

Pudło, Patrycja

Analiza wybranych aspektów działalności innowacyjnej przedsiębiorstw działających na terenie Podkarpacia

Zeszyty Naukowe Ostroleckiego Towarzystwa Naukowego 25, 117-126

2011

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

ANALIZA WYBRANYCH ASPEKTÓW DZIAŁALNOŚCI INNOWACYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTW DZIAŁAJĄCYCH NA TERENIE PODKARPACIA¹

ANALYSIS OF CHOSEN ELEMENTS OF INNOVATION ACTIVITY OF COMPANIES FROM AREA OF PODKARPACIE

Innowacje – siła rozwoju przedsiębiorstwa i regionu

Temat innowacji jest bardzo szeroko omawiany w różnych dyscyplinach wiedzy, od zarządzania, ekonomii, szkolnictwa, rolnictwa, kosmetologii po gastronomię. Występowanie innowacji w różnych dziedzinach wiedzy czy życiu codziennym wpływa z jednej z jej podstawowych cech, a mianowicie z jej pionierskiego charakteru, czyli tzw. nowości. Jeśli spojrzymy na definicję innowacji formułowaną przez różnych autorów, zarówno polskich, jak i zagranicznych (tabela 1), wyraźnie zauważymy, że to właśnie „nowość” jest cechą charakterystyczną dla każdej z innowacji, mocno podkreślaną przez wielu autorów.

Tabela 1. Zestawienie definicji innowacji proponowanych przez badaczy zagranicznych oraz polskich

Definicje zagranicznych autorów	Definicje polskich autorów
Innowacja to aplikacja nowych myśli w praktyce ² .	Innowacja polega na organizowaniu produkcji opartej na nowych pomysłach służących celom nowatorów lepiej niż stare ³ .
Innowacja to nowy produkt, usługa, która jest nowa dla jego nowego użytkownika ⁴ .	Innowacja to inaczej idea, postępowanie lub rzecz, która jest nowa , ponieważ jest odmienna od dotychczasowych ⁵ .

* dr, Uniwersytet Rzeszowski

¹ Prezentowany artykuł jest częścią projektu VEGA 1/0425/10 Kauzalne modele inowacji procesów MSP počas hospodárskej recesie.

² J. Schumpeter, *Teoria wzrostu gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 64.

³ K. Koziół, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 13.

⁴ P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 285.

<p>Innowacja to nowa możliwość wykorzystania egzystującego produktu lub usługi⁶.</p>	<p>Innowacje [łac. <i>innovatio</i> < <i>innovare</i> „odnawiać”], w gospodarce wdrażanie nowych technologii, organizacji i instytucji; innowacje technologiczne są następstwem postępu naukowo-technicznego, innowacje organizacyjne i instytucjonalne są ściśle związane z przedsiębiorczością, stanowią jej nieodzowny element; wdrażanie innowacji jest związane ze szczególnie wysokim stopniem ryzyka, dlatego w rozwiniętych gospodarkach rynkowych wykształcono specjalne sposoby ich finansowania (<i>venture capital</i>)⁷.</p>
<p>Innowacje są to technologiczne ulepszenia, lepsze metody i sposoby wytwarzania. Wspominane nowe ulepszenia mogą dotyczyć produktów, procesów, nowych podejść w marketingu, jak również nowych rozwiązań w dystrybucji⁸.</p>	<p>Innowacja to wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów, uruchomienie nowych procesów technologicznych i systemów organizacyjnych w celu osiągnięcia wyższej efektywności gospodarowania⁹.</p>
<p>Innowacja to produkt, usługa lub idea, która jest odbierana przez kogoś jako coś nowego¹⁰.</p>	<p>Innowacja to proces obejmujący wszystkie działania związane z kreowaniem pomysłu powstawaniem wynalazku, a następnie wdrożeniem nowego lub ulepszanego produktu, procesu, organizacji, usługi¹¹.</p>

Źródło: opracowanie własne na podstawie: P. Pudło, *Relation between innovations and quality from customer point of view*, w: Vedecka konferencia doktorandov Ekonomika, Financie a Manazment podniku, 15 october 2008, Bratislava (dokument elektroniczny).

Trzeba jednak podkreślić, iż cecha nowości w definicji innowacji może być rozpatrywana w trzech aspektach. Nowość na skalę makro to innowacja, która jest nowością na skalę światową, której nikt wcześniej nie wymyślił. Nowość na skalę mezo to innowacja, która już funkcjonuje na świecie, jednak jest pierwszy raz wdrażana w danym kraju, stanowi więc nowość na skalę krajową. Nowość na skalę mikro to innowacja, która już funkcjonuje na świecie lub w kraju, jednakże nigdy wcześniej nie była wprowadzana w konkretnej firmie, stanowi więc dla niej nowość.

⁵ A. Oleksiuk, *Konkurencyjność regionów a parki technologiczne i klastry przemysłowe*, Branta, Bydgoszcz–Warszawa 2009, s. 35.

⁶ R. W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996, s. 646.

⁷ Encyklopedia Powszechna 2010, źródło elektroniczne

<http://encyklopedia.pwn.pl/haslo.php?id=3914833> 22.06.2011.

⁸ M.E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York 1998, s. 526.

⁹ L. Białoń, *Poziom techniczny a zatrudnienie w polskim przemyśle w układzie gałęziowym*, WPW, Warszawa 1976, s. 76.

¹⁰ P. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong, *Marketing. Podręcznik europejski*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 845.

¹¹ A. Pomykalski, *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001, s. 17.

Z cechą nowości innowacji wiąże się również obiekt, którego dotyczy owa nowość. W związku z tym w zależności od aspektu, którego innowacja dotyczy możemy wyróżnić innowacje:

- produktowe – całkowicie nowy produkt lub już znany, lecz poddany istotnym zmianom lub produkt zmodernizowany,
- procesowe – całkowicie nowy proces lub jego zmiana, drobna bądź radykalna,
- technologiczne – obejmujące nowe produkty i procesy oraz znaczące zmiany technologiczne w produktach i procesach. Jednak należy podkreślić, że niektórzy autorzy, np. Białoń, traktują innowację technologiczną jako procesową,
- organizacyjne – częściowa lub całościowa zmiana systemów organizacyjnych,
- społeczne – dotyczące zmian w zachowaniu przez wprowadzanie nowych wartości, pomysłów, projektów działania, które umożliwiają odmienne rozwiązywanie problemów społecznych oraz przynoszą pozytywne rezultaty w funkcjonowaniu jednostek i grup¹². Są to również zmiany w kulturze organizacyjnej czy systemie motywacji pracowników,
- marketingowe – to zmiany w koncepcjach, metodach i technikach marketingowych.

Z nowości innowacji wypływa również ich dalszy podział na innowacje zachowawcze, które mają na celu wytwarzanie produktów lepszych od już istniejących, oraz przełomowe, które polegają na wprowadzeniu nowego, prostszego i praktyczniejszego rozwiązania.

Z badań Christensena i Raynora dotyczących rywalizacji między starymi graczami rynkowymi a nowicjuszami na rynku wynika, że w warunkach stosowania innowacji zachowawczych, gdy wyścig polega na wytwarzaniu produktów lepszych, które atrakcyjniejsi z punktu widzenia przedsiębiorstwa klienci zechcą kupić za większe pieniądze, prawie zawsze przewagę mają doświadczone firmy. Natomiast w warunkach stosowania innowacji przełomowych, gdy wyzwanie polega na wprowadzeniu do sprzedaży prostszego i praktyczniejszego produktu, który mało kosztuje oraz przyciąga nowych lub mniej atrakcyjnych klientów – nowicjusze raczej biorą górę nad doświadczonymi¹³.

W związku z tym, że nowość innowacji nie jest jednoznaczna, w definicjach innowacji często pojawia się słowo zmiana – rozumiana jako przejście z jednego stanu w drugi; jest to druga z podstawowych cech definicji innowacji uwzględniana przez wielu badaczy, co prezentuje tabela 2. W literaturze są również definicje, które nie cechują innowacji jako nowość, ale tylko jako zmianę; przykłady takich podejść do definicji innowacji przedstawia tabela 2.

¹² Akademia Rozwoju Lokalnego, dostępne w Internecie na stronie <http://www.krosno.roefs.cpe.gov.pl/Page/exeSingle/?id=1304> 5.10. 2010.

¹³ C.M. Christensen, M.E. Raynor, *Innowacje – napęd wzrostu*, EMKA, Warszawa 2008, s. 50.

Tabela 2. Zestawienie definicji innowacji jako zmiany

Autor	Definicja
Biernakowski L.	Innowacja jest to zmiana dotycząca środków produkcji, przedmiotów, metod i warunków wytwarzania wprowadzona przez człowieka w celu uzyskania określonych korzyści ekonomicznych i społecznych ¹⁴ .
Fiedor B.	Innowacja to każda zmiana w danych własnościach funkcji produkcji ¹⁵ .
Pietrasiński Z.	Innowacje to zmiany celowo wprowadzone przez człowieka lub zaprojektowane przez układy cybernetyczne, które polegają na zastępowaniu dotychczasowych stanów rzeczy innymi, ocenianymi dodatnio w świetle określonych kryteriów składających się w sumie na postęp ¹⁶ .
Lichtarski J. (red.)	Innowacja to zmiana w wyrobach i metodach ich wytworzenia, związana z przyswojeniem w produkcji zasobów wiedzy technicznej, która prowadzi do zwiększenia efektywności wykorzystania zasobów gospodarczych znajdujących się w dyspozycji określonego układu gospodarczego (przedsiębiorstwa) ¹⁷ .
Cygan Z. (red.)	Innowacja oznacza czynność polegającą na wprowadzeniu tego wytworu albo modyfikację bądź zmianę w przyjętym sposobie postępowania przy istniejącym układzie elementów jakiegoś systemu ¹⁸ .

Źródło: opracowanie własne na podstawie studium literatury.

Analiza tabel 1 i 2 wyraźnie wskazuje, iż niektórzy autorzy w definicji innowacji bardziej koncentrują się na jednej z cech innowacji (nowość lub zmianie). Trzeba jednak zaznaczyć, że inni, np. Aftach, biorą pod uwagę obydwie te cechy. Wspominany autor przez pojęcie innowacji rozumie każdą zmianę, która jest nowa w stosunku do rozwiązań przyjętych w danej firmie¹⁹. Dwie z cech innowacji na gruncie polskim uwzględnia np. Świtalski, który uważa, że innowacja jest efektem zmiany modyfikującej albo wprowadzającej zupełnie nowe elementy do sposobu lub wyniku funkcjonowania określonego podmiotu²⁰. Podobnie Kalinowski definiuje innowacje jako wszelkie

¹⁴ L. Biernakowski, *Innowacje w przemyśle obronnym*, „Materiały i Studia WAP”, nr 108, Warszawa 1984.

¹⁵ B. Fiedor, *Teoria innowacji: krytyczna analiza współczesnych koncepcji niemarksistowskich*, PWN, Warszawa 1979, s. 31.

¹⁶ Z. Pietrasiński, *Ogólne i psychologiczne zagadnienia innowacji*, PWN, Warszawa 1970, s. 9.

¹⁷ J. Lichtarski (red.), *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, Akademia Ekonomiczna, Wrocław 1997, s. 65.

¹⁸ Z. Cygan (red.), *Nowoczesne działania innowacyjne przedsiębiorstw*, Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna w Warszawie, Warszawa 2001, s. 88.

¹⁹ A. Aftach, *Innovation management*, Oxford University Press, New York 2003, s. 13.

²⁰ W. Świtalski, *Innowacje i konkurencyjność*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005, s. 68–69.

pozytywne zmiany wdrożone do użytku, które postrzegane są jako nowe z punktu widzenia wprowadzającej jednostki²¹.

Trzeba jednak podkreślić, że choć nie wszyscy badacze uwzględniają w definicji innowacji nowość i zmianę, to jednak często w swoich publikacjach wskazują, że innowacja jest związana z czymś nowym i ze zmianami, które towarzyszą wprowadzaniu nowości. Przykładem może być Drucker, który innowacje definiuje jako nowy produkt, usługę nową dla nowego użytkownika. W swej książce *Innowacja i przedsiębiorczość* wskazuje, że innowacja jest szczególnym narzędziem przedsiębiorców, za pomocą którego wprowadzają zmiany polegające na podjęciu nowej działalności gospodarczej lub świadczeniu nowych usług. Jest specyficznym narzędziem przedsiębiorczości, działaniem, które nadaje zasobom nowe możliwości tworzenia bogactwa²². Gavurová podkreśla, że innowacje przyczyniają się do zaspokajania różnych potrzeb ekonomicznych²³. Oznacza to, że przedsiębiorstwo musi oferować produkty lub usługi lepsze i bardziej ekonomiczne. Ponadto niektórzy autorzy np. Kalinowski czy Brzeziński, podkreślają, że w literaturze pojęcie innowacji stosowane jest w odniesieniu do sfery technicznej, natomiast zmiany odnosi się do sfery organizacyjnej. W związku z tym Kalinowski uważa, że właściwie każda zmiana zachodząca w przedsiębiorstwie może być innowacją, dlatego traktuje te dwa pojęcia jako synonimy²⁴.

Na podstawie definicji innowacji prezentowanych przez autorów z Polski i z zagranicy zebranych w tabeli 1 oraz 2 autor niniejszego artykułu rozumie ***innowacje jako zmianę, która przynosi nowość w badanym obiekcie lub nową zmianę całego obiektu.***

Zaprezentowana definicja bierze pod uwagę dwie ze wspomnianych cech innowacji, natomiast przez pojęcie obiektu rozumiany jest konkretny obiekt badania, wyodrębniony element rzeczywistości, np. produkt, proces, technologia, społeczeństwo, przedsiębiorstwo czy region. W związku z tym, jeśli mówimy np. o innowacjach produktowych, naszym obiektem badania jest produkt; o innowacji dotyczącej produktów powiemy, że są to zmiany, które przynoszą nowość w produkcji, lub że jest to nowa zmiana całego produktu. Podobną analogię da się zastosować do każdego obiektu, w odniesieniu do którego mówimy o innowacji. Takim obiektem może być również region, w którym może dochodzić do zmian przynoszących nowość, nie powodujących jednak widocznych zmian w całym regionie. Jedna innowacyjna firma nie zmienia całego regionu w region innowacyjny. Jednakże szereg innowacji dokonanych w regionie może spowodować, iż zmieni się on jako całość w region innowacyjny, który jest zdolny do samoistnego wytwarzania i absorpcji innowacji. W warunkach ciągłej konkurencji wprowadzanie „pozytywnych innowacji”, czyli takich, których wdrożenie spowoduje poprawę wskaźników lub mierników ekonomicznych, na poziomie regionu przyczyni się do rozwoju miast i wsi, tworzenia nowych miejsc pracy czy poprawy jakości życia w regionie. Wspomniany termin „pozytywne innowacje” wskazuje na to, iż nie każde innowacje przynoszą wartość dodaną i poprawiają wskaźniki/mierniki ekonomiczne. Jak podkreśla Jasiński, nie wszystkie innowacje można zaliczyć do postępu.

²¹ T.B. Kalinowski, *Innowacyjność przedsiębiorstw a systemy zarządzania jakością*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2010, s. 75.

²² P.F. Drucker, op. cit., s. 285.

²³ B. Gavurová, *Meranie výkonnosti v organizáciách s dôrazom na aplikáciu systému Balanced Scorecard*. 1. vyd., Ekonomická fakulta TU, Košice 2010, s. 51.

²⁴ T.B. Kalinowski, op. cit., s. 78.

Niektóre bowiem mogą oznaczać regres techniczny i powodować straty gospodarcze czy społeczne lub nie przynosić żadnych korzyści ani przedsiębiorstwu wdrażającemu nowe rozwiązania, ani jego otoczeniu. Takie innowacje określa się jako nieefektywne z ogólnospołecznego punktu widzenia; nie można ich uznać za przejawy postępu technicznego²⁵. W związku z tym proponowana definicja autora nie bierze pod uwagę ich wpływu ekonomicznego (straty lub zysku z ich wdrożenia), przedstawia natomiast sedno definicji, uwzględniając jej kluczowe cechy – nowość i zmianę. Traktuje je jako nowe zmiany, które mogą mieć różny wpływ na efektywność przedsiębiorstwa czy regionu.

Analiza działalności innowacyjnej przedsiębiorstw działających na terenie województwa podkarpackiego – badania własne

Metodologia badań

Dane zaprezentowane w niniejszym artykule zostały zebrane z ankiet rozesłanych *on line*, które wypełniali pracownicy losowo wybranych przedsiębiorstw. W badaniu brali udział przedsiębiorcy działający na terenie Podkarpacia i regionu Wschodniej Słowacji. Badanie było przeprowadzone w okresie od października 2009 do maja 2010 r. W niniejszym artykule są analizowane dane dotyczące tylko przedsiębiorstw działających na terenie Podkarpacia. Ankieta wykorzystania w badaniu jest dostępna na stronie internetowej <http://dotazniki.euke.sk/?d=71>. Strukturę badanej próby (tylko polskie przedsiębiorstwa) prezentuje tabela 3.

Tabela 3. Struktura badanej próby

Wielkość przedsiębiorstwa (liczba zatrudnionych)	Wielkości rzeczywiste	Wielkości procentowe
mniej niż 49	51	51%
od 50 do 249	33	33%
250 i więcej	16	16%
Ogółem	100	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Analiza wybranych aspektów działalności innowacyjnej przedsiębiorstw działających na terenie Podkarpacia

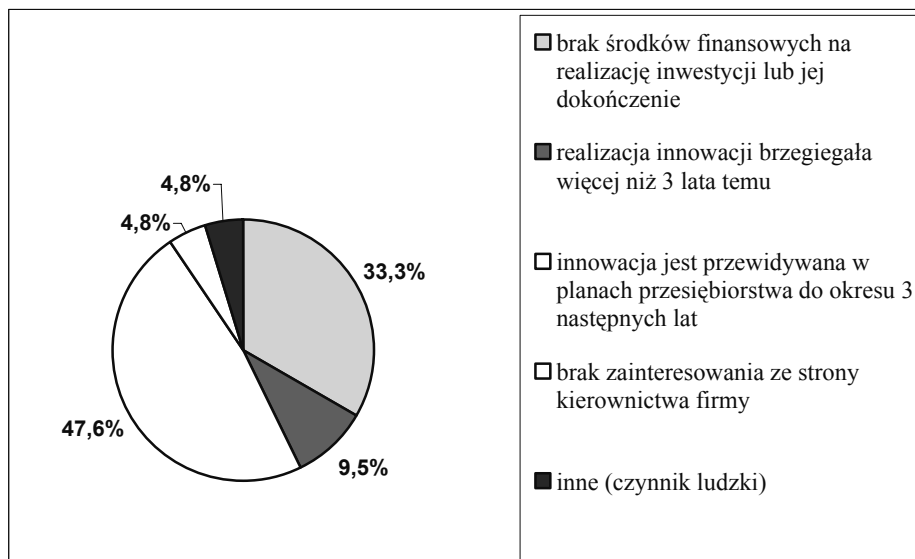
Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, iż świadomość znaczenia innowacji oraz konieczności ich wprowadzania w poszczególnych przedsiębiorstwach jest na bardzo wysokim poziomie. Aż 66% firm bowiem na pytanie, czy ważne jest, aby firmy zajmowały się działalnością innowacyjną, odpowiedziało twier-

²⁵ A.H. Jasiński, *Innowacje a transfer techniki w procesie transformacji*, Difin, Warszawa 2006, s. 12.

dząco. Ponadto 80% badanych firm w okresie trzech lat przeprowadziło jakąś konkretną innowację, z czego 42% wprowadziło tylko jeden rodzaj innowacji, np. produktowe, procesowe, technologiczne, organizacyjne lub marketingowe. Natomiast 41% wprowadziło kombinacje innowacji co najmniej dwóch z wymienionych wyżej rodzajów, 17% badanych to firmy, które nie udzieliły odpowiedzi. Było to związane z faktem, że nie wszystkie firmy, chociaż zdają sobie sprawę ze znaczenia innowacji, wprowadzają je (5% badanych firm). W grupie, która nie udzieliła odpowiedzi o rodzajach wprowadzonych innowacji, znalazły się również firmy, które wprowadziły je częściowo, tzn. podjęto próby, jednak nie dokończono tej inicjatywy (15% badanych firm).

Jak wynika z rysunku 1, główne przyczyny niewprowadzenia w firmie żadnej innowacji w okresie ostatnich trzech lat to m.in. brak środków finansowych na realizację inwestycji lub jej dokończenie, co wskazało 33,3% badanych. Trzeba jednak zaznaczyć, iż jedną z przyczyn niewprowadzenia innowacji w ciągu ostatnich trzech lat był fakt, iż niektóre firmy wprowadziły je wcześniej (9,5% badanych firm). Warto podkreślić pozytywne zjawisko z punktu widzenia aktywności innowacyjnej badanych podkarpackich przedsiębiorstw: chociaż w perspektywie ostatnich trzech lat nie wprowadzono innowacji, to prawie 50% firm w tej grupie przewiduje je w ciągu trzech następnych lat. Ponadto barierami wskazywanymi przez badane firmy był również czynnik ludzki, czy to wśród pracowników, czy kadry kierowniczej – jako przyczynę podało go prawie 10% badanych firm. Może się to wiązać z naturalnym oporem ludzi wobec nowych zmian.

Rysunek 1. Przyczyny niewprowadzenia innowacji w okresie ostatnich trzech lat

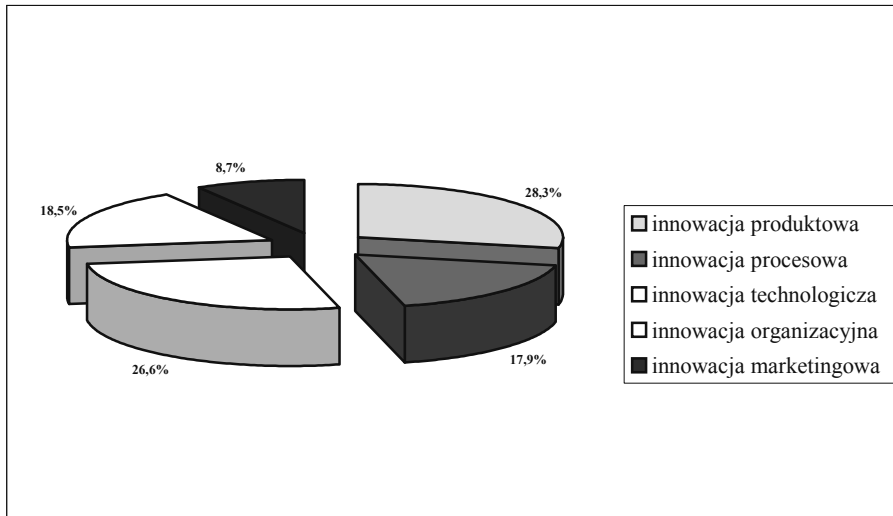


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Rysunek 2 wyraźnie pokazuje, że wśród najczęściej wprowadzanych innowacji badane firmy wskazywały innowacje produktowe (28,3%) oraz technologiczne (26,6%). Na taką sytuację może mieć wpływ fakt, że prawie 41% wskazanych przy-

czyn, które wpłynęły na wprowadzenie innowacji w firmie, dotyczyło klientów czy konkurencji – 40,6% odpowiedzi. Podobny, zbliżony procent odpowiedzi cechuje również wprowadzenie innowacji procesowych (17,9%) oraz organizacyjnych (18,5%); wprowadzenie innowacji organizacyjnych bowiem pociąga za sobą zmianę procesów. Badane firmy najrzadziej wprowadzały innowacje w dziedzinie marketingu (około 8% odpowiedzi).

Rysunek 2. Zestawienie różnych rodzajów innowacji w danym obiekcie



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Jak wspominaliśmy wyżej, badane firmy najczęściej wprowadziły tylko jedną innowację w okresie ostatnich trzech lat. W grupie tych przedsiębiorstw ponad 90% to firmy tylko z kapitałem polskim, natomiast niecałe 2,5% – firmy z kapitałem zagranicznym. Dla porównania w grupie badanych przedsiębiorstw z większością kapitału zagranicznego lub tylko z kapitałem zagranicznym ponad 75% wprowadziło w ciągu trzech lat przynajmniej dwie różne innowacje. Trzeba zatem wyraźnie powiedzieć, iż przedsiębiorstwa z zagranicznym kapitałem charakteryzują się wyższym poziomem działalności innowacyjnej niż firmy z kapitałem polskim. Jest to najczęściej związane z większym doświadczeniem zagranicznych partnerów czy lepszym transferem innowacji na grunt przedsiębiorstw posiadających kapitał zagraniczny.

Podsumowanie

W niniejszym artykule zaprezentowano różne podejścia do definicji innowacji. Następnie na ich podstawie przedstawiono autorską definicję, określającą innowację jako zmianę, która przynosi nowość w badanym obiekcie lub nową zmianę całego obiektu. W dalszej części artykułu podano część wyników rocznych badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorstw działających na terenie Podkarpacia. Na podstawie analizy danych uzyskanych ze stu losowo wybranych firm możemy stwierdzić, iż doskonale zdają sobie one sprawę z konieczności wprowadzenia innowacji. W ciągu

trzech ostatnich lat badane firmy wprowadzały najczęściej jeden rodzaj innowacji; były to głównie firmy z polskim kapitałem. Natomiast przedsiębiorstwa z zagranicznym kapitałem charakteryzują się wyższym poziomem działalności innowacyjnej, gdyż ponad 75% badanych w okresie trzech lat wprowadziło kombinacje kilku innowacji. Najczęściej stosowano innowacje produktowe i technologiczne, co mogło być związane z faktem, iż głównym impulsem do ich wprowadzania byli przed wszystkim klienci i konkurencja.

BIBLIOGRAFIA

- Aftach A. 2003.** *Innovation Management*, Oxford University Press, New York.
- Akademia Rozwoju Lokalnego**, dostępne w Internecie na stronie <http://www.krosno.roefs.cpe.gov.pl/Page/exeSingle/?id=1304> 5.10. 2010.
- Białoń L. 1976.** *Poziom techniczny a zatrudnienie w polskim przemyśle w układzie gałęziowym*, WPW, Warszawa.
- Biernakowski L. 1984.** *Innowacje w przemyśle obronnym*, „Materiały i Studia WAP”, nr 108, Warszawa.
- Christensen C.M., Raynor M.E. 2008.** *Innowacje – napęd wzrostu*, EMKA, Warszawa.
- Cygan Z. (red.) 2001.** *Nowoczesne działania innowacyjne przedsiębiorstw*, Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna w Warszawie, Warszawa.
- Drucker P.F. 1992.** *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.
- Fiedor B. 1979.** *Teoria innowacji: krytyczna analiza współczesnych koncepcji niemarksisistowskich*, PWN, Warszawa.
- Gavurová B. 2010.** *Meranie výkonnosti v organizáciách s dôrazom na aplikáciu systému Balanced Scorecard*. 1. vyd., Ekonomická fakulta TU, Košice.
- Griffin R.W. 1996.** *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Jasiński A.H. 2006.** *Innowacje a transfer techniki w procesie transformacji*, Difin, Warszawa.
- Kalinowski T.B. 2010.** *Innowacyjność przedsiębiorstw a systemy zarządzania jakością*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa.
- Koziół K. 2007.** *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V., 2002.** *Marketing. Podręcznik europejski*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Lichtarski J. (red.) 1997.** *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, Akademia Ekonomiczna, Wrocław.
- Oleksiuk A. 2009.** *Konkurencyjność regionów a parki technologiczne i klastry przemysłowe*, Branta, Bydgoszcz–Warszawa.
- Pomykański A. 2001.** *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Porter M.E. 1998.** *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York.
- Pietrański Z. 1970.** *Ogólne i psychologiczne zagadnienia innowacji*, PWN, Warszawa.

Pudło P. 2008. *Relation between innovations and quality from customer point of view*, w: Vedecka konferencia doktorandov Ekonomika, Financie a Manazment podniku, 15 October, Bratislava.

Schumpeter J. 1960. *Teoria wzrostu gospodarczego*, PWN, Warszawa.

Świtalski W. 2005. *Innowacje i konkurencyjność*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.

STRESZCZENIE

Niniejszy artykuł prezentuje wybrane wyniki badań własnych z zakresu działalności innowacyjnej przedsiębiorstw działających na terenie województwa podkarpackiego oraz regionu Wschodniej Słowacji (Východoslovenskeho regionu). Na wstępie przedstawiono teoretyczny zarys pojęcia innowacji, opisano jej różne rodzaje oraz znaczenie z punktu widzenia rozwoju przedsiębiorstw w regionie. Następnie na podstawie przeprowadzonych badań, trwających od października 2009 do maja 2010 r. na terenie Podkarpacia i Wschodniej Słowacji, dokonano analizy stopnia zainteresowania działalnością innowacyjną stu losowo wybranych przedsiębiorstw działających na terenie województwa podkarpackiego.

SŁOWA KLUCZOWE: innowacja, działalność innowacyjna, bariery rozwoju innowacji

SUMMARY

Article presents chosen results from own research. Issue of research was concentrated on area of innovations of companies from Podkarpacie region and East Slovakia. Author presented theoretical frame of importance of innovations, different types of innovations and their role in development of individual companies in the region.

On the basis of own research conducted since October 2009 till May 2010 the author analyzed chosen aspects of innovation activity of 100 random chosen companies from Podkarpacie region.

KEYWORDS: innovation, innovation activity, barriers of innovation in development