

Edyta PRZYBYLSKA
Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania
Instytut Zarządzania, Administracji i Logistyki
eprzybylska@polsl.pl

POTENCJALNE ŹRÓDŁA INNOWACJI W BRANŻY TSL

Streszczenie. Innowacyjność jest obecnie głównym czynnikiem wpływającym na konkurencyjność przedsiębiorstw na rynku. Również od podmiotów usług logistycznych wymaga się generowania, absorbowania i rozwijania nowych rozwiązań. Jednocześnie, aby być innowacyjnym konieczna jest znajomość źródeł innowacji. Literatura omawia dość obszernie różne podejścia dotyczące pochodzenia innowacji w przedsiębiorstwach. Jednak należy zauważyć, iż główne źródła różnią się w zależności od branży czy typu przedsiębiorstwa. Stąd celem artykułu jest wstępne uszeregowanie potencjalnych źródeł innowacji w przypadku branży TSL. Pozwoli to na dalsze badania wskazujące te z nich, które dominują w tej branży.

Słowa kluczowe: innowacje, źródła innowacji, branża TSL (transport-spedycja-logistyka)

POTENTIAL SOURCES OF INNOVATION IN THE TSL INDUSTRY

Abstract. Innovation is now a main factor in the competitiveness of companies in the market. Also from logistics services enterprise required to generate, absorb and develop new solutions. At the same time to be innovative must know the sources of innovation. Literature extensively discusses the different approaches at the origin of innovation in enterprises. However, it should be noted that the main source of innovation vary depending on the industry or type of business. Hence, the aim of this article is preliminary lineup of potential sources of innovation in the industry TSL. This will allow further study indicating the ones that are dominant in this industry.

Keywords: innovation, sources of innovation, transport-forwarding-logistics industry

1. Wprowadzenie

Aktualne trendy w gospodarce europejskiej akcentują istotność innowacji dla dalszego rozwoju krajów i regionów. Stąd działania o charakterze proinnowacyjnym prowadzą zarówno rządy poszczególnych państw, jak i Unia Europejska. Związane są one z tworzeniem programów wspierających innowacyjność zarówno w aspekcie finansowym, szkoleniowym, jak i doradczym¹. Jest to istotne tym bardziej, że to właśnie innowacyjność przedsiębiorstw buduje innowacyjność całej gospodarki, a w konsekwencji wpływa na jej konkurencyjność i wzrost PKB². Konieczność rozwoju innowacji dotyczy wszystkich podmiotów funkcjonujących na rynku, niezależnie od branży, którą reprezentują. W ostatnich latach szczególnie wiele uwagi poświęca się przedsiębiorstwom logistycznym reprezentującym branżę TSL (transport-spedycja-logistyka), których rola w zakresie obsługi łańcucha dostaw stale wzrasta. Jednocześnie coraz większe wymagania stawiane tym podmiotom będą wymuszać na nich podjęcie szerszych działań innowacyjnych. Niestety obecnie mówi się o stosunkowo niskiej innowacyjności przedsiębiorstw tej branży na tle innych podmiotów, wpisuje się to w ogólny trend, w którym sektor usługowy postrzega się jako mniej innowacyjny niż sektor przemysłowy³. Problem ten rodzi zasadniczo dwa pytania: pierwsze dotyczy barier hamujących rozwój innowacji, a drugie potencjalnych źródeł poszukiwania innowacji w branży TSL. W poniższym opracowaniu zainteresowanie zostało skoncentrowane na drugim z wymienionych problemów. Stąd cel artykułu to identyfikacja i systematyzacja potencjalnych źródeł innowacji w branży TSL. Ich określenie pozwoli na dalsze badania związane z oceną i identyfikacją dominujących źródeł innowacji dla branży TSL.

2. Podejścia do interpretacji źródeł innowacji

W literaturze poświęconej innowacjom dużo uwagi poświęca się ich źródłom. Proponuje ona wiele podejść identyfikujących i porządkujących źródła innowacji w przedsiębiorstwach. Różnorodność tych ujęć wynika w dużej mierze z braku jednoznaczności samego pojęcia

¹ Frankowski P., Skubiak B.: Innowacyjność w teorii ekonomii i praktyce gospodarczej. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, nr 30, Szczecin 2012, s. 275-276.

² Żukowska J., Pindelski M.: Rola innowacji w zarządzaniu organizacjami – studium przypadku, [w:] Pyka J. (red.): Nowoczesność przemysłu i usług – współczesne wyzwania i uwarunkowania rozwoju przemysłu i usług. TNOiK, Katowice 2010, s. 265.

³ Koźlak A.: Wspieranie innowacyjności przedsiębiorstw sektora TSL w Polsce z funduszy Unii Europejskiej. „Logistyka”, nr 2, 2014, s. 138.

„źródło”. S. Badowska⁴, za J. Barukiem oraz E. Stawasz⁵, wskazuje dwa zupełnie różne podejścia do źródeł innowacji, są nimi:

- przyczyny, czynniki wywołujące dane zjawisko; motywacje, inspiracje do zmian;
- miejsca (instytucje, grupy osób), w których innowacje zostały zainicjowane.

J. Penc definiuje źródła innowacji jako „to wszystko, co generuje określone idee, pomysły, projekty i może stać się przyczyną poszukiwania czy wynajdywania rzeczy nowych, podejmowania przedsięwzięć, wprowadzania ich w życie i doskonalenia”⁶. A. Pomykalski źródłem innowacji nazywa to wszystko, co inspiruje człowieka do zmian⁷. A. Karasek zaznacza, iż jest to impuls, bodziec, który stał się inspiracją do stworzenia innowacji⁸.

Konieczność ciągłego poszukiwania i wdrażania innowacji spowodowała, że działania te postrzega się obecnie jako proces. A. Chodyński⁹ podkreśla wieloczynnikowość procesu tworzenia innowacji, w którym wymaga się integracji czynników zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Również A. Pomykalski wskazuje brak jednego, określonego źródła innowacji, podkreślając istnienie bardzo wielu możliwości korzystania z różnych źródeł kreowania zmian¹⁰. W poszukiwaniu innowacji należy uwzględnić wiele różnych interakcji i sprzężeń zwrotnych zachodzących pomiędzy różnymi podmiotami na rynku¹¹. Obecnie mówi się o pięciu generacjach modeli procesu innowacji (tabela 1), dla których źródeł innowacji można doszukiwać się w różnych obszarach.

Tabela 1

Generacje modeli innowacji R. Rothwella

| Generacja | Cecha |
|----------------|---|
| Pierwsza/druga | Prosty model liniowy – model podażyowy, model popytowy |
| Trzecia | Model powiązany, zakładający interakcję różnych elementów oraz sprzężenia zwrotne informacji |
| Czwarta | Model równoległy, integracja wewnątrz firmy oraz współpraca z dostawcami i odbiorcami, akcent kładziony na powiązania i aliance |
| Piąta | System zintegrowany oparty na sieciowych powiązaniach: elastyczny, oparty na systemie odpowiedzi powiązanej z konsumentem, innowacja ciągła |

Źródło: Pomykalski A.: Zarządzanie innowacjami. PWN, Warszawa 2001, s. 36.

W tradycyjnym podejściu przy tworzeniu innowacji wymienia się model liniowy – podażyowy i popytowy (rys. 1a i 1b). W modelu podażyowym – inaczej „pchanym, tłoczonym na rynek” – zakłada się, że głównym inicjatorem i wykonawcą innowacji jest zarówno ośrodek

⁴ Badowska S.: Źródła i inspiracje wprowadzania innowacji produktowych. „Zarządzanie i Finanse”, nr 2, 2012, s. 10.

⁵ Stawasz E.: Źródła innowacji, [w:] Matusiak K.B. (red.): Innowacje i transfer technologii. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2011, s. 341.

⁶ Penc J.: Innowacje i zmiany w firmie. Placet, Warszawa 1999, s. 157.

⁷ Pomykalski A.: Zarządzanie innowacjami. PWN, Warszawa-Łódź 2001, s. 25.

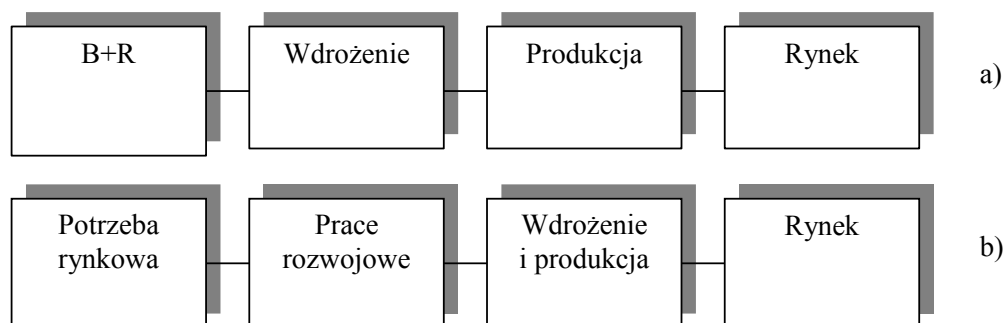
⁸ Karasek A.: Źródła innowacji w polskich przedsiębiorstwach – wyniki badań. Studia Ekonomiczne, nr 183. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2014, s. 48.

⁹ Chodyński A.: Przedsiębiorczość i innowacyjność a kompetencje – aspekty strategiczne. Zeszyty Naukowe, s. Zarządzanie, nr 2. Wyższa Szkoła Humanitas, 2008, s. 37.

¹⁰ Pomykalski A.: op.cit., s. 25.

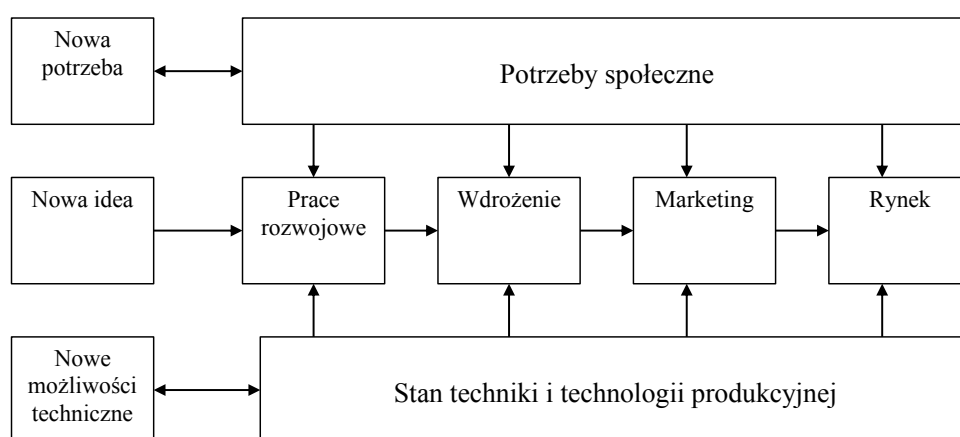
¹¹ Chodyński A.: op.cit., s. 37.

badania i rozwoju przedsiębiorstwa, jak i jednostka zlokalizowana poza przedsiębiorstwem. Ich badania powodują powstanie nowych produktów i procesów, które następnie są wprowadzane na rynek. Zakłada się więc pasywną rolę w tworzeniu innowacji ich odbiorców, natomiast na pierwszy plan wychodzą czynniki podażowe. W modelu popytowym – inaczej „ciągnionym, ssanym przez rynek” – źródła innowacji pochodzą z rynku, z potrzeb zgłaszanych przez potencjalnych odbiorców innowacji¹².



Rys 1. Klasyczne liniowe modele procesu innowacyjnego: a) model innowacji „pchanej” na rynek; b) model innowacji „ssanej” przez rynek
 Źródło: Szatkowski K.: Zarządzanie innowacjami i transferem technologii. PWN, Warszawa 2016, s. 38.

Od lat 80. XX wieku w krajach wysoko rozwiniętych modele liniowe zostały stopniowo wyparte przez modele nieliniowe (złożone), w których idea polega na jednoczesnym powiązaniu czynników podażowych z popytowymi i zachodzącymi pomiędzy nimi relacjami. W ten sposób powstał model sprzężeniowy, zaproponowany przez R. Rothwella oraz W. Zegveld (rys. 2), w którym następuje połączenie możliwości technicznych z potrzebami rynkowymi. Dąży on do ciągłego poszukiwania nowych okazji i źródeł do inicjowania procesów innowacyjnych¹³.



Rys. 2. Sprzężeniowy model procesu innowacyjnego
 Źródło: Szatkowski K.: Zarządzanie innowacjami i transferem technologii. PWN, Warszawa 2016, s. 38.

¹² Na podstawie: Pomykalski A.: op.cit., s. 36-38; Szatkowski K.: op.cit., s. 37-38.

¹³ Szatkowski K.: op.cit., s. 43.

3. Klasyfikacja źródeł innowacji według różnych ujęć literatury

W literaturze znaleźć można wiele ujęć klasyfikacyjnych źródeł innowacji. Najbardziej podstawowe z nich przedstawił P. Drucker. Wymienił on siedem źródeł, okazji do innowacji¹⁴:

- nieoczekiwane powodzenie, niepowodzenie, zdarzenie zewnętrzne,
- niezgodność między rzeczywistością a wyobrażeniami o niej,
- innowacja wynikająca z potrzeb procesu,
- zmiany w strukturze przemysłu lub w strukturze rynku, które wszystkich zaskakują,
- demografia (zmiany w populacji),
- zmiany w postrzeganiu, nastrojach i wartościach,
- nowa wiedza.

Wielu autorów, w tym S. Motyka, wskazuje na uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne w poszukiwaniu innowacji przez przedsiębiorstwa. Pierwsze wynikają z czynników ekonomicznych, społecznych, polityczno-prawnych, kulturowych, technologicznych, naturalnych, kapitałowych i rynkowych, będących elementem otoczenia organizacji. Drugie są bezpośrednio związane z zasobami organizacji¹⁵. A. Żołnierski wśród zewnętrznych źródeł innowacji wymienia głównie: wyższe uczelnie, jednostki badawczo-rozwojowe, firmy konkurencyjne, odbiorców i dostawców. Natomiast mówiąc o wewnętrznych źródłach odnosi je do potencjału przedsiębiorstwa, na który składają się: kadra, badania i rozwój prowadzone przez przedsiębiorstwo oraz technologie¹⁶. K. Szatkowski¹⁷ odnosząc się do źródeł wewnętrznych i zewnętrznych podkreśla, że często centrami działalności innowacyjnej w zakresie jej generowania i wdrażania są duże koncerny, natomiast małe i średnie przedsiębiorstwa częściej korzystają z dorobku innych jednostek na zasadzie odpłatności, czyli wykorzystują zewnętrzne źródła innowacji.

Jednym z najważniejszych źródeł innowacji, często podkreślanym w literaturze, są pracownicy firmy, szczególnie jeśli uwzględni się ich kreatywność, wiedzę, umiejętności zawodowe i doświadczenie¹⁸. J. Jeston i J. Nelis również podkreślają rolę pracowników, w tym pracowników najniższego szczebla. Wskazują na ich potencjał w generowaniu pomysłów mogących usprawnić prowadzone prace (określają je jako „pomysły z podłogi”). Jednocześnie zwracają uwagę, że zdecydowanie zbyt rzadko osoby te są proszone o wyrażenie swoich poglądów i pomysłów lub są one zbyt szybko odrzucane przez kierownictwo średniego szczebla jako zbyt radykalne i nie warte dalszego rozważenia, a mogą one stać się inspiracją do pojawienia się zmodyfikowanych lub innych propozycji innowacyjnych pomysłów¹⁹. Również K. Szopik-

¹⁴ Penc J.: op.cit., s. 159-160.

¹⁵ Motyka S.: Model kreowania systemu innowacji w przedsiębiorstwie. „Zarządzanie Przedsiębiorstwem”, vol. 17, nr 4, 2014, s. 153.

¹⁶ Żołnierski A.: Potencjał innowacyjny polskich małych i średniej wielkości przedsiębiorstw. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005, www.pptb.pl/publikacje/potencjal_msp.pdf, 15.12.2016, s. 6.

¹⁷ Szatkowski K.: op.cit., s. 52.

¹⁸ Motyka S.: op.cit., s. 155, 158.

¹⁹ Jeston J., Nelis J.: Process Innovation. BPTrends, Sydney 2006, p. 1.

Depczyńska²⁰ zwraca uwagę, iż źródłem innowacji może być nie tylko kierownictwo wyższego szczebla, lecz cała kadra pracownicza, szczególnie te osoby, które mają bliższy i bezpośredni kontakt z problemem. Konieczne jest wobec tego pobudzanie zachowań kreatywnych wśród całego zespołu pracowników. Nawiązując do tego R. Tylżanowski podkreśla konieczność zarządzania kapitałem intelektualnym oraz stworzenia takiej polityki zarządzania personelem, która stworzy klimat dla rozwoju innowacyjności w przedsiębiorstwie²¹.

Szczególną uwagę w poszukiwaniu źródeł innowacji przypisuje się także otoczeniu, w którym działa przedsiębiorstwo, a szczególnie stopniowi jego złożoności i zmienności²². Również A. Kłopotek²³ podkreśla rolę otoczenia w generowaniu innowacji. Szczególnie wiele uwagi przypisuje się wymaganiom klienta i rynku w kształtowaniu innowacji, ale także konkurencji i rozwojowi technologii²⁴. J. Żukowska i M. Pindelski podkreślają szczególne znaczenie użytkowników produktu czy odbiorców usługi w kreowaniu nowych innowacji – mowa o tzw. user-driven innovation²⁵. M. Matuszek omawia zagadnienie współtworzenia wartości z klientami²⁶, gdzie jednym z jej przejawów mogą być nowe rozwiązania wprowadzane do przedsiębiorstwa. Poza wymienionymi P. Kotler²⁷ podkreśla dodatkowo rolę: naukowców, konkurentów, uczestników kanałów dystrybucji, zarządu. W wielu opracowaniach podkreśla się rolę działów B+R (badań i rozwoju) w tworzeniu innowacyjności przedsiębiorstwa. Przypisuje się mu podwójną rolę – z jednej strony ma za zadanie tworzyć nowe produkty i procesy produkcyjne, natomiast z drugiej ma zwiększać zdolność przedsiębiorstwa do uczenia się i wdrażania nowych rozwiązań²⁸. Ponadto rola działu B+R polega na współpracy i koordynacji z obszarami produkcji i marketingu. Współpraca pomiędzy działami B+R i marketingu dotyczy z jednej strony przekazywania informacji o nowych technologiach, a z drugiej o wszelkich zastrzeżeniach, oczekiwaniach klientów czy też akceptacji lub jej braku wobec nowych produktów. Jednocześnie istnieje konieczność skoordynowania informacji z tych działów z działem produkcji, tak aby w tworzeniu nowych produktów uwzględnić kwestie kosztowe oraz zdolności produkcyjne firmy²⁹. Jednak w przypadku wielu firm, zwłaszcza mniejszych, które nie

²⁰ Szopik-Depczyńska K.: Klasyfikacja czynników aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw, [w:] Juchniewicz M. (red.): Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. „Uwarunkowania Instytucjonalne”, nr 15, 2009, s. 102.

²¹ Tylżanowski R.: Innowacyjne rozwiązania logistyczne w przedsiębiorstwach. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Zarządzanie i Marketing, tom 1, nr 34. Szczecin 2013, s. 293.

²² Motyka S.: op.cit., s. 158.

²³ Kłopotek A.: Polityka proinnowacyjna jako warunek wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw. Materiały i Prace Instytutu Funkcjonowania Gospodarki Narodowej, t. LXXXIII. Konkurencyjność – Marketing – Informacja. Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2002, s. 30.

²⁴ Kanagal N.B.: Innovation and product innovation in marketing strategy. “Journal of Management and Marketing Research”, Vol. 18, 2015, p. 2.

²⁵ Żukowska J., Pindelski M.: op.cit., s. 269.

²⁶ Matuszek M.: Współtworzenie wartości z klientem – systematyczny przegląd literatury. „Przegląd Organizacji”, nr 10, 2015, s. 5-11.

²⁷ Kotler P.: Marketing. Gebethner i Ska, Warszawa 1994, s. 297.

²⁸ Fischer M.M.: The innovation process and network activities of manufacturing firms. 38th European Congress of the regional science association, Vienna 1998, p. 7.

²⁹ Zakrzewska-Bielawska A.: Organizacja działalności badawczo-rozwojowej w przedsiębiorstwach innowacyjnych, [w:] Stabryła A., Makłus T. (red.): Strategie rozwoju organizacji. S. Encyklopedia Zarządzania. mfiles.pl, Kraków 2012, s. 210.

mają własnych komórek badawczych i rozwojowych, szczególnie ważne jest poszukiwanie źródeł innowacji przez interakcje z innymi podmiotami oraz przez transfer wiedzy z innych firm i branż³⁰. Otwartość przedsiębiorstwa na innowacje może przejawiać się w tworzeniu różnego rodzaju powiązań sieciowych i klastrowych z innymi podmiotami, co stwarza nowe źródła innowacji³¹.

4. Potencjalne źródła innowacji w branży TSL

W poprzednich punktach artykułu wskazano różne podejścia i klasyfikacje innowacji wdrażanych w przedsiębiorstwach, proponowane w literaturze. Zdecydowanie najbardziej podstawowy jest ich podział na wewnętrzne i zewnętrzne. Jednak jak zauważa A. Segarra-Blasco i J.M. Arauzo-Carod³² źródła innowacji czy też zdolność przedsiębiorstw do współpracy w zakresie tworzenia innowacji różnią się pomiędzy poszczególnymi firmami i całymi branżami. Podkreśla ten fakt również A. Koźlak³³, dodając jeszcze wielkość przedsiębiorstwa i jego indywidualną zdolność do zarządzania wiedzą. Stąd mówiąc o innowacjach i ich źródłach podejmuje się próby odrębnego przeanalizowania i wskazania tych z nich, które są specyficzne i dominujące dla danej branży. Jedną z nich jest branża TSL, która w ostatnich latach bardzo mocno się rozwija i mówiąc o jej przyszłości w Polsce podkreśla się jej dalszy rozwój. Branża ta jest ciekawa z punktu widzenia innowacyjności z kilku powodów. Po pierwsze, jak już wcześniej wspomniano, ważną kwestią jest jej ciągły, dynamiczny rozwój, który będzie wymuszał dążenie do wdrażania nowych rozwiązań. Po drugie, branża ta ma charakter usługowy, a jak podkreśla A. Koźlak³⁴ – ma to wpływ na fakt, że proces innowacyjny w takiej działalności ma pod wieloma względami odmienny charakter niż w działalności wytwórczej. Po trzecie, wspomina się o zbyt małej innowacyjności tej branży uwzględniając jej potencjał innowacyjny. Jak podkreśla (na podstawie swoich badań) A. Koźlak³⁵, przedsiębiorstwa te najczęściej nie tworzą samej nowej technologii, a adaptują te rozwiązania, które powstały w innych sektorach. Uwzględniając wymienione aspekty, podjęto (na podstawie analizy literatury) próbę wskazania i uporządkowania potencjalnych źródeł innowacji występujących w branży TSL. Zostały one przedstawione w tabeli 2.

³⁰ Fischer M.M.: op.cit., s. 8.

³¹ Zakrzewska-Bielawska A.: op.cit., s. 210.

³² Segarra-Blasco A., Arauzo-Carod J.M.: Sources of innovation and industry-university interaction: Evidence from Spanish firms. "Research Policy", Vol. 37, 2008, p. 1284.

³³ Koźlak A.: Wspieranie..., op.cit., s. 138-139.

³⁴ Koźlak A.: Innowacyjność w podaży usług jako czynnik konkurencyjności przedsiębiorstw sektora TSL. Referat z konferencji Eurotrans, Warszawa 2008, s. 3-4.

³⁵ Koźlak A.: Wspieranie..., op.cit., s. 141.

Tabela 2

Potencjalne źródła innowacji w branży TSL

| Lp. | Źródło zewnętrzne | Źródło wewnętrzne | Źródło mieszane |
|-----|---|---|--|
| 1 | Projekty opracowane przez placówki PAN | Projekty opracowane przez komórki zaplecza inżynieryjno-technicznego przedsiębiorstwa | Wspólne przedsięwzięcia własnego przedsiębiorstwa i placówek PAN |
| 2 | Projekty opracowane przez uczelnie wyższe, instytuty naukowe i badawcze | Projekty opracowane przez własne komórki zaplecza B+R | Wspólne przedsięwzięcia własnego przedsiębiorstwa oraz uczelni wyższych, instytutów naukowych i badawczych |
| 3 | Projekty opracowane przez instytuty resortowe, instytuty branżowe, biura projektowe | Projekty racjonalizatorskie, usprawniające organizację pracy, zgłaszane przez pracowników najniższego szczebla przedsiębiorstwa | Wspólne przedsięwzięcia własnego przedsiębiorstwa oraz instytutów resortowych, branżowych, biur projektowych |
| 4 | Rozwiązania uzyskane na bazie zakupu licencji | Projekty zgłaszane przez kierownictwo i zarząd przedsiębiorstwa | Wspólne prace nad rozwiązaniami licencyjnymi |
| 5 | Zakup myśli naukowo-technicznej pochodzącej od dostawców | Projekty powstałe w wyniku wspólnej pracy zakładów, oddziałów przedsiębiorstwa | Wspólne przedsięwzięcia własnego przedsiębiorstwa i dostawców |
| 6 | Zakup myśli naukowo-technicznej pochodzącej od odbiorców | Rozwiązania uzyskane w wyniku nowych zatrudnień ekspertów | Wspólne przedsięwzięcia własnego przedsiębiorstwa i odbiorców |
| 7 | Zakup myśli naukowo-technicznej pochodzącej od konkurentów | Rozwiązania otrzymane w wyniku szkoleń i doskonalenia kadr | Wspólne przedsięwzięcia własnego przedsiębiorstwa i konkurentów |
| 8 | Zakup myśli naukowo-technicznej od innych podmiotów zewnętrznych (poza wymienionymi w 5-7) | Projekty pochodzące z przedsięwzięć spin off, spin out | Wspólne przedsięwzięcia własnego przedsiębiorstwa i innych podmiotów zewnętrznych |
| 9 | Rozwiązania (pomysły) uzyskane w wyniku przejęć, fuzji | Inżynieria wsteczna – proces badania usługi | Rozwiązania ze spółek joint venture |
| 10 | Rozwiązania (pomysły) uzyskane w wyniku targów, wystaw, zjazdów | Własne badania marketingowe, analizy rynku, analizy wymagań klientów | Wspólne przedsięwzięcia własnego przedsiębiorstwa i organizacji międzynarodowych |
| 11 | Rozwiązania (pomysły) od uczestników kanału dystrybucji | | Wymiana informacji i personelu przez programy współpracy naukowej i technicznej |
| 12 | Zmiany, wymagania instytucji rządowych | | Strategiczne partnerstwo badawczo-rozwojowe |
| 13 | Rozwiązania (pomysły) pochodzące z dostępnej literatury, prospektów, katalogów, literatury normalizacyjnej czy patentowej | | |
| 14 | Rozwiązania (pomysły) od organizacji międzynarodowych | | |
| 15 | Doradztwo firm konsultingowych | | |
| 16 | Kontraktowanie prac badawczo-rozwojowych na zewnątrz | | |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeglądu literatury.

Wymienione w tabeli 2 potencjalne źródła innowacji dla branży TSL zostały pogrupowane w trzech obszarach, mianowicie źródła: zewnętrzne, wewnętrzne i mieszane. Jest to wynikiem tego, że część rozwiązań innowacyjnych jasno można zakwalifikować do zewnętrznych czy wewnętrznych, natomiast niektóre z nich pojawiają się na styku współpracy przedsiębiorstwa usług logistycznych z innymi podmiotami.

5. Podsumowanie

Źródła pochodzenia innowacji w przedsiębiorstwach są przedmiotem wielu opracowań literaturowych. Jednak niewielkie jest ich odniesienie do branży TSL. Jednocześnie zarówno naukowcy, jak i praktycy podkreślają, że struktura źródeł innowacji jest różna dla poszczególnych branż czy też typu przedsiębiorstw. Stąd w artykule podjęto próbę zidentyfikowania potencjalnych źródeł innowacji występujących w omawianej branży. Zostały one wskazane głównie na bazie badań literaturowych oraz wstępnych wywiadów prowadzonych w przedsiębiorstwach usług logistycznych. Źródła te w kolejnych krokach poddane będą badaniom wśród przedsiębiorstw branży TSL. Analizowane przedsiębiorstwa usług logistycznych zostaną scharakteryzowane pod względem: kapitału przedsiębiorstwa (polski, zagraniczny, mieszany), wielkości przedsiębiorstwa, wyrażonej liczbą zatrudnienia oraz liczbą oddziałów, a także typu prowadzonej podstawowej działalności (transportowa, spedycyjna, operator logistyczny). Przeprowadzone badania pozwolą wskazać źródła innowacji, które dominują wśród przedsiębiorstw branży TSL, z uwzględnieniem ich głównych charakterystyk.

Bibliografia

1. Badowska S.: Źródła i inspiracje wprowadzania innowacji produktowych. „Zarządzanie i Finanse”, nr 2, 2012.
2. Chodyński A.: Przedsiębiorczość i innowacyjność a kompetencje – aspekty strategiczne. Zeszyty Naukowe, s. Zarządzanie, nr 2. Wyższa Szkoła Humanitas, 2008.
3. Fischer M.M.: The innovation process and network activities of manufacturing firms. 38th European Congress of the regional science association, Vienna 1998.
4. Frankowski P., Skubiak B.: Innowacyjność w teorii ekonomii i praktyce gospodarczej. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, nr 30. Szczecin 2012.
5. Jeston J., Nelis J.: Process Innovation. BPTrends, Sydney 2006.

6. Kanagal N.B.: Innovation and product innovation in marketing strategy. "Journal of Management and Marketing Research", Vol. 18, 2015.
7. Karasek A.: Źródła innowacji w polskich przedsiębiorstwach – wyniki badań. Studia Ekonomiczne, nr 183. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2014.
8. Kłopotek A.: Polityka proinnowacyjna jako warunek wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw. Materiały i Prace Instytutu Funkcjonowania Gospodarki Narodowej, t. LXXXIII. Konkurencyjność – Marketing – Informacja. Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2002.
9. Kotler P.: Marketing. Gebethner i Ska, Warszawa 1994.
10. Koźlak A.: Innowacyjność w podaży usług jako czynnik konkurencyjności przedsiębiorstw sektora TSL. Referat z konferencji Eurotrans, Warszawa 2008.
11. Koźlak A.: Wspieranie innowacyjności przedsiębiorstw sektora TSL w Polsce z funduszy Unii Europejskiej. „Logistyka”, nr 2, 2014.
12. Matuszek M.: Współtworzenie wartości z klientem – systematyczny przegląd literatury. „Przegląd Organizacji”, nr 10, 2015.
13. Motyka M.: Model kreowania systemu innowacji w przedsiębiorstwie. „Zarządzanie Przedsiębiorstwem”, Vol. 17, nr 4, 2014.
14. Penc J.: Innowacje i zmiany w firmie. Placet, Warszawa 1999.
15. Pomykański A.: Zarządzanie innowacjami. PWN, Warszawa-Lódź 2001.
16. Segarra-Blasco A., Arauzo-Carod J.M.: Sources of innovation and industry-university interaction: Evidence from Spanish firms. "Research Policy", Vol. 37, 2008.
17. Stawasz E.: Źródła innowacji, [w:] Matusiak K.B. (red.): Innowacje i transfer technologii. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2011.
18. Szatkowski K.: Zarządzanie innowacjami i transferem technologii. PWN, Warszawa 2016.
19. Szopik-Depczyńska K.: Klasyfikacja czynników aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw, [w:] Juchniewicz M (red.): Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. „Uwarunkowania instytucjonalne”, nr 15, 2009.
20. Tylżanowski R.: Innowacyjne rozwiązania logistyczne w przedsiębiorstwach. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Zarządzanie i Marketing, tom 1, nr 34, 2013.
21. Zakrzewska-Bielawska A.: Organizacja działalności badawczo-rozwojowej w przedsiębiorstwach innowacyjnych, [w:] Stabryła A., Makłus T. (red.): Strategie rozwoju organizacji. S. Encyklopedia Zarządzania. mfiles.pl, Kraków 2012.
22. Żołnierski A.: Potencjał innowacyjny polskich małych i średniej wielkości przedsiębiorstw. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005, www.pptb.pl/publikacje/potencjal_msp.pdf, 15.12.2016.
23. Żukowska J., Pindelski M.: Rola innowacji w zarządzaniu organizacjami – studium przypadku, [w:] Pyka J. (red.): Nowoczesność przemysłu i usług – współczesne wyzwania i uwarunkowania rozwoju przemysłu i usług. TNOiK, Katowice 2010.