

Wiesława GIERAŃCZYK, Agata KORDOWSKA

Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych w woj. kujawsko-pomorskim

W budowie konkurencyjnej i dynamicznie rozwijającej się gospodarki opartej na wiedzy ważnym elementem jest działalność innowacyjna. Według definicji GUS działalność innowacyjna obejmuje całokształt działań naukowych, technicznych, organizacyjnych, finansowych i komercyjnych, które rzeczywiście prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Niektóre z tych działań mają charakter innowacyjny, natomiast inne nie są nowością, lecz są konieczne do wdrażania innowacji. Zgodnie z tym ujęciem działalność innowacyjna obejmuje także działalność badawczo-rozwojową (B+R), która nie jest bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji.

Według J. A. Schumpetera — prekursora badań nad innowacjami — innowacja była funkcją składającą się z kreatywnego myślenia oraz działania (Schumpeter, 1960). Tak rozumiana innowacyjność według współczesnych znawców zagadnienia jest jednym z najważniejszych czynników rozwoju społeczno-gospodarczego państw i regionów. Jak wskazuje M. E. Porter (2001), zdolność do działań innowacyjnych, do ciągłego podnoszenia poziomu innowacyjności, jest źródłem przewagi konkurencyjnej. Nowy typ gospodarki, jaki budują państwa/regiony pragnące osiągnąć wysoki poziom rozwoju oraz konkurencyjności, opiera się właśnie na innowacjach. Według S. Cioka i H. Dobrowolskiej-Kaniewskiej (2009) w krajach rozwiniętych 2/3 wzrostu gospodarczego łączy się z wprowadzeniem innowacji.

W większości badań dotyczących działalności innowacyjnej stosowana metodologia wykorzystuje międzynarodowe założenia metodologiczne podręcznika Oslo Manual¹. Zgodnie z nią badania przeprowadzane są metodą podmiotową w sektorze przedsiębiorstw (zarówno przedsiębiorstw przemysłowych, jak również należących do sektora usług). Początkowo w teorii innowacji analizowano przede wszystkim innowacje technologiczne w firmach produkcyjnych, a innowacje w usługach uznawano za marginalne (Miles, 2000). Traktowano je jako wtórne w stosunku do rozwiązań (wynalazków) tworzonych i wprowadzanych w produkcji. Jeszcze w sektorowym podziale zmian technologicznych opraco-

¹ Wytyczne metodologiczne zawarte w tym podręczniku stanowią powszechnie przyjęty międzynarodowy standard metodologiczny stosowany we wszystkich krajach prowadzących badania statystyczne innowacji. W przypadku Polski system Oslo wprowadzany jest stopniowo od początku lat dziewięćdziesiątych.

wanym przez K. Pavitta (1984) przedsiębiorstwa usługowe zaliczono do sektora zależnego od dostawcy, czyli sektora, którego działalność innowacyjna wynikała z podaży innowacji techniczno-technologicznych generowanych przez przedsiębiorstwa przemysłowe. Podobnie innowacje w usługach opisał R. Barras (1986), podkreślając ich zależność od innowacji wprowadzanych przez przedsiębiorstwa produkcyjne jako inicjujących proces innowacyjny w przedsiębiorstwach usługowych. Takie myślenie utrwalało paradygmat innowacji przemysłowych², który zdeterminował ograniczony sposób myślenia na temat innowacyjności w sektorze usług — usługi traktował jako konsumentów innowacji i pasywny element w systemie innowacyjnym. Centralnym punktem paradygmatu były fizyczne aspekty innowacji technologicznych, proces produkcji, konsumpcja dóbr, patenty, działalność B+R (jako wskaźniki innowacyjności) oraz firmy produkcyjne przodujące pod względem innowacyjności w różnych sektorach produkcyjnych (Howells, 2000).

Jak podają źródła, pierwsze poglądy wskazujące, że usługi nie są pozbawione zmian o charakterze innowacyjnym pojawiły się w latach 70. XX w. Pionierskich badań w tym zakresie dokonał J. Gershuny (Tether i in., 2001). Jednak istotne zmiany w teorii na temat innowacji w usługach zaczęły dokonywać się w latach 90. ub. wieku. Obserwowany wówczas wzrost roli usług, wynikający z rosnącego popytu na usługi produkcyjne i konsumpcyjne oraz wyspecjalizowane i nowoczesne, stosujące zaawansowane technologie w przedsiębiorstwach przemysłowych, wymusił rozwój działań o charakterze innowacyjnym. Wzrosło zainteresowanie innowacjami także w przedsiębiorstwach usługowych, zauważono bowiem, że innowacje usługowe pełnią ważną rolę w procesie innowacyjnym ujmowanym w aspekcie makroekonomicznym. Stymulując rozwój przedsiębiorstw usługowych i wzrost ich konkurencyjności na rynku powodowały wzrost zainteresowania m.in. sferą zarządzania, marketingiem czy analizą interakcji z klientem. Badania i praktyka gospodarcza pokazują, że innowacje w usługach w dużym stopniu oparte są na nowoczesnej technologii. Ponadto dostrzeżono wiele podobieństw podmiotów sektora produkcyjnego i sektora usług w zakresie zachowań innowacyjnych (Niedzielski, Rychlik, 2007).

Obecna gospodarka znajduje się w stanie, w którym produkcja i usługi współistnieją, warunkują swój rozwój i wzajemnie się przenikają. Badacze reprezentują różne podejścia do metod analizy innowacyjności w przedsiębiorstwach przemysłowych i usługowych (Coombs, Miles, 2000; Drejer, 2003), np. F. Gallou i O. Weinstein (1997) promują tzw. podejście asymilujące — są bowiem zwolennikami użycia do badań innowacji w sektorze usług metodologii badań ukształtowanej przy badaniach procesów produkcyjnych. Według podejścia syntetyzującego rozwinięta już metodologia badań w produkcji przemysłowej, po odpowiednim dostosowaniu do specyfiki usług, może stać się podstawą do sformułowania koncepcji innowacji w sektorze usług. Trzecie podejście, tzw.

² O paradygmacie tym pisze J. Howells, przeciwstawiając mu paradygmat innowacji usługowych i proponując stworzenie zintegrowanego paradygmatu innowacji przemysłowych i usługowych systemu innowacyjnego (Niedzielski i in., 2008).

rozgraniczające, reprezentują badacze, według których innowacje w usługach w znacznym stopniu różnią się od innowacji w przemyśle i dlatego wymagają nowych teorii i instrumentów badawczych (Bernardt, 2000; *Promoting...*, 2000).

Celem artykułu jest analiza innowacyjności w przedsiębiorstwach przemysłowych i sektorze usług w woj. kujawsko-pomorskim w latach 2008—2010 z uwzględnieniem zależności między typami innowacji wprowadzanych przez przedsiębiorstwa a ich wielkością wyrażoną liczbą pracujących osób. Źródłem informacji były dane wynikowe pochodzące z badania przeprowadzonego przez GUS w 2010 r. na formularzach sprawozdawczych PNT-02 (Badanie o innowacjach w przemyśle za lata 2008—2010) oraz PNT-02/u (Badanie o innowacjach w sektorze usług za lata 2008—2010). Badaniem tym objęto przedsiębiorstwa o liczbie pracujących powyżej 9 osób we wszystkich sekcjach i działach PKD w przemyśle oraz w sektorze usług w sekcjach PKD: G — Handel; naprawa pojazdów samochodowych (dział 46 — handel hurtowy); H — Transport i gospodarka magazynowa (działy: 49 — transport lądowy i rurociągowy, 50 — transport wodny, 51 — transport lotniczy, 52 — magazynowanie i działalność usługowa wspomagająca transport, 53 — działalność pocztowa i kurierska); J — Informacja i komunikacja (działy: 58 — działalność wydawnicza, 61 — telekomunikacja, 62 — działalność związana z oprogramowaniem i doradztwo w zakresie informatyki, 63 — działalność usługowa w zakresie informacji); K — Działalność finansowa i ubezpieczeniowa (działy: 64 — finansowa działalność usługowa, 65 — ubezpieczenia, reasekuracja i fundusze emerytalne, 66 — działalność wspomagająca usługi finansowe oraz ubezpieczenia i fundusze emerytalne); M — Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (dział 71 — działalność w zakresie architektury i inżynierii; badania i analizy techniczne).

Zgodnie z metodologią badania przyjęto, że innowacja to działanie nowatorskie, które może mieć miejsce w przemyśle lub usługach zarówno w stosunku do produktów (poprzez tworzenie nowych lub znaczne modyfikowanie już istniejących), jak i w stosunku do procesów zachodzących w przedsiębiorstwie (poprzez ich usprawnianie). Takie ujęcie zgodnie z zaleceniami Eurostatu oraz OECD pozwala wyróżnić cztery typy innowacji: w grupie innowacji technologicznych — innowacje produktowe i procesowe, a w grupie innowacji nietechnologicznych — innowacje marketingowe oraz organizacyjne. Działalność innowacyjną przedsiębiorstw przeanalizowano także z uwzględnieniem ich wielkości.

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA PRZEDSIĘBIORSTW PRZEMYSŁOWYCH I USŁUGOWYCH WEDŁUG TYPÓW INNOWACJI

Z analizy wyników wspomnianych badań innowacyjności wynika, że w latach 2008—2010 w przedsiębiorstwach woj. kujawsko-pomorskiego wdrażane były wszystkie typy innowacji. Jako miarę innowacyjności przedsiębiorstw przyjęto udział podmiotów, które w trakcie trzyletniego okresu badawczego wprowadziły innowacje w określonym procencie ogółu przedsiębiorstw objętych badaniem.

Zauważa się, że w przemyśle częstotliwość wdrażania każdego z typów innowacji była zbliżona, podczas gdy w przedsiębiorstwach usługowych niemal dwukrotnie częściej wdrażane były innowacje marketingowe i organizacyjne aniżeli innowacje technologiczne (wykr. 1). Taka sytuacja obserwowana była niezależnie od wielkości analizowanych przedsiębiorstw. Należy przy tym zauważyć, że we wszystkich typach innowacji wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstw wzrastał udział przedsiębiorstw innowacyjnych (tabl. 1).

**TABL. 1. INNOWACYJNE PRZEDSIĘBIORSTWA PRZEMYSŁOWE I USŁUGOWE
WEDŁUG TYPÓW WPROWADZONYCH INNOWACJI W LATACH 2008—2010
W WOJ. KUJAWSKO-POMORSKIM W % OGÓLNEJ LICZBY PRZEDSIĘBIORSTW**

Przedsiębiorstwa według liczby pracujących	Innowacje			
	produktowe	procesowe	marketingowe	organizacyjne
Przemysłowe	12,9	13,1	12,8	12,4
10— 49 osób	6,6	5,8	10,6	8,3
50—249	22,7	23,2	14,4	16,2
powyżej 249 osób	49,5	58,1	33,3	48,4
Usługowe	6,0	7,0	14,3	13,1
10— 49 osób	5,3	4,9	13,3	11,3
50—249	9,0	13,5	16,0	19,2
powyżej 249 osób	14,3	38,1	38,1	38,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

INNOWACJE PRODUKTOWE

Pod pojęciem innowacji produktowych rozumie się wprowadzenie na rynek wyrobu lub usługi, które są nowe lub istotnie ulepszone w zakresie cech lub zastosowania pod względem specyfikacji technicznych, komponentów i materiałów, wbudowanego oprogramowania, łatwości obsługi lub funkcjonalności. Z przeprowadzonej analizy wynika, że w woj. kujawsko-pomorskim w przedsiębiorstwach przemysłowych w zdecydowanej większości dotyczyły one wyrobów (92,1% przedsiębiorstw innowacyjnych), w przedsiębiorstwach usługowych — usług (73,3% przedsiębiorstw innowacyjnych). Jednocześnie w przedsiębiorstwach usługowych udział wdrożonych innowacji produktowych w zakresie wyrobów był dwukrotnie wyższy aniżeli wdrożonych w przedsiębiorstwach przemysłowych innowacji produktowych w zakresie usług (wykr. 2).

Można również zauważyć, że niezależnie od rodzaju działalności i wielkości przedsiębiorstw rzadziej wprowadzane były produkty nowe dla rynku niż produkty nowe tylko dla przedsiębiorstwa (tabl. 2).

Innowacje nowe dla rynku występują wówczas, jeżeli przedsiębiorstwo jako pierwsze wprowadza daną innowację na swoim rynku, przy czym rynek może obejmować region geograficzny lub linię produktową. Zakres terytorialny nowości dla rynku zależy więc od tego, jak dane przedsiębiorstwo samo postrzega

swój rynek działania. Oznacza to, że rynek może obejmować tak przedsiębiorstwa krajowe, jak i zagraniczne. Innowacje stanowiące nowość na rynku obarczone są większym ryzykiem. Jak wynika z danych zawartych w tabl. 2, w woj. kujawsko-pomorskim wdrażanie innowacji nowych dla rynku częściej podejmowały przedsiębiorstwa przemysłowe (50,7% innowacyjnych przedsiębiorstw) niż usługowe (33,3% innowacyjnych przedsiębiorstw). Zauważono przy tym, że najmniejszą skłonność do podejmowania ryzyka wdrażania innowacji nowych na rynku przejawiały przedsiębiorstwa przemysłowe o liczbie 50—249 osób pracujących, natomiast w przedsiębiorstwach usługowych wzrastała ona wraz z wielkością przedsiębiorstwa.

**TABL. 2. PRZEDSIĘBIORSTWA PRZEMYSŁOWE I USŁUGOWE
WPROWADZAJĄCE INNOWACJE PRODUKTOWE
W WOJ. KUJAWSKO-POMORSKIM W LATACH 2008—2010
W % PRZEDSIĘBIORSTW INNOWACYJNYCH PRODUKTOWO**

Przedsiębiorstwa według liczby pracujących	Przedsiębiorstwa, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone produkty	
	dla rynku	tylko dla przedsiębiorstwa
Przemysłowe	50,7	61,7
10— 49 osób	52,5	56,3
50—249	46,5	64,4
powyżej 249 osób	56,5	65,2
Usługowe	33,3	73,3
10— 49 osób	27,9	69,8
50—249	42,9	78,6
powyżej 249 osób	66,7	66,7

Ź r ó d ł o: jak przy tabl. 1.

Najbardziej spektakularny wymiar działalności innowacyjnej stanowią innowacje będące nowością w skali międzynarodowej. Jednak ich wdrożenie na konkurencyjnym rynku liderów danej branży lub technologii obarczone jest dużym ryzykiem, a zatem są one rzadkie. W woj. kujawsko-pomorskim w latach 2008—2010 wdrożenie innowacji oryginalnych dla świata wykazało 2,6% przedsiębiorstw przemysłowych i 1,7% przedsiębiorstw usługowych.

INNOWACJE PROCESOWE

Z innowacjami produktowymi ściśle powiązane są innowacje procesowe. Trudno bowiem wyobrazić sobie innowacje produktowe, zwłaszcza w przemyśle, bez jednoczesnych innowacji procesowych.

Za innowację procesową uznaje się wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych metod produkcji, dystrybucji i wspierania działalności w zakresie wyrobów i usług. Do innowacji procesowych zalicza się nowe lub znacząco ulepszone

metody tworzenia i świadczenia usług, nowe lub istotnie ulepszone techniki, urządzenia i oprogramowanie w działalności pomocniczej (zaopatrzenie, księgowość, obsługa informatyczna i prace konserwacyjne).

W woj. kujawsko-pomorskim innowacje procesowe należały do najczęściej wdrażanych typów innowacji w przedsiębiorstwach przemysłowych w latach 2008—2010. Wynika to z faktu, że współczesne przedsiębiorstwa znajdują się pod presją rynku przejawiającą się koniecznością dokonania zmian koncepcji strategii określanej jako „produkty—rynki” na rzecz koncepcji „technologie—produkty—rynki”. Takiemu podejściu odpowiada strategia technologiczna obejmująca nie tylko wybór procedur i produktów, lecz także kwalifikacje niezbędne do utrzymania przewagi konkurencyjnej, którą buduje nie tylko umiejętność produkowania czy znajomość technologii, lecz także umiejętność sprzedaży, zaopatrywania się, finansowania działalności, rozumienia otoczenia i zachodzących procesów oraz ich następstw.

Analiza struktury innowacji procesowych wskazuje, że kujawsko-pomorskie przedsiębiorstwa przemysłowe koncentrowały się głównie na poprawianiu metod wytwarzania wyrobów. Ten zakres innowacji wykazało 80,3% przedsiębiorstw przemysłowych, natomiast w niemal co drugim innowacyjnym przedsiębiorstwie przemysłowym wdrożono metody wspierające procesy (48,9%). Najrzadziej zaś, bo w co trzecim przedsiębiorstwie wprowadzono zmiany pole-

gające na ulepszaniu metod logistyki i dystrybucji (29,7%). W przedsiębiorstwach usługowych działania innowacyjne koncentrowały się na wdrażaniu metod wspierających procesy w przedsiębiorstwie. Udział przedsiębiorstw, które je wykazały w latach 2008—2010 był ponad dwukrotnie wyższy niż udział przedsiębiorstw usługowych, które w tym czasie wdrożyły nowe metody wytwarzania produktów (wykr. 3).

Ukierunkowanie strategii wdrażania innowacji procesowych potwierdza skala ich nowości. Przedsiębiorstwa przemysłowe w większym stopniu niż przedsiębiorstwa usługowe inwestowały w rozwiązania dotyczące organizacji metod wytwarzania niż działania w organizacji produkcji czy zastosowanie nowych sposobów docierania z produktem do odbiorców, częściej też niż przedsiębiorstwa usługowe deklarowały wdrożoną innowację jako nową dla rynku (tabl. 3). W przedsiębiorstwach usługowych wdrożone innowacje procesowe wiązały się głównie z wprowadzeniem metod wspierających procesy w przedsiębiorstwie oraz związanych z organizacją, jednak przedsiębiorcy nie potrafili określić stopnia nowości tych innowacji (tabl. 3).

**TABL. 3. PRZEDSIĘBIORSTWA PRZEMYSŁOWE I USŁUGOWE
WPROWADZAJĄCE INNOWACJE PROCESOWE
W WOJ. KUJAWSKO-POMORSKIM W LATACH 2008—2010
W % PRZEDSIĘBIORSTW INNOWACYJNYCH
W ZAKRESIE INNOWACJI PROCESOWYCH**

Przedsiębiorstwa według liczby pracujących	Przedsiębiorstwa, które wprowadziły nowe lub istotnie ulepszone procesy	
	dla rynku	bez określenia skali zasięgu
Przemysłowe	34,9	22,3
10— 49 osób	39,4	19,7
50—249	29,1	26,2
powyżej 249 osób	40,7	18,5
Usługowe	24,3	31,4
10— 49 osób	20,0	37,5
50—249	28,6	23,8
powyżej 249 osób	25,0	25,0

Źródło: jak przy tabl. 1.

Jak wynika z danych zawartych w tabl. 3, w woj. kujawsko-pomorskim skala nowości wdrażanych innowacji procesowych w analizowanych grupach przedsiębiorstw według liczby pracujących była zbliżona. Można zwrócić jedynie uwagę, że przedsiębiorstwa przemysłowe zatrudniające 50—249 osób rzadziej niż pozostałe przedsiębiorstwa przemysłowe wdrażały innowacje procesowe nowe dla rynku, podczas gdy przedsiębiorstwa usługowe zatrudniające 50—249 osób czyniły to nieco częściej niż przedsiębiorstwa usługowe w pozostałych grupach wielkościowych.

INNOWACJE MARKETINGOWE

W woj. kujawsko-pomorskim w przedsiębiorstwach usługowych znacznie częściej, a w przedsiębiorstwach przemysłowych w podobnym stopniu jak innowacje technologiczne, wdrażano innowacje marketingowe i organizacyjne.

Za innowację marketingową uznaje się wdrożenie przez przedsiębiorstwo nowej koncepcji lub strategii marketingowej. Cechą wyróżniającą innowacje marketingowe jest to, że polegają one na wdrożeniu metody marketingowej nie stosowanej dotychczas przez daną firmę. Musi być ona elementem nowej koncepcji lub strategii marketingowej stanowiącej znaczące odejście od dotychczas stosowanych metod marketingowych.

Nowa metoda marketingowa może być opracowana przez firmę we własnym zakresie lub zaczerpnięta od innych firm lub podmiotów. Nowe metody marketingowe mogą być wdrażane zarówno na potrzeby nowych, jak i już istniejących produktów. Wśród wdrożonych innowacji marketingowych w przedsiębiorstwach woj. kujawsko-pomorskiego stosowano głównie nowe media lub nową technikę promocji produktów i nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług. W przedsiębiorstwach przemysłowych najczęściej innowacje marketingowe dotyczyły metod kształtowania cen, a w przedsiębiorstwach usługowych nowych technik i form promocji (wykr. 4).

Ponadto przedsiębiorstwa usługowe częściej niż przemysłowe wprowadzały nowe metody dystrybucji i sprzedaży, ale rzadziej dotyczyły one zmiany projektu produktu lub jego opakowania. Nowe metody marketingowe w zakresie dystrybucji produktów polegają przede wszystkim na wprowadzeniu nowych sposobów sprzedaży. Są to metody stosowane w celu sprzedawania wyrobów i usług klientom, ale nie dotyczą transportu, magazynowania i przeładunku produktów, gdyż te wiążą się przede wszystkim z podnoszeniem efektywności. Przykładem innowacji marketingowych w zakresie dystrybucji produktów może być wprowadzenie systemu franchisingu, sprzedaży bezpośredniej lub ekskluzywnej sprzedaży detalicznej, licencjonowania produktów, ale także stosowanie nowych koncepcji ekspozycji produktów.

TABL. 4. PRZEDSIĘBIORSTWA PRZEMYSŁOWE I USŁUGOWE WPROWADZAJĄCE INNOWACJE MARKETINGOWE W WOJ. KUJAWSKO-POMORSKIM W LATACH 2008—2010 W % OGÓŁU PRZEDSIĘBIORSTW INNOWACYJNYCH W ZAKRESIE INNOWACJI MARKETINGOWYCH

Przedsiębiorstwa według liczby pracujących	Przedsiębiorstwa, które wprowadziły			
	znaczące zmiany w projekcie/ /koncepcji lub opakowaniu wyrobów lub usług	nowe media lub nową technikę promocji produktów	nowe metody w zakresie dystrybucji produktów lub kanałów sprzedaży	nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług
Przemysłowe	38,7	48,9	30,7	63,1
10— 49 osób	32,6	45,7	26,4	61,2
50—249	40,6	53,1	42,2	68,8
powyżej 249 osób	61,3	54,8	29,0	64,5
Usługowe	18,3	64,8	41,5	52,1
10— 49 osób	14,7	67,0	38,5	59,6
50—249	32,0	56,0	56,0	32,0
powyżej 249 osób	12,5	75,0	25,0	12,5

Źródło: jak przy tabl. 1.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że głównym celem wprowadzenia innowacji marketingowych zarówno w przedsiębiorstwach przemysłowych, jak i usługowych w woj. kujawsko-pomorskim było zwiększenie lub utrzymanie udziału w rynku. Ten cel za najważniejszy (ocena „1” w skali 1—4) wskazało co drugie przedsiębiorstwo. Do ważnych celów działalności marketingowej przedsiębiorców z sektora przemysłowego i usługowego należało także wprowadzenie produktów dla nowej grupy klientów. Ten cel pozytywnie (oceny od 1 do 3) oceniło ok. 87% przedsiębiorców, przy czym oceny rozkładały się dość równomiernie. Równomierny rozkład pozytywnych ocen przedsiębiorców odnotowano także w zakresie potrzeby wprowadzenia produktów na nowy rynek geograficzny (po ok. 20—25%), jednakże aż 1/3 przedsiębiorstw usługowych i 1/4 przedsiębiorstw przemysłowych oceniła ten cel jako nieistotny (ocena „4”). Może to wiązać się z tym, że wejście na nowy rynek stwarza możliwość szybkiego roz-

woju firmy, ale niesie ze sobą ryzyko związane z brakiem doświadczenia na nowym rynku oraz nieznaną zachowań potencjalnych konsumentów.

INNOWACJE ORGANIZACYJNE

Za innowację organizacyjną uznaje się wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania (w tym w zakresie zarządzania wiedzą), w organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem, które nie były dotychczas stosowane w przedsiębiorstwie.

Pomimo że udział przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych, które je wdrożyły w woj. kujawsko-pomorskim w latach 2008—2010 był zbliżony, odgrywały one relatywnie większą rolę w sektorze usług niż w przemyśle. Jak wynika z danych przedstawionych na wyk. 1, innowacje organizacyjne były wdrażane w przedsiębiorstwach usługowych niemal dwukrotnie częściej niż innowacje technologiczne. Równocześnie można było zauważyć, że struktura wdrożonych innowacji organizacyjnych w przedsiębiorstwach usługowych i przemysłowych była zbliżona (wykr. 5).

Najczęściej innowacyjne zmiany organizacyjne dotyczyły wewnętrznej organizacji przedsiębiorstw. Nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych wykazało 81,5% przedsiębiorstw usługowych i 74,8% przedsiębiorstw przemysłowych, natomiast nowe metody w zasadach działania — 46,2% przedsiębiorstw usługowych i 61,0% przedsiębiorstw przemysłowych. Najrzadziej, bo w niespełna co trzecim przedsiębiorstwie poszukiwano nowych metod kształtujących relacje z otoczeniem. Celem tej postaci innowacji organizacyjnych jest wdrażanie sposobów organizacji stosunków z innymi firmami lub instytucjami, jak np. nawiązanie nowego typu współpracy z placówkami badawczymi lub z klientami, integracja z dostawcami, a także zlecanie firmie zewnętrznej takich elementów działalności, jak: produkcja, zaopatrzenie, dystrybucja, rekrutacja czy usługi pomocnicze.

Stosunkowo niskie zaangażowanie kujawsko-pomorskich przedsiębiorstw w poszukiwanie nowych powiązań organizacyjnych jest pochodną małego zaangażowania przedsiębiorstw w poszukiwanie nowych rynków. Takie zachowania przedsiębiorstw można tłumaczyć tym, że podobnie jak wejście na nowy rynek, kształtowanie przez przedsiębiorstwo jego wzajemnych relacji z otoczeniem wymaga większego ryzyka niż wprowadzanie zmian organizacyjnych wewnątrz firmy.

TABL. 5. PRZEDSIĘBIORSTWA PRZEMYSŁOWE I USŁUGOWE WPROWADZAJĄCE INNOWACJE ORGANIZACYJNE W WOJ. KUJAWSKO-POMORSKIM W LATACH 2008—2010 W % OGÓŁU PRZEDSIĘBIORSTW INNOWACYJNYCH W ZAKRESIE INNOWACJI ORGANIZACYJNYCH

Przedsiębiorstwa według liczby pracujących	Przedsiębiorstwa, które wprowadziły		
	nowe metody w zasadach działania	nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych	nowe metody organizacyjne w zakresie stosunków z otoczeniem
Przemysłowe	61,0	74,8	32,6
10— 49 osób	60,4	74,3	27,7
50—249	59,7	70,8	30,6
powyżej 249 osób	64,4	84,4	46,7
Usługowe	46,2	81,5	31,5
10— 49 osób	51,1	81,5	28,3
50—249	26,7	80,0	46,7
powyżej 249 osób	62,5	87,5	12,5

Ź r ó d ł o: jak przy tabl. 1.

Analiza wskazuje, że podobnie jak we wcześniej opisywanych typach innowacji, innowacje organizacyjne wdrażane były w woj. kujawsko-pomorskim najczęściej przez największe przedsiębiorstwa (tabl. 5). Zjawisko to dotyczyło

zarówno przedsiębiorstw przemysłowych, jak i usługowych. W przedsiębiorstwach przemysłowych o liczbie pracujących 10—49 osób i 50—249 osób innowacje te były relatywnie rzadziej wdrażane niż w przedsiębiorstwach usługowych. Wyższy odsetek przedsiębiorstw przemysłowych, które wdrożyły innowacje organizacyjne w ogólnej liczbie przedsiębiorstw, odnotowano jedynie w grupie przedsiębiorstw skupiających powyżej 249 pracujących i tylko w tej grupie przedsiębiorstw w woj. kujawsko-pomorskim poziom innowacyjności w zakresie innowacji organizacyjnych był wyższy niż średnio w Polsce.

KORELACJA MIĘDZY INNOWACJAMI WPROWADZANYMI PRZEZ PRZEDSIĘBIORSTWA PRZEMYSŁOWE I USŁUGOWE

Przeprowadzona analiza aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw wskazuje, że w latach 2008—2010 w woj. kujawsko-pomorskim, podobnie jak w Polsce, w zakresie innowacji technologicznych, bardziej innowacyjne były przedsiębiorstwa przemysłowe, natomiast w zakresie innowacji nietechnologicznych — przedsiębiorstwa usługowe. Przeprowadzone badanie zależności korelacyjnych pod względem udziału przedsiębiorstw wdrażających poszczególne typy innowacji w Polsce w przedsiębiorstwach przemysłowych i usługowych według agregacji wojewódzkiej pozwala stwierdzić dodatnią dość silną więź.

Nieco silniejszą zależność korelacyjną odnotowano w przedsiębiorstwach usługowych, w których siła związku korelacyjnego wahała się od $r = 0,826$ w przypadku innowacji procesowych i organizacyjnych do $r = 0,778$ w przypadku innowacji organizacyjnych i marketingowych. Z kolei w przedsiębiorstwach przemysłowych najsilniejsza więź zachodziła między wdrażaniem innowacji procesowych i marketingowych ($r = 0,719$), najsłabsza zaś między wdrażaniem innowacji procesowych i organizacyjnych ($r = 0,573$). Można zatem wnioskować, że w latach 2008—2010 podejmowanie działań innowacyjnych w ramach jednego z wydzielonych typów innowacji w przedsiębiorstwach woj. kujawsko-pomorskiego zarówno przemysłowych, jak i usługowych wiązało się z wdrażaniem innowacji w innych sferach funkcjonowania przedsiębiorstwa.

*

*

*

Zmiany dokonujące się w dobie gospodarki opartej na wiedzy, warunkują aktywność innowacyjną przedsiębiorstw. Wyścig po sukces, w jakim biorą udział współczesne przedsiębiorstwa doprowadził do sytuacji, w której powszechnie uznaje się, że innowacje mają kluczowe znaczenie w budowaniu wzrostu gospodarczego oraz konkurencyjności gospodarki. Początkowo utożsamiane z działalnością przemysłową, dziś niemal równie często wdrażane są w przedsiębiorstwach usługowych. Wzmoczone zainteresowanie działalnością

innowacyjną w usługach wynika z systematycznego wzrostu roli usług, jak również postępującej serwicyzacji produkcji rozumianej jako upodabnianie produktów oferowanych przez przedsiębiorstwa produkcyjne do produktów usługowych.

dr Wiesława Gierańczyk, mgr Agata Kordowska — *Urząd Statystyczny w Bydgoszczy*

LITERATURA

- Barras R. (1986), *Towards a theory of innovation in services*, „Research Policy”, Vol. 15, No. 4
- Bernardt Y. (2000), *De innovativiteit van de Nederlandse dienstensector*, EIM Business & Policy Research, Zoetermeer
- Ciok S., Dobrowolska-Kaniewska H. (2009), *Polityka innowacyjna państwa a regionalny potencjał innowacyjny. Przykład Dolnego Śląska*, Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego
- Coombs R., Miles I. (2000), *Innovation, measurement and services: the new problematique*, [w:] Metcalfe J. S., Miles I. (red.), *Innovation Systems in the Service Economy*, Measurement and Case Study Analysis, Kluwer Academic Publishers, Boston
- Drejer I. (2003), *Identifying innovation in surveys of services: a Schumpeterian perspective*, „Research Policy”, Vol. 33, No. 3
- Gallouj F., Weinstein O. (1997), *Innovation in services*, „Research Policy”, No. 26
- Howells J. (2000), *Innovation and Services: New Conceptual Frameworks*, „CRIC Discussion Paper”, No. 38
- Miles I. (2000), *Services innovation: coming of age in the knowledge-based economy*, „International Journal of Innovation Management”, Vol. 4, No. 4
- Niedzielski P., Rychlik K. (2007), *Innowacje w sektorze produkcyjnym i usługowym — odmienność czy podobieństwo?*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 356, „Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 7, Szczecin
- Niedzielski P., Rychlik K., Markiewicz J. (2008), *Innowacyjność przedsiębiorstw sektora usług? Nowe ścieżki rozwoju*, [w:] Okoń-Horodyńska E., Zachorowska-Mazurkiewicz A. (red.), *Tendencje innowacyjnego rozwoju polskich przedsiębiorstw*, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa
- Pavitt K. (1984), *Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory*, „Research Policy”, No. 13
- Porter M. E. (2001), *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa
- Promoting Innovation and Growth in Services* (2000), Organisation for Economic Cooperation and Development, Paris
- Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development* (2002), Frascati Manual, OECD
- Schumpeter J. A. (1960), *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa
- Tether B. S., Miles I., Blund K., Hipp Ch., de Liso N., Cainelli G. (2001), *Innovation in the Service Sector. Analysis of data collected under the Community Innovation Survey (CI S-2)*, Final Report, ECSC-EC-EAEC Brussels-Luxembourg

SUMMARY

This paper discusses the literature to define innovation and to identify them in analyzed sectors of economy. An analysis concerning the innovation scale of industrial and service enterprises in the Kujawsko-Pomorskie voivodship was presented as well. The CSO survey results regarding product, process, marketing and organizational innovations introduced in 2008—2010 were the basis for the study. The Authors analyzed companies from the Kujawsko-Pomorskie voivodship by their size. The paper also includes results of the study on the correlation between the types of innovations implemented by industry and service enterprises.

РЕЗЮМЕ

В статье была охарактеризована литература в области определения инноваций и их идентифицирования в обследуемых секторах экономики, а также был представлен анализ масштаба инноваций промышленных и сервисных предприятий в куявско-поморском воеводстве. Основой разработки были результаты обследования ЦСУ касающиеся инновационных продуктов, процессов, маркетинга и организации введенных в 2008—2010 гг. Обследованием были охвачены предприятия из куявско-поморского воеводства по их величине. В статье были указаны результаты обследования корреляционных зависимостей между типами инноваций применяемых промышленными и сервисными предприятиями.