

Krzysztof Rejman

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Wydział Zamiejscowy Nauk o Społeczeństwie w Stalowej Woli

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa

im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu, Instytut Turystyki i Rekreacji

Wpływ innowacyjności na efektywność współczesnych przedsiębiorstw

Efektywność organizacji nie jest pojęciem jednoznacznym. Można znaleźć różne podejścia do jej istoty, sposobu wyrażania i mierzenia. W polskiej literaturze z zakresu teorii organizacji i zarządzania to pojęcie jest bardzo szeroko stosowane. Niektórzy zastępują je terminem „sprawność” (Pszczółowski 1978). Zdaniem J. Zieleniewskiego (1972), na sprawność składają się skuteczność i korzyść, rozumiana także jako ekonomiczność (Zieleniewski 1972). T. Kotarbiński (1965), oprócz skuteczności i ekonomiczności, wymienia jeszcze: prostotę, udatność, czystość, energiczność, dokładność, pewność, niezawodność – jako cechy sprawności.

Niezwykle istotnym czynnikiem, który przyczynia się do wzrostu efektywności organizacji, jest innowacyjność. Termin ten, dotychczas bardzo rzadko stosowany, coraz częściej jest używany w literaturze przedmiotu nie tylko z zakresu zarządzania, ekonomii czy marketingu, ale także w codziennym słownictwie. Należałoby zatem przypomnieć jego znaczenie, aby głębiej zrozumieć rolę innowacyjności w procesie funkcjonowania przedsiębiorstwa. W bogatej literaturze zachodniej „termin innowacja używany bywa w znaczeniu rzeczowym i czynnościowym” (Targalski 1999) i oznacza wprowadzenie czy też wdrożenie czegoś nowego, dotychczas niespotykanego, oraz zmodyfikowanie już istniejącego zjawiska, jakim może być produkt lub technologia (Penc 1995). Zakres tego pojęcia jest bardzo szeroki. Zdaniem H.G. Barutta, innowacja to wszelka nowa myśl, ponieważ jest ona inna od dotychczas istniejących (Targalski 1999). „Innowacja, jako synonim zmian techniki, stanowi od zarania dziejów nauki obiekt jej badań” (Kasprzyk 1980). Jest to nowy, szerszy kierunek wiedzy, który w ostatnich latach stanowi niewątpliwie przedmiot poważnego zainteresowania naukowców jako zespołu nauk o nauce. P. Drucker innowację definiuje jako szczególne narzędzie przedsiębiorców, za pomocą którego mają oni okazję do podjęcia nowej, dotychczas nieznannej działalności gospodarczej lub do świadczenia nowych usług. Jego zdaniem jest to raczej pojęcie ekonomiczne lub społeczne niż techniczne. U podstaw tezy mówiącej, że nauka stanowi obecnie główną siłę napędową rozwoju społeczno-gospodarczego działającą przez przekształcenie osiągnięć naukowych w innowacje, a następnie realizację założonych celów społeczno-gospodarczych w drodze praktycznego rozwoju, leży właśnie innowacja.

Pobudzanie ducha innowacyjności i kreatywności wymaga stworzenia odpowiedniej atmosfery i – jak twierdzą Meyer i Purser – wiąże się ze zrozumieniem potrzeb i problemów nabywców, czyli klientów (Koźmiński, Piotrowski 1998). W znacznie węższym ujęciu C. Freemana, o innowacji możemy mówić dopiero po pierwszym handlowym wprowadzeniu (zastosowaniu) nowego produktu, procesu, systemu lub urządzenia. Niedociągnięciem tej teorii jest jednak to, że nie precyzuje ona skali, w jakiej powinno nastąpić to pierwsze handlowe wprowadzenie (Koźmiński, Piotrowski 1998).

Znaczenie innowacyjności w podnoszeniu efektywności organizacji

Lata 80. XX w. bardzo ożywiły gospodarkę, zwłaszcza w krajach rozwiniętych, gdyż był to okres powstawania i wdrażania wielu innowacji. Miało to konsekwencje także w postaci zmniejszenia bezrobocia i rozwoju nowych, nieznanych wcześniej firm. W tym okresie w zakresie innowacyjności technologicznej szczególnie intensywnie rozwijały się przedsiębiorstwa małe i średnie. Nowość, która miała mniejszy zasięg, szybciej się adaptowała, zwłaszcza w nowym otoczeniu. Współcześnie nowym i bardzo dobrym rynkiem rozwoju innowacji są państwa, które wstąpiły do UE, przyjęły wypracowane w niej standardy i uczestniczą w jednolitym rynku europejskim. Do tych państw zalicza się Polskę. Rynek ten jest bardzo chłonny w dziedzinie nowości rynkowych i łatwo przyswaja sobie to, czego jeszcze nie zna.

Innowacja jest bardzo ważnym czynnikiem stymulującym rozwój przedsiębiorstwa. Ciągłe wdrażanie nowości pozwala współczesnej organizacji szybko się rozwijać. Zdarza się, że przedsiębiorstwa wprowadzające innowacje unikają niebezpieczeństw wynikających z działań konkurencji i potrafią wykorzystać pojawiające się szanse rynkowe w taki sposób, który gwarantuje uzyskanie przewagi konkurencyjnej.

Analitycy twierdzą, że to właśnie innowacja jest źródłem przedsiębiorczości. „Aby być innowacyjnym, przedsiębiorca musi także współpracować z otoczeniem” (Ansoff 1985). Współczesne otoczenie biznesu podlega ciągłym, intensywnym zmianom, dlatego należy je stale badać i analizować. Przedsiębiorstwo, aby nadążyć za zmianami w otoczeniu, musi wprowadzać innowacje. Złuszczza duże organizacje mają szanse wykorzystać te zmiany w otoczeniu, gdyż to właśnie one posiadają środki finansowe niezbędne do realizacji planów innowacyjnych. Natomiast małym przedsiębiorstwom, które nie posiadają dużych zasobów finansowych, łatwiej jest wyszukiwać wśród własnej kadry pracowniczej innowatorów, bo ich zaplecze pracownicze jest o wiele węższe. Otoczenie jest często bodźcem, który pozwala przedsiębiorstwu odnaleźć drogę do zwiększenia atrakcyjności i skuteczności. Ponadto częste wdrażanie nowości zwiększa możliwość zatrudniania nowych pracowników, co zmniejsza bezrobocie.

Innowacja jest coraz ważniejszym przedmiotem badań wielu naukowców nie tylko z zakresu zarządzania. Proces zarządzania innowacjami jest „zjawiskiem powstawania, dojrzewania i upowszechniania tych idei technicznych, praktycznemu zastosowaniu których towarzyszą określone skutki ekonomiczno-społeczne. W procesach nowatorstwa duże znaczenie odgrywa również czas tzw. cykl życia innowacji, który trwa od rozpoczęcia prac badawczych do chwili realizowania nowości” (Bogdaniecki 1998). Nowatorstwo pozwala na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej, która zapewnia komfort działania, bezpieczny rozwój firmy i jest źródłem sukcesu rynkowego.

Z punktu widzenia skuteczności zarządzania innowacjami najważniejsza jest kontrola nad procesem powstawania i wprowadzania pomysłów, gdyż nie wszystkie są trafne i twórcze. Dużą rolę odgrywają różnego rodzaju alianse, czyli stowarzyszenia, związki i powiązania (Machaczka 1998).

Innowacyjność odgrywa bardzo ważną rolę, ponieważ pozwala przedsiębiorstwu zdobyć pozycję rynkową oraz doświadczenia, które wpłyną korzystnie na jego rozwój. Należy podkreślić, że współczesne przedsiębiorstwo swoje funkcjonowanie oraz sukces opiera na nowościach.

Z marketingowego punktu widzenia proces innowacyjności w przedsiębiorstwie jest jednym z najważniejszych czynników rozwoju i podnoszenia konkurencyjności jego produktów. Wpływa on nie tylko na jakość wyrobów, ale również na estetykę i elegancję wykończenia stanowisk pracy. Innowacyjne przedsiębiorstwa przyciągają do siebie inwestorów krajowych i zagranicznych, a to z kolei poprawia ich konkurencyjność na rynku.

W dobie zaawansowanych technologii konkurencyjność odgrywa znaczącą rolę w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Konkurencja jest punktem wyjścia i jedną z podstawowych przesłanek umiędzynarodowionego zarządzania (Koźmiński 1999): „Konkurencja stanowi podstawowy

mechanizm napędowy gospodarki rynkowej” (Ciupa 1997), a w wąskim znaczeniu sprowadza się do zdobywania przewagi nad innymi. Konkurencyjność można traktować jako gotowość do podjęcia określonych działań z myślą o przyszłości. Oznacza to, że firma zdobywa szansę na osiągnięcie przewagi w przyszłym współzawodnictwie firm.

Barieri na drodze wprowadzania innowacji w organizacjach

Współczesne społeczeństwo boi się zmian, ale po ich wdrożeniu nowości szybko zostają wchłonięte. W ostatnich latach rozwój technologii informacyjnej i szybki przepływ informacji pozwolił wielu przedsiębiorstwom zapobiec powstawaniu różnych barier we wdrażaniu innowacji. Nowoczesne rozwiązania telekomunikacyjne opierają się na zaawansowanych technikach gromadzenia, przetwarzania i przesyłania danych, dlatego też rozwój telefonii, sieci internetowej i różnego typu sieci telekomunikacyjnych ułatwia przewidywanie zmian w otoczeniu i sprzyja minimalizacji ryzyka działalności gospodarczej. Bardzo popularne, zwłaszcza w produkcji i wymianie informacji, są komputery sterujące pracą, tzw. serwery. To właśnie one ułatwiły modernizację przepływu informacji i przyspieszyły realizację założonego celu w zakresie wprowadzania innowacji. Wymaga to oczywiście zakupu odpowiedniego sprzętu komputerowego. Rozwiązaniem bardzo przydatnym do przepływu informacji może być internet. Dzięki niemu możliwa jest współpraca przedsiębiorstw. Skuteczność i sprawność finansowa organizacji oraz jakość produktów w coraz większym stopniu będzie zależeć od stosowania nowoczesnych technologii informacyjnych, w tym internetu.

Innowacyjność, chociaż jest zjawiskiem korzystnym dla przedsiębiorstwa, napotyka na różnego rodzaju bariery. Często tkwią one w mentalności pracowników, ze względu na specyficzne przyzwyczajenie załóg do dotychczas stosowanych metod działania, które utrudnia wdrażanie nowości. Ponadto wszelka zmiana technologiczna jest kojarzona ze zwolnieniami. Wprowadzenie innowacji do przedsiębiorstwa jest więc trudnym zadaniem, które wymaga pokonania wielu przyzwyczajzeń załogi. Czynnikiem ludzki odgrywa zatem znaczącą rolę we wprowadzaniu innowacji. Bariery w ich wdrażaniu wynikają także z funkcjonowania w ramach przestarzałych struktur organizacyjnych i ze stereotypów myślenia (bariera biurokratyczna). Podstawą zarządzania efektywnością pracy jest stworzenie takiego procesu zarządzania, który wspierałby realizację strategii ekonomicznej organizacji przez integrację dążeń jednostek i przedsiębiorstwa. Skuteczny system zarządzania powinien rozwijać w pracownikach poczucie wartości celu, który należy osiągnąć. System ten powinien skutecznie poprawiać jakość pracy całej organizacji i odpowiednio wynagradzać pracującą w niej kadre. Obowiązkiem współczesnej organizacji jest tworzenie pracownikom możliwości rozwoju. Rozwój ten gwarantuje nie tylko osobiste zadowolenie pracowników, ale także właściwe spełnienie wymagań przedsiębiorstwa. Wprowadzanie innowacji powinno zawsze uwzględniać aspekt personalny, ponieważ tylko takie podejście gwarantuje właściwy rozwój organizacji.

Dodatkowymi barierami we wdrażaniu innowacji są: brak odpowiednich środków finansowych (bariera ekonomiczna) oraz – czasem – nieprzewidywalne zachowania pracowników (bariera psychologiczna). Ta ostatnia utrudnia tworzenie i wprowadzanie innowacji oraz osłabia efekt planowanych przedsięwzięć w przedsiębiorstwie. Chociaż w przedsiębiorstwie stale wdrażane są zmiany i innowacje technologiczne, to poziom ich dofinansowania nie zmienia się. Warunkiem budowania innowacyjności przedsiębiorstw jest wzrost nakładów na działalność badawczo-rozwojową. Realizacja tych działań mogłaby angażować środki budżetowe, regionalne, prywatne oraz pomocnicze, głównie z funduszy Unii Europejskiej. Wydaje się, że przedsiębiorstwa powinny otrzymywać dotacje bądź preferencje w trakcie udziału w programach związanych z wdrażaniem innowacyjnych projektów, gdyż przyczynia się to do wzrostu innowacyjności

i podnoszenia konkurencyjności całej gospodarki. Pomoc tego typu nie powinna być umarzana. Przedsiębiorstwo powinno być zwolnione z opodatkowania, jeśli innowacja zakończyła się niepowodzeniem. Jest to tzw. projekt eliminacji połowy ryzyka. Takie działania pozwoliłyby organizacji prężnie się rozwijać i zdobywać przewagę konkurencyjną.

Głównym czynnikiem utrudniającym innowacyjność przedsiębiorstwa są więc trudności w pozyskiwaniu środków na sfinansowanie procesu wdrażania innowacji i prowadzenia kosztownych prac badawczo-rozwojowych. Badania te rzadko są finansowane kredytem bankowym, gdyż banki z reguły udzielają kredytu na ten cel na warunkach rynkowych. Koszt takiego kredytu jest zbyt wysoki. Dlatego dla przedsiębiorstw często zysk jest jedynym źródłem finansowania nowych inwestycji. Pomoc finansowa w zakresie wdrażania innowacji to nie tylko dotacje gotówkowe, ale również zwolnienia podatkowe i tzw. wakacje podatkowe. W celu zwiększania innowacyjności przedsiębiorstw i – w konsekwencji – całej gospodarki wydaje się konieczne wprowadzenie specjalnych grantów na innowacje, które spełniałyby funkcję quasi-dotacji.

W rozwijaniu innowacyjności gospodarki i poszczególnych przedsiębiorstw dużą rolę odgrywa nowoczesny system edukacyjny, który powinien sprzyjać wdrażaniu innowacji. Należy więc skupić się na nowych możliwościach nauczania. Rozwiązaniem mogłoby być umożliwienie uzdolnionej młodzieży wyprzedzania toku nauczania przez „przeskakiwanie” klas (w szkołach średnich i wyższych). Powinny powstać nowe ścieżki nauczania. Studentom szkół wyższych należy umożliwić indywidualizację toku nauczania, aby można było wykorzystać ich potencjał innowacyjny. Przedsiębiorstwa, przez współpracę ze studentami, mogłyby wówczas korzystać z innowacyjnej wiedzy. Bardzo ważne dla rozwoju przedsiębiorstwa jest więc wspieranie praktyk studenckich.

Istotne są również ulgi podatkowe na naukę. Skromne środki przeznaczone na szkolnictwo wyższe oznaczają także ograniczenie wzrostu liczby studentów w uczelniach publicznych. Tę lukę częściowo wypełnia szkolnictwo niepubliczne, pojawia się jednak problem odpłatności za studia.

Barierą w podnoszeniu poziomu innowacyjności przedsiębiorstw jest również to, że małe i średnie firmy nie stać na to, aby ich pracownicy uczestniczyli w płatnych kursach i różnego typu szkoleniach, mających na celu zwiększanie kompetencji.

Konieczne staje się opracowanie i wdrożenie specjalnych programów proinnowacyjnych, które nie będą narzucać konkretnych rozwiązań i działań, lecz pozostawiają przedsiębiorstwom dużą swobodę. Takimi pożądanymi działaniami są: wsparcie finansowe i gwarancje, programy i projekty badawcze, promocje i informacje, różnego typu kursy i szkolenia, doradztwo prawne oraz konsultacje z zastosowaniem internetu.

Literatura

1. Ansoff H.J., 1985, *Zarządzanie strategiczne*, PWE, Warszawa
2. Bogdaniecki J., 1998, *Zarządzanie innowacjami*, SGH, Warszawa
3. Ciupa S.W., 1997, *Umowa o zakazie konkurencji w prawie pracy*, C.H. Beck, Warszawa
4. Kasprzyk S., 1980, *Innowacje od koncepcji do produkcji*, CRZZ, Warszawa
5. Kotarbiński T., 1965, *Traktat o dobrej robocie*, Ossolineum, Wrocław
6. Kotler P., 1999, *Marketing. Analiza. Planowanie. Wdrażanie i kontrola*, Wyd. Felberg SJA, Warszawa
7. Koźmiński A.K., Piotrowski W., 1998, *Zarządzanie – teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
8. Koźmiński A.K., 1999, *Zarządzanie – teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
9. Machaczka J., 1998, *Zarządzanie rozwojem organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Kraków
10. Okoń-Hordyńska E., 1998, *Narodowy system innowacji w Polsce*, AE, Katowice
11. Penc J., 1995, *Strategia zarządzania*, Placet, Warszawa

12. Poznański K., 1979, *Innowacje w gospodarce kapitalistycznej*, PWN, Warszawa
13. Pszczołowski T., 1978, *Mała encyklopedia prakseologii i teorii organizacji*, Ossolineum, Wrocław
14. Stawiasz E., 1999, *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersyteckie, Łódź
15. Stoner J. A. F., 1998, *Kierowanie*, PWE, Warszawa
16. Targalski J., 1999, *Przedsiębiorczość i rozwój firm*, AE, Kraków
17. Zieleniewski J., 1972, *Organizacja i zarządzanie*. PWN, Warszawa

An Impact of an Entrepreneurship on a Performance of Modern Companies

The term of innovation is a supplement to such fields as economics, psychology and marketing. There is a conviction among scientists that “structuralized innovation is institutionalization and sanctioning in the organizing structure which is constantly tending to offer purchasers new and better products”. It is also thought that innovation is a creation of a new and valuable phenomenon on the assumption a certain level of personal financial and social risk, but also with an assumption financial compensation or satisfaction. The main problem with introducing research in an enterprise is an existing gap between the stage of research and using commercial projects. This gap should be filled and this is the task of the firms that specialize in supporting the development. In our times innovation is an indispensable element of the activity of all enterprises in the area of competitiveness. A lot of academic publications have been adressed to this issue, the present article is a reference to the discussion on this problem.