

## INNOWACJE W PRZEDSIĘBIORSTWACH ZAJMUJĄCYCH SIĘ PRZETWARZANIEM I KONSERWOWANIEM OWOCÓW I WARZYW

Anna Wasilewska

Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**Abstrakt.** Celem opracowania było przedstawienie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw w zakresie innowacji technologicznych i nie technologicznych. W opracowaniu przedstawiono rodzaje wprowadzonych zmian, zwracając szczególną uwagę na ich łączenie, a także jakość i cel wprowadzenia. Liczba przedsiębiorstw wprowadzająca zmiany wzrastała wraz ze wzrostem nakładów na innowacje. W przedsiębiorstwach, w których ponoszono nakłady najmniejsze, najczęściej wprowadzano innowacje organizacyjne, dążąc przede wszystkim do skrócenia czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców oraz poprawy zdolności do rozwoju nowych produktów lub procesów. W pozostałych grupach dominowały innowacje w procesach. Wprowadzano je najczęściej w powiązaniu ze zmianami w organizacji (w tych o nakładach przeciętnych) lub w produktach (w przedsiębiorstwach o nakładach ponadprzeciętnych i największych). Celem zmian w przedsiębiorstwach o nakładach przeciętnych i ponadprzeciętnych było przede wszystkim zastąpienie przestarzałych produktów lub procesów oraz poprawa jakości wyrobów i usług, natomiast w tych o nakładach największych – poprawa elastyczności produkcji i zwiększenie zdolności produkcyjnych.

**Słowa kluczowe:** innowacje, przedsiębiorstw zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw, innowacje technologiczne

### WSTĘP

Zmieniające się wciąż warunki prowadzenia działalności gospodarczej determinują działalność przedsiębiorstw. Na rynku pozostają jedynie te, które są zdolne do wprowadzania zmian, czyli tzw. podmioty innowacyjne. Innowacyjność jest

cechą oznaczającą zdolność do tworzenia i wdrażania innowacji, jak również ich absorpcji. Wiąże się z aktywnym zaangażowaniem w procesy innowacyjne. Oznacza także zaangażowanie w zdobywanie zasobów i umiejętności niezbędnych do uczestniczenia w tych procesach [Matusiak 2005]. Innowacyjność wynika ze zdolności i motywacji do wdrażania innowacji oraz z faktycznego zaangażowania się podmiotów w tę działalność. Wyrazem tej aktywności są nakłady ponoszone na innowacje oraz uzyskiwane efekty [Grzybowska 2012]. Z definicji innowacji wnika, że jest to wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub w zakresie stosunków z otoczeniem [Nauka i technika 2012]. Innowacją jest każde dobro postrzegane przez kogoś jako nowe [Kotler 1994]. Badaniami statystycznymi objęte są wszystkie możliwe stopnie nowości produktów, procesów, metod organizacyjnych i marketingowych, nowych na skalę światową, poprzez produkty nowe na rynku, na którym działa przedsiębiorstwo, po produkty nowe jedynie z punktu widzenia danego przedsiębiorstwa. Pod warunkiem, że zostały wdrożone, czyli wprowadzone na rynek.

Innowacje w przedsiębiorstwach można podzielić na technologiczne oraz nie technologiczne. Pierwsze oznaczają obiektywne udoskonalenie właściwości produktu lub procesu bądź systemu dostaw w stosunku do produktów i procesów dotychczas istniejących. Natomiast innowacje nie technologiczne to wszelka działalność innowacyjna przedsiębiorstw, która nie jest związana z opracowaniem i wprowadzaniem na rynek nowych lub istotnie zmienionych produktów lub wdrażaniem nowych lub istotnie zmienionych procesów [Janasz i Kozioł-Nadolna 2011]. Do innowacji nie technologicznych należą zmiany w zakresie marketingu i organizacji. Przy czym innowacja organizacyjna polega na wdrożeniu nowej metody w zasadach działania, organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem, która dotychczas nie była stosowana w przedsiębiorstwie. Innowacja marketingowa to wdrożenie nowej koncepcji lub strategii marketingowej różniącej się znacząco od metod, które były stosowane dotychczas [Podręcznik Oslo 2005]. W przedsiębiorstwach częściej mamy do czynienia z innowacjami technologicznymi.

## METODY BADAŃ

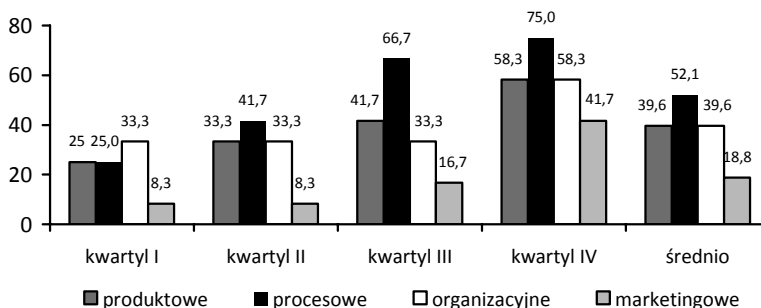
Celem opracowania jest przedstawienie działalności innowacyjnej w zakresie innowacji technologicznych i nie technologicznych w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw z uwzględnieniem poziomu nakładów na działalność innowacyjną. W opracowaniu przedstawiono rodzaje wprowadzonych zmian, zwracając szczególną uwagę na ich jakość, a także cel wprowadzenia.



Wyniki badań dotyczą 48 podmiotów, które ponosiły nakłady na działalność innowacyjną. Pod uwagę brano przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 50 pracowników, składające do GUS za lata 2005–2010 „Sprawozdanie o innowacjach w przemyśle” (PNT-02) i równocześnie „Sprawozdanie o działalności gospodarczej”. Przedsiębiorstwa podzielono na grupy, uwzględniając sumę poniesionych przez nie w latach 2007–2010 nakładów na działalność innowacyjną. W ten sposób otrzymano grupy przedsiębiorstw o nakładach najmniejszych (kwartyl I), przeciętnych (kwartyl II), ponadprzeciętnych (kwartyl III) i największych (kwartyl IV).

## WYNIKI BADAŃ

Wśród innowacji wprowadzanych w przedsiębiorstwach można wyróżnić innowacje technologiczne obejmujące zmiany w produktach<sup>1</sup> i procesach oraz tzw. nie technologiczne, czyli w zakresie organizacji i marketingu. Na rysunku 1 przedstawiono rodzaje innowacji, jakie wprowadzono w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwórstwem owoców i warzyw, uwzględniając ich zróżnicowanie pod względem poziomu nakładów na działalność innowacyjną.



**RYСУNEK 1.** Rodzaje innowacji w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw zróżnicowanych pod względem nakładów na innowacje [%]

Źródło: Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS.

Generalnie w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwórstwem owoców i warzyw najczęściej wprowadzano zmiany w procesach (52,1%), a następnie w zakresie produktów i organizacji (39,6%). Najrzadziej dotyczyły marketingu (18,8%). Liczba przedsiębiorstw wprowadzających innowacje wzrastała wraz z poziomem nakładów na innowacje. Zależność ta nie miała miejsca jedynie w przypadku zmian organizacyjnych, które wprowadziło po 33,3% przedsię-

<sup>1</sup> Przez pojęcie innowacji w produktach rozumie się zarówno zmiany w wyrobach, jak i usługach świadczonych przez przedsiębiorstwa.

biorstw ponoszących nakłady najmniejsze, przeciętne oraz ponadprzeciętne, a także 58,3% tych o nakładach największych.

Z opinii zarządzających przedsiębiorstwami wynika, że średnio w 27,1% przedsiębiorstw zmiany w procesach wprowadzono w powiązaniu z innowacjami w produktach lub w organizacji, rzadziej wspólnie ze zmianami w marketingu (14,6%) (tabela 1). Jedynie w przypadku 12,5% przedsiębiorstw innowacjom w procesach nie towarzyszyły inne zmiany.

**TABELA 1.** Powiązanie innowacji w procesy z innymi zmianami z uwzględnieniem poziomu nakładów na działalność innowacyjną [%]

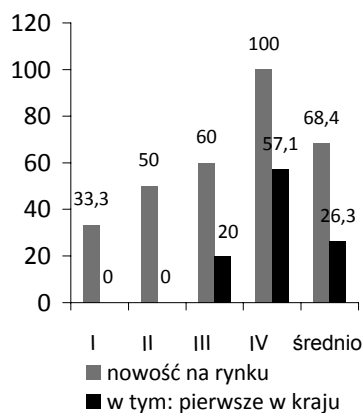
Powiązanie rodzajów wprowadzonych równocześnie innowacji z poziomem nakładów na działalność innowacyjną								
Innowacje wprowadzone równocześnie*				poziom nakładów na działalność innowacyjną (kwartyle)				średnio
Procesowe	produkto- we	organiza- cyjne	marketin- gowe	I	II	III	IV	
+	+	+	+	0,0	8,3	0,0	25,0	8,3
+	+	+	-	0,0	0,0	8,3	16,7	6,3
+	+	-	+	0,0	0,0	0,0	8,3	2,1
+	+	-	-	8,3	8,3	25,0	0,0	10,4
+	-	+	+	8,3	0,0	8,3	0,0	4,2
+	-	+	-	0,0	16,7	8,3	8,3	8,3
+	-	-	+	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
+	-	-	-	8,3	8,3	16,7	16,7	12,5

\* + innowacja wprowadzona, - brak danej innowacji.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie niepublikowanych danych GUS w Szczecinie.

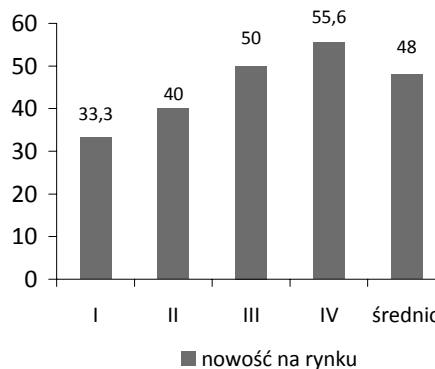
Uwzględniając poziom nakładów na działalność innowacyjną, można wyróżnić prawidłowość, z której wynika, że im większe ponoszono nakłady, tym częściej innowacje w procesy wprowadzono łącznie z innymi zmianami. W przedsiębiorstwach o nakładach przeciętnych były to przede wszystkim innowacje wspólne ze zmianami w organizacji, w tych o nakładach ponadprzeciętnych ze zmianami w produktach, natomiast w przedsiębiorstwach o nakładach największych najczęściej wprowadzano wszystkie rodzaje innowacji równocześnie.

Wprowadzane innowacje były zróżnicowane pod względem jakości, która uwzględnia stopień nowości wprowadzanych zmian. Z tego punktu widzenia można wyróżnić innowacje będące nowością na rynku (choćby lokalnym), na którym przedsiębiorstwo sprzedaje swoje produkty oraz takie, które są nowością jedynie z punktu widzenia wprowadzającego je przedsiębiorstwa. Na rysunkach 2 i 3 przedstawiono jakość innowacji w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwórstwem owoców i warzyw.



**RYSUNEK 2.** Jakość wprowadzonych zmian w produktach [%]

Źródło: Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS.



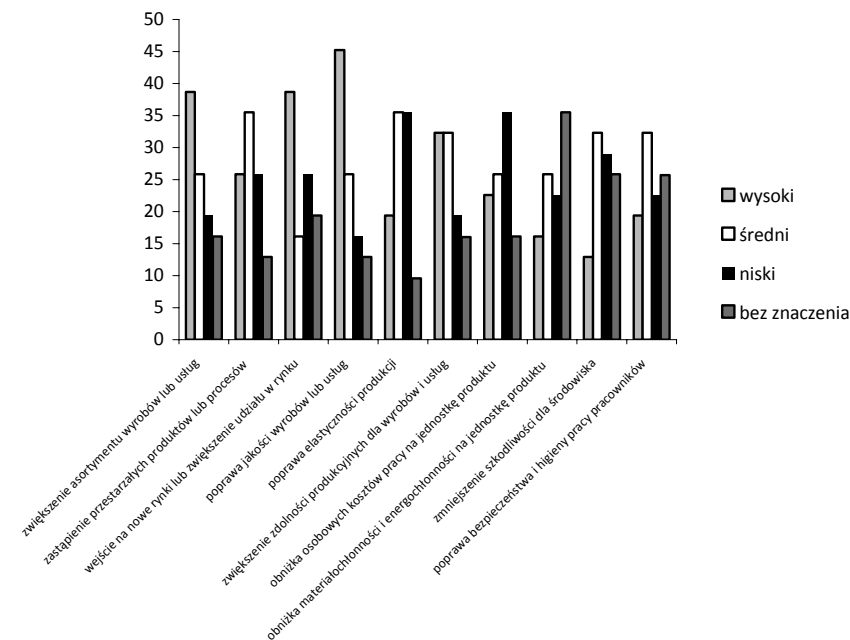
**RYSUNEK 3.** Jakość wprowadzonych zmian w procesach [%]

Źródło: Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS.

Średnio, w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw, nowością na rynku były w 68,4% przedsiębiorstw zmiany w produktach, a w 48% przedsiębiorstw w procesach. Część innowacji w produktach stanowiła nowość nie tylko na rynku lokalnym, ale i krajowym (26,3%). Liczba przedsiębiorstw, w których wprowadzone zmiany zarówno w zakresie produktów, jak i procesów były nowością na rynku, wzrastała wraz z poziomem nakładów na innowacje, odpowiednio z 33,3 do 100% w przypadku produktów i z 33,3 do 55,6% w przypadku procesów. Jedynie w 20% przedsiębiorstw ponoszących nakłady ponadprzeciętne oraz w 57,1% największe zmiany w produktach stanowiły nowość na rynku krajowym, w pozostałych jedynie na rynkach lokalnych. W opinii zarządzających innowacje produktowe wprowadzone przez badane przedsiębiorstwa nie stanowiły nowości w skali Europy ani świata.

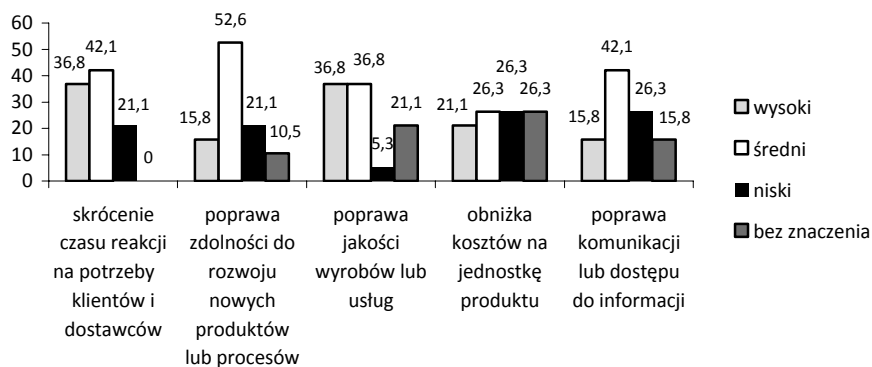
Przedsiębiorstwa zajmujące się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw, wprowadzając innowacje, realizowały różne cele (rys. 4, 5 i 6).

Najczęściej wskazywanym celem działalności innowacyjnej w zakresie produktów i/lub procesów przez zarządzających przedsiębiorstwami zajmującymi się przetwórstwem owoców była poprawa elastyczności produkcji. Cel był realizowany w 90,4% przedsiębiorstw, ale po 35,5% z nich określiło jego znaczenie jako średnie lub niskie, a jedynie 19,4% jako wysokie. W 87,1% przedsiębiorstw dążono do zastąpienia przestarzałych produktów lub procesów oraz poprawy jakości wyrobów lub usług. Łącznie dla odpowiednio 61,3 oraz 71% z nich cel ten miał wysokie lub średnie znaczenie. Najrzadziej wskazywanym celem innowacji w zakresie produktów i/lub procesów przez przedsiębiorstwa zajmujące się prze-



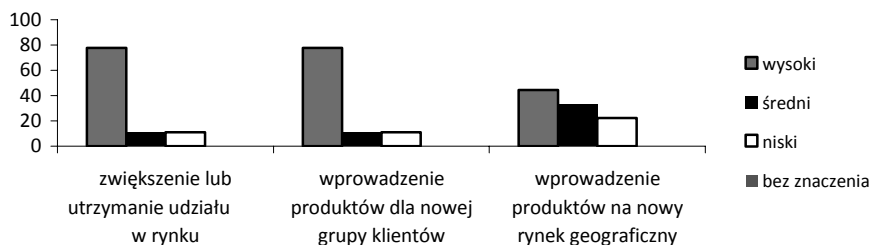
**RYSUNEK 4.** Cele innowacji produktowych i/lub procesowych i ich znaczenie w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw (średnio w badanych przedsiębiorstwach) [%]

Źródło: Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS w Szczecinie.



**RYSUNEK 5.** Cel innowacji organizacyjnych i ich znaczenie w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw (średnio w badanych przedsiębiorstwach) [%]

Źródło: Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS w Szczecinie.



**RYSUNEK 6.** Cel innowacji marketingowych i ich znaczenie w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw (średnio w badanych przedsiębiorstwach) [%]

Źródło: Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS.

tworzeniem i konserwowaniem owoców i warzyw było zmniejszenie szkodliwości dla środowiska oraz poprawa bezpieczeństwa i higieny pracy. Po 25,8% przedsiębiorców twierdziło, że ich realizacja z punktu widzenia przedsiębiorstw nie miała znaczenia. Dla 29–32,3% w przypadku zmniejszenia szkodliwości dla środowiska, natomiast 22,6–32,3% w przypadku BHP cel ten miał znaczenie średnie lub niskie. Wysokie znaczenie przypisywano tym celom jedynie w 12,9–19,4% przedsiębiorstw.

W ramach innowacji organizacyjnych, we wszystkich przedsiębiorstwach zajmujących się przetwórstwem owoców dążono do skrócenia czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców. Cel ten dla odpowiednio 36,8 oraz 42,1% przedsiębiorców miał znaczenie wysokie i średnie. Najmniejsze znaczenie z punktu widzenia zmian w organizacji dla przedsiębiorców z tej grupy miała obniżka kosztów na jednostkę produktu. Po 26,3% przedsiębiorców wskazało, że cel ten nie miał znaczenia, ewentualnie wskazywano, że jego znaczenie było średnie lub niskie. Jedynie 21,1% przedsiębiorców wprowadzając zmiany w organizacji, zwracało uwagę na ten aspekt.

Celem innowacji marketingowych dla wszystkich przedsiębiorstw zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw było zwiększenie lub utrzymanie udziału w rynku, wprowadzenie produktów dla nowej grupy klientów oraz na nowy rynek geograficzny. Czyli w przedsiębiorstwach realizowano wszystkie wymienione cele, nadając im jednak różne znaczenie. Zwiększenie lub utrzymanie udziału w rynku i wprowadzenie produktów dla nowej grupy klientów miało priorytet wysoki dla 77,8% zarządzających. Natomiast wprowadzenie produktów na nowy rynek geograficzny miało znaczenie wysokie jedynie dla 44,4%, dla pozostałych średnie i niskie (odpowiednio 33,3 oraz 22,3%). Oznacza to, że w przedsiębiorstwach dążono przede wszystkim do umacniania pozycji na dotychczasowych rynkach zbytu, ewentualnie dążąc do pozyskania nowych grup odbiorców.

W przedsiębiorstwach zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw w zależności od poziomu nakładów ponoszonych na działalność innowacyjną realizowano różne cele (tabela 2). Dla przedsiębiorstw, w których ponoszono najmniejsze nakłady na innowacje, największe znaczenie, zarówno z uwagi na liczbę realizujących je przedsiębiorstw (80%), jak i na nadane im wysokie znaczenie, miało dążenie do zwiększenia asortymentu wyrobów lub usług oraz wejście na nowe rynki lub zwiększenie udziału w rynku. W 80% przedsiębiorstw celem działań innowacyjnych w zakresie produktów i/lub procesów była również poprawa jakości wyrobów lub usług oraz elastyczności produkcji. Cel ten dla połowy realizujących go przedsiębiorstw miał znaczenie średnie. W analogicznej liczbie przedsiębiorstw dążono do zwiększenia zdolności produkcyjnych, a także obniżki osobowych kosztów pracy na jednostkę produktu. Jednak najczęściej cel ten miał dla nich znaczenie niskie (40%).

Przedsiębiorstwa ponoszące nakłady przeciętne i ponadprzeciętne najczęściej realizowały te same cele. Odpowiednio 85,8% tych o nakładach przeciętnych i 88,8–100% o nakładach ponadprzeciętnych dążyło do zastąpienia przestarzałych produktów lub procesów, poprawy jakości wyrobów lub usług oraz elastyczności produkcji. Dodatkowo również 88,8% przedsiębiorstw o nakładach ponadprzeciętnych jako cel działań przyjęło obniżkę osobowych kosztów pracy na jednostkę produktu. Celom tym jednak na ogół nadano znaczenie średnie i niskie.

Natomiast we wszystkich przedsiębiorstwach ponoszących nakłady największe dążono do poprawy elastyczności produkcji i zwiększenia zdolności produkcyjnych. Nadano im przede wszystkim znaczenie wysokie (50–60%) lub średnie (30%). Dla 20–60% przedsiębiorstw zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw nie miała znaczenia obniżka materiałochłonności i energochłonności na jednostkę produktu. Z tym że im większe ponoszono nakłady, tym rzadziej zarządzający twierdzili, że cel ten nie miał znaczenia. Bez znaczenia również dla 60% zarządzających przedsiębiorstwami o nakładach najniższych i dla 20% o nakładach najwyższych było zmniejszenie szkodliwości dla środowiska.

W zasadzie nie było różnicy w zakresie celów działalności innowacyjnej w zakresie organizacji realizowanymi przez przedsiębiorstwa, które ponosiły najniższe i przeciętne nakłady na działalność innowacyjną. Zróżnicowanie dotyczyło poprawy komunikacji lub dostępu do informacji wewnątrz przedsiębiorstwa. Cel ten był realizowany przez 50% przedsiębiorstw o nakładach najniższych, a przez 75% tych o przeciętnych. Przedsiębiorstwa z tych grup nadały realizowanemu celom różną wagę. Te o najniższych nakładach w większości wskazywały na ich znaczenie wysokie i ewentualnie średnie, natomiast o nakładach przeciętnych średnie i ewentualnie niskie.





**TABELA 2. Cele innowacji w przedsiębiorstwach zajmujących się przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw różnicowanych pod względem poziomu nakładów na innowacje i ich znaczenie [%]**

Wyszczególnienie	Kwartył I				Kwartył II				Kwartył III				Kwartył IV							
	1	2	3	1+2+3	1	2	3	1+2+3	1	2	3	1+2+3	1	2	3	1+2+3				
	stopień znaczenia celu																			
<b>Cel zmian produktowych i/lub procesowych</b>																				
a. Zwiększenie asortymentu wyrobów lub usług	40,0	20,0	20,0	80,0	20,0	28,6	28,6	14,3	71,5	28,5	22,2	22,2	44,4	88,8	11,2	60,0	30,0	0,0	90,0	10,0
b. Zastąpienie przestarzałych produktów lub procesów	20,0	0,0	40,0	60,0	40,0	14,3	42,9	28,6	85,8	14,2	11,2	44,4	44,4	100,0	0,0	50,0	40,0	0,0	90,0	10,0
c. Wejście na nowe rynki lub zwiększenie udziału w rynku	40,0	0,0	40,0	80,0	20,0	28,6	28,6	14,3	71,5	28,5	22,2	22,2	33,3	77,7	22,3	60,0	10,0	20,0	90,0	10,0
d. Poprawa jakości wyrobów lub usług	20,0	40,0	20,0	80,0	20,0	42,9	14,3	28,6	85,8	14,2	22,2	44,4	22,2	88,8	11,2	80,0	10,0	0,0	90,0	10,0
e. Poprawa elastyczności produkcji	20,0	40,0	20,0	80,0	20,0	0,0	28,6	57,2	85,8	14,2	0,0	33,3	55,5	88,8	11,2	50,0	40,0	10,0	100,0	0,0
f. Zwiększenie zdolności produkcyjnych dla wyrobów i usług	20,0	20,0	40,0	80,0	20,0	28,6	28,6	14,3	71,5	28,5	11,1	44,4	22,2	77,7	22,3	60,0	30,0	10,0	100,0	0,0
g. Obniżka osobowych kosztów pracy na jednostkę produktu	20,0	20,0	40,0	80,0	20,0	28,6	28,6	14,3	71,5	28,5	0,0	22,2	66,6	88,8	11,2	40,0	30,0	20,0	90,0	10,0
h. Obniżka materiałochłonności i energochłonności na jednostkę produktu	20,0	0,0	20,0	40,0	60,0	0,0	28,6	28,6	57,2	42,8	0,0	22,2	44,4	66,6	33,4	40,0	40,0	0,0	80,0	20,0
i. Zmniejszenie szkodliwości dla środowiska	0,0	0,0	40,0	40,0	60,0	0,0	57,1	14,3	71,4	28,6	0,0	33,3	44,4	77,7	22,3	40,0	30,0	20,0	90,0	10,0
j. Poprawa BHP pracowników	20,0	0,0	40,0	60,0	40,0	0,0	57,1	14,3	71,4	28,6	0,0	33,3	44,4	77,7	22,3	50,0	30,0	0,0	80,0	20,0
<b>Cel innowacji organizacyjnych</b>																				
a. Skrócenie czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców	25,0	50,0	25,0	100,0	0,0	25,0	50,0	25,0	100,0	0,0	25,0	50,0	25,0	100,0	0,0	57,1	28,6	14,3	100,0	0,0
b. Poprawa zdolności do rozwoju nowych produktów lub procesów	50,0	25,0	25,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	25,0	50,0	75,0	25,0	14,3	57,1	14,3	85,7	14,3
c. Poprawa jakości wyrobów lub usług	50,0	25,0	0,0	75,0	25,0	25,0	50,0	0,0	75,0	25,0	25,0	25,0	25,0	75,0	25,0	42,9	42,9	0,0	85,8	14,2
d. Obniżka kosztów na jednostkę produktu	25,0	25,0	25,0	75,0	25,0	0,0	25,0	50,0	75,0	25,0	25,0	0,0	25,0	50,0	50,0	28,6	42,9	14,3	85,8	14,2
e. Poprawa komunikacji lub dostępu do informacji wewnętrznej i na zewnątrz przedsiębiorstwa	25,0	25,0	0,0	50,0	50,0	25,0	25,0	25,0	75,0	25,0	0,0	50,0	50,0	100,0	0,0	14,3	57,1	28,6	100,0	0,0
<b>Cel innowacji marketingowych</b>																				
a. Zwiększenie lub utrzymanie udziału w rynku	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	50,0	50,0	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0
b. Wprowadzenie produktów dla nowej grupy klientów	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	50,0	0,0	50,0	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0
c. Wprowadzenie produktów na nowy rynek geograficzny	0,0	0,0	100,0	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	50,0	50,0	100,0	0,0	60,0	40,0	0,0	100,0	0,0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS.

Wszystkie przedsiębiorstwa ponoszące nakłady ponadprzeciętne i najwyższe dążyły do skrócenia czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców oraz poprawę komunikacji lub dostępu przedsiębiorstwa do informacji. Pozostałe cele były realizowane przez 50–75% przedsiębiorstw o nakładach ponadprzeciętnych i w 85,7–85,8% tych o najwyższych. Różne było znaczenie celów realizowanych przez przedsiębiorstwa z tych grup. W przedsiębiorstwach o nakładach ponadprzeciętnych w większości były średnie i niskie, natomiast w tych o nakładach najwyższych – wysokie i średnie.

Zróźnicowanie pomiędzy przedsiębiorstwami zajmującymi się przetworzeniem i konserwowaniem owoców i warzyw wprowadzającymi innowacje marketingowe wynikało jedynie ze znaczenia wprowadzonej zmiany. Do zwiększenia lub utrzymania udziału w rynku dążono, określając znaczenie celu jako wysokie, we wszystkich przedsiębiorstwach ponoszących najmniejsze, przeciętne i największe nakłady na innowacje. Wprowadzenie produktów dla nowej grupy klientów było najważniejszym celem dla wszystkich przedsiębiorstw, które ponosiły największe i najmniejsze nakłady na innowacje. Natomiast wprowadzenie produktów na nowy rynek geograficzny było priorytetem dla wszystkich przedsiębiorstw ponoszących przeciętne nakłady na innowacje.

## PODSUMOWANIE

W opracowaniu przedstawiono zależności pomiędzy wprowadzanymi innowacjami a poziomem nakładów ponoszonych na działalność innowacyjną. Na podstawie badań sformułowano następujące wnioski:

1. Wśród przedsiębiorstw, w których ponoszono nakłady najmniejsze najczęściej wprowadzano innowacje organizacyjne, dążąc przede wszystkim do skrócenia czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców oraz poprawy zdolności do rozwoju nowych produktów lub procesów. Innowacje te w połowie przedsiębiorstw wprowadzono jako jedyne, w pozostałych łącznie ze zmianami w zakresie produktów lub procesów.
2. W przedsiębiorstwach o nakładach przeciętnych dominowały innowacje procesowe, które w 40% z nich były nowością w skali rynku. Ich celem była przede wszystkim poprawa jakości wyrobów i usług oraz zastąpienie przestarzałych produktów lub procesów. Wprowadzano je najczęściej łącznie ze zmianami w organizacji, których celem było przede wszystkim skrócenie czasu reakcji na potrzeby klientów i dostawców. Rzadziej łączono je ze zmianami w produktach jako samodzielne lub wprowadzano wszystkie zmiany równocześnie.
3. Zarówno w przedsiębiorstwach ponoszących nakłady ponadprzeciętne, jak i najwyższe również dominowały innowacje w procesach. Liczba przedsiębiorstw, które je wprowadziły, wzrastała wraz z poziomem nakładów na



działalność innowacyjną. Łączono je najczęściej ze zmianami w produktach, ale również dość często występowały jako samodzielne. Odpowiednio w 60 i 100% przedsiębiorstw wprowadzone zmiany w produktach, a w 50 i 55,6% w procesach miały charakter nowości na rynku. Część zmian w produktach było nowością w skali kraju. Celem zmian w przedsiębiorstwach o nakładach ponadprzeciętnych było przede wszystkim zastąpienie przestarzałych produktów lub procesów oraz poprawa jakości wyrobów i usług, natomiast w tych o nakładach największych poprawa elastyczności produkcji i zwiększenie zdolności produkcyjnych.

## Spis literatury

- GRZYBOWSKA B. 2012: Innowacyjność przemysłu spożywczego w Polsce – ujęcie regionalne. Olsztyn.
- JANASZ W., KOZIOŁ-NADOLNA K. 2011: Innowacje w organizacji, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- KOTLER P.H. 1994: Marketing: Analiza, uwarunkowania, wdrażanie, kontrola. Wydawnictwo Gebethner i S-ka, Warszawa.
- MATUSIAK K.B (red.) 2005: Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Wydanie I, Warszawa.
- Nauka i technika w 2012, Informacje i opracowania statystyczne, GUS, Warszawa 2013.
- Podręcznik Oslo 2005: Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji, Wydanie III, Warszawa.

### INNOVATIONS IN ENTERPRISES PROCESSING AND CONSERVING FRUITS AND VEGETABLES

**Abstract.** The aim of the paper was to introduce the innovative activity of enterprises operating in fruit and vegetable processing and conserving sector, in the area of applying of technological and non-technological innovations. The paper shows different types of introduced innovations and it is focused on their combinations, quality and the aim of applying. The research shows that the number of enterprises introducing innovations raised together with the input increase on innovations. The enterprises, which incurred the lowest expenditures on innovative activity, predominantly introduced the organizational innovations. They strive first of all for shortening the response time to the needs of customers and suppliers. Moreover they tend to the improvement of capacity for the development of new products and processes. Process innovations predominated in other groups of enterprises. These innovations were usually introduced together with some change in organization (average level of the expenditures on innovations) or together with product innovations (high level of expenditures on innovations).



The aim of innovative change in enterprises with average and above average expenditures on innovations was first of all the replacement of outdated products and processes, and the quality improvement of products and services. The enterprises with the highest expenditures were focused on the improvement of production elasticity and the increase of production capacity.

**Key words:** innovation, enterprises engaged in the processing and preservation of fruits and vegetables, technological innovation

