



Kazimierz Cyran

Uniwersytet Rzeszowski
Wydział Ekonomii
Katedra Marketingu i Przedsiębiorczości
kcyran@ur.edu.pl

OGRANICZENIA WDRAŻANIA DZIAŁAŃ INNOWACYJNYCH W SEKTORZE MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

Streszczenie: Jednym z warunków konkutowania firm na rynku globalnym jest wdrażanie rozwiązań innowacyjnych w firmach jako elementu zapewniającego im przetrwanie na rynku oraz rozwój. Tymczasem zainteresowanie innowacjami, jakie wykazują przedsiębiorcy szczególnie z sektora MŚP, kształtuje się na niskim poziomie. Dzieje się tak mimo licznych programów wspierających zarówno finansowo, jak i organizacyjnie wdrażanie innowacji w tych firmach.

W opracowaniu podjęto próbę identyfikacji najważniejszych barier ograniczających rozwój innowacji w sektorze MŚP oraz wskazano najważniejsze kierunki zmian, które mogą przyczynić się do zwiększenia skali wdrażania innowacji w analizowanych firmach.

Słowa kluczowe: innowacje, małe i średnie przedsiębiorstwa, bariery rozwoju.

Wprowadzenie

Ostatnie lata stwarzają małym i średnim przedsiębiorstwom duże możliwości wsparcia w zakresie finansowania działań innowacyjnych mających służyć poprawie ich pozycji konkurencyjnej oraz zwiększeniu konkurencyjności gospodarki. Wdrażanie rozwiązań innowacyjnych w realiach rynku globalnego staje się koniecznością, która warunkuje przetrwanie firmy na rynku i jej rozwój. Innowacyjność decyduje o poziomie oraz kierunku rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa, oznaczając postęp, rozwój i przewagę konkurencyjną. Przez innowacyjność należy rozumieć wdrożenie do praktyki gospodarczej niestoso-

wanych do tej pory lub w znacznym stopniu ulepszonych rozwiązań w dziedzinie produktu, procesów wytwórczych, organizacji i marketingu [Cichorska 2010, s. 257-265]. Liczne badania i analizy wskazują tymczasem, że pomimo wysokiego zainteresowania innowacjami, jakie wykazują przedsiębiorcy, samo wdrażanie tych rozwiązań kształtuje się na niskim poziomie [Stanisławski, 2011, s. 292]. Zjawisko to występuje pomimo licznych programów pomocowych obejmujących wsparcie zarówno finansowe, jak i organizacyjne, mające służyć rozwojowi innowacji w tych firmach. Wobec powyższego rodzi się pytanie: jakie bariery ograniczają rozwój innowacji w tych firmach i co należy zmienić celem zwiększenia innowacyjności małych i średnich firm? Powszechnie wiadomo przy tym, że innowacyjność tych firm jest podstawowym warunkiem umożliwiającym uzyskanie trwałej przewagi konkurencyjnej tych podmiotów.

Przygotowywane opracowanie stanowi próbę identyfikacji najważniejszych barier rozwoju innowacji w sektorze MSP oraz wskazania potencjalnych kierunków zmian, które mogą zwiększyć poziom innowacyjności tych firm. Problem likwidacji ograniczeń rozwojowych w tym zakresie nabiera szczególnego znaczenia zwłaszcza w kontekście sposobów rozdysponowania i wykorzystywania pomocy publicznej przeznaczanej na wsparcie działań innowacyjnych.

Źródłem prezentowanych wyników są badania własne z wykorzystaniem standaryzowanego kwestionariusza ankiety, przeprowadzone, w IV kwartale 2014 r. na grupie 100 małych i średnich przedsiębiorstw z terenu województwa podkarpackiego. Przy wyborze obiektów do badania zastosowano losowy dobór próby wykorzystując rejestr REGON, stosując kryterium skali działalności podmiotu. Z uwagi na regionalny charakter badania, wyników prezentujących skalę badanego zjawiska nie można uogólniać na populację generalną.

1. Czynniki decydujące o innowacyjności sektora MŚP

Innowacyjność decyduje o poziomie oraz kierunku rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa, oznaczając postęp, rozwój i przewagę konkurencyjną. Zdolności innowacyjne przedsiębiorstwa zależą od wielu czynników mierzalnych i niemierzalnych. Ogół tych czynników dzieli się na zewnętrzne oraz wewnętrzne [Kasperkiewicz 2008, s. 118-121]. Do czynników zewnętrznych innowacyjności, znajdujących się w otoczeniu przedsiębiorstwa, zalicza się typ sektora i rynku oraz środowisko naturalne, technologiczne, ekonomiczne, polityczne, społeczne, naukowe itp., w którym przedsiębiorstwo funkcjonuje. Otoczenie to można podzielić na ogólne i operacyjne. Otoczenie ogólne obejmuje przede

wszystkim rozwiązaniach instytucjonalne, organizacyjne i informacyjne, a więc politykę państwa, infrastrukturę, administrację, system edukacji i szkoleń oraz warunki rynkowe. Natomiast otoczenie operacyjne to przede wszystkim odbiorcy, dostawcy, pozostali partnerzy, w tym instytucje finansowe oraz konkurenci, jak również instytucje sfery nauki i techniki oraz instytucje i organizacje zajmujące się wspieraniem innowacji, a także pośrednictwem w tej dziedzinie.

Do uwarunkowań wewnętrznych należą natomiast zgromadzone w przedsiębiorstwie zasoby materialne oraz czynniki niematerialne, zapewniające przedsiębiorstwu zdolność do absorpcji i zastosowania innowacji oraz zdobywania przewagi na rynku: zasoby ludzkie, a więc stan i struktura kapitału ludzkiego, jego kwalifikacje, zdolności uczenia się, wiedza i informacje, zdolności, umiejętności i przedsiębiorczość, a także ilość i struktura majątku, technologii czy systemów informatycznych oraz zasoby finansowe, umożliwiające finansowanie innowacji.

Procesy innowacyjne w MSP przebiegają inaczej niż w dużych przedsiębiorstwach. I chociaż wszystkie podmioty muszą mieć wewnętrzną zdolność do tworzenia nowych produktów, technologii lub metod organizacji, jak również zdolność do absorpcji czy zastosowania wiedzy wytworzonej poza przedsiębiorstwami, to aby czerpać korzyści z jej efektów, MSP mają:

- większe problemy z wewnętrzną zdolnością innowacyjną niż duże przedsiębiorstwa (choć są takie dziedziny – nisze, gdzie specyficzne cechy MSP pozwalają zdobyć im przewagę techniczną i rynkową),
- większe problemy niż duże przedsiębiorstwa w wyszukiwaniu i ocenie różnorodnych zasobów zewnętrznych, ich asymilacji, transformacji i zastosowaniu, są bardziej wrażliwe na jakość i otwartość otoczenia (choć i tutaj specyficzne cechy MSP pozwalają złagodzić wspomniane ograniczenia) [Stawasz, 2011b, s. 40].

Z drugiej strony prosta struktura organizacyjna, doskonała znajomość rynku i ściśle, często nieformalne relacje z klientami pozwalają podmiotom o małej skali na szybsze uczenie się i rozpoznanie potrzeb klientów oraz wprowadzanie innowacji [Stawasz, 2011a, s. 37-58].

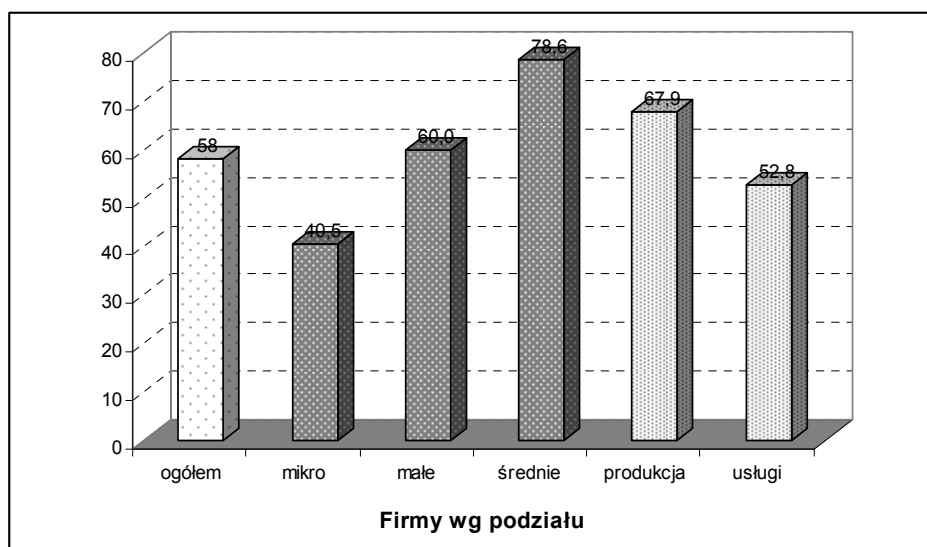
Czynnikiem warunkującym poziom innowacyjności jest również nasilenie konkurencji w sektorze. Przyczyną niskiej innowacyjności sektora MSP można doszukiwać się w tym, że w Polsce nie istnieje tak znacząca konkurencja, jak w krajach przodujących w innowacyjności, co może powodować, że w wielu firmach nie pojawia się motywacja do tworzenia bardziej innowacyjnych rozwiązań, gdyż na dotychczasowe produkty znajduje się klient [Koczerga, 2011, s. 9-17].

Warunkiem podnoszenia innowacyjności przedsiębiorstw z sektora MSP jest odpowiednia polityka innowacyjna w kraju, rozumiana jako proces polegający na wspieraniu działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. Działania zawarte w polityce innowacyjnej powinny zmotywować przedsiębiorców do wprowadzania innowacji, obniżyć stopień trudności podejmowania i realizowania innowacji, zmniejszać stopień ryzyka i niepewności oraz pomagać w dokonywaniu optymalnego wyboru dla przedsiębiorców nie do końca znających mechanizmy wprowadzania innowacji [Mizgajska, 2010, s. 9-26]. Aby przedsiębiorstwa były innowacyjne, powinien być również tworzony w państwie klimat innowacyjny, który umożliwiłby wykorzystywanie osiągnięć naukowych, działalności B+R, nowych rozwiązań organizacyjnych i technicznych w przedsiębiorstwach. Gdyby takie działania miały miejsce, wytworzyłby się swoisty kult innowacyjności, który pozwoliłby firmom tworzyć nowatorskie rozwiązania. Tak rozumiana innowacyjność prowadzi do wzrostu wydajności pracy, do redukcji kosztów wytwarzania oraz do coraz lepszych produktów. Jest to szczególnie istotne w warunkach ciągłych, gwałtownych i głębokich zmian, które mają miejsce w otoczeniu przedsiębiorstw obecnie i będą miały miejsce w przyszłości. Sytuacja taka ma miejsce w firmach, w których przedsiębiorców cechują: energia, zapał, odwaga, świeżość spojrzenia, przedsiębiorczość, innowacyjność, wyczuwanie sytuacji rynkowej oraz umiejętność jej diagnozowania i prognozowania. W rezultacie, cechami warunkującymi innowacyjność przedsiębiorstwa w warunkach burzliwego otoczenia zewnętrznego są:

- a) zdolność przewycięzania bariery ciągłego uczenia się, zarówno przez pojedynczych pracowników, jak i przez całe przedsiębiorstwo;
- b) zdolność profesjonalnego kierowania procesem zdobywania, rozpowszechniania i stosowania wiedzy;
- c) zdolność opracowania naturalnie innowacyjnej strategii działania opartej na wizji;
- d) przedsiębiorczość strategiczna, przejawiająca się w tworzeniu przesłanek dla przedsiębiorczości i innowacyjności;
- e) mobilność strategiczna, polegająca na umiejętności tworzenia nowych, konkurencyjnych kompetencji;
- f) zdolność do dynamicznego i elastycznego działania;
- g) zdolność efektywnego kierowania zmianą, w tym umiejętność szybkiego wprowadzania kompleksowych zmian [Błaszczuk, 2013, s. 16].

2. Bariery ograniczające wdrażanie innowacji w badanych firmach

Małe i średnie przedsiębiorstwa jako sektor są ważnym uczestnikiem w tworzeniu innowacyjności gospodarki polskiej, ale role, które odgrywają poszczególne przedsiębiorstwa, są bardzo zróżnicowane. Każde z przedsiębiorstw (lub też wyodrębnione grupy tych przedsiębiorstw ze względu na ich specyfikę) mają swoje własne specyficzne zachowania innowacyjne. Przedsiębiorstwa z sektora MSP stosują zarówno proste imitacje jak również zdarzają się w tych przedsiębiorstwach innowacje radykalne. Przedsiębiorstwa te stosują zarówno wyizolowaną działalność innowacyjną, jak również skomplikowaną działalność w powiązaniu z innymi podmiotami [Mądra, 2013, s. 204-205]. Ogólną miarą opisującą zaangażowanie w tworzenie innowacyjności może być liczba przedsiębiorstw podejmujących w swoich firmach działania innowacyjne (rys. 1).



Rys. 1. Struktura firm podejmujących działania mające na celu podniesienie innowacyjności

Źródło: Obliczenia na podstawie badań własnych.

Z przeprowadzonych badań wynika, że blisko 60% firm z terenu województwa podkarpackiego należących do sektora MSP jest zainteresowanych wdrażaniem innowacji w swoich firmach. Skala zainteresowania omawianym problemem zwiększa się wraz ze wzrostem wielkości firm. Podczas gdy w przypadku firm mikro, wdrażaniem rozwiązań innowacyjnych zainteresowane jest

ok. 40% firm, to w przypadku małych przedsiębiorstw udział ten wynosi 60%, a w przypadku średnich podmiotów sięga blisko 80%. Z przeprowadzonej analizy wynika ponadto, że zdecydowanie większą aktywność w rozwoju innowacji przejawiają firmy produkcyjne niż podmioty usługowe.

Zaobserwowane zróżnicowanie we wdrażaniu rozwiązań innowacyjnych w badanych firmach znajduje odzwierciedlenie w obszarach działania, w których rozwijana jest działalność innowacyjna (tab. 1).

Tabela 1. Najważniejsze obszary innowacyjności badanych firm

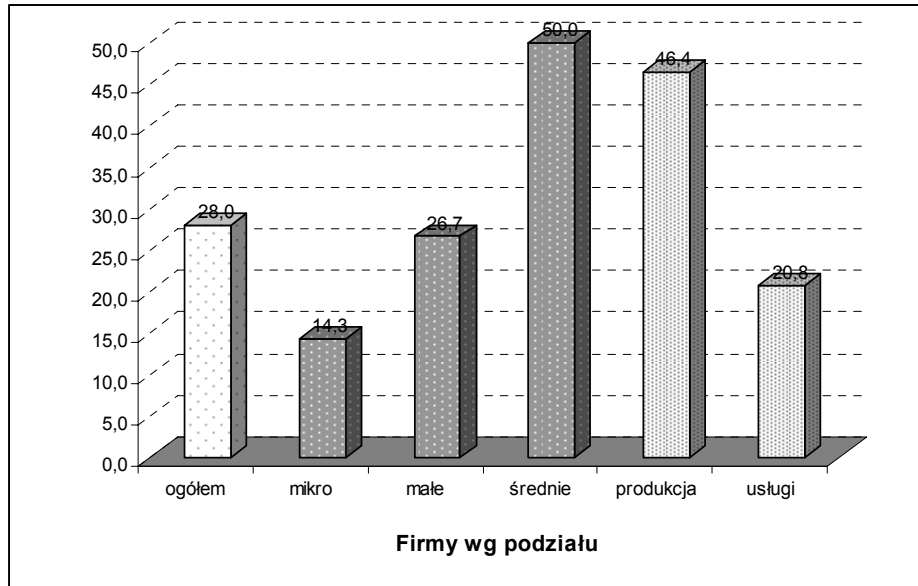
Obszary innowacyjności	Ogółem	Wielkość przedsiębiorstwa			Profil działalności	
		mikro	małe	średnie	produkcja	usługi
Innowacja technologiczna	43,1	41,2	44,4	45,5	63,2	34,2
Innowacja produktowa	15,5	11,8	5,6	27,3	31,6	7,9
Innowacja sprzedażowa/usługowa	32,8	58,8	27,8	18,2	15,8	36,8
Innowacja organizacyjna	10,3	5,9	11,1	13,6	10,5	10,5
Innowacja marketingowa	6,9	11,8	5,6	4,5	5,3	7,9

Źródło: Obliczenia na podstawie badań własnych.

Innowacje wdrażane w badanych firmach w największej części dotyczą wprowadzania nowych rozwiązań procesowych i technologicznych, co potwierdza ponad 40% badanych firm. Najwyższe zainteresowanie innowacjami w obszarze technologii przejawiają średnie firmy (największe spośród badanych) oraz podmioty, które prowadzą działalność produkcyjną. Innowacyjność technologiczna wymienionej grupy firm zbiega się z innowacjami produktowymi, które stanowią drugi pod względem ważności obszar rozwijany przez te podmioty. Zupełnie inne priorytety w zakresie działań innowacyjnych realizują najmniejsze firmy oraz podmioty usługowe. Firmy mikro, podobnie jak firmy usługowe najczęściej wdrażają innowacje w obszarze nowych metod sprzedaży i marketingu. Głównym powodem tych decyzji jest fakt, że firmy najmniejsze są skłonne do działań innowacyjnych, ale w obszarach nie wymagających wysokich nakładów na inwestycje, gdyż same nie dysponują wolnymi środkami, które można przeznaczyć na innowacje. Ponadto małe przedsiębiorstwa nie posiadają wystarczającej wiedzy na temat sprzedaży i marketingu i to jest jednym z głównych, neuralgicznych problemów jakie dostrzegają.

Jak wspomniano jednym z powodów małego zainteresowania rozwijaniem innowacji w firmach mogą być ograniczone zasoby na inwestycje w tym zakre-

się. W praktyce działalność innowacyjna jest wspierana przez różnego rodzaju instytucje i programy. Problemem pozostaje jednak niewielkie zainteresowanie przedsiębiorców tym wsparciem, mierzone liczbą firm korzystających z wsparcia innowacyjności (rys. 2).



Rys. 2. Poziom zainteresowania wsparciem na działalność innowacyjną z uwzględnieniem zróżnicowanych grup przedsiębiorstw

Źródło: Obliczenia na podstawie badań własnych.

Z przeprowadzonych badań wynika, że z dostępnych programów wsparcia innowacyjności korzysta niecałe 30% firm. Największe zainteresowanie pomocą w tym zakresie wykazują firmy największe, spośród których połowa przyznała się do korzystania z pomocy na działalność innowacyjną. Największą bierność w pozyskiwaniu środków pomocowych przejawiają z kolei firmy najmniejsze, z których niecałe 15% korzystało kiedykolwiek ze wsparcia na działalność innowacyjną. Porównując firmy o różnym profilu działalności można zauważyć zdecydowanie wyższe zainteresowanie wsparciem przejawiane przez firmy produkcyjne.

Oprócz samego zainteresowania programami pomocowymi na działalność innowacyjną, miarą aktywności firm w pozyskiwaniu środków, a czasami miarą atrakcyjności samych programów jest częstotliwość korzystania

ze wsparcia w ostatnich latach. Wyniki przeprowadzonego w tym zakresie badania zawiera tab. 2.

Tabela 2. Częstotliwość korzystania ze wsparcia na działalność innowacyjną

Częstotliwość korzystania ze wsparcia na innowacje	Ogółem	Wielkość przedsiębiorstwa			Profil działalności	
		mikro	małe	średnie	produkcja	usługi
ani razu	67,0	85,7	56,7	50,0	57,1	70,8
1-2 razy	21,0	9,5	30,0	28,6	17,9	22,2
3-5 razy	10,0	4,8	13,3	14,3	17,9	6,9
6 i więcej razy	2,0	0,0	0,0	7,1	7,1	0,0

Źródło: Obliczenia na podstawie badań własnych.

Prezentowane dane potwierdzają małą aktywność badanych przedsiębiorców w pozyskiwaniu środków na rozwój innowacji w swoich firmach. Podobnie jak w przypadku samego zainteresowania programami pomocowymi, blisko 70% firm w okresie ostatnich 5 lat nie skorzystało z żadnych form wsparcia działalności innowacyjnej. W grupie podmiotów sięgających po pomoc finansową w tym okresie zasadnicza grupa (21% badanych) skorzystała z takich możliwości zaledwie co najwyżej 2 razy. W grupie przebadanych przedsiębiorstw tylko co 10 firma skorzystała z omawianej pomocy 3 i więcej razy. Wobec powyższych danych można zadać pytanie: Dlaczego przedsiębiorcy w tak małej liczbie i częstotliwości korzystają z możliwości wsparcia działań innowacyjnych w badanych firmach? Częściową odpowiedź na to pytanie uzyskamy analizując ograniczenia wdrażania innowacji, wskazane przez przedsiębiorców (tab. 3).

Tabela 3. Główne powody ograniczające wdrażanie innowacji w badanych przedsiębiorstwach

Ograniczenia wdrażania innowacji	Ogółem	Wielkość przedsiębiorstwa			Profil działalności	
		mikro	małe	średnie	produkcja	usługi
1	2	3	4	5	6	7
Zbyt duża biurokracja związana z pozyskiwaniem funduszy	71	81	63	61	64	74
Ograniczone środki własne na inwestycje	23	21	23	25	11	28
Brak inwestorów zorientowanych na długookresowe inwestycje	11	12	7	14	14	10

cd. tabeli 3

1	2	3	4	5	6	7
Nieufność dostarczanej wiedzy/opinii klientów	13	7	20	14	11	14
Niedostateczna ochrona własności intelektualnej	2	0	3	4	7	0
Brak odpowiedniej komórki i infrastruktury badawczo-rozwojowej w firmie	16	14	13	18	21	14
Zbyt długi czas wdrażania innowacji	41	36	40	46	25	47
Brak partnerów do efektywnego wprowadzenia innowacji	11	14	10	7	11	11
Brak powiązań zyskowności firmy z aktywnością innowacyjną	11	7	17	11	7	13
Problemy z koordynacją działalności innowacyjnej w firmie	2	2	3	0	0	3
Niechęć do podejmowania ryzyka	10	12	13	4	18	7
Brak odpowiedniej infrastruktury badawczo-rozwojowej w jednostkach badawczo-rozwojowych	4	5	7	7	4	4

Źródło: Obliczenia na podstawie badań własnych.

Z uzyskanych danych wynika, że największą barierę we wdrażaniu działań innowacyjnych, a ściślej źródeł ich finansowania, stanowi za duża biurokracja związana z pozyskiwaniem funduszy i ich rozliczaniem. Problem ten jest szczególnie istotny dla mikroprzedsiębiorstw, których właściciele nie dysponują wystarczającą wiedzą niezbędną do właściwego ubiegania się o pomoc, bądź nie mają na to wystarczającej ilości czasu. Kolejny, wskazywany przez przedsiębiorców problem dotyczy zbyt długiego czasu wdrażania innowacji. Jest on powiązany z koniecznością przestrzegania procedur zapisanych w dokumentach programowych, co znacząco wydłuża czas realizacji konkretnych inwestycji i rozliczania projektów. Kolejnym zidentyfikowanym ograniczeniem wdrażania innowacji jest brak środków własnych na inwestycje, na co wskazuje ponad ¼ badanych firm. Innym ograniczeniem jest również brak odpowiednich środków materialnych i zasobów ludzkich umożliwiających wdrażanie innowacji. W grupie pozostałych ograniczeń warto wymienić: nieufność do dostarczanej wiedzy, brak inwestorów zorientowanych na długofalowe inwestycje, brak partnerów do wdrażania innowacji czy niechęć do ryzyka.

Z przytoczonych danych wynika, że przedsiębiorcy, pomimo tego, że są zainteresowani wdrażaniem innowacji, napotykać problemy, z którymi słabo so-

bie radzą. Sposobem na podniesienie innowacyjności tych firm może okazać się pomoc zewnętrzna świadczona na rzecz tych podmiotów przez specjalistyczne firmy czy instytucje. Do tego konieczne jest podjęcie działań mających na celu stworzenie atrakcyjnej oferty usługowo-doradczej do badanych firm i dogodnych warunków współpracy. Potrzeba ta jest tym bardziej istotna, że jak pokazują wyniki przeprowadzonych badań współpraca z ośrodkami badawczo-rozwojowymi jest bardzo słaba (tab. 4).

Tabela 4. Poziom współpracy badanych firm z jednostkami badawczo rozwojowymi przy wdrażaniu rozwiązań innowacyjnych

Ośrodki badawczo-rozwojowe	Ogółem	Wielkość przedsiębiorstwa			Profil działalności	
		mikro	małe	średnie	produkcja	usługi
Instytucja naukowo-badawcza lub uczelnia	6	4,8	–	14,3	21,4	–
Partner biznesowy	14	9,5	16,7	17,9	7,1	16,7
Firma konsultingowa	4	–	3,3	10,7	7,1	2,8
Biuro patentowe	2	–	6,7	–	3,6	1,4
Inny podmiot	4	2,4	3,3	7,1	7,1	2,8
Brak współpracy	70	83,3	70,0	50,0	53,6	76,4

Źródło: Obliczenia na podstawie badań własnych.

Badane przedsiębiorstwa w niewielkim zakresie posilkują się współpracą jednostkami badawczo-rozwojowymi funkcjonującymi na rynku. Spośród przebadanych firm zaledwie 30% podmiotów deklaruje, że prowadziło lub prowadzi współpracę z analizowanymi podmiotami. Niepokojącym jest to, że 70% firm, nie podejmujących takiej współpracy świadczy o bardzo słabym związku, jaki występuje między nauką i badaniami a biznesem. Zjawisko to jest szczególnie niepokojące w grupie firm najmniejszych, które z całą pewnością potrzebują pomocy merytorycznej w różnych zakresach, ale niestety po taką pomoc nie sięgają. Być może powodem tego jest mała otwartość instytucji badawczych, szczególnie niekomercyjnych na komercjalizację posiadanej wiedzy i sprawdzonych rozwiązań. Większy zakres współpracy między jednostkami badawczymi a badanymi firmami występuje w grupie partnerów biznesowych.

Podsumowanie

Z przeprowadzonych badań wynika, że małe i średnie przedsiębiorstwa z terenu województwa podkarpackiego są zainteresowane wdrażaniem rozwiązań innowacyjnych. Niestety skala i tempo rozwoju innowacji w tych firmach jest na niskim poziomie. Przyczyną tego zjawiska są liczne ograniczenia, które wiążą się z procedurami ubiegania się o wsparcie działań innowacyjnych w badanych firmach. Liczne bariery skutkują małym zainteresowaniem programami pomocowymi, a w efekcie końcowym niewielkim udziałem firm, które wdrażają rozwiązania innowacyjne. Badane przedsiębiorstwa cechuje przy tym duża bierność w poszukiwaniu partnerów i współpracy z podmiotami, które dysponują wiedzą, doświadczeniem i możliwościami wsparcia przy zwiększaniu innowacyjności firm.

Uwzględniając znaczenie innowacyjności w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej dzisiejszych przedsiębiorstw oraz nastawienie przedsiębiorców do tego problemu, konieczne jest podjęcie działań mających na celu zwiększenie innowacyjności małych i średnich. Spośród wielu możliwości, jakie stwarza rynek w ramach wspierania i rozwoju innowacji w firmach, największy nacisk należy położyć na:

1. Działania informacyjne i edukacyjne skierowane dla przedsiębiorców, dotyczące konieczności wdrażania innowacji w firmach jako warunku przetrwania i rozwoju. U podstaw motywacji do rozwoju innowacji w firmach powinny leżeć argumenty długofalowego rozwoju, a nie chęci odniesienia jednorazowych korzyści.
2. Przygotowania przez instytuty badawcze i uczelnie kompleksowej oferty współpracy i wspierania działań innowacyjnych w firmach, wraz z gwarancją pomocy przy przygotowywaniu i wdrażaniu innowacji w firmach. Uczelnie i instytuty badawcze powinny gwarantować przedsiębiorcom pomoc, od momentu przygotowania i oceny składanego projektu, przez jego realizację do oceny efektów końcowych jakie przyniesie wdrożona innowacja.
3. Stworzenie programów wsparcia działań innowacyjnych nie ograniczających się jedynie do jednorazowego dostarczenia wsparcia naukowo badawczego, ale objęcia pomocą merytoryczną, wsparciem technicznym i finansowym, całego procesu wdrażania i monitorowania innowacji w firmach. W ramach kompetencji jednostki doradcze powinny mieć możliwość upraszczania procedur związanych z ubieganiem się o pomoc na innowacje, w ramach podejmowania współodpowiedzialności za prawidłowe przestrzeganie procedur.

4. Uproszczenie procedur biurokratycznych dotyczących pozyskiwania i rozliczania projektów, co będzie skutkowało zmniejszeniem kosztów spełnienia warunków formalnych i przyczyni się do skrócenia czasu wprowadzania innowacji w firmach.

Połączenie wskazywanej przez przedsiębiorców chęci wdrażania rozwiązań innowacyjnych z możliwościami realnego wsparcia tych obszarów, przy jednoczesnym uproszczeniu procedur z tym związanych, przyczyni się zapewne do podniesienia innowacyjności małych i średnich firm, a tym samym wpłynie na poprawę ich konkurencyjności

Literatura

- Błaszczuk D. (2013), *Innowacyjność w sektorze MŚP*, „Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula”, nr 3 (37).
- Cichorska J. (2010), *Finansowe bariery rozwoju innowacyjności mikroprzedsiębiorstw w Polsce* [w:] A. Bielawska, T. Łuczka (red.), *Uwarunkowania rynkowe rozwoju mikro i małych przedsiębiorstw Mikrofirma 2010*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Kasperkiewicz W. (2008), *Procesy innowacyjne w gospodarce rynkowej. Teoria i praktyka*, Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie, Piotrków Trybunalski.
- Koczerga M. (2011), *Innowacje w przedsiębiorstwie* [w:] H. Mruk, R. Nestorowicz (red.), *Uwarunkowania sprawności innowacyjnej przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań.
- Mądra J. (2013), *Bariery innowacyjności przedsiębiorstw z sektora MSP*, Konferencja Innowacje w Zarządzaniu i Inżynierii Produkcji, Zakopane, http://www.ptzp.org.pl/files/konferencje/kzz/artyk_pdf_2013/p018.pdf (dostęp: 3.09.2015).
- Mizgajska H. (2010), *Zmiany aktywności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw po akcesji do Unii Europejskiej na przykładzie Wielkopolski* [w:] H. Mizgajska (red.), *Problemy innowacyjności przedsiębiorstw produkcyjnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań.
- Stanisławski R. (2011), *Analiza uwarunkowań i ocena realizacji polityki innowacyjnej instrumentów wsparcia wobec MSP w świetle badań własnych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 654 (70).
- Stawasz E. (2011a), *Innowacyjność wobec sektora MŚP*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 654 (70).
- Stawasz E. (2011b), *Polityka innowacyjna wobec MSP* [w:] P. Niedzielski, R. Stanisławski, E. Stawasz (red.), *Polityka innowacyjna państwa wobec sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce – analiza uwarunkowań i ocena realizacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.

**LIMITATIONS OF THE INNOVATIVE ACTIVITIES IMPLEMENTATION
IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES**

Summary: One of the conditions for global competition is to implement innovative solutions into companies, as a part of ensuring the survival and development of the market. Meanwhile, the attention in innovations expressed especially by SME entrepreneur is still at a low level. This occurs despite numerous programs, including both financial and organisational support in the development of innovation in these companies.

The paper attempts to identify the key development barriers of innovation in the SME sector and identify significant directions of change that may increase the scale of innovation in analysed companies.

Keywords: innovation, small and medium-sized enterprises, limitations of the development.