

Magdalena Pichlak

Szkoła Zarządzania Uniwersytetu Śląskiego w Chorzowie

SPECYFIKA ZACHOWAŃ INNOWACYJNYCH W MAŁEJ I ŚREDNIEJ FIRMIE*

1. Wstęp

Tematyka innowacji i innowacyjności – rozumianych jako wewnętrzna zdolność i skłonność przedsiębiorstw do ciągłego poszukiwania, kreowania i komercjalizacji innowacji – od dawna cieszyła się zainteresowaniem naukowców z zakresu zarówno ekonomii, jak i nauk o zarządzaniu. Już tacy ekonomiści, jak J.A. Schumpeter czy R. Solow podkreślali znaczenie innowacji dla wyjaśniania procesów wzrostu gospodarczego, za główne czynniki tego rozwoju uznając przedsiębiorczość oraz innowacje techniczne i organizacyjne.

Stojąc w obliczu wyzwań XXI w., coraz częściej traktuje się innowacyjność jako strategiczny zasób przedsiębiorstwa, a więc jako czynnik podlegający regułom zarządzania. Zdaniem P.F. Druckera „innowacja jest pracą zorganizowaną, systematyczną i racjonalną” [Drucker 1992, s. 60] i jako taka wymaga efektywnego zarządzania i monitorowania [Pomykański 2001, s. 78]. Przedsiębiorstwo, które jest w stanie tworzyć innowacje, obserwować je i wdrażać oraz potrafi zdobywać informacje o rozwiązaniach innowacyjnych, ma znamiona przedsiębiorstwa innowacyjnego [Bogdanienko 2004, s. 59].

Dzięki wprowadzaniu innowacji przedsiębiorstwa mogą lepiej przystosować się do zmienności otoczenia, poprawiać jakość i konkurencyjność swoich produktów, pozyskać nowe rynki zbytu, obniżyć koszty produkcji czy podjąć współpracę z partnerami zewnętrznymi. Oczywiście jest, zatem, że poszukiwanie i wprowadzanie innowacji stało się dla współczesnych przedsiębiorstw po prostu koniecznością – warunkiem przetrwania i dalszego rozwoju, i to bez względu na wiek firmy, sektor działalności czy też jej wielkość.

* Praca została wykonana w ramach projektu badawczego własnego nr N N115 257434.

2. Wielkość przedsiębiorstwa a innowacyjność

Jakiegokolwiek badanie relacji między wielkością przedsiębiorstwa a poziomem jego innowacyjności musi się w którymś momencie zmierzyć ze spuścizną J.A. Schumpetera [Schumpeter 1960, s. 104]. Schumpeter odnosił zarówno wielkość firmy, jak i strukturę rynku do innowacji i w ten sposób akcentował endogeniczny charakter zmiany technicznej. Twierdzenia Schumpetera wywarły znaczny wpływ na rozwój myśli ekonomicznej i zainspirowały wielu twórców, którzy skupili się na rozwijaniu i testowaniu dwóch hipotez Schumpetera: (1) innowacyjność rośnie wraz ze wzrostem koncentracji rynku [Cohen, Levin 1989, s. 1061] i (2) innowacyjność rośnie bardziej niż proporcjonalnie wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa [Ahuja i in. 2008, s. 22].

W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele badań empirycznych, w których autorzy skupili się na testowaniu hipotez Schumpetera w ich formie najprostszej [Cohen, Levin 1989, s. 1059-1107; Kamien, Schwartz 1982].

W późniejszych badaniach, do modeli włączano kolejne zmienne:

- wielkość działalności B+R [Grave, Langowitz 1993, s. 593-605],
- zakres działalności badawczej firmy [Henderson, Cockburn 1996, s. 32-59],
- wewnętrzną organizację działalności B+R [Henderson, Cockburn 1994, s. 63-84].

Ze względu na powszechny charakter badań nad innowacyjnością przedsiębiorstw oraz częste wykorzystywanie w modelach wielkości organizacji jako zmiennej modyfikującej, w literaturze przedmiotu można doszukać się wielu badań potwierdzających pozytywną zależność między wielkością przedsiębiorstwa a jego innowacyjnością [Camison-Zornoza i in. 2004, s. 331-361]. Z drugiej strony można także znaleźć badania dostarczające wnioski odwrotne [Pla-Barber, Alegre 2007, s. 275-293].

Na podstawie przeprowadzonych studiów literaturowych można zatem stwierdzić, że zarówno małe, jak i duże przedsiębiorstwa mają swoje specyficzne przewagi w poszukiwaniu, kreowaniu i komercjalizacji innowacji. Argumenty wspierające pogląd o przewadze innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw są z reguły natury behawioralnej [Kuemmerle 2006], podczas gdy firmy duże uzyskują przewa-

Tabela 1. Przewagi i bariery małych i dużych firm w zakresie innowacyjności

Przewagi behawioralne małych firm	Bariery materialne małych firm
Elastyczność działania Sprawna komunikacja wewnętrzna Specjalizacja produktowa	Ograniczone zasoby finansowe, technologiczne i ludzkie
Przewagi materialne dużych firm	Bariery behawioralne dużych firm
Zasoby finansowe, technologiczne i ludzkie Działalność B+R	Zawiłości hierarchii Organizacyjny bezwład Brak przezroczystości

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Kuemmerle 2006; Stawasz 1999, s. 54-56].

gę innowacyjną w oparciu o czynniki o charakterze materialnym [Stawasz 1999, s. 52] (tab. 1).

Niejako w opozycji do powyższych stwierdzeń stoją W.M. Cohen oraz G. Ahuja, C.M. Lampert, V. Tandon. Stwierdzają oni bowiem, że wielkość przedsiębiorstwa nie jest ani koniecznym, ani dostatecznym warunkiem osiągnięcia pozytywnych efektów w zakresie innowacyjności [Cohen 1995, s. 182-264]. Duży rozmiar przedsiębiorstwa nie jest niezbędny, aby uzyskać korzyści skali i komplementarności, ponieważ współpraca niewielkich firm w działalności innowacyjnej, przynajmniej teoretycznie, pozwala na osiągnięcie podobnych korzyści. Podobnie, nawet, jeśli firma jest duża, ale nie wyspecjalizowana funkcjonalnie (prowadzi tylko jeden rodzaj działalności), raczej nie osiągnie żadnych większych korzyści w zakresie komplementarności w stosunku do firm mniejszych [Ahuja i in. 2008, s. 23]. Powyższe stwierdzenia wyraźnie wskazują, że relacja między wielkością przedsiębiorstwa a poziomem jego innowacyjności jest o wiele bardziej złożona niż w hipotezie Schumpetera.

3. Innowacje w małych i średnich firmach

Za przedsiębiorstwa innowacyjne uważa się takie firmy, które permanentnie generują i realizują innowacje, znajdując uznanie u odbiorców ze względu na wysoki poziom nowoczesności i konkurencyjności [Sosnowska i in. 2000, s. 13]. Wśród cech innowacyjnej organizacji można wymienić:

- istnienie wyraźnej, ogólnej wizji kierunków rozwoju organizacji sformułowanej przez kierownictwo najwyższego szczebla,
- zorientowanie na klienta (zaspokajanie, ale także pobudzanie jego potrzeb),
- płaską strukturę organizacyjną, dobrą komunikację w pionie i w poziomie,
- współzawodnictwo i pozytywną rywalizację pomiędzy zespołami pracowników oraz współpracę w ramach zespołów,
- istnienie systemu nagród ściśle związanego z osiągnięciami [Bogdanienko 2004, s. 40].

W związku z rosnącym znaczeniem małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce, w literaturze przedmiotu coraz częściej poddaje się analizie innowacyjność właśnie tego typu firm.

Małe i średnie przedsiębiorstwa, w porównaniu z dużymi, cechują się większą zdolnością ewolucji i zmian. Mogą być zatem bardziej innowacyjne z powodu swej elastyczności, większej zdolności adaptacji oraz mniejszych trudności z akceptowaniem i wprowadzaniem zmian w życie [Damanpour 1996, s. 695; Stock i in. 2002, s. 540].

Wielkość przedsiębiorstwa można również uznać za czynnik moderujący rolę przywództwa [Vaccaro i in. 2008]. Małe i średnie przedsiębiorstwa są bardziej elastyczne w motywowaniu pracowników do prac nad projektami innowacyjnymi oraz mają mniej złożoną strukturę organizacyjną [Bhattacharya, Bloch 2004, s. 156]. Ze

względu na bezpośredni i regularny kontakt między przywódcami a innymi członkami takiej firmy można uznać, że osiągnięcie celów i motywowanie w małych i średnich firmach są efektywniejsze.

W dużych firmach, o bardziej rozbudowanej strukturze zarządzania i układzie hierarchicznym, przywódcom trudniej osiągnąć pożądany poziom zaangażowania, ze względu na złożoność komunikacyjną oraz niechęć do wyrażania opinii przez pracowników [Atwater, Bass 1994]. Ponadto biurokratyzacja działalności innowacyjnej często hamuje twórcze pomysły pracowników.

Jest oczywiste, że małe i średnie przedsiębiorstwa mają mniejsze zasoby finansowe na nowe projekty (w porównaniu z firmami dużymi), często gorsze umiejętności marketingowe, niższy potencjał badawczy i mniejsze doświadczenia w rozwoju nowych produktów [Damanpour 1996, s. 695; Ahuja i in. 2008, s. 24-26]. Mogą w ten sposób słabiej tolerować potencjalne straty spowodowane przez nieudane innowacje. Są zatem zmuszone do bardziej efektywnego wykorzystania posiadanych zasobów, wprowadzania nowości technologicznych, a więc ciągłego poszukiwania i komercjalizacji nowych rozwiązań technicznych i organizacyjnych [Mroczek 1998, s. 28]. P. Criscuolo, A. Salter i N. Nicolaan [Criscuolo i in. 2008, s. 20-21] uważają, że w małych i średnich firmach wzrasta prawdopodobieństwo wprowadzania innowacji w zakresie nowych produktów i rozwiązań organizacyjnych, podczas gdy większe przedsiębiorstwa wprowadzają raczej innowacje procesowe.

Mimo że małe i średnie firmy mają często mniej profesjonalną i wykwalifikowaną siłę roboczą, mniejszą wiedzę i potencjał technologiczny w stosunku do firm większych, są jednak zdolne do unikania „biurokratycznego bezwładu”, który dominuje w dużych przedsiębiorstwach, zaburzając z czasem procesy komunikacji i koordynacji w działalności badawczo-rozwojowej.

Tabela 2. Czynniki i bariery innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw

Czynniki innowacyjności	Bariery innowacyjności
Zdolność szybkiego dostosowywania się do zmian w środowisku zewnętrznym	Trudności w pozyskiwaniu kapitału. Wysokie ryzyko strat w wyniku nieudanych innowacji
Prosta struktura organizacyjna. Brak biurokracji	Niezdolność do podjęcia samodzielnych badań na odpowiednią skalę, ze względu na brak odpowiednio wykwalifikowanych specjalistów
Efektywna nieformalna wewnętrzna sieć komunikacji	Brak korzyści skali. Niezdolność oferowania całego zestawu komplementarnych produktów
Zdolność do szybkiego uczenia się i adaptowania procedur do zmian w otoczeniu	Trudności w staraniach o ochronę patentową innowacji
–	Wysokie koszty transakcyjne związane z dostosowaniem się do przepisów prawa

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Bielski 2000, s. 160-162; Safin 2008, s. 50; Stawasz 1999, s. 54-58].

W tabeli 2 dokonano syntetycznego zestawienia najważniejszych czynników wpływających na zwiększenie poziomu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw oraz – dla porównania – barier innowacyjności tej grupy firm.

4. Podsumowanie

Podsumowując, można stwierdzić, że pomimo przeprowadzenia wielu badań zarówno empirycznych, jak i literaturowych, brak jest stanowczego rozstrzygnięcia, która grupa firm (pod względem wielkości) jest podstawowym źródłem innowacji we współczesnej gospodarce. Pomimo testowania wielu modeli, wnioski nie są jednoznaczne. Niektórzy znajdują pozytywny wpływ wielkości na innowacyjność, inni negatywny lub żaden. Dlatego istotne mogłoby być przeprowadzenie podobnych badań na populacji polskich przedsiębiorstw, a wyniki tych badań mogłyby posłużyć jako wytyczne dla praktyki rządowych programów wsparcia działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w Polsce.

Chociaż wydaje się, że innowacyjność powinna być „naturalną” cechą małych i średnich przedsiębiorstw, istnieje wiele barier utrudniających bądź hamujących działalność innowacyjną tej grupy firm. Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw zależy w znacznym stopniu od ich umiejętności inicjowania i wdrażania zmian organizacyjnych oraz od znalezienia własnej niszy rynkowej, która stwarza szansę uniknięcia bezwzględnej konkurencji ze strony dużych przedsiębiorstw. Sposobem na znalezienie takiej niszy mogłyby być przewagi behawioralne – elastyczność działania i specjalizacja produktowa – warunkujące elastyczność kosztową i techniczną małych i średnich przedsiębiorstw oraz ich zdolność zaspokajania potrzeb coraz bardziej wymagających klientów.

Literatura

- Ahuja G., Lampert C.M., Tandon V., *Moving beyond Schumpeter: Management research on the determinants of technological innovation*, „The Academy of Management Annals” 2008 Vol. 2 No. 1.
- Atwater D.C., Bass B.M., *Transformational leadership in teams*, [w:] B.M. Bass, B.J. Avolio (red.), *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*, Sage, Thousand Oaks 1994.
- Bhattacharya M., Bloch H., *Determinants of innovation*, „Small Business Economics” 2004 No. 22.
- Bielski I., *Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych*, Biblioteka Menedżera i Służby Pracowniczej, Bydgoszcz 2000.
- Bogdanienko J. (red.), *Innowacyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004.
- Camison-Zornoza C., Lapedra-Alcami R., Segarra-Cipres M., Boronat-Navarro M., *A meta-analysis of innovation and organizational size*, „Organization Studies” 2004 Vol. 25 No. 3.
- Cohen W.M., *Empirical studies of innovative activity*, [w:] W. Stoneman (red.), *Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change*, Blackwell, Oxford 1995.

- Cohen W.M., Levin R.C., *Empirical studies of innovation and market structure*, [w:] R. Schmalensee, R. Willig (red.), *Handbook of Industrial Organization*, Vol. 2, North Holland, Amsterdam 1989.
- Criscuolo P., Salter A., Nicolaan N., *The elixir or burden of youth? Exploring differences among start-ups and established firms for innovation*, referat przedstawiony na corocznej konferencji Academy of Management, Anaheim 2008.
- Damanpour F., *Organizational complexity and innovation: Developing and testing multiple contingency models*, „Management Science” 1996 Vol. 42 No. 5.
- Drucker P.F., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- Grave S.B., Langowitz N.S., *Innovative productivity and returns to scale in the pharmaceutical industry*, „Strategic Management Journal” 1993 Vol. 14.
- Henderson R., Cockburn I., *Measuring competence? Exploring firm effects in pharmaceutical research*, „Strategic Management Journal” 1994 Vol. 15.
- Henderson R., Cockburn I., *Scale, scope, and spillovers: The determinants of research productivity in drug discovery*, „Rand Journal of Economics” 1996 Vol. 27 No. 1.
- Kamien M.I., Schwartz N.L., *Market Structure and Innovation*, Cambridge University Press, Cambridge 1982.
- Kuemmerle W., *Innovation in Large Firms*, Oxford University Press, Oxford 2006.
- Mroczek M., *Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej*, „Przegląd Organizacji” 1998 nr 4.
- Pla-Barber J., Alegre J., *Analysing the link between export intensity, innovation and firm size in a science-based industry*, „International Business Review” 2007 Vol. 16 No. 3.
- Pomykalski A., *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Łódź 2001.
- Safin K. (red.), *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*, AE, Wrocław 2008.
- Schumpeter J.A., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWE, Warszawa 1960.
- Sosnowska A., Łobesko S., Kłopotek A., *Zarządzanie firmą innowacyjną*, Difin, Warszawa 2000.
- Stawasz E., *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1999.
- Stock G.N., Greis N.P., Fischer W.A., *Firm size and dynamic technological innovation*, „Technovation” 2002 No. 22.
- Vaccaro I.G., Jansen J.J.P., Van den Bosch F.A.J., *Management innovation and leadership*, referat przedstawiony na corocznej konferencji Academy of Management, Anaheim 2008.

INNOVATIVE BEHAVIOUR IN SMALL AND MEDIUM FIRMS

Summary

Despite the widely recognized in literature relationship among size and innovativeness, scholars do not agree about the direction of this relationship. This paper presents the most important theoretical arguments connected with the relationship mentioned above. It also describes the strengths and weaknesses of small and medium companies in the field of their innovative activity. Conducted literature investigations lead to the identification of main factors and barriers of innovativeness in small and medium firms. Firstly, the investigation should lead to better understanding of the nature of innovative processes. Secondly, it should make the creation of the effective innovation strategy easier, by taking into account the necessity of changes, despite the uncertainty of the market environment.