

mgr Marta Grądział¹

Wydział Finansów
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Wiedza i innowacje podstawą tworzenia przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy

WPROWADZENIE

Potrzeba wyróżnienia specyficznych cech charakterystycznych dla współczesnej gospodarki, która w coraz większym stopniu bazuje na kapitale wiedzy doprowadziła do powstania koncepcji gospodarki opartej na wiedzy (*knowledge based economy*). Gospodarka oparta na wiedzy wskazuje na zasadnicze różnice w porównaniu do dominującej w przeszłości gospodarki przemysłowej. Nie oznacza to, że gospodarka przemysłowa nie korzystała z kapitału wiedzy, jednak jej rozwój w znacznym stopniu bazował na kapitale rzeczowym i sile roboczej [Welfe, 2007, s. 7].

Warto zwrócić uwagę na fakt, iż obecnie zasób wiedzy, jaką dysponuje społeczeństwo podwaja się średnio co pięć lat; ponadto czas ten podlega systematycznemu skracaniu. Na przełomie XX i XIX wieku było to aż pięćdziesiąt lat [Fic, 2005, s. 95]. Era przemysłowa dobiegła końca, najważniejszym kapitałem przedsiębiorstw stają się wiedza, informacja, kapitał intelektualny, z kolei kapitał materialny, ziemia, praca schodzą na dalszy plan [Drucker, 1999, s. 13].

GOSPODARKA OPARTA NA WIEDZY

Cechą charakterystyczną dla gospodarki opartej na wiedzy (GOW) jest dominujący udział sektora usług w wytwarzaniu PKB oraz zatrudnieniu. GOW opiera się na wykorzystaniu wiedzy i informacji, jest uznawana za doktrynę gospodarczą ukierunkowaną na zdynamizowanie gospodarki rynkowej.

¹ Adres korespondencyjny: Wydział Finansów, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków, e-mail: marta_gradziel@wp.pl.

Aby zapewnić rozwój GOW niezbędne jest zapewnienie współdziałania trzech obszarów:

- rządowego;
- akademickiego;
- biznesowego.

Wyzwania stawiane przed GOW mają charakter zarówno biznesowy, administracyjny jak i społeczny. Warto zwrócić również uwagę na ich strategiczną funkcję, w dobie coraz lepiej wykształconego społeczeństwa nie można dopuścić do ograniczania dostępu do wiedzy i informacji [Skrzypek, 2011, s. 271]. Jerzy Kleer przedstawia następujące warunki wyjściowe, jakie ma spełniać GOW:

- gospodarka osiąga wysoki poziom rozwoju, obecnie ok. 20 tys. dolarów na mieszkańca, a struktura PKB charakteryzuje się 70-procentowym udziałem usług w jego tworzeniu,
- społeczeństwo charakteryzuje się wysokim poziomem edukacyjnym:
 - wykształcenie średnie miara powszechna,
 - wyższe wykształcenie zdobyła co najmniej połowa ludności czynnej zawodowo,
- GOW to gospodarka innowacyjna, udział nakładów na badania i rozwój stanowi około 3% PKB,
- innowacyjność jest funkcją co najmniej trzech zmiennych:
 - kreatywności ludzi,
 - popytu na innowacje
 - odpowiedniego klimatu proinnowacyjnego, jaki musi tworzyć państwo,
- gospodarka i społeczeństwo mają charakter otwarty,
- GOW tworzy nową strukturę ekonomiczną i społeczną oraz wymusza istotne modyfikacje w funkcjach sektora publicznego [Kleer, 2003, s. 271].

KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTWA

Konkurencyjność najczęściej definiuje się jako zdolność kraju lub przedsiębiorstwa do tworzenia większego bogactwa niż konkurenci. Największe sukcesy są domeną organizacji, które swoją przewagę konkurencyjną tworzą na podstawie takich czynników jak wiedza, innowacje, kapitał intelektualny. Należy jednak podkreślić, że przedsiębiorstwo nie jest jedynym właścicielem tego kapitału intelektualnego, wiedzy, mądrości. Są one również własnością pracowników, klientów [Kłak, 2010, s. 13].

Konkurencyjność przedsiębiorstw zależy od wielu czynników, zarówno zewnętrznych jak i wewnętrznych. Do grupy czynników zewnętrznych zalicza się np. politykę państwa i innych instytucji ściśle związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstw, stan infrastruktury materialnej oraz intelektualnej, relacje z kontrahentami i konkurentami. Do drugiej grupy determinant konkurencyjności na-

leży zaliczyć m.in.: sposób zarządzania, zasoby kapitału obrotowego, nowe technologie, jakość produktów [Poznańska, 2003, s. 1].

Zajmując się kwestią konkurencyjności i jej determinant Jerzy Borowski zaprezentował złote reguły, które, jeśli będą przestrzegane, dają dużą szansę na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej zarówno w skali przedsiębiorstwa, jak i gospodarki. J. Borowski zwraca uwagę nie tylko na aspekty dotyczące polityki państwa, ale również na konieczność ponoszenia kosztów dotyczących inwestycji technologicznych oraz dbanie o wysoki poziom wykształcenia społeczeństwa [Prystrom, 2013, s. 103]. Poniżej ukazano złote reguły konkurencyjności:

- stwarzaj stabilne i przejrzyste środowisko legislacyjne,
- pracuj nad elastycznością i prężną strukturą organizacyjną,
- inwestuj w tradycyjną i technologiczną infrastrukturę,
- promuj oszczędności prywatne i inwestycje krajowe,
- rozwijaj agresywność na rynkach zagranicznych i atrakcyjność dla inwestycji zagranicznych,
- koncentruj się na jakości, szybkości, i przejrzystości w rządzie i administracji,
- zachowuj relacje między poziomem płac, wydajnością i podatkami,
- eliminuj nadmierne zróżnicowanie płac i wzmacniaj klasę średnią,
- inwestuj mocno w edukację, szczególnie na poziomie średnim i wyższym oraz kształcenie ustawiczne pracowników,
- utrzymuj równowagę między korzyściami, aby zapewnić tworzenie bogactwa przy równoczesnej dbałości o zachowanie systemu wartości, który cenią obywatele [Borowski, 2008, s. 88].

Szczególne miejsce wśród czynników warunkujących konkurencyjność przedsiębiorstw zajmują wiedza i innowacje.

WIEDZA I INNOWACJE JAKO CZYNNIKI KONKURENCYJNOŚCI

Analizując innowacje jako źródło przewagi konkurencyjnej należy zwrócić uwagę na cechy jakimi powinno charakteryzować się przedsiębiorstwo nastawione na innowacje. Według Andrzeja Jasińskiego przedsiębiorstwo zorientowane na innowacje:

- prowadzi w szerokim zakresie prace badawczo-rozwojowe,
- dokonuje zakupu nowych produktów, nowych technologii,
- przeznacza dość wysokie nakłady na taką działalność,
- systematycznie wdraża nowe rozwiązania,
- stale wprowadza innowacje na rynek,
- w wolumenie jego produkcji zauważa się istotny udział nowości, zarówno wyrobów jak i technologii [Jasiński, 1992, s. 25].

Innowacje, jako czynniki warunkujące konkurencyjność przedsiębiorstwa, decydują nie tylko o tempie i kierunkach rozwoju gospodarczego, lecz również

w dużym stopniu określają formy i strukturę międzynarodowej współpracy przedsiębiorstw. Należy zatem uznać, iż innowacje są czynnikiem determinującym międzynarodową konkurencyjność przedsiębiorstw. O przewadze konkurencyjnej przedsiębiorstw obecnie decyduje tempo oraz zakres kreowania i wdrażania innowacji. Znaczenie innowacji jako źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw podkreśla wielu autorów, w tym m.in.: John Kay, Garry Hamel, Coimbatore K. Prahalad, Michael Porter, Herman Simon i inni.

Wśród tych koncepcji warto zwrócić uwagę na koncepcje Kaya i Hamela, Prahalada. Według Kaya o sukcesie firmy można mówić wtedy, gdy prawidłowo rozpoznawane są jej zdolności oraz dokonano wyboru odpowiednio dopasowanego do niej rynku. Kay do podstawowych źródeł przewagi konkurencyjnej zalicza architekturę, reputację, innowacje (dotyczące zarówno technologii, jak i systemów organizacji i zarządzania) oraz zasoby strategiczne. Biorąc po uwagę oryginalność, innowacje wg Kaya dzielone są na oryginalne (będące bazą dla długotrwałej przewagi konkurencyjnej) oraz imitacje (dają szansę osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, jest ona jednak nietrwała).

Warto zwrócić również uwagę na jeszcze jedną kwestię; pomimo tego, iż to innowacje oryginalne stanowią podstawę przewagi konkurencyjnej, to jednak bardzo często trudno jest taką przewagę zachować na własność. Mamy bowiem do czynienia z naśladownictwem, co za tym idzie – pionier danej innowacji nie osiąga efektów rynkowych, lecz są one udziałem wielu firm.

Również Porter zwraca uwagę na innowacje jako kluczowe źródło przewagi konkurencyjnej. Według Portera firmy osiągają przewagę konkurencyjną przez działania innowacyjne. Dążą do innowacji w jej najszerszym rozumieniu, zarówno w znaczeniu nowej techniki, jak i nowych sposobów postępowania. Dostrzegają nową podstawę konkurowania albo ulepszają istniejące już sposoby konkurowania [Poznańska, 2003, s. 2].

Na ważną rolę innowacji jako źródła przewagi konkurencyjnej zwraca również uwagę druga koncepcja, opracowana przez Hamela i Prahalada. Autorzy zakładają, iż wykreowanie w przedsiębiorstwie kluczowych kompetencji pozwala mu zdobyć długotrwałą przewagę konkurencyjną. Innowacyjne kompetencje przedsiębiorstw są podwaliną do rozwoju nowych branż i rynków zbytu. Praca nad kluczowymi kompetencjami zaczyna się z wyprzedzeniem ok. 5–10 lat w stosunku do obecnych produktów i wykorzystywanych technologii. Za źródło kluczowych kompetencji uznaje się nowe koncepcje dotyczące zaspokajania potrzeb odbiorców.

Koncepcja Hamela i Prahalada jest ukierunkowana na przyszłość. Zgodnie z tą koncepcją tempo zmian społecznych generujących powstawanie nowych potrzeb, nowych dziedzin, ogromnych zmian w tradycyjnie działających gałęziach gospodarki cały czas rośnie. Korzystanie z dotychczas stosowanych zasad nie jest w stanie zapewnić długotrwałego sukcesu przedsiębiorstwa. Należy zatem skupić

się na osiągnięciu sukcesu poprzez proponowanie nowych produktów i usług. Innowacyjność jest więc podstawą osiągnięcia przewagi konkurencyjnej [Poznańska, 2003, s. 2].

Według Petera Druckera, techniki wykorzystywania zgromadzonej wiedzy, jakie są obecnie stosowane celem usprawnienia wytwarzania narzędzi produkcji oraz usprawnienia organizacji procesów produkcyjnych, również stanowią czynnik rozwijający wiedzę [Drucker, 1998, s. 21].

Efektem takiego stanu rzeczy jest znacznie przyspieszone tempo rozwoju wszelkiego rodzaju innowacji, zarówno produktowych, technologicznych, jak i finansowych, organizacyjnych, społecznych. Wiedza stała się zasadniczym czynnikiem wytwórczym, zasadniczym zasobem w przedsiębiorstwach, decydującym o ich możliwościach. Pojawia się również niezauważalna wcześniej faza tworzenia i rozpowszechniania wiedzy technicznej i naukowej, ukształtował się nowy sposób organizacji wielu rodzajów produkcji [Kłak, 2010, s. 200].

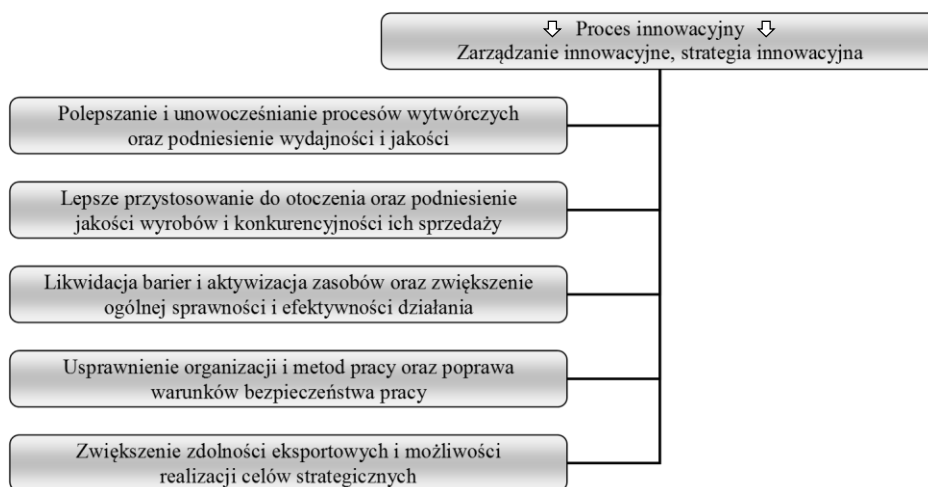
Na innowacyjność jako zasadniczy składnik budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw wskazują również stosowane strategie przedsiębiorstwa. Podstawą realizacji strategii wzrostu przedsiębiorstwa zaprezentowanej w macierzy Harry'ego Igora Ansoffa produkt-rynek jest innowacyjność produktowa i technologiczna [Poznańska, 2003, s. 3].

Warto jednak podkreślić, iż obecnie coraz większą wagę przywiązuje się do innowacji w zarządzaniu, ochronie środowiska oraz społecznych, a nie tylko do innowacji technicznych. Według Druckera, innowacje inne niż technologiczne również wywierają znaczący wpływ na organizację, a co za tym idzie, mogą stanowić niezbędny czynnik pozwalający na zachowanie pozycji danej organizacji [Poznańska, 2003, s. 4].

Obecnie innowacje uznaje się za najbardziej skuteczny sposób zdobywania oraz utrzymywania i umacniania pozycji przedsiębiorstwa na rynku. Innowacje poprzez bardziej efektywne wykorzystanie zasobów przedsiębiorstwa pozwalają zwiększać możliwości nie tylko danej organizacji, ale również całej gospodarki [Kłak, 2010, s. 201]. Wprowadzenie każdej innowacji prowadzi do zaburzenia istniejącego ładu, wprowadza nowy porządek, w zależności od podejścia pracowników może to budzić zarówno lęk, jak i zdecydowanie pozytywne reakcje. W literaturze wymienia się cztery postawy wobec innowacji: akceptację, obojętność, czynny i bierny opór, co również nie pozostaje bez wpływu na decyzje o wdrażaniu innowacji [Penc, 1995, s. 81].

Innowacje przynoszą jednak o wiele więcej korzyści niż zagrożeń, mogą zapewnić oszczędność materiałów niezbędnych do produkcji, oszczędność pracy pracowników i urządzeń. Innowacje poszerzają zdolności produkcyjne, pozwalają na wytwarzanie coraz lepszej jakości produktów oraz świadczenie usług na coraz wyższym poziomie. Dzięki innowacjom zmniejszeniu mogą ulec koszty produkcji jak również obciążenie środowiska. Innowacje są czynnikiem zapobiegającym starzeniu oraz stagnacji przedsiębiorstw i gospodarki. Ułatwiają zachowanie zau-

fania klientów, utrzymanie się na rynku oraz wejście na nowe segmenty rynku [Kłak, 1010, s. 201–102]. Korzyści z wdrażania innowacji zaprezentowano na rys. 1.



Rysunek 1. Korzyści z wdrażania organizacji inteligentnej

Źródło: [Penc, 1999, s. 70].

Przyjmując założenie, iż innowacje generują jedynie pozytywne skutki, należy zwrócić uwagę na dodatkowe komplikacje pojawiające się również w przypadku, gdy ocena dokonywana jest w oparciu o szersze, aniżeli tylko ekonomiczne kryteria. Zbigniew Pietrański podkreśla, że jeśli innowacje mają stanowić źródło szeroko rozumianego postępu powinny one przynosić korzyści w wymiarze społecznym. Pozytywne efekty, takie jak zwiększenie wydajności pracy, zmniejszenie kosztów pracy czy wprowadzenie nowych produktów i usług, zwiększenie udziału w rynku nie są zatem wystarczającymi argumentami przemawiającymi za uznaniem określonych zmian za innowacje. Konieczne jest uwzględnienie innych czynników jakimi są m.in. wpływ na bezpieczeństwo i warunki pracy, wpływ na środowisko, przeznaczenie innowacyjnych rozwiązań, ich wpływ na ogólny dobrobyt czy jakość życia społeczeństwa. Analiza innowacji ograniczona do kryteriów ekonomicznych sprzyja pomijaniu wielu istotnych aspektów o charakterze ekologicznym, społecznym, demograficznym itp. dotyczących danego rozwiązania. Materializacja tych aspektów może też skutkować ekonomicznymi konsekwencjami [Firszt, 2012, s. 16].

Innowacje nie powinny być wymuszane, należy je wprowadzać świadomie biorąc pod uwagę fakt, że stanowią one naturalny proces efektywnego działania przedsiębiorstw. Wiedza jest dla każdego przedsiębiorstwa, nie tylko tego nastawionego na innowacje, najważniejszym czynnikiem umożliwiającym jego

sprawne i efektywne działanie. Najlepszym przykładem takiego przedsiębiorstwa są firmy konsultingowe. Bazują one bowiem na wiedzy, wykorzystują ją jako produkt. Wiedza jest w takich firmach elementem, na bazie którego budują swoją przewagę strategiczną oraz zaufanie u swoich klientów [Kowalczyk, 2007, s. 16]. Liczba przedsiębiorstw, których wartość giełdowa przekracza wartość księgową, a w których o wartości nie decydują budynki, maszyny czy urządzenia, ale kapitał intelektualny, czyli pracownicy, ich zdolności i ich wiedza, gwałtownie rośnie [Serafin, 2009, s. 218].

Wiedza jest specyficznym zasobem przedsiębiorstwa. W literaturze jako podstawa wiedzy wymieniane są dane i informacja. Składniki te dopiero po przetworzeniu stają się wiedzą [Brdulak, 2005, s. 14]. W odróżnieniu od innych zasobów przedsiębiorstwa wiedza jest zasobem, którego przybywa w miarę używania. Według Druckera wiedza jest efektywnym wykorzystaniem informacji w gospodarce [Kłak, 2010, s. 17], z kolei Alvin Toffler zwraca uwagę na cztery charakterystyczne cechy, które odróżniają wiedzę od tradycyjnych zasobów przedsiębiorstwa:

- niematerialny charakter – wiedza udostępniona innemu posiadaczowi nadal jest własnością jej pierwotnego użytkownika i wytwórcy,
- dominacja – wiedza jest najważniejszym zasobem każdej organizacji, ma strategiczne znaczenie dla funkcjonowania każdego przedsiębiorstwa,
- niewyczerpalność – wartość zasobów wiedzy nie zmniejsza się w miarę jej przekazywania,
- symultaniczność – wiedza może być w tym samym czasie wykorzystywana przez wiele osób w różnych miejscach jednocześnie,
- nieliniowość – nie dowiedziono jednoznacznej korelacji pomiędzy wielkością zasobów wiedzy a wynikającymi z tego faktu korzyściami [Serafin, 2009, s. 217].

Nierozłącznie związani z wiedzą są pracownicy, kapitał ludzki generuje potencjał przedsiębiorstwa. Czynnikiem decydującym o sprostaniu wymaganiom rynku jest budowanie wspólnoty pracowników, dobrze rozumiejących się partnerów. W przedsiębiorstwie nastawionym na wiedzę zasoby niematerialne są najważniejsze, wiedza jaką dysponują nieprzeciętne, wysoko wykwalifikowane jednostki, postępujące według przyjętych profesjonalnych standardów, prowadzi do wzrostu zaufania uczestników rynku do danej organizacji, umocnienia pozycji na rynku, dzięki czemu przedsiębiorstwo jest coraz bardziej konkurencyjne.

PODSUMOWANIE

Głównymi determinantami tworzenia konkurencyjności przedsiębiorstw nie jest już jedynie wielkość zasobów czynników wytwórczych, coraz większą rolę przypisuje się wiedzy oraz innowacjom przez te przedsiębiorstwa wdrażanym.

Wykorzystywanie rozwiązań innowacyjnych staje się podstawą wzrostu wydajności i konkurencyjności nie tylko poszczególnych organizacji ale również całej gospodarki. Wiedza w biznesie jest jednym z podstawowych czynników sukcesu ze względu na to, iż:

- wiedza obniża poziom niepewności w ryzykownych przedsięwzięciach;
- umiejętność gromadzenia i wykorzystania wiedzy jest jedną ze złożonych kompetencji organizacji;
- wiedza ma zdolność materializacji, czyli uzewnętrzniania się w produktach i usługach;
- dzięki procesowi kodyfikacji wiedza podlega strukturalizacji w technologiach, procedurach, kompetencjach pracowników, bazach danych, dokumentacji organizacyjnej;
- wiedza sama w sobie jest również produktem [Mikuła, 2001, s. 59].

Innowacje najczęściej definiowane są jako proces dążenia do zerwania z dotychczas stosowaną praktyką, jako działania podejmowane w celu zwiększenia przewagi konkurencyjnej poprzez wprowadzenie nowego produktu czy usługi, zwiększenie efektywności produkcji oraz dystrybucji. Cechą charakterystyczną innowacji obserwowanych we współczesnej gospodarce jest to, że tworzą popyt, co za tym idzie, są czynnikiem rozwoju oraz decydują o konkurencyjności przedsiębiorstwa.

Przedsiębiorstwa, które nie podporządkują się rosnącemu znaczeniu innowacji oraz wiedzy zagrożone są stagnacją, prowadzącą do spadku konkurencyjności, a która w konsekwencji może zakończyć się eliminacją z rynku. Organizacja, która część swoich środków przeznacza na innowacje, stawia na ciągły rozwój staje się konkurencyjna wobec pozostałych przedsiębiorstw działających na rynku, staje się również czynnikiem determinującym innych przedsiębiorców do wprowadzania nowych, bardziej efektywnych rozwiązań, dzięki którym mogą walczyć o swoją konkurencyjność. Takie działanie ma wpływ nie tylko na konkurencyjność i rozwój pojedynczych przedsiębiorstw ale na całą gospodarkę.

BIBLIOGRAFIA

- Brdulak J.J., 2005, *Zarządzanie widzą a proces innowacji produktu. Budowanie przewagi konkurencyjnej firmy*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Borowski J., 2008, *Konkurencyjność międzynarodowa i strategie przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
- Drucker P., 1999, *Spółeczeństwo pokapitalistyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Drucker P., 1998, *Management's News Paradigms*, „Forbes Magazine”, October 1998.
- Fic M., 2005, *Gospodarka oparta na wiedzy [w:] Teoretyczne aspekty gospodarowania*, red. D. Kopycińska, Szczecin.

- Firszt D., 2012, *Uwarunkowania dyfuzji innowacji w polskiej gospodarce*, CeDeWu, Warszawa.
- Jasiński A., 1992, *Przedsiębiorstwo innowacyjne na rynku*, wyd. Książka i Wiedza, Warszawa.
- Kleer J., 2003, *Co to jest GOW* [w:] *Gospodarka oparta na wiedzy*, red. A. Kukliński, KBN, Warszawa.
- Kłak M., 2010, *Zarządzanie wiedzą we współczesnych organizacjach*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa im. prof. Edwarda Lipińskiego w Kielcach, Kielce.
- Kowalczyk A., Nogalski B., 2007, *Zarządzanie wiedzą. Koncepcja i narzędzia*, Difin, Warszawa.
- Koźmiński A., 2001, *Jak tworzyć gospodarkę opartą na wiedzy?* [w:] *Strategia rozwoju Polski u progu XXI wieku, Kancelaria Prezydenta RP i Komitet Prognoz Polska 2000 Plus*, PAN, Warszawa.
- Mikuła B., Ćwiklicki M., 2001, *Integracyjna rola zarządzania wiedzą*, „Przegląd Organizacji”, nr 4.
- Penc J., 1999, *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Placet, Warszawa.
- Penc J., 1995, *Strategie zarządzania. Strategie dziedzinowe i ich realizacja. Zintegrowane zarządzanie strategiczne*, Placet, Warszawa.
- Porter M.E., 2001, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa.
- Poznańska K., 2003, *Innowacyjność jako źródło przewagi konkurencyjnej polskich przedsiębiorstw*, http://www.rsi.org.pl/dane/download/innowacyjnosc_jako.pdf.
- Prystrom J., 2013, *Innowacje w procesie rozwoju gospodarczego, istota i uwarunkowania*, Difin, Warszawa.
- Serafin K., 2009, *Zarządzanie wiedzą podstawą przewagi konkurencyjnej współczesnej organizacji* [w:] *Wiedza jako czynnik rozwoju gospodarki i organizacji*, red. T. Szot-Gabryś, Wyższa Szkoła Umiejętności im. Staszica w Kielcach, Kielce.
- Skrzypek E., 2011, *Gospodarka oparta na wiedzy i jej wyznaczniki*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy” Społeczeństwo informacyjne – regionalne aspekty rozwoju, red. nauk. M.G. Woźniak, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów.
- Strategia rozwoju Polski u progu XXI wieku, Kancelaria Prezydenta RP i Komitet Prognoz Polska 2000 Plus*, 2001, PAN, Warszawa.
- Welfe W., 2007, *Gospodarka oparta na wiedzy*, PWE, Warszawa.

Streszczenie

Doświadczenia krajów rozwiniętych wskazują na umocnienie roli wiedzy, informacji i innowacji w rozwoju gospodarczym. Obserwowane zjawisko przejścia od gospodarki materiałowej i kapitałochłonnej do gospodarki, której podstawą jest informacja, zasoby niematerialne, w szczególności kapitał ludzki, wiedza oraz nowe technologie jest jednym z ciekawszych zjawisk zachodzących we współczesnym świecie. Prowadzi ono do powstania nowego typu gospodarki – gospodarki opartej na wiedzy.

Koncepcja gospodarki opartej na wiedzy sięga lat 90. XX w.: w 1996 r. w raporcie Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) pojawiło się pierwsze kompleksowe przedstawienie

tego zagadnienia. Zgodnie z definicją OECD pod pojęciem „gospodarki opartej na wiedzy” należy dopatrywać się gospodarki, która bezpośrednio bazuje na produkcji, dystrybucji oraz stosowaniu wiedzy i informacji. Według A. Koźmińskiego „gospodarka oparta na wiedzy to taka gospodarka, w której działa wiele przedsiębiorstw, które na wiedzy opierają swoją przewagę konkurencyjną” [Koźmiński, 2001, s. 87]. Z kolei M.E. Porter [Porter, 2001, s. 192] stwierdza, że przewagi konkurencyjnej należy szukać w zdolności do bycia innowacyjnym, ciągłym podnoszeniu poziomu innowacyjności i uzyskiwaniu dzięki temu oczekiwanej efektywności.

Konkurencyjność przedsiębiorstwa warunkowana jest wieloma czynnikami zarówno o charakterze zewnętrznym (polityka państwa, stan infrastruktury materialnej i intelektualnej), jak i wewnętrznym (kapitał, nowoczesne technologie, sposób zarządzania). Zarówno w literaturze przedmiotu, jak i prowadzonych badaniach, wiedzę i innowację wskazuje się jako jedno z najważniejszych czynników wpływających na rozwój gospodarczy. Celem artykułu jest przedstawienie wiedzy i innowacji jako źródeł przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw.

Słowa kluczowe: wiedza, innowacje, gospodarka oparta na wiedzy, przewaga konkurencyjna

Knowledge and Innovation – Basis of Creation of Competitive Advantage in the Knowledge Economy

Summary

The experience of developed countries indicate a strengthening of the role of knowledge, information and innovation in economic development. The transition from a material and capital-intensive economy, to economy which is based on the information, resources, assets, human capital, knowledge and new technologies is one of the most interesting phenomenon in the contemporary world. It leads to form a new type of economy – the knowledge economy.

The concept of knowledge-based economy reaches 90s. In 1996. in the report of the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) appeared first comprehensive presentation of this issue. According to the OECD definition, the term knowledge-based economy should be connected with the economy, which is based directly on the production, distribution and use of knowledge and information.

The competitiveness of businesses is conditioned by many factors both an external (state policy, the state of physical infrastructure and intellectual) and internal (capital, technology, governance). Both in the literature and conducted research, knowledge and innovation are deemed as one of the most important factors affecting on economic development. The purpose of this article is to present knowledge and innovation as sources of competitive advantage.

Keywords: knowledge, innovations, knowledge based economy, economic development, competitive advantage

JEL: D80, M20, L26, L53, O31