

Potencjał innowacyjny jako źródło rozwoju przedsiębiorczości

Fedir Khmil

Małopolska Wyższa Szkoła
Ekonomiczna w Tarnowie
Wydział Zarządzania i Turystyki

Abstrakt: Ostatnio w badaniach dużo uwagi poświęca się problemom innowacji w kontekście rozwoju przedsiębiorczości, przy czym oba problemy są rozpatrywane zarówno w aspekcie teoretycznym, jak i praktycznym. Jednocześnie, mimo zwiększenia liczby prowadzonych badań w tym zakresie, można zaobserwować w wielu krajach bardzo niski poziom innowacyjnej aktywności przedsiębiorstw. Przedsiębiorczość jest szczególnym rodzajem ekonomicznej działalności, w której w oparciu o innowacyjne podstawy odbywa się efektywne połączenie czynników produkcji w procesie tworzenia dóbr społecznych. Proces ten w dużym stopniu wyjaśnia się m.in. ilością i jakością zasobów naturalnych, a także ich dostępnością i łatwością wykorzystania, wielkością kapitału, poziomem technologii, wiedzą i umiejętnościami ludzi, popytem na produkowane towary oraz zdolnością podziału posiadanych zasobów finansowych w gospodarce krajowej w celu otrzymania maksymalnej produkcji o wysokiej jakości. Dla efektywnego oddziaływania każdego z tych czynników, przy wprowadzaniu innowacji potrzebna jest znajomość najnowszych osiągnięć w ramach rozwoju naukowo-technicznego, które umożliwiają stworzenie i upowszechnienie nowych towarów, inwestowanie środków zabezpieczających zmiany w technice i technologii, efektywne wykorzystanie tych innowacji oraz wzrost ekonomiczny.

Artykuł jest poświęcony problematyce zarządzania procesami innowacyjnymi w przedsiębiorstwie. Przyjęto w nim kompleksowe ujęcie tego procesu, co wynika z uzasadnionej potrzeby jednoczesnego wdrożenia innowacji produkcyjno-technologicznych, marketingowych, finansowych, organizacyjnych i społecznych. Podstawę przedstawionych rozważań stanowiła analiza literatury przedmiotu oraz działań proinnowacyjnych podejmowanych we współczesnych przedsiębiorstwach.

Słowa kluczowe: innowacje, potencjał innowacyjny przedsiębiorstwa, proces innowacyjny

1. Wprowadzenie

Innowacja – rozpatrywana jako praktyka – to sztuka strategii rozwoju, twórcza działalność, stworzenie nowego, żegnania się ze starym. Innowacja nie jest tylko kategorią ekonomiczną, lecz w dużej mierze jest efektem psychologicznym, pojęciem inżynierskim i filozoficznym, często zjawiskiem

Korespondencja: Fedir Khmil
Małopolska Wyższa Szkoła
Ekonomiczna w Tarnowie
Wydział Zarządzania i Turystyki
ul. Waryńskiego 14
33-100 Tarnów, Poland
Tel. +48 14 65 65 535
Email: fedir.khml@mwse.edu.pl

„samym w sobie”. Będąc działalnością o charakterze społecznym, innowacja ma jednak jasno określony wymiar ekonomiczny. Zjawisko innowacji (nawet jeśli opiera się na zasadzie wolnego rynku) to stworzenie i zachowanie długookresowych przewag konkurencyjnych, których przedsiębiorcza realizacja i wykorzystanie w produkcji oraz na rynku może doprowadzić do wymiernego (ekonomicznego) zysku. Po pewnym czasie sposób realizacji tego procesu i rozpowszechnienia innowacji przekształca się w nawyk, stały element działalności produkcyjnej.

2. Rodzaje działalności innowacyjnej

Fenomen przedsiębiorcy jako podmiotu szczególnego rodzaju działalności sprowadza się do tego, że jest on stałym „wzburzeniem” społecznej wytwórczości. Nie pozwala produkcji „dreptać w miejscu”, „być w zastoju”. Od niego wypływają bodźce wprowadzające produkcję w ruch postępowy. „Zadaniem przedsiębiorców – pisał Joseph Schumpeter – jest reformować i rewolucjonizować produkcję drogą wprowadzenia wynalazków, a w bardziej ogólnym sensie – przez wykorzystanie nowych technologicznych możliwości dla produkcji nowych lub dawnych towarów, lecz nową metodą, dzięki otwarciu nowego źródła surowca lub nowego rynku gotowej produkcji – aż do reorganizacji dawnej i stworzenia nowej branży przemysłu” (Freeman, 1986, s. 73; przekł. autora).

Działalność innowacyjną przedsiębiorców w teorii i praktyce zarządzania najczęściej rozpatruje się w aspekcie technicznym, na przykład jako wykorzystanie innowacyjnych podejść w techniczno-technologicznym zabezpieczeniu produkcji. Nie polemizując z główną rolą techniczno-technologicznych innowacji, należy zauważyć, że obszar działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwie jest znacznie szerszy i obejmuje wszystkie jego sfery (tabela 1).

Tabela 1. Sfery i kierunki działalności innowacyjnej przedsiębiorcy
(Table 1. Spheres and directions of an innovative entrepreneur)

Sfery działalności innowacyjnej (The spheres of innovative activity)	Treść działalności innowacyjnej (The content of innovative activity)
Produkcyjno-technologiczna	Stworzenie nowego produktu lub zmiana jakościowa w istniejącym produkcie; stworzenie nowych metod produkcji, magazynowania, dostawy i realizacji produktu, obniżenie ponoszonych strat pracy, zużycia materiałów, energii elektrycznej.
Marketing, zaopatrzenie i zbył	Opanowanie nowych rynków zbytu; rozwój nowych źródeł zaopatrzenia w surowce i inne czynniki produkcji; wprowadzenie efektywnych rozwiązań logistycznych.
Finansowa	Nowe źródła zasobów finansowych, nowe sposoby zastosowania/wykorzystania zasobów finansowych poprzez obniżenie kosztów produkcji.
Organizacyjna	Wprowadzenie nowych metod i standardów zarządzania, wprowadzenie w istotny sposób zmienionych struktur zarządzania, realizacja nowych lub istotnie zmienionych wytycznych strategii działania.
Spoleczna	Wprowadzenie nowych systemów społecznych w przedsiębiorstwach; doskonalenie systemu komunikacji społecznej, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, partnerstwo, udoskonalenie/polepszenie umów pracy, obniżenie poziomu zanieczyszczenia środowiska.

Efektami wymienionych w tabeli 1 rodzajów działalności innowacyjnej są nowe na rynku produkty i usługi, produkty i usługi z nowymi cechami jakościowymi, nowe stosunki społeczne, nowa organizacja produkcji i zarządzania. W rezultacie innowacje te umożliwiają podniesienie na nowy jakościowo poziom sposobu zaspokojenia zwykłej, standardowej potrzeby lub też pozwalają na zaspokojenie na określonym poziomie znanych potrzeb szerszego grona odbiorców.

Produkty będące „rynkowymi nowościami” są źródłem komercyjnego sukcesu w działalności indywidualnej przedsiębiorstwa, jak i w kooperacji z innymi podmiotami. Jest to możliwe, gdyż przedsiębiorstwo może ustalić monopolistyczne ceny i otrzymywać wyższy, w porównaniu do średniej w branży, poziom zysku.

Rozwój rynku stanowi jednak czynnik pobudzający konkurentów do naśladownictwa, pojawiają się więc produkty podobne do produktu innowacyjnego. Doprowadza to do stopniowego obniżenia ceny i poziomu zysku. W końcu następuje stadium, w którym rynek ulega nasyceniu i zgłaszane na nim potrzeby mogą stać się niedostateczne dla efektywnego wykorzystania potencjału branży.

W takiej sytuacji te przedsiębiorstwa, których poziom nakładów okazał się porównywalnie wysoki, powinny opuścić rynek. Dlatego w celu ograniczenia ryzyka oraz zapewnienia rentowności przedsiębiorstwa powinny przeprowadzać analizę rynku i na tej podstawie korygować strategię wprowadzania na rynek nowych/innowacyjnych produktów i usług, a także innowacyjnego modelu stosunków ekonomicznych i socjalnych.

3. Zarządzanie procesem innowacyjnym

Zarządzanie procesem innowacyjnym staje się kluczem do nowoczesnego organizowania działalności produkcyjnej. Ważną determinantą tej działalności jest aktywność innowacyjna – ukierunkowanie zaangażowania, kreatywności i motywacji pracowników przedsiębiorstwa na tworzenie i wdrażanie innowacji poprzez odpowiednią strukturę i metody zarządzania.

Innowacyjną działalność przedsiębiorcy można rozpatrywać w dwóch aspektach:

- 1) jako udział przedsiębiorcy w postępie naukowo-technicznym społeczeństwa oraz
- 2) w aspekcie wykorzystywania we własnej działalności produkcyjnej osiągnięć postępu naukowo-technicznego.

Pierwszy wymiar działalności innowacyjnej przedsiębiorstw można nazwać synergicznym. Tworzenie innowacji technicznych i technologicznych przez pojedyncze przedsiębiorstwa określa poziom rozwoju technicznego społeczeństwa. Innymi słowy, określa możliwość zabezpieczenia (potencjał reprodukcji społecznej) w najbardziej racjonalny sposób – poprzez efektywne wykorzystanie zasobów.

W drugim ujęciu działalność innowacyjna stanowi źródło osiągnięcia przewagi konkurencyjnej na rynku.

Działalność innowacyjna nie może być jednorazowym aktem, działaniem częściowym lub spontanicznym. Jak pokazuje praktyka, działalność innowacyjna wiodących na rynku przedsiębiorstw ma zawsze charakter strategiczny. Proces wyboru innowacyjnej strategii rozwoju przez przedsiębiorcę opiera się na ocenie wszystkich możliwych form działalności innowacyjnej, przejawiającej się innowacjami różnego typu. W zależności od specyfiki relacji

z rynkiem (konkurentami i klientami) oraz interesariuszami (przede wszystkim kooperantami, dostawcami) przedsiębiorca może wybrać strategię innowacyjną opartą na adaptacji lub strategię twórczą.

Istota strategii adaptacyjnej polega na przeprowadzeniu przez przedsiębiorcę częściowych zmian, w ramach istniejących struktur i tendencji w działalności przedsiębiorstwa, które pozwalają na udoskonalenie wprowadzonych już na rynek produktów i usług. W takim przypadku przedsiębiorstwo nie wchodzi na rynek innowacji jako pierwszy sprzedający innowacyjny produkt, lecz jako naśladowca, kiedy znana jest już reakcja rynku na zaproponowaną innowację. W celu przejścia wiodącej pozycji rynkowej taka forma innowacji wymaga szybkiej reakcji na najmniejsze choćby zmiany w otoczeniu przedsiębiorstwa. Strategia adaptacyjna jest mało efektywna, gdyż w istocie oznacza pozostawanie za liderami w branży.

Twórcza strategia innowacyjna jest możliwa do realizacji wówczas, gdy innowacje stanowią punkt wyjścia i bazę dla podnoszenia konkurencyjności produkcji, podniesienia i wzmocnienia pozycji rynkowej, wprowadzenia nowych sposobów wykorzystania wiedzy. Inaczej mówiąc – kiedy innowacje są aktywnym narzędziem indywidualnej inicjatywy przedsiębiorcy. W tym modelu strategii poprzez działalność innowacyjną w krótkim czasie następuje wprowadzenie do praktyki odkryć naukowych, dokonuje się zmiana jakościowa procesu technologicznego w produkcji, poczynając od systemów maszyn, na metodach organizacji i zarządzania oraz roli pracowników w procesie produkcji kończąc. Poprzez automatyzację procesów produkcji osiąga się wyższy poziom zarządzania nimi, wprowadza i wykorzystuje bardziej efektywne narzędzia pracy i sposoby technologicznej obróbki wyrobów itp. W rezultacie przedsiębiorca ma możliwość osiągnięcia maksymalnych rezultatów przy minimalnych nakładach.

W przypadku każdej innowacji można wyróżnić następujące etapy cyklu innowacyjnego: przyjęcie innowacyjnego rozwiązania, wprowadzenie innowacji do działalności, zmiany w systemie społeczno-ekonomicznym spowodowane innowacjami, zmiana innowacji.

Według typologii Bruce'a Kirchoffa (1994), który sklasyfikował małe przedsiębiorstwa według stopy ich wzrostu oraz stopy dynamiki innowacyjnej, można wyróżnić cztery klasy organizacji przedsiębiorczych:

1. **Przedsiębiorstwa określane jako tzw. „rdzeń ekonomiczny”** – przeważnie nie wykazują się wysoką aktywnością innowacyjną, właściciele nie są zainteresowani ich powiększaniem, gdyż wolą sami sprawować nad nimi kontrolę. Wprowadzenie innowacji następuje zwykle w momencie rozpoczęcia działalności, natomiast nie dąży się do ich wdrażania w dalszym okresie funkcjonowania przedsiębiorstwa. Zalicza się do nich większość małych przedsiębiorstw;
2. **Przedsiębiorstwa „ambitne”** – również w tych przedsiębiorstwach nie wprowadza się nowych rozwiązań innowacyjnych poza tymi, które wdrożono na początku ich działalności. Ich rozwój jest jednak możliwy poprzez zwiększanie obrotów i zatrudnienia, a także wykorzystywanie pojawiających się szans na rynku i kooperację z odpowiednimi podmiotami;
3. **Przedsiębiorstwa o „ograniczonym wzroście”** – wprowadzają innowacje techniczne przez cały okres swojej działalności, co nie przekłada się na wzrost ich

wielkości/rozmiarów. Wynika to głównie z preferencji właścicieli, którzy przedkładają innowacyjność przedsiębiorstwa nad jego wzrost;

4. Przedsiębiorstwa określane jako „wspaniałe” – oprócz innowacji wprowadzonych w momencie ich powstania ciągle pracują nad wdrożeniem nowych rozwiązań technicznych i produktowych, co prowadzi do ich stałego wzrostu i rozwoju.

Aktywność innowacyjna przedsiębiorstw zależy bezpośrednio od ich rozmiarów, przy czym korelacja ta jest uzależniona od fazy cyklu życia. Z zasady najbardziej aktywne w sferze innowacji technologicznych są małe przedsiębiorstwa. Duże przedsiębiorstwa posiadają zazwyczaj wystarczający kapitał do prowadzenia prac badawczo-rozwojowych. Z kolei małe i średnie przedsiębiorstwa są bardziej elastyczne w poszukiwaniu niszy rynkowych i wprowadzaniu innowacji.

Jedną z możliwości pozyskiwania kapitału na innowacje przez małe i średnie przedsiębiorstwa może być znalezienie inwestora strategicznego, który zaryzykuje, oczekując udziałów w zyskach, jeśli wdrożenie innowacji się powiedzie. Istotną rolę w procesie opracowania i wdrożenia innowacji technologicznych odgrywają przedsiębiorstwa *venture capital*, działające w naukochłonnych sferach gospodarki.

Główną cechą kapitału wysokiego ryzyka (*venture capital*) jako instrumentu finansowania przedsięwzięć innowacyjnych jest założenie, że inwestorzy są gotowi zaakceptować wyższy poziom ryzyka niż w przypadku innych form inwestowania (np. inwestycje w akcje na rynku publicznym), w zamian jednak oczekują, iż inwestycja ta w przypadku powodzenia przyniesie im wielokrotnie większe zyski, rekompensując nieuniknione straty w innych przedsięwzięciach i większe ryzyko.

Innowacje społeczne i organizacyjne są najbardziej rozpowszechnione w segmencie dużych przedsiębiorstw. Przyczyn tego zjawiska należy upatrywać w „skostnieniu” ich relacji z otoczeniem z racji posiadania stałej pozycji na rynku. Zachowanie społecznego i organizacyjnego *status quo* prowadzi często do utraty dobrej pozycji rynkowej mimo wprowadzenia innowacji technologicznych.

Proces opracowywania i wdrażania innowacyjnego podejścia w procesie produkcji oraz wprowadzanie nowych produktów na rynek wymagają od przedsiębiorcy inicjatywy i samodzielności. Taka technicznie nowa, innowacyjna działalność jest nieodłącznie związana z wykorzystaniem twórczych zdolności przedsiębiorcy. W procesie produkcji następuje doskonalenie różnych zdolności i umiejętności człowieka, transformacji ulegają również sami produkujący, wykształcając w sobie nowe cechy, nowe relacje z innymi, odkrywając nowe potrzeby i nowe sposoby komunikowania się. Poprzez wykorzystanie w procesie produkcji osiągnięć nauki i techniki, nadanie nowych cech i właściwości tworzonemu produktom i usługom przedsiębiorca określa ich nową wartość, zapewniając sobie w ten sposób konkurencyjność.

Nie można zapominać, że poprzez innowacje obywa się upowszechnienie, w różnej formie, zdobyczy ludzkiej kultury, zgromadzonych i utrwalonych w środkach produkcji. W procesie tym znajduje odbicie dialektyczne następstwo sposobów i form działalności pokoleń. Następstwo stanowi jedną z ważnych zasad rozwoju, cała historia ludzkiej myśli i działalności to adaptacja, cenna przeróbka i zniszczenie tego, co zbędne w przejściu od przeszłości do teraźniejszości. Przedsiębiorca indywidualny gromadzi i skupia się na tych elementach

działalności gospodarczej, które nie wyczerpały swoich potencjalnych możliwości, oraz wyszukuje nowe mechanizmy kreowania przez nie ekonomicznej wartości.

4. Podsumowanie

Przedsiębiorczość jest szczególną formą ekonomicznej działalności, opartą na indywidualnym i innowacyjnym podejściu do produkcji oraz dostaw produktów i usług na rynek. Podejściu przynoszącym przedsiębiorcy zysk i pozycję na rynku oraz poczucie wartości. Działalność innowacyjna przedsiębiorcy może polegać na wykorzystywaniu już zaakceptowanych przez rynek nowości lub też na wprowadzaniu ryzykownych innowacji pierwotnych. Znajduje to potwierdzenie w skali rozpowszechnienia innowacji na rynku, w możliwości dywersyfikacji działalności gospodarczej oraz zdolności przedsiębiorców do szybkiej adaptacji do zmieniających się warunków otoczenia.

Bibliografia

- Freeman, Ch. (1986). The role of technical change in national economic development. W: A. Amin, J. Goddard (eds.). *Technological Change, Industrial Restructuring and Regional Development*. London–Boston: Allen & Unwin. ISBN 0043381316.
- Kirchhoff, B.A. (1994). *Entrepreneurship and Dynamic Capitalism: The Economics of Business Firm Formation and Growth*. London: ABC-CLIO. ISBN 0275937577.
- Poznańska, K. (2009). *Zarządzanie innowacjami – wykład* [online, dostęp: 2014-01-20]. Dostępny w Internecie: <http://spir.sggw.pl/files/files/wyk1-zarzadzanie-innowacjami>.

The innovative potential as a source of enterprise development

Abstract: In recent studies a lot of attention has been paid to the problems of innovation in the context of the development of entrepreneurship. The two issues are dealt with both the theoretical and practical aspects. At the same time, despite the increase in the amount of research in this topic, you can observe a very low level of innovative activity of enterprises in a large number of countries. For the effective interaction of many important factors in the introduction of innovations, you need to know the latest developments in the framework of technical and scientific developments that enable the creation and dissemination of new goods, invest-

ment funds, hedge changes in technique and technology, effective use of these innovations and an economic growth.

The article is devoted to the problems of managing innovation processes in the enterprise. A comprehensive approach to this process was adopted, as a result of a justified need of simultaneous implementation of technological production, marketing, financial, organizational and social innovations. The basis of the foregoing considerations was accounted for literature analysis and pro-innovation activities undertaken at modern enterprises.

Key words: innovation, innovation potential of companies, innovation process