

WSTĘP

W dobie gospodarki globalnej kluczowe staje się dążenie każdej organizacji, przedsiębiorstwa, firmy, instytucji do uzyskania przewagi konkurencyjnej, która – jeśli nawet nie przekłada się wprost na znaczny sukces rynkowy – pozwala jednak zachowywać określoną pozycję na rynku. W miarę wzrostu konkurencji rośnie zapotrzebowanie na długotrwały sukces, na osiągnięcie względnie trwałej przewagi konkurencyjnej.

Era globalizacji i informacji to czas burzliwych zmian, które wymuszają na organizacjach gotowość do ciągłej ewolucji. Powodują konieczność rozwijania nie tylko zdolności adaptacyjnych, ale także wprowadzania nowych rozwiązań ułatwiających wyprzedzenie konkurencji. Działając w globalnym i burzliwym otoczeniu organizacje zaczynają coraz częściej upatrywać w innowacjach szansy na rozwój i ekspansję. Warunkiem sukcesu opartego na innowacjach jest działanie przedsiębiorcze uwzględniające aspekty etyczne, ekologiczne, integrujące zróżnicowane kulturowo środowiska. Przed zarządzaniem stają coraz bardziej istotne wyzwania. Dotyczą one przede wszystkim stymulowania innowacyjności poprzez wyzwalamie kreatywności i wspomaganie przedsiębiorczości. Zachodzące zmiany dają asumpt do eksploracji nowych obszarów, dyskusji, dociekań naukowców i praktyków.

Wymóg konkurowania w otoczeniu sprawia, że organizacje starają się z przedsiębiorczości uczynić trwałą kompetencję, która byłaby w stanie zapewnić im osiągnięcie naturalnych celów rozwoju i wyprzedzenia. Przedsiębiorczość należy traktować jako permanentne odkrywanie i wykorzystywanie szans. Ta postawa tworzy przestrzeń dla zarządzania strategicznego, opartego na innowacjach, którego przedmiotem zainteresowania jest rozwój, tworzenie nowych wartości dla klientów, a tym samym pomnażanie zysków przedsiębiorstw.

Dzięki kreatywnemu, unikalnemu podejściu do tworzenia wartości przedsiębiorcy uzyskują przewagę konkurencyjną, przedłużając tym samym czas obecności firmy w przestrzeni gospodarczej. Samozadowolenie jest największym zagrożeniem ustabilizowanych, dobrze prosperujących przedsiębiorstw. Aby uniknąć tego zagrożenia muszą one realizować permanentną strategię innowacyjną. Systematyczna innowacja polega na celowym i zorganizowanym poszukiwaniu zmian i na systematycznej analizie okazji do społecznej lub gospodarczej innowacji.

W celu pełnego zrozumienia zachowań innowacyjnych oraz przedsiębiorczych ludzi i organizacji sięga się do wielu badań w rozproszonych obszarach, w których te procesy się odbywają. Siły wpływające na kształt tych procesów są głównie natury społeczno-ekonomicznej, dlatego badania nad nimi albo

objaśniają problem tylko z jakiegoś punktu widzenia, albo też uzurpują sobie prawa do całościowego spojrzenia opartego na podejściu interdyscyplinarnym. Obszary innowacji i przedsiębiorczości przenikają się wzajemnie; są przedmiotem zainteresowania nauki i praktyki gospodarczej, co udowadnia lektura niniejszego opracowania.

Zawarta w niniejszej książce debata nad ważnymi aspektami innowacji i przedsiębiorczości zawiera także egzemplifikowane przypadki opisujące sytuacje zaczerpnięte z życia rzeczywistych organizacji. Problemami, możliwościami, projektami, sukcesami i porażkami procesów innowacyjno-przedsiębiorczych dzielą się z Czytelnikami zarówno naukowcy, teoretycy, jak też praktycy szeroko rozumianego zarządzania.

Praca podzielona jest umownie na dwie części. Pierwsza z nich, obejmująca obszar tematyczny innowacji, zawiera następujące zagadnienia:

- wzajemne powiązania obszaru kreatywności, przedsiębiorczości, innowacyjności oraz systemu wdrażania wiedzy,
- stymulowanie i wspieranie innowacyjności w drodze otwartych działań innowacyjnych, realizacji projektów, wykorzystania inżynierii wartości i foresightu oraz aktywności sfery badawczo-rozwojowej,
- bariery innowacyjności,
- innowacje w branżach (turystycznej, transportowej), inwestycjach publicznych i w kontekście ekologicznym.

Część druga pokazuje wieloaspektowe podejście do przedsiębiorczości, rozumianej jako wszelka działalność gospodarcza, a w szczególności zawiera:

- wielkość i jakość oraz uwarunkowania rozwoju obszaru MŚP,
- wspieranie firm nowo powstających,
- przedsiębiorczość akademicką dotyczącą zachowań przedsiębiorczych studentów i uczelni,
- alianse strategiczne wspierające przedsiębiorczość (partnerstwo publiczno-prywatne),
- przedsiębiorcze modele biznesu (blogowanie, Lean Management, Virtual Plant).

Innowacyjność, przedsiębiorczość (i zatrudnienie) znalazły się w centrum działań strategicznych sformułowanych przez Radę Europejską w Lizbonie. Niniejszy zbiór poszerza zakres dociekań w tych obszarach, został bowiem przygotowany z zamiarem ich stymulowania oraz zbliżenia nauki do biznesu. Jest owocem dzielenia się wiedzą, jej rozprzestrzeniania, pokazuje wiele spojrzeń i różne poglądy wyrażane w świecie nauki i praktyki.

Pozostaje nam wyrazić nadzieję, że Czytelnik znajdzie w niniejszej publikacji odpowiedź na frapujące Go pytania, dotyczące nie tylko innowacji i przedsiębiorczości, lecz także szerokiego kontekstu społeczno-ekonomicznego, w jakim funkcjonują współczesne organizacje.