

*Maria Urbaniec*

Katedra Przedsiębiorczości i Innowacji  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

# Działalność innowacyjna małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce

## Streszczenie

Innowacyjność stanowi kluczowy element mający wpływ na rozwój gospodarczy Polski i Unii Europejskiej. Wszystkie rankingi prowadzone w ostatnich latach wykazują niską innowacyjność polskiego przemysłu i gospodarki. Mimo że małym i średnim przedsiębiorstwom przypisuje się większą zdolność do innowacji ze względu na ich mniej biurokratyczny styl zarządzania i większą elastyczność w podejmowaniu decyzji, często mają one wiele trudności z tworzeniem i wdrażaniem innowacji. W artykule przedstawiono wyniki badania dotyczącego działalności innowacyjnej w przemyśle i w sektorze usług w latach 2006–2011. Prezentowane wyniki odnoszą się do wszystkich działań związanych z rozwojem i wdrażaniem produktów, procesów oraz innowacji organizacyjnych i marketingowych w polskich przedsiębiorstwach.

**Słowa kluczowe:** innowacyjne przedsiębiorstwo, innowacje, małe i średnie przedsiębiorstwa, działalność innowacyjna.

## 1. Wprowadzenie

W nowej gospodarce, określanej mianem gospodarki opartej na wiedzy (*knowledge-based economy*), o szansach rozwoju państw i dobrobycie ich społeczeństw w coraz większym stopniu decyduje ludzki potencjał intelektualny oraz wiedza związana z najnowszymi osiągnięciami współczesnej nauki. Budowa nowej gospodarki jest możliwa tylko dzięki działalności wyróżniających się przedsiębiorstw. W Polsce i innych krajach Unii Europejskiej działa oraz odnosi sukcesy wiele firm, które doskonale rozumieją potrzeby nowej gospodarki. Istotną rolę w tym

zakresie odgrywa wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw, szczególnie poprzez zintensyfikowanie ich działalności innowacyjnej.

Coraz większe znaczenie innowacji w polskiej polityce stanowi jeden z warunków wzrostu całej gospodarki. Z jednej strony wynika to m.in. z założeń strategicznych Unii Europejskiej dotyczących stymulowania innowacji w Europejskim Obszarze Gospodarczym (EOG), co ma odzwierciedlenie np. w „Programie ramowym na rzecz konkurencyjności i innowacji” (CPI) [Decyzja nr 1639/2006/WE], a także w strategii „Europa 2020”, przyjętej przez państwa członkowskie podczas szczytu Rady Europejskiej w czerwcu 2010 r. [Wach 2012, s. 223–231]. Z drugiej strony istnieje konieczność zintensyfikowania działań na rzecz rozwoju innowacji oraz zwiększenia niskiego dotychczas poziomu innowacyjności w polskiej gospodarce w skali międzynarodowej, co stanowi strategiczny cel polskiej polityki innowacyjnej, zgodnie z Krajowym Programem Badań [2011] czy też „Narodowymi strategicznymi ramami odniesienia dla Polski”, opracowanymi w celu realizacji w latach 2007–2013 w Polsce polityki spójności Unii Europejskiej.

Pomimo tych wyznaczonych ram strategicznych wszelkie przeprowadzone w ostatnim czasie rankingi wskazują na niską innowacyjność polskiego przemysłu i gospodarki, a szczególnie małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). Niski poziom innowacyjności polskiej gospodarki potwierdza m.in. opracowany dla Komisji Europejskiej „Ogólny indeks innowacji”, który w 2009 r. wynosił dla Polski 0,317, wobec 0,478 – średniej wartości dla Unii Europejskiej oraz 0,636 dla Szwecji i 0,596 dla Niemiec [Boguszewicz 2010]. Również według najnowszego „Globalnego raportu konkurencyjności 2011–2012”, opracowanego przez World Economic Forum (WEF) we współpracy z Narodowym Bankiem Polskim, Polska spadła o dwie pozycje na 41. miejsce [*Ranking konkurencyjności...*, 2012]. Tak niski poziom innowacyjności polskiej gospodarki w skali międzynarodowej nie oznacza jednak, że polskie przedsiębiorstwa w ogóle nie realizują innowacji.

Celem artykułu jest zatem identyfikacja oraz syntetyczna charakterystyka i ocena działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw. Szczegółowa analiza tych zagadnień powinna przyczynić się do odpowiedzi na pytanie, czym charakteryzuje się działalność innowacyjna MŚP w Polsce i jaki jest jej poziom nie tylko w zakresie innowacyjności produktowej czy procesowej, lecz także organizacyjnej i marketingowej.

## 2. Znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w polskiej gospodarce

Jednym z czynników mających wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw jest ich wielkość. W literaturze podkreśla się szczególnie innowacyjność średnich przedsiębiorstw [Urbaniec 2008, s. 40, Starczewska-Krzysztozek 2011]. Odgrywają one istotną rolę w rozwoju gospodarczym dzięki elastyczności w podejmowaniu decyzji, kreatywności i wysokiej motywacji pracowników oraz mniej biurokratyzowanemu stylowi zarządzania. Duże przedsiębiorstwa mają natomiast większy potencjał finansowy, technologiczny, rynkowy oraz organizacyjny, a tym samym z reguły większe możliwości realizacji działań innowacyjnych niż MŚP i dlatego często są postrzegane jako przedsiębiorstwa innowacyjne. W porównaniu z dużymi przedsiębiorstwami MŚP w większym stopniu opierają się na nieformalnych, a więc trudno mierzalnych, działaniach badawczo-rozwojowych i rzadziej korzystają z zewnętrznych źródeł wiedzy (usług doradczych oraz licencji) niż większe firmy. MŚP cechują się przede wszystkim dużą elastycznością w dostosowywaniu się do stale zmieniających się warunków rynkowych.

Małe i średnie przedsiębiorstwa dzielą się według przyjętej w Unii Europejskiej klasyfikacji na trzy grupy [Zalecenie Komisji..., 2003]:

- przedsiębiorstwa średnie, zatrudniające mniej niż 250 pracowników i których roczny obrót nie przekracza 50 mln euro oraz (lub) całkowity bilans roczny nie przekracza 43 mln euro,
- przedsiębiorstwa małe, zatrudniające mniej niż 50 pracowników i których roczny obrót oraz (lub) całkowity bilans roczny nie przekracza 10 mln euro,
- mikroprzedsiębiorstwa, czyli firmy zatrudniające mniej niż 10 pracowników i których roczny obrót oraz (lub) całkowity bilans roczny nie przekracza 2 mln euro.

Definicja MŚP jest istotna dla stosowania skutecznych środków i programów wspierających rozwój tych przedsiębiorstw. Umożliwia także stosowanie odpowiednich metod obliczania progu zatrudnienia i pułapu finansowego, aby uzyskać rzeczywisty obraz sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa. Jednym z głównych celów tej definicji jest pomoc w promowaniu innowacji i rozwoju relacji partnerskich, przy jednoczesnym zapewnieniu, że adresatem publicznych programów są tylko te przedsiębiorstwa, które faktycznie wymagają wsparcia.

Znaczący udział w rozwoju gospodarczym nie tylko UE, lecz także Polski przypada właśnie małym i średnim przedsiębiorstwom. W całej Unii istnieje około 20 mln MŚP, co stanowi prawie 99,8% firm zatrudniających mniej niż 250 pracowników. Zapewniają one dwie trzecie wszystkich miejsc pracy w UE i wytwarzają blisko 60% PKB całej Unii [EU SMEs..., 2012]. Także w Polsce MŚP stanowią około 99,8% wszystkich przedsiębiorstw. Ich udział w tworzeniu

dochodu narodowego wykazuje tendencję rosnącą i wynosi prawie 50% (w roku 2009 ich udział wynosił 48,4%), co jest wynikiem zbliżonym do przeciętnego poziomu w krajach UE, wynoszącego 46,8% [Łapiński i in. 2012, s. 19, 22]. To od nich także zależy konkurencyjność polskiej gospodarki na rynku międzynarodowym. Przedsiębiorstwa w Polsce są bardziej niż w Unii zdominowane przez mikrofirmy (96% w Polsce i średnio 92,3% w UE). Mikroprzedsiębiorstwa tworzą jedną trzecią miejsc pracy w sektorze MŚP – głównie w budownictwie, handlu, hotelarstwie i gastronomii, usługach finansowych i handlu nieruchomościami.

Tabela 1. Mocne i słabe strony małych i średnich przedsiębiorstw

Mocne strony	Słabe strony
Większość MŚP dąży do rozwoju – ich celem jest wzrost udziału w rynku, wzrost wartości rynkowej, wzrost sprzedaży. W grupie średnich firm takich firm jest ponad 60%	Ponad 40% mikrofirm nastawionych jest na przetrwanie, a 1/8 traktuje działalność gospodarczą po prostu jako miejsce pracy
Jakość produktów jest kluczowym czynnikiem sukcesu firm, niezależnie od ich wielkości. Cena przestała być czynnikiem, na którym MŚP budują swoją pozycję konkurencyjną	Prawie 60% MŚP działających na rynkach kurczących się nastawia się tylko na przetrwanie, nie myśli o zmianie profilu działalności
Wysoka samoocena MŚP dotyczy zdolności konkurowania na rynkach UE ceną, jakością, nowatorstwem oraz promocją i dystrybucją	Niska jest skłonność do otwarcia się na współpracę z zagranicą, w efekcie brak efektywnego wykorzystywania potencjału wspólnego rynku
Prawie 2/3 MŚP, niezależnie od wielkości, uważa inwestycje w innowacje za przydatne dla rozwoju	Brak zrozumienia znaczenia innowacji w działalności przedsiębiorstw, które nie inwestują w innowacje
Firmy średnie, działając w dużej mierze na rozwijających się rynkach oraz odznaczając się relatywnie dużą skłonnością do innowacji, mają znacznie większy potencjał rozwojowy niż firmy mniejsze	Relatywnie niska skłonność mikro- i małych firm do innowacji, szczególnie do innowacji procesowych
Firmy przemysłowe oraz z sektora informacji i komunikacji mają największy potencjał rozwojowy	Nieefektywne gospodarowanie czasem pracy, także w efekcie dużych obciążeń związanych z koniecznością dopełniania różnych formalności administracyjnych
Ok. 50% MŚP to typ innowatorów	Ponad 50% MŚP to typ firm zagrożonych lub stojących na rozdrożu
Niski jest poziom skłonności do korzystania z zewnętrznego finansowania	Skłonność MŚP do innowacji jest oparta na dostępie do funduszy unijnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Starczewska-Krzysztozek 2011].

W tabeli 1 przedstawiono mocne i słabe strony MŚP, dotyczące także ich innowacyjności, wyróżnione na podstawie badań przeprowadzonych w ramach

projektu „Monitoring kondycji sektora MŚP w latach 2010–2012” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego przez PKPP Lewiatan.

W analizie słabych i mocnych stron MŚP widać stosunkowo zróżnicowany obraz. Istotnym problemem polityki innowacyjnej Polski jest niski poziom wydatków na badania i rozwój oraz słabe wyniki w zakresie innowacji, co ma odzwierciedlenie w niskim poziomie działań badawczo-rozwojowych oraz inwestycji w innowacje. Mimo pewnego wzrostu gospodarczego w ostatnich latach wydatki na badania i rozwój są stosunkowo niewielkie (np. 0,74% PKB w 2010 r.) i należą do najniższych w UE [Science, Technology and Industry Outlook..., 2012]. Głównym źródłem finansowania działalności innowacyjnej są środki własne przedsiębiorstw. Przykładowo w 2010 r. dwie trzecie nakładów inwestycyjnych w MŚP było finansowanych środkami własnymi [Łapiński i in. 2012, s. 44]. W 2011 r. stanowiły one 73,4% wszystkich poniesionych na ten cel nakładów w przedsiębiorstwach przemysłowych (tj. o 1,8% mniej niż w 2010 r.), w przedsiębiorstwach z sektora usług wynosiły one 83,0% (tj. o 2,7% mniej niż w 2010 r.) [Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011, 2012, s. 58]. Szczególnie dla MŚP działalność innowacyjna może być kosztowna z racji wysokiej stopy niepowodzeń, kompleksowości i nieliniowości, a także znacznych nakładów koniecznych do jej prowadzenia. Wdrożone innowacje mogą przyczynić się do szybkiego wzrostu, ale wymagają nakładów finansowych, do których MŚP mają utrudniony dostęp. Finansowanie działalności innowacyjnej małych przedsiębiorstw, np. przez UE, może się przyczynić do zwiększenia nakładów na badania i rozwój z innych źródeł niż budżet czy też nakłady własne przedsiębiorstw.

Należy podkreślić, że publiczne wsparcie dla działalności innowacyjnej może pochodzić od instytucji krajowych oraz z Unii Europejskiej. W latach 2009–2011 tego rodzaju wsparcie otrzymało 25,5% aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw przemysłowych (wobec 22,2% w latach 2008–2010) oraz 17,6% z sektora usług (wobec 14,7% w latach 2008–2010), co oznacza pozytywny trend. Pod względem wielkości aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw przemysłowych największe publiczne wsparcie w latach 2009–2011 otrzymały przedsiębiorstwa zatrudniające 10–49 osób (27% przedsiębiorstw), natomiast wśród jednostek z sektora usług – w grupie przedsiębiorstw o liczbie pracujących wynoszącej 250 i więcej (19,1% przedsiębiorstw) [Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011, 2012, s. 64].

W dobie globalizacji kluczowe dla rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw jest wsparcie przedsiębiorców inwestujących w innowacje. Opracowany przez Ministerstwo Gospodarki informator *Instrumenty umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorców* stanowi ważne źródło informacji na temat wsparcia dla przedsiębiorstw innowacyjnych w zakresie wdrażania nowych technologii oraz rozwoju

przedsiębiorstw na bazie innowacyjnych pomysłów. Wśród instrumentów wspierających przedsiębiorców inwestujących w innowacje wyróżnia się instrumenty bezpośrednie, pośrednie i instrumenty wspierania instytucji biznesu (zob. tabela 2).

Tabela 2. Wybrane instrumenty wspierające przedsiębiorców inwestujących w innowacje

Rodzaj instrumentu	Nazwa instrumentu
Instrumenty bezpośrednie	<ul style="list-style-type: none"> <li>– bony na innowacje</li> <li>– pożyczka na realizację inwestycji o charakterze innowacyjnym</li> <li>– kredyt technologiczny – premia technologiczna</li> <li>– stymulowanie działalności B+R przedsiębiorstw oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego</li> <li>– wsparcie inwestycji w sektorze produkcyjnym</li> <li>– wsparcie inwestycji w sektorze usług nowoczesnych</li> <li>– zarządzanie własnością intelektualną</li> <li>– wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej</li> </ul>
Instrumenty pośrednie (instytucje wspierające przedsiębiorców)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– akademickie inkubatory przedsiębiorczości i inkubatory technologiczne</li> <li>– parki technologiczne i przemysłowe</li> <li>– klastry</li> <li>– fundusze kapitału zaangażowanego, fundusze pożyczkowe i poręczenia</li> <li>– anioły biznesu</li> <li>– Krajowy System Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw (KSU)</li> <li>– Krajowa Sieć Innowacji (KSI)</li> <li>– Enterprise Europe Network</li> </ul>
Instrumenty wspierania instytucji otoczenia biznesu	<ul style="list-style-type: none"> <li>– finansowanie działalności krajowych punktów kontaktowych programu CIP oraz wsparcie finansowe działalności polskich konsorcjów wchodzących w skład sieci Enterprise Europe Network</li> <li>– tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MŚP</li> <li>– wspieranie rozwoju powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym</li> </ul>

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Instrumenty umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorców 2010, s. 20–40].

Wsparcie dla działalności innowacyjnej, m.in. poprzez przedstawione w tabeli 2 instrumenty, wiąże się z tworzeniem dla przedsiębiorstw lepszych możliwości wdrażania innowacji, poprzez stworzenie preferencyjnych i uprzywilejowanych, w stosunku do rynkowych, warunków prowadzenia działalności. Pomoc publiczna przyczynia się zatem nie tylko do rozwoju działalności innowacyjnej przedsiębiorstw, lecz także rozwoju gospodarczego przez wsparcie w zakresie działalności eksportowej, współpracy z partnerami zagranicznymi oraz zapewnienia możliwości umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstw.

### 3. Definicja i rodzaje działalności innowacyjnej

Problem innowacyjności i innowacji w gospodarce oraz jej podmiotach jest przede wszystkim przedmiotem nauk ekonomicznych i nauk o zarządzaniu. W związku z wieloaspektowością tego pojęcia istnieją różne jego definicje. Termin „innowacja” oznacza wprowadzenie czegoś nowego, odnowienie lub zmianę. Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) opracowała w tzw. *Oslo Manual* obszerniejszą definicję, która obejmuje różnorodne naukowe, technologiczne, organizacyjne oraz finansowe i komercyjne działania, realizowane w ramach nowych lub ulepszonych produktów i procesów [*Oslo Manual...*, 2005, s. 48]. Podobna definicja została przyjęta w celach statystycznych przez Główny Urząd Statystyczny, który pod pojęciem innowacji ujmuje „wdrożenie nowego lub istotnie ulepszanego produktu (wyrobu, usługi) lub procesu, nowej metody organizacyjnej lub nowej metody marketingowej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem” [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, 2012, s. 13]. Zgodnie z tą definicją o wdrożeniu nowego lub istotnie ulepszanego produktu decyduje fakt wprowadzenia go na rynek. Natomiast wdrożenie nowych procesów, metod organizacyjnych lub metod marketingowych jest związane z ich faktycznym wykorzystywaniem w działalności przedsiębiorstwa.

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw polega zatem na podejmowaniu przez nie różnego rodzaju działań naukowych, technicznych, organizacyjnych, finansowych i komercyjnych, które prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Działalność innowacyjna obejmuje także działalność badawczo-rozwojową (B+R), która nie musi być bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, 2012, s. 13].

W związku z tym można wyróżnić różne rodzaje innowacji – nie tylko produktowe i procesowe, lecz także innowacje o charakterze organizacyjnym i marketingowym, które mają odzwierciedlenie w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw (zob. tabela 3).

Podsumowując przedstawione w tabeli 3 syntetyczne ujęcie definicji, za sedno innowacji można uznać pewnego rodzaju nowość (np. produkt, proces, strukturę, procedurę) przynoszącą istotne zmiany w skali przedsiębiorstwa. Ze względu na kompleksowość i związaną z tym niepewność innowacje powstają coraz częściej w procesie interakcyjnym. Konfrontacja różnych definicyjnych ujęć innowacyjności wskazuje na mnogość aspektów wpływających na jej powstawanie i rozwój. Innowacyjność związana jest w większości przypadków z procesem technologicznym, w mniejszym zaś stopniu z zarządzaniem firmą, a więc certyfikacją



i jakością, logistyką, dystrybucją, marketingiem, wizerunkiem przedsiębiorstwa i marki. Innowacja wynika na ogół z potrzeb rynku i rozwijania wiedzy.

Tabela 3. Rodzaje innowacji

Rodzaj innowacji	Znaczenie	Przykłady
Innowacje produktowe	wprowadzenie na rynek wyrobu lub usługi, które są nowe lub istotnie ulepszone w zakresie swoich cech lub zastosowań	<ul style="list-style-type: none"> <li>– wprowadzenie znaczących udoskonaleń w sposobie świadczenia usług</li> <li>– dodanie nowych funkcji lub cech do istniejących usług</li> <li>– wprowadzenie całkowicie nowych usług</li> </ul>
Innowacje procesowe	wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych metod produkcji, dystrybucji i wspierania działalności w zakresie wyrobów i usług	<ul style="list-style-type: none"> <li>– nowe lub znacząco ulepszone metody tworzenia i świadczenia usług</li> <li>– nowe lub istotnie ulepszone techniki, urządzenia i oprogramowanie w działalności pomocniczej, takiej jak zaopatrzenie, księgowość, obsługa informatyczna i prace konserwacyjne</li> </ul>
Innowacje organizacyjne	wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania (w tym w zakresie zarządzania wiedzą – <i>knowledge management</i> ), w organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem, niestosowanej dotychczas w danym przedsiębiorstwie	<ul style="list-style-type: none"> <li>– nowe metody w zakresie przyjętych przez przedsiębiorstwo zasad działania, np. zarządzanie dostawami, gruntowne przekształcenie procesów w przedsiębiorstwie (<i>business reengineering</i>), systemy „odchudzonej produkcji” (<i>lean production</i>) i systemy zarządzania jakością</li> <li>– nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych wśród pracowników, np. wprowadzenie po raz pierwszy nowego systemu odpowiedzialności pracowników, pracy zespołowej, decentralizacji, integracja lub dezintegracja wydziałów, systemy szkoleniowe</li> <li>– nowe metody organizacyjne w zakresie stosunków z otoczeniem – innymi przedsiębiorstwami lub instytucjami publicznymi, np. wykorzystanie po raz pierwszy takich form jak związki (alianse), spółki, outsourcing (przejęcie wykonywania pewnych zadań przez wyspecjalizowane firmy zewnętrzne lub podwykonawstwo itp.)</li> </ul>
Innowacje marketingowe	wdrożenie nowej koncepcji lub strategii marketingowej różniącej się znacząco od metod marketingowych dotychczas	<ul style="list-style-type: none"> <li>– znaczące zmiany w projekcie / konstrukcji lub opakowaniu wyrobów lub usług (z wyłączeniem zmian funkcjonalności produktu lub jego użyteczności – gdyż zalicza się je do innowacji produktowych)</li> </ul>



cd. tabeli 3

Rodzaj innowacji	Znaczenie	Przykłady
	stosowanych w danym przedsiębiorstwie	<ul style="list-style-type: none"> <li>– nowe media lub techniki promocji produktów, np. pierwsze zastosowanie nowego medium reklamy, nowy wizerunek, wprowadzenie kart lojalnościowych</li> <li>– nowe metody w zakresie dystrybucji produktów lub kanałów sprzedaży, np. wprowadzenie po raz pierwszy systemu franchisingu lub licencji na dystrybucję produktów, sprzedaży bezpośredniej, ekskluzywnej sprzedaży detalicznej, nowe koncepcje ekspozycji produktów</li> <li>– nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług, np. pierwsze zastosowanie nowej metody korekty cen produktów w zależności od popytu, system upustów</li> </ul>

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011, 2012, s. 30, 40, 46].

W związku z tym za innowacyjne przedsiębiorstwo uznaje się to, które poszukuje zmiany, reaguje na nią i wykorzystuje ją jako czynnik społecznej i gospodarczej innowacji [Janasz i Kozioł 2007, s. 82–85]. Przez innowacyjność należy zatem rozumieć zdolność i motywację przedsiębiorstw do wykorzystywania w praktyce wyników prac badawczych i rozwojowych, ustawicznego poszukiwania nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków w celu doskonalenia i rozwoju istniejących technologii produkcyjnych, eksploatacyjnych i dotyczących sfery usług, wprowadzania nowych rozwiązań w organizacji i zarządzaniu, doskonalenia i rozwoju infrastruktury, zwłaszcza w zakresie gromadzenia, przetwarzania i udostępniania informacji.

#### 4. Działalność innowacyjna małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce

Aby przedstawić działalność innowacyjną MŚP w Polsce, należy dokonać analizy innowacyjności (produktowej, procesowej, organizacyjnej czy też marketingowej) wszystkich przedsiębiorstw, uwzględniając w szczególności działania podejmowane przez MŚP. Analiza ta pozwala na ocenę ich zdolności innowacyjnej, co w dłuższej perspektywie stanowi istotny warunek osiągnięcia przez nie trwałej przewagi konkurencyjnej na rynku.

Działalność innowacyjną przedsiębiorstw można przedstawić, opierając się na wynikach badań dotyczących dotychczasowej działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w przemyśle oraz w sektorze usług w latach 2006–2011. Wykorzystano w nich dane statystyczne uzyskane w ramach cyklicznie przeprowadzanych przez GUS badań statystycznych, których zakres wynika z wymogów Eurostatu. W analizowanej grupie znajdują się nie tylko małe i średnie przedsiębiorstwa, lecz także duże firmy, które ponadto w latach 2008–2010 zostały podzielone na dwie kategorie przedsiębiorstw, tj. od 250 do 499 zatrudnionych oraz na przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 499 osób.

Udział innowacyjnych przedsiębiorstw przemysłowych i z sektora usług w latach 2009–2011 w ogólnej liczbie tych przedsiębiorstw wyniósł odpowiednio 16,1% i 11,6%, co w porównaniu z badaniami za lata 2006–2008 oznacza spadek odpowiednio o 5,3 i 2,8 pkt proc. [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, 2012, s. 25]. Największy odsetek podmiotów aktywnych innowacyjnie w latach 2006–2011 występował wśród jednostek o liczbie pracujących powyżej 250 osób, a wśród MŚP – w średnich przedsiębiorstwach, zatrudniających od 50 do 249 osób (zob. tabela 4).

Tabela 4. Przedsiębiorstwa innowacyjne w latach 2006–2011 jako procent ogółu przedsiębiorstw danej grupy według liczby pracujących

Wielkość przedsiębiorstw – liczba pracowników	Przedsiębiorstwa przemysłowe				Przedsiębiorstwa z sektora usług			
	2006– 2008	2007– 2009	2008– 2010	2009– 2011	2006– 2008	2007– 2009	2008– 2010	2009– 2011
10–49	14,6	10,9	9,6	9,3	12,5	11,6	9,6	9,7
50–249	32,7	30,1	30,2	31,6	25,0	20,0	21,7	21,0
250–499	60,7	59,0	52,5	57,8	47,7	45,0	40,5	44,0
Powyżej 499			69,1				60,0	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009*, 2010, s. 78, 79, 455, 457; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008–2010*, 2012, s. 23; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, 2012, s. 21].

Działalność innowacyjną przedsiębiorstw można analizować nie tylko pod względem liczby wdrożonych innowacji, lecz także pod kątem ich rodzaju. Aby ocenić stopień innowacyjności polskich MŚP, uwzględniono w analizie także duże przedsiębiorstwa, gdyż jeśli wziąć pod uwagę rodzaj wdrażanej innowacji, widać w tym zakresie zróżnicowany obraz.

Wyniki badania działalności innowacyjnej pokazują, że udział przedsiębiorstw przemysłowych oraz przedsiębiorstw z sektora usług, które w latach 2006–2011 wprowadziły innowacje procesowe (nowe lub istotnie ulepszone procesy), był wyższy niż tych, które wdrożyły innowacje produktowe (nowe lub istotnie

ulepszone produkty), przy czym w porównaniu z okresem 2006–2008 odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacyjny produkt oraz proces, zmniejszył się w latach 2009–2011 w przedsiębiorstwach zarówno przemysłowych, jak i z sektora usług (zob. tabela 5).

Tabela 5. Przedsiębiorstwa innowacyjne w latach 2006–2011 według rodzajów innowacji (w %)

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwa przemysłowe				Przedsiębiorstwa z sektora usług			
	2006–2008	2007–2009	2008–2010	2009–2011	2006–2008	2007–2009	2008–2010	2009–2011
Przedsiębiorstwa, które wprowadziły innowacje (w %) – ogółem	21,4	18,1	17,1	16,1	16,1	14,0	12,8	11,6
Przedsiębiorstwa, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone produkty	15,6	12,7	12,1	11,2	10,7	8,0	7,9	6,3
Przedsiębiorstwa, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone procesy, w tym:	17,2	13,8	12,9	12,4	12,8	10,7	10,0	9,0
– metody wytwarzania produktów	13,3	10,5	10,0	9,7	5,6	3,2	3,7	2,8
– metody z zakresu logistyki i (lub) metody dostarczania i dystrybucji	5,3	3,6	3,3	3,0	5,8	4,0	4,0	3,6
– metody wspierające procesy	9,4	7,2	6,4	5,8	9,8	8,4	7,6	7,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009, 2010, s. 13; Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008–2010, 2012, s. 28; Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011, 2012, s. 31].

Ze względu na stosunkowo mały udział MŚP w rozwoju innowacji produktowych i procesowych przedstawione dane statystyczne odnoszą się ogólnie do wszystkich przedsiębiorstw innowacyjnych. Jako przedsiębiorstwo innowacyjne w zakresie innowacji produktowych i procesowych należy rozumieć przedsiębiorstwo, które w badanym okresie wprowadziło na rynek przynajmniej jedną innowację produktową lub procesową (nowy lub istotnie ulepszony produkt bądź nowy lub istotnie ulepszony proces) [Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011, 2012, s. 21].

Ponadto analizując wdrażanie zarówno innowacji procesowych, jak i produkcyjnych przez polskie przedsiębiorstwa, należy stwierdzić, że działania takie w latach 2008–2010 podejmowało jedynie 7,9%, a w latach 2006–2008 ok. 11,4% przedsiębiorstw przemysłowych. W międzynarodowym porównaniu wynik ten był wyższy jedynie od wartości tego wskaźnika dla Litwy, Bułgarii, Łotwy i Węgier. Wśród podmiotów z sektora usług udział ten osiągnął 5,1% (w latach 2006–2008 wyniósł 7,3%) i również należał do najniższych w Europie [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008–2010*, 2012, s. 32; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, 2012, s. 33].

Innym rodzajem działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw jest wdrażanie innowacji organizacyjnych. Największy odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły nowe metody organizacyjne w latach 2009–2011, występował w jednostkach, w których pracowało 250 osób i więcej, i wynosił ponad jedną trzecią badanych podmiotów (zob. tabela 6).

Tabela 6. Przedsiębiorstwa, które w latach 2006–2011 wprowadziły innowacje organizacyjne, według liczby zatrudnionych (w %)

Wielkość przedsiębiorstw – liczba pracowników	Przedsiębiorstwa przemysłowe				Przedsiębiorstwa z sektora usług			
	2006– 2008	2007– 2009	2008– 2010	2009– 2011	2006– 2008	2007– 2009	2008– 2010	2009– 2011
10–49	9,1	5,0	9,0	4,5	12,3	7,1	12,6	7,4
50–249	20,0	15,4	18,1	13,7	24,2	15,0	22,6	14,7
250–499	48,8	38,6	37,4	38,8	41,7	37,8	36,2	34,5
Powyżej 499			53,6				50,6	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009*, 2010, s. 39; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008–2010*, 2012, s. 35; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, 2012, s. 37].

Wśród najczęściej wdrażanych przez przedsiębiorstwa przemysłowe i usługowe innowacji organizacyjnych w latach 2006–2011 były nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych (np. wprowadzenie po raz pierwszy nowego systemu odpowiedzialności pracowników, pracy zespołowej, decentralizacji, integracja lub dezintegracja wydziałów, systemy szkoleniowe), co zaprezentowano w tabeli 7. Najważniejszym celem wprowadzenia w przedsiębiorstwach przemysłowych innowacji organizacyjnych, np. w latach 2008–2010, była poprawa jakości wyrobów lub usług. Duże znaczenie tego celu zadeklarowała ponad połowa przedsiębiorstw przemysłowych, które wprowadziły w latach 2008–2010 innowacje organizacyjne. W sektorze usług najwyższym ocenionym celem okazało się skrócenie czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców (47,8% badanych podmiotów) [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008–2010*, 2012, s. 40].

Ponadto dla badanych przedsiębiorstw największe znaczenie wśród innowacji organizacyjnych miały te dotyczące nowych metod podziału zadań i uprawnień decyzyjnych, jedynie w latach 2007–2009 wprowadzanych rzadziej niż nowe metody w zasadach działania (np. zarządzanie dostawami, gruntowne przekształcenie procesów w przedsiębiorstwie, systemy „odchudzonej produkcji” – *lean production* – czy systemy zarządzania jakością), zob. tabela 7.

Tabela 7. Przedsiębiorstwa, które w latach 2006–2011 wprowadziły innowacje organizacyjne, według rodzajów innowacji (w %)

Rodzaje innowacji organizacyjnych	Przedsiębiorstwa przemysłowe				Przedsiębiorstwa z sektora usług			
	2006–2008	2007–2009	2008–2010	2009–2011	2006–2008	2007–2009	2008–2010	2009–2011
Nowe metody w zasadach działania	8,5	6,3	8,0	5,6	7,1	4,1	6,6	3,3
Nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych	9,3	6,2	9,5	5,6	11,7	7,2	12,1	6,6
Nowe metody w zakresie stosunków z otoczeniem	5,1	3,8	4,8	3,9	6,1	3,8	6,0	4,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009*, 2010, s. 41; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008–2010*, 2012, s. 250 i 255; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, 2012, s. 40].

Ogólnie zauważa się tendencję spadkową w zakresie wdrażanych innowacji organizacyjnych w analizowanym okresie 2006–2011, gdyż np. odsetek przedsiębiorstw przemysłowych, które w latach 2009–2011 wprowadziły innowacje organizacyjne, wyniósł 8,3% (wobec 13,5% w latach 2006–2008), a dla podmiotów z sektora usług kształtował się na poziomie 9,1% i był niższy w porównaniu z okresem 2008–2010 o 6,1 pkt proc. [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, 2012, s. 40].

Analiza działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw w zakresie wdrażanych innowacji marketingowych pokazuje dominującą rolę dużych przedsiębiorstw, przy czym różnica w stosunku do średnich przedsiębiorstw jest mniejsza niż w przypadku innych wdrażanych innowacji. Ponadto, porównując okres 2006–2008 oraz 2009–2011, zauważyć można wyraźny spadek innowacyjności w każdej grupie wielkości przedsiębiorstw (zob. tabela 8).

Ogólny udział przedsiębiorstw przemysłowych i tych z sektora usług, które w latach 2009–2011 wprowadziły innowacje marketingowe, kształtował się na zbliżonym poziomie i wyniósł odpowiednio 7,9% i 7,8% [*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, 2012, s. 42]. W odniesieniu do analo-

gicznych wartości z lat 2006–2011 widoczny jest wyraźny spadek, przy czym w latach 2008–2010 odnotowano tu niewielki wzrost (zob. tabela 9).

Tabela 8. Przedsiębiorstwa, które w latach 2006–2011 wprowadziły innowacje marketingowe, według liczby pracujących (w %)

Wielkość przedsiębiorstw – liczba pracowników	Przedsiębiorstwa przemysłowe				Przedsiębiorstwa z sektora usług			
	2006– 2008	2007– 2009	2008– 2010	2009– 2011	2006– 2008	2007– 2009	2008– 2010	2009– 2011
10–49	11,0	5,3	11,1	5,3	12,3	6,9	13,6	6,5
50–249	17,4	11,4	16,4	11,4	19,9	13,8	20,5	11,4
250–499	33,1	27,8	28,2	29,9	36,2	31,5	29,0	30,7
Powyżej 499			37,1				49,4	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009, 2010, s. 44; Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008–2010, 2012, s. 43; Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011, 2012, s. 43].

Tabela 9. Przedsiębiorstwa, które w latach 2006–2011 wprowadziły innowacje marketingowe, według rodzajów innowacji (w %)

Rodzaje innowacji marketingowych	Przedsiębiorstwa przemysłowe				Przedsiębiorstwa z sektora usług			
	2006– 2008	2007– 2009	2008– 2010	2009– 2011	2006– 2008	2007– 2009	2008– 2010	2009– 2011
Znaczące zmiany w projekcie, konstrukcji lub opakowaniu wyrobów lub usług	6,3	4,6	5,4	3,5	8,7	6,5	3,8	2,1
Nowe media lub techniki promocji produktów	6,6	4,5	6,6	4,3	7,9	4,7	9,3	5,6
Nowe metody w zakresie dystrybucji produktów lub kanałów sprzedaży	4,0	3,0	4,0	2,3	6,2	4,7	6,3	3,0
Nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług	8,2	3,0	8,0	4,6	3,2	2,9	8,5	3,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009, 2010, s. 46; Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008–2010, 2012, s. 47; Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011, 2012, s. 46].

Analizując wyniki badań przedstawione w tabeli 9, można zauważyć, że wśród przedsiębiorstw przemysłowych, które w latach 2009–2011 wprowadziły innowacje marketingowe, najwyższy był odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług (4,6%), lecz był on niższy

niż w latach 2006–2008, kiedy wynosił 8,2%. Wśród przedsiębiorstw z sektora usług widoczna jest zmiana w rodzaju wdrażanych innowacji marketingowych – w latach 2006–2008 najczęściej wprowadzano tzw. znaczących zmian w projekcie, konstrukcji lub opakowaniu wyrobów lub usług (8,7% przedsiębiorstw), natomiast w latach 2009–2011 dominowały już nowe media lub techniki promocji produktów (5,6% przedsiębiorstw).

Podsumowując, należy stwierdzić, że ogólnie odnotowuje się spadek innowacyjności w odniesieniu do wszystkich rodzajów innowacji realizowanych zarówno przez przedsiębiorstwa przemysłowe, jak i z sektora usług. Biorąc pod uwagę wielkość przedsiębiorstwa, można zauważyć, że działalność innowacyjna ma duże znaczenie szczególnie dla przedsiębiorstw przemysłowych zatrudniających 250 i więcej osób, a dopiero na drugim miejscu pod tym względem znajdują się przedsiębiorstwa średnie (od 50 do 249 zatrudnionych). Małe przedsiębiorstwa mają stosunkowo niski udział w prowadzonej działalności innowacyjnej.

## 5. Podsumowanie

Zmiany zachodzące w globalnej gospodarce skłaniają przedsiębiorstwa do poszukiwania nowych sposobów zapewnienia przewagi konkurencyjnej. Jednym z nich są innowacje, wprowadzane zarówno przez duże podmioty, jak i te z sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Działalność innowacyjna przedsiębiorstw jest niezwykle zróżnicowanym zjawiskiem. Wynika to z faktu, że innowacje łączą ze sobą jednocześnie cztery sfery: naukę, technikę, produkcję i rynek.

Z przeprowadzonej analizy dotyczącej działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw w latach 2006–2011 wynika, że mimo różnych inicjatyw podejmowanych w ostatnich latach ze strony rządu i oferowanego wsparcia publicznego innowacyjność polskich przedsiębiorstw wyraźnie spada. Szczegółowa analiza tych zagadnień pozwoliła wskazać, jak kształtuje się rozwój działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw w latach 2006–2011 ze szczególnym uwzględnieniem MŚP. Wyniki dotyczące działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw w latach 2009–2011 pokazują ogólnie mniejszy odsetek wdrażanych innowacji niż w latach 2006–2008 bez względu na rodzaj wdrażanych innowacji czy też wielkość przedsiębiorstwa. Wynika z tego także, że zarówno w MŚP, jak i w dużych przedsiębiorstwach obserwuje się ciągły spadek ilości wdrażanych innowacji produktowych oraz procesowych. Jedynie w latach 2008–2010 zauważa się nieznaczny wzrost wdrażania innowacji organizacyjnych i marketingowych przez małe i średnie przedsiębiorstwa, przy czym już w latach 2009–2011 odnotowuje się ich mniejszy udział w innowacjach.



Należy zauważyć, że niski poziom innowacyjności w polskich przedsiębiorstwach ma wiele przyczyn, z których najważniejsze to niewystarczające środki finansowe i brak kapitału – głównie w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw, które odgrywają znaczącą rolę w rozwoju gospodarczym [Borowiecki i Sita-Tokarska 2008]. Ponadto istnieją problemy strukturalne związane z funkcjonowaniem otoczenia sprzyjającego innowacjom, które obecnie jeszcze w zbyt małym stopniu wspiera współpracę między podmiotami publicznymi i prywatnymi, stymulującą rozwój innowacyjnych przedsiębiorstw.

Rozwój innowacyjności wymaga z jednej strony umiejętności ciągłego uczenia się zgodnie z ideą gospodarki opartej na wiedzy, a z drugiej strony – wsparcia politycznego. W tej rzeczywistości niezbędne jest wprowadzanie nowych, opartych na mechanizmach współpracy oraz wymiany informacji, sposobów wsparcia szczególnie małych i średnich przedsiębiorstw [Urbaniec i Gerstlberger 2011]. Innowacyjne rozwiązania mogą wynikać z własnej działalności badawczo-rozwojowej firmy, współpracy z innymi lub też z zakupu wiedzy i pomysłów w postaci patentów, oprogramowania, *know-how*, a także usług o charakterze technicznym, technologicznym, organizacyjnym i marketingowym. Dlatego istotnym kierunkiem dalszych badań powinna być identyfikacja i szczegółowa analiza czynników warunkujących powstawanie innowacji w MŚP, które wspomagają nie tylko konkurencyjność firm, lecz także – w szerszym ujęciu – rozwój gospodarczy w Polsce.

## Literatura

- Boguszewicz T. [2010], *Klucz do nowoczesnych innowacji. Lista 2000. Polskie przedsiębiorstwa*, dodatek do „Rzeczpospolitej”, 27 października.
- Decyzja nr 1639/2006/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 24 października 2006 r. ustanawiająca „Program ramowy na rzecz konkurencyjności i innowacji (2007–2013)”, [http://europa.eu/legislation\\_summaries/enterprise/business\\_environment/n26104\\_pl.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26104_pl.htm).
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2006–2009* [2010], GUS, Warszawa.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008–2010* [2012], GUS, Warszawa.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011* [2012], GUS, Warszawa.
- EU SMEs in 2012: at the crossroads. Annual report on small and medium-sized enterprises in the EU, 2011/12*, Rotterdam, September 2012, [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2012/annual-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2012/annual-report_en.pdf).
- Instrumenty umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorców* [2010], Ministerstwo Gospodarki, Departament Instrumentów Wsparcia, Warszawa.
- Janasz W., Kozioł K. [2007], *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.

- Krajowy program badań. Założenia polityki naukowo-technicznej i innowacyjnej państwa [2011], załącznik do Uchwały nr 164/2011 Rady Ministrów z dnia 16 sierpnia 2011 r.
- Łapiński J. i in. [2012], *Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce [w:] Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2010–2011*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data [2005], 3rd ed., OECD/European Communities, Paris.
- Ranking konkurencyjności 2011–2012 [2012], <http://www.egospodarka.pl/art/galeria/70563,Ranking-konkurencyjnosci-2011-2012,1,39,1.html> (dostęp: 12.11.2012).
- Science, Technology and Industry Outlook 2012 [2012], OECD Publishing, 2012, <http://www.oecd.org/sti/sti-outlook-2012-poland.pdf>.
- Starczewska-Krzysztożek M. [2011], *Słabe i mocne strony sektora MŚP w Polsce. Szanse i zagrożenia rozwojowe*, wyniki badania przeprowadzonego w ramach projektu „Monitoring kondycji sektora MŚP w latach 2010–2012” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, PKPP Lewiatan, [http://pkpplewiatan.pl/opinie/gospodarka/1/\\_files/2011\\_12/Raport\\_MSP.pdf](http://pkpplewiatan.pl/opinie/gospodarka/1/_files/2011_12/Raport_MSP.pdf).
- Urbaniec M. [2008], *Umweltinnovationen durch Kooperationen – am Beispiel einer freiwilligen Branchenvereinbarung*, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Urbaniec M., Gerstlberger W. [2011], *Innovation in Environment-oriented Networks: Influence Factors from Case Study and Survey Research*, „Management of Environmental Quality: An International Journal”, vol. 22, nr 6.
- Wach K. [2012], *Europeizacja małych i średnich przedsiębiorstw. Rozwój przez umiędzynarodowienie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Zalecenie Komisji z dnia 6 maja 2003 r. dotyczące definicji mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw (notyfikowane jako dokument nr C(2003) 1422), 2003/361/WE, art. 2 Załącznika.

## Innovativeness of Polish Small and Medium-sized Enterprises

The issue of innovation has been and continues to be a key element in the development considerations of Poland and the European Union. Unfortunately, all the rankings carried out recently show Poland's industry and overall economy to lack innovation. Although small and medium-sized enterprises are believed to have a greater innovation capacity due to their less bureaucratic management style and greater flexibility in decision-making, that ability is often accompanied by a number of difficulties in generating and implementing innovation. This paper presents the results of an extended survey of innovation in industry and a survey of innovation in the services sector done in 2006–2011. The results presented here relate to all activities involved in the development and implementation of product, process, organisational and marketing innovations in Polish enterprises.

**Keywords:** innovative enterprise, innovation, small and medium-sized enterprises, innovativeness.