

Barbara OLSZEWSKA
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Karolina OLSZEWSKA
Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu

KULTUROWE UWARUNKOWANIA INNOWACYJNOŚCI POLSKIEJ GOSPODARKI

Streszczenie. Celem artykułu jest rozważenie wpływu uwarunkowań kulturowych na innowacyjność polskiej gospodarki. Opracowanie składa się z trzech części. W pierwszej syntetycznie przedstawiono główne pojęcia dotyczące innowacyjności oraz poziom innowacyjności polskiej gospodarki na tle innych krajów. W drugiej części skoncentrowano się na makrouwarunkowaniach innowacyjności gospodarki. Podkreślono znaczenie zmian systemowych, napływu kapitału zagranicznego oraz decyzji o akcesji Polski do UE. Szerzej omówiono rolę BIZ oraz klastrów. W części trzeciej rozważania koncentrowały się na uwarunkowaniach kulturowych. W podsumowaniu podkreślono potrzebę dalszych zmian uwarunkowań kulturowych w kierunku sprzyjającym wzrostowi innowacyjności.

Słowa kluczowe: innowacje, innowacyjność, narodowy system innowacji, klimat kreatywności, kultura organizacyjna.

CULTURAL DETERMINANTS INNOVATIVENESS OF POLISH ECONOMY

Summary. The aim of this article is to consider the impact of cultural factors on the innovation of the Polish economy. The paper consists of three parts. In the first synthetically describes the main concepts related to innovation and the level of innovation in the Polish economy as compared to other countries. The second part focuses on the macro determinants of the innovation economy. It emphasized the importance of systemic changes, the inflow of foreign capital and the decision of the Polish accession to the EU. For more discusses the role of FDI and clusters. In the third part, deliberations focused on cultural conditions.

Keywords: innovation, innovativeness, national innovation system, the climate of creativity, organizational culture.

1. Wstęp

Innowacje i innowacyjność od dawna były uważane za motor napędowy zmian w skali makro- i mikroekonomicznej. Z początkiem XXI wieku innowacjom nadano charakter fundamentalnej kategorii ekonomicznej decydującej o konkurencyjności gospodarek i przedsiębiorstw oraz tempie ich rozwoju. Znalazło to wyraz w międzynarodowych i krajowych programach rozwoju społeczno-gospodarczego oraz wielotorowo prowadzonych badaniach nad innowacjami [1; 2; 3; 20]. Poziom innowacyjności poszczególnych gospodarek krajowych i przedsiębiorstw działających w ich ramach jest zróżnicowany. Jest on wypadkową uwarunkowań o charakterze zewnętrznym i wewnętrznym, ma wielowymiarowy charakter. Koncepcja akumulacji technologii wskazuje, że innowacyjność jest ściśle związana z dokonaniem innowacyjnymi w okresach wcześniejszych [15], m.in. z kumulowaniem wiedzy i osiągnięć. Jednakże wzrost poziomu innowacji zależy nie tylko od nakładów finansowych czy budowania struktur proinnowacyjnych, lecz także od zmian o charakterze behawioralnym, tj. zmian w świadomości i postawach społeczeństwa. Wymaga to dłuższego czasu, wiąże się z popularyzowaniem postaw innowacyjnych oraz kształtowaniem sprzyjających uwarunkowań kulturowych, które są uważane za jeden z czynników istotnie wpływających na świadomość i postawy innowacyjne.

Pojęcie uwarunkowań kulturowych jest bardzo pojemne i może być rozważane z kilku punktów widzenia. Analizując je jako czynnik kształtujący innowacyjność, trzeba brać pod uwagę kulturę otoczenia, w którym i na rzecz którego działają innowacyjne podmioty, kulturę organizacyjną tych podmiotów oraz kulturę techniczną pozwalającą na realizację innowacji, będącą składową potencjału innowacyjnego. Tak rozumiane uwarunkowania kulturowe są wypadkową oddziaływania wielu czynników i mogą wpływać stymulująco lub ograniczająco na innowacyjność. Uwarunkowania kulturowe na poziomie makroekonomicznym tworzą tzw. klimat kreatywności. Odzwierciedla on postawy społeczne ukształtowane w okresach wcześniejszych, wyrażające się w skłonności do nabywania innowacyjnych produktów, a więc w popycie na nie, w intensywności konkurencji oraz w budowaniu nowych relacji międzyorganizacyjnych opartych na strategiach kooperencji, które wpływają na zachowania i inicjatywy proinnowacyjne. Klimat kreatywności należy do tzw. miękkich czynników stosunkowo trudnych do analizowania. Na poziomie mikroekonomicznym takim czynnikiem jest kultura organizacyjna.

Celem niniejszego opracowania jest rozważenie, w jakim stopniu uwarunkowania kulturowe, uznawane za istotny czynnik kształtujący poziom innowacyjności, wpływają na innowacyjność polskiej gospodarki. Szczególną uwagę poświęcono kształtowaniu się klimatu kreatywności w Polsce i jego oddziaływaniu na poziom innowacyjności gospodarki i przedsiębiorstw, a także omówieniu roli kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa jako czynnika wpływającego na jego innowacyjność i kształtowanie się proinnowacyjnych,

międzyorganizacyjnych relacji. Opracowanie składa się z trzech części. W pierwszej części syntetycznie przedstawiono główne pojęcia dotyczące innowacyjności oraz poziom innowacyjności polskiej gospodarki na tle innych krajów, oceniony na podstawie najbardziej reprezentatywnych wskaźników sumarycznych, tj. SII i GII. Wskazano na złożoność i trudności tego pomiaru. W drugiej części skoncentrowano się na makrouwarunkowaniach innowacyjności gospodarki polskiej w ostatnich dwóch dekadach. Podkreślono znaczenie zmian systemowych, napływu kapitału zagranicznego w okresie transformacji oraz decyzji o akcesji Polski do UE. Szerzej omówiono rolę BIZ oraz klastrów jako czynników mogących istotnie wpływać na zmiany w uwarunkowaniach kulturowych. W części trzeciej rozważania dotyczą samych uwarunkowań kulturowych, jako wyniku omówionych wcześniej zmian, i ich roli w kształtowaniu poziomu innowacyjności w Polsce. W opracowaniu wykorzystano literaturę przedmiotu oraz własne przemyślenia na podstawie wywiadów i case studies opracowanych pod kierunkiem autorek.

2. Poziom innowacyjności gospodarki polskiej

Pojęcie *innowacji* (od łacińskiego *innovare* – odnowić) wprowadził do ekonomii w 1911 roku J. Schumpeter [19]. W podejściu Schumpetera przeważało podażowe podejście do powstawania innowacji. Uważał on, że są one najczęściej inicjowane po stronie podaży, tj. przez producentów bądź handlowców, rzadziej zaś wymuszone przez popyt. Współcześnie podkreśla się, że popyt jest bardzo istotnym czynnikiem innowacyjności gospodarki. Jest on bardzo ważnym elementem kultury otoczenia, przejawiającej się w zapotrzebowaniu na nowoczesne produkty i rozwiązania techniczne i technologiczne, na „ssaniu”, bez którego nie ma postępu. W najnowszych koncepcjach teoretycznych, tzw. *User-Driven Innovations*, zwraca się uwagę na aktywny udział użytkowników w procesie tworzenia innowacji, którzy zgłaszając swoje oczekiwania, uwagi i propozycje, ingerują w ten proces na etapie kreacji, a nie dopiero udoskonalania wyrobów gotowych. Obecnie autorzy zajmujący się problemami innowacyjności posługują się najczęściej w swoich opracowaniach teoretycznych, badaniach empirycznych i raportach z tych badań definicją innowacji opracowaną przez OECD i Eurostat [11], nawiązującą do propozycji Schumpetera.

Definicja innowacji według OECD i KE opisuje innowacje jako zastosowanie w praktyce gospodarczej nowych bądź znacząco udoskonalonych produktów (towarów lub usług), procesów, metod marketingowych i organizacyjnych, zmian w organizacji pracy lub w stosunkach z otoczeniem [11, s. 46]. Najważniejszym elementem tej definicji jest wdrożenie nowego rozwiązania, tj. wprowadzenie na rynek lub do działalności przedsiębiorstwa. Zgodnie z tą definicją wyróżnia się cztery rodzaje innowacji: produktowe, procesowe, marketingowe i organizacyjne.

Pojęcie innowacji wiąże się z pojęciem *innowacyjności*. Są one często używane zamiennie, chociaż nie są tożsame. O ile innowacja oznacza nowe rozwiązanie, to tyle innowacyjność jest zdolnością przedsiębiorstwa do poszukiwania i wprowadzania na rynek nowych rozwiązań [14]. Jest zdolnością do urzeczywistnienia innowacji, na którą składają się zasoby ludzkie, rzeczowe, relacje z interesariuszami, a także motywacja do twórczego działania. Zdolność ta, określona *ex ante*, przedstawia możliwości, pewien potencjał innowacyjny natomiast *ex post* – uzyskane rezultaty, w tym nie tylko same innowacje, lecz także zmiany w potencjale innowacyjnym przedsiębiorstwa w analizowanym okresie. W tym rozumieniu można mówić zarówno o innowacyjności przedsiębiorstwa, jak i regionów czy gospodarek [20, s. 22-23].

Innym stosowanym pojęciem, które należy odróżnić od samej innowacji, jest *działalność innowacyjna*. Polega ona na angażowaniu się przedsiębiorstw w różnego rodzaju działania naukowe, techniczne, organizacyjne, finansowe i komercyjne, które prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Działalność innowacyjna obejmuje także działalność naukowo-badawczą (B+R), która nie jest bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji. Przedstawione pojęcia w ujęciu mikroekonomicznym tworzą pewien ciąg wzajemnych zależności: innowacyjność przedsiębiorstw rozumiana *ex ante* – działalność innowacyjna – innowacje lub innowacyjność *ex post*. Należy jednakże pamiętać, że współcześnie innowacyjność przedsiębiorstw w warunkach zglobalizowanego i zinternacjonalizowanego świata należy rozpatrywać coraz częściej w kontekście sprzężeń zwrotnych i efektów synergicznych działania w większych strukturach, tj. narodowych systemach innowacji oraz prowadzonej przez państwo polityki innowacyjnej.

Narodowy system innowacji (NSI) zdefiniowano jako sieć instytucji publicznych i prywatnych, których działania i wzajemne interakcje sprzyjają tworzeniu, importowi, modyfikacji i rozpowszechnianiu nowych technologii. W literaturze przedmiotu można znaleźć kilka typologii narodowych systemów innowacji. Jedną z nich jest typologia NSI występujących w gospodarce światowej, opracowana dla 69 gospodarek o różnej wielkości pod względem obszaru i zaludnienia, a także niejednakowym poziomie rozwoju¹. Po wielowymiarowej, szerokiej i kompleksowej analizie (8 grup czynników, 29 wskaźników ilościowych) opracowano 15 różnych typów NSI. Wyróżniono dwa główne typy NSI, a w ich ramach po trzy podtypy. Są to:

- 1) rozwinięte NSI (GDP per capita powyżej 30 tys. USD) – 23 kraje:
 - dynamiczne NSI (*dynamic innovation systems*),
 - stabilnie funkcjonujące NSI (*performing innovation systems*),
 - nierównomiernie rozwinięte NSI (*unevenly developed innovation systems*),
- 2) rozwijające się NSI (GDP per capita poniżej 30 tys. USD) – 45 krajów:
 - doganiające NSI (*catching up innovation systems*) – 13 krajów,

¹ Przedstawiono na podstawie szerszego opracowania [20, s. 66-79].

- niebilansowane NSI (*hesitating innovation systems*) – 19 krajów,
- nieukształtowane NSI (*unformed innovation systems*) – 13 krajów.

Według tej typologii Polska znalazła się w grupie 13 krajów, których NSI zostały zakwalifikowane jako rozwijające się/doganiające. Należą do nich również: Portugalia, Grecja, Węgry, Czechy, Słowenia.

Polityka innowacyjna państwa stanowi część polityki gospodarczej państwa, wyrażającą się w oddziaływaniu na generowanie i dyfuzję innowacji przez budowanie struktur proinnowacyjnych, finansowanie działalności badawczo-rozwojowej i innowacyjnej, kształtowanie systemu prawnego sprzyjającego innowacyjności. Bardzo ważne znaczenie dla kształtowania polityki innowacyjnej krajów członkowskich ma polityka innowacyjna UE.

Przedstawione definicje wskazują na wielość oraz złożoność aspektów innowacyjności i pozwalają zrozumieć trudności związane z jej analizą i pomiarem. Do najczęściej stosowanych wskaźników sumarycznych, pozwalających na opracowanie rankingów innowacyjności poszczególnych państw, należą SII (Summary Innovation Index) i GII (Global Innovation Index).

SII jest stosowany do porównania innowacyjności poszczególnych państw członków UE i monitorowania zmian ich pozycji innowacyjnej w czasie². Do obliczenia SII wykorzystuje się mierniki podzielone na trzy główne grupy opisujące czynniki umożliwiające innowacje (*enablers*), działalność innowacyjną przedsiębiorstw (*firms activities*) oraz efekty działalności przedsiębiorstw (*outputs*) [5, s. 77-81]. W ramach każdej grupy wyróżnia się mniejsze podgrupy, opisywane przez kilka wskaźników. W sumie do ostatniej oceny innowacyjności państw zastosowano 25 różnorodnych wskaźników [5, s. 84-90].

GII jest opracowywany corocznie przez prywatną szkołę biznesu INSEAD z Fontainebleau, Singapuru i Abu-Dhabi oraz Światową Organizację Własności Intelektualnej (World Intellectual Property Organization – WIPO) we współpracy z Cornell University. Wartości GII dla poszczególnych krajów są liczone na podstawie danych zgrupowanych w 7 kategorii, z których 5 reprezentuje nakłady innowacyjne, a 2 wyniki dotyczące innowacji. W sumie wykorzystuje się 21 grup wskaźników.

Poziom innowacyjności gospodarki polskiej określony według metod pomiaru innowacyjności w UE [5] dla okresu 2008 – 2013 wskazuje na wzrost innowacyjności gospodarki polskiej, ale też na stosunkowo niską pozycję Polski w rankingu państw UE i w porównaniu ze średnim poziomem SII dla całej UE. Większość wskaźników cząstkowych, na podstawie których wylicza się SII, ma w przypadku Polski znacznie niższe poziomy niż średnia w UE i jedynie w przypadku 3 wskaźników ich poziom przekracza średnią UE.

Podobnie analiza luk technologicznych na podstawie danych Innovation Union Scoreboard 2010 oraz z The Global Competitiveness Report 2011-2012 prowadzi do prawie identycznych wniosków [3, s. 207]. Po pierwsze, wobec światowych liderów innowacji

² Metodyka stosowana na potrzeby analiz porównawczych innowacyjności w UE ewoluowała w ciągu ostatniej dekady, jej synteza jest zawarta w najnowszym raporcie Innovation Union Scoreboard (IUS) z 2014 roku.

(Szwajcaria, Szwecja, Dania, Finlandia, Niemcy) oraz państw doganiających (W. Brytania, Belgia, Austria, Holandia, Irlandia, Luksemburg, Francja, Cypr, Słowenia, Estonia) luki występują prawie we wszystkich dziedzinach decydujących o innowacyjności Polski. Po drugie, luki te są w pewnych obszarach wyjątkowo duże. Analiza według składowych IUS wskazuje na szczególnie duży dystans pomiędzy Polską a liderami innowacji w takich obszarach, jak publiczno-prywatne publikacje naukowe, międzynarodowe publikacje naukowe, wydatki przedsiębiorstw na B+R oraz w obszarze rezultatów mierzonych przez patenty i wnioski patentowe. Analiza według składowych GCR wskazuje, że główną słabością polskiej innowacyjności są niskie nakłady przedsiębiorstw na B+R i niski potencjał innowacyjny polskich przedsiębiorstw.

Według wskaźnika GII Polska zajmowała w 2013 roku w skali świata 49 miejsce na 142 sklasyfikowane państwa, natomiast przedostatnie miejsce w UE i jedno z ostatnich miejsc w Europie.

3. Makrouwarunkowania innowacyjności w Polsce

Bardzo ważnym czynnikiem, który znajduje swoje odbicie w poziomie wskaźników innowacyjności zarówno złożonych, jak i cząstkowych, jest sytuacja ekonomiczna i społeczna kraju. Obecna sytuacja ekonomiczna w Polsce charakteryzuje się kilkoma cechami. Poziom dochodu narodowego brutto *per capita* w 2012 roku wynosił 21 170 USD, co sytuuje Polskę w gronie państw średnio zamożnych. Na tle pozytywnie kształtujących się wskaźników ekonomicznych charakteryzujących polską gospodarkę niepokojący jest poziom zadłużenia kraju. Jest on w dużej mierze spuścizną okresu transformacji gospodarki centralnie planowanej w gospodarkę rynkową, który charakteryzował się przyspieszonymi procesami prywatyzacji i przekształceniami struktury gospodarczej w warunkach turbulentnych zmian w globalnym otoczeniu. W tym okresie napłynął do Polski kapitał zagraniczny, nastąpiły akcesja Polski do UE w 2004 roku oraz rozwój infrastruktury komunikacyjnej i bankowej. W sferze społecznej wynikami transformacji był wzrost dostępności towarów na rynku, co wpłynęło na poprawę poziomu życia mieszkańców, wzrost ich świadomości co do swoich praw jako klientów, rozwój szkolnictwa wyższego przyczyniający się do zwiększenia liczebności ludzi wykształconych, otwartość granic pozwalającą na transfer kapitału, towarów, ludzi, rozwój usług turystycznych, hotelarskich, gastronomicznych. Negatywnymi skutkami tego procesu, wzmocnionymi procesami globalizacji w różnych obszarach, były: rosnące rozwarstwienie społeczeństwa, pojawienie się stref ubóstwa, wzrost bezrobocia i znacząca emigracja ludzi młodych i wykształconych. Każda z tych zmian ma swój wpływ na sferę innowacyjności.

3.1. Wpływ kapitału zagranicznego na innowacyjność

Napływ kapitału zagranicznego w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich może być istotnym czynnikiem podnoszącym innowacyjność kraju goszczącego. Przeciętne średnioroczne ZIB w latach 1995-2010 osiągały w Polsce wartość 3,6% PKB. Skumulowane ZIB z lat 1990-2010 stanowiły w 2010 roku równowartość 42,8% PKB – rys. 2. Dla porównania wskaźnik ten dla Słowacji wynosił 58,1% PKB, dla Czech 67,6% PKB, dla Węgier 68,5%, dla Irlandii aż 121,2% [3, s. 263-264].

ZIB w Polsce były skierowane głównie do handlu, hotelarstwa, jeżeli chodzi o przemysł, to przede wszystkim do sektorów związanych z produkcją dóbr konsumpcji bieżącej i trwałej. Zaangażowanie kapitału zagranicznego w przemysły wysokiej techniki jest niewielkie.

Napływ ZIB wiązał się z innowacyjnymi zmianami w produkcji wyrobów, zastosowaniem nowych technologii, nowych rozwiązań organizacyjnych i marketingowych. Nowe metody zarządzania zaowocowały wzrostem kwalifikacji i umiejętności pracowników. Zmiany te wymusiły na przedsiębiorstwach krajowych, zarówno dostawcach, kooperantach, jak i konkurentach, wprowadzanie innowacji w celu utrzymania się na wysoce konkurencyjnym rynku. Znalazło to swoje odbicie we wzroście eksportu wysokiej i średnio wysokiej techniki (HT i MHT). Eksport tych wyrobów w eksporcie produktów ogółem wzrósł z 47,3% w 2004 roku do 52,4% w 2009 roku i kształtował się powyżej średniej europejskiej, która wynosiła 48,2%. Natomiast udział eksportu samych wyrobów HT w eksporcie produktów ogółem w 2009 roku wynosił 7%. Nastąpił też znaczny wzrost udziału wydatków filii korporacji transnarodowych na B+R w całości wydatków przedsiębiorstw na B+R. Wzrósł on z 12,1% w 2000 roku do 50,5% w 2009 roku. Przytoczone dość wysokie wartości wskaźnika w 2009 roku tylko w części wynikały ze skali zaangażowania przedsiębiorstw zagranicznych w B+R, a w znacznym stopniu były rezultatem niewielkich nakładów krajowych przedsiębiorstw na działalność badawczą. W porównaniu z całkowitymi nakładami na B+R w Polsce w 2009 roku wartość badań prowadzonych przez przedsiębiorstwa zagraniczne stanowiła jedynie 13,49% [Czerniak 2013, s. 265].

Z punktu widzenia podnoszenia innowacyjności gospodarki ważne są nie tyle samo prowadzenie B+R przez przedsiębiorstwa zagraniczne na terenie Polski, ile transfer technologii z tych przedsiębiorstw do podmiotów krajowych. Pojawianie się efektu *spillover* zależy jednak od możliwości absorpcji nowych technologii przez przedsiębiorstwa krajowe. Dane opublikowane w The Global Competitiveness Report 2012-2013 wskazują, że BIZ w Polsce są postrzegane jako jedno ze źródeł nowej technologii. Wskazują też na niekorzystne zjawisko niewielkiego stopnia absorpcji nowych technologii przez polskie przedsiębiorstwa. Trwanie takiego stanu rzeczy w dłuższym okresie może doprowadzić do niebezpiecznej sytuacji powstania tzw. gospodarki wyspowej [3, s. 267]. W takiej gospodarce, oprócz wysoce innowacyjnych przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym, współpracujących ze sobą lub z podmiotami z zagranicy, prawie całkowicie niezależnie będą

istnieć krajowe przedsiębiorstwa co najwyżej średnio zaawansowane technologicznie. Należy jednakże zwrócić uwagę na zarysowujący się korzystny trend w rozwoju firm technologicznie innowacyjnych, który może zahamować wykształcanie się takiej gospodarki. W rankingu „Deloitte Technology Fast 500 EMEA” za 2013 rok znalazło się 17 polskich przedsiębiorstw, a Polska zajęła 10. miejsce wśród 24 państw reprezentujących laureatów. W 2011 roku Polska miała zaledwie 6 swoich reprezentantów w tym rankingu. W ciągu 3 lat nastąpił więc prawie trzykrotny ich wzrost. Ranking przedstawia 500 najszybciej rozwijających się firm technologicznie innowacyjnych w regionie EMEA (Europa, Bliski Wschód, Afryka). W rankingu dominowały spółki z sektora oprogramowania (43%), drugie miejsce zajęły spółki internetowe (22%), trzecie miejsce z sektora telekomunikacji/sieci telekomunikacyjnych [www.deloitte.com/fast500; www.deloitte.com/pl].

Dla rozwoju takich firm szczególnie ważne są sprzyjające środowisko zewnętrzne i współpraca różnych podmiotów w powstawaniu i realizacji innowacji. Współpraca nawiązuje się między przedsiębiorstwami, instytucjami naukowo-badawczymi, władzami publicznymi. Na skutek procesów globalizacji i internacjonalizacji uległa ona poszerzeniu. Wyraża się to w ułatwieniu i przyspieszeniu komunikowania się, przepływie wiedzy, możliwości pozyskania znacznych zasobów na wprowadzenie nowych, kosztownych technologii i nowoczesnych produktów.

3.2. Współpraca międzyorganizacyjna w obszarze innowacji na przykładzie klastrów

Istotną rolę mają tu do odegrania klastry. Powstanie i rozwój klastrów ma duże znaczenie dla rozwoju gospodarczego, społecznego, gdyż kształtują nowe, kreatywne relacje międzyludzkie i międzyorganizacyjne. Mają one wpływ na wzrost konkurencyjności samych podmiotów tworzących klastry, ale też na zwiększenie konkurencyjności klastrów i regionów, w których klaster działa. W dyrektywach UE przewiduje się, że do 20% podmiotów gospodarczych będzie działać w klastrach. W Polsce obecnie jest to według optymistycznych szacunków 2-3%. Klaster ma zazwyczaj charakter wielobranżowy; jest siecią, w której współpracują i jednocześnie konkurują ze sobą wyspecjalizowane przedsiębiorstwa i instytucje zintegrowane wokół specyficznego rozwiązania lub opierające swoje działanie na identycznym zapleczu wiedzy w łańcuchu dodanej wartości [16, s. 85]. Powiązania sieciowe funkcjonujące w klastrze są oparte na zaufaniu, które jest jednym z czynników wpływających na ich sukces rynkowy.

W literaturze przedmiotu opartej na badaniach empirycznych (np. opracowaniu Komisji Europejskiej pod tytułem *Regional Clusters in Europe*, przedstawiającym wyniki badań klastrów w 17 krajach) przeważają opinie o korzystnym wpływie klastra na działalność uczestniczących w nich podmiotów. Opinie negatywne są związane z narażeniem bardzo innowacyjnych firm na kopiowanie ich rozwiązań technologicznych, upowszechnianiem technologicznie gorszego rozwiązania, internalizowaniem korzyści przez pojedyncze lub

nieliczne firmy, tworzeniem sieci generującej wspólne innowacje, co eliminuje konkurencję w zakresie opracowania nowych, alternatywnych rozwiązań [13].

W Polsce najstarszy klastrowy powstał w 1998 roku. Do końca 2013 roku zarejestrowanych zostało 197 klastrów, przy czym najwięcej powstało w latach 2010-2011. Większość klastrów jest więc w fazie embrionalnej. Badania klastrów przeprowadzane od niedawna potwierdzają w dużym stopniu pozytywny wpływ uczestnictwa przedsiębiorstw w klastrze na ich innowacyjność. Niemniej jednak, jak na razie, stan rozwoju klastrów w Polsce jest oceniony jako słaba strona Polski pod względem innowacyjności – pozycja 95. na 142 oceniane kraje. Środki unijne pomogły rozwinąć się klastrów, w niewielkim jednak stopniu wpłynęły na rozwój przedsiębiorstw wchodzących w skład klastrów. Dwa badania przeprowadzone metodą benchmarkingu: w 2010 roku przebadano 39 klastrów i w 2012 roku – 35 klastrów [8], pozwoliły określić silne i słabe strony klastrów w Polsce. Wynika z nich, że współpraca podmiotów wchodzących w skład klastrów należy do słabych stron ich działalności.

Rozważania nad klastrami cieszą się w Polsce i na świecie coraz większym zainteresowaniem [12, s. 364]. Wyniki tych badań z całą pewnością przyczynią się do poprawy współpracy w ramach klastrów oraz do wzrostu zainteresowania praktyków.

4. Uwarunkowania kulturowe innowacyjności w Polsce

Uwarunkowania kulturowe są czynnikiem mającym istotny wpływ na innowacyjność gospodarek i przedsiębiorstw, stąd ich znajomość powinna być brana pod uwagę przy wytyczaniu polityki innowacyjnej. Kulturowe uwarunkowania innowacyjności są umiejscowione w 2 obszarach: zewnętrznym, tj. w otoczeniu, w którym działa organizacja, i w wewnętrznym, czyli organizacyjnym danej jednostki.

Kulturowe uwarunkowania mające swoje źródło w otoczeniu to czynniki kształtujące kulturę danego kraju lub regionu, takie jak: historia, religia, tradycje, obyczaje, a nawet klimat. Kultura jest definiowana jako materialny i duchowy dorobek ludzkości, wytworzony w rozwoju społeczno-historycznym. Z uwarunkowań kulturowych wynika stosunek do pracy, do czasu, do autorytetów, do równości i innych czynników ważnych w procesie zarządzania. Dla innowacyjności ważne są takie cechy społeczne ukształtowane w trakcie rozwoju społeczno-historycznego, jak nastawienie obywateli do ryzyka, ich przedsiębiorczość, pomysłowość, gotowość do ciągłego uczenia się, akceptacja zmian, chęć bogacenia się, mobilność. Tworzą one określony klimat dla kreatywności. Silna obawa przed porażką tłumi kreatywność oraz innowacyjność.

Do mierzenia kreatywności w krajach Unii Europejskiej wykorzystano syntetyczny wskaźnik (*creative climate*), którego wartość jest pochodną 14 wskaźników szczegółowych. Najwyższe wskaźniki klimatu dla kreatywności w krajach UE w latach 2008-2009 miały

[7, s. 74, 80]: Szwecja – 0,755, Dania – 0,740, Holandia – 0,712, Belgia – 0,686, Luksemburg – 0,679, Niemcy – 0,671, Finlandia – 0,670. Średnia dla UE wynosiła 0,488. Dla Polski wskaźnik ten wynosił 0,187. Niższe wskaźniki mają Bułgaria i Rumunia, trochę wyższe Portugalia i Węgry. Jak wskazują przytoczone dane, dystans, jaki dzieli Polskę do średniej unijnej i krajów liderów, na podstawie tego wskaźnika jest dość duży.

Inne badania przeprowadzili Y.M. Van Everdingen i E. Waarts, posługując się teorią 5 wymiarów kultury G. Hofstede [3, s. 116-117]. Zbadali oni wpływ uwarunkowań kulturowych na adaptację innowacji w relacji przedsiębiorstwo-przedsiębiorstwo. Wniosek z ich badań wskazywał, że otoczenie kulturowe istotnie wpływa na adaptację innowacji. Sprzyjają jej niskie poziomy w wymiarach: dystans władzy, unikanie niepewności oraz wysokie poziomy indywidualizmu, kobiecości i długość perspektywy czasowej. Z przeprowadzonych badań wynika, że uwarunkowania kulturowe w Polsce stanowią barierę rozwoju innowacyjności. Tylko w jednym wymiarze (indywidualizm) przyjmuje postawy za korzystne dla adaptacji innowacji, chociaż za dyskusyjny można uznać wskaźnik męskości. Podobne oceny uwarunkowań kulturowych Polski wynikają z innych badań. Postawy Polaków cechuje brak zaufania, obawa przed niepowodzeniem, niska tolerancja ryzyka, negatywne postrzeżenie przedsiębiorców [3, s. 269-270].

Kulturowe uwarunkowania wewnętrzne innowacyjności wiążą się z siłą i otwartością kultury organizacyjnej. Silne kultury to kultury dobrze zdefiniowane, których normy i wartości są zrozumiałe i powszechnie podzielane przez członków organizacji, zachęcające do pozytywnych działań, nastawione na efektywność, dopuszczające do podejmowania ryzyka, zachęcające do innowacji. Mają jasno określoną wizję i misję, znany oraz podzielany przez zatrudnionych zestaw wartości, przekonań, zachowań, obyczajów i postaw, który pomaga członkom organizacji zrozumieć, za czym organizacja się opowiada, jak działa i co uważa za ważne, jak postrzega samą siebie i swoje otoczenie [19, s. 6]. Kultura organizacyjna ułatwia pracownikom utożsamianie się z celami przedsiębiorstwa, motywuje do zwiększonych wysiłków, pomaga w osiągnięciu satysfakcji z pracy, wspiera procesy samorealizacji, zrozumienie i zaakceptowanie wprowadzanych zmian. Nastawienie pracowników i menadżerów do zmian jest według badań OECD jednym z istotnych czynników stymulujących bądź ograniczających aktywność innowacyjną każdego rodzaju. Silne kultury stają się z reguły siłą napędową innowacyjności, pod warunkiem że zachęcają do dostosowania się do zmieniającego się otoczenia i że same są otwarte na wprowadzanie zmian. Jest to szczególnie ważne wobec faktu, że silne kultury z czasem mogą nabierać niepożądanych cech i stać się „niewidocznymi barierami” dla zmian organizatorskich [9, s. 95-109].

Badania auterek typu case study oraz informacje uzyskane w trakcie kierowania pracami podyplomowymi, magisterskimi i licencjackimi przygotowanymi na przykładzie dolnośląskich przedsiębiorstw pozwalają na sformułowanie kilku uwag. Potwierdzają one, że duże i nowoczesne przedsiębiorstwa, zarówno młode, jak i starsze, mają kultury wspierające

rozwój i innowacje. Można je określić jako kultury hierarchii i adhokracji z przewagą cech jednego lub drugiego typu. Małe, młode przedsiębiorstwa innowacyjne koncentrują się na rozwiązywaniu problemów, a nie budowaniu innowacyjnych kultur organizacyjnych. Ich założyciele i pracownicy są ludźmi stosunkowo młodymi, wykształconymi, traktującymi wspólne rozwiązywanie problemów, stałą komunikację, dzielenie się wiedzą i informacjami jako coś oczywistego. Charakteryzują się cechami istotnymi dla innowacyjnych postaw, tj. otwartością i brakiem obaw przed ryzykowaniem. Zakładają oni, że sukcesy przedsiębiorstw będą przekładały się na ich wzrost, rozwój i wykształcanie się innowacyjnych struktur oraz kultur organizacyjnych. Część badanych przedsiębiorstw działających w tradycyjnych przemysłach, handlu i usługach wprowadzała innowacje o charakterze organizacyjnym, marketingowym lub postęp techniczny wymuszony konkurencyjnością w sektorze oraz zmianami w otoczeniu, aby stabilizować swoją rynkową pozycję lub przetrwać. Ich kultury organizacyjne można zaliczyć do kultur hierarchii i rynku.

Analiza kultur organizacyjnych dolnośląskich przedsiębiorstw w kontekście innowacyjności pozwala na bardziej optymistyczne spojrzenie w przyszłość niż na podstawie oceny uwarunkowań kulturowych formułowanych na poziomie gospodarki jako całości.

5. Podsumowanie

Problem innowacyjności gospodarek i przedsiębiorstw jest od dłuższego czasu przedmiotem szerokich badań naukowych. Ze względu na złożoność problematyki innowacyjność jest analizowana w różnych przekrojach, kontekstach i z punktu widzenia różnych czynników wpływających na jej poziom. Niski poziom innowacji w Polsce, widoczny w różnych statystykach, jest wynikiem różnorodnych uwarunkowań. Na plan pierwszy wysuwają się niskie nakłady na B+R zarówno na poziomie całej gospodarki, jak i przedsiębiorstw, niski udział produkcji wyrobów HT, niepełne wykorzystanie możliwości stwarzanych przez BIZ. Wśród czynników kulturowych ocenianych jako negatywnie wpływające na innowacyjność należy wymienić małą świadomość proinnowacyjną społeczeństwa polskiego. Znajduje to odzwierciedlenie w niewystarczającym angażowaniu się w działalność innowacyjną na poziomie przedsiębiorstw i niewykorzystywaniu szans, jakie stwarzają możliwości uczestniczenia w większych strukturach, np. klastrach.

Zmiana uwarunkowań kulturowych, które w dużej mierze są spuścizną przeszłości, nie jest łatwym zadaniem, wymaga czasu i kompleksowych działań. W skali makro istotna jest poprawa klimatu politycznego i społecznego sprzyjającego większej otwartości na zmiany, wzrostowi zaufania społecznego i skłonności do podejmowania ryzyka. Niepokoje społeczne związane z zagrożeniem utratą pracy, wzrostem bezrobocia nie sprzyjają takim zmianom. Z drugiej strony potrzebne są działania mające na celu kształtowanie proinnowacyjnej kultury

społecznej przez różnego rodzaju działania propagujące innowacyjność, edukujące społeczeństwo pod tym względem, promujące osoby i podmioty odnoszące sukcesy.

Na poziomie przedsiębiorstw konieczne są: kształtowanie proinnowacyjnej kultury organizacyjnej, wzrost zdolności do utrzymywania efektywnych relacji z innymi podmiotami środowiska innowacyjnego. Wymaga to prowadzenia polityki personalnej, nastawionej na poszukiwanie i utrzymanie utalentowanych pracowników, otwartych na zmiany i współpracę, skłonnych do podejmowania ryzyka związanego z przechodzeniem od strategii imitacji do strategii kreacji, a także wymaga wprowadzania zmian w systemie motywacyjnym nagradzających takie postawy.

Bibliografia

1. Bal-Woźniak T., *Innowacyjność w ujęciu podmiotowym. Uwarunkowania instytucjonalne*, PWE, Warszawa 2012.
2. Bojewska B. (ed.), *Innovativeness determinants of network organisations in the knowledge economy*, Warsaw School of Economics Press, Warsaw 2014.
3. Czerniak J., *Polityka innowacyjna w Polsce. Analiza i proponowane kierunki zmian*, Difin, Warszawa 2013.
4. Drucker P., *Innowacja i przedsiębiorczość, praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
5. EC, *Innovation Union Scoreboard 2014*, European Commission, <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius/ius-2014-en.pdf>.
6. Guzdek S., *Wpływ klastrów na innowacyjność przedsiębiorstw*, [w:] Przybylska K. (red.), *Uwarunkowania innowacyjności polskich przedsiębiorstw*, PWN, Warszawa 2014.
7. Hollanders H., van Cruyseon A., *Design, Creativity and Innovation: a scoreboard approach*, [in:] *Measuring creativity*, Villalba E. (ed.), Publications Office of the European Union, Luxembourg 2009.
8. Hołub-Iwan J. (red.), *Benchmarking klastrów w Polsce – edycja. Raport z badania 2012*, PARP, Warszawa 2012.
9. Lorsch J.W., *Managing culture: The invisible barrier of strategic change*, „California Management Review” 28, no. 2, 1986.
10. Nowakowska A., Przygodzki Z., Sokołowicz M., Chądzyński J., Matusia K., Klepka M. (red.), *Benchmarking klastrów. Opracowanie i opis metodyki benchmarkingu klastrów w Polsce*. PARP, Warszawa 2008.
11. OECD, *Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, Third edition*, Organisation for Economic Co-operation and Development, Statistical Office of the European Communities 2005.

12. Olesiński 2014, [w:] Relacje międzyorganizacyjne w naukach o zarządzaniu, Koźmiński A.K., Latusek-Jurczak D., Oficyna, Warszawa 2014.
13. Perkowski M., Rynkiewicz S., Innowacje w klastrach. Jak chronić własność intelektualną? Parp, Warszawa 2011
14. Pomykański A., Zarządzanie innowacjami, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Łódź 2001.
15. Pavitt K., International Paterns of Technological Accumulation, [in:] Hood N., Vahne J.E. (eds)., Strategies in Global Competition, Cornell University, London, Croom Helm 1987.
16. Porter M.E., Porter o konkurencji, PWE, Warszawa 2001.
17. Przybylska K. (red.), Uwarunkowania innowacyjności polskich przedsiębiorstw, PWN, Warszawa 2014.
18. Sankowska A., Wpływ zaufania na zarządzanie przedsiębiorstwem, Difin, Warszawa 2011.
19. Schein E., Organizational Culture and Leadership, 2nd edition, Jossey-Bass 1997.
20. Schumpeter J., Teorie rozwoju gospodarczego, PWN, Warszawa 1960.
21. Weresa M.A., Polityka innowacyjna, PWN, Warszawa 2014.
22. www.deloitte.com/fast500; www.deloitte.com/pl

Abstract

The aim of this article is to consider the impact of cultural factors on the innovation of the Polish economy. Research literature and the type of case study conducted by the authors allowed to formulate remarks about the cultural conditions of innovativeness at the macro and micro level. On a macro level it is important to improve the political and social climate conducive to greater openness to change, the growth of social trust and willingness to take risks. We also need action aimed at pro-innovation development of social culture through various activities to promote innovation, educating the public in this respect, to promote persons and entities successful. At the enterprise level are necessary: the formation of pro-innovation culture, increase ability to maintain effective relationships with other entities innovative environment. This requires personnel policy, aimed at seeking and maintaining talented employees who are open to change and cooperation, willing to take the risk of moving from imitation strategy to strategy creation, and also requires changes in the system of rewarding incentive such attitudes.