

Elżbieta Wojnicka-Sycz*

Działalność badawczo-rozwojowa i innowacyjna przedsiębiorstw jako czynnik sukcesu na rynkach zagranicznych

Wstęp

Innowacja to istotna zmiana technologiczna: produktowa lub procesowa, a także organizacyjna czy marketingowa, która jest konieczna, jeśli przedsiębiorstwa chcą odnosić sukcesy. Faktycznie innowacja jest sposobem, w jaki firmy dostosowują się, żeby przeżyć. Innowacje zwiększają produktywność firm, co jest kluczowe dla ich konkurencyjności na rynkach międzynarodowych. Silne związki innowacyjności produktowej i działalności eksportowej pokazali m.in. B. Cassiman i E. Golovko [2011, s. 56]. Korelację między działalnością eksportową przedsiębiorstw produkcyjnych a ich działalnością eksportową zaobserwowano w badaniach przeprowadzonych w Unii Europejskiej [Altomonte i inni, 2013, s. 663]. Ponadto w literaturze zauważa się związki między silniejszą innowacyjnością, działalnością eksportową i produktywnością przedsiębiorstw [Aw i inni, 2011, s. 1312].

Celem artykułu jest sprawdzenie, czy innowacyjność stanowi kluczowy czynnik rozwoju firm innowacyjnych branż proeksportowych w województwie pomorskim. Analizę przeprowadzono na podstawie badań innowacyjnych branż proeksportowych w województwie pomorskim zrealizowanych przez Instytut Rozwoju dla InnoBaltica w okresie czerwiec–sierpień 2015 r. [por. Umiński i inni, 2015].

1. Wyniki analizy danych z ankiet przy wykorzystaniu regresji logitowej

W ramach badania branż proeksportowych w województwie pomorskim przeprowadzono analizę na próbie celowej w oparciu o dane zgromadzone przy wykorzystaniu ankiety. Badanie zdecydowano się skierować do trzech wiązek branż, mianowicie:

- branże morskie oraz portowo-logistyczne,
- elektronika, informatyka, telekomunikacja, produkcja sprzętu RTV,

* Prof. UG dr hab., Instytut Organizacji i Zarządzania, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Gdański, ul. Armii Krajowej 101, 81-824 Sopot, elzbieta.wojnicka-sycz@ug.edu.pl

– firmy farmaceutyczno-kosmetyczno-medyczne.

Ankieta skierowana została głównie do podmiotów małych i średnich. Badanie zostało zrealizowane na próbie celowej 119 podmiotów, z czego 85 jest eksporterami, 34 podmioty to nieeksporterzy – z populacji około 250 firm zidentyfikowanych w oparciu o analizę dostępnych baz danych, do których zwrócili się ankieterzy.

Na podstawie danych uzyskanych z badania ankietowego przeprowadzono analizę różnych zależności między odpowiedziami respondentów dotyczącymi działalności eksportowej, innowacyjności oraz potencjału firm, a także poglądu na potrzebne wsparcie przy wykorzystaniu regresji logitowej¹. Hipotezą badawczą było, że większa innowacyjność różnego typu, współpraca w procesie innowacyjnym, współpraca z różnymi partnerami na rzecz internacjonalizacji, odpowiedni sposób zarządzania w przedsiębiorstwie będzie zwiększać szansę na zaangażowanie się firm w działalność eksportową. Sprawdzone także, czy innowacyjność i inne cechy przedsiębiorstw respondentów i ich działalności zwiększały szansę na oczekiwanie wysokiego zysku w 2015 roku. Tablice 1 i 2 przedstawiają wyniki estymacji. W wielu przypadkach nie udało się potwierdzić potencjalnych zależności, jak np. zależności między współpracą z nauką a intensywnością działalności eksportowej. Jednakże oszacowane modele ukazały istotną zależność działalności eksportowej m.in. od działalności B+R, strategicznego podejścia do eksportu czy współpracy z zagranicznymi partnerami.

¹ Regresja logitowa jest rodzajem wielorakiej regresji nieliniowej stosowanej szczególnie w naukach medycznych i społecznych ze względu na szczególny charakter zmiennej zależnej. Jest ona z natury binarna, to znaczy, że może przyjmować tylko dwie wartości „0” lub „1” (np. *i*-ta jednostka badania jest osobą niepalącą ($y_i = 0$) lub palącą ($y_i = 1$). Regresje logitowe służą do określenia prawdopodobieństwa, że zmienna objaśniana przyjmie wartość 1 lub że przyjmie wartość 0 przy danych parametrach oraz wartościach zmiennych objaśniających, które też powinny, choć nie muszą, być wyrażone binarnie: $\text{Prob}(Y = 1) = F(\beta'x)$; $\text{Prob}(Y = 0) = 1 - F(\beta'X)$. Zestaw parametrów strukturalnych β odzwierciedla wpływ zmian zmiennych objaśniających (X) (niezależnych; przyczyny i stymulanty) na zmienną objaśnianą (zależną; skutek) [por. Greene, 1993]. Główną wadą wnioskowania na podstawie modeli logitowych jest skomplikowana interpretacja współczynników, gdyż oszacowania nie mogą być zinterpretowane jako krańcowy przyrost wartości zmiennej objaśnianej pod wpływem jednostkowego przyrostu danej zmiennej objaśniającej. Bezpośredniej interpretacji podlega natomiast znak: dodatnia wartość oszacowania oznacza, że zwiększenie odpowiadającej mu zmiennej zwiększy prawdopodobieństwo zjawiska opisanego zmienną objaśnianą.

Tablica 1. Analiza przy wykorzystaniu regresji logitowej (n=119)

	Firma jest eksporterem			Ponad 50% udział eksportu w przychodach	
Stała	-0,049	-0,2	0,45 *	-1,02 ***	-2,11 ***
Komórka B+R	2,26 **	1,87 *			
Popyt krajowy zbyt mały	1,09 **				
Unowocześnianie produktów	0,94 **				
Udział produkcji w przychodach		0,04 ***			0,01 **
Znaki towarowe			1,53 *		
Wzrost B+R			1,01 *		
Nie wprowadza innowacji				-1,37 *	
Eksport przez pośredników zagranicznych				1,04 **	
Strategia eksportowa					1,49 ***
R2 McFaddena	0,11	0,25	0,08	0,06	0,12

Oszacowania przy wykorzystaniu regresji logitowej, w tabelach nie zamieszczono uśrednionych efektów krańcowych potrzebnych do interpretacji oszacowanych współczynników, gdyż mierzy się tylko kierunek wpływu zmiennych; *** – istotność na poziomie 0,01, ** – istotność na poziomie 0,05, * – istotność na poziomie 0,1

Źródło: Obliczenia własne w Gretl na podstawie danych z badania ankietowego Instytutu Rozwoju.

Tablica 2. Analiza przy wykorzystaniu regresji logitowej (n=119)

	Przewidywany znaczny zysk w 2015 r.		Wzrost liczby rynków eksport. 2015/2008	
Stała	-1,36 **	-1,49 ***	-4,07 ***	-5,16***
Wzrost B+R		1,67 ***	1,81**	
Eksport przez pośredników zagr.			1,47*	1,94**
Strategia eksportowa	0,87 *			
Regularny eksport po 2008 r.	1 *			

	Przewidywany znaczny zysk w 2015 r.		Wzrost liczby rynków eksport. 2015/2008	
Wprowadzenie nowoczesnych technologii		0,94 **		
Udział w zagranicznych targach i wystawach				1,76 *
Aktywne rozpoznawanie rynków zagranicznych				2,56 **
R2 McFaddena	0,08	0,16	0,15	0,27

Oszacowania przy wykorzystaniu regresji logitowej, w tabelach nie zamieszczono uśrednionych efektów krańcowych potrzebnych do interpretacji oszacowanych współczynników, gdyż mierzy się tylko kierunek wpływu zmiennych; *** – istotność na poziomie 0,01, ** – istotność na poziomie 0,05, * – istotność na poziomie 0,1

Źródło: Obliczenia własne w Gretl na podstawie danych z badania ankietowego Instytutu Rozwoju.

Przeprowadzona analiza pozwoliła na sformułowanie następujących wniosków:

1. Szansę na prowadzenie przez firmę działalności eksportowej zwiększa posiadanie przez nią komórki B+R, a także deklarowany wzrost nakładów na B+R w ostatnich latach, jak również unowocześnianie oferty w oparciu o pomysły pracowników. Oznacza to, że konkurencyjność eksportowa bazuje nie tylko na najprostszej innowacyjności, tj. udoskonalaniu produktów czy wprowadzaniu produktów nowych w skali firmy, ale także na wysiłkach zmierzających do kreowania nowych cech usług/produktów w wyniku procesu badawczego. Szansę na to, że przedsiębiorstwo będzie eksporterem zwiększa też posiadanie przez nie znaków towarowych, co oznacza, że stara się ono chronić swoją własność przemysłową, a także postrzeganie przez firmy za zbyt niskiego popytu krajowego w stosunku do możliwości przedsiębiorstwa. Jednocześnie większemu eksportowi sprzyja wyższy udział produkcji w przychodach ze sprzedaży, co potwierdza ogólnie większą skłonność firm produkcyjnych do angażowania się w eksport.
2. Szansę na to, że przedsiębiorstwo aktualnie osiąga ponad połowę przychodów ze sprzedaży eksportowej zmniejsza deklarowanie przez firmy braku wprowadzania jakichkolwiek innowacji: niska innowacyjność łączy się zatem z niewielką intensywnością lub brakiem

eksportu. Szansę na wysoką intensywność eksportu w stosunku do przychodów przedsiębiorstwa zwiększa natomiast prowadzenie działalności eksportowej przez pośredników zagranicznych, posiadanie przez firmy strategii eksportowej, a więc przemyślane, planowane działania na rynkach zagranicznych.

3. Szansę na optymistyczne prognozy dotyczące zysku w najbliższym roku, tj. przewidywanie znacznego zysku, zwiększa posiadanie przez firmę strategii eksportowej oraz regularna realizacja przez firmę eksportu po 2008 roku. Oznacza to, że aktualnie realizowany i przemyślane eksport poprawia zyskowność przedsiębiorstw. Jednocześnie szansę na przewidywania znaczącego zysku zwiększa większa innowacyjność firmy w ostatnich 3 latach w postaci wzrostu nakładów na badania i rozwój w organizacji oraz zakupu nowoczesnych technologii i oprogramowania. Modele potwierdziły, że zarówno eksport, jak i innowacyjność sprzyjają lepszej kondycji finansowej przedsiębiorstw.
4. Szansę na to, że w stosunku do 2008 roku firma zintensyfikowała działalność eksportową w postaci wejścia na większą liczbę rynków zagranicznych zwiększa ponownie deklarowanie przez firmy wzrostu nakładów na B+R w ostatnich 3 latach, a także eksport przez pośredników zagranicznych. Ponadto szansę na zwiększenie liczby rynków eksportowych przedsiębiorstw zwiększa fakt zdobywania przez firmę informacji o rynkach zagranicznych przez udział w zagranicznych targach i wystawach, a także zdobywanie informacji poprzez aktywne rozpoznawanie rynków zagranicznych i poszukiwanie partnerów przez uczestnictwo w misjach handlowych lub samodzielnie spotkania z partnerami na rynkach zagranicznych.

Powyższe analizy pokazują, że dla intensyfikacji działalności eksportowej przedsiębiorstw pomorskich potrzebne jest przede wszystkim wsparcie nawiązywania zagranicznych partnerstw i obecności przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych poprzez wystawiennictwo np. na targach. Ponadto konieczne jest wsparcie działalności B+R przedsiębiorstw nakierowanej na zwiększenie konkurencyjności na rynkach zagranicznych, a także wsparcie na strategiczne podejście do eksportu, tj. planowanie eksportu w formie strategii wchodzenia na poszczególne rynki. Eksportowi sprzyjać też będzie wsparcie na uzyskiwanie przez firmy znaków towarowych.

Należy zaznaczyć, że współczynnik determinacji pseudo R^2 McFadena w oszacowanych regresjach wyniósł od 0,25 do 0,06, czyli był

stosunkowo niski, co jest charakterystyczne dla regresji opartych na mikrodanych. [Koško, Osińska, 2007, s. 184].

2. Wnioski z wywiadów pogłębionych

Do sprawdzenia, czy innowacyjność zwiększa szansę sukcesu przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych wykorzystana została także metoda pogłębionego wywiadu bezpośredniego. Wywiady pogłębione zrealizowano z 20 przedsiębiorstwami z sektora małych i średnich firm z województwa pomorskiego będących aktywnymi eksporterami. Przedsiębiorstwa te reprezentowały głównie wiązkę branż IT, przemysł elektroniczny, robotykę, przemysł elektryczny, automatykę przemysłową, grafikę komputerową oraz branżę farmaceutyczno-medyczno-kosmetyczną. Jednym z respondentów był przedstawiciel przedsiębiorstwa, któremu inne firmy zlecają realizację eksportu, określający swą działalność jako outsourcing eksportu. Jedna z firm związana jest też z przemysłem stoczniowym poprzez wydawanie specjalistycznej, łatwej w użytkowaniu książki wspomagającej pracę instalatorów.

Tylko ze strony jednej badanej firmy uzyskano deklarację, że w swojej ofercie nie ma ona produktów lub usług nowych, przynajmniej dla rynku, jedna nie potrafiła odpowiedzieć na zadane pytanie. Potwierdza to, że eksporterzy to przede wszystkim przedsiębiorstwa innowacyjne. Prawie wszyscy respondenci stwierdzili, że działania na rzecz unowocześniania oferty, czy też wykorzystywanego sprzętu/technologii mają bardzo duże/duże/kluczowe/podstawowe znaczenie. Tylko jeden zauważył, że przywiązuje do nich średnią wagę. Dwie firmy zauważyły, że działania na rzecz unowocześniania oferty mają na celu głównie podniesienie jej jakości i wydajności. Piętnaście przedsiębiorstw wprowadza innowacje w sposób ciągły, w trzech przypadkach firmy stwierdziły, że są liderem – starają się być w awangardzie zmian, jedna zauważyła, że wprowadza ciągle zmiany zarówno jako lider, jak i naśladowca. Tylko jeden z respondentów stwierdził, że wprowadza innowacje sporadycznie i jako naśladowca, dwie, że wprowadzają zmiany w zależności od potrzeb klientów, jedna, że w zależności od produktów.

Generalnie uzyskane odpowiedzi potwierdzają proinnowacyjne nastawienie eksporterów, którzy stale poszukują nowych rozwiązań i udoskonaleń, by utrzymać konkurencyjność. Większość firm (16) zauważyła, że wprowadzane przez nich innowacje wynikają z presji, oczekiwań i zapytań klientów, w tym zagranicznych. Ponadto firmy starają się po-

prawić jakość przy niezmiennym cenie – co jest oczekiwane przez klientów. Innowacje wynikają też z nacisków konkurencji, a także z pojawienia się nowych podzespołów do produkcji, a więc są „napędzane” przez dostawców. Jedna z firm zauważyła, że opracowała nowy produkt, na który stara się stworzyć nowy rynek. Kolejna zaś skupia się głównie na innowacjach procesowych technologicznych i organizacyjnych. Wśród eksporterów dominuje więc popytowe podejście do innowacji, nad innowacjami „napędzanymi” przez firmę.

Dwanaścioro rozmówców zgodziło się ze stwierdzeniem, że innowacyjność ma kluczowe znaczenie dla sukcesu na rynkach zagranicznych, choć dostrzegają oni też inne czynniki, jak rozpoznawalność marki. Innowacyjność ważna jest dla sukcesu na rynkach zagranicznych głównie w przypadku najnowszych branż, jak biotechnologia czy robotyka. Jak zauważył jeden z respondentów, „nowe produkty sprzedają się lepiej, napędzają sprzedaż, są świetnym pretekstem do odróżnienia się od konkurencji”. Dwie firmy nie uważają innowacyjności za kluczową dla sukcesu na rynkach zagranicznych, zaś pozostałe twierdzą, że niekoniecznie jest to najważniejszy czynnik. Jeden rozmówca uznał, że najważniejsza jest relacja jakości do ceny; inny natomiast, że w jego branży innowacyjność nie jest ciągła, a raczej okresowa, więc jedynie czasem stanowi ona kluczowy czynnik sukcesu w eksporcie.

W dwunastu przedsiębiorstwach próba wejścia na rynki zagraniczne nie wymusiła wprowadzenia jakichkolwiek zmian dotyczących produktu, procesów, organizacji czy marketingu. W pozostałych przypadkach konieczne były dostosowania procesów, organizacyjne czy wynikające ze specyfiki rynku docelowego. Jedna firma zadeklarowała, że musiała poprawić jakość działania i oferty, by prowadzić ekspansję zagraniczną. Na rynkach zagranicznych lokują się więc głównie firmy, które mają produkt dobrej jakości, innowacyjny także w skali krajowej.

Piętnaścioro rozmówców stwierdziło, że ich firmy prowadzą działalność badawczo-rozwojową, przede wszystkim we własnym zakresie. Produkt jest oparty o działalność B+R i jego doskonałość powoduje, że znajduje zbyt za granicą. Zasadniczo działalność B+R nie jest motywowana wyłącznie przez wymagania ze strony rynków zagranicznych. Oznacza to, że firmy głównie same starają się kreować nowe potrzeby klientów i dominuje tutaj podejście określane jako „innowacje napędzane wzornictwem”. Jednocześnie jednak firmy dokonują zmian i odpowiadają na zapotrzebowanie klientów, a stąd doceniają także popytowe

podejście do innowacji. Jedynie w przypadku respondenta – outsourcera eksportowego, firma prowadzi działalność B+R odnośnie do nowych rynków, na których chce działać. Jedna z firm zauważyła, że prowadzi działalność B+R także przy udziale zewnętrznych podmiotów – laboratoriów i uczelni. Firma ta zajmuje się produkcją leków i suplementów i charakterystyczne jest to, że od początku istnienia myślała nie tylko o działalności na rynku polskim. Należy jednak zaznaczyć, że prowadzenie działalności B+R przez 15 na 20 respondentów jest bardzo wysokim wskazaniem, znacznie wyższym niż średnio w kraju i wynika z innowacyjnego charakteru branż objętych badaniem i ich produktów. Potwierdza to jednocześnie, że dla sukcesu na rynkach zagranicznych nie wystarczy prosta innowacyjność, np. polegająca na produkcji nowego produktu w oparciu o czyjąś licencję. Transfer technologii nie będzie więc już receptą na sukces polskich MŚP. Współcześnie w przypadku małych i średnich firm przebicie się na rynkach zagranicznych jest warunkowane posiadaniem odróżniającego się od innych, innowacyjnego produktu opracowanego lub zmodyfikowanego w oparciu o własne badania. Pokazuje to też, że konkurencyjność międzynarodowa objętych wywiadami podmiotów nie opiera się jedynie na relatywnie niższych kosztach, mimo że jednocześnie wiele firm wskazało kurs walutowy za ważny czynnik sukcesu na rynkach zagranicznych

Trzydzieści z badanych firm nie współpracuje w działalności innowacyjnej z ośrodkami naukowymi, firmami konsultingowymi, innymi firmami, klientami czy instytucjami otoczenia biznesu. Pozostałe wymieniły takich kooperantów (pojedyncze wskazania), jak: Politechnika Gdańska, uczelnie i laboratoria oraz firmy budowlane i projektowe. Jednakże 7 na 20 podmiotów współpracujących w działalności innowacyjnej to stosunkowo wysoki wynik, gdyż średnio w Polsce, według danych GUS, w 2013 roku współpracowało 5,2% firm przemysłowych i 2,9% usługowych, zaś w województwie pomorskim 3,9% przemysłowych i 2,8% usługowych [Bank Danych Lokalnych GUS, 2015]. Jest to zapewne pochodną tego, że w badaniu wzięły udział nieprzeciętne, innowacyjne podmioty. Odzwierciedla to też rzeczywistą, wysoką innowacyjność objętych wywiadami podmiotów, które zdają sobie sprawę ze znaczenia powiązań sieciowych dla innowacyjności i konkurencyjności, co jest akcentowane we wszystkich współczesnych modelach innowacyjności. Badane przedsiębiorstwa posiadają więc potencjał do nowoczesnego zarządzania procesem innowacyjnym, stosując takie metody, jak: otwarte innowacje, design think-

ing, popytowe podejście do innowacji, systemy innowacyjne [Wojnicka, 2004; Wojnicka-Sycz, 2013], choć zapewne konieczne jest dalsze upowszechnianie tych modeli wśród ogółu firm.

Zakończenie

Przeprowadzone analizy potwierdziły, że innowacyjność, a szczególnie oparta o własną działalność badawczo-rozwojową, często prowadzoną na bazie uczestnictwa w różnych sieciach współpracy, jest kluczowym czynnikiem sukcesu firm z proeksportowych branż o wysokim prawdopodobieństwie innowacyjności. Mimo że nie wykazano bezpośredniego wpływu współpracy z nauką na działalność eksportową przedsiębiorstw, to inne badania pokazują jej wpływ na większą innowacyjność i działalność B+R przedsiębiorstw, zaś te mają kluczowe znaczenie dla działalności eksportowej [por. np. Wojnicka, 2004, s. 5]. Jednocześnie zależność między działalnością B+R a eksportem jest dwustronna, tj. zarówno prace B+R stymulują większą konkurencyjność międzynarodową, jak i obecność firm na rynkach zagranicznych i chęć utrzymania tam dobrej pozycji konkurencyjnej wymusza prowadzenie prac B+R. Podobne analizy przeprowadzone w 2013 roku na próbie 1213 firm pomorskich wszystkich branż, które otrzymały dotację lub wsparcie zwrotne z Osi Priorytetowej 1 Regionalnego Programu Operacyjnego 2007–2013 oraz które bezskutecznie aplikowały o wsparcie, pokazały, że posiadanie bardzo silnej i silnej pozycji konkurencyjnej na rynkach zagranicznych przez ankietowane przedsiębiorstwa zwiększało szansę na prowadzenie przez nie działalności B+R w ostatnich latach. [PSDB, 2013]. W prowadzeniu prac B+R często natomiast konieczna okazała się współpraca przedsiębiorstw z nauką.

Literatura

1. Altomonte C., Aquilante T., Ottaviano G. I. P., Bekes G. (2013), *Internationalization and Innovation of Firms: Evidence and Policy*, Economic Policy, Vol. 28, No. 76.
2. Aw B. Y., Roberts M. J., Xu D. Y. (2011), *R&D Investment, Exporting and Productivity Dynamics*, American Economic Review, Vol. 101, No. 4.
3. Bank Danych Lokalnych GUS, www.bdl.stat.gov.pl, sierpień 2015.
4. Cassiman B., Golovko E. (2011), *Innovation and Internationalization Through Exports*, Journal of International Business Studies, Vol. 42, No. 1.

5. Greene W. H. (1993), *Econometric Analysis*, Macmillan Publishing Company, New York.
6. Koško M, Osińska M. (2007), *Uogólniona metoda najmniejszych kwadratów i modele zmiennych jakościowych*, w: Osińska M. (red.) *Ekonometra współczesna*, Toruń.
7. PSDB (2013), *Ocena efektów wsparcia Osi Priorytetowej 1 ze szczególnym uwzględnieniem wsparcia przedsiębiorstw w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Pomorskiego na lata 2007–2013*, Raport ewaluacyjny dla UM Województwa Pomorskiego, Warszawa
8. Umiński S., Wojnicka E., Brodzicki T., Gawlikowska-Hueckel K., Kwiatkowski J. (2015), *Analiza branż o największym potencjale eksportowym w województwie pomorskim i badanie potrzeb w zakresie usług wsparcia eksportu przedsiębiorstw dla minimum dwóch branżo innowacyjnym potencjale wraz z opracowaniem dot. możliwości i sposobów podejmowania działań eksportowych na wybranych rynkach*, Instytut Rozwoju dla InnoBaltica, Sopot.
9. Wojnicka E. (2004), *System innowacyjny Polski z perspektywy przedsiębiorstw*, IBnGR, Gdańsk.
10. Wojnicka-Sycz E. (2013), *Nowe trendy w zarządzaniu innowacjami*, w: Zieliński G., Szymańska-Brałkowska M. (red.) *Koncepcje, metody i narzędzia wspomagające zarządzanie operacyjne – wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk.

Streszczenie

W artykule zbadano, czy działalność badawczo-rozwojowa i innowacyjna (B+R+I) stanowi ważny czynnik sprzyjający konkurencyjności międzynarodowej przedsiębiorstw z proeksportowych branż innowacyjnych w województwie pomorskim. Przeprowadzono analizę przy wykorzystaniu regresji logitowej danych zebranych podczas ankietyzacji 119 przedsiębiorstw prowadzących i nieprowadzących działalności eksportowej, a także wywiady pogłębione z 20 firmami z sektora małych i średnich przedsiębiorstw oferującymi swoje produkty na rynkach zagranicznych. Przeprowadzone badania i analizy potwierdziły kluczowe znaczenie szczególnie działalności B+R dla sukcesu przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych.

Słowa kluczowe

działalność B+R, innowacyjność, działalność eksportowa, konkurencyjność międzynarodowa, małe i średnie przedsiębiorstwa

Research & Development and Innovative Activities of Enterprises as a Factor of Success in Foreign Markets (Summary)

The article examines whether the activities of research and development and innovation are an important factor stimulating international competitiveness of export-oriented enterprises in innovative industries in the Pomorski province. The analysis with the usage of logit regression based on data collected during the questionnaires into 119 enterprises engaged and not engaged in the export business was conducted, as well as in-depth interviews with 20 companies from the Small and Medium Sized Enterprises sector offering its products in foreign markets. The conducted research and analysis confirmed the crucial importance especially of R & D for business' success in foreign markets.

Keywords

R&D activity, innovativeness, export activity, international competitiveness, small and medium sized enterprises