

Praca dotyczy roli innowacji jako narzędzia kreującego konkurencyjność przedsiębiorstw transportu samochodowego. Zakres zaprezentowanych rozważań uwzględnia poziom regionalnego rynku usług transportowych.

W ujęciu merytorycznym przedstawiono wieloaspektową analizę związaną z istotą innowacji, w której ważną rolę odgrywają takie zagadnienia jak: inwencja (pomysł), innowacja (zastosowanie) oraz imitacja (upowszechnienie innowacji). W pracy skoncentrowano się na zagadnieniu innowacji na poziomie mikroekonomicznym (przedsiębiorstwa transportu autobusowego). Należy jednak podkreślić, że jest to zagadnienie analizowane również na innych poziomach w tym makroekonomicznym.

W dalszej części pracy (rozdział 2 i 3) przedstawiono istotę konkurencji, przede wszystkim w kontekście ekonomicznym oraz regionalnego rynku usług transportowych. Poza modelami konkurencyjnymi przedstawiono zagadania związane z konkurencyjnością. W tym kontekście wartościowe jest podkreślenie znaczenia jaką odgrywa konkurencyjność dla przedsiębiorstw usługowych oraz związanej z tym szczególnej roli kapitału ludzkiego. Zagadnienia związane z regionalnym rynkiem usług transportowych zaprezentowano w ujęciu teoretycznym oraz praktycznym. W podejściu teoretycznym zaprezentowano podstawowe definicje związane z tym segmentem przewozów pasażerskich natomiast w ujęciu pragmatycznym wykorzystano dane statystyczne, odzwierciedlające zmiany jakie zaszły na regionalnym rynku przewozów pasażerskich.

Kolejne części pracy mają charakter analityczno-koncepcyjny. W warstwie analitycznej przedstawiono, na bazie jednego z funkcjonujących przedsiębiorstw PKS w województwie zachodniopomorskim, wpływ podjętych działań innowacyjnych na jego obecną pozycję konkurencyjną. Analizę poprzedziło przedstawienie rozwoju przedsiębiorstw PKS w Polsce oraz wpływu transformacji ustrojowej na ich funkcjonowanie. Co ważne w analizie uwzględniono mierniki właściwe dla różnych rodzajów usług świadczonych przez przedsiębiorstwo. W części koncepcyjnej przedstawiono uwarunkowania funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw autobusowych na rynku regionalnym, typizację zachowań przedsiębiorstw komunikacji samochodowej oraz kierunki ich rozwoju z uwzględnieniem działań proinnowacyjnych. Uwzględniając zwiany w dywersyfikacji działalności oraz potencjale przedsiębiorstw transportu autobusowego w ramach typizacji zachowań przedsiębiorstw PKS wyróżniono następujące typy zachowań proinnowacyjnych: zachowawca, tester, fokus, zdobywca.