

mgr Robert Chrząstek

Podkarpackie Obserwatorium Rynku Pracy
Wojewódzki Urząd Pracy w Rzeszowie

Innowacje a rynek pracy na podstawie wyników badania „Pracodawcy Podkarpacia 2012”

WSTĘP

Termin „innowacja” wywodzi się z języka łacińskiego, w którym *innovatis* oznacza tworzenie czegoś nowego. Ze słowem tym związana jest także ocena, która łączy je nie tylko z czymś nowym i innym od dotychczas stosowanych rozwiązań, ale także ze zmianą na lepsze [Janasz, Koziół, 2007, s. 11].

Ojciec naukowej analizy zjawiska innowacji, J.A. Schumpeter, pod względem przedmiotowym określał innowację bardzo szeroko. Jego zdaniem obejmuje ona [Schumpeter, 1960, s. 104]:

1. wprowadzenie nowego towaru, z jakim konsumenci nie mieli jeszcze do czynienia lub nowego gatunku jakiegoś towaru,
2. wprowadzenie nowej metody produkcji jeszcze praktycznie niewypróbowanej w danej dziedzinie przemysłu,
3. otwarcie nowego rynku, czyli takiego, na którym dany rodzaj krajowego przemysłu uprzednio nie działał i to bez względu, czy rynek ten istniał wcześniej, czy też nie,
4. zdobycie nowego źródła surowców lub półfabrykatów i to niezależnie od tego, czy źródło już istniało, czy też musiało być dopiero stworzone,
5. wprowadzenie nowej organizacji w jakiejś dziedzinie przemysłu, np. stworzenie monopolu bądź jego złamanie.

Schumpeter wiązał innowację z pierwszym zastosowaniem danego rozwiązania, przyczyniającego się jednocześnie do osiągnięcia pozytywnego wyniku ekonomicznego. Przy czym rozwiązanie to musi posiadać możliwość wykorzystania w praktyce, czyli musi wprowadzone zostać do produkcji. Nie uznawał za innowacje upowszechniania. Taki proces określał mianem imitacji [Niedzielski, Rychlik, 2006, s. 19].

Opracowany przez ekspertów OECD – na podstawie doświadczeń krajów skandynawskich, Niemiec, Włoch i Francji – podręcznik Oslo Manual, wytyczający standardy metodologiczne w badaniu innowacji, utożsamia ją z nowymi lub ulepszonymi produktami lub procesami wprowadzanymi na rynek lub do produkcji. Sam produkt czy proces powinien być nowy, przynajmniej z punktu wi-

dzenia wprowadzającego przedsiębiorstwa [Stawarz, 2005, s. 65]. Tak zdefiniowana innowacja sprawia, że zdolność do wdrożenia innowacji dostrzec można u znacznie większej liczby firm, niż w przypadku analizy wielkości nakładów na działania innowacyjne, które przecież nie pozwalają na stwierdzenie, czy poziom kultury organizacyjnej danej firmy jest w stanie wykorzystać posiadane zasoby. Firmami innowacyjnymi należałoby nazwać takie, które posiadają swoją kulturę proinnowacyjną, stosują strategię nastawioną na innowacje lub realizują orientację innowacyjną [Wyciślak, 2009, s. 107].

Szerokie podejście do zagadnienia innowacyjności łączy ją z firmami, które starają się przynajmniej utrzymać swą konkurencyjność na niezmiennym poziomie. Faktorem decydującym o innowacyjności staje się sama sytuacja, która zmusza do stałego dokonywania zmian. Działalność innowacyjna jest zatem wprost wpisana w działalność gospodarczą, by zapewnić firmom przetrwanie i skuteczną odpowiedź na posunięcia zachodzące na rynku [Druckner, 1992, s. 29]. Stałość znajduje także uznanie w definicji przedsiębiorstwa innowacyjnego zaproponowanej przez A. Jasińskiego. Firma, aby być nazywana innowacyjną musi m.in. systematycznie wdrażać nowe rozwiązania naukowo-techniczne i wprowadzać je na rynek [Jasiński, 1992, s. 25]. Z drugiej strony innowacyjność przedsiębiorstwa nie musi oznaczać stałego, ciągłego wdrażania. Związana jest bardziej ze zdolnością i umiejętnością takiego działania. Często przecież działania innowacyjne są wymuszone przez konkurencję czy spadek popytu na oferowane produkty lub usługi, a także przez pogarszającą się sytuację finansową firmy. Sytuacje te nie muszą mieć ciągłego charakteru, szczególnie, gdy bierze się pod uwagę małe firmy. Z tego powodu innowacyjnymi firmami nazywa się takie, które posiadają siedem następujących cech [Sosnowska, Łobejko, Kłopotek, 2000, s. 11]:

- zdolność do permanentnego generowania innowacji, kreatywność;
- umiejętność wykorzystywania innowacyjnego potencjału firmy dla utrzymania wysokiej pozycji konkurencyjnej, opartej o kluczowe kompetencje;
- zdolność przewidywania przyszłości, perspektywiczne myślenie;
- stała łączność z klientami firmy celem skutecznego poznania ich bieżących i przyszłych potrzeb;
- posiadanie zespołu twórców, innowatorów gwarantujących wysoki poziom innowacyjności firmy;
- odpowiedni zakres informacji pozwalających na dokonywanie właściwych ocen;
- elastyczność działania w dostosowywaniu do zmieniających się warunków.

Innowacje można klasyfikować na wiele sposobów. Kryteria podziału tworzone są przez: oryginalność zmiany, skalę wielkości zmiany, źródło zmiany, stopień złożoności procesu innowacyjnego, uwarunkowania psychospołeczne, rodzaje wiedzy, czy zakres oddziaływania [Pomykański, 2002, s. 19–29]. Ze względu na oryginalność zmiany wyróżnić należy zmiany oryginalne twórcze, a więc tworzone przez wdrażane wynalazki, czy wzory użytkowe. Zmiany nieo-

ryginalne, to zmiany wynikłe wskutek adaptacji lub imitacji, a więc związane z naśladownictwem. Ze względu na zakres oddziaływania innowacje podzielić należy na: produktowe, procesowe, organizacyjne i marketingowe. Według innego kryterium podziału mogą być one uświadomione lub bezrefleksyjne, inaczej mówiąc – zamierzone lub niezamierzone.

Schumpeterowska koncepcja innowacji pasowała do gospodarki opartej na przemyśle. Wraz ze wzrostem znaczenia usług zakres przedmiotowy innowacji znacznie się rozszerzył i wyszedł daleko poza sferę techniki [Janasz, Koziół, 2007, s. 13]. Jednak wiele z powstałych definicji miało przynajmniej jeden wspólny punkt. Było nim skojarzenie innowacji z postępem. W tym miejscu zastanowić się można, czy takie kojarzenie innowacji jest w naukowej refleksji uprawnione. Wszak pojęcie postępu mocno jest związane z ideologią, oceną wydaną na podstawie ideologicznego kryterium. Jest to jednak temat na osobne rozważania. Nie dokonując w tym momencie rozstrzygnięcia tak sformułowanego dylematu pod wątpliwość podać można pojmowanie innowacji, jako zmiany immanentnie pozytywnej. Na wręcz przeciwne znamiona innowacji wskazuje Z. Madej, dla którego innowacja może generować także negatywne skutki dla gospodarki [Janasz, Koziół, 2007, s. 16]. W niniejszym artykule dokonana zostanie próba określenia skutków wdrażania zmian o charakterze innowacyjnym dla regionalnego rynku pracy. Analiza zmian innowacyjnych, a także określenie czynników związanych z innowacyjną orientacją pracodawców wykonane zostało w oparciu o wyniki badania zatytułowanego „Pracodawcy Podkarpacia 2012”. Reprezentatywne, panelowe badanie pracodawców województwa podkarpackiego realizowane w sposób cykliczny, w jednorocznym interwale, na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Rzeszowie.

PROBLEM EFEKTÓW INNOWACYJNOŚCI

Idealną cechą firmy, ze względu na innowacyjność, jest jej zdolność do tworzenia nowego rynku i likwidacji starego. Innowację, która doprowadza do takiego stanu rzeczy Schumpeter nazywał destrukcyjną, w odróżnieniu od innowacji podtrzymującej, czyli kontynuacyjnej. Rozróżnienie to łączy się z pojęciem „dylematu innowatora”. Oznacza pojawienie się sytuacji, w której firmy stają przed wyborem, czy nadal rozwijać kolejne wersje produktów, czy zaryzykować i alokować środki na inwestycje, badania i rozwój nad nowymi technologiami, produktami, które mogłyby zastąpić stare, dobrze znane o ukształtowanej już pozycji rynkowej [Christensen, 2011]. Innowacja jest zatem punktem wyjścia, ideą, zaś jej realizacja związana jest z rzeczywistością dnia codziennego, pracą, zaangażowaniem pracowników w projektowanie i wdrażanie planu innowacji. Stosując rozróżnienie wartości, wprowadzone do nauk społecznych przez S. Ossowskiego, można innowację uznać za wartość uroczystą, zaś strategię

innowacyjną jako wartość dnia codziennego [Ossowski, 1967, s. 71 i 88]. Innowacja staje się wartością szanowaną i pożądaną w gospodarce. Strategia innowacji wiąże się z praktyką i konkretnymi celami do osiągnięcia, wymagając głębokiego namysłu i nie mniej trudnego działania. Urzeczywistnianie wartości, jaką jest innowacja, przynosić może różne efekty, w tym i negatywne. Badania P.M. Simpson pozwoliły na wyciągnięcie i sformułowanie wniosków prowadzących do stwierdzenia, że efekt stosowania orientacji innowacyjnej może przynieść skutki negatywne, przewyższające te pozytywne [Simpson, Sigauw, Enz, 2006, s. 1133–1141]. Badania wykonane przez wspomnianych autorów na próbie osób zajmujących stanowiska kierownicze pozwoliły zidentyfikować negatywne następstwa stosowania orientacji innowacyjnej w postaci:

- nadmiaru innowacji;
- ryzyka rynkowego;
- nieprzychylnego nastawienia pracowników;
- wzrostu kosztów.

Nadmiar zmian wprowadzanych dla samej idei zmiany, gdzie głównym motywem wdrażania innowacji jest chęć posiadania etykiety firmy innowacyjnej, prowadzi do niedostrzegania kosztów innowacji, zaniedbując oszczędne gospodarowanie w organizacji. Orientacja taka często nie pozwala dostrzec potrzeb klientów. Wdrażanie innowacji niesie bowiem ryzyko, że zmiana nie przyjmie się na rynku, gdy innowator pomija jego potrzeby. Ryzyko rynkowe wiąże się także z tym, że firmy konkurencyjne mogą imitować nowe rozwiązania, bez ponoszenia dodatkowych kosztów. Wprowadzanie zmian dla samych zmian niesie także ryzyko negatywnego nastawienia pracowników, szczególnie gdy mamy do czynienia z innowacjami organizacyjnymi. Samo zwiększenie tempa „wytwarzania” innowacji produktowych prowadzić może do zmian organizacyjnych. Negatywne nastawienie pracowników wiązać się może ze zwiększonym stresem, niezadowolaniem z pracy oraz z fluktuacją pracowników. Innowacyjność prowadzić ma do sukcesu rynkowego firmy, ale orientacja innowacyjna wiąże się ze zwiększonymi wydatkami, kosztami firmy. Nastawienie na innowacyjność może powodować więc utratę płynności finansowej przedsiębiorstwa. Z drugiej strony, gdy firma nie dysponuje funduszami na innowacyjność, chcąc zachować etykietę innowatora może generować mniej wartościowe, pozorne innowacje.

Efekty innowacyjności analizować można także w kontekście rynku pracy. Rzetelna analiza problemu innowacyjności przedsiębiorstw skłania do namysłu nad efektami generowanymi przez wdrażane innowacje w proces powstawania i likwidacji miejsc pracy.

J.Ch. Simonde de Sismondi, przedstawiciel francuskiego nurtu ekonomii klasycznej, zauważył, że postęp techniczny zmniejszył popyt na robotników. Wyjątkiem była sytuacja, w której wprowadzenie nowych maszyn poprzedzone jest wzrostem dochodów ludności [Sismondi, 1955]. Warunkiem powodzenia dla rozwijającego się systemu jest istnienie w jego pobliżu chłonnego rynku,

w którym pojawić się może zapotrzebowanie na pojawiające się nowe rozwiązania. Dziś, gdy dąży się do utworzenia jednego wspólnego rynku popyt staje się ograniczony. Nie da się zwiększać sprzedaży pewnych produktów. Biorąc za przykład przemysł samochodowy ograniczeniem jest skończona liczba dróg, parkingów, ale także i określone, skończone potrzeby konsumentów [Cohen, 2003, s. 109].

A. Sauvy [1980], francuski myśliciel, nie miał wątpliwości, że postęp techniczny niszczy miejsca pracy. Jeżeli maszyny, a szczególnie automaty pozwalają zastąpić pracę tysięcy pracowników, to nieuniknione, że znaczna ich część zostanie zwolniona. Zwolnieni pracownicy stają się ofiarami innowacji, które z drugiej strony jednak wzbogacają resztę społeczeństwa. D. Cohen stawia przy tym pytanie: czy wzbogacona reszta nie jest w stanie zapłacić pracy zwolnionym [Cohen, 2003, s. 108]? Kolejnym głosem w chórze pesymistów jest J. Rifkin, który w wydanym w 1995 roku dziele zatytułowanym „Koniec pracy” uznał, że zaawansowana technologia prowadzi do wzrostu bezrobocia wśród mas. Według niego proces ten doprowadzi w przyszłości do sytuacji braku pracy [Rifkin, 2001, s. 167]. Wcześniej, bo w roku 1969, w artykułach publikowanych na łamach amerykańskich gazet D. Barlett i J. Steele udowadniali, że w następstwie wprowadzanych nowych technologii dochodzi do zwolnień z pracy [Jonas, 2001, s. 676]. Mówiąc o negatywnych skutkach innowacji nie należy zapominać także o publikacji E. Brynjolfssona i A. McAfee, którzy w książce „Race Against the Machine”, zaprezentowali wieloletnie obserwacje, wnioskując na ich podstawie o zahamowaniu wzrostu dochodów, rosnących nierównościach społecznych i malejącym procencie zatrudnionych. Autorzy dowodzą, że źródeł nie należy dopatrywać się w niedostatecznej liczbie zmieniających życie wynalazków. Przeciwnie – zahamowanie wzrostu płac wynika z ogromnego przyspieszenia cyfrowych innowacji. W czasach, gdy komputery potrafią przejąć od człowieka wykonywanie tak skomplikowanych czynności jak prowadzenie samochodu czy tłumaczenie symultaniczne, wiele miejsc pracy po prostu znika [Brynjolfsson, McAfee, 2011, s. 28].

Zgoła inaczej konsekwencje procesów innowacyjnych dla rynku pracy widział amerykański ekonomista, dziennikarz i filozof w jednej osobie, H. Hazlitt. W swoim słynnym dziele „Ekonomia w jednej lekcji” w szczególności podejmuje próbę rozprawienia się z poglądami o negatywnych skutkach innowacyjności dla miejsc pracy. Twierdzenie, że nowa maszyna tworzy bezrobocie, uważa za jedną z najbardziej błędnych tez myśli ekonomicznej. Celem postępu technologicznego jest, jego zdaniem, usprawnienie życia ludzkiego [Hazlitt, 2004, s. 47].

Hazlitt przedstawia przykład producenta odzieży, który zakupuje maszynę wytwarzającą damskie i męskie płaszcze, przy połowie dotychczasowego nakładu pracy. Z tego powodu połowa siły roboczej nie jest już potrzebna. Choć wygląda to na spadek zatrudnienia, należy pamiętać, że obsługa maszyny również wymaga wkładu pracy ludzkich rąk. Pojawiają się więc miejsca pracy, które w innych warunkach nie powstałyby. Po drugie – wdrożona innowacja przynosi także dodatkowe zyski przedsiębiorcy, które zużyć może na rozszerzenie działalno-

ści poprzez zakup nowych maszyn do produkcji płaszczy. Może także zainwestować zyski w inny przemysł lub wydać na zwiększenie własnej konsumpcji. Którąkolwiek z dróg wybierze i tak konsekwencją będzie zwiększenie zatrudnienia. Dodatkowo konsumenci, którzy zakupią od niego wyprodukowany płaszcz również oszczędzą, gdyż maszyna zredukuje jego cenę. Poczyniona oszczędność pozwoli konsumentowi na zakup innych towarów, co może doprowadzić do zwiększenia zatrudnienia w innych sferach życia gospodarczego [Hazlitt, 2004, s. 53].

Krytycy Hazlitta podkreślają, że w swojej analizie nie wziął on pod uwagę dwóch zjawisk: postępu technologicznego i globalizacji, które powodują, że zależności wykazane w przykładzie płaszcza nie są już tak oczywiste.

M. Rothschild prześledził losy największych wynalazków technicznych i ich wpływu na miejsca pracy. Wynalazek Gutenberga stał się przekleństwem biznesu skrybiarskiego, który zaledwie w ciągu kilku lat zredukowany został niemal do zera. Jednak ta zmiana otworzyła możliwości pracy, których wcześniej sobie nie wyobrażano. Krosna z napędem spowodowały masową produkcję tkanin. Operatorzy ręcznych krosien zostali usunięci poprzez wprowadzenie nowej technologii. Obniżono ceny i otworzono w ten sposób nowe rynki. W przemyśle samochodowym silnik zasilany paliwem spalany spowodował spustoszenie w przemyśle produkującym pojazdy bezsilnikowe. Zatrudnienie w tym przemyśle spadło, jednak zatrudnienie w nowym przemyśle samochodowym wzrosło w nieporównywalnym stopniu. Liczba miejsc pracy w przemyśle telegraficznym gwałtownie spadała w latach 70. poprzedniego stulecia, jednak przemysł telefoniczny stworzył nieporównywalnie większą liczbę miejsc pracy [Rothschild, 2004, s. 52].

Charakterystycznym zjawiskiem towarzyszącym innowacjom jest wzrost liczby miejsc pracy w sektorze usługowym oraz w zawodach wysoce opłacanych, a także w zawodach profesjonalnych specjalności [Dziewięcka-Bokun, Zamorska, 2003]. G. Węgrzyn cytując G.E. Johnsona pisze, że każda forma zmian technologicznych przekłada się na specyficzne zmiany w popycie na pracę. Szczególnie wyraźne są zmiany popytu na pracę pod względem kwalifikacji [Węgrzyn, 2007, s. 136]. Obserwuje się ciągły wzrost zapotrzebowania na kadry wysoko kwalifikowane. Zjawisko to jest wynikiem wyraźnego przyspieszenia tempa rozwoju postępu technicznego i technologicznego. Jak twierdzi E. Kryńska – postępowi i dyfuzji nowych rozwiązań technologicznych towarzyszą nowe formy organizacji pracy, które prowadzą do znacznego spadku zapotrzebowania na kadry nisko i niewykwalifikowane [Kryńska, 2004, s. 237].

Zatem sądzić można, że innowacje, choć przyczyniają się do redukcji miejsc pracy, to ich negatywne oddziaływanie kumuluje się na poziomie mikrostrukturalnym, dotycząc poszczególnych członków społeczeństwa. W wymiarze makrostrukturalnym stwarzają zapotrzebowanie na wysoko kwalifikowane zawody, tworząc nowe miejsca pracy. Stwierdzenie to stawia konkretne zadania przed państwem, jako organizatorem systemu edukacji, jak i przed uczestnikami rynku pracy. Nowe technologie i rozwiązania uwypuklają problem niedopasowania

kwalifikacji pracowników do wymagań innowacyjnego rynku pracy. Rozwiązaniem dla tego negatywnego zjawiska jest edukacja, prawidłowo adresowana oraz realizowana na odpowiednim poziomie.

Wdrażanym innowacjom towarzyszy często zmiana w organizacji procesów pracy. Wiele działań w dziedzinie organizacji pracy koncentruje się obecnie na uelastycznieniu czasu pracy [Borkowska, 2005, s. 86] lub zmniejszeniu wymiaru czasu pracy. Nie musi ten fakt oznaczać pogorszenia się sytuacji pracowników, jednak przy jednoczesnym zmniejszeniu wynagrodzenia staje się na pewno sytuacją niepożądaną.

W warunkach rywalizacji rynków poszczególnych państw innowacyjność podmiotu gospodarczego przynosi podstawową korzyść w postaci osiągnięcia przewagi nad konkurentami pochodzącymi często z innego kraju. Zmiana innowacyjna oznacza zazwyczaj wzrost wydajności, co daje przedsiębiorstwu przewagę kosztową nad pozostałymi firmami na rynku [Firszt, 2006, s. 61], dzięki czemu mogą utrzymać, a nawet zwiększyć swoje zapotrzebowanie na pracę.

ZAGADNIENIE INNOWACYJNOŚCI W BADANIU „PRACODAWCY PODKARPACIA”

W świetle przytoczonych powyżej rozważań teza, że innowacje sprzyjają tworzeniu miejsc pracy nie wydaje się oczywista. Poniżej nastąpi jednak próba poddania jej empirycznej weryfikacji. Wnioskowanie takie nastąpi w oparciu o panelowe ilościowe badanie zatytułowane „Pracodawcy Podkarpacia”¹. Badanie to posiada charakter diagnostyczny trendów rozwojowych podkarpackich firm i instytucji oraz ich potrzeb w zakresie rozwoju kapitału ludzkiego [PORP, 2012, s. 11].

Jak zostało to skrótowo zaprezentowane we wstępie, zdefiniowanie innowacji nastręcza pewne problemy. Większość definicji dotyczy sektora przemysłowego, nie do końca ujmując sektor usług, tym bardziej, gdy będziemy chcieli analizować zagadnienie innowacyjności instytucji publicznych, czy nienastawionych na zysk.

Według metodologii Oslo podmiot innowacyjny to taki, który w badanym okresie (najczęściej trzyletnim) wprowadził przynajmniej jedną innowację technologiczną: nowy lub ulepszony produkt bądź nowy lub ulepszony proces, będące nowością przynajmniej z punktu widzenia tego przedsiębiorstwa [Podręcznik

¹ Realizowane jest ono na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Rzeszowie w ramach projektu Podkarpackie Obserwatorium Rynku Pracy, w rocznych odstępach czasu. Do 2012 roku wykonano dwa badania na tej samej próbie losowo-warstwowej pracodawców z województwa podkarpackiego. Próbę tworzy 500 podmiotów gospodarczych wyodrębnionych ze względu na sekcję PKD oraz wielkość zatrudnienia w podmiocie. Badanie posiada charakter ilościowy, co wiąże się z walorem reprezentacyjności, dzięki czemu jego wyniki mogą być generalizowane na cały region.

Oslo, 2008]. Wskazówki te mówią, że badać należy przejawy wystąpienia innowacyjności w podmiocie. Jednak, co kryje się pod terminem nowe działanie innowacyjne? Czy ma to być zupełna nowość na rynku, czy może to być imitacja? O. Shenkar udzielając wywiadu w „Harvard Business Review” wskazuje, że sukces na rynku można odnieść dokonując procesu imitacji, która przecież jest jednym z typów innowacji. Shenkar twierdzi, że imitacje są nawet cenniejsze niż innowacje. Uważa, że generalnie nie docenia się naśladownictwa, a może ono być ważniejsze dla rozwoju przedsiębiorstw niż innowacyjność w czystej postaci. Imitacja polegać jednak musi na inteligentnym stosowaniu różnych rozwiązań. Autor wyraźnie daje do zrozumienia, że naśladownictwo jest wręcz głównym źródłem postępu [Trendy, (<http>)].

Słowa powyższe potwierdzają badania przeprowadzone przez firmę doradcą KPMG przy współpracy z instytutem badawczym Millward Brown SMG/KRC wśród 75 dużych przedsiębiorstw działających w Polsce. Okazało się, że strategia imitacji zapewniała przedsiębiorstwom ponadprzeciętne wyniki finansowe. Jest to związane z efektem minimalizacji kosztów i ryzyka, wynikającym głównie z ograniczenia inwestycji do niezbędnych nakładów, a także uproszczenia modelu biznesowego. Koncentracja na sprawdzonych rozwiązaniach, produktach lub usługach minimalizuje ryzyko porażki [Strojny, 2009, s. 16].

Uznać zatem można, że innowacyjność firmy lub instytucji będzie przejawiała się we wprowadzeniu nowego produktu, usługi, procedury itp., nowej z punktu widzenia wdrażającego rozwiązanie podmiotu, bowiem może nią być także imitacja.

Na potrzeby badania „Pracodawcy Podkarpacia 2012” przyjęto szeroką definicję innowacji, jako działania, które miało za zadanie istotnie (ponadprzeciętnie) przyczynić się do lepszego realizowania postawionych przed pracodawcą celów i zadań. Pod uwagę brane były działania innowacyjne w skali poszczególnych podmiotów objętych badaniem w trzech obszarach:

- oferowanych produktów i usług, wytwarzania i produkcji;
- zarządzania podmiotem i kadrami;
- kontaktów zewnętrznych z klientami, promocji i marketingu.

Relacjonując w wielkim skrócie wyniki zrealizowanych dotychczas dwóch edycji badań regionalnych pracodawców zauważyć należy, że w 2012 roku, w porównaniu do 2011 roku, zaobserwowano znaczne pogorszenie się sytuacji przedsiębiorców w obszarze wprowadzania innowacyjnych rozwiązań. Spadek wdrażanych rozwiązań zanotowano we wszystkich trzech obszarach objętych badaniem (zob. tabela 1). Największy spadek odnotowano w obszarze innowacji organizacyjnych, gdzie ponad pięciokrotnie zmniejszyła się liczba firm deklarujących wdrożenie tego typu innowacyjnych rozwiązań. Najmniejszy spadek, trzykrotny, wystąpił w obszarze innowacji marketingowych.

Zgodnie z metodologią podaną przez „Podręcznik Oslo” innowacje najlepiej badać w okresie trzyletnim. Stąd do interpretacji danych pochodzących z omawianego badania (tabela 1) należy podchodzić z ostrożnością, dotyczą one bowiem

zmian wdrażanych rok do roku. Poza tym badanie nie dostarcza informacji o skali wprowadzanych innowacji, czy były one duże, a więc strategiczne, czy małe, o znaczeniu taktycznym. Pamiętając o zjawisku innowacyjności dla samej idei bycia innowacyjnym i negatywnym efekcie związanym z nieprzychylnym nastawieniem pracowników do częstego wdrażania nowych rozwiązań nie powinna dziwić zaobserwowana sytuacja spadku wdrażanych innowacji organizacyjnych. Zbyt częste wprowadzanie zmian o takim charakterze napotykać może bowiem opór pracowników poddanych ciągłej zmianie.

Tabela 1. Deklarowane działania innowacyjne przez pracodawców w latach 2011–2012

Zakres oddziaływania	2011 rok	2012 rok
Kontakty zewnętrzne z klientami, promocja i marketing	36%	11%
Oferowanie produktów i usług oraz wytwarzanie i produkcja	36%	9%
Zarządzanie podmiotem i kadrami	26%	5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania „Pracodawcy Podkarpacia 2012”.

Przyglądając się bliżej należy zagadnieniu wprowadzania znaczących, nowych dla podmiotu rozwiązań innowacyjnych. W trzech analizowanych obszarach wdrażania rozwiązań innowacyjnych zdecydowana większość pracodawców deklarowała brak wprowadzenia jakichkolwiek nowych rozwiązań w swojej organizacji, od blisko 83% w przypadku innowacji procesowych i produktowych, do blisko 92% dla innowacji o charakterze organizacyjnym. Innowacji marketingowych nie wprowadziło natomiast 88% badanych pracodawców.

Wśród firm i instytucji, które jednak wprowadziły nowe rozwiązanie o charakterze innowacyjnym najwięcej deklarujących podmiotów wskazywało na innowacje produktowe i procesowe. Najczęściej deklarowano wdrożenie rozwiązania prowadzącego do znaczącej poprawy dotychczasowych usług lub produktów. Deklarację taką złożyło 38 badanych (7,6%). Na wprowadzenie nowatorskich usług lub produktów wskazywało 34 pracodawców (6,8%). Wprowadzenie nowoczesnych technologii dotyczyło 25 podmiotów (5%) z województwa.

W obszarze innowacji marketingowych najczęściej deklarowanym rozwiązaniem było wejście na nowe rynki pracy. Takie działanie deklarowało 28 pracodawców (5,6%). Kolejnym działaniem było nawiązanie współpracy z innym podmiotem w celu rozwoju produktów i usług. Dotyczyło ono 21 respondentów (4,2%). Najmniejszą liczbę wyborów otrzymało działanie związane z zastosowaniem nowych form promocji wyrobów lub usług (10 podmiotów – 2%).

Aktywność innowacyjną w obszarze organizacyjnym, czyli w obszarze zarządzania kadrami, firmą i instytucją podejmowano najrzadziej. Nowe rozwiązania w zakresie: technologii informacyjno-komunikacyjnej wdrożyło 15 podmiotów (3%), nowatorskiego stylu zarządzania 8 respondentów (1,6%), zaś wdrożenia nowych systemów kontroli jakości tylko 7 badanych podmiotów (1,4%).

Ponieważ jeden pracodawca mógł dokonać wielokrotnego wyboru konkretnego rozwiązania innowacyjnego, to dokonać należy zestawienia pracodawców ze względu na liczbę podejmowanych wdrożeń. Informacji w tym zakresie dostarcza tabela 2, której dane wskazują, że 83% pracodawców (415 badanych) nie wdrożyło w badanym okresie ani jednego rozwiązania o charakterze nowatorskim, innowacyjnym. Przedsiębiorstw i instytucji innowacyjnych było natomiast 17% (85 podmiotów). Tabela 2 pozwala także zidentyfikować lidera innowacyjności w regionie, który wdrożył wszystkie dziewięć rozwiązań wymienionych w badaniu. Najczęściej jednak wdrażano dwa rozwiązania – 35 pracodawców (7%).

Tabela 2. Wdrożone innowacyjne rozwiązania według liczby podejmowanych działań

Liczba wdrożonych rozwiązań	N	%
Nie wprowadzono żadnego innowacyjnego rozwiązania	415	83,0
Wprowadzono jedno	27	5,4
Wprowadzono dwa	35	7,0
Wprowadzono trzy	11	2,2
Wprowadzono cztery	8	1,6
Wprowadzono pięć	3	0,6
Wprowadzono dziewięć	1	0,2
Ogółem	500	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania „Pracodawcy Podkarpacia 2012”.

Analiza innowacyjności podkarpackich pracodawców prowadzić powinna do zidentyfikowania predyktorów, najmocniej związanych z innowacyjną postawą badanych pracodawców. Analizowane podmioty podzielono ze względu na prowadzoną działalność gospodarczą. W tym celu dokonano segmentacji na pracodawców z branży dochodowej i niedochodowej. Podział ten okazał się istotny statystycznie na poziomie istotności mniejszym niż 0,001, co oznacza, że wprowadzanie rozwiązań innowacyjnych związane jest ze wspomnianym typem działalności. Związek pomiędzy tymi zmiennymi nie był jednak bardzo silny, gdyż obliczony współczynnik kontyngencji wyniósł $C_p=0,194$. Omawiana zależność polegała na częstszym wdrażaniu nowych rozwiązań przez pracodawców o dochodowym charakterze. Realizacją przynajmniej jednego działania o takim charakterze pochwalić się mogło 70 tego typu pracodawców (82,4% ogółu pracodawców wdrażających innowacje). Innowatorów prowadzących działalność niedochodową odnotowano znacznie mniej, bo było ich 15, co stanowiło 17,6% tych, którzy wprowadzili któreś z wymienionych w badaniu nowatorskich rozwiązań.

Innowacje najczęściej wdrażane były w miejscowości liczącej od 20 do 50 tys. mieszkańców (31 podmiotów – 36,5%). Generalnie innowacyjność to zjawisko charakterystyczne dla miasta, ponieważ na wsi zaobserwowano jedynie 10 innowa-

cyjnych pracodawców, co stanowiło 11,8% wszystkich podmiotów innowacyjnych. W miastach do 20 tys. mieszkańców pracodawców deklarujących innowacyjność było 23 (27,1%), w mieście od 50 do 100 tys. mieszkańców – 8 (9,4%) oraz w mieście Rzeszowie, jedynym, które liczy powyżej 100 tys. mieszkańców, 13 (15,3%). Z zaprezentowanych danych wynika, że innowacyjność nie musi być związana z wielkimi ośrodkami miejskimi. Często jest ona silniej związana z obszarem, który posiada dogodne warunki do rozwoju firm i instytucji. Postawić zatem można hipotezę, że innowacyjność wiąże się nie tylko ze stworzonym klimatem dla wzrostu, ale także z kulturą organizacyjną podmiotu oraz ludźmi posiadającymi nastawienie na rozwój. Sama miejscowość lokalizacji innowacyjnego przedsiębiorstwa czy instytucji, choć okazała się istotna statystycznie (poziom istotności wynosił $p=0,001$), to siła takiego związku była niższa niż w przypadku typu prowadzonej działalności. Współczynnik kontyngencji wynosił tym razem $C_p=0,188$.

Badając współzależność pomiędzy zmiennymi uwidocznił się względnie silny związek (najsilniejszy w dokonanej analizie) powiatu i postawy innowacyjnej pracodawców. Współczynnik kontyngencji wyniósł $C_p=0,387$ (na poziomie istotności mniejszym niż 0,001). Najwięcej podmiotów prezentujących postawę rozwojową zauważono w powiecie dębickim, gdzie 15 pracodawców zadeklarowało wdrożenie przynajmniej jednego rozwiązania innowacyjnego (17,6%). Kolejne miejsce pod tym względem zajęły Rzeszów – 12 podmiotów (14,1%) oraz Krosno – 11 pracodawców (12,9%). W ośmiu powiatach nie znalazł się żaden pracodawca, który byłby w stanie pochwalić się wdrożeniem nowych rozwiązań. Były to powiaty: bieszczadzki, brzozowski, krośnieński, lubaczowski, łańcucki, przeworski, strzyżowski i tarnobrzesci.

Pracodawców podzielono także ze względu na formę prawną prowadzonej działalności. Zauważono wystąpienie istotności statystycznej związku pomiędzy tą zmienną a innowacyjnością. Współczynnik kontyngencji wyniósł $C_p=0,229$, na poziomie istotności mniejszym niż 0,001. Forma prawna spółki prawa handlowego (35 pracodawców – 41,2%) oraz osoby fizycznej (30 podmiotów – 35,3%) skupiały największą liczbę innowacyjnych podmiotów w województwie. Kolejnymi pracodawcami były instytucje publiczne (15 pracodawców – 17,6%) i spółdzielnie (5 pracodawców – 5,9%). Brak działań o charakterze innowacyjnym zauważono wśród fundacji i stowarzyszeń, przedsiębiorstw państwowych oraz pozostałych form organizacyjno-prawnych.

Podział na sekcje PKD także okazał się istotny statystycznie (poziom istotności $p=0,001$). Siła związku tej zmiennej wynosiła $C_p=0,265$, wskazując na słaby związek. Jednak w przypadku omawianego badania wartość ta okazuje się względnie mocna, szczególnie gdy dokona się porównania z pozostałymi zmiennymi. Sekcjami PKD z największą liczbą podmiotów innowacyjnych okazały się sekcje:

- Sekcja C – Przetwórstwo przemysłowe (29 pracodawców – 34,1%);
- Sekcja G – Handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych (13 pracodawców – 15,3%);

- Sekcja F – Budownictwo (10 pracodawców – 11,8%);
- Sekcja P – Edukacja (10 pracodawców – 11,8%).

W dwóch sekcjach PKD nie odnotowano żadnych pracodawców, którzy wdrożyliby chociaż jedno rozwiązanie o charakterze innowacyjnym. Były nimi: sekcja B (Górnictwo i wydobywanie) oraz sekcja E (Dostawa wody, gospodarowanie ściekami).

Wśród analizowanych predyktorów pojawiły się dwa, które okazały się kluczowe dla podjętej próby wyjaśnienia zjawiska innowacyjności podkarpackich pracodawców, tym bardziej że ich związek z innowacyjnością okazał się statystycznie nieistotny. Mowa tutaj o zmiennej związanej z trudnościami w znalezieniu odpowiedniego dla podmiotu pracownika na rynku pracy oraz zmiennej odnoszącej się do określonej sytuacji ekonomicznej podmiotu. Analiza statystyczna nie dostarczyła podstaw, aby móc wnioskować o ich znaczeniu dla wyjaśnienia zjawiska innowacyjności podkarpackich pracodawców. Związek powyższych zmiennych z wprowadzaniem rozwiązań innowacyjnych należało odrzucić (obliczony poziom istotności wynosił odpowiednio $p=0,517$ oraz $p=0,974$). Ogólnie można powiedzieć, że większość pracodawców (powyżej 80%), nie miała trudności ze znalezieniem odpowiedniego pracownika. Świadczyć to może o realnym podejściu pracodawców do procesu rekrutacji, a także o istnieniu rynku pracodawcy, a co za tym idzie – funkcjonowania znacznej liczby osób z odpowiednimi kwalifikacjami, którzy są chętni objąć proponowane miejsce pracy. Na domiar tego pracodawcy niewprowadzający rozwiązań innowacyjnych częściej deklarowali trudność w znalezieniu pracownika (11 podmiotów), niż ci, którzy innowacje wprowadzali (7 podmiotów).

Jeśli chodzi o określenie sytuacji ekonomicznej badanych podmiotów, to zupełnie nie zauważono różnicowania się pracodawców określających ją jako złą lub dobrą w odniesieniu do niewdrażana lub wdrażana rozwiązań innowacyjnych. Bliższe 12% pracodawców niewdrażających innowacji określa swoją sytuację ekonomiczną jako złą (identyczny odsetek pracodawców wdrażających). Z drugiej strony wystąpiła podobna proporcja pracodawców, bo co czwarty wśród innowatorów i nieinnowatorów określał swoją sytuację ekonomiczną jako dobrą.

Brak związku omówionych dwóch zmiennych świadczy o tym, że związku orientacji innowacyjnej upatrywać należy w odmiennych faktorach, pozaekonomicznych, o proveniencji socjologicznej, związanych z aspektami świadomościowymi pracodawców. J. Penc [1998, s. 278–279] w swojej książce o zarządzaniu firmą wyszczególnił główne bariery innowacji. Zaliczył do nich:

1. niezrozumienie potrzeby innowacji ani jej sensu na skutek braku rzetelnej informacji,
2. brak pozytywnych doświadczeń w realizowaniu nowości,
3. obawę przed popełnieniem błędu,
4. obawę przed obniżeniem prestiżu zawodowego i społecznego pracowników,
5. obawę przed niemożnością sprostania nowym wymaganiom,

6. obawę przed narażeniem innych osób na straty oraz narażenie się osobom przeciwnym innowacji,
7. skłonność do trwania przy wypróbowanych wzorcach,
8. arbitralność we wprowadzaniu zmian,
9. niewłaściwy sposób realizacji,
10. zbyt częste wprowadzanie zmian,
11. fakt nieuwzględniania utrwalonych w organizacji nieformalnych wzorów i norm postępowania.

Przytoczona lista barier związana jest głównie z problemami natury socjologicznej. Obawy, brak wizji, celu, do którego się zmierza, brak chęci stania się liderem w swojej branży, to problemy świadomościowe utrudniające wdrażanie nowych rozwiązań w swojej organizacji. Wydaje się, że brak odwagi do innowacyjnego myślenia stanowi najpoważniejszą przeszkodę w rozwoju przedsiębiorstw i instytucji.

W badaniu prowadzonym wśród pracodawców Podkarpacia respondenci deklarowali liczbę nowo zatrudnianych w 2012 roku pracowników. Okazuje się, że zatrudnienie jest skorelowane z postawą innowacyjną pracodawców. Wskaźnik siły związku wyniósł dla tej pary zmiennych $C_p=0,202$ (na poziomie istotności mniejszym niż 0,001). Choć zależność ta nie może zostać nazwana silną, to jednak jest istotna statystycznie i w porównaniu z wcześniej prezentowanymi predyktorami należy do tych, których siła jest zauważalna. Tabela 3 ukazuje rozkłady ilościowe dla omawianych zmiennych. Analiza danych pokazuje, że większość innowatorów zatrudniała nowych pracowników, w przeciwieństwie do nieinnowatorów, dla których większość pracodawców częściej nie zatrudniała nowych pracowników.

Tabela 3. Zatrudnienie nowych pracowników a wdrażanie działań innowacyjnych w 2012 roku

	Wdrażanie przynajmniej jednego rozwiązania innowacyjnego			
	Nie wprowadzono		Wprowadzono	
	N	%	N	%
Nie zatrudniano	267	65,9	33	39,3
Zatrudniano	138	34,1	51	60,7
Ogółem	405	100,0	84	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania „Pracodawcy Podkarpacia 2012”.

Wyniki te świadczyć mogą o orientacji na rozwój pracodawców podejmujących trud wdrażania nowych rozwiązań. Analiza wyników badania „Pracodawcy Podkarpacia” dostarcza dowodów pozwalających pozytywnie zweryfikować hipotezę o istnieniu związku pomiędzy postawą innowacyjną a pozytywnym jej wpływem na rynek pracy. Innowacyjność nie powodowała zwalniania pracowni-

ków, nie doprowadzała do końca pracy, jak widział to J. Rifkin. Wręcz przeciwnie – na podstawie otrzymanych danych możemy przyznać rację tym autorom, którzy twierdzą, że innowacje zwiększają liczbę miejsc pracy na rynku.

O innowacyjności nie musi decydować ekonomia, czy nakłady na badania i rozwój. Równie silnie, a nawet kluczową dla postawy innowacyjnej jest odwaga i odpowiednie nastawienie pracodawcy. J. Winiecki uważa wręcz, że w sposób nieuzasadniony utożsamia się wysoki poziom wydatków na B+R z wysoce innowacyjną gospodarką. Według tego autora prace badawcze i rozwojowe są tylko kosztem, a nie efektem ekonomicznym. Koszty te mogą zostać wykorzystane bardziej lub mniej efektywnie, a nawet zupełnie nieefektywne, tzn. efekty te mogą być bliskie zeru. Na potwierdzenie podaje zestawienie historycznych już wydatków na B+R w krajach socjalistycznych i zachodnich. Kraje bloku wschodniego szczyły się wręcz większymi wydatkami, a mimo to daleko im było do nazwania ich innowacyjnymi [Winiecki, *Gospodarka oparta na wiedzy. Fetysz wydatków na badania i rozwój* ([http](http://))].

ZAKOŃCZENIE

D. Firszt przytaczając publikację Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości pt. „Negocjacje w transferze technologii” zauważa, że wdrażanie innowacji nie sprowadza się wyłącznie do komercyjnego zastosowania wynalazków. Znaczna część innowacyjnych rozwiązań to „niewynalazcze” projekty analityczne, których istotą jest wykorzystanie dostępnej wiedzy w nowych zastosowaniach [Firszt, 2006, s. 65]. Dobrym przykładem jest firma Toyota, która swą efektywność i innowacyjność zawdzięcza powstawaniu dużej liczby mikroinnowacji, które mogłyby zostać niezauważone w klasycznym podejściu do badania tego zjawiska. Z tego powodu badanie „Pracodawcy Podkarpacia” próbuje dotrzeć do takich działań, które często mogłyby wymknąć się obserwacji, gdyby brać pod uwagę np. nakłady inwestycyjne, czy współpracę z wyższymi uczelniami bądź instytucjami B+R [Gajewski, 2010].

Wnioski, jakie można wyciągnąć z relacjonowanych w niniejszym tekście badań zebrać należy w kilka głównych punktów:

1. najczęściej wprowadzananymi innowacjami są innowacje procesowe i produktowe (podobnie było też w 2011 roku), choć obserwuje się ich powolny spadek (w porównaniu do badania z 2011 roku),
2. najrzadziej wdrażane są innowacje organizacyjne (obserwowalny wyraźny spadek w stosunku do badania z 2011 roku),
3. pod względem kosztów ponoszonych przez pracodawców na innowacje dominują innowacje technologiczne,
4. w nowe rozwiązania organizacyjne w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych inwestują najczęściej urzędy i instytucje publiczne,

5. wprowadzanym innowacjom towarzyszy zatrudnianie nowych pracowników, co ma wymierne znaczenie dla regionalnego rynku pracy.

Na podstawie omawianego badania można stwierdzić, że maleje potencjał innowacyjny podkarpackich pracodawców. Zmniejsza się bowiem częstość wprowadzania różnego rodzaju ulepszeń. Trend, o którym chciałoby się tutaj wnioskować wymaga jednak dokonania pomiaru w większych odstępach czasu i w dłuższej perspektywie. Zaplanowane na 2013 rok badania pracodawców, przyniosą dane, dzięki którym można będzie znacznie więcej w tej kwestii powiedzieć. Hipoteza o pozytywnym wpływie innowacyjności na rynek pracy będzie mogła zostać ponownie zweryfikowana, dzięki czemu wnioskowanie stanie się znacznie pewniejsze.

Trzeba jednocześnie powiedzieć, że dziś innowacje, szczególnie techniczne i o strategicznym znaczeniu dla firmy, trudne są do tworzenia i wdrażania. Istnieje metafora jabłoni, z której wszystkie nisko zawieszane owoce są już dawno zerwane. Podobnie z innowacjami, w których stopień komplikacji życia gospodarczego rośnie; rosną także i wymagania w stosunku do innowacyjnych pracodawców. Z tego powodu jednym z istotnych warunków wprowadzania innowacji do firm jest stworzenie przez władze państwowe, regionalne i lokalne sprzyjającego klimatu do rozwoju innowacyjności, tym bardziej że jak wykazano ma ona znakomity wpływ na jakość rynku pracy.

E. Bendyk zaprezentował wnioski, wyciągnięte na podstawie konferencji zrealizowanej w Warszawie pn. „Towards a New Creative and Innovative Europe”, sprowadzające się do stwierdzenia, że innowacyjność jest funkcją nie tylko nakładów na B+R, ale także jest mocno uwarunkowana kulturowo. Nie ma innowacyjności bez kreatywności, ta zaś jest fenomenem szerszym, niż ekonomia i gospodarka. Oznacza to, że nie wystarczy zainwestować w inkubator i dać zachęty fiskalne, by powstawały i rozwijały się nowoczesne firmy. Nie wystarczy udrożnić kanału transmisji między nauką a biznesem. Kanał ten i tak zostanie zapchany, jeżeli innowacyjność nie stanie się wartością cenioną w społeczeństwie [Bendyk, *Kreatywność czy innowacyjność?* (<http://bendyk.blog.polityka.pl/2006/12/04/kreatywnosc-czy-innowacyjnosc/>) (stan na dzień 4.01.2013)].

LITERATURA

- Bendyk E., 2006, *Kreatywność czy innowacyjność?* <http://bendyk.blog.polityka.pl/2006/12/04/kreatywnosc-czy-innowacyjnosc/> (stan na dzień 4.01.2013).
- Borkowska S., 2005, *Przyszłość pracy w XXI wieku*, IPiSS, Warszawa.
- Brynjolfsson E., McAfee A., 2011, *Race Against The Machine: How the Digital Revolution is Accelerating Innovation, Driving Productivity, and Irreversibly Transforming Employment and the Economy*, Lexington.
- Christensen M.C., 2011, *The Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book That Will Change the Way You Do Business*, HarperBusiness, New York.

- Cohen D., 2003, *Polityka społeczna: Teksty źródłowe*, wyb. i oprac. L. Dziewięcka-Bokun i K. Zamorska, Wydaw. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Drucker P., 1992, *Innowacja i przedsiębiorczość, praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.
- Dziewięcka-Bokun L., Zamorska K., 2003, *Polityka społeczna: Teksty źródłowe, wybór i opracowanie*, Uniwersytet Wrocławski, Wrocław.
- Firszt D., 2006, *Międzynarodowy transfer technologii a innowacyjność polskiej gospodarki* [w:] *Kapitał ludzki w gospodarce opartej na wiedzy*, red. D. Kopycińska, Printgroup, Szczecin.
- Gajewski Ł., 2010, *Przeciwko planistycznemu pojmowaniu innowacyjności Wprowadzenie Analiza tradycyjnych wskaźników innowacyjności gospodarki* [w:] *Pod prąd głównego nurtu ekonomii*, red. M. Machaj, Instytut Misesa, Warszawa.
- Hazlitt H., 2004, *Ekonomia w jednej lekcji*, Znak, Kraków.
- Janasz W., Koziół K., 2007, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.
- Jasiński A. H., 1992, *Przedsiębiorstwo innowacyjne na rynku*, KiW, Warszawa.
- Jonas D. K., 1997, *Technology and the Work force: Work Will Not End*, "The Freeman/Ideas on Liberty", 1997/11, s. 676–678.
- Kryńska E., 2004, *Szkolnictwo wyższe a rynek pracy* [w:] *Regulacyjne aspekty polityki ekonomicznej – dostosowania polskiej gospodarki do europejskiego i globalnego rynku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Niedzielski P., Rychlik K., 2006, *Innowacje i Kreatywność*, Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Ossowski S., 1967, *Z zagadnień psychologii społecznej* [w:] *Dziela*, t. 3, Warszawa.
- Penc J., 1998, *Zarządzanie dla przyszłości. Twórcze kierowanie firmą*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków.
- Podręcznik Oslo, 2008, *Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji. Komisja europejska*, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Warszawa.
- Pomykański A., 2002, *Innowacje*, Politechnika Łódzka, Łódź.
- PORP, 2012, *Pracodawcy Podkarpacia 2012. Raport z badania*, WUP w Rzeszowie, Rzeszów.
- Rifkin J., 2001, *Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław.
- Rothschild M., 2004, *Bionomics: Economy As Business Ekosystem*, Beard Books, Washington D.C.
- Sauvy A., 1980, *La machine Et le chantage*, Paris.
- Schumpeter J.A., 1960, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa.
- Simpson P.M., Siguaw J.A., Enz C.A., 2006, *Innovation orientation outcomes: The good and the bad*, „Journal of Business Research”, vol. 59.
- Sismondi de J.Ch.S., 1955, *Nowe zasady ekonomii politycznej*, tłum. W. Giełżyński, PWN, Warszawa.
- Sosnowska A., Łobejko S., Kłopotek A., *Zarządzanie firmą innowacyjną*, Difin, Warszawa.

- Stawasz E., 2005, *Rodzaje innowacji* [w:] *Innowacje i transfer technologii – słownik pojęć*, red. K.B. Matusiak, PARP, Warszawa.
- Strojny M., 2009, *Innowacje czy imitacje?*, „Harvard Business Review Polska”, nr 6(76), czerwiec 2009, s. 15–19.
- Trendy: *Naśladownictwo jest cenniejsze niż innowacyjność* – wywiad z Odedem Shenkarem, „Harvard Business Review Polska”, <http://www.hbrp.pl/news.php?id=178&str=1> (stan na dzień 4.01.2013).
- Węgrzyn G., 2007, *Innowacyjność polskiej gospodarki a sytuacja na rynku pracy* [w:] *Wykorzystanie zasobów pracy we współczesnej gospodarce*, red. D. Kopycińska, Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Winiecki J., *Gospodarka oparta na wiedzy. Fetysz wydatków na badania i rozwój*, <http://winiecki.pl/pub5.php> (stan na dzień 4.01.2013).
- Wyciślak S., 2009, *Innowacje produktowe w strategiach przedsiębiorstw o zasięgu krajowym a zachowania korporacji transnarodowych* [w:] *Innowacyjność w skali makro i mikro*, red. B. Kryk, K. Piech, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa.

Streszczenie

Głównym celem powstania artykułu była prezentacja zagadnienia innowacji zawartej w badaniu „Pracodawcy Podkarpacia”. W pierwszej części tekstu przedstawiona została koncepcja innowacji oraz dyskurs o wpływie pewnych czynników na powstawanie innowacji. Zaprezentowana została także analiza związku pomiędzy innowacjami a rynkiem pracy. Druga część tekstu prezentuje dane pochodzące z badania „Pracodawcy Podkarpacia 2012”, ze szczególnym uwzględnieniem roli innowacji, jako czynnika związanego z kształtowaniem regionalnego rynku pracy. Autor opierając się na wynikach badania zrealizowanych wśród pracodawców Podkarpacia podjął próbę określenia związków pewnych czynników z aktywnością innowacyjną. W części tej autor podejmuje próbę udowodnienia wpływu innowacji na zwiększanie miejsc pracy w regionie.

Innovations and labour market on base of research of „Employers of Podkarpackie Voivodship 2012”

Summary

The main aim of this article is to present problem of innovations in research of „Employers of Podkarpackie”. The first part describes the concept of innovation and discusses an influence of some factors on the creation of innovations. There be analyzed relations between innovation and labour market. The second part presents data decandant from research of „Employers of Podkarpackie Voivodship 2012” with particular emphasis on the role of innvations as an factor affecting the shape of ragional labour market. The autor relaying on the results of research carried out among employers of Podkarpacki Region has attempted to identify some factors which are conected with innovation activites. In this part the author try to prove that innovations are job creation factor in the Region.