

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE NA PRZYKŁADZIE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO

Dagmara K. Zuzek¹, Bartosz A. Mickiewicz²

¹Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie

²Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny

Abstrakt. Innowacja jest czynnikiem, który w istotny sposób determinuje rozwój społeczno-gospodarczy Polski. Weryfikacja skuteczności realizacji zamierzeń kreatora innowacyjności następuje poprzez proces wdrażania i dyfuzji innowacji. Zdolność pozyskiwania, kreowania innowacji jest kluczowym czynnikiem rozwoju przedsiębiorstw. Celem prowadzonych rozważań jest określenie czynników innowacyjności przedsiębiorstw w kontekście ich rozwoju.

Słowa kluczowe: sektor małych i średnich przedsiębiorstw, innowacyjność, przedsiębiorstwo

WSTĘP

W gospodarce rynkowej występuje bardzo ważny związek między innowacyjnością a konkurencyjnością firm. „Innowacje decydują o konkurencyjności przedsiębiorstwa, to znaczy o jego zdolności do utrzymania się na rynku. I dlatego nie jest prawdziwe twierdzenie, że wprowadzanie innowacji jest ryzykowne – odwrotnie, to brak innowacji może stanowić zagrożenie dla bytu przedsiębiorstwa” [Bogdanienko 1998, s. 10].

Skuteczny proces wdrażania innowacji w dużej mierze zależy od efektywności działania podmiotów realizujących te innowacje [Zuzek 2008]. Mimo wielkiego postępu technologicznego oraz intelektualnego nadal istnieją liczne bariery, ograniczające dzia-

łania innowacyjne małych i średnich firm. Najważniejszą z nich jest niedobór środków pieniężnych na finansowanie inwestycji [Zuzek 2013].

Duże znaczenie dla rozwoju konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw mają czynniki otoczenia zewnętrznego, np. ośrodki innowacji oraz przedsiębiorczości, których celem jest rozwiązywanie problemów społecznych i ekonomicznych [Lisowska 2007].

Celem artykułu jest wskazanie: zewnętrznych i wewnętrznych czynników, mających wpływ na działania innowacyjne małych i średnich przedsiębiorstw, rodzaju tych innowacji oraz źródła ich finansowania. Zgodnie z tą tematyką zaprezentowane badania przeprowadzono na przełomie 2013 i 2014 roku. Z firm należących do sektora MSP w sposób losowy wybrano 150 przedsiębiorstw, prowadzących swoją działalność gospodarczą w województwie małopolskim. Zebrane dane zostały opracowane statystycznie i posłużyły do ustalenia współzależności dwu lub więcej cech zmiennych, umożliwiając dalsze badania nad przyczynowymi zależnościami zjawisk. Jako uzupełnienie wykorzystano metody wywiadów i obserwacji bezpośrednich. Pozwoliło to na pełniejsze poznanie pewnych problemów i uzyskanie dodatkowych danych, będących uzupełnieniem informacji uzyskanych w trakcie badań ankietowych.

POJĘCIE I ISTOTA INNOWACYJNOŚCI W UJĘCIU TEORETYCZNYM

Obecnie rozwija się nowy rodzaj społeczeństwa, bazującego przede wszystkim na wiedzy, nastawionego na wdrażanie innowacji [Pomykański 2001]. Kluczem do sukcesu dzisiejszych firm, regionów, gospodarek jest umiejętność tworzenia, wdrażania i upowszechniania nowych produktów, technologii i usług [Janasz i Kozioł 2007].

„W ostatnich latach obserwuje się duży wpływ innowacji na zwiększanie efektywności procesów gospodarowania. Jest on rezultatem zwiększających się potrzeb społeczeństwa, których zaspokojenie okazuje się możliwe przede wszystkim poprzez właściwe wykorzystanie nauki i jej osiągnięć” [Pomykański 2001].

Innowacje tworzą popyt, obniżają ceny, przyspieszają tempo wzrostu danej organizacji i mogą rozszerzać zdolność do realizowania bardziej rentownych inwestycji. Wydajność, konkurencyjność, rozwój wymiany handlowej są skorelowane z rozwojem innowacji. Zdolność do tworzenia i absorbowania innowacji jest zatem największym wyzwaniem XXI wieku [Pomykański 2001].

Termin „innowacja” ma wszechstronne zastosowanie, bowiem dotyczy wszystkich sfer życia gospodarczego, społecznego, kulturalnego [Janasz i Kozioł 2007]. W potocznym rozumieniu innowacja oznacza nowe, ulepszone rozwiązanie.

Po raz pierwszy teorię innowacji do nauk ekonomicznych wprowadził Joseph Alois Schumpeter, który określił pięć przypadków pojawienia się nowych kombinacji różnych przyrodniczych elementów i produkcyjnej siły człowieka, tj. innowacji. W jego interpretacji innowacje to nowe kombinacje zachodzące w następujących przypadkach [Janasz i Kozioł 2007]:

- 1) wytworzenie nowego produktu lub wprowadzenie na rynek towarów o nowych właściwościach,
- 2) wprowadzenie nowej metody produkcji,
- 3) otwarcie nowego rynku zbytu,

- 4) zdobycie nowych źródeł surowców,
- 5) przeprowadzenie nowej organizacji jakiegoś przemysłu, np. utworzenie monopolu lub jego likwidacja.

Obecnie pod pojęciem innowacji rozumie się kompleks zjawisk i procesów obejmujących zarówno powstawanie i wdrażanie innowacji, jak i jej efektywność ekonomiczno-społeczną [Pomykański 2001].

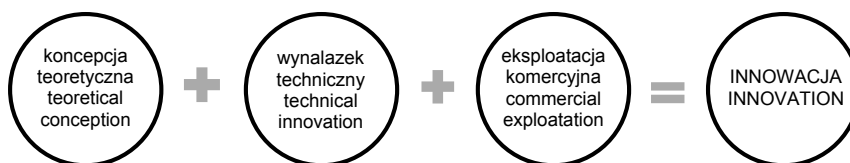
W ujęciu Alwina Jaya Harmana, innowacje to wprowadzanie nowych lub istotnie ulepszonych produktów lub procesów produkcji do gospodarki. Określenie „istotnie ulepszony” oznacza nie tylko zmianę, ale i udoskonalenie. „Nowość” oznacza zaś kategorię dotychczas nieznaną, zastosowaną po raz pierwszy [Barczak i Walas-Trębacz 2007, s. 13].

Zdaniem J. Parkera, innowacją jest proces obejmujący wszelkie działania doprowadzające nowy produkt lub metodę wytwarzania do praktycznego zastosowania [Janasz i Koziół 2007].

Jak podaje Percy Ronald Whitfield, innowacja to ciąg skomplikowanych działań, polegający na rozwiązywaniu problemów. W rezultacie powstaje kompleksowa i całkowicie opracowana nowość [Janasz i Koziół 2007].

Dla Druckera [1992, s. 153], „innowacja jest skutkiem wywołanym w gospodarce i społeczeństwie [...] albo jest zmianą w procesie, to znaczy w sposobie, w jaki ludzie pracują i coś wytwarzają”. Innowacja jest szczególnym narzędziem przedsiębiorców, za którego pomocą z każdej zmiany czynią oni okazję do podjęcia nowej działalności gospodarczej lub świadczenia nowych usług [Niklewicz-Pijaczyńska i Wachowska 2012, s. 68].

Innowacje to proces całościowy, obejmujący koncepcje teoretyczną, wynalazek techniczny oraz jego wdrożenie i dyfuzję (rys. 1).



Rys. 1. Innowacja jako proces

Źródło: Pomykański [2001, s. 17].

Fig. 1. Innovation as process

Source: Pomykański [2001, p. 17].

Jak wynika z dokumentu *Green Paper on Innovation*, innowacja jest najważniejszym czynnikiem determinującym sukces gospodarczy; jest rozumiana „jako synonim przynoszącej sukces produkcji, asymilacji i eksploatacji nowości w sferze gospodarczej i społecznej” [Pomykański 2001].

Innowacje mogą być traktowane jako działania, które nadają zasobom nowe możliwości tworzenia bogactwa [Glinka i Gudkova 2011, s. 85].

„Celem przedsiębiorstwa w zakresie innowacji powinno być wzmocnienie jego pozycji konkurencyjnej. Aby tak sprofilowany cel został rzeczywiście osiągnięty, dana innowacja musi być korzystna z punktu widzenia rynku – klienta. Jedynie te produkty

i usługi, które można sprzedać, pozwolą obronić lub wzmocnić pozycję konkurencyjną firmy” [Pomykański 2001].

W dzisiejszej gospodarce innowacje są jednym z głównych źródeł zapewniających przedsiębiorstwom przewagę konkurencyjną. Dzięki ich wprowadzaniu firmy mogą szybko dostosowywać się do zmian zachodzących na rynku oraz odkrywać i zaspokajać nowe potrzeby konsumentów [Janasz i Koziół 2007].

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA SEKTORA MSP

Zgodnie z definicją podaną przez GUS, „działalność innowacyjna polega na angażowaniu się przedsiębiorstw w różnego rodzaju działania naukowe, techniczne, organizacyjne, finansowe i komercyjne, które prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Niektóre z tych działań mają charakter innowacyjny, natomiast inne nie są nowościami, lecz są konieczne do wdrażania innowacji. Działalność innowacyjna obejmuje także działalność badawczo-rozwojową (B+R), która nie jest bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji” [Działalność innowacyjna... 2012].

Tabela 1. Uwarunkowania innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw

Table 1. Conditions of innovativeness of small and medium enterprises

Uwarunkowania zewnętrzne External conditions		Uwarunkowania wewnętrzne Internal conditions
Partnerzy firm Firms' partners	Gospodarka Economy	Zdolność do tworzenia i absorpcji wiedzy Ability for creation and absorption of knowledge
Polityka innowacyjna Innovative policy	konkurencja rynkowa market competitiveness	strategia firmy firm's strategy
Dostawcy wiedzy/technologii Suppliers of knowledge/technology	koszty wdrożeń implementation costs	potencjał badawczo-techniczny research and technical potential
Pośrednicy w transferze technologii Intermediary in technology transfer	ryzyko wdrożeń implementation risks	przedsiębiorczość entrepreneurship
System finansowy Financial system	cechy rynku market features	umiejętności pracowników staff abilities
Konsultanci Consultants		skala firmy firm's scale
Inne firmy Other firms		wzrost firmy firm's development
Sieci firm (klastry) Firms nets (clusters)		wiek firmy firm's age

Źródło: Stawasz [2010, s. 126].

Source: Stawasz [2010, p. 126].

Cechy wyróżniające przedsiębiorstwo innowacyjne [www.pi.gov.pl/PARP]:

- prowadzi prace badawczo-rozwojowe (bądź dokonuje zakupów projektów B+R) w stosunkowo szerokim zakresie,
- jest otwarte na zmiany,
- przeznaczają znaczne nakłady finansowe na działalność innowacyjną,
- posiada duży udział nowych wyrobów i technologii w produkcji,
- współpracuje z ośrodkami badawczo-rozwojowymi,
- cały czas wdraża nowe rozwiązania naukowo-techniczne,
- nieustannie wprowadza innowacje (procesowe, produktowe, organizacyjne, marketingowe) na rynek.

W Polsce odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych w zakresie innowacji technologicznych (procesowych i produktowych) wynosi 16%, a w zakresie innowacji nietechnologicznych (organizacyjnych i marketingowych) – 12%. Uwzględniając wielkość firmy, można stwierdzić, że polskie małe przedsiębiorstwa odznaczają się najniższą innowacyjnością, zarówno pod względem innowacji technologicznych, jak i nietechnologicznych w porównaniu z innymi krajami Europy (Polska zajmuje ostatnie miejsce – 29). Trochę lepiej sytuacja przedstawia się w przypadku średnich i dużych firm (średnie firmy: 27 pozycja na 29, duże firmy: 24 pozycja na 29) [Świt innowacyjnego społeczeństwa... 2013, s. 117].

W latach 2010-2012 udział przedsiębiorstw aktywnych w zakresie innowacji produktowych i procesowych wyniósł w sektorze przemysłowym – 17,7%, a w sektorze usług – 13,9%. W tym samym okresie udział firm aktywnych innowacyjnie w zakresie organizacyjnym osiągnął poziom 10,3% w grupie firm przemysłowych i 10,5% w sektorze usługowym. Z kolei udział przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie w zakresie innowacji marketingowych był wyższy w sektorze usługowym (11,1%) niż w sektorze przemysłowym (10,2%). Warto podkreślić, że we wszystkich wyżej wymienionych przypadkach zachodzi pewna zależność: im większy udział firm, które wprowadziły wybrane innowacje (produktowe, procesowe, organizacyjne, marketingowe), tym większa liczba pracujących w przedsiębiorstwie [Działalność innowacyjna... 2013] (tab. 2).

W latach 2008-2010 prawie 40% MSP wdrożyło innowacje produktowe, a na drugim miejscu znalazły się innowacje marketingowe (32,2%). Najmniejszym powodzeniem cieszyły się innowacje procesowe (26,9%). W tym samym czasie ok. 50% średnich przedsiębiorstw wprowadziło do swej działalności co najmniej jedną innowację. Dla małych oraz mikro firm najbardziej atrakcyjne wydawały się innowacje produktowe, z kolei najmniej zachęcające – innowacje marketingowe (w przypadku średnich firm) oraz innowacje procesowe (dla małych firm) [Słabe i mocne strony sektora... 2011].

Tabela 2. Przedsiębiorstwa, które w latach 2010-2012 wprowadziły innowacje procesowe, produktowe, organizacyjne i marketingowe według liczby pracujących (%)

Table 2. Enterprises which implemented process, product, organisational and marketing innovations according to number of employed in 2010-2012 (%)

Wyszczególnienie Specification	Innowacje produktowe i procesowe Product and process innovations	Innowacje organizacyjne Organisational innovations	Innowacje marketingowe Marketing innovations
Przedsiębiorstwa przemysłowe Industrial enterprises	17,7	10,3	10,2
liczba pracujących: number of workers:			
10-49	10,4	6,5	7,6
50-249	31,4	15,4	13,7
250 i więcej 250 and more	59,3	40,7	30,4
Przedsiębiorstwa usługowe Service enterprises	13,9	10,5	11,1
liczba pracujących: number of workers:			
10-49	10,9	8,3	9,5
50-249	22,9	17,8	15,9
250 i więcej 250 and more	48,4	33,6	29,0

Źródło: Działalność innowacyjna... [2013, s. 29, 30, 48, 54].
Source: Działalność innowacyjna... [2013, p. 29, 30, 48, 54].

ROLA INNOWACYJNOŚCI W FUNKCJONOWANIU PRZEDSIĘBIORSTWA

W odniesieniu do przedsiębiorstw innowacyjność jest rozumiana „jako zdolność do poszukiwania i komercyjnego wykorzystania wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków, prowadzących do wzrostu poziomu nowoczesności i wzmocnienia pozycji konkurencyjnej firmy” [Drożyński 2007].

Dzięki wdrażanym innowacjom przedsiębiorcy mogą osiągać większe zyski, co wpływa na dynamizację gospodarki. Ważną rolę odgrywają innowacje technologiczne (produktowe, procesowe) oraz organizacyjne, dzięki którym przedsiębiorcy mogą łatwiej zwalczać bariery rynkowe, a także łatwiej pokonywać istniejącą konkurencję [Targalski 2005].

Podstawowym składnikiem sukcesu firmy jest odpowiednia strategia, czyli długookresowy plan działania, „który określa jak przedsiębiorstwo zamierza zrealizować swoją misję i cele, tworząc przewagę konkurencyjną i minimalizując swoje konkurencyjne niedostatki” [Penc 2007]. Nieodzownym elementem dobrej strategii jest proces wdrażania innowacji.

Badania własne pokazały, że analizowane przedsiębiorstwa najchętniej podejmowały działania innowacyjne w formie wprowadzenia nowego lub udoskonalonego produktu/usługi (47,5%) lub nowych i tańszych źródeł zaopatrzenia (30%). Rzadziej stosowały one nowe bądź znacząco ulepszone strategie działania przedsiębiorstwa (18,75%). Około 18% przedsiębiorstw zdecydowało się wprowadzić nowy/udoskonalony proces dostawy, produkcyjny bądź logistyczny. Najmniejszym powodzeniem cieszyły się takie innowacje, jak: prowadzenie badań rynkowych/marketingowych mających na celu stworzenie nowego produktu (11,25%) i zmiany w strukturze organizacyjnej (8,75%).

Szczególnie ważnym elementem w drodze do sukcesu firmy jest proces ciągłego wprowadzania pozytywnych, małych zmian w różnych obszarach aktywności. Ich odzwierciedleniem może być m.in. ulepszenie produktów, zmniejszenie kosztów produkcji lub świadczenia usług, usprawnienie organizacji [Dietl 2006, s. 49]. Ponadto firma musi wykorzystywać nowoczesny marketing oraz nieustannie poprawiać jakość na każdym poziomie zarządzania oraz we wszystkich sferach działalności [Penc 2007].

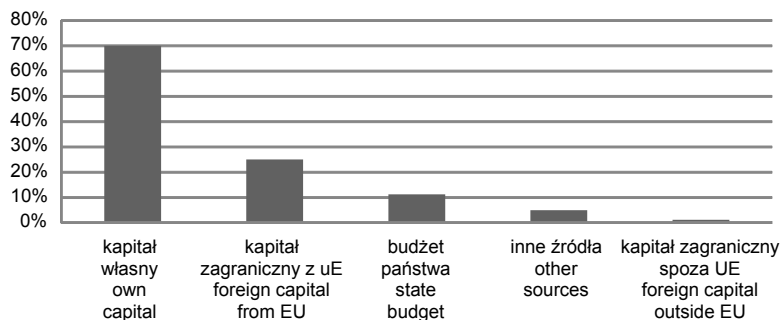
W wyniku zastosowania działań innowacyjnych prawie połowa badanych przedsiębiorstw odnotowała wzrost oferowanych produktów/usług, a ponad 1/3 otworzyła nowy rynek lub zwiększyła swój udział na dotychczasowym rynku. Często wymienianymi efektami przedsięwzięć innowacyjnych były także: wzrost liczby sprzedanych produktów/usług (27,5%), poprawa jakości oferowanych produktów/usług (20%), poprawa elastyczności produkcji (18,75%). W mniejszym stopniu wprowadzone innowacje przyczyniły się również do obniżki kosztów materiałochłonności i energochłonności na jednostkę produktu (8,75%) oraz obniżki kosztów pracy (7,5%). Małopolskie przedsiębiorstwa przywiązują natomiast najmniejszą wagę do realizacji przepisów, norm lub standardów (3,75%), a także do poprawy bezpieczeństwa i higieny pracy (2,5%).

Na podstawie zebranych przez autora danych można stwierdzić, że badane przedsiębiorstwa chętnie wdrażały innowacje techniczne lub marketingowe, głównie w postaci nowych produktów/usług, których sprzedaż stanowiła prawie 1/4 całego asortymentu przeznaczonego do sprzedaży. Celem prowadzonych przez analizowane firmy działań innowacyjnych była m.in. chęć wzmocnienia ich przewagi konkurencyjnej na rynku, np. poprzez zwiększenie liczby oferowanych produktów/usług oraz poprawę ich jakości. Mimo że MSP wykazują duże zainteresowanie wprowadzaniem innowacji, nie mogą one w pełni realizować swoich planów ze względu na ograniczone środki finansowe.

Inspiracją do stworzenia oraz wdrożenia innowacji może być wiedza uzyskana na podstawie obserwacji rynku oraz dane pochodzące ze sfery badawczej. Główne pomysły i informacje o procesie innowacyjnym mogą pochodzić od: odbiorców, klientów, dostawców, konkurentów, placówek badawczo-rozwojowych itp. Do kluczowych form przekazu i zdobywania informacji zalicza się m.in.: targi, wystawy, profesjonalne czasopisma, konferencje [Rogoda 2005].

W przypadku badanych przedsiębiorstw szczególnie ważnym źródłem informacji o potrzebie innowacji byli: klienci (60%), dostawcy (27,5%) oraz konkurenci (25%). Duże znaczenie dla małopolskich przedsiębiorstw odgrywało także uczestnictwo w: targach, wystawach (40%) oraz konferencjach, spotkaniach (15%). Najrzadziej MSP wykorzystywały informacje pochodzące z: uczelni, placówek naukowych (3,75%), jednostek badawczo-rozwojowych (2,5%) oraz instytucji samorządowych (2,5%).

Z danych zawartych na rysunku 2 wynika, że małopolskie przedsiębiorstwa finansowały swoje inwestycje przede wszystkim ze środków własnych (70%). Jeżeli korzystały one z zewnętrznych źródeł, głównie był to kapitał pochodzący z UE (27,5%), który stał się pewnego rodzaju substytutem środków pochodzących z budżetu państwa. Pozostałe źródła były wykorzystywane w niewielkim stopniu. Małe zaufanie MSP do form pomocy publicznej może wynikać m.in. z obawy przed nadmiernymi wymaganiami ośrodków finansujących lub ze zbyt skomplikowanych procedur przyznawania pomocy.



Rys. 2. Źródła finansowania inwestycji podjętych w latach 2012-2013

Źródło: badania własne.

Fig. 2. Sources of investments financing undertaken in 2012-2013

Source: own elaboration.

WNIOSKI

Podstawą sprawnego funkcjonowania firmy jest dobra i skuteczna strategia działania, uwzględniająca zarówno szanse, jak i zagrożenia przyszłych transformacji. Szczególnie ważnym celem strategicznym jest wprowadzanie nowych, udoskonalonych produktów i usług, dzięki którym przedsiębiorstwo będzie mogło utrzymać swoją pozycję w świecie globalnej konkurencji.

Z przeprowadzonych badań wynika, że małe i średnie firmy z województwa małopolskiego dostrzegają potrzebę wdrażania innowacji, jednak nie zawsze jest to możliwe ze względu na niedobór środków finansowych, potrzebnych do ich realizacji. Najchętniej przedsiębiorstwa te wprowadzały zmiany technologiczne oraz marketingowe, które w dużej mierze pokrywały ze środków własnych. W wyniku podjętych działań innowacyjnych małe i średnie przedsiębiorstwa w województwie małopolskim uzyskały poprawę praktycznie we wszystkich obszarach działalności firmy.

Najczęściej występującym utrudnieniem w prowadzeniu działalności gospodarczej są zbyt wysokie pozapłacowe koszty pracy, oraz podatki, które często przyczyniają się problemów z utrzymaniem płynności finansowej przez przedsiębiorstwo, co skutkuje osłabieniem jego pozycji konkurencyjnej na rynku. Na negatywny wpływ na kondycję ekonomiczną firmy ma również brak wykwalifikowanych pracowników.

LITERATURA

- Barczak B., Walas-Trębacz J., 2007. System informacyjny w procesie innowacyjnym firmy. Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.
- Bogdanienko J., 1998. Zarządzanie innowacjami. Wyd. SGH, Warszawa.
- Dietl J., 2006. Przedsiębiorczość. Skrypt. Wyd. Wyższej Szkoły Biznesu – National – Louis University, Nowy Sącz.
- Drożyński T., 2007. Wspieranie rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w ramach wspólnotowej polityki spójności. W: Innowacyjność jako czynnik podnoszenia konkurencyjności przedsiębiorstw i regionów na jednolitym rynku europejskim. Red. A. Maciaszczyk, J. Otto, R. Stanisławski. Wyd. Politechniki Łódzkiej, Łódź.
- Drucker P.F., 1992. Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady. PWN, Warszawa.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009-2011. 2012. GUS, Warszawa.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010-2012. 2013. GUS, Warszawa.
- Glinka B., Gudkova S., 2011. Przedsiębiorczość. Wyd. Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa.
- http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_96055.asp?soid=F11EC352D36A44FA9EC6AF8B234E4188 [dostęp: 23.04.2014].
- Janasz W., Kozioł K., 2007. Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. PWE, Warszawa.
- Lisowska R., 2007. Bariery rozwoju działalności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw na terenach wiejskich na przykładzie województwa łódzkiego. W: Małe i średnie przedsiębiorstwa. Szanse i zagrożenia rozwoju. Red. N. Daszkiewicz. CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa.
- Niklewicz-Pijaczyńska M., Wachowska M., 2012. Wiedza – Kapitał Ludzki – Innowacje. Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa, Wrocław.
- Penc J., 2007. Zarządzanie przedsiębiorstwem w gospodarce opartej na wiedzy. W: Innowacyjność jako czynnik podnoszenia konkurencyjności przedsiębiorstw i regionów na jednolitym rynku europejskim. Red. A. Maciaszczyk, J. Otto, R. Stanisławski. Wyd. Politechniki Łódzkiej, Łódź.
- Pomykański A., 2001. Zarządzanie innowacjami. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa.
- Rogoda B., 2005. Innowacyjność MŚP województwa małopolskiego na tle regionu i kraju. W: Innowacyjność sektora MŚP. Małopolska i Podkarpacie. Red. K. Kaszub, J. Targalski. Wyd. Wyższej Szkoły Zarządzania, Kraków – Rzeszów.
- Słabe i mocne strony sektora MSP w Polsce. Szanse i zagrożenia rozwojowe. 2011. <http://www.opennexus.pl/info-room/slabe-mocne-strony-sektora-msp-polsce-szansy-zagrozenia-rozwojowe> [dostęp: 30.04.2014].
- Stawasz E., 2010. Rozwój badań nad innowacyjnością małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce. Acta Univ. Lodz. Folia Oecon. 234, 126, 125-136.
- Świt innowacyjnego społeczeństwa. Trendy na najbliższe lata. 2013. PARP, Warszawa.
- Targalski J., 2005. Innowacyjność – przyczyna i skutek przedsiębiorczości. W: Innowacyjność sektora MŚP. Małopolska i Podkarpacie. Red. K. Kaszuba, J. Targalski. Wyd. Wyższej Szkoły Zarządzania, Kraków – Rzeszów.
- Zuzek D., 2008. Szanse i bariery procesów innowacyjnych w małych i średnich przedsiębiorstwach w Polsce. Zesz. Nauk. SGGW 2, 45, 197-206.
- Zuzek D., 2013. Źródła finansowania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce i Unii Europejskiej. Zarządzanie i Finanse 11, 3, 517-528.

DETERMINANTS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF SMALL AND MEDIUM-SIZE ENTERPRISES IN POLAND (IN MAŁOPOLSKA VOIVODESHIP)

Summary. Innovation is a factor which significantly determines the socio-economic development in Poland. Verification of the effectiveness of the planned creator's innovation follows via introduction and diffusion of innovation. The ability of the acquisition, and creation of innovation is a key factor in the development of companies. The aim of these considerations is to identify the factors of innovation in the context of enterprises development.

Key words: sector of small and medium-sized enterprises, innovation, enterprise

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 17.10.2014

Do cytowania – For citation: Zuzek D.K., Mickiewicz B.A., 2014. Działalność innowacyjna małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce na przykładzie województwa małopolskiego. J. Agribus. Rural Dev. 4(34), 245-254.