

**Adam Miara**

*Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży*

## **PERSPEKTYWY WZROSTU INNOWACYJNOŚCI PODLASKICH FIRM Z SEKTORA ROLNO-SPOŻYWCZEGO**

*PROSPECTS FOR THE GROWTH OF INNOVATIVENESS OF PODLASKIE  
COMPANIES FROM THE AGRI-FOOD SECTOR*

**Słowa kluczowe: innowacje, finansowanie innowacji, innowacyjność przemysłu spożywczego**

*Key words: innovation, financing innovation, innovation in food industry*

*JEL codes: O3*

**Abstrakt.** Rozwój gospodarczy oparty tylko na tradycyjnej konkurencji nie może być już podstawą sukcesu na rynku. W dobie globalizacji gospodarki światowej, aby być konkurencyjnym firmy muszą zaferować coś więcej, co spowoduje, że będą zauważone. Tym czymś coraz częściej są innowacje, które decydują o kierunkach rozwoju. Tempo i zakres wdrażania innowacji decyduje o przewadze konkurencyjnej przedsiębiorstw, gdyż to one odgrywają kluczową rolę we wprowadzaniu nowych produktów na rynek, czyli zaspokajaniu potrzeb, wymagań i oczekiwań klientów. Celem artykułu jest przedstawienie skali planowanych do wdrożenia innowacji i źródeł ich finansowania przez przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego województwa podlaskiego. Analizę przeprowadzono na podstawie badań literaturowych oraz źródeł pierwotnych. Stwierdzono, że perspektywy wzrostu innowacyjności przedsiębiorstw z sektora rolno-spożywczego województwa podlaskiego są bardzo duże.

### **Wstęp**

Przemysł rolno-spożywczy w województwie podlaskim jest bardzo istotny z punktu widzenia rozwoju gospodarczego regionu. W ostatnich latach dokonały się duże zmiany w branży. Zmiany te wynikały w dużej mierze z badań naukowych, których wynikiem były innowacje wdrażane w przedsiębiorstwach. Mimo tych działań, w dalszym ciągu innowacyjność firm z branży rolno-spożywczej województwa podlaskiego jest mała. Nowym instrumentem Unii Europejskiej (UE), który ma pomóc w podniesieniu nakładów na badania i rozwój, co w konsekwencji przyniesie wzrost innowacyjności, są regionalne inteligentne specjalizacje (strategie RIS3), w którym podstawą jest wykorzystanie mocnych stron regionu [Miara 2016a]. Biorąc pod uwagę, że główną inteligentną specjalizacją w województwie podlaskim jest branża spożywcza zmiany te powinny być znaczące [ZWP 2015].

Celem przewodnim artykułu jest przedstawienie skali planowanych do wdrożenia innowacji i źródeł ich finansowania przez przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego województwa podlaskiego.

### **Materiał i metodyka badań**

Wykorzystano pierwotne i wtórne źródła informacji. Badania empiryczne, dotyczące perspektyw wzrostu innowacyjności podlaskich firm przeprowadzono w latach 2016 i 2017. Populację badanych przedsiębiorstw dobrano celowo spośród grupy przedsiębiorstw produkcyjnych o średniej wielkości, należących do sektora rolno-spożywczego. Badania empiryczne przeprowadzono za pomocą kwestionariusza ankiety, który rozesłano drogą elektroniczną do 83 przedsiębiorstw. Ankietę odesłało 56 przedsiębiorstw. Wtórne źródła informacji pochodziły, głównie z opracowań statystycznych GUS oraz raportów branżowych. Dane zaprezentowano wykorzystując wyniki badań przedsiębiorstw przemysłowych (produkujących artykuły spożywcze), dotyczących planów

wdrożenia innowacji i sposobów ich finansowania. W analizie wykorzystano dane obejmujące innowacje produktowe, procesowe, organizacyjne i marketingowe.

### Pojęcie innowacyjności

Początek nowego tysiąclecia to znaczący wpływ innowacji na rozwój rynku. Pojęcie innowacyjności używane jest w różnym kontekście w opracowaniach o charakterze naukowym, zarówno teoretycznym, jak i praktycznym. W UE znaczenie innowacji i innowacyjności w rozwoju Europy podkreślała np. Strategia Lizbońska z 2000 roku i jej wersja odnowiona z 2005 roku, ale także i obecna strategia „Europa 2020” [Tomaszewska 2012].

Innowacyjność definiowana jest w różny sposób. Według jednej z definicji jest ona „cechą podmiotów gospodarczych lub gospodarek, oznaczającą zdolność do tworzenia i wdrażania innowacji, jak również ich absorpcji, wiążącą się z aktywnym angażowaniem się w procesy innowacyjne i podejmowanie działań w tym kierunku; oznacza również zaangażowanie w zdobywanie zasobów i umiejętności niezbędnych do uczestniczenia w tych procesach” [Matusiak 2008].

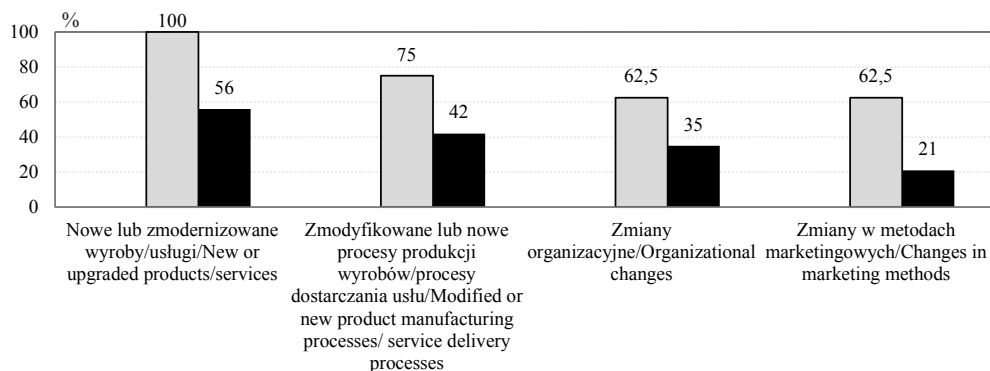
W badaniach nad innowacyjnością przedsiębiorstw bardzo często wykorzystywany jest wzorzec zaprezentowany w *Podręczniku Oslo – zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*. Zgodnie z nim, innowacja to „wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem” [OECD 2005]. Według kolejnej definicji innowacyjność oznacza zdolności, motywację oraz postawy podmiotów gospodarczych do działań o charakterze naukowym, badawczym, technicznym, organizacyjnym, finansowym i handlowym, mających na celu opracowanie ulepszonych, wdrożeniowych metod wyrobów lub usług przeznaczonych na rynek bądź do innego zastosowania w praktyce gospodarczej [Świtalski 2004].

Według zaprezentowanych definicji innowacyjność jest wypadkową różnych czynników, dlatego ją samą także trudno zmierzyć. Pełna analiza innowacji i innowacyjności wymaga wykorzystania każdego poziomu, etapu i elementu innowacji [Markowska 2008]. Przy zbieraniu danych do badań posługiwano się definicją innowacyjności zawartą w *Podręczniku Oslo*, która wykorzystywana jest również w badaniach statystycznych działalności innowacyjnej przedsiębiorstw przemysłowych prowadzonych przez GUS.

### Perspektywy wzrostu innowacyjności

Poziom innowacyjności polskich przedsiębiorstw w stosunku krajów wysoko rozwiniętych pokazuje znaczne dysproporcje. Jednak polskie przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego należą do grona europejskich liderów pod względem nowoczesności. Jest to z jednej strony, skutkiem przedakcesyjnych działań modernizacyjnych dostosowujących je do wymogów obowiązujących w krajach UE, a z drugiej, utrzymującego się w dalszym ciągu wysokiego poziomu inwestowania, który w konsekwencji zwiększył możliwości produkcyjne i eksportowe firm [Grzybowska 2012]. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku przedsiębiorstw z sektora rolno-spożywczego z województwa podlaskiego. Z badań przeprowadzonych wśród podlaskich przedsiębiorców z sektora spożywczego wynika, że w latach 2010-2015 89,09% badanych firm wdrożyło innowacje [Szwacka-Mokrzycka, Miara 2017]. Taki wynik może być bardzo zaskakujący, zważywszy, że w latach 2012-2014 aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw przemysłowych w Polsce (które w badanym okresie wprowadziły przynajmniej jedną innowację produktową lub procesową) było 18,6% [Szwacka-Mokrzycka, Miara 2016].

Perspektywy wdrażania nowych innowacji przez podlaskie przedsiębiorstwa również są bardzo obiecujące. Z danych wynika, że wszystkie firmy z branży rolno-spożywczej, które uczestniczyły w badaniu planują w ciągu trzech lat wdrożyć innowacje. Jest to związane m.in. z łatwiejszym dostępem do finansowania badań i rozwoju, tym bardziej, że branża rolno-spożywcza jest główną inteligentną specjalizacją województwa podlaskiego, a w perspektywie unijnej na lata 2014-2020, aby przedsiębiorstwo mogło realizować badania ze środków UE,



Rysunek 1. Zakres planowanych do wdrożenia innowacji

Figure 1. Scope of planned to innovation implementation

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

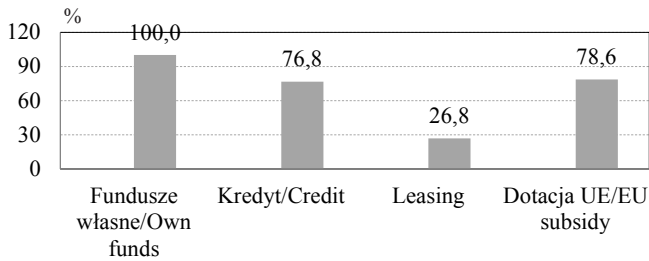
Source: own study based on research

musi mieścić się w ramach inteligentnych specjalizacji [Miara 2016b]. Zakres wdrażanych innowacji został przedstawiony na rysunku 1. Z danych zaprezentowanych na rysunku 1 wynika, że wszystkie przedsiębiorstwa planowały wprowadzić innowacje dotyczące nowych lub znacznie zmodernizowanych wyrobów lub usług. Wynika to z faktu, że to właśnie nowe produkty i usługi identyfikują przedsiębiorcę na rynku, dają podstawę dalszego rozwoju i wyróżniają przedsiębiorstwo na rynku wśród konkurencji. Pozostałe rodzaje innowacji nie przekładają się w prosty sposób na postrzeganie przedsiębiorstwa na rynku, zwłaszcza w przypadku innowacyjności procesowych i organizacyjnych. Nie należy jednak deprecjonować wpływu tych innowacji na wzrost konkurencyjności i rozwój przedsiębiorstwa. Są one równie ważne także w opinii firm biorących udział w badaniu. Trzy czwarte z nich zamierzało wprowadzić innowacje, których zakres dotyczy zmodyfikowanych lub nowych procesów produkcji wyrobów lub procesów świadczonych usług. Natomiast najmniej przedsiębiorstw, bo 62,5%, zadeklarowało wdrożenie innowacji dotyczących zmian organizacyjnych lub zmian w metodach organizacji.

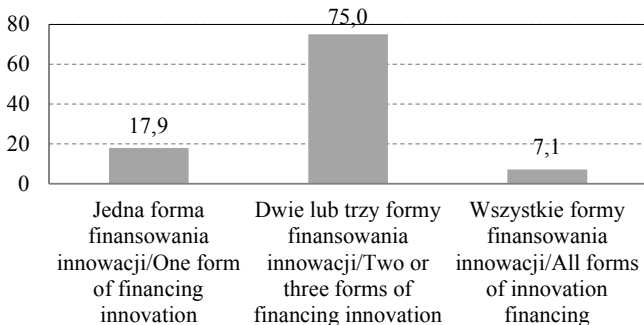
Z danych zawartych na rysunku 1 można wyciągnąć jeszcze jeden wniosek. Przy okazji wdrażania innowacji produktowych, przedsiębiorstwa jednocześnie będą wdrażać innowacje dotyczące sfery organizacyjnej, marketingowej lub technologicznej. Żadna z firm biorących udział w badaniu nie planowała wdrożenia tylko innowacji dotyczącej nowego produktu lub usługi. Opracowywanie innowacji, często przy współudziale jednostek naukowo badawczych to coraz częściej kompleksowy plan, który swym zasięgiem obejmuje także szeroko rozumianą sferę zarządzania przedsiębiorstwem. W dobie szybkiego przepływu informacji, technologii czy kapitału wdrożenie nowego produktu jest praktycznie niemożliwe bez zmiany w sposobie produkcji czy zarządzania. Dlatego 21 przedsiębiorstw (37,5%) planowało wdrożyć innowacje obejmujące wszystkie cztery sfery innowacyjności.

### Finansowanie działalności innowacyjnej

Z badań przeprowadzonych w 2012 roku dotyczących finansowania przedsiębiorstw sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) wynika, że większość (61,54%) jednostek korzystało z mieszanych form finansowania, łącząc finansowanie zewnętrzne z wewnętrznym. Niemal co trzeci podmiot gospodarczy (29,49%) korzystał wyłącznie z własnego kapitału, natomiast 8,97% firm stosowało zewnętrzne formy finansowania [Filip, Grzebyk 2012]. W przypadku finansowania planowanych do wdrożenia innowacji przedsiębiorstw z sektora rolno-spożywczego województwa podlaskiego sytuacja przedstawiała się odmiennie, co przedstawiono na rysunku 2.



Rysunek 2. Planowane źródła finansowania innowacji  
*Figure 2. Planned sources of financing for innovation*  
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań  
*Source: own study based on research*



Rysunek 3. Liczba planowanych do wykorzystania form finansowania działalności innowacyjnej  
*Figure 3. The number of planned forms of financing innovative activity*  
 Źródło: opracowanie własne na podstawie badań  
*Source: own study based on research*

Z danych zaprezentowanych na rysunku 2 wynika że najbardziej popularną formą finansowania przyszłych innowacji były fundusze własne (100%). Na drugim miejscu pod względem popularności formą finansowania była dotacja bezzwrotna finansowana ze środków UE (78,6%), na trzecim miejscu respondenci wskazali kredyt (76,8%). Na ostatnim czwartym miejscu z 26,8% uplasował się leasing.

Analizując powyższe dane można wyciągnąć kilka wniosków. Po pierwsze, przedsiębiorstwa chcą finansować innowacje z tych źródeł finansowania, które są najbardziej dostępne. Po drugie, starają się korzystać z tych form, które są najbardziej dostępne i najbardziej odpowiednie do rodzaju inwestycji, dlatego najmniejszą popularność w tym zakresie miał leasing. Po trzecie, starają się dywersyfikować ryzyko związane z finansowaniem innowacji, co skłania ich do finansowania innowacji w kilku dostępnych źródłach, co zostało zaprezentowane na rysunku 3.

Dane zawarte na rysunku 3 wskazują, że zdecydowana większość firm (82,1%) przy wdrażaniu innowacji będzie korzystała przynajmniej z dwóch form finansowania. Warto zauważyć, że firmy, które korzystały tylko z jednej formy finansowania innowacji, wskazały środki własne, które są najprostszą i najszybszą formą finansowania inwestycji. Opracowanie innowacji (badania, testowanie prototypu itp.) jest czasochłonne. Często firmy nie mają czasu na długotrwałe procedury wynikające z przyznania kredytu czy pozyskania dotacji ze środków UE. Konkurencja również wymusza zdecydowane i szybkie kroki związane z wdrożeniem nowych innowacyjnych produktów czy usług. Korzystanie z różnych form finansowania wynika natomiast ze względów proceduralnych przy otrzymaniu finansowania zewnętrznego. Dotacje unijne czy kredyt bankowy wymaga wkładu własnego. Dlatego niezbędne jest przy wykorzystaniu tych dwóch form finansowania wspieranie się innymi możliwościami pozyskania kapitału.

## Podsumowanie

Innowacyjność uznaje się za bardzo ważny czynnik wzrostu gospodarczego i konkurencyjności przedsiębiorstw. Zaprezentowane wyniki badań wskazują, że perspektywy wzrostu innowacyjności przedsiębiorstw z branży rolno-spożywczej województwa podlaskiego są bardzo dobre. Wynika to m.in. z wiodącej roli branży rolno-spożywczej jako siły napędzającej rozwój gospodarczy regionu, co zostało również potwierdzone w *Planie rozwoju przedsiębiorczości*

w oparciu o inteligentne specjalizacje województwa podlaskiego na lata 2015-2020+, gdzie branża rolno-spożywcza została wskazana jako główna inteligentna specjalizacja.

Finansowanie innowacji też jest zapewnione, z jednej strony, przez środki własne, a z drugiej, przez środki zewnętrzne, gdzie najbardziej popularne są kredyty i dofinansowania zwrotne z UE, co jest wynikiem dostępności i atrakcyjności tych form finansowania inwestycji.

### Literatura

- Filip Paulina, Mariola Grzebyk. 2012. *Nowoczesne koncepcje finansowania działalności gospodarczej*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Grzybowska Barbara. 2012. „Przestrzenna koncentracja innowacyjnych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce”. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* 715: 45-64.
- Markowska Małgorzata. 2008. „Problematyka pomiaru innowacyjności regionalnej w statystyce unijnej”. *Statystyka Wczoraj, Dziś i Jutro. Biblioteka Wiadomości Statystycznych* 56: 131-139.
- Matusiak Krzysztof. 2008. *Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*. Warszawa: PARP.
- Miara Adam. 2016a. „Regionalne specjalizacje województwa podlaskiego – przykład budowania specjalizacji polskich regionów”. *Specjalizacje Regionalne. Współczesne Podejścia* CLXX: 292-303.
- Miara Adam. 2016b. „Trends in development of polish economy in the context of the new financial perspective for 2014-2020”. *Studia Ekonomiczne Regionu Łódzkiego* XXI: 261-270.
- OECD, EUROSTAT. 2005. *Podręcznik Oslo – zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*. Bruksela: European Communities.
- Szwacka-Mokrzycka Joanna, Adam Miara. 2017. „Sposoby finansowania innowacji przedsiębiorstw przemysłu spożywczego województwa podlaskiego”. *Zeszyty Naukowe SERIA XIX* (1): 176-181.
- Szwacka-Mokrzycka Joanna, Adam Miara. 2016. „Regionalne inteligentne specjalizacje szansą rozwoju sektora rolno-spożywczego w województwie podlaskim”. *Zeszyty Naukowe SERIA XVIII* (1): 265-270.
- Świtalski Władysław. 2004. „Nauka, zasoby wiedzy, teorie innowacyjności a wzrost gospodarczy”. *Ekonomista* 1: 89-98.
- Tomaszewska Anna. 2012. „Innowacyjność polskiej gospodarki na tle Unii Europejskiej w ujęciu krajowym i regionalnym”. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* 715: 11-28.
- ZWP. 2015. *Plan rozwoju przedsiębiorczości w oparciu o inteligentne specjalizacje województwa podlaskiego na lata 2015–2020+*. Załącznik do Uchwały Nr 62/650/2015 Zarządu Województwa Podlaskiego z 14 lipca 2015.

### Summary

*Economic development based on traditional competition can no longer be the basis of market success. In the age of globalization of the global economy, to be competitive companies have to offer something more, which will cause them to be noticed. These are the innovations that determine the direction of development. The pace and scope of innovation implementation determines the competitive advantage of companies as they play a key role in introducing new products to the market, ie meeting the needs, requirements and expectations of customers. The guiding objective of this article is to present to the scale of the planned implementation of innovation and their sources of funding for the food industry Podlaskie. The analysis was based on the research literature and original. Analysis of the material contained in the article leads to the conclusion that the growth prospects of agri-food enterprises in Podlaskie Voivodship are very high.*

Adres do korespondencji  
dr Adam Miara (orcid.org/0000-0001-6844-1193)  
Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży  
ul. W. Reymonta 11A/42, 18-400 Łomża  
e-mail: amiara@pwsip.edu.pl