

Halina Henzel
Halina Buk

Wpływ rynku na przedsiębiorczość i innowacyjność

Doc. dr hab. H. Henzel, dr hab. H. Buk – Instytut Ekonomiki Przemysłu Akademii Ekonomicznej w Katowicach.

Zarówno z klasycznych, jak i współczesnych definicji przedsiębiorczości wynika, że nie ma przedsiębiorczości bez innowacyjności. Trzon definicji przedsiębiorczości stanowią funkcje przedsiębiorcy. Według A. Marshalla (1) są nimi: innowacyjność kierunków działania i rozwiązań, ponoszenie ryzyka, organizowanie i kierowanie działalnością przedsiębiorstwa.

A.K. Koźmiński zwraca uwagę na następujące atrybuty przedsiębiorczości: (2)

- 1) motyw działania, którym jest dążenie do wzbogacenia się;
- 2) mechanizm działania polegający na inwestowaniu posiadanych lub pożyczonych pieniędzy w określone przedsięwzięcie, mające w efekcie przynieść nadwyżkę finansową;
- 3) ryzyko majątkowe, związane z niepewnością podejmowanych przedsięwzięć i koniecznością pokrycia ewentualnych strat z własnych środków.

Liczne, przeprowadzone dotychczas badania (3) wykazują niedostateczny poziom przedsiębiorczości w polskich przedsiębiorstwach. Mała skuteczność zarówno ogólnosystemowych jak i wyspecjalizowanych instrumentów pobudzania innowacyjności przedsiębiorstw (4) spowodowała reorientację przedsiębiorstw na realizację krótkoterminowych zadań produkcyjnych, przy wykorzystaniu najłatwiej dostępnych środków i sposobów ich realizacji. Tymczasem z punktu widzenia długookresowego rozwoju społeczno-gospodarczego funkcja przedsiębiorczości jest podstawową funkcją przedsiębiorstwa. Dążenie do rozwoju musi być jedną z podstawowych cech przedsiębiorstwa.

Powiązanie przedsiębiorczości z koncepcją sterowania rynkiem

W literaturze omawiane są sposoby wyzwolenia przedsiębiorczości poprzez demokrację i poprzez urynko- wienie przedsiębiorstw państwowych.

Koncepcja reformowania gospodarki państwowej poprzez demokratyzację planowania centralnego, bez urynko- wienia gospodarki, nigdzie nie docze- kała się realizacji. Nie rozwiązuje ona problemu racjonalności mikroeko- nomicznej, a bez tego niemożliwe jest wykształcenie przedsiębiorczości. Re- alne są tylko koncepcje urynko wienia przedsiębiorstw państwowych.

Sklonność przedsiębiorstw do wdrażania nowych rozwiązań techni- cznych jest w znacznym stopniu zde- terminowana sytuacją panującą na ry- nku oraz realizowaną koncepcją ste- rowania rynkiem. Sytuacja rynkowa w Polsce ukształtowana została przez tradycyjny stosunek do kierowania ry- nkiem przejawiający się w produkcyj- nej orientacji funkcjonowania przed- sięsiębiorstw przemysłowych. Rynek jest tu traktowany jako miejsce sprzedaży produktów. W tej koncepcji jest więc ostatnim ogniwem działań. Sytuacja taka rodzi nie tylko głęboką nierówno- wagę, ale także poważniejsze skutki ekonomiczne i społeczne związane z inflacją.

W warunkach głębokiej nierówno- wagi rynkowej i inflacji większość przedsiębiorstw sięga do łatwych spo- sobów poprawy efektywności, rezygu- nując z osiągnięcia jej poprzez przygo- towywanie i wdrażanie innowacji.

Nierównowadze rynkowej towarzyszy brak konkurencji między przedsię- biorstwami.

Nie muszą one zabiegać o korzystną lokatę na rynku, o wytwarzanie nowo- czesnych wyrobów, ani też o doskona- lenie techniki i technologii wytwarza- nia. W rezultacie mamy do czynienia z alokacją nierynkową dóbr i usług, któ- ra w istotnym stopniu zawęża relacje między producentem a rynkiem, a za- tem również zasięg rynkowych uwaru- kowań procesów innowacyjnych (5). W sytuacji braku równowagi na rynku producenci nie są zainteresowani pro- wadzeniem badań marketingowych, abstrahują od potrzeb rynku, struktury tych potrzeb oraz od procesów niezbęd- nej lub pożądanej odnowy produkcji.

Ostatnie lata dowodzą, że jednostki przedsiębiorcze i twórcze potrafią zna- leźć luki występujące na rynku i odpo- wiednio wypełnić je własną produkcją. Nasilający się powoli proces powsta- nia różnych firm, reprezentujących odmienne formy własności, zaczyna rodzić konkurencję. Wygrywają w niej przedsiębiorstwa stosujące nowocze- sną technikę i technologię wytwarza- nia dla uzyskania produktów o wyso- kiej jakości i nowoczesności. Nowa produkcja tych przedsiębiorstw nasta- wiona jest przede wszystkim na zas- pokojenie najsilniej odczuwanych po- trzeb społecznych. W tej sytuacji, mimo wielu negatywnych przejawów nierównowagi rynkowej daje się zau- ważyć – zwłaszcza w ostatnim okresie – powolne przechodzenie producen- tów od orientacji produkcyjnej do orientacji rynkowej. Tę fazę można na- zwać okresem przejściowym.

Rola mechanizmu rynkowego w wyzwoleniu przedsiębiorczości i innowacyjności

Przełomowa zmiana systemu gos- podarczego Polski polegająca na wprowadzeniu gospodarki rynkowej doprowadzi do odmiennego ukształ- towania się relacji przedsiębiorstwo-ry- nek. Dominować będzie rynkowa alo- kacja dóbr i usług, a mechanizm ry- nkowy będzie narzędziem dostosowy- wania podaży nowych wyrobów do ist- niejących potrzeb społecznych. Pro- ducenci będą musieli przyjąć aktywną postawę rynkową, przy czym waru- niem akceptacji ich działalności pro- dukcyjnej będzie efektywne zaspoko- jenie potrzeb rynkowych. Przyjęcie ta- kiej orientacji będzie wymagało syste- matycznego wprowadzania innowacji technicznych. Wobec przewagi rynku odbiorcy nad rynkiem producenta przedsiębiorstwa będą napotykały na barierę zbytu. Zaostrzy się walka kon- kurencyjna, z której zwycięsko wyjdą przedsiębiorstwa oferujące na rynku wyroby nowoczesne, po relatywnie atrakcyjnych cenach. Istotne znacze- nie będzie miała również elastyczność

programów produkcyjnych przedsiębiorstw, polegająca na szybkim dostosowaniu się do zmiennych potrzeb odbiorców.

Niezbędnym warunkiem orientacji rynkowej przedsiębiorstw przemysłowych jest przyjęcie marketingowej koncepcji kierowania rynkiem, która polega na dostosowaniu działalności przedsiębiorstw do potrzeb nabywców.

Orientacja rynkowa wymagać będzie znacznych zmian w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Działalność przedsiębiorstw powinna opierać się przede wszystkim na rozpoznanych i kreowanych potrzebach, gdyż dzięki temu można w porę dostosować podaż towarów i usług do popytu. Strategia rynkowa przedsiębiorstwa nie może ograniczać się do biernego dostosowywania się do aktualnej sytuacji, ale musi wybiegać w przyszłość, odkryć nowe potrzeby, a także tworzyć nowe produkty.

Warunkiem osiągnięcia sukcesu rynkowego, a w konsekwencji również finansowego, będzie więc odejście od ujęcia tradycyjnego (6):

BADANIA I ROZWÓJ → PRODUKCJA → ZBYT

i przejście do nowej orientacji:

ZBYT → BADANIA I ROZWÓJ → PRODUKCJA

Zmianę tę należy rozumieć w ten sposób, że kierunki prac badawczo-rozwojowych będą ściśle sprzężone z sygnałami napływającymi z rynku, a dotyczącymi wielkości i struktury potrzeb. Stosownie do tych informacji realizowane będą prace nad doskonaleniem wyrobów dotychczas wytwarzanych i podejmowaniem produkcji wyrobów nowych. Wyniki prac badawczo-rozwojowych wdrożone do produkcji, a następnie umieszczone na rynku w postaci nowych lub zmodernizowanych wyrobów, powinny zapewnić lepsze dostosowanie produkcji do występującego zapotrzebowania, a także w określonym stopniu do jego kształtowania.

W tym miejscu nasuwa się pytanie, czy rynek w modelu docelowym zarządzania gospodarką ma być jedynym czynnikiem kształtującym innowacyjność przedsiębiorstw? Jaka ma być rola planowania centralnego? Szukając odpowiedzi na te pytania można wyjść ze stwierdzenia J.Kornai'a, że „...ani sam rynek, ani samo planowanie nie mogą na zasadzie wyłączności kierować nowoczesnym, złożonym systemem gospodarczym. Każdy z nich jest regulatorem funkcjonującym

w sposób nie w pełni kompletny. Dlatego ... dla odpowiedniego kierowania systemem i poprawy jego działania, konieczna jest łączna działalność obu podsystemów” (7).

Rynek – zgodnie z oceną J.Kornai'a – działa „krótkowzrocznie”, natomiast w długim okresie jego regulacyjny wpływ znacząco zmniejsza się na rzecz planu.

Tak więc, z punktu widzenia sprawności systemu gospodarczego, jako regulator działalności innowacyjnej w dłuższych okresach obok rynku powinien wystąpić plan centralny, ograniczony do formułowania strategii rozwojowej (8). Oznacza to, że skłonność innowacyjna przedsiębiorstwa w warunkach ich orientacji rynkowej musi być wsparta, chociażby w minimalnym stopniu, interwencjonizmem państwowym. W gospodarkach kapitalistycznych od dłuższego czasu w sposób trwały występuje tendencja do łączenia immanentnej dla kapitalizmu regulacji typu rynkowego z centralnym oddziaływaniem na szczeblu państw i ich zgrupowań.

W najbliższych latach optymalny dla Polski powinien być system rynkowo-planowy. Przeciwno totalnemu rynkowi i nieingerencji państwa w gospodarkę zdecydowanie występuje m.in. U.Płowiec stwierdzając: „Aby doszluować do Europy nie jest nam niezbędny żywioł rynkowy, lecz to, czego brak, a co fetyszycyzacja rynku próbuje kamuflować: światły i nowoczesny interwencjonizm państwowy, wyrastający ze znajomości gospodarki i wykorzystujący – na ile się da – mechanizmy rynkowe.” (9)

Pochodnymi informacjami rynkowych są funkcje inspiracyjne i weryfikacyjne rynku w procesach innowacyjnych. Innowacyjność przedsiębiorstw inspirują przede wszystkim te sygnały rynkowe, które dotyczą wdrażania nowych i modernizowania wyrobów już wytwarzanych.

Impulsy rynkowe dotyczące innowacji produktów nie mogą jednak stanowić wyłącznego kryterium strategii rozwojowej przedsiębiorstwa.

Powinny być one sprzężone z globalnymi i odcinkowymi celami ich rozwoju gospodarczego. W tych warunkach (przy założeniu równowagi rynkowej) producent albo sam przejmie rolę innowatora, albo też przekaze opracowanie nowego wyrobu ośrodkom badawczo-rozwojowym (10).

Przedsiębiorstwa wykazujące aktywność innowacyjną powinny weryfikację rynku wykorzystywać dla dokony-

wania procesu odnawiania produkcji, a więc wycofywania wyrobów przestarzałych, a wprowadzania wyrobów nowych i zmodernizowanych.

Powyższe rozumowanie pozwala stwierdzić, że

funkcje rynku mają dla innowacyjności przedsiębiorstw niezwykle ważne znaczenie. Przedsiębiorstwo nie powinno angażować się w proces innowacyjny, jeżeli nie posiada dobrej znajomości rynku.

* * *

Gospodarka polska znajduje się w okresie przejściowym i trzeba będzie podjąć szereg drastycznych działań, aby wprowadzić zasady rynkowe. Można jednak wskazać czynniki, które stopniowo będą zwiększać orientację rynkową przedsiębiorstw.

1. Przekształcenia własnościowe doprowadzą do powstawania na rynku sytuacji konkurencyjnej. Zwiększająca się podaż wyrobów spowoduje, że nie wszystkie znajdą zbyt. Rynek odrzuci towary o złej jakości, o niskim poziomie technicznym i relatywnie wysokich cenach. Największe szanse mieć będą wyroby nowoczesne, najpełniej odpowiadające bieżącym potrzebom użytkowników. W tej sytuacji na rynku utrzymają się przedsiębiorstwa innowacyjne, żywo reagujące na sygnały rynkowe i występujące w roli inspiratora innowacji produktowych.

2. Praktyczna realizacja ustawy o działalności gospodarczej nasili proces powstawania przedsiębiorstw małych i średnich, których profil produkcyjny zorientowany będzie przede wszystkim na istotne potrzeby rynkowe. Można przypuszczać, że przedsiębiorstwa te cechować będzie duża elastyczność, zaś silna orientacja rynkowa skłaniać będzie do utrzymywania w nich wysokiego poziomu techniki wytwarzania.

3. W miarę napływu obcych kapitałów i powstawania firm zagranicznych nastąpi przepływ do Polski także nowoczesnej techniki i technologii wytwarzania. Wyroby tych firm zapewne będą przewyższały swą jakością i poziomem rozwiązań technicznych wyroby produkowane w kraju zwłaszcza przez duże i mało elastyczne przedsiębiorstwa państwowe. Dlatego można sądzić, że ta sytuacja będzie wymuszała postęp innowacyjny w wielu przedsiębiorstwach produkujących te same wyroby co firmy zagraniczne.

4. W warunkach stopniowego przechodzenia do gospodarki rynkowej kadry kierownicze przedsiębiorstw i firm będą musiały wykazać się przedsiębiorczością i innowacyjnością. Li-



Metody wyceny majątku przedsiębiorstwa (I)

Opracował zespół: prof. dr hab. Ber Haus – kierownik, doc. dr hab. inż. Stefan Wrzosek, dr Mieczysław Kufel, dr Zbigniew Luty – Akademia Ekonomiczna im. O. Langergo we Wrocławiu. Publikujemy wybrane przez redakcję części opracowania. – Red.

Jak wykazują dotychczasowe doświadczenia i wyniki badań, brak metodologii wyceny majątku przedsiębiorstw wywołuje wiele trudności i nieprawidłowości w procesie przekształceń własnościowych. Celem pracy jest więc przygotowanie metod wyceny majątku przedsiębiorstw możliwie najlepiej dostosowanych do warunków polskiego przemysłu w najbliższych latach. Podstawą opracowania są studia literatury zagranicznej oraz badania empiryczne w przedsiębiorstwach, które dokonywały wyceny majątku na potrzeby przekształceń własnościowych.

Wbrew panującej opinii pojęcie majątku przedsiębiorstwa nie jest jednoznaczne. Z punktu widzenia rachunkowości majątek jest tożsamy z aktywami

– obejmuje więc część trwałą i obrotową przedsiębiorstwa. Z filozoficznego punktu widzenia majątek stanowi wszystko to, co jest w posiadaniu określonego podmiotu (osoby fizycznej, moralnej, prawnej). W literaturze zachodniej występuje ponadto pojęcie tzw. Goodwill, które określa takie elementy, jak reputacja, organizacja, wyrobione stosunki itp.

Traktując przedsiębiorstwo jako wyodrębnioną pod względem ekonomicznym, organizacyjnym i prawnym jednostkę gospodarczą, wytwarzającą w celu odsprzedaży produkty lub/ usługi, majątek należy rozpatrywać w dwóch aspektach, tzn. jako:

- a) tworzący substancję przedsiębiorstwa,
- b) umożliwiający wykorzystanie tej substancji.

Tak rozumiany majątek to suma różnorodnych materialnych i niematerialnych elementów oraz procesów, relacji i funkcji. Wycena ma na celu wyrażenie go za pomocą jednego miernika –

w postaci wartościowej (pieniężnej).

Ażeby można było mówić o wartości majątku, musi być spełniony aksjomatyczny warunek istnienia jego wartości użytkowej. W związku z tym wskazać należy na występowanie relacji pomiędzy poziomem wartości użytkowej i wartości majątku oraz pomiędzy wartością majątku i jego wartością wymienną.

Wartość użytkowa wyznaczana jest zdolnością wytwarzania wyrobów (usług) mogących zaspokoić określone potrzeby społeczeństwa. **Wartość wymienna** natomiast to ilość środków pieniężnych, które nabywcy są skłonni dać za określone dobro – tu majątek przedsiębiorstwa. Zależność między nimi jest jednokierunkowa – to wartość użytkowa m.in. określa wartość wymienną. Relacja odwrotna nie jest prawdziwa. Do pozostałych czynników wyznaczających wartość wymienną zaliczyć można:

– naturalną wartość majątku (metal, ziemia itp.),

WPŁYW RYNKU...



czyć będzie się nie tylko szybka odpowiedź na sygnały rynkowe w postaci nowych lub zmodernizowanych wyrobów, ale także inicjatywa własna, czyli lokowanie na rynku wyrobów wyprzedzających potrzeby społeczne.

5. Odmierna relacja między producentem i rynkiem zmieniła się praktykę funkcjonowania jednostek badawczych i rozwojowych. Realizowana w nich tematyka badawcza musi dotyczyć strategicznych i taktycznych kierunków rozwoju nauki i techniki, jednakże silnie powiązanych z warunkami rynkowymi. Inicjacja badawcza powinna być w znacznie większym niż dotychczas stopniu dziełem rynku.

6. Niezbędnym warunkiem osiągnięcia przez przedsiębiorstwa sukcesów rynkowych będzie prowadzenie szeroko zakrojonego marketingu. Badania rynku oraz podejmowanie przez przedsiębiorstwa na rynku określonych działań pozwolą im lepiej poznać zapotrzebowanie na nowe produkty, w pewnym stopniu kształtować nowe potrzeby społeczne i tym samym lepiej dostosowywać podaż innowacji do obecnego i przyszłego popytu. Umó-

żliwi to przedsiębiorstwom zwiększenie produkcji i sprzedaży nowych wyrobów, a w konsekwencji osiągnięcie pozytywnych skutków ekonomicznych ich działalności innowacyjnej.

7. Orientacja rynkowa przedsiębiorstw wyznacza potrzebę uzyskiwania przez nie kompleksowych informacji od wszystkich uczestników rynku. Utworzony w ten sposób system informacji rynkowej musi być zintegrowany z całym systemem informacyjnym przedsiębiorstwa, stanowiąc jego podsystem. W tym rozumieniu powinien on służyć systemowi decyzyjnemu przedsiębiorstwa, którego elementem są także decyzje dotyczące innowacji.

Wymienione przesłanki orientacji rynkowej przedsiębiorstw i wzrostu ich innowacyjności dowodzą, że procesy te w zasadniczy sposób uzależnione będą od tempa przygotowania i wprowadzenia przełomowych zmian systemu gospodarczego w Polsce.

Halina Buk, Halina Henzel

1. MARSHALL A.: *Principles of economics. An introductory volume.* Macmillan a.Co., London 1938.

2. *Encyklopedia organizacji i zarządzania.* Hasło „Przedsiębiorczość” opracowane przez A.K. KOZMIŃSKIEGO. PWE, Warszawa 1982.

3. Por.: WAWRZYŃIAK B.: *Przedsiębiorczość a rzeczywiste zachowania się przedsiębiorstw.* PWE, Warszawa 1984.

4. Innowacyjność przedsiębiorstw to „... ich zdolność do pobudzania, tworzenia i wdrażania innowacji”. Za innowacyjne uważać będziemy przedsiębiorstwa wykazujące „... aktywność w podejmowaniu wszystkich działań innowacyjnych, nastawione na szerokie wykorzystywanie innowacji jako czynnika podnoszenia efektywności gospodarowania, zdolne do przystosowania się do zmian” Zob.: M. OSEKA, J. WYPIJEWSKI: *Innowacyjność przedsiębiorstw. Ekonomiczne i organizacyjne determinanty.* PWN, Warszawa 1985, s. 39.

5. Por. KORNAI J.: *Niedobór w gospodarce.* PWE, Warszawa 1985, s. 580.

6. JASIŃSKI A.: *Innowacje produktowe w przedsiębiorstwie i ich uwarunkowania.* ANS, Warszawa 1987, s. 82.

7. KORNAI J.: *Anti-Equilibrium. Teoria systemów gospodarczych.* Kierunki badań. PWN, Warszawa 1977, s. 439.

8. NASIŁOWSKI M.: *Zarys zasad reformy systemowej w gospodarce socjalistycznej.* „Ekonomista” 1987, nr 4.

9. *Mała apokalipsa.* „Życie Gospodarcze” 1989, nr 45.

10. JASIŃSKI A.: *Innowacje...* op.cit. s. 88.