

GOSPODARKA A ŚRODOWISKO

Innowacyjność w gospodarce

Redaktor naukowy
Andrzej Rapacz

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego
we Wrocławiu

Komitet Redakcyjny

*Andrzej Matysiak (przewodniczący),
Tadeusz Borys, Jan Lichtarski, Adam Nowicki, Zdzisław Pisz,
Waldemar Podgórski, Wanda Ronka-Chmielowiec, Jan Skalik, Stanisław Urban*

Recenzenci

*Włodzimierz W. Gaworecki, Zdzisław Knecht,
Ewa Okoń-Horodyńska, Aleksander Panasiuk*

Redaktor Wydawnictwa

Joanna Świrska-Korlub

Redaktor techniczny

Barbara Łopusiewicz

Korektor *Teresa*

Wilniewicz

Projekt okładki

Maciej Szlapka

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2008

PL ISSN 1899-3192
PL ISSN 1732-0690

Druk i oprawa: Zakład Graficzny UE we Wrocławiu. Zam. 359/08

Spis treści

Wstęp	9
Magdalena Rękas: Podatkowe instrumenty wspierania działalności innowacyjnej w Polsce i innych krajach Unii Europejskiej	11
Małgorzata Markowska: Społeczne postrzeganie innowacji w krajach UE (na podstawie badań Eurobarometer)	22
Danuta Strahl: Zróżnicowanie innowacyjności europejskiej przestrzeni regionalnej	30
Elżbieta Pohulak-Żołędowska: Wpływ technologii informacyjno-komunikacyjnych na funkcjonowanie przedsiębiorstw	43
Elżbieta Nawrocka: Perspektywy rozwoju gospodarki turystycznej opartej na wiedzy w Polsce	53
Renata Przeorek-Smyka: Identyfikacja obszarów innowacji proekologicznych w przedsiębiorstwach turystycznych	67
Bartosz Bartniczak: Próba identyfikacji pozarynkowych ekonomicznych stymulatorów ochrony środowiska	76
Izabela Michalska-Dudek, Andrzej Rapacz: Wykorzystanie narzędzi marketingu bezpośredniego przejawem działalności innowacyjnej biur podróży	84
Małgorzata Januszewska: Proces dyfuzji innowacji w gospodarce turystycznej	101
Anetta Zielińska: Fundusze unijne dla zrównoważonej turystyki na obszarach Natura 2000	114
Tomasz Kołakowski: Projekty turystyczne – istota, rodzaje, opłacalność	124
Daria Elżbieta Jaremen: Metody i techniki oceny poziomu jakości w sferze usług turystycznych	133

Maja Jedlińska: Pozycjonowanie produktu na przykładzie wybranych systemów hotelowych	145
Barbara Marciszewska: Indywidualne doświadczenia turysty a ekonomia	158
Piotr Gryszel: <i>Yield management</i> jako metoda zarządzania operacyjnego w przedsiębiorstwie turystycznym	166
Piotr Zawadzki: Ekonomiczne aspekty funkcjonowania rynku mediów	182

Summaries

Magdalena Rękas: Tax Instruments in Support of Innovation Performance in Poland and Other EU Countries	21
Małgorzata Markowska: Social Perception of Innovation in EU Member Countries (Based on Eurobarometer Research)	29
Danuta Strahl: Diversification of Innovation in the European Regional Space	41
Elżbieta Pohulak-Żołędowska: The Influence of ICT on Functioning of Enterprises	51
Elżbieta Nawrocka: The Perspectives of Knowledge Intensive Tourism Economy Development in Poland	65
Renata Przeorek-Smyka: Identification of Pro-Ecological Innovations Areas in Tourist Enterprises	75
Bartosz Bartniczak: Off-Market Economics Stimulators of Environmental Protection	82
Izabela Michalska-Dudek, Andrzej Rapacz: The Implementation of Direct Marketing Tools as a Symptom of Innovative Activities Performed by Travel Agencies	99
Małgorzata Januszewska: The Process of Innovation Diffusion in Tourism Economy	113
Anetta Zielińska: European Union Funds for Sustainable Tourism at Natura 2000 Areas	123

Tomasz Kolakowski: Definition, Types and Effectiveness of Tourism Projects	132
Daria Elżbieta Jaremen: Methods and Techniques for Quality Level Assessment in the Sector of Tourism Services	144
Maja Jedlińska: Product Positioning on the Example of Selected Hotel Systems	157
Barbara Marciszewska: Individual Experiences of a Tourist Vs. Economics	164
Piotr Gryszel: Yield Management as the Method of Operational Management in a Tourist Enterprise	181
Piotr Zawadzki: Economic Aspects of Media Market Functioning ...	192

Wstęp

Innowacyjność jest określeniem często pojawiającym się w publikacjach książkowych, artykułach, obecnym w dyskusjach przedstawicieli świata nauki i praktyki (przedsiębiorców), a także w dokumentach i programach dotyczących polityki gospodarczej. Powszechnie uważa się ją za czynnik rozwoju przedsiębiorstw oraz całych państw w wymiarze gospodarczo-społecznym. Warto jednak zwrócić uwagę, że nie ma jednej powszechnie obowiązującej definicji tego zjawiska. W literaturze przedmiotu podkreśla się, że innowacyjność jest czynnikiem warunkującym intensyfikację i racjonalizację procesów wytwórczych i usługowych. Pojęcie to łączy się z innowacjami, ponieważ innowacyjność i innowacje należy postrzegać jako szeroki i wewnętrznie złożony zestaw środków do podnoszenia sprawności gospodarowania, budowania pozycji konkurencyjnych i uzyskiwania wymiernych korzyści przez przedsiębiorstwa, regiony, gospodarki narodowe i społeczeństwa. Przez pojęcie innowacyjności rozumie się zdolność podmiotu gospodarczego (organizacji) do systematycznego poszukiwania, wdrażania i upowszechniania innowacji. Z kolei te ostatnie określa się jako proces obejmujący wszystkie działania związane z kreowaniem pomysłu (nowego produktu), a następnie z jego wdrażaniem¹. Innowacje mają decydujący wpływ na rozwój przedsiębiorstw, a w konsekwencji całych gospodarek. Innowacyjność i innowacje nie są ostatecznym celem funkcjonowania przedsiębiorstw i gospodarek. Mają one być środkiem do podwyższania dochodów, podnoszenia poziomu konsumpcji obywateli i zapewnienia szans rozwoju społecznego w przyszłości.

Najczęściej innowacje dzieli się na produktowe i procesowe, a ponieważ nie są one jednorodne, warto przytoczyć ich klasyfikację zaproponowaną przez J. Schumpetera. Wyróżnił on pięć kategorii innowacji:

1. Wprowadzenie nowego produktu lub istotne udoskonalenie jakości istniejącego produktu.
2. Wprowadzenie nowej lub istotnie zmodernizowanej metody wytwarzania.

¹ Por. A. Pomykański, *Innowacje*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2001, s. 13 i nast.

3. Stworzenie nowego segmentu rynku lub skuteczne wejście na geograficznie nowy rynek.

4. Zdobycie nowego źródła zaopatrzenia w surowce lub półprodukty.

5. Wprowadzenie nowego typu organizacji przedsiębiorstwa².

Podział ten zarysowuje szerokie ramy problematyki innowacji. Są one przesłanką budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw oraz czynnikiem kształtującym wzrost gospodarczy. Ekonomiści oceniają, że ok. 2/3 tego wzrostu w krajach rozwijających należy łączyć właśnie z wprowadzeniem innowacji.

Prezentowane w zeszycie Prac Naukowych artykuły podejmują kwestie innowacyjności i innowacji. Wybór przez autorów poszczególnych zagadnień dotyczących innowacyjności wynika nie tylko z ich zainteresowania tą problematyką, ale także z potrzeby zwrócenia uwagi na znaczenie innowacji w rozwoju gospodarczym (w przedsiębiorstwach, regionach). Wśród problemów, które znalazły się w obszarze zainteresowania autorów prezentowanych publikacji, można wyróżnić przede wszystkim zagadnienia:

- pomiaru innowacyjności w wymiarze regionalnym i gospodarek narodowych krajów UE,
- instrumentów wspierania działalności innowacyjnej,
- społecznego postrzegania innowacji w krajach UE,
- wpływu nowej gospodarki na funkcjonowanie przedsiębiorstw,
- obszarów innowacji proekologicznych w przedsiębiorstwach turystycznych działających na terenach wiejskich,
- przejawów innowacji w działalności marketingowej przedsiębiorstw turystycznych.

Prezentowane artykuły nie obejmują złożoności problematyki innowacyjności i innowacji w gospodarce. W wielu przypadkach mają charakter dyskusyjny. Mają one jednak stanowić przyczynek do lepszego poznania omawianych kwestii.

Andrzej Rapacz

² Por. J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 104.