

MAŁGORZATA MARTYNOGA
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
malgorzata.martynoga@gmail.com

MARZENA JANKOWSKA
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
marzena-2015@o2.pl

Wdrażanie i partycypacja w innowacjach – ocena działalności małych firm z Wałbrzycha i okolic

Implementation and participation in innovation – grading small businesses from Wałbrzych and surrounding areas

Abstract

The purpose of this article, is to evaluate the activities of small companies in Wałbrzych and surrounding areas, in the context of the implementation and participation in innovation. Small businesses were explored in the field of innovation in their own enterprise. Attention was paid to the dilemmas of entrepreneurs, both for existing or possible innovation potential, and the environment, including their tendency in participation in joint ventures. An attempt was made, to identify development opportunities, depending on the terms of the capital, an indication of the benefits of innovation, as well as barriers. Carried out surveys helped assess the capabilities and the tendency of traders to make changes through the implementation of new solutions. A summary of the research have provided an indication of the constraints and examples of inventories in the current industry innovative actions that have already started or in additional industry, different from currently existing. The results of the tests, will help evaluate the approach to innovation in each stage of business. The main study concentrates on small businesses with up to 49 employees from Wałbrzych and surrounding areas.

Keywords: innovation, innovation actions, Wałbrzych, entrepreneur, participation in the innovation

Streszczenie

Cel artykułu stanowi ocena działalności firm z Wałbrzycha i okolic w kontekście wdrażania i partycypacji w innowacjach. Zbadane zostały małe organizacje w zakresie działań innowacyjnych we własnym przedsiębiorstwie. Uwaga została zwrócona na dylematy przedsiębiorców zarówno pod kątem posiadanego lub możliwego potencjału innowacyjnego, jak i otoczenia oraz skłonności przedsiębiorców w partycypowaniu we wspólnych przedsięwzięciach innowacyjnych. Podjęta została próba identyfikacji zależności kapitału względem możliwości rozwoju, wskazania korzyści z innowacji, jak i barier. Przeprowadzone badania ankietowe pomogły ocenić możliwości i skłonność przedsiębiorców do wprowadzania zmian poprzez wdrażanie nowych rozwiązań. Podsumowanie badań stanowi wskazanie ograniczeń oraz inwentaryzację przykładów rozpoczętych działań innowacyjnych realizowanych w branży obecnej lub branży dodatkowej, odmiennej od dotychczasowej. Wyniki badań pozwalają ocenić podejście przedsiębiorców do innowacji w każdym etapie prowadzenia działalności. Głównym podmiotem badań są przedsiębiorstwa małe zatrudniające do 49 osób z Wałbrzycha i okolic.

Słowa kluczowe: innowacja, działania innowacyjne, Wałbrzych, przedsiębiorcy, partycypacja w innowacji

Wprowadzenie

Pojęcie innowacji nie ma ostatecznej definicji i nie ma pełnej zgody co do rozumienia tego terminu (Wronka-Pośpiech, 2015). Wiele definicji polega na sprowadzeniu działań innowacyjnych do przedmiotu i dziedziny, w której została wprowadzona. Innowacje dotyczyły tylko produktów i procesów, obecnie jakość usług, modeli biznesu czy innych tworów jest określana mianem innowacyjności. Dlatego każda dziedzina nauki, każdy proces czy nowe odmienne działania odbiegające od standardów określa się mianem innowacyjnych. Ze zróżnicowaniem pojęć innowacji łączy się również funkcjonowanie wielu rodzajów innowacji. Są one związane ze sferami działania. W literaturze ekonomicznej wyróżnia się główne rodzaje: techniczne, technologiczne, organizacyjne i społeczne.

➔ Innowacje techniczne rozumiane są jako wszelkie zmiany w parametrach technicznych maszyn i urządzeń, ulepszające je poprzez wprowadzenie do nich nowych elementów bądź też w drodze całkowitego znowelizowania rozwiązań (Olejniczuk-Merta, 2013).

- Innowacje technologiczne to zmiany w technologii procesu produkcji poprzez wprowadzenie nowych elementów lub nowej niż dotychczas stosowanej technologii (Olejniczuk-Merta, 2013).
- Innowacje organizacyjne wyrażają zmiany w organizacji podmiotu gospodarczego, nowe programy lub systemy zarządzające, na skutek czego powstają nowe schematy organizacyjne.
- Innowacje społeczne odnoszą się do zmian zachodzących w strukturze społecznej ludności, we wspólnych działaniach, postawach i zachowaniach ludzkich (Olejniczuk-Merta, 2013).

We wstępie do „Przewodnika po innowacjach społecznych”, opublikowanego przez Komisję Europejską, innowacje społeczne określane są jako „(...) innowacje, które są zarówno społeczne w ich celach, jak i w środkach, pozostając otwartymi na różnicowanie terytorialne, kulturalne itp. Społeczne w sensie zarówno procesu, jak i celów społecznych i socjalnych, które każdy chciałby osiągnąć” (European Commission, 2013; Wronko-Pośpiech, 2015). Natomiast według OECD innowacje społeczne „(...) nie odnoszą się do wprowadzenia nowych rodzajów produkcji lub wykorzystywania nowych rynków ze względu na ich wykorzystanie [dla zysku], ale ich głównym celem jest zaspokojenie nowych potrzeb, niedostarczonych przez rynek lub tworzenie nowych, bardziej satysfakcjonujących sposobów aktywizacji, dając ludziom miejsca pracy i zmieniając ich role w procesie produkcji” (OECD, 2011). Innowacje wdrażane w przedsiębiorstwach to innowacje informatyczne, procesu zarządzania, technologiczne bądź marketingowe. Każde wprowadzane nowe rozwiązanie przyczynia się nie tylko do rozwoju przedsiębiorstwa, ale także przynosi korzyści społeczne. Podsumowując „Innowacje społeczne jest to coś, co wykracza poza tradycyjną filantropię i odpowiada na potrzeby społeczne, to nowy zestaw modeli biznesowych, procedur, produktów i usług, który tworzy nową społeczną współpracę. Sam biznes nie rozwiąże wszystkich problemów świata ani żaden inny sektor nie zrobi tego samodzielnie. Współpraca biznesu z rządem i społeczeństwem obywatelskim może przyczynić się do innowacji i rozwoju społecznego. Takie podejście jest po prostu dobre dla biznesu. Liczą się nie tylko krótkoterminowe efekty, ale także rezultaty w dłuższej perspektywie. Żeby biznes przetrwał, musi postępować w sposób zrównoważony” (Panek-Owsiańska, 2013). Mając na uwadze cel artykułu, ocenę działalności wałbrzyskich i okolicznych przedsiębior-

ców z sektora MŚP w partycypacji i wdrażaniu innowacji, sprawdzimy, czy przedsiębiorcy chcą uczestniczyć i wprowadzać nowe rozwiązania w swoich firmach. Jakie bariery występują w przedsiębiorstwach oraz jakich rezultatów oczekują przedsiębiorcy.

Miasto Wałbrzych i przedsiębiorcy

W Polsce największy problem we wdrażaniu innowacji mają małe i średnie przedsiębiorstwa (Gierańczyk, Sadoch, 2015). Zarówno kapitał finansowy, jak i ludzki sprawiają najwięcej trudności w rozwoju firm zatrudniających do 50 osób. Ograniczenia czasowe, brak wiedzy oraz funduszy na kształcenie, brak działalności badawczo-rozwojowej zmniejsza zdolność na rozwój. Brak ekspansji szczególnie niekorzystnie wpływa na całą gospodarkę nie tylko krajową. Globalny rozwój, jaki towarzyszy niektórym innowacjom, często korzystnie wpływa nie tylko na przedsiębiorców, ale również na innych uczestników rynku. Według komisarza ds. badań, innowacji i nauki Máire Geoghegan-Quinn oraz wiceprzewodniczącego Komisji Antonia Tajani, który odpowiada za przemysł i przedsiębiorczość, Europa „(...) wychodząc z kryzysu w warunkach ostrej konkurencji światowej, znalazła się w nadzwyczajnej sytuacji, jeśli chodzi o innowacje. Jeżeli nie przekształcimy Europy w Unię innowacji, nasze gospodarki zaczną poważnie podupadać, a pomysły i talenty zostaną zmarnowane. Innowacje stanowią klucz do zrównoważonego wzrostu oraz sprawiedliwszego i bardziej ekologicznego społeczeństwa. Radykalna poprawa wyników Europy w zakresie innowacji to jedyny sposób na utworzenie stałych i dobrze płatnych miejsc pracy, które wytrzymają presję globalizacji” (www.pi.gov.pl, 2016). Rozwój powiązań małych i wielkich biznesów przyniesie korzyści finansowe. Informacje zwrotne od przedsiębiorców przemawiają za wprowadzeniem i realizacją innowacji na poziomie firmy, miasta, województwa. Wałbrzych to miasto na prawach powiatu, położone na południowym zachodzie Polski, w województwie dolnośląskim. Po Wrocławiu jest drugim miastem pod względem liczby mieszkańców. Dawniej był to bardzo ważny i potężny ośrodek górniczy Dolnego Śląska, obecnie jest ośrodkiem przemysłowym, akademickim i naukowym z rozwijającymi się obiektami turystycznymi zarówno w Wałbrzychu, jak i okolicach. W skład powiatu wchodzi gminy miejskie (Boguszów-Gorce, Jedlina-Zdrój, Szczawno-Zdrój), gminy miejsko-wiejskie (Głuszycza, Mieroszów), gminy wiejskie (Czarny Bór, Stare Bogaczowice, Walim) oraz miasta (Boguszów-Gorce, Je-

dlina-Zdrój, Szczawno-Zdrój, Głuszycy, Mieroszów). Wałbrzych w ostatnim czasie zmienia infrastrukturę drogową oraz komunalną. Liczne remonty i budowy obiektów sportowo-rekreacyjnych, przeobrażenia starej kopalni powodują, że staje się on miastem bardziej atrakcyjnym. Wiele wiodących firm na rynku krajowym i zagranicznym ma swoje zakłady produkcyjne w Wałbrzyskiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej „Invest-Park”, która powstała w 1997 roku. Wiodącym elementem w gospodarce kraju oraz Wałbrzycha są małe i średnie przedsiębiorstwa. Liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych prowadzonych przez osoby fizyczne na koniec marca 2016 roku to 7921 działalności gospodarczych, natomiast zarejestrowanych w systemie REGON na koniec marca 2016 roku to 13 961 firm (według sekcji PKD 2007). Miasto ukierunkowane jest na tworzenie odpowiednich warunków i klimatu do prowadzenia działalności gospodarczej, dlatego inwestorzy, którzy decydują się na funkcjonowanie w Wałbrzychu, korzystają z pomocy WSSE „Invest-Park” oraz instytucji wspierania przedsiębiorczości.

Badania ankietowe

Badania ankietowe przeprowadzono wśród wałbrzyskich przedsiębiorców. Ankieta składała się z pytań dotyczących m.in. ogólnej wiedzy o działaniach innowacyjnych, udziału w szkoleniach dotyczących wdrażania innowacji oraz uczestnictwa w innowacjach społecznych. Ankietowani odpowiadali również na pytania związane z barierami we wdrożeniu nowych działań oraz możliwościami wprowadzenia innowacji a sytuacją finansową firmy. W badaniu udział wzięło 110 organizacji, z czego 61 z Wałbrzycha, a pozostałe z Głuszycy, Jedliny-Zdroju, Walimia, Mieroszowa, Świdnicy oraz innych miast i wsi. Badania ankietowe zorganizowano w dwóch wałbrzyskich biurach rachunkowych prowadzonych przez Ewę King oraz Irenę Wielowską. Ankietowanie rozpoczęto w lutym 2016 roku, a zakończono w maju 2016 roku. Wybierano przedsiębiorców, którzy zatrudniają do 49 pracowników, a rejestracja podmiotu gospodarczego jest na terenie Wałbrzycha lub powiatu wałbrzyskiego. Ze wszystkich respondentów zaledwie 18% (20 firm) zrealizowało innowacje w ostatnich 5 latach. Przedsiębiorcy i naukowcy odmiennie interpretują wiele zachowań i procesów zachodzących w firmie. Dla dokładnego określenia, jakie innowacje zostały zrealizowane lub są realizowane u respondentów, przy wypełnianiu ankiet pytano przedsiębiorców o charakter wdrożonych innowacji. W jednostkach ba-

danych najczęściej występujące branże to: budowlana (31), informatyczna (13), spożywcza (10), hotelarska, elektryczna i odzieżowa (9) oraz różnego rodzaju usługi, m.in. księgowość, doradztwa podatkowe, prawnego czy motoryzacyjne. Przeważająca forma prowadzenia firmy to osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą (81), następnie spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (15) oraz spółka cywilna (14). Cel badania stanowiło także poznanie potrzeb oraz planów przedsiębiorców, ich nastawienia na wyobrażenie zmiany oraz poznanie przeszkód w prowadzonej firmie we wdrażaniu innowacji czy realizacji nowych, postawionych zadań sprzyjających wzrostowi przychodów. Badania, które przeprowadzone zostały od lutego do maja 2016 roku, ukazały brak chęci współpracy w tworzeniu innowacji, a nawet uczestnictwa w przeprowadzaniu badania ankietowego. Wielu przedsiębiorców niechętnie rozmawiało o swojej działalności i nie wypełniało ankiety, tłumacząc się brakiem czasu lub niezainteresowaniem tematem. Z dostępnych ponad 300 respondentów zaledwie 110 zgodziło się do udziału w badaniu, co jest potwierdzeniem braku teoretycznej wiedzy o korzyściach płynących ze współpracy w grupie i kreowaniu nowych przedsięwzięć.

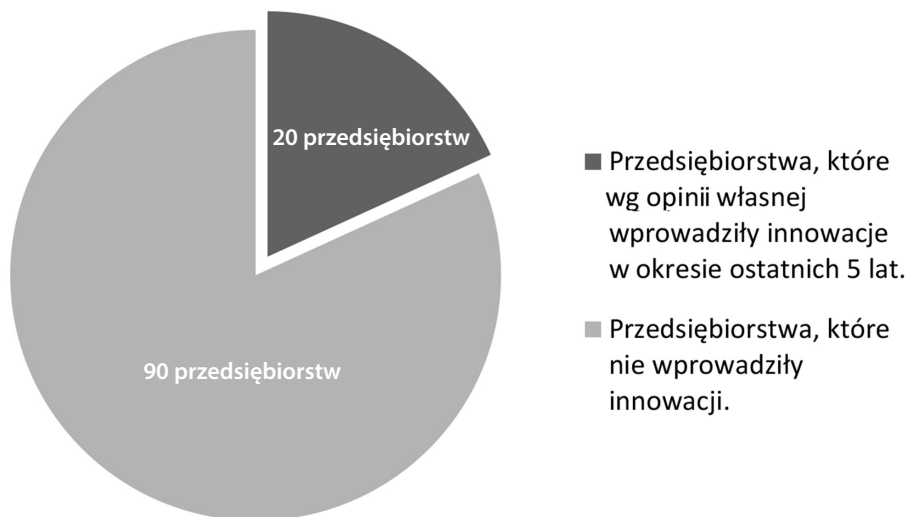
Wdrażane innowacje w wrocławskich przedsiębiorstwach

W badanych przedsiębiorstwach wprowadzane innowacje to głównie innowacje z zakresu technologicznego oraz organizacyjnego.

Z wywiadu, który był przeprowadzany przy ankietach, wynika, że innowacją informatyczną badani określają wprowadzenie nowego programu do obsługi konsumentów, nowych instalowanych aplikacji czy przynależność do nowych portali społecznościowych, nie tylko pod kątem biznesu i współpracy. Portale takie traktowane są jako narzędzie reklamy i marketingu, co w opinii przedsiębiorcy jest innowacyjnym podejściem do pozyskania konsumenta. Kilku z nich – ponieważ innowacje informatyczno-informacyjne według badań wprowadziło 7 przedsiębiorców – sądzi, że zmiany w sklepie internetowym to również innowacje informacyjne. Kolejni przedstawiciele małych i średnich biznesów, potwierdzając wprowadzenie innowacji organizacyjnych, brali pod uwagę zmiany obiegu dokumentów, organizacji pracy, zatrudnienie nowego pracownika do marketingu, reklamy i kierownictwa, a także rozwój biura i usług księgowych.

Rozszerzenie działalności i rejestracja nowego PKD również zostało określone jako innowacja organizacyjna. Usługi administracyjne, w ramach rozumianych przez przedsiębiorców zrealizowanych innowacji, wprowadziło 6 podmiotów gospodarczych. Tyle samo określiło wprowadzenie innowacji technologicznych, które polegały na zakupie nowych urządzeń (w branży budowlanej to sprzęt do nakładania tynków maszynowych, inne urządzenia i rusztowania). Innowacje technologiczne w rozumieniu wałbrzyszan w branży gastronomicznej to nowe dania i produkowanie ich na miejscu, a nie nabywanie od innych producentów wyrobów mrożonych. Wspomniano także, że nowość technologiczna to również zakup nowych sprzętów oraz wyposażenie kuchni w hotelarstwie i gastronomii. Innowacje według badanych to również otwarcie nowego punktu gastronomicznego przez przedsiębiorcę działającego w branży budowlanej, który nazywa obecne plany i realizację mianem nowej linii produkcyjnej wyrobów mącznych. Ze wszystkich ankietowanych podmiotów zaledwie 18% wprowadziło innowacje w ostatnich 5 latach, natomiast pozostała grupa nie dokonała zmian na poziomie przedsiębiorstwa, co przedstawia wykres 1.

Wykres 1. Przedsiębiorstwa, które wprowadziły innowacje i które nie wprowadziły innowacji w okresie: 2010–2015



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Wprowadzane zmiany a bariery

Na każdym etapie rozwoju działalności przedsiębiorca powinien rozwijać się i realizować cel zarobkowy. „Jeśli się nie zmienisz, to giniesz” (Johnson, 2000) – tak przedsiębiorca powinien podchodzić do swojej firmy, ponieważ brak zmian to działanie tylko na chwilę obecną, prowadzące często do destrukcji. Zmiany na poziomie firmy i społecznym powinny wskazywać i doprowadzać do pożądaných rezultatów. Zmiana jako wynik działalności innej niż dotychczasowa nie zawsze jest odbierana pozytywnie. Nie każda zmiana prowadzi do zamierzonego celu, a nawet może spowodować skutek odwrotny (Praszkiei, Nowak, 2005). Nie wystarczy sama chęć wprowadzenia zmian; bezpośrednie i niezrozumiałe wprowadzenie czegoś nowego może powodować opór, gdzie fundamentem jest obawa i niepewność. Przebadani przedsiębiorcy dążą do zmian w obszarze przedsiębiorstwa, nie wychodzą naprzeciw zmieniającej się gospodarce, kulturze społecznej czy rozwojowi społecznemu. Najwięcej planowanych zmian w 110 podmiotach dotyczy wymiany starego lub zakupu nowego środka trwałego, samochodu, maszyny (59 odpowiedzi), następnie wymiany obecnego sprzętu komputerowego (49 odpowiedzi), a na końcu ważną zmianą w firmie jest podwyższenie kwalifikacji pracowniczych (43 odpowiedzi). Czwarte miejsce w wielokrotnym wyborze najważniejszych zmian zajmuje rozszerzenie marketingu i reklamy (42 odpowiedzi). Firmy wałbrzyskie zatrudniające do 49 osób nie wykorzystują swoich możliwości i korzyści rozwojowych, ponieważ zaledwie 16 przedsiębiorców wybrało rozszerzenie działalności na rynki zagraniczne, a 14 chce zbudować, poszerzać rynki usług lub otworzyć nowy oddział. Wszystkie wyżej wymienione plany firm są działaniami obliczonymi na pozyskanie większej liczby konsumentów oraz osiągnięcie zysku. Firmy rodzinne czy przedsiębiorstwa zatrudniające kilka osób nie chcą zastępować lub zmieniać obecnej formy prowadzenia firmy, gospodarowania czasem czy kapitałem ludzkim. Ze wszystkich ankietowanych tylko 17 firm wykazało chęci do zmiany obecnego systemu zarządzania. Pytani o inne możliwości rozwojowe nie wykazali zainteresowania zmianami w obrębie prowadzonej działalności gospodarczej i nie opisali ich, a wynik w badaniach jest równy zeru.

Brak specjalistycznej wiedzy (Szostak, 2012) jest negatywnym czynnikiem wpływającym na skłonność przedsiębiorców do wprowadzenia innowacji. Bariery jest również brak informacji o możliwości współpracy ze sferą B+R w małych i średnich przedsiębiorstwach (Szostak, 2012). Współpraca

B+R inaczej przedstawia się w zaawansowanych technologicznie firmach, które często prowadzą badania we własnych jednostkach badawczych za granicą, a w Polsce posiadają zaledwie fabryki produkcyjne. Jednym z powodów niepodjęcia współpracy przez małych przedsiębiorców ze szkołami i instytucjami naukowymi jest brak instytucji pomagającej w nawiązywaniu kontaktów ze szkołami wyższymi (Szostak, 2012). Wspomina się również brak kierunków kształcenia adekwatnych do potrzeb przedsiębiorców, brak kooperacji jednostek samorządowych między szkołą, uczelnią a osobami prowadzącymi działalność gospodarczą. Kolejnym powodem braku współpracy może być malejąca liczba kadry naukowej niezbędnej w badaniach (Szostak, 2012), która podejmuje pracę za granicą z uwagi na lepsze warunki finansowe i warunki pracy. Z przeprowadzonych ankiet wynika, że 44% przedsiębiorców nie ma wiedzy na temat innowacyjności. Na pytanie o uczestnictwo w szkoleniach z zakresu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw 37% odpowiedziało, że nie wie o możliwości pozyskania takiej wiedzy, 45% nie korzystało z takich szkoleń, a zaledwie 22% było na szkoleniu z zakresu wdrażania innowacyjności. Mimo to brak jest przełożenia na działania. Świadomość i wiedza znacznie zwiększyłyby możliwości rozwoju płynące ze współpracy z nauką i z wprowadzenia innowacji. Pomysł i wdrożenie innowacji wpływa również na wartość przedsiębiorstwa (Gondek, 2015). Rodzące się w firmie idee, a następnie innowacje są potencjałem organizacji, dużym argumentem i znaczącym zjawiskiem w konkurencyjności podmiotu. Biznes innowacyjny lub z procesem innowacyjnym jest bardziej ekspansywny od firmy, której zadaniem jest przetrwanie lub naśladownictwo. Z przebadanych 110 małych i średnich przedsiębiorstw tylko 35% zna instytucje wspomagające działanie i rozwój, a mimo to, porównując wyniki z firm, które wprowadziły innowacyjność, nie zapoczątkowały one nowoczesnych rozwiązań, procesów, technologii lub innych działań rozwijających biznes. Pozostała grupa 65% nie wie o istnieniu jednostek wspomagających biznes. Brak informacji negatywnie wpływa na wprowadzanie nowości, projektu czy realizacji własnego pomysłu. Konieczne jest zwiększenie marketingu na dotarcie do przedsiębiorstw, ich właścicieli oraz zapoznanie ich z funkcjonowaniem jednostek otoczenia biznesu.

Niedoinformowanie o możliwościach rozwoju, finansowania, pomocy merytorycznej czy wsparcia w innych aspektach blokuje możliwość ekspansji na rynek krajowy i zagraniczny.

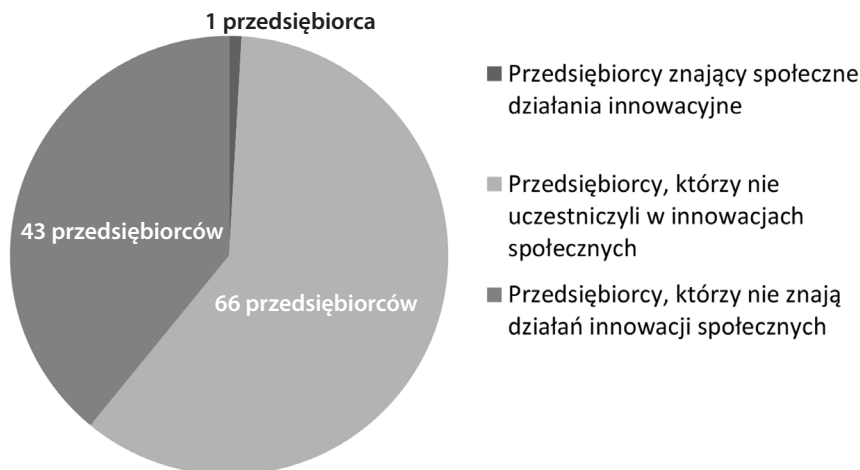
Z analizy literatury i danych statystycznych wynika (Szostak, 2012), że w Polsce od lat występują te same bariery, a zmienny jest tylko ich poziom. Ogólnie bariery można podzielić na: finansowe, strukturalne, prawno-regulacyjne, edukacyjne, inne. Obawa przed zmianami blokuje korzyści, jakie może wnieść przeistoczenie starego w nowe. Nie wszyscy przedsiębiorcy patrzą na firmę jak na jednostkę rozwojową. Przeszkody w tworzeniu innowacji występujące u wałbrzyskich przedsiębiorców to bariery finansowe, ale także kadrowe i czasowe. Małe przedsiębiorstwa borykają się z nieodpowiednią kadrą pracowniczą i ograniczeniem czasowym. Dlatego 24% firm nie przystępuje do nowych działań z uwagi na brak odpowiedniej kadry, odpowiedzialnej za wdrożenie i realizację projektu. Prawie połowa respondentów (47%) nie wprowadza zmian ze względu na brak własnych środków finansowych, nie wiedząc o możliwości pozyskania dodatkowego dofinansowania. Przykładem tu mogą być środki finansowe z Funduszu Regionu Wałbrzyskiego, urzędu pracy czy dotacje unijne. W wywiadzie pojawia się element finansowy z odpowiedzią, że dostęp do specjalistycznej wiedzy i specjalistów jest ponad budżet, jakim zarządzają jednostki z MŚP. 18% twierdzi, że na niechęć do zmian wpływa również brak odpowiednio wykwalifikowanych pracowników. Wynika z tego, że najpierw musiałaby być dostosowana kadra pracownicza, dopiero mogłyby zostać wdrożone i kontynuowane innowacje. Pracodawcy, określając przeszkody podjęcia działań innowacyjnych, informowali również o braku zdolności kredytowej do pozyskania pożyczki czy kredytu (26%). A przecież w rzeczywistości nie jest to konieczne. Świadomość i wiedza osób prowadzących działalność gospodarczą nie zawsze jest zgodna z faktycznymi zasadami we wdrażaniu innowacji, ponieważ nie zawsze wiąże się to z nakładami finansowymi. Zaledwie 8% pracodawców nie zauważa żadnych przeszkód we wprowadzaniu innowacji w swojej działalności.

W stronę innowacji społecznych

Utrzymująca się stabilizacja, tendencja do tego, by małe i średnie firmy przetrwały – nie jest motorem do działania i dążenia do wprowadzania innowacji społecznych. W przygotowanej na potrzeby badania ankiecie zapytano przedsiębiorców o chęć i udział w innowacjach społecznych. Znaczna grupa respondentów, bo aż 60%, nie brała udziału w żadnych innowacjach społecznych, a 39% nie wie, jakie to działania i jakie korzyści mogą być

z tym związane. Ze wszystkich 110 podmiotów gospodarczych, które brały udział w badaniu ankietowym, zaledwie 1% wie, co to są innowacje społeczne (wykres 2).

Wykres 2. Wiedza o działaniach innowacyjnych



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Aż 87% badanych właścicieli małych i średnich wałbrzyskich przedsiębiorstw jest zainteresowanych rozwojem, wyrażają oni chęć udziału w szkoleniach i spotkaniach dotyczących wiedzy na temat innowacji. Mimo negatywnego podejścia i obaw w podjęciu nowych firmowych ewolucji większość zaoferowała pozytywne spojrzenie na naukę i uczestnictwo w ww. spotkaniach. Ważnym elementem w procesie ożywiania i szkolenia przedsiębiorców jest fakt, że 67% badanych nie podjęło żadnych nowych działań w firmie. Pomocze to nauczyć oraz wskazać odpowiednie narzędzia i etapy do osiągnięcia zamierzonych celów, a tym samym zrealizować każdy projekt, układ współpracy partnerskiej czy nawiązywać nowe kontakty. Wylimuje to również błędy popełniane przez niedoświadczonych pracodawców związane z wdrożeniem nowych pomysłów, a niejednokrotnie spotęguje wzrost przychodów. W procesie doskonalenia pracodawców i pracowników dużą rolę odgrywa świadomość i potrzeba kształcenia się przez całe życie. Jako społeczeństwo wiedzy, przedsiębiorcy powinni elastycznie podchodzić do nowych sfer rozwoju. Inwestycja w kapitał ludzki jest nieodzownym czynnikiem wpływają-

cym na rozwój przedsiębiorstwa, na skuteczność działania i wartość przedsiębiorstwa kształtowanego przez wykwalifikowaną kadre.

Przedsiębiorcy, którzy brali udział w badaniach, mówiąc o innowacjach, nie kierowali się tylko korzyścią finansową. 64% ankietowanych wyraziło chęć udziału w innowacjach społecznych, które nie przyniosą dochodu finansowego. Nastawienie na współdziałanie społeczne wspomaga twórczy rozwój przedsiębiorcy oraz kształci pozytywne cechy współpracy. Grupa 41% ocenia takie modyfikacje pod kątem korzyści finansowych, dlatego nie chce uczestniczyć w innowacjach społecznych. Doświadczenie uczy, że efekty wszystkich rodzajów innowacji społecznych przyczyniają się do podniesienia jakości życia (Olejniczuk-Merta, 2013). Nie tylko innowacje z efektem mikro, dla małej grupy osób, ale innowacje z efektem mezo czy makro osiągają cel zamierzony bądź niezamierzony. Osiągnięcie stawianych celów w realizacji działań innowacyjnych czy realizacja długoterminowego projektu jest dla badanej grupy przedsiębiorców bardzo ważnym czynnikiem. 84% ankietowanych potwierdziło zainteresowanie uczestnictwem w innowacjach społecznych, w działaniach, które przyniosą korzyści np. po 4 latach. Zaledwie 15% badanych nie chce uczestniczyć w żadnych działaniach innowacyjnych, nawet gdyby przynosiły one korzyści finansowe rozłożone w czasie. Potwierdza to niechęć do zmian i uczestnictwa w większej grupie społecznej. Gdyby innowacja społeczna, lokalna (mikro) polegała na wspólnym zrzeszeniu przedsiębiorców do wspólnych działań marketingowych, firmy nieprzystępujące do idei wspólnego działania mogłyby ponieść stratę i nie uzyskałyby możliwych przychodów finansowych. W dłuższym okresie nowy pomysł na marketing osiągnąłby sukces potwierdzony zwiększoną liczbą konsumentów, a tym samym zwiększyłyby się dochody i podwyższyła wartość firmy. W trakcie przygotowań i realizacji pomysłów powstają nowe idee, które często stają się podstawą do start-upów. Niechęć pracodawców i spojrzenie na innowacje społeczne tylko przez pryzmat przychodu finansowego jest skutkiem braku działań rozwojowych, B+R, uświadamiania korzyści płynących ze współpracy oraz wąskiego kręgu działalności gospodarczej. Wyniki badań wskazują, że niezbędne jest zwiększenie wiedzy oraz świadomości przedsiębiorców na temat podejmowania zmian. Ważne jest, aby kształtować chęć współpracy niezależnie od korzyści ekonomicznych. „(...) Mimo wielu osiągnięć polskiej nauki wyniki badań rzadko znajdują praktyczne zastosowanie w biznesie. Konieczne staje się wypracowanie optymalnego modelu współpracy

nauki z biznesem. Niemniej jednak, aby było możliwe opracowanie takiego modelu, należy zidentyfikować podstawowe bariery występujące na rynku, np. w edukacji”. Jak wspomniano wyżej, z jednej strony obserwuje się niedostosowanie systemów edukacyjnych do potrzeb rynku, z drugiej zaś poziom wiedzy przedsiębiorców o potrzebie podejmowania działań innowacyjnych jest niski (Szostak, 2012).

Podsumowując opinie i działania 110 przedsiębiorców, podkreślić należy, że nie wprowadzają oni innowacji na poziomie firmy oraz otoczenia. Brak informacji i ograniczenia czasowe sprawiają, że wielu z nich nie korzysta ze szkoleń oraz niewiele wie o pozytywnych aspektach zbiorowych aspiracji i współpracy. Zmiany innowacyjne mają charakter ciągły lub skokowy (Olejniczuk-Merta, 2013), dlatego kluczowym elementem jest uświadamianie pracodawcom, zarządzającym biznesem, że efekty z wprowadzonych i kontynuowanych innowacji nie zawsze będą widoczne od razu. W zależności od tego, czy wdrażane nowości zostaną zaimplementowane jako innowacje miękkie na poziomie miejsca pracy, czy innowacje makro na skalę rejonu, województwa bądź regionu – efekty mogą pojawić się później. Pracodawcy nie mogą nastawiać się na szybki zwrot z inwestycji, ponieważ może to spowodować niechęć do współpracy i tworzenia ważnych grup społecznych.

Plan rozwoju

Małe i średnie przedsiębiorstwa to największa grupa podmiotów w Polsce. Koniecznym i szczególnie ważnym celem jest współpraca jednostek samorządowych i naukowych z przedsiębiorcami. Nawiązując do współpracy nauki i biznesu, należy rozwijać, kształtować oraz wspierać zasięg działalności przedsiębiorców. Dla innowacji społecznych należy rozwijać modele biznesowe oraz powoływać grupy wsparcia współpracy nauki i biznesu. Elementami wspierającymi powinny być jednostki samorządowe, inkubatory przedsiębiorczości, parki technologiczne, strefy ekonomiczne, ośrodki naukowe, uczelnie wyższe oraz zrzeszenia, które we wspólnych działaniach odnajdą idee i wykreują innowację. Nieznana jest efektywność działania wymienionych elementów wspierających biznes (Bukowski, Rudnicki, Strycharz, 2012), dlatego potrzebny jest samorządowy nacisk na efektywność i wyniki nowych pomysłów w małych i średnich przedsiębiorstwach.

Dla wałbrzyskich i okolicznych firm z aglomeracji wałbrzyskiej powinien powstać projekt rozwoju i zarządzania. Przed przygotowaniem i realizowa-

niem projektu należy nadal przeprowadzać badania wśród przedsiębiorców, aby dokładnie określić ich potrzeby, zakres wiedzy i nakłonić do uczestniczenia niezależnie od sytuacji ekonomicznej. Dla stworzenia rozwoju innowacji potrzebny jest cykl rozwoju. W praktyce zarządzania projektami skutecznym jest cykl Deminga (Kapusta, 2013). Bardzo prosty w założeniach, opisujący zasadę działania, wywierający duży nacisk na stałe doskonalenie i naukę przy jednoczesnym realizowaniu projektu. Miejsce i otoczenie wprowadzania innowacji ma duże znaczenie w uzyskaniu pozytywnego odbioru przez społeczeństwo. Wałbrzych ma zaplecze zarówno kulturowe, sportowo-rekreacyjne, jak i przemysłowe, dlatego zmierzając do zainicjowania działalności innowacyjnej, warto wykorzystać obecną infrastrukturę, rozbudowaną, przystosowaną i dostępną do stworzenia nowego rozwoju innowacji, np. społecznych. Zbudowane otoczenie biznesu jest przejawem innowacyjnej gospodarki dla miasta Wałbrzycha, dlatego powinno to skłaniać zarządzających do zwiększenia działalności z przedsiębiorcami i jednostkami naukowymi. Pomoc specjalistów zewnętrznych oraz doświadczonych innowatorów znacznie podniosłaby poziom dążenia do realizacji projektu, a następnie pozyskiwania korzyści. Wałbrzyska Specjalna Strefa Ekonomiczna posiada wiele zakładów i kadrę kierowniczą na wysokim poziomie, dlatego warto skorzystać z ich wiedzy i doświadczenia dla wspierania mniejszych przedsiębiorców. W żaden sposób nie powinno być to traktowane jako konkurencja, tylko współdziałanie i przewodnictwo do zbudowania nowej ery innowacji w Wałbrzychu.

Plan rozwoju dla wałbrzyskich przedsiębiorców powinien obejmować etapy:

- skutecznego informowania przedsiębiorców na temat zbierania koncepcji i idei potrzebnych na obszarze powiatu wałbrzyskiego celem tworzenia innowacji,
- określenia celów i priorytetów w osiągnięciu wiedzy niezbędnej do realizacji innowacji, kształtowania nawyku zarządzania czasem i skutecznego uczestniczenia w kreowaniu innowacji,
- powołania osób zarządzających i monitorujących zlecenia przekazane do przedsiębiorców celem wstępnego etapu realizacji procesu innowacyjnego,
- ustalenia zadań, misji, terytorium dla wprowadzanego pomysłu i rozliczania z realizacji przydzielonych zadań, a także monitoringu pozyskanej wiedzy przez przedsiębiorców,

- wprowadzania kontrolingu i doskonalenia innowacji na wstępnym etapie przystąpienia do wdrażania,
- etapowego otwierania całego procesu z obserwacją ruchów na rynku zarówno w odbiorze pozytywnym, jak i negatywnym,
- określenia zasad finansowania oraz zasad czerpania korzyści w okresie trwania innowacji,
- ostatecznego wdrożenia innowacji ze szczególną uwagą na udziałowców w innowacji oraz ich odbiorców, konsumentów, obserwatorów,
- obserwacji zachodzących procesów, zmian i reakcji wszystkich uczestników rynku,
- ukazania mechanizmu działania i zachęcenia do partycypacji w innowacji inne podmioty, niebiorące w niej udziału,
- kontroli, monitoringu, wniosków i ewentualnych ewaluacji wynikających z potrzeb i zachodzących zmian w całym procesie budowy, funkcjonowania i trwania innowacji.

Osobami działającymi na rzecz rozwoju innowacji na terenie Wałbrzycha i okolic powinni być przedsiębiorcy lub ich przedstawiciele, władze samorządowe, specjaliści oraz naukowcy i studenci. Działając w różnych sektorach z różną wiedzą i doświadczeniem, należy kreować i rozpoczynać projekty o zróżnicowanym charakterze innowacji. Konfrontacja i współpraca pokoleń może przyczynić się do lepszych efektów.

Zatem aby współpraca wytworzyła twórczą innowację społeczną, trzeba dołożyć starań o pozyskanie przedsiębiorców z sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Rozpoczynać współpracę z sektorem badawczo-rozwojowym oraz nakłaniać naukowców i specjalistów do dzielenia się doświadczeniem. Wałbrzych z uwagi na swoje położenie, posiadający liczne gminy i miasta sąsiadujące, jest odbierany jako ośrodek rozwojowy i ma duże znaczenie w kontekście bliskości dla rozwoju obszaru miejskiego (Cook, 2006). Dlatego też jako, drugie po Wrocławiu, centrum Dolnego Śląska Wałbrzych powinien tworzyć innowacje w każdej gałęzi rozwoju. Wprowadzając liczne zmiany w administracji, kulturze i infrastrukturze komunalnej na terenie Wałbrzycha, znaczącym elementem jest rozpoczęcie cyklicznych badań przyczyniających się do rozwoju i pozyskania danych z działalności przedsiębiorców.

Podsumowanie

Firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw cechuje niski poziom innowacyjności. Główne przyczyny to niedostatek kompetencji wśród pracodawców i pracowników, obawy przed zmianą i niedostateczna wiedza o korzyściach płynących z kreowania i realizacji innowacji. Na podstawie literatury przedmiotu oraz przeprowadzanych badań, miasto Wałbrzych i jego przedsiębiorcy potrzebują wsparcia w tworzeniu działań innowacyjnym na poziomie własnego przedsiębiorstwa oraz na poziomie społecznym, jako innowacje społeczne. Ważne jest, aby właściciele podmiotów gospodarczych, menedżerowie, kadra kierownicza, jednostki samorządowe i naukowe starały się tworzyć i wprowadzać innowacje społeczne. Podsumowując wiedzę dotyczącą innowacji oraz informacje o ośrodkach wspierających biznes, konieczne jest rozszerzenie reklamy i marketingu, aby dotrzeć do jak największej liczby przedsiębiorców. Wprowadzony ogólny plan rozwoju innowacji powinien zachęcić i budować zdolność przedsiębiorców do współpracy i wprowadzania nowych rozwiązań, procesów, działań i dobrych praktyk w zakresie B+R. Propozycja planu rozwoju innowacji dla wałbrzyskich przedsiębiorców i biznesów z aglomeracji wałbrzyskiej jest tylko wstępnym modelem do zarządzania i zintegrowania przedsiębiorców.

Bibliografia

- Bukowski A., Rudnicki S., Strycharz J. (2012). *Społeczny wymiar innowacji*. „Zarządzanie Publiczne”, nr 2 (20).
- Cook P. (2006). *Bliskość, wiedza i powstawanie innowacji*. Warszawa, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 2 (24).
- European Commission, (2013). *Guide To Social Innovation*, Brussels.
- Gierańczyk W., Sadoch A. (2015). *Współdziałanie aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw przemysłowych w Polsce według województw w latach 2010–2012*. Bydgoszcz, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego.
- Gondek A. (2015). *Innowacje jako czynnik zwiększający wartość przedsiębiorstwa*. Wałbrzych, Prace naukowe WWSZiP.
- Johnson S. (2014). *Kto zabrał mój ser*. Warszawa.
- Kapusta M. (2013). *Zarządzanie projektami*. Warszawa, Samo Sedno.
- Olejniczuk-Merta A. (2013). *Innowacje społeczne*. Warszawa, IBRKK, „Konsumpcja i Rozwój”, nr 1.

- Panek-Owsiańska M. (2013). *Innowacje społeczne. Wspólna odpowiedzialność, rola innowacji*. Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Praca zbiorowa.
- Praszquier R., Nowak A. (2005). *Zmiany społeczne powstałe pod wpływem działalności przedsiębiorców społecznych*. „Trzeci Sektor”, Wyd. Fundacja Instytut Spraw Społecznych, nr 2 / wiosna 2005, s. 140–157.
- Szostak E. (2012). *Bariery innowacyjności przedsiębiorstw z powiatu i miasta Wałbrzych*. Szczecin, Uniwersytet Szczeciński.
- Wronko-Pośpiech M. (2015). *Innowacje społeczne – pojęcie i znaczenie*. Katowice, Zeszyty naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 212.

Źródła internetowe

- <http://www.um.walbrzych.pl/pl/page/wa%C5%82brzych-w-statystyce> (dostęp: 16.05.2016).
- http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86197.asp?soid=D5E096AA3AC541-FB98E78989245043A5 (dostęp: 20.04.2016).
- OECD (2011). *Fostering innovation to address social challenges*. Committee for Scientific and Technological Policy (CSTP), Paris, <http://www.oecd.org/sti/inno/47861327.pdf> (dostęp: 10.05.2016).