

## Wstęp

W tytule rozprawy znalazły się dwie dalece niejednoznaczne, nieprecyzyjne a powszechnie stosowane i bardzo ważne kategorie ekonomiczne. Są to innowacje i konkurencyjność. Waga obu kategorii wynika z ich znaczenia dla wzrostu gospodarczego, dobrobytu społeczeństw i przetrwania firm, a więc dla mikro i makro ekonomicznych aspektów funkcjonowania gospodarek. Obu kategorią przyznaje się też kluczowe znaczenie w pokonywaniu wszelkiego rodzaju kryzysów. Mają więc znaczenie długo- i krótkookresowe, mikro i makro ekonomiczne, polityczne i społeczne. Równocześnie między wspomnianymi kategoriami istnieją dość wyraźne powiązania. Innowacje są bowiem kluczowym elementem konkurencyjności, rozumianej jako zdolności do konkurowania na rynku. Potwierdzają to badania teoretyczne i empiryczne nad korzyściami z konkurencji. Dokumentują one pozytywne znaczenie – dla korzyści z konkurencji – efektywności dynamicznej, czyli takiej, która jest wynikiem wprowadzenia innowacji (zob. szerzej Ahn, 2002). Z jednej strony, konkurencja pobudza innowacje, a z drugiej – innowacje mają kluczowe znaczenie dla zmian konkurencyjności przedsiębiorstw, czyli zdolności do konkurowania. Innowacyjne otoczenie, poprzez mechanizm konkurencji, wymusza na przedsiębiorstwach wprowadzenie innowacji. Pasywność przedsiębiorstwa we wprowadzaniu innowacji, poprzez nacisk konkurencyjny ze strony innowacyjnych przedsiębiorstw, pociąga za sobą spadek konkurencyjności pasywnego innowacyjnie przedsiębiorstwa. Badania empiryczne nad innowacyjnością przedsiębiorstw pokazują skomplikowanie procesów, które wchodzą w zakres pojęcia innowacji. Stąd też od wielu lat ma miejsce wzrost zainteresowania badaczy i praktyków gospodarczych zarządzaniem innowacjami, w tym ich elementami jak zarządzanie własnością intelektualną, czy zasobami wiedzy (Henry, Walker, 1991; Michael, 1994; van Reekum, 1999; Tidd, Bessant, Pavitt, 1997; Sreenivasan, Narayana, 1992; Stamm, 2008; Verloop, Wissema, 2004).

Znaczenie zarządzania innowacjami dla wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw i ich produktów jest bardzo ważne dla polskich przedsiębiorstw. Wynika to z powodów wyżej przytoczonych ale także ze specyfiki tzw. gospodarek doganiających, które od wielu lat przełamują dziedzictwo gospodarki nierynkowej. Po pierwsze, założenie gospodarki planowanej, iż źródłem i twórcą innowacji są instytucje centralne implicite implikowało hamowanie oddolnej przedsiębiorczości i innowacyjności. W efekcie u progu reform systemowych innowacje i zdolność do ich generowania i reali-

zowania były rzadkim towarem w tego typu gospodarkach. Towarzyszyło temu brak zrozumienia – przez przedsiębiorców – znaczenia innowacji dla ekspansji firm. Narastająca konkurencja, której towarzyszyło otwarcie gospodarki polskiej unaoczniały przedsiębiorcom znaczenie innowacji dla ekspansji rynkowej. Przełożyło się to na wzrost działań firm na rzecz wprowadzenia innowacji i wykorzystania ich stymulującej roli. Jednakże, po drugie, od 2002 roku w stosunku do lat 1998-2000 powoli ale systematycznie maleje udział przedsiębiorstw innowacyjnych w ogólnej liczbie polskich przedsiębiorstw przemysłowych, czyli takich, które w ciągu trzech lat wprowadziły choć jedną innowację. To z kolei stawia problem nie tylko pobudzania innowacji ale także umiejętności zarządzania innowacjami, a więc przełożenia pomysłu, wynalazku w rynkowy produkt i stałą reprodukcję tego procesu. Zarządzanie innowacjami ma bowiem skutkować we wzroście konkurencyjności, którego elementem jest innowacja. Rodzi to pytanie o mechanizm przekładania się innowacji na konkurencyjność, a więc także o zarządzanie innowacjami, które prowadzić będą do poprawy pozycji rynkowej innowatorów, czyli ich konkurencyjności. Problemowi temu poświęcona jest niniejsza monografia.

Pracę zaczyna rozdział autorstwa A. Wziątek-Kubiak poświęcony analizie kategorii innowacji, jej rodzajów a także związków z konkurencyjnością w ujęciu mikroekonomicznym czyli na poziomie przedsiębiorstw i produktów. Wprowadzenia historycznego tła kształtowania się dzisiejszego sposobu rozumienia kategorii innowacji, pokazuje, iż współcześnie istota i zakres pojęciowy tej kategorii zdecydowanie odbiega od wcześniej prezentowanych, w tym od kategorii postępu technicznego i wynalazku. Sprowadza się ono do szerokiego spojrzenia na innowacje, inaczej – wyprowadzenia jej z wiedzy. Traktowanie innowacji jako procesu tworzenia, nabywania, stosowania i urynkowienia wiedzy nie tylko umożliwia zdefiniowanie nowych problemów i jest źródłem powstawania nowej wiedzy ale wskazuje jak dalece pojemne jest dzisiaj pojęcie innowacji. To z kolei pociąga za sobą różnorodność klasyfikacji innowacji oraz ich stałe poszerzanie. Prezentowanie przez A. Wziątek-Kubiak nie tylko istoty ale także klasyfikacji innowacji, porównanie jej różnych form, odmienności struktury, źródeł i czynników oraz częściowe nakładanie się poszczególnych typów innowacji wskazuje na skomplikowanie procesu zarządzania innowacjami oraz na nieuchronność jego wprowadzania przez firmy dla utrzymania się na rynku.

Innowacje są warunkiem utrzymania i wzrostu konkurencyjności produktów i przedsiębiorstw ale też mogą być źródłem spadku ich konkurencyjności. Wzmacnia to potrzebę zarządzania innowacjami przez przedsiębiorstwa. Skoro ostatecznym celem zarządzania innowacjami jest wzrost konkurencyjności produktów, to oznacza to, iż innowacje są elementem

zarządzania konkurencyjnością produktową i procesową. Spojrzeniu na innowacje z takiej właśnie perspektywy poświęcony został rozdział drugi autorstwa A. Lipowskiego. Stanowi on autorską koncepcję innowacji traktowanej (przez przedsiębiorstwa) jako instrument zarządzania konkurencyjnością produktową. Wychodząc od znanej prawdy o podporządkowaniu innowacji konkurencyjności, A. Lipowski proponuje nowatorskie podejście do analizy związków między innowacjami i konkurencyjnością produktów. Opracowany przez niego rozdział **„Innowacje w zarządzaniu konkurencyjnością produktową. Elementy nowej koncepcji”** ma charakter teoretyczny i jest zbudowany na autorskim schemacie analitycznym. Opartym jest więc na określonych przesłankach i założeniach dotyczących podstawowych kategorii, którymi się Autor posługuje: konkurencyjności produktowej (jej zakresu przedmiotowego, mierzenia i czynników), zarządzania konfrontacyjnego oraz ryzyka innowacji. W takim ujęciu, innowacje będąc podstawowym składnikiem konkurencyjności produktowej, stają się instrumentem zarządzania – przez przedsiębiorstwo – konkurencyjnością. Traktowanie, przez A. Lipowskiego, konkurencyjności jako kategorii względnej (w stosunku do konkurentów) uwypukla jej konfliktowy charakter oraz zasadność traktowania zmian pozycji rynkowej jako miernika konkurencyjności. Stawia to problem zarządzania konkurencyjnością produktową, która z istoty ma charakter zarządzania konfrontacyjnego. Z analizy czynników konkurencyjności produktowej A. Lipowski wyprowadza wniosek, iż tylko czynniki zależne od przedsiębiorstwa są instrumentami zarządzania konfrontacyjnego. Czynniki te, a nie popyt mają kluczowe znaczenie dla zmian konkurencyjności produktowej. To z kolei potęguje znaczenie zarządzania konkurencyjnością dla zmian pozycji rynkowej przedsiębiorstw. Konfrontując dwa rodzaje innowacji (produktową i procesową) A. Lipowski dochodzi do wniosku, iż wzrost relacji jakość – cena w innowacji produktowej uwarunkowany jest wprowadzeniem innowacji procesowej. Formułuje więc model, który wyjaśnia rzeczywistość gospodarczą, w tym także to, iż ponad 60% liczby przedsiębiorstw innowacyjnych działających w Polsce i krajach rozwiniętych wprowadza innowacje mieszane: produktowo-procesowe. A. Lipowski pokazuje także dłaczego innowacja produktowa jest bardziej niepewna, ryzykowna niż innowacja procesowa. W podsumowaniu Autor stawia hipotezę o istnieniu dwóch rodzajów asymetrii między subiektywnym prawdopodobieństwem sukcesu i porażki rynkowej innowacji. To z kolei jest pomocne w wyjaśnieniu roli innowacji w zarządzaniu konfrontacyjnym.

Dopełnienie rozważań nad konkurencyjnością i jej zarządzaniem podjętymi w monografii stanowi rozdział dotyczący **„Konkurencyjności czynnikowej”** autorstwa A. Lipowskiego. Koncentruje się on na dwóch

kwestiach: zakresu podmiotowego i mierzenia konkurencyjności czynnikowej oraz jej źródeł, ze szczególnym uwzględnieniem instrumentów walki przetargowej. Lipowski podejmuje więc i rozwija problematykę pomijaną i niedocenianą w literaturze. Wychodząc od ujęcia konfrontacyjnego, czyli konkurencji nabywców o rzadki czynnik, wyodrębnia dwa rodzaje podmiotów, które są przedmiotem analizy: podmioty publiczne (rząd i władza regionalna) oraz prywatne. Koncentrując się na analizie konfrontacji podmiotów prywatnych, pokazuje źródła ich konkurencyjności czynnikowej. Włączenie do analizy problematyki konkurencji między firmami o rzadki czynnik produkcji a także uwzględnienie (zanalizowanej także w tej monografii) konkurencyjności produktowej prowadzi A. Lipowskiego do wniosku, iż konkurencyjność czynnikowa jest podporządkowana zarządzaniu konkurencyjnością produktową. Tym samym zamyka sformułowany krąg relacji konkurencyjność czynnikowa a produktowa w którym kluczowe znaczenie odgrywają innowacje.

Rozszerzeniu pojęcia innowacji i zmiany podejścia do niej przełożyło się na przeformułowanie podejścia do czynników innowacji. Pokazuje to kolejny rozdział opracowania – **„Czynniki innowacji, ich współzależność a rodzaje innowacji”** autorstwa A. Wziątek-Kubiak. Jego przedmiotem jest analiza nie tylko czynników innowacji, ich wzajemnej współzależności i komplementarności ale także różnicowanie ich struktury w różnych rodzajach innowacji i typach przedsiębiorstw. Wziątek-Kubiak omawia nie tylko najważniejsze klasyfikacje czynników innowacji. Wskazuje także na niedocenianą, wśród teoretyków przedmiotu oraz podmiotów gospodarczych, w tym przedsiębiorców, kwestię komplementarności i substytucji czynników innowacji, które wpływają na efektywność ekonomiczną innowacji i mają kluczowe znaczenie w zarządzaniu nimi. Analiza taka jest przeprowadzona w znacznie szerszym niż czyni to literatura przedmiotu kontekście, czyli w kontekście rodzajów innowacji i typów przedsiębiorstw. W omawianym rozdziale pokazano więc, iż wdrażanie danego typu innowacji (np. produktowych) wymaga posiadania i zastosowania nieco innej struktury czynników innowacji niż wdrażanie – przez przedsiębiorstwo – przykładowo innego typu innowacji (odpowiednio procesowych). Podobnie różne typy przedsiębiorstw, przykładowo pod względem wielkości, branż przemysłu stosują nieco odmienny zestaw czynników innowacji. W ten sposób Wziątek-Kubiak pokazuje nowe oblicze dyskusji nad stosowaniem przez różne przedsiębiorstwa odmiennych czynników innowacji.

Rozdział pt. **„Alianse a innowacyjność firm”** autorstwa W. Sroki stanowi rozwinięcie i uzupełnienie rozważań poświęconych czynnikom innowacyjności. Obszarem analizy tego rozdziału są nowe sposoby wykorzystania – przez firmy – aliansów dla zwiększenia ich innowacyjności,

a pośrednio – także konkurencyjności produkcji. Z jednej strony, W. Sroka pokazuje jak w czasach współczesnych alianse stając się sformalizowanym kanałem transmisji wiedzy między firmami sprzyjają wzrostowi poziomu ich innowacyjności. Alianse i towarzysząca im współpraca między firmami otwierają dostęp i umożliwiają korzystanie z wiedzy innych uczestników. Towarzysząca temu współpraca w zakresie innowacji jest źródłem nowych inspiracji i często prowadzi do powstawania nowych produktów, które sprzedawane są na rynkach na których funkcjonują uczestnicy aliansów. Z drugiej strony, wspomniany rozdział pokazuje także, na przykładzie określonej firmy jak wspomniane działania podejmują polskie przedsiębiorstwa, w tym także małe, które napotykać trudności z wygraniem walki konkurencyjnej na podzielonym rynku wyrobów przemysłowych oraz na rynku wyspecjalizowanych usług edukacyjnych podejmują próby wchodzenia w alianse. W nich wspomniane firmy poszukują nie tylko nowych źródeł wiedzy i czynnika zwiększenia ich innowacyjności ale także nowych rynków zbytu. Wydaje się, iż warunkach tzw. krajów doganiających wspomniany kanał przepływu wiedzy może mieć coraz większe znaczenie dla poprawy innowacyjności i konkurencyjności firm. Jest on bowiem materializacją efektów zewnętrznych (*spillovers*, w języku angielskim), które jak pokazuje literatura przedmiotu mają większe znaczenie w krajach doganiających niż rozwiniętych.

W rozdziale „**Innowacje w modelu zrównoważonego biznesu**” A. Jabłoński stawia hipotezę, iż innowacje są czynnikiem zapewniających realizację modelu zrównoważonego biznesu. Ten ostatni jest rozumiany jako „odwzorowanie w danym miejscu, czasie i przestrzeni biznesowej struktury powiązań czynników gwarantujących spełnienie aktualnych, wewnętrznych i zewnętrznych potrzeb grup interesariuszy, która umożliwi obecne osiągnięcie przewagi konkurencyjnej przez przedsiębiorstwo oraz stanowi kreację przyszłej platformy wzrostu przedsiębiorstwa zapewniającej ciągłość prowadzenia biznesu”. Omawiając kategorie wartości przedsiębiorstwa, zasady społecznej odpowiedzialności biznesu, zrównoważonej wartości i zrównoważoną strategię A. Jabłoński ogranicza się do pokazania pozytywnego wpływu innowacji na wspomniane kategorie. Rozdział ten stanowi więc swego rodzaju wyzwanie wobec istniejącego dorobku teoretycznego i empirycznego. Literatura przedmiotu dowodzi bowiem, iż innowacje mają charakter dwoisty: są czynnikiem destabilizującym model biznesu, wymuszającym zmiany ale także stwarzają warunki do rozwoju firmy.

Zarządzanie innowacjami zmieniając niepewność w kontrolowane ryzyko ma działać na rzecz stabilizacji tego modelu. Pokazuje to zamykające monografię opracowanie ‘Zarządzanie innowacjami a konkurencyjność’. Przeprowadzona przez A. Wziętek-Kubiak analiza rodzajów niepewności

na jakie natrafia przedsiębiorstwo, która stanowi punkt wyjścia tego rozdziału wskazuje na konieczność szacowania przez przedsiębiorstwo ryzyka wdrażania innowacji. Szacunek taki ma miejsce na każdym etapie innowacji. Równocześnie pokazana w rozdziale specyfika etapów procesu innowacji pokazuje zasadność zarządzania nimi.

## Literatura cytowana

- Ahn S. (2002), *Competition, Innovation and Productivity Growth*, OECD Working Papers, No 317.
- Henry J., Walker, D. (red.) (1991), *Managing Innovation*. London: Sage Publications.
- Michael J. C. M. (1994), *Managing Innovation and Entrepreneurship in Technology-Based Firms*, Chichester, UK, Wiley-Inter-science, Wiley Series in Engineering & Technology Management.
- Stamm B. (2008), *Managing Innovation Design and Creativity*, Chichester, UK, John Wiley & Sons.
- van Reekum R. (1999), *Intellectual Property and Pharmaceutical Innovation: a model for managing the creation of knowledge under proprietary conditions*, Labyrinth Publication, The Netherlands.
- Tidd J., Bessant J., Pavitt K. (1997), *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Sreenivasan, N. S. Narayana, V. (1992), *Managing innovation: concepts and tasks*, Ashok Kumar Mittal, New Delhi.
- Verloop J., Wissema J. G. (2004), *Insight in Innovation: Managing Innovation by Understanding the Laws of Innovation*. Boston, MA: Elsevier.