

Urszula SKURZYŃSKA-SIKORA
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
Wydział Ekonomiczny
urszula.skurzynska-sikora@poczta.umcs.lublin.pl

WSPÓŁPRACA ZEWNĘTRZNA PRZEDSIĘBIORSTW W ZAKRESIE INNOWACYJNOŚCI A EFEKTYWNOŚĆ ICH DZIAŁANIA

Streszczenie. Konieczność ciągłego dostosowywania się do wyzwań pojawiających się w otoczeniu skłania kadrę zarządzającą przedsiębiorstw do poszukiwania sposobów utrzymania trwałej przewagi konkurencyjnej, między innymi przez poszukiwanie innowacji. W artykule, opierając się na wynikach badań ankietowych przeprowadzonych na próbie 161 polskich przedsiębiorstw, zaprezentowano ich otwartość innowacyjną warunkowaną przede wszystkim współpracą zewnętrzną, a także posiadanymi kompetencjami organizacyjnymi oraz ich wpływem na efektywność działania badanych przedsiębiorstw.

Słowa kluczowe: przedsiębiorstwo innowacyjne, współpraca zewnętrzna, kompetencje organizacji, efektywność działania.

EXTERNAL COOPERATION ENTERPRISE IN THE FIELD OF INNOVATION AND EFFECTIVENESS OF THEIR FUNCTIONING

Summary. The need to adapt constantly to the challenges posed by in the environment induces managers to find ways to maintain a sustainable competitive advantage by, among other things, the search for innovation. The paper presents, based on the results of a survey conducted on a sample of 161 Polish enterprises, their openness to innovative conditions mainly external cooperation, as well as the competences organizational and their impact on the effectiveness of the surveyed companies.

Keywords: innovative enterprise, external cooperation, organizational competencies, effectiveness.

1. Wprowadzenie

Współczesne przedsiębiorstwa, niezależnie od ich wielkości, rodzaju działalności czy lokalizacji, muszą sprostać coraz większym wyzwaniom otoczenia, do których należą między innymi globalizacja, wykorzystanie możliwości stwarzanych przez technologię, generowanie kapitału intelektualnego jako źródła przewagi konkurencyjnej, konieczność działania w warunkach permanentnej zmiany¹. W tym celu konieczne jest elastyczne dostosowanie organizacji do zmieniających się potrzeb otoczenia. Niezbędne staje się posiadanie umiejętności tworzenia czegoś nowego, innego, co pozwoli na wyróżnienie się spośród konkurentów. Można zatem stwierdzić, że innowacyjność stanowi podstawę funkcjonowania zarówno nowoczesnych organizacji, jak i całej gospodarki, a innowacje, określane przez P.F. Druckera jako „szczególne narzędzia przedsiębiorców, za pomocą których ze zmiany czynią okazję do podjęcia nowej działalności gospodarczej lub do świadczenia nowych usług”², stanowią istotne źródło konkurencyjności. Przez realizację działań innowacyjnych przedsiębiorstwo może uzyskać przewagę konkurencyjną, której trwałość możliwa jest dzięki posiadaniu wewnętrznych, opartych na wiedzy, zasobów, określanych mianem kompetencji organizacji³, ze szczególnym podkreśleniem znaczenia kluczowych kompetencji⁴. Celem prezentowanego artykułu jest wykazanie, w świetle przeprowadzonych badań empirycznych na próbie 161 polskich przedsiębiorstw, w jakim stopniu współpraca z podmiotami zewnętrznymi, podejmowana w obszarze innowacyjności, wpływa na efektywność działania badanych przedsiębiorstw.

2. Innowacyjność przedsiębiorstwa

Problematyka innowacyjności należy do kluczowych zagadnień zarządzania współczesnymi przedsiębiorstwami. J. Bessant i J. Tidd wskazują, że istotnym źródłem przewagi przedsiębiorstwa jest zdolność do wytworzenia czegoś, czego nikt inny nie potrafi, lub zrobienia tego lepiej⁵. P.F. Drucker wskazuje na innowacyjność jako warunek konieczny funkcjonowania zarówno organizacji, jak i całej gospodarki, wskazując przy tym na rolę

¹ Ulrich D.: *Human Resource Champions*. Harvard Business School Press, Boston 1997, p. 126-127.

² Drucker P.F.: *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. PWE, Warszawa 1992, s. 29.

³ Łoboda M., Sitko-Lutek A.: *Kompetencje i luka kompetencyjna organizacji*, [w:] Sitko-Lutek A.: *Polskie firmy wobec globalizacji. Luka kompetencyjna*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 13.

⁴ Prahalad C., Hamel G.: *The Core Competencies of the Corporation*. „*Harvard Business Review*”, Vol. 68 (3), 1990, p. 79-91.

⁵ Bessant J., Tidd J.: *Zarządzanie innowacjami. Integracja zmian technologicznych, rynkowych i organizacyjnych*. Oficyna a Wolters Kluwer, Warszawa 2013, s. 27.

innowacji jako czynnika osiągnięcia przewag konkurencyjnych⁶. Zdaniem M. Portera przedsiębiorstwo może uzyskać przewagę konkurencyjną przez działania innowacyjne⁷. Według G. Hamela, C.K. Prahalada przedsiębiorstwo może zdobyć trwałą przewagę konkurencyjną dzięki wykreowaniu kluczowych kompetencji, a podstawą ich kreowania jest innowacyjność, która przejawia się w gromadzeniu projektów oraz prowadzeniu badań w określonych obszarach. Nowatorskie kompetencje przedsiębiorstw są swoistym impulsem do rozwoju nowych branż oraz nowych rynków zbytu⁸. J. Kay twierdzi natomiast, że źródło przewagi konkurencyjnej stanowi wyróżniająca zdolność, jeśli jest trwała i której nie mają inne przedsiębiorstwa. Jako wyróżniające zdolności występujące w przedsiębiorstwie wskazał: innowacje, architekturę, czyli system stosunków wewnątrz organizacji oraz jej powiązań z otoczeniem (dostawcami, odbiorcami, kooperantami), oraz reputację⁹.

Wielość podejść do definiowania innowacji sprawia, że także różnorodnie określane jest przedsiębiorstwo innowacyjne. Obecnie najczęściej stosuje się bardzo ogólną definicję przedstawioną w metodologii Oslo, w myśl której „firma innowacyjna (*innovative firm*) to firma, która wdrożyła innowację w rozpatrywanym okresie”¹⁰. Uwzględnia się przy tym wszystkie innowacje, a nie tylko te, które przyniosły sukces komercyjny¹¹.

W praktyce wyróżniane są także różne klasyfikacje przedsiębiorstw innowacyjnych. Ze względu na sposób pozyskania innowacji wyróżnia się firmy, które w przeważającej większości¹²:

- opracowują innowacje samodzielnie lub we współpracy z innymi firmami, lub publicznymi organizacjami badawczymi,
- wprowadzają innowacje głównie przez przyswajanie innowacji (np. nowego sprzętu) stworzonych przez inne firmy.

Przedsiębiorstwa innowacyjne można także klasyfikować według typów wdrożonych przez nie innowacji – uwzględnia się tu wdrożenie nowych produktów lub procesów, ale także nowe metody marketingowe czy zmiany organizacyjne¹³.

Przy tak szerokim podejściu do definiowania firmy innowacyjnej należy również podkreślić, że zróżnicowany może być wpływ innowacji na efektywność działania firm i może obejmować szerokie spektrum problemów – od wpływu na sprzedaż i udział w rynku do zmian wydajności i efektywności. W kontekście poziomu rodzaju działalności i kraju

⁶ Drucker P.F.: Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady. PWE, Warszawa 1992.

⁷ Porter M.E.: Porter o konkurencji. PWE, Warszawa 2001.

⁸ Prahalad C.K., Hamel G.: The Core Competence of the Corporation. „Harvard Business Review”, Vol. 68 (3), 1990, p. 79-91.

⁹ Kay J.: Podstawy sukcesu firmy. PWE, Warszawa 1996, s. 29.

¹⁰ Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji. Wydanie 3, OECD, Eurostat, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Departament Strategii i Rozwoju Nauki – wydanie polskie, Warszawa 2008, s. 49.

¹¹ Ibidem, s. 22.

¹² Ibidem.

¹³ Ibidem.

istotnym efektem może być zmiana pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa, również w aspekcie międzynarodowym, a także wzrost łącznej produktywności czynników wytwórczych (*total factor productivity*), transfer wiedzy (*knowledge spillovers*) wynikającej z innowacji na poziomie firm, jak również wzrost ilości wiedzy przepływającej w sieciach powiązań¹⁴.

3. Efektywność działania

Efektywność należy do podstawowych kategorii oceny działalności przedsiębiorstwa, jednak w praktyce pojawiają się różne podejścia do jej definiowania. Jeszcze stosunkowo niedawno efektywność przedsiębiorstwa była utożsamiana wyłącznie z wydajnością lub produktywnością, rozumianą jako wielkość produkcji, wartość obrotu czy sprzedaży. Dostrzeżono jednak, że na wydajność pracy wpływają także czynniki jakościowe, takie jak np.: kwalifikacje pracowników, ich wykształcenie czy doświadczenie, które wymagają zastosowania innych mierników, np. wyników pracy (ilość/jakość pracy) czy nakładów pracy (kosztów pracy, czasu, pracochłonności czy liczby zatrudnionych)¹⁵. Szersza analiza terminu „efektywność” została przeprowadzona przez między innymi L. Czechowskiego¹⁶, E. Skrzypek¹⁷, P. Zbierowskiego¹⁸, A. Ćwiąkałę-Małys¹⁹ czy B. Ziębickiego²⁰. W literaturze przedmiotu można spotkać różne podejścia do interpretacji tego pojęcia, według których efektywność jest to²¹:

- w ujęciu ekonomicznym – relacja pomiędzy rezultatami a nakładami wyrażanymi poprzez podstawowe miary takie jak: produktywność, wydajność, rentowność itd.;
- w ujęciu celowościowym – ocena stopnia realizacji zamierzonych celów organizacyjnych z uwzględnieniem poziomu wykorzystania posiadanych zasobów;
- w ujęciu systemowym – ocena zdolności przedsiębiorstwa do przetrwania i rozwoju, zapewniana przez zwartość i moc systemu, jego pozycję konkurencyjną w otoczeniu, jak również możliwości utrzymania i umacniania tej pozycji;

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Kożusznik B.: Psychologia zespołu pracowniczego. Doskonalenie efektywności. AE, Katowice 2002, s. 95.

¹⁶ Czechowski L.: Wielowymiarowa ocena efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa przemysłowego. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1997.

¹⁷ Skrzypek E.: Jakość i efektywność. Wydawnictwo UMCS, Lublin 2002.

¹⁸ Zbierowski P.: Orientacja pozytywna organizacji wysokiej efektywności. Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012.

¹⁹ Ćwiąkała-Małys A.: Pomiar efektywności procesu kształcenia w publicznym szkolnictwie akademickim. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2010.

²⁰ Ziębicki B.: Efektywność a jakość w sektorze publicznym, [w:] A. Potocki (red.): Społeczne aspekty przeobrażeń organizacyjnych. Difin, Warszawa 2007, s. 232-236.

²¹ Bielski M.: Podstawy teorii organizacji i zarządzania. C.H.Beck, Warszawa 2004, s. 60-70; Ziębicki B.: Efektywność a jakość w sektorze publicznym, [w:] A. Potocki (red.): Społeczne aspekty przeobrażeń organizacyjnych. Difin, Warszawa 2007, s. 333-334.

- w ujęciu grup interesu (*stakeholders*) – ocena zdolności organizacji do zaspokajania potrzeb interesariuszy;
- w ujęciu wielokryterialnym – zdolność organizacji do osiągania zróżnicowanych celów, które mogą być różnie ujmowane, np. w formie celów końcowych, efektywności w układzie: wejścia – procesy transformacji – wyjścia, miar ekonomicznych, miar behawioralnych itp.; w praktyce proponowane są zróżnicowane szczegółowe koncepcje oceny efektywności, uwzględniające różne jej aspekty.

Osiągnięcie przez organizację optymalnego poziomu efektywności jest możliwe między innymi dzięki innowacyjnemu wykorzystaniu dostępnych zasobów.

4. Wpływ współpracy zewnętrznej przedsiębiorstw w zakresie innowacyjności na ich efektywność w świetle badań empirycznych

Innowacje uznawane są we współczesnej gospodarce za jeden z kluczowych czynników sukcesu determinujących osiągnięcie przewagi konkurencyjnej przez przedsiębiorstwa. Celem przeprowadzonych badań empirycznych było między innymi określenie wpływu współpracy z różnymi podmiotami zewnętrznymi w obszarze innowacyjności na efektywność działania badanych przedsiębiorstw.

4.1. Metodyka badań

Badaniami objęto 161 polskich przedsiębiorstw innowacyjnych, zatrudniających co najmniej 10 pracowników, w których w ostatnim roku wdrożono przynajmniej 1 innowację. Struktura próby badawczej, według kryterium wielkości, przedstawia się następująco:

- 70% stanowiły przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 49 pracowników,
- 15% – przedsiębiorstwa, w których zatrudnienie zawierało się w przedziale od 50 do 100 osób,
- 9% – przedsiębiorstwa zatrudniające od 101 do 249 pracowników,
- 3% – przedsiębiorstwa, w których zatrudniano co najmniej 250 pracowników,

W 4% zwróconych ankiet nie podano wielkości zatrudnienia.

Badania przeprowadzono w okresie wrzesień-grudzień 2015 r. i dotyczyły działalności badanych przedsiębiorstw w latach 2013-2014. Ze względu na celowy sposób doboru próby badawczej ich wyniki dotyczą badanej próby. Na potrzeby prowadzonych badań opracowano specjalny kwestionariusz ankiety, skierowany do kadry zarządzającej badanych przedsiębiorstw, w którym poproszono respondentów o wyrażenie opinii między innymi na temat impulsów do wprowadzenia innowacji oraz czynników warunkujących innowacyjność,

poziomu kompetencji organizacyjnych, uczestnictwa w zewnętrznych sieciach innowacji, a także poziomu efektywności badanych przedsiębiorstw. Szczegółowej analizie poddano czynniki związane ze współpracą zewnętrzną badanych przedsiębiorstw.

W wykorzystanym narzędziu badawczym zastosowano pięciostopniową skalę Likerta, gdzie 1 oznaczało zupełny brak zgody z prezentowaną opinią, natomiast 5 – całkowitą zgodę z ocenianym stwierdzeniem. Uzyskane wyniki badań empirycznych zostały poddane analizie statystycznej przy wykorzystaniu statystyk opisowych w postaci średniej ważonej, a także zbadano związki pomiędzy badanymi zmiennymi. Z względu na zastosowanie skali Likerta analiza tych związków została przeprowadzona przy wykorzystaniu nieparametrycznego współczynnika korelacji Rho-Spearmana, stosowanego do określenia nieparametrycznej miary związków między zmiennymi, przy czym szczegółowej analizie poddano związki na poziomie istotności dwustronnej $p < 0,01$. Ograniczoność objętości artykułu sprawia, że zostaną przedstawione wyłącznie średnie ważone uzyskanych wyników oraz korelacje na poziomie analizowanej istotności.

4.2. Uwarunkowania innowacyjności badanych przedsiębiorstw

Innowacyjność przedsiębiorstwa jest uwarunkowana wieloma czynnikami. Ważne jest przede wszystkim nastawienie kadry zarządzającej, przejawiające się między innymi w formułowanej strategii. W badanych przedsiębiorstwach przywiązywano do tego problemu dużą wagę, o czym świadczy fakt uwzględniania w strategii działalności wzrostu innowacyjności (średnio 4,01), przy czym średnie zainteresowanie wykazywano w przedsiębiorstwach zatrudniających 50-100 pracowników. Niepokojące jednak jest średnie powiązanie strategii w obszarze innowacji z ogólną strategią przedsiębiorstwa (3,75). Tylko w największych przedsiębiorstwach oceniono ten związek jako wysoki (4,0).

Tabela 1

Zewnętrzne impulsy/bodźce wprowadzonych innowacji

Bodźce	Wielkość zatrudnienia [osoby]				
	ogółem	10-49	50-100	101-249	ponad 250
Obserwowanie innych przedsiębiorstw i naśladowanie ich produktu/procesu	3,23	3,19	3,24	3,38	3,20
Obserwowanie innych przedsiębiorstw i ulepszanie ich rozwiązań	3,43	3,49	3,24	3,44	3,20
Wspólne przedsięwzięcia naukowe z zewnętrznymi jednostkami badawczo-rozwojowymi	2,75	2,76	2,76	2,69	2,80
Wyniki prac zewnętrznych jednostek badawczo-rozwojowych	2,58	2,64	2,56	2,56	2,00

cd. tabeli 1

Polityka państwa w zakresie innowacyjności	2,88	2,99	2,36	3,00	2,20
Dostrzeżone potrzeby klientów	4,00	3,97	4,00	4,19	3,20
Sygnalizowanie potrzeby zmiany przez klientów	3,71	3,68	3,92	3,63	3,00

Źródło: Opracowanie własne.

W tabeli 1 przedstawiono impulsy/bodźce wprowadzonych innowacji pochodzące z zewnątrz. Jedynie dostrzeganie potrzeb klientów uznano za silny bodziec do wprowadzania innowacji. Pozostałe impulsy mają średnie lub wręcz niewielkie znaczenie i dotyczą praktycznie wszystkich respondentów, niezależnie od wielkości ich przedsiębiorstwa. Niepokojąco wyglądają bardzo niewielkie znaczenie współpracy z jednostkami badawczo-rozwojowymi (2,75) czy wyników prac zewnętrznych jednostek badawczo-rozwojowych (2,58). Mimo zróżnicowanych wyników w relatywnie największym stopniu bodźce zewnętrzne wprowadzania innowacji występują w grupie najmniejszych badanych przedsiębiorstw, a najmniejszym w przedsiębiorstwach największych.

W nieco zbliżony sposób kształtują się zewnętrzne uwarunkowania innowacyjności, co przedstawiono w tabeli 2. W wyniku przeprowadzonych badań stwierdzono, że to klienci w znacznym stopniu determinują innowacyjność badanych przedsiębiorstw (4,04), co świadczy o dbałości o potrzeby klientów. Wyniki badań wskazują jednak na nieco mniejszą wrażliwość pod tym względem przedsiębiorstw największych (zatrudniających ponad 250 pracowników). Respondenci w bardzo niewielkim stopniu współpracują ze środowiskiem naukowym (2,93), a także w niewielkim stopniu dostrzegają działalność proinnowacyjną polityki zarówno krajowej (2,77), jak i regionalnej (2,85), co może świadczyć o nienajlepszym rozpoznaniu potrzeb przedsiębiorstw ze strony organów publicznych.

Tabela 2

Czynniki zewnętrzne warunkujące innowacyjność badanych przedsiębiorstw

Czynniki	Wielkość zatrudnienia [osoby]				
	ogółem	10-49	50-100	101-249	ponad 250
Klienci	4,04	4,08	3,92	4,13	3,40
Współpraca ze środowiskiem naukowym	2,93	2,89	2,80	3,25	3,60
Działalność innowacyjna konkurencji	3,47	3,51	3,36	3,38	3,40
Regionalna polityka proinnowacyjna	2,85	2,91	2,52	2,94	3,00
Proinnowacyjna polityka krajowa	2,77	2,83	2,28	2,94	3,20
Informacje z otoczenia dotyczące problematyki innowacji	3,16	3,25	2,68	3,13	3,20

Źródło: Opracowanie własne.

4.3. Udział badanych przedsiębiorstw w zewnętrznych sieciach innowacji

Wzrost innowacyjności przedsiębiorstw wymaga większej otwartości na współpracę z podmiotami zewnętrznymi. Respondenci ocenili wprawdzie swoje kompetencje organizacyjne pod kątem szeroko rozumianych relacji z otoczeniem jako wysokie (4,05), natomiast kompetencje w zakresie innowacji jako średnie (3,76). Najwyżej kompetencje w tym obszarze oceniono w przedsiębiorstwach średnich (zatrudniających 101-249 pracowników) – odpowiednio na poziomie 4,19 i 4,06, natomiast najniższej w przedsiębiorstwach największych. Ogólną zdolność przedsiębiorstw do współpracy zewnętrznej oceniono jako raczej wysoką (3,97), przy czym najniższej ocena ta wypadła w przedsiębiorstwach najmniejszych (3,90), natomiast najlepiej w przedsiębiorstwach zatrudniających 50-100 pracowników – 4,16.

Jak wynika z przeprowadzonych badań, przedsiębiorstwa w niewielkim stopniu aktywnie uczestniczą w zewnętrznych sieciach innowacji (por. tabela 3). Relatywnie najczęściej respondenci wskazywali udział w sieciach branżowych (3,35), natomiast najmniejsze zainteresowanie wzbudzała współpraca w konsorcjach opracowujących nowy produkt, proces lub nową technologię (2,98). Znamienne jest, że z wyjątkiem oddolnych inicjatyw w postaci sieci zgrupowanej wokół inicjatora przedsięwzięcia największy, aczkolwiek na poziomie średnim, udział w zewnętrznych sieciach innowacji deklarowały przedsiębiorstwa duże, co może być spowodowane ponoszeniem większych wydatków na działania proinnowacyjne, a także zatrudnianiem pracowników, do których obowiązków należy realizacja działań proinnowacyjnych.

Tabela 3

Aktywny udział badanych przedsiębiorstw i ich pracowników w zewnętrznych sieciach innowacji

Wyszczególnienie	Wielkość zatrudnienia [osoby]				
	ogółem	10-49	50-100	101-249	ponad 250
Udział w zgrupowanej sieci wokół inicjatora przedsięwzięcia	3,03	3,13	2,68	3,19	2,80
Udział w sieciowych zespołach projektowych tworzonych przez członków sieci	2,96	3,05	2,64	3,06	3,00
Kontakty ze społecznością praktyków, fora branżowe	3,23	3,24	2,84	3,63	3,60
Współpraca z klastrami terytorialnymi	3,02	3,09	2,68	3,06	3,00
Współpraca w ramach sieci branżowej	3,35	3,28	3,44	3,69	3,60
Udział w konsorcjach opracowujących nowy produkt, proces lub nową technologię	2,98	2,98	2,60	3,56	3,40

Źródło: Opracowanie własne.

4.4. Efektywność działania przedsiębiorstw

Wszelkie działania podejmowane przez przedsiębiorstwa powinny być efektywne. Respondenci ocenili poziom efektywności swoich przedsiębiorstw w różnych aspektach ich funkcjonowania – kompetencji, sprzedaży oraz innowacyjności. Generalnie można stwierdzić, że wszystkie analizowane obszary efektywności w porównaniu z konkurencją zostały ocenione na średnim poziomie. Szczegółowe zestawienie poziomu oceny efektywności przedstawiono w tabeli 4.

Efektywność badanych przedsiębiorstw, traktowana całościowo, została oceniona przez respondentów jako średnia w porównaniu z konkurentami (3,43), przy czym najlepiej oceniają swoją efektywność przedstawiciele przedsiębiorstw zatrudniających 101-249 pracowników (3,63), najslabiej zaś – największych (2,80). Nieco wyżej, aczkolwiek również na średnim poziomie zostały ocenione kompetencje przedsiębiorstw (3,55) i ocena ta jest bardzo zbliżona we wszystkich badanych przedsiębiorstwach. Najniżej oceniono przeciętną rentowność sprzedaży w stosunku do konkurentów (3,34), przy czym najslabiej wypadają tu przedsiębiorstwa zatrudniające 50-100 pracowników (3,32), najlepiej zaś przedsiębiorstwa największe (3,40). Nieco wyżej oceniono rentowność badanych przedsiębiorstw (3,40) – najslabiej oceniają się przedsiębiorstwa największe (3,20), najlepiej zaś przedsiębiorstwa zatrudniające 101-249 pracowników. Respondenci byli najbardziej krytyczni w ocenie ich poziomu innowacyjności w stosunku do konkurentów (3,30); najslabiej swoją innowacyjność oceniają przedstawiciele przedsiębiorstw największych. Może to być związane z większą świadomością pracowników odnośnie do osiągnięć konkurencji, jednakże niestety nie napawa to optymizmem.

Tabela 4

Efektywność badanych przedsiębiorstw w opinii respondentów

Wyszczególnienie	Wielkość zatrudnienia [osoby]				
	ogółem	10-49	50-100	101-249	ponad 250
Przedsiębiorstwo jest bardziej efektywne niż konkurenci	3,43	3,45	3,40	3,63	2,80
Przedsiębiorstwo ma lepsze kompetencje niż konkurenci	3,55	3,54	3,56	3,75	3,40
Rentowność sprzedaży przedsiębiorstwa jest wyższa niż średnia w branży	3,34	3,35	3,32	3,38	3,40
Przedsiębiorstwo jest bardziej rentowne niż konkurenci	3,40	3,33	3,52	3,88	3,20
Przedsiębiorstwo jest bardziej innowacyjne niż konkurenci	3,30	3,24	3,36	3,69	3,20

Zródło: Opracowanie własne.

Analizując, przy wykorzystaniu nieparametrycznego współczynnika korelacji Rho-Spearmana, zależności pomiędzy oceną efektywności w obszarach wcześniej omówionych,

dokonaną przez respondentów, a różnymi obszarami współpracy zewnętrznej, szczegółowej analizie poddano związki na poziomie istotności dwustronnej $p < 0,01$ (por. tabela 5). Stwierdzono, że wyraźne, lecz niskie zależności występują przede wszystkim pomiędzy różnymi formami aktywnego udziału w zewnętrznych sieciach innowacji a efektywnością działania. Udział w zgrupowanej sieci wokół inicjatora przedsięwzięcia oraz współpraca z klastrami terytorialnymi wykazują związek ze wszystkimi analizowanymi miarami efektywności. Można zatem stwierdzić, że formy bardziej zaangażowanej współpracy zewnętrznej mają większy wpływ na efektywność działania. Współdziałanie zewnętrzne przedsiębiorstw wykazuje najwięcej istotnych związków z rentownością sprzedaży. Niestety, analizując efektywność działań proinnowacyjnych, przejawiających się w ocenie poziomu innowacyjności badanych przedsiębiorstw w stosunku do konkurencji, nie dostrzeżono istotnych związków z wykorzystaniem wyników prac zewnętrznych jednostek badawczo-rozwojowych, współpracą ze środowiskiem naukowym, a także udziałem w sieciowych zespołach projektowych tworzonych przez członków sieci, co potwierdza wskazywane wcześniej niewielkie zainteresowanie badanych przedsiębiorstw wykorzystywaniem osiągnięć naukowych czy aktywnym współdziałaniem w poszukiwaniu innowacji. Silne nastawienie na zaspokajanie potrzeb klientów widoczne jest również w relatywnie najsilniejszym związku oceny innowacyjności badanych przedsiębiorstw ze współpracą w ramach sieci branżowej.

Tabela 5

Związki pomiędzy współpracą zewnętrzną a efektywnością

Obszary efektywności	Efektywność przedsiębiorstwa	Kompetencje	Rentowność sprzedaży	Rentowność przedsiębiorstwa	Innowacyjność
Wspólne przedsięwzięcia naukowe z zewnętrznymi jednostkami badawczo-rozwojowymi			,354		,277
Wyniki prac zewnętrznych jednostek badawczo-rozwojowych	,291		,420	,312	
Polityka państwa w zakresie innowacyjności			,332	,307	,269
Sygnalizowanie potrzeby zmiany przez klientów			,230		,235
Współpraca ze środowiskiem naukowym	,234				
Udział w zgrupowanej sieci wokół inicjatora przedsięwzięcia	,252	,252	,267	,210	,227
Udział w sieciowych zespołach projektowych tworzonych przez członków sieci	,265		,342		
Kontakty ze społecznością praktyków, fora branżowe	,229		,272		,291
Współpraca z klastrami terytorialnymi	,249	,293	,328	,267	,304
Współpraca w ramach sieci branżowej	,251	,327		,203	,391
Udział w konsorcjach opracowujących nowy produkt, proces lub nową technologię			,261		,267

Źródło: Opracowanie własne.

5. Wnioski

Innowacyjność jest istotnym czynnikiem rozwoju przedsiębiorstw budowania ich trwałej przewagi konkurencyjnej na rynkach zarówno lokalnych, jak i globalnych. Jest to problem, na który wprawdzie zwraca się coraz większą uwagę, niemniej jednak pozycja polskich przedsiębiorstw na tle gospodarki światowej nie wygląda najlepiej. Według „The Global Innovation Index 2015” Polska ze wskaźnikiem innowacyjności 40,16 uplasowała się na 46. miejscu wśród 141 ocenianych państw, jednak wskaźnik efektywności na poziomie 0,66 spowodował 93. pozycję w rankingu²².

Jak wskazują wyniki przeprowadzonych badań, polskie przedsiębiorstwa w rozwoju swojej innowacyjności opierają się przede wszystkim na sygnałach płynących bezpośrednio z rynku, reagując na potrzeby klientów. Jest to oczywiście prawidłowe działanie, jednak niepokojące jest, że w niewielkim stopniu wykorzystuje się współpracę z instytucjami naukowo-badawczymi czy osiągnięcia naukowe. W jeszcze mniejszym stopniu respondenci wskazywali na praktyczne wykorzystanie możliwości stwarzanych w ramach proinnowacyjnej polityki krajowej czy regionalnej. Może to świadczyć o niewystarczającej komunikacji pomiędzy ośrodkami odpowiedzialnymi za kreowanie tej polityki a jej beneficjentami.

Reasumując, można stwierdzić, że wskazane jest:

- większe zainteresowanie menedżerów ofertami wsparcia działalności innowacyjnej w ramach realizowanej polityki krajowej czy regionalnej,
- wykorzystanie w większym stopniu wyników badań naukowych i współpracy z jednostkami naukowo-badawczymi w poszukiwaniu i wdrażaniu innowacji,
- bardziej aktywna współpraca z podmiotami zewnętrznymi w ramach poszukiwania i wdrażania innowacji,
- zwrócenie większej uwagi na działalność proinnowacyjną przedsiębiorstw już na etapie formułowania strategii przedsiębiorstwa, a później w trakcie jej realizacji,
- opracowanie zestawu wskaźników wykorzystywanych do pomiaru efektywności działania przedsiębiorstw w różnych obszarach ich funkcjonowania.

²² Dutta S., Lanvin B., Wunsch-Vincent S. (eds.): The Global Innovation Index 2015. Effective Innovation Policies for Development, Cornell University, INSEAD, WIPO, Fontainebleau, Ithaca, and Geneva 2015, p. XXX.

Bibliografia

1. Bessant J., Tidd J.: Zarządzanie innowacjami. Integracja zmian technologicznych, rynkowych i organizacyjnych. Oficyna a Wolters Kluwer, Warszawa 2013.
2. Bielski M.: Podstawy teorii organizacji i zarządzania. C.H.Beck, Warszawa 2004.
3. Czechowski L.: Wielowymiarowa ocena efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa przemysłowego. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1997.
4. Ćwiąkała-Małys A.: Pomiar efektywności procesu kształcenia w publicznym szkolnictwie akademickim. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2010.
5. Drucker P.F.: Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady. PWE, Warszawa 1992.
6. Dutta S., Lanvin B., Wunsch-Vincent S. (eds.): The Global Innovation Index 2015. Effective Innovation Policies for Development. Cornell University, INSEAD, WIPO, Fontainebleau, Ithaca, and Geneva 2015.
7. Kay J.: Podstawy sukcesu firmy. PWE, Warszawa 1996.
8. Kożusznik B.: Psychologia zespołu pracowniczego. Doskonalenie efektywności. AE, Katowice 2002.
9. Łoboda M., Sitko-Lutek A.: Kompetencje i luka kompetencyjna organizacji, [w:] Sitko-Lutek A.: Polskie firmy wobec globalizacji. Luka kompetencyjna. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
10. Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji. Wydanie 3, OECD, Eurostat, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Departament Strategii i Rozwoju Nauki – wydanie polskie, Warszawa 2008.
11. Porter M.E.: Porter o konkurencji. PWE, Warszawa 2001.
12. Prahalad C., Hamel G.: The Core Competencies of the Corporation. „Harvard Business Review”, Vol. 68 (3), 1990.
13. Skrzypek E.: Jakość i efektywność. Wydawnictwo UMCS, Lublin 2002.
14. Ulrich D.: Human Resource Champions. Harvard Business School Press, Boston 1997.
15. Zbierowski P.: Orientacja pozytywna organizacji wysokiej efektywności. Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012.
16. Ziębicki B.: Efektywność a jakość w sektorze publicznym, [w:] Potocki A. (red.): Społeczne aspekty przeobrażeń organizacyjnych. Difin, Warszawa 2007.

Abstract

The need for continuous adaptation to the challenges posed in the environment induces managers to explore and implementing innovations. The paper presents, based on the results of a survey conducted on a sample of 161 Polish enterprises, their openness to innovative and external cooperation. The article presents the analysis of external impulses for innovation and factors determining the innovation of the surveyed companies, as well as the participation of

the surveyed enterprises in external innovation networks and the evaluation of effectiveness of companies in different aspects of their functioning – competence, sales and innovation. The result presents relationship between the evaluation of the effectiveness carried out by respondents and the various aspects of external cooperation.