

INNOWACYJNOŚĆ A RENTOWNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTWA

Tomasz Leszek NAWROCKI

Politechnika Śląska, Wydział Organizacji i Zarządzania, Zabrze; tomasz.nawrocki@polsl.pl

Streszczenie: Artykuł ma charakter teoretyczny. Biorąc pod uwagę system sprawozdawczości finansowej przedsiębiorstw, czy też szerzej ich system raportowania, w artykule przedstawiono rozważania nad związkiem między innowacyjnością przedsiębiorstw a ich rentownością. Głównym celem artykułu jest przybliżenie przełożeń nakładów na działalność innowacyjną oraz jej efektów na osiąganą przez przedsiębiorstwa rentowność w różnych ujęciach.

Słowa kluczowe: innowacyjność przedsiębiorstwa, rodzaje innowacji, rentowność przedsiębiorstwa, ryzyko innowacji.

CORPORATE INNOVATIVENESS AND ENTERPRISE'S PROFITABILITY

Abstract: The paper has theoretical nature. Taking into account the financial reporting system of enterprises, or, more broadly, their reporting system, paper presents considerations on the relationship between corporate innovativeness and profitability. The main goal of the paper is to present the translation of expenditures on innovative activity and its effects on the profitability achieved by enterprises in various perspectives.

Keywords: corporate innovativeness, innovation types, corporate profitability, innovation risk.

1. Wprowadzanie

Rozważania dotyczące zależności między aktywnością przedsiębiorstw w obszarze innowacji a wynikami ich działalności gospodarczej można zaliczyć do jednych z bardziej popularnych problemów badawczych w literaturze przedmiotu na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat. Za ich podstawę uznaje się teorię innowacji Schumpetera, zgodnie z którą innowacyjność stanowi fundament dla długoterminowego rozwoju i sukcesu przedsiębiorstwa

w gospodarce rynkowej¹. Mimo wielu badań w tym zakresie zainteresowanie tą tematyką nadal utrzymuje się na wysokim poziomie, gdyż wielość i szybkość zmian zachodzących zarówno w samych przedsiębiorstwach, jak i w ich bliższym oraz dalszym otoczeniu, stwarza potrzebę ciągłej weryfikacji wcześniej sformułowanych wniosków, a także podejmowania badań w nowych kierunkach. W tym względzie należy zauważyć, że wśród dotychczas przeprowadzonych studiów nie ma jednoznaczności, co do charakteru zależności „działalność innowacyjna/innowacyjność – wyniki przedsiębiorstw²”. Część autorów wskazuje na pozytywny związek tych kategorii³, a inni poddają go w wątpliwość⁴. W szczególności dotyczy to kwestii rentowności, która z jednej strony informuje o tym czy przedsiębiorstwo prowadzi zyskowną działalność czy też nie (dodatnia bądź ujemna), a z drugiej, poprzez umowną relację wynik-nakład, wskazuje na efektywność tej działalności (wyższa lub niższa).

Jakkolwiek innowacyjna aktywność przedsiębiorstw generalnie postrzegana jest w literaturze przedmiotu w charakterze pozytywnym, tj. jako podstawa ich konkurencyjności, rozwoju, poprawy wyników finansowych, czy też wzrostu wartości rynkowej, to zarazem posiada ona również swoją „ciemniejszą” stronę, która wiąże się z koniecznością ponoszenia często wysokich nakładów przy jednoczesnej niepewności co do jej efektów finalnych oraz czasu ich uzyskania. Z jednej strony za sprawą wdrażania innowacji przedsiębiorstwa oczekują (co nie znaczy, że się doczekują) wzrostu przychodów ze sprzedaży, czy też poprawy efektywności działania poprzez wzrost produktywności i wydajności pracy oraz względne ograniczenie kosztów funkcjonowania. Z drugiej z kolei muszą liczyć się z tym, że działalność innowacyjna wymaga na bieżąco znacznych nakładów, bez względu na to, czy w finalnym rozrachunku kończy się ona sukcesem, czy też porażką. Poza tym, co jest nie mniej istotne, przy rozpoczęciu projektów innowacyjnych okres ponoszenia i wysokość związanych z nimi nakładów, jak również oczekiwanych pozytywnych efektów, są trudne do określenia, co przekłada się wymiennie na ich ryzyko, a właściwie bardziej niepewność⁵. Ta dualność wpływu działalności innowacyjnej na przedsiębiorstwo, w tym także jej zakres

¹ Schumpeter J., *Capitalism, socialism, and democracy*. Hamper & Brothers, New York 1950.

² W tym miejscu należy odnotować, że z punktu widzenia literatury anglojęzycznej pojęcie wyników przedsiębiorstwa należy rozumieć szeroko tj. zarówno w kontekście wielkości ilościowych (przychody, zyski), jak i tzw. wskaźników jakościowych (wydajność, rentowność, produktywność).

³ Feeny F., Rogers M., *Innovation and performance: benchmarking Australian companies*. The Australian Economic Review, 36(3)/2003, pp. 253-264; Ramirez P.G., Hachiya T., *Measuring the contribution of intangibles to productivity growth: a disaggregate analysis of Japanese firms*, Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies, 11(2)/2008, pp. 151-186; Artz K.W., Norman P.M., Hatfield D.E., Cardinal L.B., *A longitudinal study of the impact of R&D, patents, and product innovation on firm performance*, Journal of Product Innovation Management, 27(5)/2010, pp. 725-740.

⁴ Vermeulen P.A.M., De Jong J.P.J., O'Shaughnessy K.C., *Identifying key determinants for new product introductions and firm performance in small service firms*, Service Industry Journal, 25(5)/2005, pp. 625-640; Szymanski D. M., Kroff M.W., Troy L.C., *Innovativeness and new product success: Insights from the cumulative evidence*, Journal of the Academy Marketing Science, 35(1)/2007, pp. 35-52; Rubera G., Kirca A.H., *Firm innovativeness and its performance outcomes: A meta-analytic review and theoretical integration*, Journal of Marketing 76(2)/2012, pp. 130-47.

⁵ Ryzyko można zmierzyć, podczas gdy niepewności już nie.

oraz specyfika, powoduje, że faktyczne powiązania między nią a wynikami finansowymi oraz rentownością przedsiębiorstw są dużo bardziej złożone aniżeli się to pierwotnie wydaje.

W związku z powyższym, jako główny cel niniejszego artykułu przyjęto próbę identyfikacji i przybliżenia przełożeń nakładów związanych z działalnością innowacyjną oraz jej efektów na osiąganą przez przedsiębiorstwa rentowność w różnych jej wymiarach. Jednocześnie ramami dla wskazanych wyżej rozważań ustanowiono system sprawozdawczości finansowej, czy też szerzej raportowania, przedsiębiorstw.

Zarazem dodatkową, uzupełniającą, kwestię przeprowadzonych rozważań stanowi zasadność uwzględnienia rentowności w modelu oceny innowacyjności przedsiębiorstw.

2. Pojęcie i wymiary innowacyjności przedsiębiorstw

Innowacyjność, podobnie do pojęcia innowacji, przedstawiana jest w literaturze przedmiotu w różnych kontekstach i trudno w związku z tym mówić o jednej, powszechnie obowiązującej jej definicji. Najczęściej utożsamia się ją ze specyficzną zdolnością bądź umiejętnością do stałego poszukiwania, wdrażania i upowszechniania innowacji⁶. Należy przy tym jednocześnie zauważyć, że wiele spośród definicji tego pojęcia wykracza jednak poza eksponowanie jedynie samej zdolności czy umiejętności, akcentując także rezultaty jej posiadania i wykorzystania. W takim ujęciu innowacyjność postrzegana jest jako opanowanie i utrzymanie wysokiej dynamiki tworzenia wartości, która przejawia się w wykorzystywaniu okazji do zmian oraz generowaniu, przetwarzaniu i implementacji nowych idei do praktyki⁷, w tym zwłaszcza wcześniej niż wykonają to inne organizacje⁸. Zarazem należy mieć tu na uwadze, że zmiany o charakterze innowacyjnym, zgodnie z typologią innowacji, mogą dotyczyć⁹: *produktów* (wprowadzanie na rynek nowych bądź znacząco ulepszonych wyrobów/usług), *procesów technologicznych* (wprowadzanie do użytku nowych bądź znacząco ulepszonych metod wytwarzania/docierania do odbiorcy), *rozwiązań organizacyjnych* (wdrożenie nowych metod organizacji pracy/produkcji/relacji zewnętrznych), *rozwiązań marketingowych* (wdrożenie nowych metod marketingu, włączając w to znaczące zmiany w projektowaniu produktu i opakowania, plasowanie produktu, promocją produktu i strategią cenową).

⁶ Pomykański A., *Innowacje*, Wydaw. Politechniki Łódzkiej, Łódź 2001, s. 13; OECD/Eurostat, *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, MNiSW, Warszawa 2008, s. 61-62.

⁷ Jin Z., Hewitt-Dundas N., Thompson N.J., *Innovativeness and performance: evidence from manufacturing sectors*, *Journal of Strategic Marketing*, 12/2004, pp. 255-264.

⁸ Rogers E.M., *Diffusion of innovations*, Free Press, New York 1995, pp. 252.

⁹ OECD/Eurostat, *op. cit.*, s. 55-58.

Warto również podkreślić, że innowacyjność nie powinna być celem samym w sobie, lecz umożliwić przedsiębiorstwu efektywną alokację zasobów, prowadzącą do ukształtowania optymalnej konfiguracji przewag konkurencyjnych¹⁰. W tak pojmowanej innowacyjności najistotniejsze staje się powiązanie zdolności do wdrażania innowacji z ostatecznymi wynikami tego wdrożenia¹¹. Biorąc pod uwagę powyższe, innowacyjność przedsiębiorstw można rozpatrywać z perspektywy szeroko rozumianego potencjału do tworzenia innowacji i ciągłego zaangażowania w jego rozwój – tzw. *innowacyjność potencjalna* – lub też z punktu widzenia konkretnych efektów podejmowanej działalności innowacyjnej oraz ich wpływu na wyniki finansowe przedsiębiorstw – tzw. *innowacyjność rezultatywna/wynikowa*¹². Rozróżnienie tych wymiarów innowacyjności jest ważne, gdyż wysoki potencjał innowacyjny niekoniecznie przekłada się na bardzo dobre wyniki końcowe działalności innowacyjnej¹³.

W tym kontekście można również mówić o efektywności innowacyjnej, rozumianej jako zdolność do osiągania maksymalnych innowacyjnych wyjść (wyników) przy danym poziomie innowacyjnych wejść (nakładów/potencjału), lub też zdolność do minimalizowania innowacyjnych wejść (nakładów/potencjału) przy danym poziomie innowacyjnych wyjść (wyników)¹⁴. Trzeba przy tym pamiętać, że poszczególne podmioty mogą w różny sposób realizować główne cele swojej działalności, ponosząc zarazem odmienne ryzyko, co w szczególności wiąże się z różnymi decyzjami w obszarze zarządzania innowacjami, czy też realizowaną strategią, w tym także strategią innowacji¹⁵ – jedne przedsiębiorstwa mogą dążyć do zdobycia pozycji lidera, określającego kierunki i tempo rozwoju danego rynku, podczas gdy inne zadowolają się np. naśladownictwem rozwiązań już wprowadzonych.

3. Powiązania między działalnością innowacyjną a rentownością przedsiębiorstwa

Zgodnie z definicją zawartą w *Podręczniku Oslo* działalność innowacyjna to całokształt działań naukowych, technicznych, organizacyjnych, finansowych i komercyjnych, które prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji, przy czym niektóre

¹⁰ Morgan R.E., Berthon P., Market orientation, generative learning, innovation strategy and business performance inter-relationships in bioscience firms, *Journal of Management Studies*, 45(8)/2008, pp. 1329-53.

¹¹ Prajogo D.I., The relationship between innovation and business performance – a comparative study between manufacturing and service firms. *Knowledge and Process Management*, 13(3)/2006, pp. 218-25.

¹² Nawrocki T., *Innowacyjność produktowa przedsiębiorstw*, CeDeWu, Warszawa 2012, s. 22-23.

¹³ Simpson P.M., Siguaw J.A., Enz C.A., Innovation orientation outcomes: the good and the bad, *Journal of Business Research*, 59(10)/2006, pp. 1133-41.

¹⁴ Chi R.Y., Yu X.F., Li Z.W., An analysis of differences in innovation efficiency between the eastern and the western regions in china and its causes, *China soft science*, 8/2004, pp. 129-131.

¹⁵ Cho H.-J., Pucik V., Relationship between innovativeness, quality, growth, profitability, and market value, *Strategic Management Journal*, 26/2005, pp. 555-575.

z tych działań same z siebie mają charakter innowacyjny, natomiast inne nie są nowością, lecz są konieczne do wdrażania innowacji. Podkreślić należy, że działalność innowacyjna obejmuje również działalność badawczo-rozwojową (B+R), która może nie być bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnych innowacji¹⁶. Z powyższego wynika, że zakres działalności innowacyjnej jest bardzo szeroki i dotyczy generalnie każdego obszaru funkcjonalnego w przedsiębiorstwie. Jednocześnie analizy wpływu działalności innowacyjnej przedsiębiorstw na ich zyskowność i rentowność nie ułatwia stosowany przez nie system sprawozdawczości, czy też szerzej raportowania. Z jednej strony obowiązujące normy, czy też standardy, rachunkowości nie identyfikują działalności innowacyjnej jako takiej (wyróżniana jest jedynie działalność badawczo-rozwojowa, której dotyczy MSR38 Wartości niematerialne), a z drugiej same przedsiębiorstwa, jakkolwiek bardzo chętnie określają się mianem innowacyjnych, nie informują o niej w części opisowej swoich raportów w sposób wystarczająco wystandaryzowany, przejrzysty, szczegółowy i kompleksowy¹⁷.

Jak zauważono już wyżej, w sprawozdawczości finansowej przedsiębiorstw nie wyróżnia się kosztów związanych z działalnością innowacyjną jako taką, lecz jedynie w ograniczeniu do działalności badawczo-rozwojowej (MSR38). Jednocześnie należy przy tym odnotować, że w sprawozdawczości tej inaczej traktuje się prace badawcze (badania podstawowe i stosowane), których celem jest zdobycie nowej wiedzy, a inaczej prace rozwojowe, które polegają na praktycznym zastosowaniu wiedzy w celu eksperymentalnego wytworzenia nowego lub udoskonalonego produktu, czy też technologii, przed rozpoczęciem produkcji seryjnej lub wdrożeniem¹⁸. Na podstawie przepisów wspomnianego wyżej standardu¹⁹:

- *koszty prac badawczych* ujmuje się w kosztach okresu (konkretnie w ramach kosztów własnych sprzedaży), w którym zostały poniesione, przez co obciążają one bieżący wynik finansowy przedsiębiorstwa jednorazowo,
- *prace rozwojowe* będące w toku początkowo winny być wykazywane w bilansie w ramach rozliczeń międzyokresowych czynnych, a następnie w zależności od tego czy zakończą się powodzeniem, czy też niepowodzeniem, dokonuje się odpowiednio wykazania ich kosztów w bilansie w ramach wartości niematerialnych i prawnych (ich wpływ na wynik finansowy przedsiębiorstwa jest wtedy odłożony i rozłożony w czasie oraz zależny od przyjętego okresu amortyzacji i sposobu przeprowadzenia testów na utratę wartości) bądź rozliczenia przez pozostałe koszty operacyjne

¹⁶ OECD/Eurostat, op. cit., s. 21-22.

¹⁷ Nawrocki T., Żabka A., Działalność innowacyjna spółek giełdowych, EiOP, nr 11/2011, s. 3-12

¹⁸ Czupiał J. (red.), *Ekonomika innowacji*, Wydaw. AE im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 1994, s. 11.

¹⁹ MSR nr 38, Wartości niematerialne, [w:] Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1126/2008 z dnia 3.11.2008 r. przyjmujące określone międzynarodowe standardy rachunkowości zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady, <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/rachunkowosc/miedzynarodowe-standardy-rachunkowosci> [dostęp: 08.02.2018]; Kozak P., Koszty działalności badawczo-rozwojowej w świetle przepisów Ustawy o Rachunkowości i Międzynarodowego Standardu Rachunkowości nr 38 Wartości niematerialne, *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 1/2012, s. 95-110.

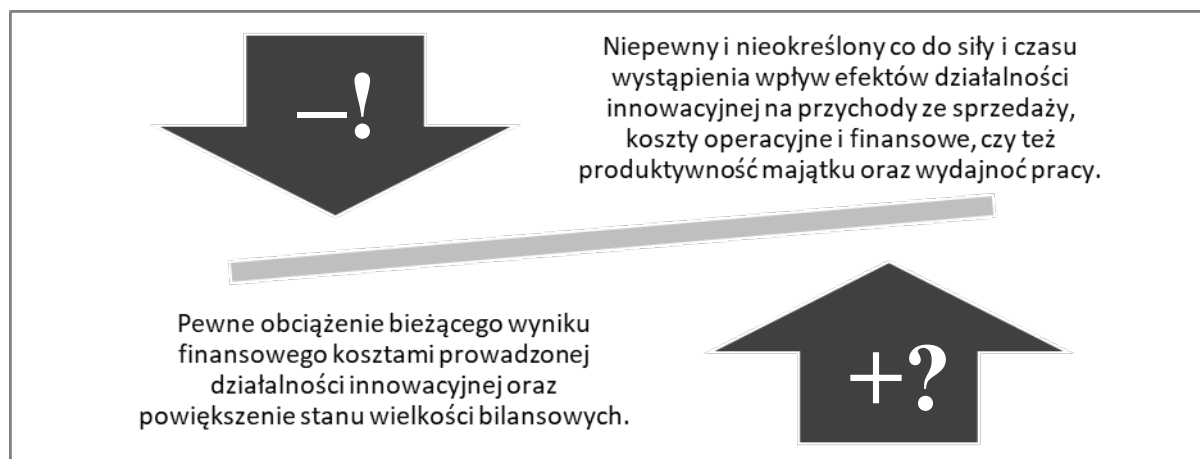
w ramach rachunku zysków i strat (wpływ na wynik finansowy jest tu odłożony w czasie, lecz zarazem jednorazowy).

Jeśli natomiast chodzi o rentowność przedsiębiorstwa to może być ona wyrażana na wiele sposobów, poprzez zestawienie ze sobą w formie ilorazu różnych kategorii wynikowych (najczęściej wykorzystywanymi są tu: wynik finansowy netto, wynik operacyjny z ang. EBIT, wynik operacyjny powiększony o amortyzację z ang. EBITDA, czy też wynik brutto lub netto na sprzedaży) z różnymi wielkościami odniesienia (najczęściej stosowanymi są tu: przychody ze sprzedaży, aktywa ogółem oraz kapitał własny). Otrzymane w ten sposób wskaźniki informują ile, odpowiadającego danej kategorii wynikowej, zysku (straty) przypada na daną wielkość odniesienia, przy czym oczywiście im wyższa wartość wskaźnika tym lepiej. Do najbardziej popularnych z nich, stosowanych w ramach analizy finansowej przedsiębiorstw, zalicza się w szczególności: *rentowność brutto lub netto na sprzedaży* (iloraz wyniku brutto lub netto na sprzedaży i przychodów ze sprzedaży), *rentowność operacyjną* (z ang. EBIT – iloraz wyniku operacyjnego i przychodów ze sprzedaży), *rentowność EBITDA* (iloraz wyniku operacyjnego powiększonego o amortyzację i przychodów ze sprzedaży), *rentowność sprzedaży* (iloraz wyniku finansowego netto i przychodów ze sprzedaży), *rentowność aktywów* (z ang. ROA, iloraz wyniku finansowego netto i przeciętnego w rozpatrywanym okresie stanu aktywów), *rentowność kapitału własnego* (z ang. ROE, iloraz wyniku finansowego netto i przeciętnego w rozpatrywanym okresie stanu kapitału własnego).

W kontekście wyniku finansowego raportowanego przez przedsiębiorstwa, który z racji swej dużej zmienności stanowi newralgiczną składową wskaźników rentowności, warto również zwrócić uwagę na jego potencjalne zniekształcenia związane z występowaniem zdarzeń o charakterze jednorazowym, czy też możliwościami, jakie dają normy rachunkowości (chodzi tu w szczególności o takie kwestie jak: odpisy aktualizacyjne składników majątkowych, rozwiązywanie i zawiązywanie rezerw, dodatnie i ujemne różnice kursowe, sprzedaż składników majątkowych, wykazywanie podatku odroczonego). Stąd też, duże znaczenie dla oceny przełożenia zaangażowania przedsiębiorstw w działalność innowacyjną na ich rentowność ma dobór wskaźnika rentowności, w tym w szczególności to, na podstawie jakiej kategorii wynikowej jest on obliczany. Biorąc pod uwagę fakt, że zdecydowana większość zniekształceń pojawia się w rachunku zysków i strat przedsiębiorstw na poziomie pozostałej działalności operacyjnej oraz finansowej, za dużo bardziej wiarygodne kategorie wynikowe należy uznać wynik brutto i netto na sprzedaży aniżeli wynik operacyjny, EBITDA, a zwłaszcza netto.

Biorąc pod uwagę powyższe, można stwierdzić, że powiązanie między działalnością innowacyjną przedsiębiorstw a ich rentownością koncentruje się z jednej strony wokół uogólnionego wyniku finansowego, stanowiącego różnicę między przychodami a kosztami, a z drugiej wokół podstawy odniesienia we wskaźnikach rentowności. Należy przy tym zauważyć, że powiązanie to jest dualne, gdyż z jednej strony, jak odnotowano już wcześniej, działalność innowacyjna wymaga ponoszenia przez przedsiębiorstwa ciągłych nakładów

(m.in. koszty materiałów i energii, koszty wynagrodzeń i świadczeń pracowniczych, koszty usług obcych i inne, zakup środków trwałych i/lub wartości niematerialnych), co stanowi realne obciążenie dla ich bieżących wyników finansowych, bądź powoduje wzrost stanu wielkości bilansowych, a z drugiej oczekiwane pozytywne efekty tej działalności są niepewne i nieokreślone co do siły oraz czasu wystąpienia w przyszłości (Rysunek 1).



Rysunek 1. Dualny wpływ działalności innowacyjnej na wyniki finansowe i rentowność przedsiębiorstw. Opracowanie własne.

Może się zatem okazać, że przy niedostatecznej efektywności innowacyjnej przedsiębiorstwo zamiast oczekiwanej poprawy odnotuje wręcz pogorszenie poziomu swojej rentowności. Sytuacja taka może wystąpić nawet w przypadku poprawy wyników finansowych, której skala będzie mniejsza aniżeli wzrost przychodów ze sprzedaży czy wielkości bilansowych. Potwierdza to wiele spośród dotychczasowych badań w tym zakresie (w tym m.in. te przywołane we wprowadzeniu niniejszego artykułu), gdzie zależność między innowacyjnością przedsiębiorstw a ich wynikami finansowymi jest znacznie wyższa aniżeli w przypadku ich rentowności, czy też innych wskaźników jakościowych, takich jak produktywności majątku oraz wydajności pracy. Jak zauważa część badaczy, przyczyną słabej bezpośredniej zależności między innowacyjnością a rentownością przedsiębiorstw może być to, że faktyczna zależność między tymi kategoriami ma charakter pośredni i pozytywne efekty działalności innowacyjnej uaktywniają się oraz przekładają na poprawę rentowności przedsiębiorstw dopiero przy wystąpieniu innych czynników, jak np. osiągnięcie odpowiedniej skali działalności, jakości oferowanych wyrobów, czy też relacji z klientami²⁰.

Z nakreślonego ujęcia powiązania działalności innowacyjnej przedsiębiorstw z ich rentownością można odnieść wrażenie, że lepiej zostawić wszystko po staremu i nie ponosić często niemałych nakładów na poszukiwanie nowych rozwiązań, z którymi wiąże się znaczna niepewność. Nic bardziej mylnego! Jakkolwiek działalność innowacyjna jest działalnością

²⁰ Sandvik I.L., Duhan D.F., Sandvik K., Innovativeness and Profitability: An Empirical Investigation in the Norwegian Hotel Industry, *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(2)/2014, pp.165-185.

wysoce ryzykowną, to jednocześnie stanowi ona powszechnie uznaną podstawę rozwoju zarówno w odniesieniu do pojedynczych przedsiębiorstw, jak również całych sektorów, czy też gospodarek. Często można się przy tym spotkać ze stwierdzeniem, że znacznie bardziej ryzykownym jest wstrzymywanie się od działalności innowacyjnej aniżeli jej podejmowanie, gdyż tym samym, niejako z własnej woli, traci się możliwości adaptacyjne do przyszłych warunków funkcjonowania i zarazem stwarza zagrożenie dla bytu przedsiębiorstwa²¹. Potwierdza to chociażby obecna sytuacja na rynku producentów smartfonów, których jest niezliczona ilość a zyski odnotowuje zaledwie trzech (Apple, Samsung i Huawei). Mimo ponoszenia strat liczba producentów nie maleje, gdyż zdają sobie oni doskonale sprawę z tego, że smartfony są jedynie kolejnym etapem w rozwoju rynku telekomunikacyjnego i rezygnacja z nich oznaczałaby rezygnację z uczestnictwa w kolejnej zmianie paradygmatu na tym rynku²². O znaczeniu innowacyjności można się było również przekonać w ostatnich latach między innymi na przykładzie takich podmiotów jak Eastman Kodak czy Nokia, które będąc liderami w swoich branżach podjęły błędne decyzje rozwojowe w obszarze innowacji (odpowiednio – niedoszacowanie szans związanych z fotografią cyfrową oraz smartfonem) i przypłaciły to poważnym kryzysem, utratą pozycji konkurencyjnej oraz, ostatecznie, koniecznością zmiany profilu działalności²³.

Przedstawione w niniejszym punkcie ujęcie powiązania działalności innowacyjnej przedsiębiorstw z ich rentownością należy odczytywać jako zaakcentowanie niepewności związanej z tą działalnością i uwypuklenie potrzeby stworzenia w przedsiębiorstwie odpowiednich warunków dla jej prowadzenia celem zwiększenia prawdopodobieństwa wpracowania pozytywnych efektów, w tym, w ostatecznym rozrachunku, takiej poprawy wyników finansowych, która przełoży się również na wzrost poziomu rentowności przedsiębiorstwa. W szczególności chodzi tu o zapewnienie odpowiednich zasobów ludzkich, finansowych, rzeczowych i wiedzy²⁴ oraz wspieranie i stymulowanie wśród pracowników postaw twórczych i aktywnych, a także kultury organizacyjnej pobudzającej do zmian²⁵.

²¹ Zarządzanie innowacjami, pod red. J. Bogdaniienki, SGH, Warszawa 1998, s. 10; Świtalski W., *Innowacje i konkurencyjność*, Wydaw. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005, s. 70.

²² Nurski M., Na smartfonach zarabiają tylko 3 firmy. Dlaczego pozostałe nie zrezygnują z ich produkcji?, <https://komorkomania.pl/35543,smartfony-zyski-statystyki>, [dostęp: 11.02.2018].

²³ Stanek A., Upadek giganta, czyli jak Kodak przespał swój moment, http://www.biztok.pl/akademia-biznesu/upadek-giganta-czyli-jak-kodak-przespal-swoj-moment_s14871 [dostęp: 11.02.2018]; Porzybut P., Nie tylko Nokia. Pięć wielkich marek, które przestały istnieć, <http://tvn24bis.pl/wiadomosci-gospodarcze,71/nie-tylko-nokia-piec-wielkich-marek-ktore-przestaly-istniec,424303.html> [dostęp: 11.02.2018]; Nalepa P., Przekleństwo liczb, czyli spektakularny upadek Nokii, <https://www.insightweb.pl/mobile/smartfony/upadek-nokii/> [dostęp: 11.02.2018].

²⁴ Zastempowski M., *Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, Wydaw. UMK, Toruń 2010, s. 55-60.

²⁵ Bieniok H., *Metody sprawnego zarządzania*, Placet, Warszawa 2001, s. 201.

4. Podsumowanie

Jakkolwiek literatura przedmiotu jest bogata w badania dotyczące zależności między innowacyjnością przedsiębiorstw a ich szerokorozumianymi dokonaniem ekonomiczno-finansowymi, to należałoby zadać sobie pytanie czy jest to właściwe postawienie sprawy? Czy relację innowacyjność – rentowność faktycznie należy rozpatrywać wyłącznie w kategoriach „zmienna objaśniająca (niezależna) – zmienna objaśniana (zależna)”, czy też możliwe jest jej odwrócenie i potraktowanie zmian wyników finansowych i rentowności przedsiębiorstwa jako kryteriów oceny jego innowacyjności?

Bez wątplenia kluczową w odpowiedzi na tak postawione pytania jest kwestia zakresu pojęciowego innowacyjności przedsiębiorstw, która, jak zauważono już wcześniej, jest kategorią bardzo różnie definiowaną i wymiarowaną na potrzeby przeprowadzanych badań. Najczęściej jej zakres pojęciowy ogranicza się w nich do aspektu nakładów na działalność badawczo-rozwojową, liczby wdrożonych innowacji, czy umownej oceny będącej wynikiem badań ankietowych lub rankingów publikowanych przez różne instytucje / media (jednym z bardziej znanych są rankingi prezentowane corocznie przez magazyn Fortune – The Most Innovative Companies bądź World's Most Admired Companies). Tak więc, o ile w ramach badań nad relacją „innowacyjność – wyniki ekonomiczno-finansowe przedsiębiorstw” zakres pojęciowy innowacyjności nie uwzględnia ekonomiczno-finansowych dokonań przedsiębiorstw (np. zmiany przychodów, czy wyników finansowych bądź też dowolnych wskaźników odnoszących się do efektywności działania) wszystko wydaje się być poprawne (nie ma konfliktu na linii zmienna zależna – zmienna niezależna), tylko czy we wspomnianej relacji na pewno można mówić o innowacyjności przedsiębiorstwa, czy może tylko o pewnym jej wycinku?

Warto w tym miejscu zwrócić uwagę, że w Podręczniku Oslo, wytyczającym standard badań nad innowacyjnością przedsiębiorstw, zakres tematyczny danych zalecanych pod kątem oceny innowacyjności przedsiębiorstw obejmuje zasadniczo trzy kwestie, które zarazem dobrze korespondują z jedną z bardziej popularnych definicji innowacyjności przedsiębiorstw przywołanych w drugim punkcie niniejszego artykułu, tj.: (i) nakłady na działalność innowacyjną (poszukiwanie innowacji), (ii) efekty działalności innowacyjnej w postaci opracowanych innowacji (wdrażanie innowacji) oraz (iii) wpływ wdrożonych innowacji na ekonomiczno-finansowe wyniki przedsiębiorstw (upowszechnianie innowacji)²⁶.

Nawet niezależnie od Podręcznika Oslo należy zauważyć, że uwzględnienie wszystkich trzech wskazanych wyżej kwestii w ramach oceny innowacyjności pozwala odpowiednio docenić te przedsiębiorstwa, które cechują się wysoką efektywnością innowacyjną, tj. potrafią zarabiać na realizowanej działalności innowacyjnej oraz opracowanych i wdrażanych

²⁶ OECD/Eurostat, op.cit., s. 20-22.

innowacjach. Tym samym ocena taka wydaje się znacznie bardziej obiektywna, aniżeli z pominięciem tego aspektu.

Bibliografia

1. Artz, K.W., Norman, P.M., Hatfield, D.E., Cardinal, L.B., (2010). A longitudinal study of the impact of R&D, patents, and product innovation on firm performance. *Journal of Product Innovation Management*, 27(5), pp. 725-740.
2. Bieniok, H. (2001). *Metody sprawnego zarządzania*. Warszawa: Placet.
3. Bogdanienko J. (1998). *Zarządzanie innowacjami* (red.). Warszawa: SGH.
4. Chi, R.Y., Yu, X.F., Li, Z.W. (2004). An analysis of differences in innovation efficiency between the eastern and the western regions in china and its causes. *China soft science*, 8, pp. 129-131.
5. Cho, H.-J., Pucik, V. (2005). Relationship between innovativeness, quality, growth, profitability, and market value. *Strategic Management Journal*, 26, pp. 555-575.
6. Czupiał, J. (1994). *Ekonomika innowacji*. (red.), Wrocław: Wydaw. AE im. O. Langego we Wrocławiu.
7. Feeny, F., Rogers, M. (2003). Innovation and performance: benchmarking Australian companies. *The Australian Economic Review*, 36(3), pp. 253-264.
8. Jin, Z., Hewitt-Dundas, N., Thompson, N.J. (2004). Innovativeness and performance: evidence from manufacturing sectors. *Journal of Strategic Marketing*, 12, pp. 255-264.
9. Kozak, P. (2012). Koszty działalności badawczo-rozwojowej w świetle przepisów Ustawy o Rachunkowości i Międzynarodowego Standardu Rachunkowości, nr 38 Wartości niematerialne. *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 1(1), pp. 95-110.
10. Morgan, R.E., Berthon, P. (2008). Market orientation, generative learning, innovation strategy and business performance inter-relationships in bioscience firms. *Journal of Management Studies*, 45(8), pp. 1329-53.
11. Nawrocki, T. (2012). *Innowacyjność produktowa przedsiębiorstw*. Warszawa: CeDeWu.
12. Nawrocki, T., Żabka A. (2011). Działalność innowacyjna spółek giełdowych. *EiOP*, nr 11, s. 3-12.
13. OECD/Eurostat. (2008). *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, Warszawa: MNiSW.
14. Pomykański, A. (2001). *Innowacje*. Łódź: Wydaw. Politechniki Łódzkiej.
15. Prajogo, D.I. (2006). The relationship between innovation and business performance – a comparative study between manufacturing and service firms. *Knowledge and Process Management*, 13(3), pp. 218-25.

15. Ramirez, P.G., Hachiya, T. (2008). Measuring the contribution of intangibles to productivity growth: a disaggregate analysis of Japanese firms. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 11(2), pp. 151-86
16. Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
17. Rubera, G., Kirca, A.H. (2012). Firm innovativeness and its performance outcomes: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Marketing* 76(2), pp. 130-47.
18. Sandvik, I.L., Duhan, D.F., Sandvik, K. (2014). Innovativeness and Profitability: An Empirical Investigation in the Norwegian Hotel Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(2), pp.165-85.
19. Schumpeter, J., *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Hamper & Brothers.
20. Simpson, P.M., Siguaw, J.A., Enz, C.A. (2006). Innovation orientation outcomes: the good and the bad. *Journal of Business Research*, 59(10), pp. 1133-41.
21. Świtalski, W. (2005). *Innowacje i konkurencyjność*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
22. Szymanski, D.M., Kroff, M.W., Troy, L.C. (2007). Innovativeness and new product success: Insights from the cumulative evidence. *Journal of the Academy Marketing Science*, 35(1), pp. 35-52.
23. Vermeulen, P.A.M., De Jong, J.P.J., O'Shaughnessy, K.C. (2005). Identifying key determinants for new product introductions and firm performance in small service firms. *Service Industry Journal*, 25(5), pp. 625-40.
24. Zastempowski M. (2010). *Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw*. Toruń: Wydaw. UMK.
25. MSR nr 38, Wartości niematerialne, [w:] Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1126/2008 z dnia 3 listopada 2008 r. przyjmujące określone międzynarodowe standardy rachunkowości zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady, <http://www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/rachunkowosc/miedzynarodowe-standardy-rachunkowosci> [dostęp: 08.02.2018].
26. Nalepa, P. *Przekleństwo liczb, czyli spektakularny upadek Nokii*, <https://www.insightweb.pl/mobile/smartfony/upadek-nokii/> [dostęp: 11.02.2018].
27. Nurski, M., *Na smartfonach zarabiają tylko 3 firmy. Dlaczego pozostałe nie zrezygnują z ich produkcji?*, <https://komorkomania.pl/35543,smartfony-zyski-statystyki>, [dostęp: 11.02.2018].
28. Porzybut, P., *Nie tylko Nokia. Pięć wielkich marek, które przestały istnieć*, <http://tvn24bis.pl/wiadomosci-gospodarcze,71/nie-tylko-nokia-piec-wielkich-marek-ktore-przestaly-istniec,424303.html> [dostęp: 11.02.2018].
29. Stanek, A., *Upadek giganta, czyli jak Kodak przespał swój moment*, http://www.biztok.pl/akademia-biznesu/upadek-giganta-czyli-jak-kodak-przespalswoj-moment_s14871 [dostęp: 11.02.2018].