

Małgorzata Wilczyńska

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. ks. B. Markiewicza w Jarosławiu

Potencjał innowacyjny i eksportowy małych i średnich przedsiębiorstw województwa podkarpackiego

W Unii Europejskiej 23 mln małych i średnich przedsiębiorstw tworzy podstawy sektora przedsiębiorstw. Zatrudniają one 75 mln pracowników i stanowią 99% wszystkich firm. Zgodnie z zasadą „mali mają pierwszeństwo”, UE dostosowuje reguły dotyczące pomocy państwa do potrzeb MSP. Ponadto wspiera udział MSP w projektach badawczych i innowacyjnych oraz ogranicza biurokratyczne procedury, którym podlegają małe przedsiębiorstwa i systemy finansowania skierowane do MSP. Ogólna suma przeznaczona na tego rodzaju programy w cyklu finansowania UE obejmującym lata 2007–2013 wynosi 3 mld euro. Priorytetami polityki są: promowanie przedsiębiorczości i kwalifikacji, poprawa dostępu MSP do rynków (w tym do zamówień publicznych), ograniczenie biurokracji, zwiększenie potencjału wzrostu MSP (przez zwiększenie ich zdolności w zakresie badań i innowacji), umacnianie dialogu i konsultacji oraz uwzględnianie MSP przy opracowywaniu planów we wszystkich obszarach działalności. Sieć ośrodków transferu innowacji, działająca w 32 krajach Europy oraz w Chile i częściowo finansowana przez Komisję, pomaga MSP w znajdowaniu partnerów projektów w dziedzinie badań naukowych i innowacji. Ośrodki Euro Info w 45 krajach, w tym w Stanach Zjednoczonych, udzielają informacji na temat działań i możliwości wsparcia, jakie oferują instytucje publiczne przeznaczone dla MSP. Przez swój plan działań na rzecz przedsiębiorczości Komisja promuje bardziej przedsiębiorcze postawy, zachęca do włączania przedsiębiorczości do edukacji szkolnej, wspiera poprawę bezpieczeństwa socjalnego w małych firmach, zachęca do zakładania firm, udziela specjalistycznego wsparcia kobietom i mniejszościom narodowym, pomaga MSP rozwijać się i zwiększać konkurencyjność, udoskonala możliwości finansowania i tworzy otoczenie bardziej przyjazne dla MSP.

Komisja ściśle współpracuje z Europejskim Bankiem Inwestycyjnym w działaniach na rzecz rozwoju małych firm. MSP mają strategiczne znaczenie dla polityki zatrudnienia w Europie. W sektorze MSP znajduje zatrudnienie 122 mln osób. 93% wszystkich przedsiębiorstw w UE zatrudnia mniej niż 10 osób (mikroprzedsiębiorstwa). MSP zapewniają $\frac{2}{3}$ miejsc pracy w UE. Statystyczne małe przedsiębiorstwo w UE zatrudnia od 18 do 20 osób i wykazuje roczne obroty 3 mln euro. Najwięcej małych przedsiębiorstw działa w Belgii, Holandii, Luksemburgu, krajach skandynawskich i w Portugalii. Średnie przedsiębiorstwo zatrudnia około 91 osób, a jego roczne obroty wynoszą 23 mln euro.

Unia Europejska uznaje sektor MSP za źródło konkurencyjności europejskiej gospodarki i wzrostu gospodarczego. MSP przyczyniają się do urzeczywistniania rynku wewnętrznego poprzez rozwój kontaktów międzynarodowych. 22% MSP musi się zmierzyć z konkurencją zagranicznych przedsiębiorstw, ponad 50% deklaruje zagrożenie ze strony konkurentów krajowych. Za podstawowe czynniki konkurencji MSP uznają: obsługę klienta, jakość produktów, a dopiero w następnej kolejności cenę. W ten sposób przyczyniają się do poprawy sytuacji konsumentów w UE. Przyczyniają się również do powstawania i wdrażania innowacji technologicznych, a tym samym – do poprawy warunków życia, zatrudnienia, wydajności i konkurencyjności. Podejmują

także działania prospołeczne (ponad 50% przedsiębiorstw). Najczęstszymi efektami tych działań są: postępowanie etyczne w biznesie, dobre relacje ze społecznością lokalną, lojalność klientów, zadowolenie pracowników.

Potencjał innowacyjny

Badania w przedsiębiorstwach woj. podkarpackiego wykazują, że te przedsiębiorstwa mają zróżnicowane oczekiwania w stosunku do działań innowacyjnych. Podstawową potrzebą badanych firm jest konieczność poprawy jakości oferowanych towarów i usług (70%). Deklaracje dotyczące potrzeb przedsiębiorców wskazują, że większość z nich ma świadomość funkcjonowania w strukturze gospodarki konkurencyjnej, w której dbałość o poprawę jakości produktu jest jedną z najważniejszych przesłanek utrzymania się na rynku. Prawie połowa ankietowanych (43%) deklaruje konieczność działań innowacyjnych w celu wdrażania nowych technologii produkcyjnych i organizacyjnych. Jest to ważna przesłanka; wskazuje ona, że wśród przedsiębiorców rośnie świadomość konieczności współpracy z sektorem nauki i wiedzy w celu wdrażania nowoczesnych technologii. Na kolejnym miejscu przedsiębiorcy stawiają zwiększenie zysku, czyli korzyści finansowych, jako motyw wprowadzania działań innowacyjnych. Oznacza to, że większe znaczenie dla właścicieli firm ma rozwój firmy niż powiększanie zysku. Na podkreślenie zasługuje fakt, że dla wszystkich badanych przedsiębiorstw najistotniejszymi uwarunkowaniami są działania pozwalające na utrwalanie silnej pozycji konkurencyjnej ich firm na rynku. Świadczą o tym wysoko punktowane odpowiedzi na pytania dotyczące: pozyskiwania nowych rynków (38%), redukcji kosztów działalności (36%), spełniania standardów i norm (33%), zwiększania udziału w rynkach, na których przedsiębiorstwo działa (31%).

Wyniki badań dotyczących barier współpracy z sektorem naukowo-badawczym są zróżnicowane. Do najczęściej wskazywanych barier należą: przekonanie właścicieli firm o braku możliwości pozyskania rozwiązań użytecznych dla rynku (57%) oraz wysoki koszt współpracy z tym sektorem w stosunku do potencjalnych korzyści (38%). Można wnioskować, że badane firmy są zbyt słabe kapitałowo, by wdrażać nowoczesne rozwiązania, które w początkowym etapie są bardzo kapitałochłonne, a stopa zwrotu inwestycji jest dla nich zbyt odległa. Za istotny powód niskiego poziomu współpracy firmy uważają słabą dostępność do sektora badawczo-rozwojowego w województwie (20%). Firmy wysoko oceniają cechy jakościowe sektora naukowo-badawczego, o którym wiedzą i z którym prawdopodobnie będą współpracować w przyszłości.

Tab. 1. Powody wprowadzania w przedsiębiorstwie działań innowacyjnych

Wyszczególnienie	Liczba podmiotów	Struktura (w %)
a) dostępność nowych technologii produkcyjnych i organizacyjnych	79	43
b) zwiększenie zysku przedsiębiorstwa	77	42
c) spełnienie norm i standardów określonych przez ustawodawcę	60	33
d) redukcja kosztów działalności	65	36
e) pozyskanie nowych rynków zbytu	70	38
f) zwiększenie udziału w rynkach, na których działa przedsiębiorstwo	56	31
g) poprawa jakości oferowanych towarów/usług	127	70
h) inne	4	2
Razem	538	296

Źródło: opracowanie autorki na podstawie badań własnych.

Kolejny problem badawczy to pytanie, czy wdrożone inwestycje ze wsparciem środków pomocowych UE miały charakter innowacyjny? Na tak postawione pytanie 51% respondentów odpowiedziało „tak”, aż 27%, a „nie”, prawie 19% zapytanych firm odpowiedziało, że wdrożone inwestycje w niewielkim stopniu wpłynęły na poprawę innowacyjności w procesie produkcji i usług, a tylko 3% – że wpłynęły one na poprawę innowacyjności w zakresie organizacji pracy.

Na pytanie dotyczące wpływu inwestycji na funkcjonowanie firm otrzymano zróżnicowane odpowiedzi: 41% badanych mikroprzedsiębiorstw uznało, że inwestycje wpłynęły na innowacyjność firmy, 33% było odmiennego zdania, 22% wskazało na niewielki wpływ inwestycji na rozwój firmy, a 3% respondentów określiło wpływ inwestycji na organizację pracy jako niski. W grupie małych przedsiębiorstw 49% stwierdziło, że wdrożone inwestycje miały charakter innowacyjny, 29% odpowiedziało na to pytanie przecząco, 18% określiło ich wpływ na rozwój firmy jako niewielki, a tylko 4% uznało, że wpływ był niewielki w zakresie organizacji pracy. W grupie przedsiębiorstw średnich 63% uznało wdrożenie inwestycji ze środków UE jako czynnik poprawy innowacyjności w firmie. Odpowiedzi negatywnej udzieliło 18% przedsiębiorców. 18% respondentów stwierdziło, że środki inwestycyjne UE w niewielkim stopniu wpłynęły na innowacyjność w zakresie procesu produkcji i świadczenia usług, a tylko 2%, że środki te w niewielkim stopniu wpłynęły na innowacyjność w zakresie organizacji pracy.

Następny problem dotyczył identyfikacji przedmiotów inwestycji realizowanych ze wsparciem środków UE. Wśród badanych firm ponad 66% wskazało na zakup maszyn, samochodów, wyposażenia. Na drugim miejscu było unowocześnienie technologii produkcji, modernizacja urządzeń, rozszerzenie oferty świadczonych usług dzięki urządzeniom (22%). Kolejne miejsca to zakup sprzętu komputerowego (15%), zakup wartości niematerialnych i prawnych (oprogramowania, stworzenie strony internetowej) (12%) i rozbudowa budynków gospodarczych (7%).

Tab. 2. Przedmiot inwestycji realizowanych ze wsparciem środków UE

Wyszczególnienie	Liczba podmiotów	Struktura (w %)
a) zakup wartości niematerialnych i prawnych (zakup oprogramowania, stworzenie strony internetowej)	22	12
b) zakup sprzętu komputerowego	28	15
c) zakup maszyn, samochodów, wyposażenia, sprzętu komputerowego	120	66
d) unowocześnienie technologii produkcji, modernizacja urządzeń, rozszerzenie oferty świadczonych usług dzięki urządzeniom	40	22
g) rozbudowa budynków gospodarczych	13	7
Razem	223	123

Źródło: opracowanie autorki.

Potencjał eksportowy

Rozwój społeczno-gospodarczy regionu zależy w dużym stopniu od stanu gospodarki, a ten – od możliwości poszczególnych firm produkowania dóbr i świadczenia usług w cenach i o jakości gwarantujących zbytni w warunkach konkurencji. Firmy konkurują, a region czerpie z tego korzyści, ponieważ poprawa produktywności i konkurencyjności firm w regionie umożliwia

eksport dóbr i usług, które zaspokajają potrzeby innych regionów. Władze regionalne i lokalne wiedzą, jak ważny jest wzrost gospodarczy dla rozwoju regionu. Wsparcie dla firm z regionu w ich działalności za granicą jest jednym z kluczowych celów polityki regionalnej, ponieważ dzięki eksportowi region może wiele zyskać. Znaczenie sektora publicznego, w tym władz regionalnych i lokalnych, dla handlu zagranicznego jest istotna, pomimo braku ich bezpośredniego związku z działalnością firm, cele strategiczne regionu muszą bowiem być zgodne z celami krajowymi i lokalnymi w tym zakresie. Władze samorządowe wywierają wpływ na rozwój eksportu poprzez systemowe podejście do sektora prywatnego, w tym MSP, mające na celu zwiększanie ich konkurencyjności, innowacyjności, rentowności, a tym samym – umożliwienie im działalności eksportowej.

Do podstawowych celów polityki i strategii rozwoju eksportu należy zaliczyć:

- wzrost wartości eksportu poprzez jego zwiększenie z istniejących i już eksportujących MSP w strategicznych i rozwojowych gałęziach gospodarki województwa na priorytetowe rynki eksportowe;
- wzrost konkurencyjności województwa i innowacyjności MSP w strategicznych i rozwojowych gałęziach gospodarki;
- rozwój zasobów ludzkich poprzez podniesienie kwalifikacji i wzrost zatrudnienia;
- poprawę wizerunku województwa i wzrost zainteresowania inwestorów zagranicznych województwem;
- rozwój instytucji wspierających rozwój przedsiębiorczości.

Struktura sprzedaży

Spośród badanych 182 przedsiębiorstw aż 71% nie prowadzi działalności eksportowej. Analizując działalność eksportową przedsiębiorstw w podziale według ich wielkości, zauważamy, że najwięcej produktów i usług eksportują przedsiębiorstwa średnie (47%), mikroprzedsiębiorstwa – tylko 5%, przedsiębiorstwa małe – 34%. Znaczna część badanych przedsiębiorstw swoje wyroby i usługi przeznacza wyłącznie na rynek lokalny (19%), regionalny (18%) i krajowy (41%). Dotyczy to przedsiębiorstw zajmujących się wytwarzaniem i zaopatrywaniem w energię elektryczną, gaz i wodę (sekcja E), hoteli i restauracji (sekcja H), ochrony zdrowia i opieki społecznej (sekcja N) oraz pozostałej działalności usługowej, komunalnej, społecznej i indywidualnej (sekcje O, P, Q). Tylko co piąta badana firma część swojej produkcji przeznacza na eksport (22% ogółu firm). Duży udział eksportu produktów i usług przypada na firmy z branż: przetwórstwo przemysłowe (46%), handel i naprawy (30%), transport, gospodarka magazynowa i łączność (30%) oraz budownictwo (14%).

Wpływ dotacji inwestycyjnych na eksport

Ocenę wpływu dotacji inwestycyjnych ze wsparciem środków pomocowych UE na wartość i strukturę eksportu przeprowadzono, badając 52 firmy zajmujące się eksportem. Na pytanie: czy zadanie zrealizowane ze wsparciem środków pomocowych UE miało wpływ na politykę eksportową przedsiębiorstwa, 25% firm odpowiedziało „tak”, realizacja inwestycji doprowadziła do wzrostu eksportu firmy; 21% odpowiedziało „nie”, nie miało wpływu; 37% – „tak”, lecz wpływ był nieznaczny, a 17% – „tak”, realizacja inwestycji doprowadziła do pozyskania nowych zagranicznych rynków zbytu.

Tab. 3. Wpływ środków UE na politykę eksportową MSP

Wyszczególnienie	Liczba podmiotów	Struktura (w %)
a) tak, realizacja inwestycji doprowadziła do wzrostu eksportu firmy	13	25
b) tak, realizacja inwestycji doprowadziła do pozyskania nowych zagranicznych rynków zbytu	9	17
c) tak, lecz nieznaczny	19	37
d) nie, nie miała wpływu	11	21
Razem	52	100

Źródło: opracowanie autorki na podstawie badań własnych.

Analizując odpowiedzi badanych firm w zależności od ich struktury wielkościowej, zauważamy, że zdaniem 67% mikroprzedsiębiorstw realizacja inwestycji miała wpływ na wzrost eksportu, lecz nieznaczny, a 33% – że realizacja inwestycji doprowadziła do znaczącego wzrostu eksportu. Wśród małych przedsiębiorstw 40% uznało, że wpływ był nieznaczny, a 24% – że nie miało wpływu, natomiast pozytywny wpływ stwierdziło 36% firm. Wśród średnich firm 38% uznało, że realizacja inwestycji doprowadziła do wzrostu eksportu firmy, 29% że wpływ ten był nieznaczny i aż 21% – że nie miała wpływu.

Podsumowując, należy stwierdzić prawidłowość: w firmach dużych silny wpływ na dynamikę eksportu mają inwestycje zrealizowane ze wsparciem środków finansowych UE; w mniejszych podmiotach eksport jest mniej uzależniony od inwestycji zrealizowanych z tym wsparciem.

Tab. 4. Wpływ środków UE na politykę eksportową MSP

Wyszczególnienie	Liczba podmiotów			Struktura (w %)		
	mikro przedsiębiorstwa	przedsiębiorstwa małe	przedsiębiorstwa średnie	mikro przedsiębiorstwa	przedsiębiorstwa małe	przedsiębiorstwa średnie
a) tak, realizacja inwestycji doprowadziła do wzrostu eksportu firmy	1	3	9	33	12	38
b) tak, realizacja inwestycji doprowadziła do pozyskania nowych zagranicznych rynków zbytu	0	6	3	0	24	13
c) tak, lecz nieznaczny	2	10	7	67	40	29
d) nie, nie miała wpływu	0	6	5	0	24	21
Razem	3	25	5	100	100	100

Źródło: opracowanie autorki na podstawie badań własnych.

Literatura

1. Bojar E., 2005, *Ekonomia w dobie globalizacji*, E. Bojar, K. Pylak (red.), [w:] *Globalizacja w kontekście przemian społeczno-gospodarczych*, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, Lublin.
2. Bojar E., Pylak K., 2005, *Globalizacja a regionalizm* [w:] *Problemy rozwoju i zarządzania w gospodarce globalnej*, M. Bałtowski, H. Ponikowski (red.), Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji, Lublin.
3. *Ekonomia w dobie globalizacji*, 2005, E. Bojar (red.), Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, Lublin.
4. Makiela Z., 2006, *Próba delimitacji Krakowskiego i Rzeszowskiego Obszaru Metropolitalnego* [w:] *Rzeszowski i Krakowski Obszar Metropolitalny*, Z. Makiela, R. Fedan (red.), Krakowska Wyższa Szkoła im. A.F. Modrzewskiego, Kraków.
5. Makiela Z., 2006, *The influence of scientific research on development of high technologies and the structure of industry in Poland* [w:] *Croatian Communication Association*, "Informatologia", no. 39/2006, Zagreb.
6. Makiela Z., 2006, *The scientific research and its influence of the development of high-tech companies in the structure of the industry of Poland* [w:] *Society and technology, Electronic Media in Transition 2006*, J. Plenkowic (ed.), University of Rijeka, Rijeka, Croatia, Croatia Communication Association, "Informatologia", no. 10/2006, Zagreb.
7. Makiela Z., 2006, *Wybrane spostrzeżenia dotyczące kształcenia kadr dla gospodarki przestrzennej* [w:] *Teoria i praktyka w zakresie edukacji kadr dla gospodarki przestrzennej*, S.T. Kudłacz (red.), Biuletyn KPZK PAN, z. 224.
8. Malisiewicz E., 2007, *Małe metropolie siłą napędową rozwoju regionu (na przykładzie Rzeszowa)* [w:] *Procesy metropolizacji w regionie podkarpackim Rzeszów – Lwów*, Z. Makiela, R. Fedan (red.), Biuletyn KPZK PAN, z. 230, Warszawa.
9. Markowski T., 2005, *Zarządzanie obszarem metropolitalnym* [w:] *Obszar metropolitalny Łodzi, Wyzwania i problemy*, Biuletyn KPZK PAN, z. 215.
10. Markowski T., Marszał T., 2002, *Polycentric metropolitan Regions – New Concepts and Experiences*, „Studia Regionalne”, vol. XI, Warszawa.
11. Markowski T., Marszał T., 2006, *Metropolie, obszary metropolitalne, metropolizacja. Problemy i pojęcia podstawowe*, PAN KPZK, Warszawa.
12. Pietrzyk I., 2002, *Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich*, PWN, Warszawa.
13. *Polityka regionalna Unii Europejskiej w praktyce krajów członkowskich*, I. Pietrzyk (red.), 1998, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.
14. *Procesy metropolizacji w regionie podkarpackim Rzeszów – Lwów*, Z. Makiela, R. Fedan (red.), 2007, Biuletyn KPZK PAN, z. 230.
15. Sobala-Gwosdz A., 2005, *Ośrodki wzrostu i obszary stagnacji w województwie podkarpackim*, IGiGP, UJ, Kraków.
16. Sobala-Gwosdz A., 2005, *Rozwój Mielca na tle województwa podkarpackiego* [w:] *Dziesięć lat doświadczeń pierwszej polskiej specjalnej strefy ekonomicznej. Mielec 1995–2005*, B. Domański, K. Gwosdz (red.), IGiGP, UJ, Kraków-Mielec, 133–146.
17. Sobala-Gwosdz A., Działek J., Gwosdz K. i in., 2006, *Inwestycje zagraniczne w województwie podkarpackim do 2005 roku*, Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego, Rzeszów.
18. Szromnik A., 2007, *Marketing terytorialny, Miasto i region na rynku*, Oficyna Wolters Kluwer business, Kraków.
19. *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy*, J. Targalski (red.), 1999, Kraków.

Potential for Innovation and Export of the Companies in the Podkarpackie District

The European Union treats the small and medium-sized enterprise sector as the source of competitiveness of European economy and the source of economic development. Small and medium enterprises contribute to the internal market stimulation through the development of international contacts. 22 % of SMEs must face foreign competition, over 50 % declare being in competition with national enterprises. The main elements of competitiveness for SME are: consumer service, product quality, and price. In this way SMEs contribute to the improvement of consumers conditions in the EU. SMEs also play an important role in inventing and introducing technological innovations, which involves the improvement of life quality, employment, efficiency and competition.

In addition, SMEs undertake the actions with regard to social matters (over 50% of enterprises). The most frequent effects of this action are: ethics, relations with local community, clients' loyalty, employees' satisfaction.