

# Beata Filipiak

---

## Wstęp

---

Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 13, 5-6

---

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

## WSTĘP

W kolejnym zeszycie naukowym składającym się na serię wybranych problemów z zakresu marketingu, finansów i zarządzania podjęto zagadnienia związane z innowacyjnością przedsiębiorstw i instytucji, która stanowi podstawę rozwoju społeczeństwa opartego na wiedzy. Publikacja ta jest próbą podsumowania wyników badań prowadzonych w wielu ośrodkach naukowych w Polsce. Omówione zostały doświadczenia, badania i postulaty kierowane pod adresem przedsiębiorstw i instytucji.

Wraz z nabywaniem doświadczenia i umiejętności odnalezienia się w nowych warunkach postępuje rozwój, doskonalenie narzędzi i instrumentów implementowania innowacyjności. Oznacza to zmiany w najistotniejszych obszarach pobudzania przedsiębiorczości, a także funkcjonowania i gospodarowania zarówno przedsiębiorstw, instytucji finansowych, jak i sektora publicznego oraz społeczeństwa. Zmiany we współczesnej gospodarce powodują odejście od tradycyjnych technologii i teorii postrzegania człowieka w gospodarce. Ciągły wzrost niepewności działania, procesy fragmentacji rynkowej, wzrost znaczenia sektora usług, szybkie upowszechnienie elastycznych technologii to wyzwania, którym musi sprostać gospodarka i wszystkie jej sektory. Stosowanie najnowszych rozwiązań nie zawsze wymagać będzie korzyści skali, koncentracji działań w jednym miejscu. Szybkie starzenie się moralne rozwiązań wymusza zdolność do szybkiej adaptacji w nowych warunkach. Konieczne staje się wdrażanie innowacji tak w zakresie technologii, jak i innowacji organizacyjnych, produktowych i procesowych. Przed innowacjami współczesne społeczeństwo, przedsiębiorstwo czy instytucja nie mogą się bronić, by funkcjonować w otoczeniu muszą je kreować i absorbować.

Celem opracowania było wskazanie na znaczenie procesów innowacyjnych w różnych sektorach gospodarki, a także zaprezentowanie kwestii dyskusyjnych, które pośrednio mogą determinować wzrost innowacyjności w różnych sektorach gospodarki. Problemem ważnym, do którego wielu autorów się odnosi, jest próba odpowiedzi na pytania, jak wspierać innowacyjność i jak ją finansować. Do najważniejszych determinant rozwoju gospodarki i jej innowacyjności zalicza się: kapitał ludzki, instytucje finansowe, ośrodki badawcze i naukowe oraz

infrastrukturę teleinformatyczną. Innowacyjne zachowania w administracji publicznej wzmacniają gospodarkę i stymulują jej zmiany.

Całość problematyki ujęto w trzy działy, pozwalające odnieść się do wybranych problemów zarówno finansowania, kapitału ludzkiego, innowacyjności w przedsiębiorstwach, jak i determinant lokalnych i regionalnych innowacyjności.

Autorzy zdają sobie sprawę, że ograniczona objętość i charakter materiałów powodują, że tylko część istotnych problemów (w swej istocie różnych) została zasygnalizowana. Finanse, zarządzanie i marketing są niezwykle ważne dla budowania innowacyjnej gospodarki opartej na wiedzy. Bez spojrzenia całościowego przez pryzmat procesów, wzajemnych współzależności i wewnętrznych złożoności nie uda się kompleksowo i trwale kreować rozwój społeczno-gospodarczy i innowacyjność. Autorzy mają nadzieję, że zaprezentowana problematyka stanie się inspiracją do dalszych dyskusji i badań.

*dr hab. Beata Filipiak, prof. US*