

Agnieszka Jasińska

INNOWACYJNOŚĆ JAKO CZYNNIK WZROSTU MIĘDZYNARODOWEJ KONKURENCYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW

1. Wstęp

Obecnie w dobie globalizacji na znaczeniu zyskują czynniki i zasoby, które wcześniej nie były w tak dużym stopniu dostrzegane i doceniane. Teraz, kiedy ogromna konkurencja, walka o klienta i rynek stały się powszechne, niezwykle liczy się szybkość reakcji, duża elastyczność przedsiębiorstw (rozumiana jako skłonność do zmian, dopasowywanie się do nowych warunków funkcjonowania), nowatorstwo i posiadana wiedza. W wyniku licznych zmian i przekształceń światowych o charakterze makro- i mikroekonomicznym oraz globalizacji wiedzy i technologii wykształcił się nowy typ gospodarki – gospodarka oparta na wiedzy. Podkreśla się tutaj stale znaczenie wiedzy i informacji czy np. umiejętności, bowiem przy konkutowaniu o charakterze światowym jest to czynnik warunkujący sprawne, efektywne i innowacyjne zarządzanie przedsiębiorstwem. A wspomnieć należy, że innowacje, które są tematem niniejszego artykułu, to przecież wykorzystanie posiadanej wiedzy i informacji i przekształcenie tego w liczne nowatorskie pomysły oraz zrealizowanie najlepszych z nich. Są to pomysły oryginalne, często bardzo użyteczne i unikatowe, służą podwyższaniu jakości wyrobów i usług oraz zwiększają sprawność funkcjonowania przedsiębiorstwa, dlatego w dobie globalizacji są one tak cenne. Globalna konkurencja narzuca duże tempo zmian i wymusza ogromną sprawność funkcjonowania przedsiębiorstwa, szybkość i trafność podejmowanych decyzji oraz pociąga za sobą konieczność przyjęcia postaw proinnowacyjnych.

2. Innowacja jako istotny element budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa

W globalnej konkurencji szczególnie ważne staje się wykorzystywanie wiedzy, nowatorskich pomysłów oraz „wysokiej” technologii. Jest to nierozdzielnie związane z pojęciem innowacji, bowiem, jak wspomniano wcześniej, bazuje ona na wiedzy, doświadczeniu i powstających na tym gruncie pomysłach.

Formalnie przyjętych definicji innowacji jest wiele. Warto przytoczyć tę autorstwa J. Schumpetera, która została w późniejszym okresie rozszerzona i mówi, że: „Innowacją jest zużytkowanie do konkretnych celów produkcyjnych odkrycia i wynalazku, które są wyrazem inwencji. W przedsiębiorstwie wynalazki są dokonywane w sferze techniki, a w innych sferach działalności, takich przykładowo jak organizacja zarządzania, organizacja produkcji, ekonomia, marketing, stosunki międzyludzkie itp., odkrycia mogą dotyczyć procedur, wzorców postępowania, sposobów prezentacji itp. pod warunkiem, że nie były znane i stosowane w tym przedsiębiorstwie oraz innych przedsiębiorstwach tej samej branży [Schumpeter 1960]. W *Encyklopedii organizacji i zarządzania* innowacja definiowana jest jako „proces wprowadzania do produkcji nowego wynalazku, mający na celu zmianę jej techniczno-ekonomicznej charakterystyki” [Encyklopedia... 1982, s. 166]. „Innowacje odnosi się do jakiegokolwiek dobra, usługi lub pomysłu, który jest postrzegany przez kogoś jako nowy. Pomysł może istnieć od dawna, ale stanowi innowację dla osoby, która go postrzega jako nowy” [Kotler 1994, s. 322 (za [Penc 1999, s. 141])].

Innowacja jest więc tak naprawdę czymś do końca nieuchwytnym, niematerialnym, a obecnie takie właśnie zasoby są uznawane za najcenniejsze. Trzeba wspomnieć, że innowacje czy – ujmując w kontekście kapitału – kapitał innowacyjny należy traktować jako element kapitału intelektualnego, który jest obecnie uznawany za zasób strategiczny o priorytetowym znaczeniu dla przedsiębiorstwa, zasób, bez którego obecnie w gospodarce wiedzy nie jest możliwe zbudowanie trwałej przewagi konkurencyjnej na rynku. Jest on bowiem rzadki, wyjątkowy, chroniony i niemożliwy do zastąpienia [Romanowska 2004, s. 294].

Należy zauważyć, że kapitał innowacyjny ma charakter przenikający inne formy kapitału, tzn. kapitał ludzki, strukturalny czy relacyjny (podział zaczerpnięty z definicji kapitału intelektualnego Edvinssona i Saint-Onga [Edvinsson, Malone 2001, s. 33-36]). Kapitał innowacyjny wpływa i ściśle wiąże się z każdym elementem kapitału intelektualnego, np. kapitałem ludzkim, ponieważ zarządzanie ludźmi może być stale modernizowane (szkolenia, nowoczesne techniki zarządzania kadrą, kształcenia czy motywowania), można mówić o innowacjach w ramach rozwiązań strukturalnych, sposobów zarządzania przedsiębiorstwem czy też stosowania nowoczesnych metod kontaktów z klientami (innowacje dotyczące kapitału relacyjnego). Tak więc jest to rodzaj kapitału, który przenika wszelkie inne rodzaje kapitału i w pewien sposób aktywizuje je, nadaje im kierunek i im jest bardziej rozwinięty, tym pozostałe rodzaje kapitału także szybciej się rozwijają oraz podwyższa się ich ogólna wartość. Z tego też względu jest bardzo pożądanym, gdyż podnosi ogólny stan całego przedsiębiorstwa, usprawnia go i znacząco zwiększa jego konkurencyjność. Oczywiście może on też w niektórych sytuacjach w pewnym stopniu hamować funkcjonowanie przedsiębiorstwa, jeśli np. innowacje nie zostały trafnie i w nieodpowiednim czasie wdrożone lub są zbyt trudne i skomplikowane albo też nie zostały dopasowane do specyfiki przedsiębiorstwa. Tak

więc kapitał intelektualny i rodzaje kapitału, które w sobie zawiera, są mocno ze sobą powiązane i wzajemnie bardzo mocno na siebie wpływają. Im bowiem większa jest wartość kapitału intelektualnego i im bardziej jest on rozwinięty – co oznacza mniejsze lub większe rozwinięcie poszczególnych typów kapitału, które go budują – tym większa jest konkurencyjność przedsiębiorstwa, także konkurencyjność międzynarodowa, ponieważ źródła innowacji można znaleźć (i najczęściej tak jest) za granicą.

Polskie przedsiębiorstwa są jednak niestety jeszcze bardzo nieufnie nastawione do wprowadzania nowości i nowatorskich pomysłów, szczególnie jeszcze tych niesprawdzonych. Wiele z nich boi się wprowadzenia innowacji i związanych z tym zmian, które mogą zakłócić równowagę przedsiębiorstwa, ale jednocześnie nie docenia korzyści, które z tego działania wypłyną. Oczywiście zachodnie przedsiębiorstwa mają większe szanse i więcej źródeł, aby zrealizować nowatorskie pomysły lub skorzystać z dobrych doświadczeń innych firm na zasadzie benchmarkingu, lecz jeśli polskie przedsiębiorstwa wprowadzają innowacje, to w większości pochodzą one właśnie z zachodnich firm, a nie są wytworem ich własnej kreatywności. Ograniczona ich liczba wynika w dużym stopniu z niewystarczającego dostrzegania problemu niskiej innowacyjności i tego, że powinno się przyjąć postawę mocno proinnowacyjną, a innowacje powinny mieć charakter proaktywny, a nie reaktywny, jako reakcja (i ratunek) na trudną sytuację przedsiębiorstwa. Nie wolno jednak zapomnieć też o utrudnieniach, jakie niesie rzeczywistość gospodarcza w Polsce.

Jak wynika z badań przedstawionych w różnych pozycjach literaturowych oraz z obserwacji przedsiębiorstw funkcjonujących na polskim rynku, najbardziej innowacyjne są duże przedsiębiorstwa, wskaźnik innowacyjności w przekroju lat 1998-2000 wynosił tutaj 54,2%; w średnich przedsiębiorstwach 23,2%, zaś najmniej innowacyjne były małe przedsiębiorstwa, gdzie wskaźnik innowacyjności utrzymywał się na poziomie 10,7% [Poznańska 2001, s. 154; Sektorowy program 2003, Internet 2004, s. 154]. W tym względzie należy jednak niewątpliwie wziąć pod uwagę także to, czy branża danego przedsiębiorstwa jest branżą przyszłościową, rozwojową, czy schyłkową. Można bowiem przypuszczać, że najbardziej skłonne do wprowadzania innowacji będą te przedsiębiorstwa, które mają największe szanse rozwoju (oraz oczywiście te nowoczesne, które walczą o rynek i klienta oraz próbują sprostać wymaganiom współczesnego trudnego rynku) i są to np., według terminologii OECD, branże: farmaceutyczna, biotechnologia, przemysł komputerowy, telekomunikacja.

Polskie przedsiębiorstwa powinny być coraz bardziej zainteresowane innowacjami i ich wdrażaniem, tym bardziej, że Polska od niedawna należy już do Unii Europejskiej oraz z powodu globalizacji, która narzuca wysokie wymagania przedsiębiorstwom pragnącym znaleźć swoje miejsce na rynku światowym. Nasze produkty i usługi bardzo często nie są jeszcze wystarczająco nowoczesne i dobre jakościowo, a procesy technologiczne i produkcyjne należałoby poddać moderni-

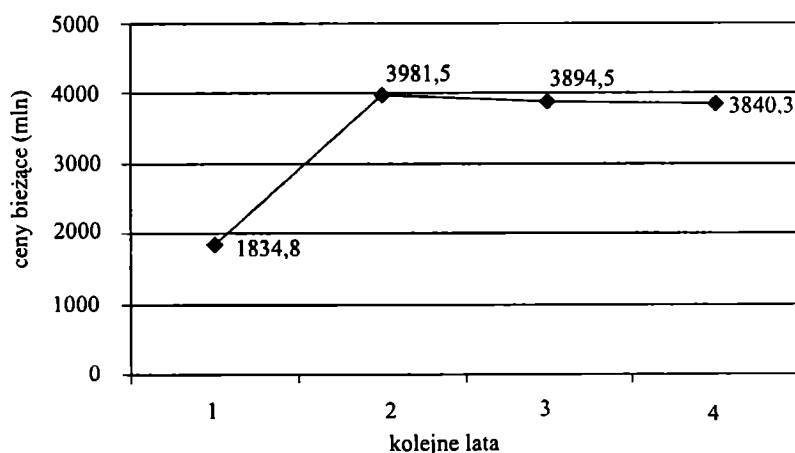
zacji. Z tego powodu krajowe przedsiębiorstwa często nie są w stanie sprostać wysokim wymaganiom zagranicznych konsumentów lub konkurować z zaawansowanymi wyrobami zagranicznych przedsiębiorstw.

3. Innowacyjność w polskich przedsiębiorstwach w obliczu stałego wzrostu znaczenia globalizacji

Istnieje wiele wskaźników i faktów, które pokazują stan innowacyjności polskich przedsiębiorstw. W niniejszej części zostanie zaprezentowanych kilka wybranych, aby podkreślić słabe przygotowanie naszego kraju, a tym bardziej naszych przedsiębiorstw, do konkurencji na rynku globalnym.

Jednym ze wskaźników, który mówi o innowacyjności przedsiębiorstw, jest wielkość nakładów ponoszonych na badania naukowe i wytwarzanie produktów nowoczesnej technologii. Przyczynia się to do rozwoju przedsiębiorstw, zwiększa ich innowacyjność lub chociażby daje szansę na wdrożenie większej liczby nowatorskich pomysłów i rozwiązań. W omawianym zakresie Polska zajmuje bardzo dalekie miejsce. Kiedy średnia w UE w 2002 r. wynosiła 1,99% PKB, Polska przeznaczała na ten cel 0,7% PKB (2001 r.) i wskaźnik ten niestety na przestrzeni ostatnich lat się obniżał. Najlepsze pod tym względem były Szwecja i Finlandia, którym jako jedynym udało się osiągnąć wskaźnik większy niż 3%, które zalecała Komisja Europejska. Wynosił on odpowiednio: dla Szwecji 4,27%, a dla Finlandii 3,49%. Najgorsze pod tym względem były Hiszpania (0,96% PKB) i Grecja (0,67% PKB). Wskaźnik dla np. Czech w 2001 r. wynosił 1,33%, a dla Węgier 0,80% [*Polska wśród państw...*, Internet 2004].

Nakłady na działalność badawczą i rozwojową również spadają (rys. 1).



Rys. 1. Nakłady bieżące na działalność badawczą i rozwojową w Polsce

Źródło: Rocznik Statystyczny GUS 2003, s. 332.

Zarówno niski wskaźnik udziału wydatków na badania i rozwój w PKB, jak i spadek nakładów na działalność badawczą i rozwojową są niepożądanym zjawiskiem, ponieważ następuje zahamowanie generowania wiedzy, jej kreowania, a to ogranicza działalność innowacyjną i powstawanie nowatorskich pomysłów. Przez to polskie przedsiębiorstwa tracą na konkurencyjności względem innych uczestników rynku. Niskie nakłady na b+r są niewątpliwie w dużym stopniu związane z trudną sytuacją gospodarczą Polski, co za tym idzie, i z sytuacją finansową wielu przedsiębiorstw.

Innym istotnym wyznacznikiem innowacyjności i konkurencyjności może być wielkość eksportu. Wyższy wskaźnik eksportu w danym przedsiębiorstwie świadczy, że szybciej zdobywa ono zagraniczne rynki i jest bardziej konkurencyjne od innych przedsiębiorstw. Jeśli zaś było w stanie zdobyć obcy rynek, to znaczy, że jest innowacyjne lub na swój sposób nowatorskie. Warto spojrzeć, jak kształtuje się wielkość eksportu w skali całego kraju. Wielkość eksportu w Polsce w ostatnich latach wzrasta. Jest to niewątpliwie pozytywne zjawisko (tab.1).

Tabela 1. Eksport Polski

Kolejne lata	1995	2000	2001	2002
Wielkość eksportu w mln zł	55 515,1	137 908,7	148 114,5	167 338,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie Rocznika Statystycznego GUS 2003, s. 463.

Mówiąc o eksporcie, nie wolno pominąć udziału produktów nowoczesnej technologii w eksporcie ogółem. Ten bardziej szczegółowy wskaźnik pokazuje np., że mimo iż eksport rośnie, nie wszystkie sprawy z tym związane zmierzają również w pożądanym kierunku. W Polsce w 2001 r. wspomniany udział wynosił tylko 2,6% (w 1999 r. 3,1%), kiedy w UE średnia wynosiła 19,8% (w 1999 r. 17,1%), na Węgrzech 20,7%, w Czechach 9,2%, a w dla USA aż 27,6% (1999 r.) [Sektorowy program..., Internet 2004, s. 11]. Dane te nie nastrajają zbyt optymistycznie, tym bardziej, jeśli porównujemy się do Węgier i Czech, które również nie są pionierami na rynkach zagranicznych, lecz znacznie nas wyprzedzają. Warto jednak wspomnieć, że nastąpił wzrost udziału Polski w światowych obrotach handlu zagranicznego: w eksporcie z 0,435% w 1989 r. do 0,6% w 2001 r., a w imporcie z 0,34% w 1989 r. do 0,8% 2001 r. [Sektorowy program..., Internet 2004, s. 10].

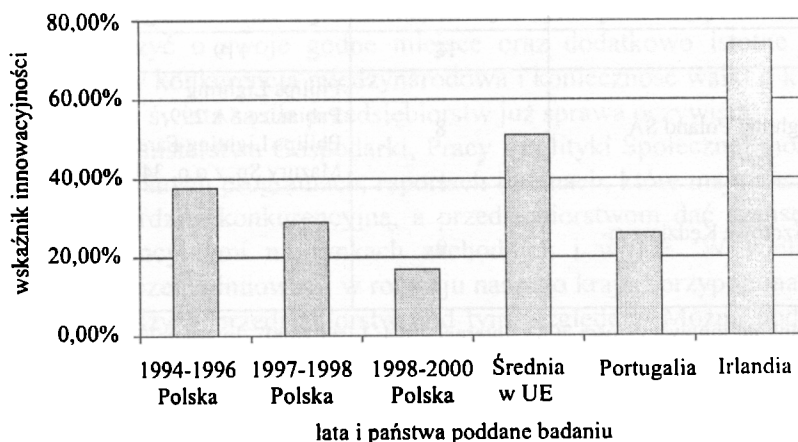
Innym istotnym wskaźnikiem, który ilustruje poziom innowacyjności polskich przedsiębiorstw, są nakłady na działalność innowacyjną w przemyśle. W roku 2001 nastąpiło obniżenie nakładów, ale w kolejnym roku wzrosły one o około 20% w stosunku do roku poprzedniego (tab. 2).

Tabela 2. Nakłady na działalność innowacyjną w przemyśle polskim

Kolejne lata	2000	2001	2002
Wielkość nakładów w cenach bieżących (mln zł)	12 234,7	11 501,4	13 848,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie Rocznika Statystycznego GUS 2003, s. 339.

Warto wspomnieć, że w ostatnich latach spada udział przedsiębiorstw innowacyjnych w populacji badanych przedsiębiorstw przemysłowych (wskaźnik innowacyjności). Wskaźnik ten kształtował się w latach 1994-1996 na poziomie 37,6% i spadł w latach 1997-1998 do 28,9%, a w latach 1998-2000 wynosił już tylko 16,9%. Zaznaczyć należy, że w krajach Unii Europejskiej średnia wartość tego wskaźnika to 51%, przy czym np. Portugalia miała 26%, a Irlandia aż 74% [Sektorowy program... 2003, Internet 2004, s. 18] (rys. 2).



Rys. 2. Udział przedsiębiorstw innowacyjnych w populacji badanych polskich przedsiębiorstw przemysłowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Sektorowy program... 2003, Internet 2004, s. 18].

Przy tej okazji należy wspomnieć o badaniu, które zostało przeprowadzone przez CASE Fundację Naukową, CASE – Doradcy Sp. z o.o. oraz „Rzeczpospolitą”, które miało na celu wyłonić najbardziej innowacyjne przedsiębiorstwa w Polsce w 2003 roku. Można było przypuszczać, że wiele z tych przedsiębiorstw, które znalazły się na omawianej liście, pojawi się również w rankingu 500 liderów przedsiębiorczości 2003 roku, z tego względu, że innowacyjność idzie w parze z konkurencyjnością przedsiębiorstwa lub w ogromnym stopniu na nią wpływa. Przedsiębiorstwa z listy najbardziej innowacyjnych wyróżniają się także pod

innymi względami, np. duży wskaźnik eksportu czy efektywność funkcjonowania. Wybrane przedsiębiorstwa wraz z miejscami w rankingach zostały zaprezentowane w tab. 3.

Tabela 3. Najbardziej innowacyjne polskie przedsiębiorstwa i ich miejsce w innych rankingach

Nazwa przedsiębiorstwa	Miejsce w rankingu innowacyjności (2003)	Miejsce na liście 500 liderów przedsiębiorczości (2003)	Znaczące miejsce w innych rankingach
Prokom Software SA	1	92	
GlaxoSmithKline Pharmaceuticals SA	3	113	
KGHM Polska Miedź SA	5	18	
Zakłady chemiczne Zachem SA	6	162	
Amika Wronki SA	7	154	
Dell Computer sp. z o.o.	13	448	
MPWiK m.st. Warszawa	16	231	
Anwil SA	18	119	
Philips Lighting Poland SA	8	Philips Lighting Pabianice SA 299, Philips Lighting Farel Mazury Sp. z o.o. 349	17 miejsce w rankingu 100 największych eksporterów
Zakłady Azotowe Kędzierzyn-Koźle	9		42 miejsce w rankingu 100 największych eksporterów

Źródło: [Ranking innowacyjności 2003, Internet 2004; Lista „500”, Internet 2004; Lista 100.... Internet 2004].

Nie wolno zapomnieć o kwestii bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ), które w dużym stopniu wpływają na poziom innowacji. W ostatnich latach ich wielkość, jak też udział w PKB spadły (tab. 4). Mimo to, pocieszający jest fakt, że od początku transformacji do połowy 2002 r. łączna wartość BIZ usytuowała Polskę na 5 miejscu wśród państw Europy Środkowo-Wschodniej (po Czechach, Węgrzech, Estonii i Słowacji) [Sektorowy program... 2003, Internet 2004, s. 17].

Tabela 4. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce

Kolejne lata	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Mld USD	2,51	5,2	5,68	9,57	7,89	10,6	7,15	6,06	6,42
% PKB	1,85	3,38	3,7	5,66	4,8	6,37	3,85	3,17	3,06

Źródło: [Raport Przedsiębiorczość w Polsce 2004, Internet 2004].

Analizując zaprezentowane w bieżącym punkcie dane i obserwując krajową gospodarkę, należy stwierdzić, że w zasadzie poziom innowacyjności w Polsce jest niski, a dodatkowo – że sytuacja w tym względzie pogarsza się, zamiast się polepszać. Pokazane wskaźniki ilustrujące poziom innowacyjności w Polsce i porównujące Polskę do innych krajów uwiadcniają, jak daleko nam jeszcze, aby stać się w pełni konkurencyjnym partnerem w Unii Europejskiej i na rynku globalnym.

Można wskazać wiele powodów niskiej innowacyjności w Polsce. Są to m.in.: ogólny stan gospodarki, zła sytuacja ekonomiczna przedsiębiorstw, polityka przemysłowa (mimo że są stale podejmowane działania i formułowane programy, aby poprawić istniejący stan rzeczy), niedostrzeganie problemu przez wielu pracowników, niewystarczająca oferta ze strony instytucji naukowo-badawczych i brak instrumentów transferu technologicznego [Poznańska, Internet 2004, s. 6].

Jak już wspomniano, podejmowano oczywiście próby polepszenia tej sytuacji, np. próbowano wdrażać i realizować różnego rodzaju programy mające na celu usprawnienie funkcjonowania naszej gospodarki, ułatwienie naszym przedsiębiorstwom zdobywanie zagranicznych rynków oraz stworzenie im możliwości rozwoju, co szczególnie ważne jest teraz, kiedy Polska jest nowym członkiem w UE i musi walczyć o swoje godne miejsce oraz dodatkowo istotne w dobie globalizacji, kiedy konkurencja międzynarodowa i konieczność walki o klientów z różnych zakątków świata są dla przedsiębiorstw już sprawą oczywistą.

Na stronie Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej można przeczytać o wspomnianych programach, raportach i planach, które mają naszą gospodarkę uczynić bardziej konkurencyjną, a przedsiębiorstwom dać szansę stać się bardziej konkurencyjnymi na rynkach zachodnich i w UE. W wielu z nich podkreśla się znaczenie innowacji w rozwoju naszego kraju i przypomina o bardzo słabym stanie naszych przedsiębiorstw pod tym względem. Można podać tu np. [Ministerstwo Gospodarki..., Internet]:

- Sektorowy program operacyjny. Wzrost konkurencyjności gospodarki, lata 2004-2006 (Warszawa, luty 2003),
- Program zwiększania innowacyjności gospodarki w Polsce do 2006 roku (Warszawa, lipiec 2000),
- Strategia Gospodarcza Przedsiębiorczość – Rozwój – Praca (Warszawa, styczeń 2002),
- Program promocji jakości do 2006 roku,
- Program promocji gospodarczej Polski do 2005 roku (Warszawa, wrzesień 2003),
- IV i V Program Ramowy, ESPRINT (technologie informatyczne), BRITE (badania w zakresie technologii przemysłowych) czy RACE (technologie komunikowania) [Poznańska 2001, s. 155].

Tak więc i państwo, i same przedsiębiorstwa dostrzegają problem, jednak nie reagują na niego w sposób odpowiednio intensywny, a firmy, mimo że wiedzą o problemie, w niewystarczającym stopniu działają w tym względzie.

4. Zakończenie

Prezentowane wyniki nie stawiają Polski w dobrym świetle i nie rokuja jej, jak na razie, błyskotliwej kariery na rynkach zagranicznych. Innowacyjność w Polsce jest bardzo słabo rozwinięta, jednak jest tematem dość popularnym. Istotne jest, że dostrzeżono już problem, który jak najszybciej powinien zostać rozwiązany. Kwestia innowacyjności powinna być traktowana poważnie, jak walka o zagranicznego klienta i miejsce krajowych przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych. Tworzone programy naprawcze i mające na celu podniesienie konkurencyjności naszej gospodarki powinny być realizowane dokładniej i skuteczniej. Przedsiębiorstwa, a raczej kadra tych przedsiębiorstw powinna bardziej ufnie podchodzić do nowości, zmian i innowacji, ponieważ bez nich przedsiębiorstwo długo nie przetrwa na tak konkurencyjnym rynku globalnym, gdzie zasady walki o klienta są wyraźne, ostre i liczy się jakość, szybkość i podążanie za nowościami, a nieraz nawet wyprzedzanie. Zatem polskie przedsiębiorstwa muszą jeszcze dużo uczynić, i to nie tylko w kwestii innowacyjności, aby stać się realnym zagrożeniem dla firm zagranicznych.

Literatura

- Edvinsson L., Malone M.S., *Kapitał intelektualny*, PWN, Warszawa 2001.
- Encyklopedia organizacji i zarządzania*, PWE, Warszawa 1982.
- Kotler Ph., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner i Ska, Warszawa 1994.
- Lista „500” – liderzy przedsiębiorczości 2003 r., strona internetowa Państwowej Akademii Nauk. <http://www.inepan.waw.pl/images/lista1.bmp>, Internet: 28 czerwca 2004.
- Lista 100 największych eksporterów w 2003 r., strona internetowa Polityki. http://polityka.onet.pl/rank500_2004/listaexp/, Internet: 28 czerwca 2004.
- Penc J., *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa. Zasady działania, warunki sukcesu*, Agencja Wydawnicza Placet Warszawa 1999.
- Polska wśród państw zaniebujących nauką i technikę*. Dostępne w Internecie jako: <http://www.rzeszow.uw.gov.pl/ie/print.php?mid=77>, Internet: 28 czerwca 2004.
- Poznańska K., *Innowacyjność jako źródło przewagi konkurencyjnej polskich przedsiębiorstw*, Centrum Wiedzy, <http://ww.centrumwiedzy.edu.pl/cw/print.php?ca=396>, Internet: 28 czerwca 2004.
- Poznańska K., *Innowacyjność jako czynnik determinujący wzrost konkurencyjności polskich przedsiębiorstw*, [w:] *Strategie i konkurencyjność przedsiębiorstw po dziesięciu latach transformacji*. Materiały z II ogólnopolskiej konferencji naukowej, red. nauk. M. Moszkowicz, Polanica Zdrój 2001.
- Ranking innowacyjności 2003, <http://www.case.com.pl>, Internet: 28 czerwca 2004.
- Raport *Przedsiębiorczość w Polsce 2004*, strona Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, http://www.web.mg.gov.pl/portalout/cig_OIShow.jsp, za obliczenia DAE MgiP na podstawie danych PAliIZ i GUS, Internet: 28 czerwca 2004.
- Rocznik Statystyczny GUS 2003.
- Romanowska M., *Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, PWE Warszawa PWE 2004.

Sektorowy program operacyjny. Wzrost konkurencyjności gospodarki, lata 2004-2006, Warszawa luty 2003., www.zpp.pl/zpp/prawo/sektorowy_program_operacyjny_konkurencyjnosci.pdf, Internet: 28 czerwca 2004.

Strona internetowa Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, <http://web.mg.gov.pl/portalout/mgpiis/index.htm>, Internet: 28 czerwca 2004.

Srzednicki A., *Metoda zarządzania przez innowacje*, [w:] *Zarządzanie wiedzą a procesy restrukturyzacji i rozwoju przedsiębiorstw*. Materiały konferencyjne. red. R. Borowiecki. Wydawnictwo AE, Kraków 2000.

INNOVATION: A DETERMINANT OF INCREASING COMPETITIVENES OF ENTERPRISES IN THE GLOBAL MARKET

Summary

The article points the importance of innovations for the success of modern enterprises at the global market. The author of this article also tries to show, that a lot of Polish enterprises have to pay much more attention to that. The author proves that at the present time the innovations become one of the most important key success factors of a modern firm.

Mgr Agnieszka Jasińska jest doktorantką w Katedrze Teorii Organizacji i Zarządzania Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.