

Zmiany w zakresie działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw w latach 2013–2017

Anna Maria RAK

ORCID: 0000-0002-5859-6262

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
Wydział Nauk Społecznych

1.1. Wprowadzenie

W Europejskim Rankingu Innowacyjności z 2019 roku Polska znalazła się na 23 miejscu wśród państw członkowskich UE. Jest to pozycja niska, która każe poszukiwać skutecznych rozwiązań, mających na celu zdynamizowanie poziomu innowacyjności gospodarki naszego kraju. Z całą pewnością podwyższenie innowacyjności wymaga inwestycji w rozwój sektora B+R, rozwoju infrastruktury w skali kraju i regionów, tworzenia warunków implementacji osiągnięć nauki do praktyki gospodarczej, a także kształtowania postaw przedsiębiorczych w społeczeństwie.

Innowacyjność gospodarki oznacza zdolność i motywację przedsiębiorców do stałego poszukiwania i wdrażania wyników prac badawczych i rozwojowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków. Polega ona również na doskonaleniu i rozwoju istniejących technologii produkcyjnych, procesów usługowych, wprowadzaniu nowych rozwiązań w zakresie organizacji i zarządzania, doskonaleniu i rozwoju infrastruktury, zwłaszcza dotyczącej gromadzenia, przetwarzania i udostępniania informacji w myśl idei społeczeństwa informacyjnego¹. Warunkiem podnoszenia poziomu tak rozumianej innowacyjności gospodarki jest rozwój działalności innowacyjnej pojedynczych przedsiębiorstw.

Według podręcznika metodologicznych badań statystycznych innowacji, zalecanego zarówno w krajach OECD, jak i przez Unię Europejską,

¹ A. Pomykański, *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Łódź 2001, s. 18-19.

działalność innowacyjna przedsiębiorstwa oznacza wdrożenie nowego lub istotnie ulepszanego produktu (wyrobu lub usługi), nowego lub istotnie ulepszanego procesu, nowej metody marketingu lub nowej metody organizacji w zakresie praktyk biznesowych, organizacji miejsca pracy bądź relacji ze środowiskiem zewnętrznym². Oparte na tej definicji wyniki badań Głównego Urzędu Statystycznego w zakresie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw polskich pozwalają na identyfikowanie stanu, zmian i rodzajów innowacji w działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw.

1.2. Pojęcie innowacji i jej rodzaje

Pomimo tego, iż pojęcie innowacji wprowadzone zostało na początku XX wieku, do czasów współczesnych nie wypracowano jego jednolitej, uniwersalnej definicji. Różnorodność stosowanych definicji wskazuje na złożony charakter tego zjawiska, jego wielowymiarowość oraz ciągłą ewolucję sposobu jego pojmowania. W definiowaniu pojęcia innowacji można wyodrębnić dwa podejścia: wynikowe i procesowe. Definicje pierwszego typu utożsamiają innowację ze zmianą, która prowadzi do wprowadzenia nowego lub udoskonalonego produktu, procesu bądź rozwiązania organizacyjnego. Podejście procesowe kładzie nacisk na myślenie twórcze i sekwencję działań zmierzających do zastosowania i użytkowania nowych lub udoskonalonych rozwiązań.

Ujęcie wynikowe prezentowane jest w definicji J.A. Schumpetera uznawanego za prekursora pojęcia innowacji, który w swoich pracach określał innowację jako³:

- wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub udoskonalenie już istniejących,
- wprowadzenie nowej bądź udoskonalonej metody produkcji,
- otwarcie nowego rynku zbytu,
- zastosowanie nowych surowców, nowych źródeł pozyskiwania surowców lub nowej organizacji produkcji,

² OECD, *Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, Organisation for Economic Cooperation and Development, Statistical Office of the European Communities, Third Edition, 2005, p. 15.

³ J.A. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 322.

- zastosowanie nowego rozwiązania w zakresie sprzedaży bądź zakupów.

Zakres tak rozumianej innowacji należy uznać za bardzo szeroki, ponieważ obejmuje wszelkie zmiany techniczne i organizacyjne, jakie mogą mieć miejsce w przedsiębiorstwie.

Wynikowe pojmowanie innowacji prezentuje również Ch. Freeman oraz Ph. Kotler. Dla Freemana innowacja stanowi pierwsze handlowe zastosowanie wynalazku⁴, natomiast Kotler odnosi innowację do jakiegokolwiek dobra, usługi lub pomysłu, który przez producenta lub odbiorcę postrzegany jest jako nowy⁵.

W literaturze polskiej ujęcie wynikowe proponuje między innymi J. Baruk. Określa on innowację jako celowo zaprojektowaną przez człowieka zmianę dotyczącą produktu, metod wytwarzania, organizacji pracy czy metod zarządzania zastosowaną po raz pierwszy w danym przedsiębiorstwie w celu osiągnięcia korzyści społeczno-gospodarczych⁶. Podobnie M. Dolińska definiuje innowację w sposób wynikowy, odnosząc ją do materialnych i niematerialnych nowości wdrożonych w jednostce gospodarczej lub/i na rynku⁷.

Zgodnie z podejściem procesowym innowację przedstawia się jako proces tworzenia, składający się z etapów projektowania, realizacji, adaptacji oraz zastosowania nowego produktu lub metody wytwarzania. W takim kontekście o innowacji piszą R. Simonetti, D. Archibugi, R. Evangelista, którzy definiują ją jako twórczy i interakcyjny proces angażujący rynek i instytucje pozarynkowe, zmierzający do twórczego użytku różnych form wiedzy, odpowiadającego rynkowemu popytowi i wymaganiom wyznaczanym przez społeczeństwo innowacyjne⁸. Spośród polskich badaczy ujęcie procesowe proponuje F. Budziński, który wyjaśniając pojęcie innowacji zwraca uwagę, że mają one charakter procesu kumulacyjnego, gdyż

⁴ Ch. Freeman, *Economics of Industrial Innovation*, Frances Printer, London 1982, s. 7.

⁵ Ph. Kotler, *Marketing – analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Geberthner i S-ka, Warszawa 1994, s. 322.

⁶ J. Baruk, *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006, s. 102.

⁷ M. Dolińska, *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*, PWE, Warszawa 2010, s. 22-23.

⁸ R. Simonetti, D. Archibugi, R. Evangelista, *Product and Process Innovations: How Are They Defined? How Are They Quantified?*, „Scientometrics” 1995, vol. 32, iss. 1, s. 79.

większość z nich stanowi uzupełnienie techniki istniejącej i przyczynia się do podniesienia efektywności starej techniki oraz poprawy jej jakości, a powstanie nowości uwarunkowane jest dostępem do istniejącej wcześniej wiedzy⁹.

Analizując sposoby definiowania pojęcia innowacji, można zidentyfikować ich pewne wspólne cechy, które akcentowane są przez naukowców, niezależnie od przyjętego podejścia badawczego. Jedną z takich cech jest posiadanie przez innowacje znamion nowości. Są to niespotykane dotąd rozwiązania, które zostały zastosowane przez przedsiębiorstwo w celu osiągnięcia korzyści. Dodatkowo innowacje charakteryzuje element dynamiki, ponieważ są narzędziem zmiany organizacji lub odpowiedzią na zmiany w otoczeniu, lub działaniem wyprzedzającym, wpływającym na otoczenie. Innowacje mają również znamiona sukcesu. Są to działania, których efektem ma być osiągnięcie wyznaczonych przez przedsiębiorstwo celów. Istotny jest również fakt, że innowacje nie stanowią wartości same w sobie, lecz wpływają na proces dostarczania nowej wartości dla przedsiębiorstwa. To narzędzie służące osiągnięciu bardziej korzystnej pozycji konkurencyjnej przez przedsiębiorstwo oraz wyników rynkowych lepszych w stosunku do konkurentów. Innowacje związane są również z ryzykiem, czyli tylko z pewnym prawdopodobieństwem można stwierdzić, że będące przedmiotem innowacji rozwiązania, okażą się korzystne i zagwarantują pożądane rezultaty.

Wielowymiarowość pojęcia innowacji znajduje swoje odzwierciedlenie w wyróżnianiu jej poszczególnych rodzajów (tabela 1). Dokonując podziału na różne typy innowacji, dostrzec można rolę, jaką pełnią w procesie rozwoju rynkowego przedsiębiorstw. Poszczególne rodzaje innowacji w istotny sposób determinują bowiem pozycję konkurencyjną firmy. Ponadto określone typy innowacji powodują różne skutki dla przedsiębiorstw.

⁹ F. Budziński, *Ekonomika innowacji technicznych*, Politechnika Krakowska, Monografia 200, „Seria Nauki Społeczne i Ekonomiczne”, Kraków 1996, s. 15.

Tabela 1. Klasyfikowanie innowacji

Kryterium klasyfikacji	Typy innowacji
Zakres przedmiotowy	• produktowe – dotyczą wprowadzenia na rynek produktów nowych o wyższym poziomie funkcjonalności, które dostarczają klientom obiektywnie nowych lub większych korzyści; • procesowe – są efektem wprowadzenia nowych lub znacząco ulepszonych metod produkcji lub realizacji usługi, w tym w obszarze finansów, dystrybucji czy badań i rozwoju; mogą mieć charakter zmian dotyczących wyposażenia, zasobów ludzkich, metod pracy, obsługi klientów lub kombinacji tych zmian; • organizacyjne – polegają na wprowadzeniu nowej metody organizacyjnej w dotychczasowej praktyce biznesowej firmy; mogą dotyczyć zmian procedur i sposobów wykonywania pracy; • marketingowe – dotyczą wdrożenia nowych lub udoskonalonych systemów marketingowych, które skutkują zmianami w konstrukcji i wyglądzie produktu, jego dystrybucji, sposobach promocji czy strategii marketingowej;
Przyczyny powstania	• popytowe – ujawniają się na skutek potrzeb zgłaszanych przez rynek; • podażowe – powstają w następstwie odkryć i wynalazków dokonywanych przez twórców w wyniku ich dociekliwości, predyspozycji twórczych lub potrzeb samorealizacji;
Sposób opracowania i wdrażania	• systemowe (zaplanowane) – opracowywane i wdrażane przez specjalistów w ramach procesu powtarzanego i doskonalonego w obrębie danej organizacji, coraz częściej sieciowej; • jednostkowe – opracowane i wdrożone przez pojedynczego pracownika, którego twórczy umysł oraz poszukiwanie nowych, bardziej efektywnych rozwiązań prowadzą do innowacji;
Miejsce zastosowania innowacji	• wewnątrz przedsiębiorstwa – tworzone przez firmę i wykorzystywane wyłącznie na jej potrzeby; • w otoczeniu rynkowym przedsiębiorstwa – realizujące cele otoczenia, w którym przedsiębiorstwo odpowiedzialne za wprowadzenie innowacji funkcjonuje;

Oryginalność zastosowanych zmian	• pionierskie (radikalne, oryginalne) – są efektem twórczych rozwiązań opartych na nowej wiedzy, zastosowane w gospodarce po raz pierwszy i odgrywające istotną rolę w jej rozwoju; • naśladowcze (adaptacyjne, imitujące) – polegają na zastosowaniu przez przedsiębiorstwo naśladownictwa wcześniej zastosowanych w gospodarce oryginalnych rozwiązań;
Źródło pochodzenia	• wytworzone samodzielnie przez przedsiębiorstwo; • wytworzone przez przedsiębiorstwo we współpracy z innymi podmiotami gospodarczymi; • zakupione przez przedsiębiorstwo;
Horyzont czasowy efektów	• strategiczne – mają na celu zapewnienie przedsiębiorstwu pozycji konkurencyjnej pożądaną przez nie w przyszłości; • taktyczne – stanowią narzędzie realizacji bieżących potrzeb przedsiębiorstwa oraz odpowiedź na aktualne wymagania rynkowe;
Zakres oddziaływania na pozycję konkurencyjną	• zaburzające (<i>disruptive</i>) – mają charakter przełomowych odkryć technologicznych, których początkowo wartość trudna jest do oszacowania i z tego powodu nie budzą one obaw wśród konkurentów; wraz z upływem czasu konkurenci uświadamiają sobie potencjał rozwojowy odkrycia, ale znaczącą przewagę rynkową posiadać będzie przedsiębiorstwo, które wprowadziło tego typu innowację; • podtrzymujące (<i>sustaining</i>) – innowacje wprowadzane przez przedsiębiorstwo w celu utrzymania dotychczasowej pozycji konkurencyjnej.

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem: M. Dolińska, *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*, PWE, Warszawa 2010, s. 17-21; A. Dymitrowski, *Znaczenie innowacji tworzonych w procesie internacjonalizacji dla wyników przedsiębiorstwa*, Rozprawa doktorska, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, UE w Poznaniu, Poznań 2014, pdf, s. 17-23 (data dostępu: 31.10.2019); A. Styś, A. Dejnaka, *Innowacje w biznesie*, Difin, Warszawa 2018, s. 21-22.

Z pojęciem innowacji ściśle związany jest termin innowacyjności przedsiębiorstwa, który określa jego skłonność i zdolność do rozwijania oraz przyswajania nowych i udoskonalonych produktów, usług bądź wykorzystywanych technologii¹⁰. Firma innowacyjna to organizacja inteligentna, permanentnie generująca innowacje i realizująca projekty innowacyjne dla

¹⁰ W. Janasz, K. Koziół, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007, s. 57.

potrzeb wytwarzanych produktów i usług znajdujących uznanie u odbiorców ze względu na wysoki poziom nowoczesności i konkurencyjności¹¹.

Innowacyjność oznacza posiadanie i rozwijanie kompetencji i umiejętności do stosowania rozwiązań innowacyjnych w działalności wewnętrznej oraz na obsługiwanych rynkach, a także elastyczne dostosowywanie działalności do zmian zachodzących w otoczeniu. Warunkiem takiego stanu rzeczy jest zdolność do efektywnego zarządzania wiedzą oraz jej praktycznego wykorzystania w procesach innowacji ukierunkowanych na wzrost wartości kreowanych dla klientów. Istotne w tym zakresie są również szeroko rozbudowane relacje z otoczeniem. Wiedza pozostająca w dyspozycji przedsiębiorstwa w połączeniu z wiedzą partnerów staje się źródłem tworzenia wartości ukierunkowanych nie tylko na właściciela czy klienta, ale również na wszystkie wchodzące w interakcje podmioty (pracowników, społeczeństwo, organizacje partnerskie, w tym ośrodki naukowe i zaplecze B+R)¹².

1.3. Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2013-2017

W badaniach Głównego Urzędu Statystycznego w zakresie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw stosowany jest standard metodologiczny wskazany w *Podręczniku Oslo* opracowanym przez OECD i Eurostat. Metodologia ta za przedsiębiorstwo innowacyjne uznaje podmiot, który w okresie trzech lat wprowadził co najmniej jedną innowację (produktową, procesową lub organizacyjną) będącą z punktu widzenia tego podmiotu nowością. Oznacza to, że za innowacyjne uznawane są wyłącznie przedsięwzięcia zakończone wdrożeniem.

Niniejszy podrozdział stanowi analizę wyników badań GUS przeprowadzonych dla trzech okresów (2013-2015, 2014-2016, 2015-2017) działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. W analizie uwzględniono

¹¹ A. Sosnowska, *Systemy zarządzania firmą innowacyjną*, [w:] A. Sosnowska, S. Łobejko, A. Kłopotek (red.), *Zarządzanie firmą innowacyjną*, Difin, Warszawa 2000, s. 25.

¹² B. Miłkuła, *Źródła wartości organizacji opartych na wiedzy*, [w:] E. Urbańczyk (red.), *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa*, „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania”, nr 6, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2008, s. 82.

udział przedsiębiorstw innowacyjnych w ogólnej liczbie przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych, udział przedsiębiorstw innowacyjnych w ogólnej liczbie przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych według rodzajów innowacji, udział przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych, które wprowadziły innowacje organizacyjne i marketingowe, nakłady na działalność innowacyjną oraz źródła ich finansowania.

Tabela 2. Udział przedsiębiorstw innowacyjnych w ogólnej liczbie przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych (w %) według liczby pracujących

Wyszczególnienie	Liczba pracujących		
	10-49 osób	50-249 osób	pow. 250 osób
Okres 2013-2015			
– przemysł	10,6	31,3	57,9
– usługi	7,6	17,0	41,3
Okres 2014-2016			
– przemysł	11,2	33,0	58,7
– usługi	11,0	21,9	42,3
Okres 2015-2017			
– przemysł	11,3	32,3	59,3
– usługi	7,1	23,6	42,3

Źródło: opracowano na podstawie *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2013-2015*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa–Szczecin 2016; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2014-2016*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa–Szczecin 2017; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2015-2017*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa–Szczecin 2018.

W okresie 2015-2017 udział innowacyjnych przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych w stosunku do ogólnej liczby tych przedsiębiorstw wyniósł odpowiednio 18,5% i 10,4%. Ich udział w porównaniu z latami 2013-2015 zwiększył się o 0,9% w przemyśle i o 0,6% w usługach. W każdym z analizowanych okresów innowacje produktowe lub procesowe wprowadzały najczęściej podmioty o liczbie pracujących wynoszącej 250 osób i więcej (tabela 2). Przedsiębiorstwa duże, ukierunkowane zwykle na ciągły rozwój, mają większe możliwości podejmowania współpracy z krajowymi i zagranicznymi ośrodkami badawczymi, a przede wszystkim dysponują większymi zasobami finansowymi. Wprowadzanie innowacji przez podmioty małe i średnie, uzależnione jest natomiast od warunków stworzonych przez politykę gospodarczą państwa.

W całym analizowanym okresie we wprowadzaniu innowacji dominowały przedsiębiorstwa przemysłowe, chociaż należy zwrócić uwagę, że najmniejsza dysproporcja między przemysłem a usługami dotyczyła jednostek o liczbie pracujących wynoszącej od 10 do 49 osób. Można więc sądzić, że to nie rodzaj prowadzonej działalności operacyjnej, a właśnie wielkość firmy w największym stopniu determinuje możliwości wdrażania rozwiązań innowacyjnych.

Tabela 3. Udział przedsiębiorstw innowacyjnych w ogólnej liczbie przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych (w proc.) według rodzajów innowacji

Wyszczególnienie	Rodzaj wprowadzonych innowacji		
	produktowe	procesowe	produktowe i procesowe
Okres 2013-2015			
– przemysł	11,8	13,0	7,2
– usługi	4,8	7,4	2,4
Okres 2014-2016			
– przemysł	12,4	15,2	9,0
– usługi	6,9	10,4	3,7
Okres 2015-2017			
– przemysł	12,0	15,3	8,8
– usługi	5,4	8,3	3,3

Źródło: opracowano na podstawie *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2013-2015*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa-Szczecin 2016; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2014-2016*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa-Szczecin 2017; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2015-2017*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa-Szczecin 2018.

Wyniki badania GUS w zakresie działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw wskazują, że zarówno w przedsiębiorstwach przemysłowych, jak i usługowych obserwowana jest większa skala wdrożeń innowacji procesowych niż produktowych (tabela 3). W analizowanym okresie udział podmiotów, które wprowadziły innowacje procesowe wzrósł o 2,3 p.p. w przemyśle i o 0,9 w usługach. Wzrost udziału przedsiębiorstw, które wdrożyły innowacje produktowe był niższy i wynosił odpowiednio 0,2% i 0,6%.

Innowacje procesowe polegały najczęściej na zastosowaniu nowej lub znacząco ulepszonej metody produkcji lub wprowadzeniu systemów wspierających oferowanie usług. Celem wdrażania tego typu innowacji była redukcja jednostkowych kosztów produkcji lub dostawy, podwyższe-

nie jakości wyrobów i usług bądź wytworzenie nowych lub znacząco ulepszonych produktów i usług.

Wprowadzenie innowacji produktowych polegało zwykle na wdrożeniu produktu nowego lub znacząco ulepszanego w stosunku do jego pierwotnej wersji. Ulepszenia dotyczyły zarówno cech produktu (specyfikacji technicznej, użytych komponentów i materiałów, oprogramowania, łatwości obsługi lub innych cech funkcjonalnych), jak również jego nowych zastosowań i sposobów wykorzystania. W przypadku usług były to zmiany w sposobie ich świadczenia (np. szybkość i efektywność), dodanie nowych funkcji bądź cech do usług istniejących lub wprowadzenie usług całkowicie nowych.

Tabela 4. Przedsiębiorstwa przemysłowe i usługowe, które wprowadziły innowację organizacyjną z uwzględnieniem liczby pracujących w nich osób (dane w proc.)

Wyszczególnienie	Liczba pracujących		
	10-49 osób	50-249 osób	pow. 250 osób
Okres 2013-2015			
– przemysł	5,2	12,1	32,5
– usługi	7,1	10,6	27,0
Okres 2014-2016			
– przemysł	6,3	14,1	33,7
– usługi	5,8	13,5	27,9
Okres 2015-2017			
– przemysł	5,5	12,2	31,3
– usługi	5,7	11,3	23,2

Źródło: jak w tabeli 2.

W latach 2015-2017 innowacje organizacyjne wdrożyło 8,4% przedsiębiorstw przemysłowych oraz 7,0% przedsiębiorstw usługowych, tj. o 0,3% więcej podmiotów przemysłowych i o 1,1% mniej podmiotów usługowych niż w okresie 2013-2015. W każdym analizowanym okresie największy odsetek podmiotów przemysłowych i usługowych, które wprowadziły nowe metody organizacyjne, odnotowano w jednostkach o liczbie pracujących 250 osób i więcej (tabela 4).

Wdrożone innowacje organizacyjne polegały na wprowadzeniu nowych metod organizacyjnych w dotychczasowej praktyce biznesowej firmy, miejscu pracy lub zewnętrznych relacjach przedsiębiorstwa. W za-

kresie praktyki biznesowej innowacje organizacyjne dotyczyły nowych metod organizacji procedur i sposobów wykonywania pracy. W odniesieniu do miejsca pracy polegały najczęściej na zmianie podziału odpowiedzialności i sposobie podejmowania decyzji wśród pracowników. Innowacjami organizacyjnymi w relacjach zewnętrznych firm były nowe sposoby organizacji relacji z innymi podmiotami rynkowymi. Celem wprowadzania innowacji organizacyjnych było obniżenie kosztów administracyjnych i transakcyjnych, podwyższenie zadowolenia pracowników z miejsca pracy, uzyskanie dostępu do zasobów niematerialnych (np. wiedzy) oraz redukcja kosztów dostaw.

Tabela 5. Przedsiębiorstwa przemysłowe i usługowe, które wprowadziły innowację marketingową z uwzględnieniem liczby pracujących w nich osób (dane w proc.)

Wyszczególnienie	Liczba pracujących		
	10-49 osób	50-249 osób	pow. 250 osób
Okres 2013-2015			
– przemysł	4,9	10,3	24,2
– usługi	5,3	10,8	24,1
Okres 2014-2016			
– przemysł	6,7	12,9	26,6
– usługi	5,8	12,2	23,9
Okres 2015-2017			
– przemysł	5,5	10,2	24,2
– usługi	5,7	10,6	22,6

Źródło: jak w tabeli 2.

Udział przedsiębiorstw, które w latach 2015-2017 wprowadziły innowacje marketingowe wśród podmiotów przemysłowych wyniósł 7,5%, natomiast wśród usługowych – 6,9%. W porównaniu z okresem 2013-2015 nieznaczny wzrost tego wskaźnika wystąpił zarówno w przedsiębiorstwach przemysłowych (o 0,4%), jak i w usługowych (o 0,3%). Odsetek podmiotów, które wdrożyły innowacje marketingowe, zwiększał się wraz ze wzrostem klasy wielkości mierzonej liczbą pracujących (tabela 5). W każdym analizowanym okresie udział przedsiębiorstw wdrażających tego typu innowacje w jednostkach o liczbie pracujących 250 osób i więcej

był czterokrotnie wyższy niż w jednostkach o liczbie pracujących z przedziału 10–49 osób.

Wprowadzane innowacje marketingowe związane były z zastosowaniem nowej metody marketingowej, która swoim zakresem obejmowała zmiany w designie produktu lub opakowania, sposobie pozycjonowania, formie promocji lub ustalaniu ceny. Ich celem nadrzędnym było spełnienie potrzeb nabywców, odkrycie nowych rynków zbytu lub stworzenie nowego sposobu pozycjonowania produktu lub usługi, umożliwiającego zwiększenie poziomu sprzedaży firmy. Były to zmiany dotyczące elementów strategii marketingowej znacząco różnych od dotychczas stosowanych w firmie.

Tabela 6. Nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw (w mln zł) z uwzględnieniem liczby pracujących (ceny bieżące)

Wyszczególnienie	Liczba pracujących			Ogółem
	10–49 osób	50–249 osób	pow. 250 osób	
2015				
– przemysł	2 173,3	5 603,5	23 317,2	31 094,1
– usługi	785,4	1 957,8	9 897,7	12 640,9
2016				
– przemysł	1 147,2	4 500,0	22 657,5	28 304,7
– usługi	1 016,8	1 721,0	7 968,3	10 706,2
2017				
– przemysł	1 559,2	4 313,5	22 150,8	28 023,5
– usługi	1 634,1	1 840,5	9 667,7	13 142,2
Dynamika 2015–2017 (2015 = 100%)				
– przemysł	71,7	77,0	95,0	90,1
– usługi	208,1	94,0	97,7	104,0

Źródło: jak w tabeli 2.

W latach 2015–2017 71,0% ogółu nakładów na działalność innowacyjną zrealizowały przedsiębiorstwa przemysłowe. W roku 2017 nakłady poniesione na działalność innowacyjną w grupie przedsiębiorstw przemysłowych wyniosły 28,0 mld zł i były niższe o 1,0% w porównaniu z rokiem poprzednim oraz o 10,0% w stosunku do roku 2015. W roku 2017 poziom nakładów w podmiotach usługowych osiągnął poziom 13,1 mld zł,

co oznacza, że były one wyższe o 22,8% w porównaniu z rokiem 2016 i o 4,1% w stosunku do roku 2015 (tabela 5).

W całym analizowanym okresie wśród przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych największe nakłady na działalność innowacyjną poniosły przedsiębiorstwa o liczbie pracujących wynoszącej co najmniej 250 osób. Ich udział w nakładach na innowacje podmiotów przemysłowych ogółem był bardzo wysoki i w roku 2017 wyniósł 79,0%. Podobne zjawisko obserwowane było w usługach, których udział w nakładach na innowacje ogółem tej grupy przedsiębiorstw w roku 2017 wyniósł 73,6%.

W zakresie innowacji produktowych i procesów nakłady finansowe ponoszone były między innymi na¹³:

- zakup wiedzy ze źródeł zewnętrznych w postaci patentów, wynalazków,
- zakup oprogramowania związany z wdrażaniem innowacji,
- zakup i montaż maszyn i urządzeń technicznych, środków transportu, narzędzi i innych służących wdrażaniu innowacji,
- szkolenie personelu związane z działalnością innowacyjną,
- marketing,
- prace badawcze i rozwojowe (B+R) wykonane przez własne zaplecze rozwojowe lub nabyte,
- pozostałe przygotowania do wdrażania innowacji.

Wyniki badań GUS wskazują, że w finansowaniu działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw dominują środki własne (tabela 6). Ich udział w strukturze finansowania podmiotów przemysłowych wahał się od 62,2% w roku 2015 do 75,5% w roku 2017. W każdym analizowanym roku na nieco jeszcze wyższym poziomie kształtował się w przedsiębiorstwach usługowych. Wykorzystywane w finansowaniu działalności innowacyjnej środki własne, to przede wszystkim środki pochodzące z podziału zysków zatrzymanych, których wielkość w danej jednostce uzależniona jest od przyjętej przez jej właścicieli strategii rozwojowej.

¹³ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2015-2017*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa-Szczecin 2018, s. 58.

Tabela 6. Struktura nakładów na działalność innowacyjną przedsiębiorstw (w %) według źródeł finansowania

Wyszczególnienie	Źródło finansowania				
	własne	z budżetu państwa	pozyskane z zagranicy	kredyty bankowe	pozostałe
2015					
– przemysł	62,0	2,0	7,0	11,5	17,5
– usługi	73,0	1,6	16,7	6,2	2,5
2016					
– przemysł	71,6	1,6	1,8	6,7	18,3
– usługi	88,2	1,7	2,8	4,2	3,1
2017					
– przemysł	75,5	1,6	3,7	7,2	12,0
– usługi	85,7	2,1	3,9	4,1	4,2

Źródło: jak w tabeli 2.

W przedsiębiorstwach polskich miejsce drugie pod względem udziału w strukturze finansowania inwestycji zajmowały kredyty bankowe, w tym przede wszystkim kredyty inwestycyjne. Ich odsetek w strukturze finansowania wyższy był w podmiotach przemysłowych, chociaż w latach 2015-2017 zmniejszył się w tej grupie przedsiębiorstw z poziomu 11,5% do 7,2%. W przedsiębiorstwach usługowych również wykazywał tendencję spadkową (6,2% w roku 2015; 4,1% w roku 2017).

Mniejszą rolę w finansowaniu inwestycji w porównaniu z kredytami bankowymi odgrywały środki pozyskane z zagranicy. Wyjątkowy pod tym względem dla działalności usługowej był rok 2015, w którym ich udział w strukturze finansowania inwestycji wyniósł 16,7%. Środki pozyskane z zagranicy to głównie środki pochodzące z funduszy strukturalnych UE, przekazywane na działalność innowacyjną przedsiębiorstw w ramach programów operacyjnych.

W najmniejszym zakresie finansowanie inwestycji przedsiębiorstw polskich odbywało się z wykorzystaniem środków pochodzących z budżetu państwa. Ich udział w finansowaniu zarówno podmiotów przemysłowych, jak i usługowych, wykazywał się najniższym poziomem zmienności w porównaniu z pozostałymi źródłami. Były to przede wszystkim dotacje Państwowej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i w mniejszym stopniu dotacje Narodowego Centrum Badań i Rozwoju oraz Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

1.4. Podsumowanie

Innowacje wdrażane w przedsiębiorstwach w istotny sposób determinują ich możliwości rozwojowe. Stanowią skuteczne narzędzie podnoszenia lub utrzymania pozycji konkurencyjnej. Większość podmiotów traktuje innowacyjność jako szczególnie imperatyw funkcjonowania i na trwale wpisuje ją w swój system zarządzania i kulturę organizacyjną.

Wyniki badania działalności innowacyjnej przeprowadzone przez GUS w latach 2013-2017 potwierdzają, że polskie przedsiębiorstwa wykazują znaczny potencjał innowacyjny, co znajduje potwierdzenie w rosnącej liczbie podmiotów innowacyjnych oraz w zakresie wprowadzania przez nie innowacji, w tym przede wszystkim procesowych.

Poziom działalności innowacyjnej oraz wielkość nakładów na inwestycje są zróżnicowane w zależności od klasy wielkości podmiotu. Każdego rodzaju innowacje najczęściej wprowadzały przedsiębiorstwa o liczbie pracujących 250 osób i więcej. Podmioty duże zrealizowały również wyraźnie wyższy poziom nakładów inwestycyjnych w porównaniu z firmami średnimi i małymi. Zjawiskiem niepokojącym jest spadek nakładów na innowacje w przedsiębiorstwach dużych i średnich. Wzrost nakładów dotyczył jedynie podmiotów małych. W finansowaniu działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw dominują środki własne.

Bibliografia

- Baruk I., *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006.
- Budziński F., *Ekonomika innowacji technicznych*, Politechnika Krakowska, Monografia 200, „Seria Nauki Społeczne i Ekonomiczne”, Kraków 1996.
- Dolińska M., *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*, PWE, Warszawa 2010.
- Dymitrowski A., *Znaczenie innowacji tworzonych w procesie internacjonalizacji dla wyników przedsiębiorstwa*, Rozprawa doktorska, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, UE w Poznaniu, Poznań 2014, pdf.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2013-2015*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa-Szczecin 2016.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2014-2016*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa-Szczecin 2017.

- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2015-2017*, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa-Szczecin 2018.
- Freeman Ch., *Economics of Industrial Innovation*, Frances Printer, London 1982.
- Janasz W., Kozioł K., *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.
- Kotler Ph., *Marketing – analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Geberthner i S-ka, Warszawa 1994.
- Mikuła B., *Źródła wartości organizacji opartych na wiedzy*, [w:] E. Urbańczyk (red.), *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa*, „Studia i prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania”, nr 6, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2008.
- OECD, *Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, Organisation for Economic Cooperation and Development, Statistical Office of the European Communities, Third Edition, 2005.
- Pomykalski A., *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Łódź 2001.
- Schumpeter J.A., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
- Simonetti R., Archibugi D., Evangelista R., *Product and Process Innovations: How Are They Defined? How Are They Quantified?*, „Scientometrics” 1995, vol. 32, iss. 1.
- A. Sosnowska, *Systemy zarządzania firmą innowacyjną*, [w:] A. Sosnowska, S. Łobejko, A. Kłopotek (red.), *Zarządzanie firmą innowacyjną*, Difin, Warszawa 2000, s. 25.
- Styś A., Dejnaka A., *Innowacje w biznesie*, Difin, Warszawa 2018.

Changes in the scope of innovative activity of Polish enterprises in the years 2013–2017

Abstract: The first part of this chapter provides an overview of the definitions and types of innovations presented in the literature. The second part analyzes the results of the GUS surveys conducted for three periods (2013-2015, 2014-2016, 2015-2017) of innovative activity of enterprises. The analysis took into account changes in the level of innovation of Polish industrial and service enterprises, implemented types of innovations, expenditure on innovative activities and sources of their financing.

Keywords: *innovation, product, process and marketing innovations, outlays and sources of financing innovative activities*