

# Andrzej Pawlik

---

## Internet podstawowym narzędziem innowacyjności przedsiębiorstw i administracji

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 117, 561-570

---

2015

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.

*ANDRZEJ PAWLIK*

Uniwersytet Jana Kochanowskiego

## INTERNET PODSTAWOWYM NARZĘDZIEM INNOWACYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW I ADMINISTRACJI

### Streszczenie

Gospodarka światowa przechodzi obecnie okres niezwykle gwałtownych przemian, który charakteryzuje: postępująca globalizacja i serwicyzacja gospodarki, przyspieszenie postępu technicznego, burzliwy rozwój technologii informatycznych i komunikacyjnych, zwiększona konkurencja między przedsiębiorstwami, regionami, państwami, a także ludźmi.

W gospodarce, w której wiedza zyskuje na wartości, wartość zyskuje też stosowana i rozwijana technologia informacyjno-komunikacyjna, która wzmacnia proces przekazywania informacji, czyli źródło wiedzy. Taką technologią jest właśnie Internet, który wpływa na zmianę sposobów komunikacji międzyludzkiej, pracy i działania przedsiębiorstw.

**Słowa kluczowe:** Internet, innowacje, przedsiębiorstwo, administracja, e-administracja.

### Wprowadzenie

Gospodarka światowa przechodzi obecnie okres niezwykle gwałtownych przemian, który charakteryzuje: postępująca globalizacja i serwicyzacja gospodarki, przyspieszenie postępu technicznego, burzliwy rozwój technologii informatycznych i komunikacyjnych, innowacyjność, zwiększona konkurencja między przedsiębiorstwami, regionami, państwami, a także ludźmi. Efektem dokonujących się przemian jest nowy model gospodarki, który nazwano „gospodarką opartą na wiedzy”, ponieważ zasadniczą rolę odgrywa w niej wiedza, procesy uczenia się i informacja. Wiedza staje się podstawowym zasobem nowoczesnego społeczeństwa nazwanego też społeczeństwem informacyjnym. W gospodarce, w której wiedza zyskuje na

wartości, wartość zyskuje też stosowana i rozwijana technologia informacyjno-komunikacyjna, która wzmacnia proces przekazywania informacji, czyli źródło wiedzy.

„Technologia informacyjna jest innowacją stymulującą rozwój wszystkich dziedzin życia, wynika z faktu nieograniczonego komunikowania się społeczeństwa za pośrednictwem globalnych sieci komputerowych” (Pomykański 2001, s. 195).

Technologie informacyjne uznawane są za warunek wzrostu nowoczesności i konkurencyjności gospodarki oraz za wspierające rozwijanie potencjału intelektualnego kraju i umiejętności obywateli, ponieważ są narzędziem sprawnego operowania wiedzą i informacją. Celem artykułu jest podkreślenie znaczenia Internetu i wykorzystania nowoczesnych technologii, co w perspektywie do 2020 roku będzie podstawą innowacyjności przedsiębiorstw i administracji.

## **1. Internet narzędziem innowacyjności**

W literaturze krajowej i zagranicznej można znaleźć wiele definicji innowacji, innowacyjności oraz różnorodnych ich klasyfikacji. Bardzo ciekawą charakterystykę rodzajów innowacji przedstawia L. Białoń (2010 s. 21–22). Innowacyjność jest cechą, która wyróżnia ludzi i organizacje zdolnych i skłonnych do podejmowania różnorodnych działań, których efektem końcowym jest zmiana w postaci innowacji. Warto zwrócić uwagę na innowacje społeczne, których znaczenie powinno rosnać we współczesnym społeczeństwie. Wiązą się one m.in. ze zmianą stylu życia. Jak to już zostało wyartykułowane, kryteriów klasyfikacji innowacji może być bardzo wiele, a ich dobór zależy od celów analizy, jakim będą służyć.

Innowacja odnosi się do wszystkich sfer życia gospodarczego lub społecznego, skończywszy na nowych prądach myślowych i kulturowych (Janasz, Koziol 2007, s. 11). Według Gorzelaka i Olechnickiej innowacja polega na zerwaniu z dotychczasową praktyką, to dążenie do uzyskania przewagi konkurencyjnej dzięki zwiększeniu efektywności produkcji, dystrybucji, a głównie dzięki wprowadzeniu nowego produktu (Gorzelak, Olechnicka 2003, s. 122). Należy podkreślić, że współczesne definiowanie innowacji opiera się na teorii J.A. Schumpetera. Podejście do innowacji tego austriackiego ekonomisty jest wciąż akceptowane. Innowacją jest wprowadzenie nowego produktu, użycie nowego surowca, nowej metody produkcji, znalezienie nowego rynku albo nowej formy organizacji (Pawlik 2014, s. 27). Koncepcja J.A. Schumpetera jest przydatna, pomimo że obecnie samą innowacją utożsamia się z procesem. Proces innowacyjny obejmuje zespół działań, które są niezbędne do wprowadzenia innowacji. Działania te stanowią istotę innowacyjności. Innowacyjność to zdolność do poszukiwania czy kreowania nowych rozwiązań, przystosowania ich do konkretnych warunków, wdrażania w praktyce, a następnie

upowszechniania (Bal-Woźniak 2012, s. 18). Wielu autorów określa innowacyjność jako:

- zdolność do stałego poszukiwania, wdrażania i upowszechniania innowacji (Pomykalski 2001, s. 18),
- zdolność do permanentnego generowania i realizowania innowacji, które znajdują uznanie odbiorców (Sosnowska 2002, s. 7–14),
- zdolność tworzenia i wdrażania zmian w różnych sferach życia społeczno-gospodarczego (Bogdanienko 2004, s. 21).

Przywołane terminy innowacyjności potwierdzają utożsamianie innowacyjności ze zdolnością do urzeczywistniania innowacji. Innowacyjność to odwaga we wprowadzaniu i popieraniu zmian w systemach gospodarczych i społecznych dotyczących produktów, usług i zachowań akceptowanych przez naukę (Pawlik 2014, s. 27).

Promowanie innowacyjności gospodarki poprzez zwiększenie wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych oznacza zachęcanie do ich adaptacji w sferze działalności gospodarczej. Oznacza również rozbudowę nowoczesnej infrastruktury informacyjnej o znaczeniu ponadinstytucjonalnym, tworzenie i wspieranie działalności centrów informacji, szkolenia i transfer technologii informacyjnych oraz wsparcie dla innowacyjnych projektów małych i średnich przedsiębiorstw.

Przez technologie informacyjne rozumie się technologie zbierania, przesyłania, gromadzenia, przechowywania, przetwarzania i udostępniania informacji za pomocą nowoczesnych środków technicznych.

Taką technologią jest właśnie Internet, który wpływa na zmianę sposobów komunikacji międzyludzkiej, pracy i działania przedsiębiorstw.

Internet jako nowe medium komunikacji stwarza dogodną przestrzeń wymiany różnego rodzaju komunikatów pomiędzy partnerami gospodarczymi. Jest miejscem tworzenia wizerunku i tożsamości przedsiębiorstwa, działań marketingowych, sprzedaży produktów i usług, dokonywania płatności oraz nawiązywania kontaktów z klientem. Dzięki dynamicznemu rozwojowi gospodarczych zastosowań Internetu powstają nowe warunki organizacji i zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem. Dostrzegamy zmiany w strukturze i funkcjonowaniu „tradycyjnych przedsiębiorstw”, a w otoczeniu Internetu pojawia się szereg nowych przedsiębiorstw o prointernetowej orientacji. Cechą charakterystyczną dla przedsiębiorstw działających w warunkach rozwoju Internetu jest: brak barier językowych, kulturowych, cywilizacyjnych i politycznych, a także brak dystansu geograficznego i czasowego.

Rozważając zastosowanie Internetu w przedsiębiorstwach jako przykładowe efekty tej technologii, można wskazać (Targalski 2008, s. 106):

- nowy cyfrowy produkt (usługa) – przy zawieraniu transakcji i komunikowaniu się poprzez Internet wzrasta znaczenie przesyłania dokumentów, obrazu, muzyki czy pieniędzy w wersji elektronicznej;

- nowe metody wytwórcze – wzrasta znaczenie nowych umiejętności w procesach wytwórczych w miejscu pracy, tzw. piśmiennictwo elektroniczne, wzrasta znaczenie pracy na odległość (telepraca), nauki na odległość (e-learning), świadczenia usług publicznych (e-governance);
- istotne dla zmian organizacyjnych w produkcji jest pokonywanie ograniczeń czasu i przestrzeni w dotarciu do informacji zasobów zgromadzonych w Internecie. Na zmiany organizacyjne wpływa automatyzacja prowadzenia danych przekazywanych przez Internet, a także digitalizacja<sup>1</sup> produktów i dokumentów (inny jest sposób gromadzenia, przechowywania, kopiowania oraz cyklu życia takiego produktu).

W warunkach polskich przedsiębiorstwa w sposób zróżnicowany korzystają z nowoczesnych technologii i usług internetowych. Należy podkreślić, iż wysoki poziom technologii informacyjno-telekomunikacyjnych warunkuje aktywne funkcjonowanie przedsiębiorstw w e-biznesie.

Wykorzystanie Internetu jako platformy współpracy z klientami odbywa się poprzez wykorzystanie różnych narzędzi internetowych. Wśród najbardziej popularnych i wykorzystywanych w Polsce i na świecie są strony WWW. Strony internetowe ze względu na dostęp do różnych usług można klasyfikować jako serwisy:

- informacyjne (dostęp do aktualnych informacji, poczty, czasopism itp.),
- internetowej komunikacji (konsultacje i zwrotne informacje),
- transakcyjne (rejestracje, operacje finansowe itp.),
- nauki na odległość (studiowania na wyższej uczelni).

Tworzenie odpowiednich serwisów internetowych jest związane z uczeniem się i rosnącym wykorzystaniem Internetu przez społeczeństwo. Na tworzenie serwisów internetowych można spojrzeć ewolucyjnie i wyróżnić cztery stadia tworzenia serwisów internetowych (Targalski 2008, s. 108).

Stadium pierwsze: dostęp do informacji, strony internetowe służą do prezentowania informacji. Dostęp do informacji dla zewnętrznych użytkowników jest prosty, nie wymaga skomplikowanych nawigacji. Stadium drugie: interakcyjne, istnieje interaktywny kontakt za pomocą poczty elektronicznej, możliwość uzyskiwania formularzy, dokumentów, a gromadzenie informacji jest nadal tradycyjne. Stadium trzecie: procesowe, na tym etapie następuje automatyzacja części działań, które odbywają się online. Pewne transakcje wykonywane są tam, gdzie opłaty są z góry ustalone. Stadium czwarte: transakcyjne, jest to stadium, które obrazuje wielkość połączonych treści, tekstów, stron internetowych. Daje możliwość „wędkowania” po bazach danych, zdobywania informacji.

Edukacyjny charakter wykorzystania Internetu w przedsiębiorstwach zakłada, że na początku strony internetowe służą informowaniu o ofercie, a następnie stają

---

<sup>1</sup> Digitalizacja oznacza, że dokumenty i informacje, produkty i zasoby coraz częściej transponowane są na nośnik cyfrowy.

się zaawansowaną platformą zawierania transakcji i dystrybucji dóbr oraz usług. Wraz z rozwojem i technicznym zaadaptowaniem serwisów internetowych wzrasta ich zastosowanie i oddziaływanie. Najpierw stanowią narzędzie marketingu, następnie sprzedaży i dystrybucji. Za pomocą stron internetowych interakcje są kluczem do zwiększania efektywności serwisów.

Internet jest innowacją technologiczną, jej adaptacja w sferze społecznej, w życiu społecznym, jest przesłanką do wnioskowania o poziomie rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Wykorzystanie Internetu w przedsiębiorstwach daje przesłanki do wnioskowania o poziomie nowoczesności i konkurencyjności. Dzisiaj Internet jest narzędziem sprawnego operowania wiedzą i informacją, platformą dostarczania elektronicznych-innowacyjnych produktów i usług. Wykorzystanie Internetu w przedsiębiorstwach jest jednym z czynników, które pozwalają na wnioskowanie o poziomie innowacyjności przedsiębiorstw.

## 2. Internet w przedsiębiorstwie i administracji

Z przeprowadzonych w naszym kraju w 2014 roku badań wynika, że<sup>2</sup>:

- 94,4% przedsiębiorców korzysta z komputerów, a 93,1% ma dostęp do Internetu;
- 95% przedsiębiorstw w woj. dolnośląskim ma dostęp do Internetu (najwięcej);

---

<sup>2</sup> W Polsce pierwsze badanie „Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach” przeprowadzono w 2004 r. Miało ono charakter pilotażowy i wzięło w nim udział ponad 6 tysięcy firm działających na obszarze całego kraju. Od tego czasu badanie to zostało wprowadzone na stałe do Programu badań statystycznych statystyki publicznej (PBSSP) w ramach tematu *Wskaźniki społeczeństwa informacyjnego* i jest realizowane co roku w kwietniu, przy użyciu formularzy o symbolach: SSI-01 – przeznaczonego dla przedsiębiorstw spoza sektora finansowego i SSI-02 – przeznaczonego dla przedsiębiorstw z sektora finansowego. Zakres podmiotowy badania SSI-01 i SSI-02 obejmuje podmioty o liczbie pracujących co najmniej 10 osób, które prowadzą działalność gospodarczą zaklasyfikowaną wg Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) 2007. Badanie SSI-01 jest prowadzone metodą reprezentacyjną. W 2013 r. próba liczyła 17,4 tys. przedsiębiorstw, co stanowiło blisko 18% całej zbiorowości określonej w ramach wyżej opisanego zakresu podmiotowego. Badanie SSI-02 jest przeprowadzane równoległe do badania SSI-01. Jest to badanie pełne obejmujące wszystkie przedsiębiorstwa zajmujące się pośrednictwem finansowym, o liczbie pracujących 10 osób i więcej, tj. 1162 podmioty w 2013 roku. Metodologia obu badań oparta jest na modelu wypracowanym przez Eurostat. W badaniach prowadzonych metodą reprezentacyjną udział wylosowanych jednostek w badaniu jest bardzo istotny i ma duży wpływ na jakość wyników, podobnie jak kompletność odpowiedzi na pytania umieszczone w kwestionariuszu. W 2013 roku w badaniu SSI-01 uczestniczyło 77% przedsiębiorstw wybranych do próby, a najwyższy wskaźnik odpowiedzi – 94% wystąpił w przedsiębiorstwach dużych, zaś najniższy w przedsiębiorstwach małych – 70%. W badaniu SSI-02 uczestniczyło 86% podmiotów, a najwyższy wskaźnik odpowiedzi – 96% był wśród firm średnich, a najniższy małych – 80%. (*Spoleczeństwo informacyjne...* 2014).

- 55,6% (najwięcej w kraju) pracowników w woj. mazowieckim wykorzystuje komputer w celach biznesowych (tabela 1);
- 65% przedsiębiorstw wykorzystuje własne strony internetowe;
- 88% przedsiębiorstw korzystało z e-administracji.

Tabela 1

Przedsiębiorstwa posiadające dostęp do Internetu i pracownicy wykorzystujący komputer w celach biznesowych w 2014 roku według województw

Wyszczególnienie	Pos. Internet w %	Wyk. komputer w %
Polska	93,1	42,1
Dolnośląskie	95,0	41,3
Kujawsko-pomorskie	91,7	35,7
Lubelskie	92,5	37,8
Lubuskie	92,5	30,8
Łódzkie	90,6	36,2
Małopolskie	91,7	42,3
Mazowieckie	94,9	55,6
Opolskie	94,8	31,9
Podkarpackie	93,5	36,2
Podlaskie	91,6	36,8
Pomorskie	93,6	41,3
Śląskie	93,8	37,9
Świętokrzyskie	90,6	35,9
Warmińsko-mazurskie	91,5	31,2
Wielkopolskie	93,8	37,8
Zachodniopomorskie	89,6	35,3

Źródło: (*Spółeczeństwo informacyjne...* 2014).

Oferta usług administracji publicznej dostępnych przez Internet w Polsce nie jest jeszcze zadowolająca. Znajduje to odzwierciedlenie w poziomie wskaźnika dostępności e-administracji, który nie należy do najwyższych. Tylko 61% przedsiębiorstw obsługuje procedury administracyjne całkowicie drogą elektroniczną. Jednocześnie coraz więcej przedsiębiorstw pobiera formularze (80,4%) i odsyła formularze (82,7%) drogą elektroniczną (tabela 2). Z e-administracji w 2013 roku korzystało 86% małych przedsiębiorstw, 97,7% średnich i 99,5% dużych przedsiębiorstw. Korzystanie z e-administracji zapewnia przedsiębiorcom oszczędność czasu poprzez możliwość wypełniania i odsyłania dokumentów drogą on-line oraz

pozwała na bieżące śledzenie zmian w przepisach i aktach prawnych umieszczanych na stronach publicznych.

Tabela 2  
Przedsiębiorstwa korzystające z e-administracji w 2013 r. według celów

Wyszczególnienie	w %
Pozyskiwanie informacji	76,4
Pobieranie formularzy	80,4
Odsyłanie wypełnionych formularzy	82,7
Obsługa procedur administracyjnych całkowicie drogą elektroniczną	61

Źródło: *(Społeczeństwo informacyjne... 2014)*.

Korzyści ze stosowania technologii teleinformatycznych są widoczne w większości badanych przedsiębiorstw. Szczególnie korzyści te zauważają duże przedsiębiorstwa, w mniejszym stopniu średnie i małe. Przedsiębiorstwa odnotowują korzyści ze stosowania technologii informatycznych w takich obszarach działalności, jak: restrukturyzacja, upowszechnianie rutynowych czynności, uwalnianie zasobów, zwiększenie dochodów i rozwój nowych produktów i usług.

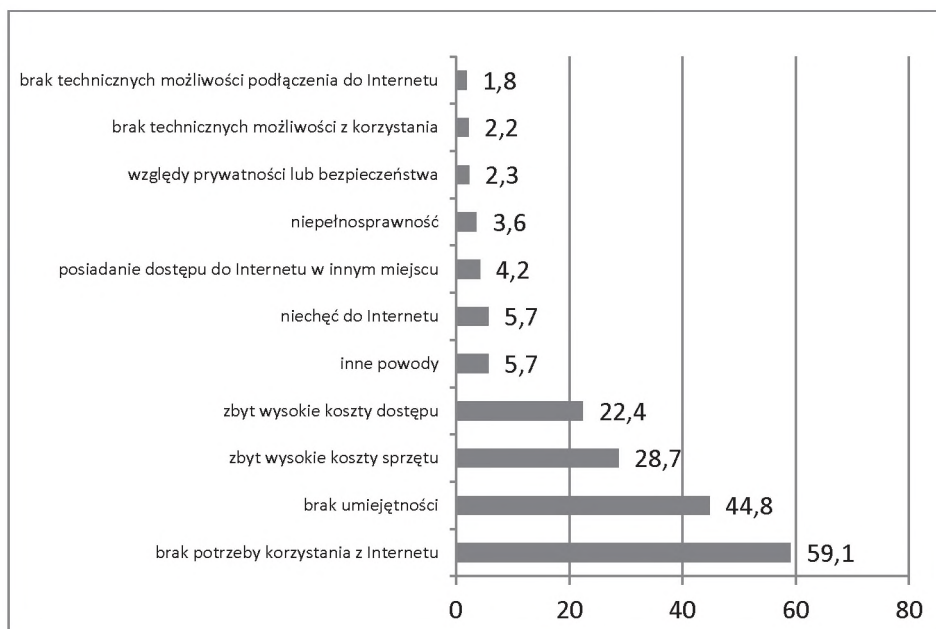
Budujące są również wyniki badań wykorzystywania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych i przez osoby prywatne, które wskazują na poprawę wyposażenia gospodarstw w sprzęt komputerowy i dostęp do Internetu<sup>3</sup>. Z badań wynika, że:

- 77,1% gospodarstw domowych posiada komputery;
- 74,8% gospodarstw posiada dostęp do Internetu;
- główne cele korzystania z Internetu to: używanie poczty elektronicznej i poszukiwanie informacji.

Sądzę, że kiedy zmienią się powody nieposiadania w domu dostępu do Internetu, wtedy nastąpi zdecydowana poprawa korzystania z usług e-administracji. W 2014 roku 59,1% gospodarstw domowych jako powód nieposiadania dostępu do Internetu podawało brak takiej potrzeby (rysunek 1).

<sup>3</sup> W Polsce monitorowanie wykorzystania ICT w gospodarstwach domowych według metodologii zharmonizowanej z UE rozpoczęto w 2004 r. Od tego czasu badanie jest realizowane corocznie, metodą wywiadu bezpośredniego, w którym udział jest dobrowolny. Badanie wykorzystania ICT w gospodarstwach domowych przeprowadzone jest corocznie w kwietniu. *(Wykorzystanie technologii... 2015)*.





Rys. 1. Powody braku dostępu do Internetu w domu (w % ogółu gospodarstw domowych bez dostępu do Internetu) w 2014 roku

Źródło: (*Spoleczeństwo informacyjne...* 2014).

## Podsumowanie

Od 1990 roku – czasu transformacji systemowej – Polska pokonała ogromny dystans na drodze do utworzenia podstaw społeczeństwa informacyjnego oraz rozwoju ICT (technologii teleinformatycznych). Widoczne są również pewne zagrożenia tego procesu urzeczywistniania w naszym kraju koncepcji społeczeństwa informacyjnego oraz gospodarki opartej na wiedzy. Dotyczą one niewłaściwych postaw, takich jak brak poszanowania własności intelektualnej, „brak potrzeby” posiadania Internetu i nieprawidłowa z punktu widzenia idei społeczeństwa informacyjnego hierarchia celów korzystania z sieci (chodzi o komunikowanie się oraz rozrywkę zamiast zdobywania wiedzy).

Analiza funkcjonowania przedsiębiorstw i administracji pozwala stwierdzić, że przedsiębiorstwa i administracja są na etapie przekształcenia z tradycyjnych w wirtualne. Przedsiębiorstwa charakteryzują się wysokim wskaźnikiem wykorzystania technologii informatycznych, a Internet uznawany jest za powszechne medium komunikacyjne, zarówno w wymiarze społecznym, jak i ekonomicznym. Zdecydowana większość przedsiębiorstw deklaruje, że posiada dostęp do Internetu, jednakże nie można mówić o działalności w przestrzeni wirtualnej. Większość przedsiębiorstw posiada strony internetowe i wykorzystuje je do działalności han-

dłowej i marketingowej. Niewiele firm wykorzystuje je do przyjmowania zamówień, sprzedaży produktów czy przyjmowania płatności. Administracja (państwowa i samorządowa) całkowicie wyposażona jest w dostęp do Internetu i w zdecydowanej większości ma swoje własne strony internetowe.

Internet jest innowacją zaadaptowaną przez przedsiębiorstwa i administrację, nie jest jednak w pełni wykorzystywany potencjał jego możliwości. Działalność na rynku internetowym sprzyja tworzeniu porozumień branżowych i międzybranżowych, kooperujących w dostosowaniu określonych produktów i usług. W opinii użytkowników w przedsiębiorstwach i administracji Internet uznawany jest za pomocny w codziennej pracy, służy adaptacji innowacji. Dlatego słuszną jest promocja tej technologii, bo daje podstawy do zwiększenia skuteczności i sprawności działań, które służą unowocześnianiu, konkurencyjności i innowacyjności gospodarki.

Zwiększenie liczby organizacji, urzędów administracji państwowej i samorządowej (e-administracji) działających z wykorzystaniem Internetu pozwoli uzyskać jeszcze większy stopień wykorzystania nowoczesnych technologii, który z kolei jest narzędziem podnoszenia innowacyjności.

## Literatura

1. Bal-Woźniak T. (2012), *Innowacyjność w ujęciu podmiotowym. Uwarunkowania instytucjonalne*, PWE, Warszawa.
2. Białoń L. (red.), (2010), *Zarządzanie działalnością innowacyjną*, Wydawnictwo Placet, Warszawa.
3. Bogdanienko J. (2004), *Innowacje jako czynnik przewagi konkurencyjnej*, w: J. Bogdanienko, M. Haffer, W. Popławski (red.), *Innowacyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu M. Kopernika, Toruń.
4. Drucker P.F. (1999), *Spółczeństwo prokapitalistyczne*, PWN, Warszawa.
5. Gorzelak G., Olechnicka A. (2003), *Innowacyjny potencjał polskich regionów*, w: L. Zienkowski (red.), *Wiedza a wzrost gospodarczy*, Scholar, Warszawa.
6. Janasz W., Kozioł K. (2007), *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.
7. Pomykański A. (2001), *Zarządzanie innowacjami*, PWN, Warszawa–Łódź.
8. *Program Operacyjny Inteligentny Rozwój 2014–2020* (2013), Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa.
9. Sosnowska A. (2002), *Pojęcie konkurencyjności przedsiębiorstw*, w: K. Poznańska, A. Sosnowska (red.), *Źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw*, Materiały i Prace Instytutu Funkcjonowania Gospodarki Narodowej Szkoły Głównej Handlowej, T. LXXII, Warszawa.

10. *Spoleczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2009–2013* (2013), GUS, Warszawa.
11. *Spoleczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2010–2014* (2014), GUS, Warszawa.
12. Targalski J. (2008), red., *Innowacyjność przedsiębiorstw Małopolski i Śląska*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków.
13. *Wykorzystanie technologii informacyjno-(tele)komunikacyjnych w przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych w 2014 roku* (2015), GUS, Warszawa.

## **INTERNET AS AN INSTRUMENT OF ADMINISTRATION AND COMPANIES' INNOVATIVE ACTIVITY**

### **Summary**

Nowadays global economy passes through the period of intense modifications that can be characterized with continuing globalization, service economy, technological development, progress in computer science and telecommunication, increasing competition between companies, regions, countries and even people. In the economy where knowledge becomes a crucial factor, used information and communication technology increases its value as well. Those mentioned technologies intensify process of sharing knowledge as the source of knowledge. Information technologies are considered to be the condition of modernity growth and competitiveness of the economy, they also support development of countries' intellectual potential and citizens' skills, because they are an instrument of efficient usage of knowledge and information.

As an information technologies we understand technology of: gathering, collecting, storing, processing and sharing information through up-to-date technology tools. Such technology is the Internet, which affects the change of communication methods between people, labor and enterprises' activities.

Internet as a new medium of communication creates convenient space for exchange of different messages among business partners. This is also a place where company images and identities are created, marketing activities, selling products and services take place, as well as making payments and establishing contacts with clients.

Thesis made in this article states that in years 2014–2020 the Internet will be the basis for innovative businesses and administrations.

**Keywords:** Internet, innovation, entrepreneurship, administration, e-government.

*Translated by Andrzej Pawlik*