane z opracowywaniem nowych lub istotnie ulepszonych produktów (innowacji produktowych) i procesów (innowacji procesowych), wykonane przez własne zaplecze rozwojowe lub nabyte od innych jednostek,
- pozostałe przygotowania do wprowadzania innowacji produktowych lub procesowych. Obejmują czynności nie zaliczone do działalności B+R takie jak: studia wykonalności, testowanie i ocenę nowych lub znacząco ulepszonych produktów i procesów (z wyjątkiem testowania zaliczanego do prac B+R, takiego jak np. testowanie prototypów), standardowe opracowywanie i udoskonalanie oprogramowania, oprzyrządowanie, prace inżyniersko-przygotowawcze.

W 2012 r. ogólna wielkość nakładów poniesionych na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach przemysłowych wyniosła ponad 21,5 mld zł, zaś w przedsiębiorstwach z sektora usług ponad 15,1 mld zł. Zdecydowaną wielkość nakładów na działalność innowacyjną ponosiły przedsiębiorstwa z sektora prywatnego ponad 29 mld zł, co stanowiło 79,33% ogółu nakładów. Najwyższe nakłady zostały poniesione przez przedsiębiorstwa przemysłowe prowadzące działalność w sektorze prywatnym – 88,5%, zaś najniższe nakłady (11,5%) w tej samej grupie przedsiębiorstw, lecz w sektorze publicznym¹⁸.

W porównaniu z rokiem 2011 łączne nakłady na działalność innowacyjną wzrosły o prawie 5 mld zł. Przedsiębiorstwa usługowe z sektora publicznego odnotowały największy wzrost w 2012 r. w stosunku do poprzedniego roku z 2,2 mld zł do ponad 5 mld zł, najwyższy spadek nakładów na działalność innowacyjną wystąpił w przedsiębiorstwach przemysłowych z sektora publicznego z 4,2 mld zł na 2,5 mld zł. Najwyższe nakłady poniesione zostały w sektorze prywatnym w przedsiębiorstwach przemysłowych – ponad 19 mld zł¹⁹.

Tabela 4. Nakłady na działalność innowacyjną według sektorów własności w 2012 r. (w mln zł).

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwa przemysłowe		Przedsiębiorstwa z sektora usług	
	w mln zł	w %	w mln zł	w %
OGÓŁEM:	21 535,4	100	15 145,4	100
Sektor publiczny	2 478,0	11,5	5 102,6	33,7
Sektor prywatny	19 057,4	88,5	10 042,8	66,3

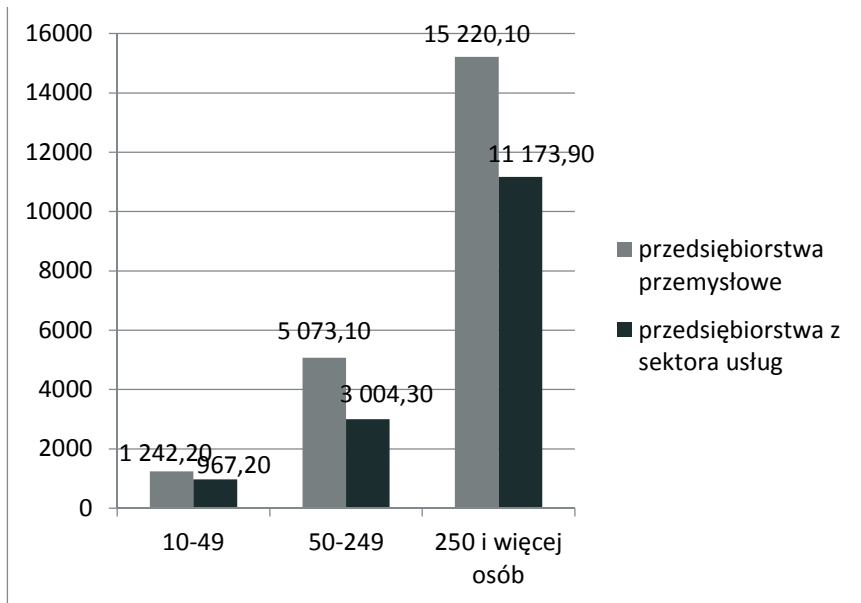
Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 69.

¹⁸ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 69.

¹⁹ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, GUS, Warszawa 2012, s. 55.

Biorąc pod uwagę nakłady na działalność innowacyjną ze względu na liczbę zatrudnionych w nich osób można zauważyć, że największe nakłady ponosiły duże przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 250 osób. Ich udział w ogólnej wartości nakładów na działalność innowacyjną wyniósł prawie 72%. Najniższe nakłady na poziomie 967,2 mln zł, co stanowiło jedynie 2,6% ogółu nakładów poczyniono w średnich przedsiębiorstwach z sektora usług, najwyższe w dużych przedsiębiorstwach przemysłowych – 15,2 mld zł (41,5%).

Wykres 5. Nakłady na działalność innowacyjną według liczby pracujących w 2012 r. (w mln zł).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 69.

W porównaniu z nakładami poniesionymi na działalność innowacyjną w 2011 r., kolejny rok przyniósł średnim i dużym przedsiębiorstwom przemysłowym niewielkie wzrosty. Małe przedsiębiorstwa przemysłowe odnotowały nawet zmniejszenie nakładów o około 200 mln zł. Znaczące nakłady na działalność innowacyjną zostały poczynione w przedsiębiorstwach z sektora usług. W grupie podmiotów zatrudniających od 10 do 49 osób wzrost nakładów wyniósł 306 mln zł w porównaniu z 2011 r., w grupie 50–249 wyniósł prawie 2,2 mld zł, a w grupie zatrudniającej powyżej 250 osób – ponad 1,66 mld zł²⁰.

Analizując wielkość nakładów na działalność innowacyjną w podziale na województwa, można zauważyć, że najwyższe nakłady odnotowano wśród przedsiębiorstw przemysłowych w województwie podlaskim

²⁰ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, GUS, Warszawa 2012, s. 55.

(19,0%), zaś wśród przedsiębiorstw z sektora usług w województwie kujawsko-pomorskim (13,0%)²¹.

Podsumowanie

Coraz większa liczba polskich małych i średnich przedsiębiorstw w ramach prowadzonej działalności wdraża innowacje. Dzięki nim przedsiębiorstwa te stają się bardziej konkurencyjne, a to przyczynia się do szybszego rozwoju i wzrostu gospodarczego.

Największy udział wśród wdrażanych w przedsiębiorstwach z sektora MSP innowacji zajmują innowacje procesowe i produktowe. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji produktowej lub procesowej to takie, które wprowadziło na rynek nowy lub istotnie ulepszony produkt lub proces. Poza wymienionymi rodzajami innowacji można także wyróżnić innowacje organizacyjne lub marketingowe. Polegają one na wdrożeniu nowej metody organizacyjnej lub marketingowej.

W roku 2012 znacząco wzrosły nakłady na działalność innowacyjną w stosunku z rokiem poprzednim. Wynika z tego, że coraz więcej przedsiębiorstw w ramach prowadzonej działalności ponosi nakłady finansowe w zakresie wdrożenia innowacji produktowych lub procesowych. Większość nakładów na działalność innowacyjną ponosiły przedsiębiorstwa należące do sektora prywatnego.

Analiza danych statystycznych pozwala wnioskować, że każdego roku w Polsce zwiększa się ilość wprowadzanych innowacji, jak również wartość nakładów na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach. Jednak nadal można dostrzec duże zróżnicowanie regionalne. Główną rolę odgrywają dobrze rozwinięte województwa m.in. mazowieckie, gdzie przedsiębiorcy przeznaczają najwięcej środków na wdrażanie innowacji. Wprowadzenie odpowiedniej polityki innowacyjnej byłoby dużym wsparciem dla działań prowadzonych przez przedsiębiorstwa w zakresie wdrażania innowacji.

Bibliografia:

1. *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, GUS, Warszawa 2012.
2. *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013.
3. Freeman Ch., *The Economics of Industrial Innovation*, F. Pinter, London 1982.
4. Jasiński A. H., *Marketing innowacji na rynku dóbr zaopatrzeniowo-inwestycyjnych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 653. Ekonomiczne problemy usług nr 69, Szczecin 2011.
5. *Nauka i technika 2011 r.*, GUS, Warszawa 2013.
6. Piekut M., *Innowacyjna działalność przedsiębiorstw w Polsce na tle Europy Środkowo-Wschodniej*, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie. Prace z Zakresu Zarządzania 2012, nr 2 (21).

²¹ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2013, s. 72.

7. Piekut M., *Innowacyjność przedsiębiorstw w Polsce i w innych krajach europejskich*, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie. Prace z Zakresu Zarządzania 2011, nr 2 (19).
8. Płowiec U., *Strategia lizbońska a rozwój zdolności konkurencyjnej Polski* [w:] E. Okoń-Horodyńska, K. Piech (red.), *Unia Europejska w kontekście strategii lizbońskiej oraz gospodarki i społeczeństwa wiedzy w Polsce*, Warszawa 2006.
9. *Task force Meeting on Oslo Manual Revision*, Eurostat, Luxembourg, 24 November 2004, Item 3, Chapter 3.

INNOVATIVE ACTIVITY OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN POLAND

Key words: *innovative enterprises, innovation activity, small and medium enterprises, product and process innovations, organisational innovations, marketing innovations, expenditures on innovation activities*

Summary

Innovative activities of enterprises are various technological, scientific, financial, organizational and commercial steps, which lead to implementation of innovations. Innovations contribute to economic growth and it is a source of competitiveness enterprises, especially small and medium (SME)

This paper presents types of innovation, activities of entrepreneurs and expenditure on innovation activities. Furthermore, it includes an analyses of innovative activity of small and medium enterprises in Poland in 2009–2012.