

*Małgorzata Górka*<sup>1</sup>

## WYBRANE POGLĄDY NA TEMAT INNOWACJI JAKO CZYNNIKA KONKURENCYJNOŚCI PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH

**Streszczenie:** Przedstawiono problematykę działalności innowacyjnej podejmowanej przez podmioty gospodarcze. Innowacje stanowią o konkretyzacji przedsiębiorstw i możliwości efektywnego wykorzystania posiadanych zasobów. Każde przedsiębiorstwo by móc się rozwijać potrzebuje innowacji – nowych produktów, usług, technologii, systemów organizacyjnych, czy marketingowych. Dzięki wprowadzaniu innowacji możliwe jest obniżenie kosztów produkcji oraz podniesienie jakości produkowanych wyrobów. Innowacje uznawane są obecnie za jeden z podstawowych czynników warunkujących rozwój przedsiębiorstw, stając się ważnym czynnikiem wzrostu ich konkurencyjności. W dobie globalizacji i narastającej konkurencji, innowacje stają się niezbędne do sprawnego funkcjonowania podmiotów gospodarczych.

**Słowa kluczowe:** innowacje, działalność innowacyjna, konkurencyjność przedsiębiorstw

### **Istota oraz znaczenie innowacji i innowacyjności podmiotów gospodarczych**

Słowo innowacja pochodzi z języka łacińskiego *innovatio* – odnowienie; *innovare* – odnawiać, podlega ewolucyjnym zmianom, stale jest uzupełniane i rozszerzane, w związku z pojawianiem się nowych koncepcji<sup>2</sup>. W literaturze ekonomicznej nie ma ustalonej jednolitej, powszechnie akceptowanej definicji innowacji. Zarówno teoretycy, jak i praktycy posługują się tym terminem w wielu

---

<sup>1</sup> Dr inż. Małgorzata Górka, Zakład Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich, Instytut Gospodarki i Polityki Społecznej, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Piłonia w Krośnie

<sup>2</sup> W. Kopaliński, Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem, Oficyna Wydawnicza Rytm, Warszawa, 2007, s. 16.

rozmaitych znaczeniach. Innowacje są jednym z najbardziej złożonych i niejednoznacznie zdefiniowanych pojęć w teorii ekonomii. Trudność polega zaś na różnych sposobach postrzegania innowacji. Jak podają Janasz i Koziół<sup>3</sup>, termin „innowacje” jest rozumiany szeroko i odnosi się do wszystkich sfer życia, począwszy od nowych rozwiązań dotyczących życia gospodarczego czy społecznego, a skończywszy na nowych prądach myślowych czy kulturowych.

Pojęcie innowacji wprowadził do światowej literatury ekonomicznej J.A. Schumpeter w 1912 roku; traktował on innowacje jako czynnik rozwoju gospodarczego, a jego ujęcie uznawane jest za klasyczne. Według Schumpetera<sup>4</sup> innowacje to nowe kombinacje zachodzące w następujących przypadkach:

- wytworzenia nowego produktu lub wprowadzenia na rynek towarów o nowych właściwościach,
- wprowadzenia nowej metody produkcji,
- otwarcia nowego rynku zbytu,
- zdobycia nowych źródeł surowców,
- przeprowadzenia nowej organizacji procesów gospodarczych.

Definicja ta jest punktem wyjścia do rozważań o znaczeniu innowacji w gospodarce. W ujęciu Schumpetera innowacja oznacza wprowadzanie do praktyki nowego rozwiązania, przy czym autor skupiał się przede wszystkim na innowacjach technicznych i ich wpływie na gospodarkę. Jest on twórcą koncepcji tzw. „twórczej destrukcji”, która polega na ciągłym niszczeniu starych struktur i nieustannym tworzeniu nowych, coraz bardziej efektywnych.

W literaturze spotyka się wiele różnorodnych podejść do pojęcia innowacji – od ujęć wąskich, przedstawionych przez Freemana<sup>5</sup>, dla którego innowacja to pierwsze handlowe zastosowanie nowego produktu, procesu lub urządzenia oraz definicji Mansfielda<sup>6</sup>, z której wynika, że innowację stanowi pierwsze zastosowanie wynalazku, aż do bardziej szerokiego ujęcia reprezentowanego przez Kotlera<sup>7</sup>, stwierdzającego, że innowacja odnosi się do jakiegokolwiek dobra, usługi lub pomysłu, który jest postrzegany przez kogoś jako nowy. Według

---

<sup>3</sup> W. Janasz, K. Koziół, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, Wydawnictwo PWE, Warszawa, 2007, s. 14.

<sup>4</sup> J. A. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo PWE, Warszawa 1960, s. 131.

<sup>5</sup> Ch. Freeman, *The Economics of Industrial Innovation*, F. Pinter, London, 1982, s. 7.

<sup>6</sup> E. Mansfield, *Industrial Research and Technological Innovation*, W.W. Norton, New York, 1968, s. 83.

<sup>7</sup> Ph. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*. Wydawnictwo Gebethner & Ska, Warszawa, 1994, s. 322.

Fagerberga<sup>8</sup> innowacje to nowe i lepsze niż stosowane do tej pory przez ludzi rozwiązania, które mają wpływ na społeczno-ekonomiczne warunki życia. Z kolei Rogers<sup>9</sup> uważa, że innowacja to idea postrzegana przez jednostkę jako nowa. Natomiast Drucker<sup>10</sup> twierdzi, że innowacją jest świadoma korzystna zmiana wynikająca z potrzeb lub systematycznej obserwacji środowiska zewnętrznego. Podkreśla również, że jest ona celową i skoncentrowaną pracą, która wymaga wiedzy i pomysłowości. Bodźcem do powstania innowacji nie musi być czynnik techniczny, lecz zwykła obserwacja rynku. Parker<sup>11</sup> za innowacje uznał proces obejmujący wszelkie działania doprowadzające nowy produkt lub metodę wytwarzania do praktycznego zastosowania. Z kolei zgodnie z definicją Harmana<sup>12</sup> innowacje polegają na wprowadzeniu nowych lub znacząco udoskonalonych produktów lub procesów na rynek. Ciekawe wytłumaczenie pojęcia innowacji zaprezentował Silverberg<sup>13</sup>, który stwierdził, że są one wynikiem oddziaływania czynników wewnętrznych, takich jak wydatki przeznaczane przez krajowe podmioty gospodarcze na działalność B+R bądź inwestycje w wykształcenie kapitału ludzkiego. Uważał, że dzięki należycie wyszkolonemu personelowi zwiększają się możliwości innowacyjne podmiotów gospodarczych, a tym samym skutkują rozwojem gospodarczym.

Baruk<sup>14</sup> trafnie podsumował istotę i zakres pojęcia innowacji w opiniach różnych autorów, a nawet wskazał wspólne ich cechy:

- innowacja jest celową i korzystną zmianą w dotychczasowym stanie, która musi znaleźć praktyczne zastosowanie;
- przedmiotem zmian są wyroby, usługi procesy, organizacja, metody zarządzania, rynek, a ich następstwem powinny być określone korzyści techniczne, ekonomiczne i społeczne;

---

<sup>8</sup> J. Fagerberg J. *Innovation a guide to the literature*, w. The Oxford Handbook of Innovation, Fagerberg J., Mowery D. C., Nelson R. R., Oxford University Press, 2005, s. 155.

<sup>9</sup> E. M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, The Free Press, New York, 1983, London, s. 13.

<sup>10</sup> P.F. Drucker, *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Wydawnictwo PWE, Warszawa 1962, s. 14.

<sup>11</sup> J. Parker, *The economics of innovation. The national and multinational enterprise in technological change*, London 1974, s. 13.

<sup>12</sup> A. J. Harman, *The International Computer Industry. Innovation and Comparative advantage*, Harvard University Press, Cambridge Mass 1971, s. 151-169.

<sup>13</sup> G. Silverberg, L. Soete, *The Economics of Growth and Technical Change*, E. Elgar, Brookfield 1994, s. 21.

<sup>14</sup> J. Baruk, *Innowacje, kultura innowacyjna i poziom innowacyjności przedsiębiorstw przemysłowych*. „Gospodarka Narodowa” 2001, nr. 11-12, 2002, s. 78-94.

- innowacje są środkiem realizacji celów rozwojowych organizacji oraz nośnikiem postępu technicznego (jeśli przynoszą korzystne efekty ekonomiczne);
- wymagają określonego zasobu wiedzy technicznej, rynkowej, ekonomicznej i socjopsychologicznej.

Właściwa realizacja zadań związanych ze wspieraniem innowacji nie byłaby w pełni możliwa bez regularnych badań statystycznych, dostarczających danych o działalności innowacyjnej. Konieczna jest zatem pewna standaryzacja definicji do celów ewidencji statystycznej<sup>15</sup>. Międzynarodowym wzorcem w tym zakresie jest metodologia proponowana przez Oslo Manual. Według terminologii przyjętej w statystykach OECD „innowacje są to zmiany produktu lub procesu produkcyjnego nowe dla wprowadzającego ją przedsiębiorstwa lub nieznanne w kraju lub regionie”. Tradycyjna definicja innowacji pochodząca z podręcznika Oslo Manual<sup>16</sup> najczęściej cytowana, zwraca uwagę na technologiczny aspekt innowacji i jego wdrożenie.

Ewolucja pojęcia innowacji, związana z przechodzeniem od gospodarki przemysłowej do gospodarki opartej na wiedzy, spowodowała poszerzenie definicji innowacji. W kolejnych edycjach podręcznika Oslo Manual<sup>17</sup>, przez innowacje rozumie się wprowadzenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (towaru lub usługi), procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej do środowiska pracy lub zewnętrznych relacji organizacji. Działania takie można uznać za innowacyjne wówczas, gdy produkt, proces, metoda marketingowa lub organizacyjna jest nowa lub znacząco udoskonalona w skali przedsiębiorstwa<sup>18</sup>.

Przytoczona definicja innowacji jest szeroka, uwzględnia zarówno zmiany dotyczące technologii, jak i pozatechnologiczne. Inni polscy naukowcy podjęli również próbę zdefiniowania terminów innowacji (tabela 1).

---

<sup>15</sup> B. Grzybowska, *Innowacyjność przemysłu spożywczego – ujęcie regionalne*. Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2012, s. 60.

<sup>16</sup> Oslo Manual, *The Measurement of Scientific and Technological Activities. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, Secend Edition 1997, OECD/Eurostat.

<sup>17</sup> Oslo Manual, *The Measurement of Scientific and Technological Activities. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, 3rd Edition, 2005, OECD/Eurostat.

<sup>18</sup> M. Juchniewicz, *Innowacje nietechnologiczne w przemyśle spożywczym*. Wydawnictwo Roczniki Naukowe SERiA, Warszawa – Poznań 2011, t. XIII, z. 2, s. 159-164.

**Tabela 1. Wybrane definicje innowacji według polskich naukowców**

Autor	Definicja innowacji
Z. Pietrasiński [1970]	Innowacje to zmiany celowo wprowadzone przez człowieka lub zaprojektowane przezeń układy cybernetyczne, które polegają na zastępowaniu dotychczasowych stanów rzeczy innymi ocenianymi dodatnio w świetle określonych kryteriów i składającymi się w sumie na postęp.
W. Grzywacz [1995]	Innowacja to kategoria ekonomiczna, która musi przynieść korzyści przez efektywniejsze wykorzystanie zasobów.
A. Pomykalski [2001b]	Innowacja to całość działań związanych z kreowaniem pomysłu, powstawaniem wynalazku, a następnie wdrożeniem nowego lub ulepszanego produktu lub procesu.
W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk [2004]	Innowacją jest każda zmiana pozwalająca sprawniej poruszać się na rynku.
Koch J. [2004]	Innowacja to zmiana przynosząca zysk.
W. Świtalski [2005]	Innowacja jest efektem zmiany modyfikującej lub wprowadzającej zupełnie nowe elementy do sposobów lub wyników funkcjonowania określonego podmiotu.
S. Kasprzyk [1980]	Innowacje to nowy, nieznan dotychczas sposób zaspokojenia nowych potrzeb.
L. Białoń [2006]	Innowacja to efekt wdrożenia po raz pierwszy w przedsiębiorstwie nowego lub istotnie ulepszanego produktu, procesu, systemu lub urządzenia.
S. Marciniak [2010a]	Innowacje to rozwiązania, które zmieniają dotychczasowy stan rzeczy, wprowadzają nowości i mają charakter twórczy.
W., Janasz K. Kozioł-Nadolna [2011]	Innowacja to zmiana w metodach wytwarzania i produktach bazująca na nowej lub niewykorzystanej dotychczas wiedzy.

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie Pomykalski, Janasz i Kozioł-Nadolna, Grzywacz, Grudzewski i Hejduk, Świtalski, Białoń, Kasprzyk, Koch, Pietrasiński, Marciniak<sup>19</sup>.

<sup>19</sup> A. Pomykalski, *Innowacje*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 1997, s. 8; W. Janasz, K. Kozioł-Nadolna, *Innowacje w organizacji*. Wydawnictwo PWE, Warszawa 2011, s. 56; W. Grzywacz, *Metodyka polityki gospodarczej*. Wydawnictwo PTE, Szczecin, 1995, s. 133; W. M. Grudzewski, I. K. Hejduk I.K., *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwach*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2004, s. 156; W. Świtalski, *Innowacje i konkurencyjność*. Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005, s. 148; L. Białoń, *Zarządzanie firmą, w. Makro*

W polskiej literaturze ekonomicznej zmiany w kształtowaniu pojęć z zakresu innowacji w dużej mierze wynikały ze zmian systemowych w krajowej gospodarce. Do 1989 roku problematyka innowacji była rozpatrywana przede wszystkim w aspekcie technicznym, aspekt ekonomiczny zajmował w gospodarce drugorzędne znaczenie. Odwrotna sytuacja nastąpiła po roku 1989. Na pierwszy plan wysunął się aspekt ekonomiczny traktowania innowacji, a na dalszy plan zszedł aspekt techniczny. Do przedstawicieli tego nurtu zaliczyć można: Marciniaka<sup>20</sup>, Grudzewskiego i Hejduka<sup>21</sup>, Pomykalskiego<sup>22</sup>.

Badania nad tym zagadnieniem intensywniej zaczęły rozwijać się pod koniec lat 60. XX wieku, jednak w gospodarce centralnie planowanej problematyka ta, z powodu braku autentycznych mechanizmów rynkowych była rozpatrywana w aspekcie technicznym. Do polskich badaczy zajmujących się wówczas tą problematyką możemy zaliczyć: Wandelta<sup>23</sup>, Czupiała<sup>24</sup>, Pasiiecznego i Więckowskiego<sup>25</sup>, Fiedora<sup>26</sup>, Kasprzyka<sup>27</sup>, Białonia<sup>28</sup>, Sprucha<sup>29</sup> czy Pietrasińskiego<sup>30</sup> oraz wielu innych. Zdaniem tego ostatniego tylko zmiany składające się na postęp można nazwać innowacjami.

---

– i mikroekonomia, podstawowe problemy. Red. S. Marciniak, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2006, s. 366; S. Kasprzyk, *Innowacje. Od koncepcji do produkcji*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1980, s. 26; J. Koch, 2004, *Innowacje siłą napędową rozwoju*. Mat. Konf. Naukowo-Technicznej Jakość, innowacyjność i transfer technologii w rozwoju przedsiębiorstw. Kraków 2004, s. 123-132; Z. Pietrasiński, *Ogólne i psychologiczne zagadnienia innowacji*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1970, s. 9; S. Marciniak, *Innowacyjność i konkurencyjność gospodarki*, Wydawnictwo C.H. BECK, Warszawa 2010a, s. 167.

<sup>20</sup> S. Marciniak, *Innowacje i rozwój gospodarczy*. Wydawnictwo Kolegium Nauk Społecznych i Administracji Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2010b, s. 11-18.

<sup>21</sup> W. M. Grudzewski, I. K. Hejduk (red.), *Przedsiębiorstwo przyszłości*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2000, s. 138-140.

<sup>22</sup> A. Pomykalski, *Zarządzanie innowacjami*. PWN, Warszawa 2001, s. 17.

<sup>23</sup> K. Wandelt, *Studia nad postępowaniem technicznym i organizacyjnym*, PTPN, Poznań 1972, s. 18-23.

<sup>24</sup> J. Czupiała, *Zarys metodologii planowania i oceny przedsięwzięć badawczo-innowacyjnych*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1988, s. 50.

<sup>25</sup> L. Pasiieczny, J. Więckowski, *Ekonomika przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 1981, s. 136.

<sup>26</sup> B. Fiedor, *Teoria innowacji*, PWN, Warszawa 1979, s. 31.

<sup>27</sup> S. Kasprzyk, *Innowacje. Od koncepcji do produkcji*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1980, s. 29.

<sup>28</sup> L. Białoń, *Poziom techniczny a zatrudnienie w polskim przemyśle w układzie gałęziowym*. Wydawnictwo WPW, Warszawa 1976, s. 132.

<sup>29</sup> W. Spruch, *Strategia postępu technicznego. Wstęp do teorii*. Wydawnictwo PWN, Warszawa 1976, s. 37-38.

<sup>30</sup> Z. Pietrasiński, *Ogólne i psychologiczne zagadnienia innowacji*. Wydawnictwo PWN, Warszawa 1971, s. 9.

Porównanie różnych pojęć i interpretacji pojęcia innowacji prowadzi do wniosku, że zawsze odnoszą się one do czegoś nowego, co przyczynia się do osiągnięcia korzyści zarówno przez pojedyncze podmioty, jak i ich grupy czy całą gospodarke.

Zaprezentowane definicje innowacji, zarówno polskich, jak i zagranicznych autorów, określają je jako postęp czy pozytywną zmianę. Autorem odmiennego podejścia jest Madej<sup>31</sup>, który za innowacje uznaje coś nowego, czyli zmiany w stosunku do istniejącego stanu, ale mogą to być zmiany o charakterze postępowym, neutralnym lub regresywnym. Jest to jednak teoria odosobniona. Przytaczany już od czasów Solowa „postęp” nieodłącznie związany jest z innowacjami. Postęp w rozumieniu potocznym to wszelka zmiana na lepsze, w przeciwieństwie do regresu jako zmiany na gorsze; ruch naprzód, nie wstecz; wszelka poprawa dotychczasowego stanu rzeczy pod takim lub innym względem<sup>32</sup>. Podobnie jak pojęcie innowacji, postęp jest różnie definiowany przez ekonomistów. Jak podaje Runowski<sup>33</sup> postęp jest skutkiem działalności człowieka, a jego istota polega na pojawianiu się takich zmian w stosunku do poprzedniego stanu rzeczy, które w ogólnie przyjętym systemie wartości oznaczają wyższy stopień rozwoju, czyli stanowią krok naprzód. Woś<sup>34</sup> określa postęp jako zmiany ilościowe i jakościowe, które w sensie ekonomicznym oznaczają zmniejszenie społecznych nakładów na jednostkę produktu finalnego. Twierdzi on również, że postęp uzależniony jest od umiejętności umysłowych i technicznych człowieka.

Wyjaśniając istotę innowacji, nie można pominąć terminu innowacyjność. Pojęcia te, choć ze sobą powiązane, to dotyczą jednak innych kwestii. Jak podaje Grzybowska<sup>35</sup>, innowacje mają charakter podmiotowy, natomiast innowacyjność wiąże się z procesem, działaniem, którego efektem są innowacje. Podobnie jak innowacje, nie ma jednolitej, powszechnie akceptowanej definicji innowacyjności. Zgodnie z definicją podaną w *Nowej encyklopedii powszechnej*<sup>36</sup>, innowacyjność określana jest jako proces polegający na wprowadzaniu zmian jakościowych w sferze technologii, organizacji pracy, zarządzania i marketingu. Zmiany te prowadzą do powstania nowego produktu czy też jego znacznej modernizacji lub wpływają na proces wytwarzania, a ekonomicznymi rezultatami innowacyjności jest popra-

---

<sup>31</sup> Z. Madej, *Nauka i rozwój gospodarczy*. Wydawnictwo PWN, Warszawa 1970, s. 243.

<sup>32</sup> Nowa encyklopedia powszechna, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1998.

<sup>33</sup> H. Runowski, *Postęp biologiczny w rolnictwie*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 1997, s. 11.

<sup>34</sup> A. Woś, *Rozwój i postęp w rolnictwie polskim*. Wydawnictwo PWRiL, Warszawa 1987, s. 111.

<sup>35</sup> B. Grzybowska, *Innowacyjność przemysłu spożywczego – ujęcie regionalne*. Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2012, s. 58.

<sup>36</sup> Nowa Encyklopedia Powszechna A-Z. Wydawnictwo Zielona Sowa, Kraków 2003.

wa efektywności działania. Z kolei Panek<sup>37</sup> innowacyjność definiuje jako zdolność tworzenia nowych i doskonalenia istniejących produktów, procesów, systemów zarządzania i organizacji. Natomiast Bogdanienko<sup>38</sup> innowacyjność uogólnia do zdolności tworzenia i wdrażania zmian w różnych sferach życia społeczno-gospodarczego. Natomiast Główny Urząd Statystyczny (GUS) podobnie jak autorzy Regionalnej Strategii Innowacyjności Województwa Podkarpackiego (RSI WP) posługują się definicją zaproponowaną przez podręcznik Oslo Manual, w którym to przez innowacyjność rozumie się zdolność przedsiębiorstw do tworzenia i wdrażania innowacji oraz faktyczną umiejętność wprowadzania nowych i zmodernizowanych wyrobów, nowych lub zmienionych procesów technologicznych czy organizacyjno-technicznych. Jak podają Grzybowska<sup>39</sup>, Juchniewicz i Grzybowska<sup>40</sup>, Poznańska<sup>41</sup>, Stankiewicz<sup>42</sup>, Kisiel i Bobuchowska<sup>43</sup>, innowacyjność jest głównym czynnikiem, a wręcz warunkiem i wyznacznikiem konkurencyjności przedsiębiorstw. Tworzenie szeroko pojętych warunków sprzyjających aktywności innowacyjnej oraz kreowanie i doskonalenie zasad, które stymulują organizacje do wdrażania innowacji, to ważniejsze elementy polityki innowacyjnej realizowanej na różnych poziomach (od gospodarki kraju po gospodarkę lokalną).

### **Innowacje i innowacyjność w teoriach ekonomii**

Teorie ekonomiczne stanowią pewien rodzaj procesu myślowego, podczas którego podejmowana jest próba wyjaśnienia zjawisk ekonomicznych<sup>44</sup>. Cechą istotną teorii ekonomicznych jest identyfikacja ogólnych prawidłowości wielu

<sup>37</sup> J. Panek J., *Innowacyjność polskiego przemysłu. w progu UE*. „Innowacje” nr 7, Warszawa 2007, s. 7-12.

<sup>38</sup> J. Bogdanienko, *Innowacje jako czynnik przewagi konkurencyjnej*. w: *Innowacyjność przedsiębiorstw*. red. J. Bogdanienko, M. Haffer, W. Popławski, Wydawnictwo UMK, Toruń 2004, s. 67.

<sup>39</sup> B. Grzybowska, *Innowacyjność przemysłu spożywczego – ujęcie regionalne*. Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2012, s. 69.

<sup>40</sup> M. Juchniewicz, B. Grzybowska, *Innowacyjność mikroprzedsiębiorstw w Polsce*. Wydawnictwo PARP, Warszawa 2010, s. 145.

<sup>41</sup> K. Poznańska, *Innowacje czynnikiem sukcesu przedsiębiorstwa*. w: *Uwarunkowania sukcesu przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy*. Red. J. Bogdanienko, M. Kuzel, I. Sobczak, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2004, s. 11.

<sup>42</sup> M. J. Stankiewicz, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*. Wydawnictwo Stowarzyszenie Wyższej Uczciwości „Dom Organizatora”, Toruń 2005, s. 9.

<sup>43</sup> R. Kisiel, K. Bobuchowska, *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw zarejestrowanych w Regionalnym Systemie Wspierania Innowacji*. Roczniki Naukowe SERiA, X(1), 2008, s. 159-163.

<sup>44</sup> J. A. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo PWE, Warszawa 1960, s. 145.



zagadnień związanych z funkcjonowaniem gospodarki i jej rozwojem. Zmieniające się w czasie uwarunkowania i skutki procesu gospodarowania determinują rozwój ekonomii jako nauki. W związku z tym zmieniają się również paradygmaty, które tworzą nowe teorie bądź też zmieniają już istniejące<sup>45</sup>.

Przemiany cywilizacyjne, a więc gospodarcze, społeczne, instytucjonalne, a także kulturowe, czy też historyczne, były i są konsekwencją aktywności człowieka. Przemianom tym towarzyszył zawsze element nowości. Ze względu na różne sposoby gospodarowania, dostosowane do realiów odpowiadających różnym okresom, nowości te miały różny charakter – wiele z nich to odkrycia epokowe, które zmieniały radykalnie warunki życia ludzi.

Szeroko definiowane zagadnienia innowacyjności były przedmiotem zainteresowań przedstawicieli różnych nurtów ekonomicznych. Pomimo, że w teorii ekonomii klasycznej słowo „innowacja” nie pojawia się bezpośrednio, to analiza pojęcia nie jest możliwa bez założeń teoretycznych przedstawicieli tej szkoły. Klasycy w XVIII i XIX wieku, między innymi Smith<sup>46</sup>, uważali, że na tempo wzrostu gospodarczego mają wpływ podstawowe czynniki produkcji: kapitał, ziemia i praca. Natomiast aktywność innowacyjną, zmierzającą w kierunku ulepszania technik produkcyjnych, identyfikowali z podziałem pracy. Interesujący z punktu widzenia „innowacji” czynnik wzrostu to praca, ponieważ jej produktywność przekłada się na wartość wyprodukowanych towarów, a co za tym idzie na wzrost dochodu. Smith uważał, że podział pracy przyczynia się nie tylko do większego bogactwa narodów w danej chwili, ale również przyspiesza wynalazczość, gdyż robotnik zatrudniony przy jednej czynności poświęca jej więcej czasu i sam wymyśla udoskonalenia, które ułatwią mu pracę. Zwrócił również uwagę na postęp technologiczny, który mógł przyspieszyć ogólny wzrost. Teorię Smitha poszerza Ricardo<sup>47</sup>, który twierdził, że wielkość wartości wymiennej nie jest stała, ale zmienia się wraz z postępem technicznym, który podnosi wydajność pracy. Inny uczyony Say<sup>48</sup>, francuski przedsiębiorca i ekonomista, przedstawiciel francuskiego nurtu ekonomii klasycznej, przedstawił efekty ekonomiczne płynące z wprowadzania maszyn do produkcji. Pisał o „korzyściach innowacji” w wyniku ich zastosowania. Jedną z nich jest fakt, że nowe maszyny muszą być przez kogoś skonstruowane, co powoduje tworzenie nowych miejsc pracy. Say zwrócił rów-

---

<sup>45</sup> B. Grzybowska, *Innowacyjność przemysłu spożywczego – ujęcie regionalne*. Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2012, s. 78.

<sup>46</sup> A. Smith, *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1954, 157.

<sup>47</sup> D. Ricardo, *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania*. Wydawnictwo PWN, Warszawa 1957, s. 297.

<sup>48</sup> J. B. Say, *Traktat o ekonomii politycznej*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1960, s. 11.

niez uwagę, że niższa cena produktów oraz większy stopień ich dopracowania, to niewątpliwie korzyści innowacji płynące dla konsumentów.

Problematyka innowacji wśród przedstawicieli myśli ekonomicznych szkoły neoklasycznej pojawiała się na ogół w kontekście postępu technologicznego. Marshall<sup>49</sup>, twórca szkoły neoklasycznej, wprowadził czwarty czynnik produkcji – organizację. Ten angielski ekonomista uważał, że koncentracja wyspecjalizowanego przemysłu w określonej przestrzeni geograficznej ułatwia wprowadzenie nowatorskich rozwiązań do procesu produkcyjnego. Twierdził, że skoncentrowanie geograficzne pozwala na szybką wymianę pomysłów które, w połączeniu z innymi koncepcjami mogą stanowić podstawę innowacyjnych rozwiązań<sup>50</sup>. Wskazał również innowacje, ryzyko oraz organizowanie działalności jako cechy przedsiębiorczości. Ponadto zysk przedsiębiorstw ujął jako efekt łączenia w procesach produkcji podstawowych czynników wytwórczych oraz udoskonalień techniczno-organizacyjnych. Rozwinięciem poglądów Marshalla na temat rozwoju gospodarczego były tzw. neoklasyczne modele wzrostu. Jeden z modeli wzrostu opracował Solow<sup>51</sup>, który za decydujący w nim czynnik uznał wprowadzanie innowacji i postęp technologiczny. Wyróżnił trzy czynniki, które oddziałują na wzrost: postęp technologiczny (reprezentowany przez stopę ogólnej produktywności czynników wytwórczych), akumulację kapitału i nakłady pracy. Twierdził, że inwestowanie w rozwój nowych technologii, ich wdrożenie i upowszechnienie są siłą napędową nowoczesnej gospodarki. Nowe technologie zapewniają wydajniejsze metody pracy i otwierają nowe perspektywy działalności człowieka. Wzrost innowacyjności przynosi ogólne korzyści, które są ważne dla całego społeczeństwa, ponieważ zapewnia zaspokojenie potrzeb ludzkich i sprzyja poprawie jakości życia konsumentów<sup>52</sup>.

Począwszy od lat 70. XX wieku na znaczeniu zyskała tzw. teoria endogeniczna wzrostu, która udoskonalała neoklasyczny model poprzez analizę postępu technicznego i wprowadzenie sformułowanej teorii, określającej kształtowanie się tego czynnika. Jednym z ważniejszych autorów tej teorii jest Romer<sup>53</sup>, który zapro-

---

<sup>49</sup> A. Marshall, F. Taylor, *Zasady ekonomiki*, t. I, Wydawnictwo M. Arcta, Warszawa 1925, s. 45.

<sup>50</sup> N. I. Gust-Bardon N.I., *Innowacje w myśli ekonomicznej od XVIII wieku: analiza wybranych zagadnień*. *Acta Universitatis Nicolai Copernici. Ekonomia*. T. 43, nr 1, 2012, s. 105-120.

<sup>51</sup> R. M. Solow, *Contribution to the theory of Economic Growth*, „The Quarterly Journal of Economics”, Oxford University Press, 1956, s. 65-94.

<sup>52</sup> A. Oleksiuk, *Uwarunkowania i mechanizmy tworzenia innowacji jako czynnik rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2012, s. 17-21.

<sup>53</sup> P. Romer, *Endogenous Technological Change*, „Journal of Political Economy”, No. 5, University of Chicago Press, Chicago 1990, s. 71-102.

ponował, aby wyobrazić sobie, że pomysły lub wynalazki reprezentujące technologie są tak samo wytwarzane jak każde inne dobro za pomocą kapitału i pracy<sup>54</sup>.

Problematyka innowacyjności oraz jej uwarunkowań, współzależności rozwojowych nauki, techniki i gospodarki, a także wzrostu ekonomicznego poruszana była w literaturze ekonomii już od początku XVIII wieku. Jednak do nauk ekonomicznych po raz pierwszy pojęcie innowacji wprowadził w 1912 roku austriacki ekonomista, Joseph Schumpeter, który uznał je za kluczowy czynnik rozwoju gospodarczego. Od jego nazwiska wywodzi się tzw. ekonomia schumpeterowska. Schumpeter, uważany za prekursora teorii innowacji w naukach ekonomicznych, przyjął, że innowacja wpływa na kształtowanie się nowej funkcji produkcji, gdyż łączy czynniki wytwórcze w nowy sposób lub też wiąże się z tworzeniem nowych kombinacji pomiędzy czynnikami produkcji<sup>55</sup>. Jego stanowisko w kwestii przedmiotowego zakresu innowacji jest nadal traktowane jako klasyczne. Innowację pod względem przedmiotowym określał on niezwykle szeroko. Według niego obejmuje ona:

- 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.
- 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 jakiegoś przemysłu<sup>56</sup>.

Kluczowym słowem w tej definicji jest pojęcie „nowy”. Schumpeter wiązał innowację z pierwszym zastosowaniem danego rozwiązania. Nie uznawał za innowację ich upowszechniania – proces ten określał mianem imitacji. Duże znaczenie przypisywał także osiągnięciu pozytywnego wyniku ekonomicznego z wprowadzenia innowacji i możliwości jej wykorzystania w praktyce<sup>57</sup>.

W swojej teorii Schumpeter skupiał się głównie na innowacjach technicznych i ich oddziaływaniu na gospodarkę. Podkreślał, że innowacje są podstawą

---

<sup>54</sup> A. Oleksiuk, *Uwarunkowania i mechanizmy tworzenia innowacji jako czynnik rozwoju gospodarczego*, Wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2012, s. 17-21.

<sup>55</sup> I. Łącka, *Współpraca technologiczna polskich instytucji naukowych i badawczych z przedsiębiorstwami jako czynnik wzrostu innowacyjności polskiej gospodarki*. Wydawnictwo Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego w Szczecinie, Szczecin 2011, s. 18.

<sup>56</sup> J. A. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo PWE, Warszawa 1960, s. 169.

<sup>57</sup> P. Niedzielski, K. Rychlik, *Innowacje i kreatywność*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2006, s. 19.

zmian i siłą sprawczą rozwoju gospodarczego i znajdują zastosowanie w wielu różnych dziedzinach. Zwracał uwagę na przedsiębiorcę, czyli twórcę innowacji, który reprezentuje podażową część gospodarki i odgrywa istotną rolę w powstawaniu nowości. Poglądy Schumpetera na temat innowacji nie były przedmiotem szczególnej uwagi wśród ówczesnych ekonomistów, wzrost zainteresowania ekonomii innowacjami nastąpił nieco później, dopiero w drugiej połowie XX wieku, wraz z ewolucją systemu gospodarki rynkowej, nasileniem konkurencji oraz zmian sposobu myślenia na temat rozwoju gospodarczego i społecznego. Innymi przedstawicielami ekonomii ewolucyjnej, którzy wywarli również istotny wpływ na teorię innowacji, byli Freeman i Pavitt, inicjatorzy utworzenia jednej z najlepszych na świecie jednostek badawczych zajmującej się innowacjami<sup>58</sup>.

Poglądy przedstawicieli nurtu ekonomii instytucjonalnej dotyczyły między innymi znaczenia związków innowacji technologicznych i instytucji jako źródła rozwoju gospodarczego. Veblen<sup>59</sup>, twórca instytucjonalizmu twierdził, że instytucje muszą się zmieniać, ewaluować ze zmianami technologii czy sytuacji społeczno-gospodarczej. Podkreślał również, że przemiany instytucjonalne nie nadążają za zmianami w technice wytwarzania, i w związku z tym instytucje potrzebują czasu na dostosowanie się do nowych warunków. W kształtowaniu społecznej rzeczywistości Veblen zwracał jednocześnie uwagę na znaczenie techniki i technologii. Technologię utożsamiał z czynnikami, które tworzą warunki postępu, m.in. z jakością, kwalifikacjami, czy wiedzą techniczną. Twierdził, że postęp społeczny dokonuje się przez zmiany instytucji, a te z kolei determinują postęp w obrębie technologii.

### **Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw**

Na działalność innowacyjną polskich przedsiębiorstw wpływ mają różnego rodzaju determinanty, które często określane są zamiennie, jako uwarunkowania, bodźce, stymulatory, impulsy. Najczęściej determinanty rozumiane są jako czynniki powodujące określone działania<sup>60</sup>. Czynniki warunkujących działalność innowacyjną jest wiele, dlatego konieczne jest ich pogrupowanie i usystematyzowanie. Najogólniej można je podzielić na wewnętrzne i zewnętrzne determinanty działalności innowacyjnej. Determinanty wewnętrzne przedsiębiorstwa decydują w dużym stopniu o efektach w postaci innowacji. Jak podkreśla Bog-

---

<sup>58</sup> B. Grzybowska, *Innowacyjność przemysłu spożywczego – ujęcie regionalne*. Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2012, s. 96.

<sup>59</sup> T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*. Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2008, s. 78.

<sup>60</sup> Słownik wyrazów obcych, PWN, Warszawa 1980.

danienko i inni<sup>61</sup>, poprawa innowacyjności podmiotów gospodarczych (firm) wymaga szczególnego sposobu zarządzania: elastycznego, kompleksowego i zapewniającego minimalizację naturalnego oporu wobec zmian. Także w opinii Mizgajskiej<sup>62</sup> jednym z czynników determinujących aktywność innowacyjną przedsiębiorstw jest sposób zarządzania. Popławski<sup>63</sup> proponuje nazwać kulturę sprzyjającą innowacjom kulturą innowacyjną, której synonimem jest klimat innowacyjny. Według niego na kulturę innowacyjną składa się m.in. poziom wykształcenia i ogólnej wiedzy menedżerskiej, ekonomicznej, społecznej, sprawne systemy komunikowania się w organizacji, ambicje i atmosfera współzawodnictwa, systemy motywacyjne, nagradzanie sukcesu innowacyjnego i jednocześnie niekaranie za błędy, brak arogancji i postaw egoistycznych, upublicznienie autorów sukcesu i tych, którzy ten proces wspomagali.

Ważnym czynnikiem wpływającym na działalność innowacyjną przedsiębiorstw jest kultura organizacyjna, określana jako sposób myślenia oraz działania pracowników. Tworzenie i wdrażanie innowacji możliwe jest między innymi dzięki wykorzystaniu kreatywności pracowników. Wewnętrzne czynniki innowacyjności bardzo często zależą od cech osobowościowych zarządzających, a także od zaangażowania personelu oraz odpowiedniego zarządzania zasobami materialnymi i infrastrukturą firmy<sup>64</sup>. Sukces w skutecznym wdrażaniu innowacji może zapewnić więc menadżer firmy, który poprzez wcześniej przeprowadzone badania określa branżę, w której działa firma, a także obszar rynku, na którym funkcjonuje i będzie się rozwijała. Poza tym dobry menadżer powinien rozumieć specyfikę swojej firmy, dzięki czemu będzie w stanie wybrać odpowiednie osoby do realizacji poszczególnych funkcji przedsiębiorstwa. Główne kierownictwo powinno stworzyć i koordynować system komunikacji, w celu określenia przebiegu współpracy pomiędzy działami oraz wspierać inicjatywy pozostałych członków zespołu. Należy również pamiętać, że innowacyjne pomysły może mieć nie tylko kadra kierownicza, ale także pracownicy niższych

---

<sup>61</sup> J. Bogdanienko, M. Haffer, W. Popławski, *Innowacyjność przedsiębiorstw*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń 2004, s. 156.

<sup>62</sup> H. Mizgajska, *Aktywność innowacyjna polskich małych i średnich przedsiębiorstw w procesie integracji z UE*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2002, s. 44.

<sup>63</sup> W. Popławski, *Wiedza w innowacyjnym przedsiębiorstwie*. „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*”, nr 6, 2006, s. 5.

<sup>64</sup> B. Barczak, J. Walas-Trębacz, *Działalność innowacyjna sektora MSP – determinanty rozwoju*, w: *Społeczne uwarunkowania sukcesu organizacji* (red.) M. Czerska, H. Czubasiewicz, *Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego*, Sopot 2009, s. 407.

szczebli. Z tego względu należy zwiększać motywację wszystkich pracowników przedsiębiorstwa do zaangażowania się w działalność innowacyjną firmy<sup>65</sup>.

Jedną z klasyfikacji wewnętrznych uwarunkowań (determinant) innowacyjności przedsiębiorstw zaproponowali Dworczyk i Szlasa<sup>66</sup>. Wymienili oni między innymi następujące uwarunkowania:

- umiejętność określania potrzeb bieżących i długoterminowych w zakresie innowacji produktowych, procesowych i organizacyjno-ekonomicznych,
- umiejętność przygotowania programu i jego optymalizacji przez kierownictwo,
- umiejętność kierowania realizacją poszczególnych etapów wprowadzania innowacji,
- umiejętność wdrażania projektów innowacyjnych i środków technicznych do produkcji,
- umiejętność projektowania rozwiązań innowacyjnych dzięki wykwalifikowanej kadrze inżynierskiej i pomocniczej,
- umiejętność zapewnienia i sprawnego zagospodarowania środkami finansowymi przeznaczonymi na działalność innowacyjną,
- umiejętność wykorzystania potencjału innowacyjnego pracowników.

Wszystkie powyższe umiejętności mogą być kształtowane przede wszystkim przez system wartości preferowanych przez społeczeństwo, określane przez tzw. kulturę narodu. System ten wpływa, jak podaje Strychalska-Rudzewicz<sup>67</sup>, na sposób reagowania, na zmiany oraz na charakter zachowań innowacyjnych.

Analizując wpływ wewnętrznych determinant innowacyjności, nie można pominąć czynników finansowych. Trudności w dostępie do źródeł finansowania przedsięwzięć innowacyjnych są obecnie jedną z najważniejszych barier rozwoju przedsiębiorstw. Wysokość nakładów oraz możliwość pozyskania środków finansowych determinują skłonność przedsiębiorstw do innowacji. Na działalność innowacyjną poza posiadanymi zasobami, czyli czynnikami wewnętrznymi, wpływ ma także otoczenie przedsiębiorstwa, na które składają się czynniki

---

<sup>65</sup> J. Bogdanienko, M. Haffer, W. Popławski, *Innowacyjność przedsiębiorstw*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń 2004, s. 189.

<sup>66</sup> M. Dworczyk, R. Szlasa, *Zarządzanie innowacjami. Wpływ innowacji na wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw*. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2001, s. 171-180.

<sup>67</sup> A. Strychalska-Rudzewicz, *Kulturowe determinanty innowacyjności przedsiębiorstw*, [w:] Społeczne uwarunkowania sukcesu organizacji, (red.) M. Czerska, H. Czubasiewicz, Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2009, s. 1206-1207.

kulturowe, prawne, ekonomiczne i techniczne<sup>68</sup>. Skłonność przedsiębiorstw do podejmowania działalności innowacyjnej warunkowana jest ich zdolnością do szybkiego reagowania na bodźce pochodzące z otoczenia. Według Oslo Manual<sup>69</sup> można wydzielić czynniki kształtujące działalność innowacyjną na poziomie otoczenia i samego przedsiębiorstwa. Obok czynników działających na poziomie przedsiębiorstwa, które są zwane dynamem innowacyjnym, działają czynniki transferu, czyli czynniki: ludzkie, społeczne i kulturowe, które wpływają na transfer informacji do przedsiębiorstw i na proces uczenia się w przedsiębiorstwach. Do uwarunkowań ogólnych działań innowacyjnych należą instytucje i warunki determinujące innowacje oraz baza naukowo-inżynierska, na które składają się instytucje naukowo-badawcze wspierające dynamo innowacyjne.

Determinanty zewnętrzne, ze względu na swój charakter mogą zarówno stymulować, jak i ograniczać skłonność przedsiębiorstwa do podejmowania przedsięwzięć innowacyjnych<sup>70</sup>. Jeden z podziałów zewnętrznych uwarunkowań (determinant) innowacyjności zaproponował Wiszniewski<sup>71</sup> wyróżnił on:

- Uwarunkowania ogólne, obejmujące instytucje oraz ogólne warunki, które determinują wprowadzanie innowacji,
- Bazę naukowo-techniczną, a więc instytucje naukowo-techniczne wspierające dynamo innowacyjne,
- Czynniki transferu technologii, w skład których wchodzi zarówno czynniki ludzkie, społeczne, jak i kulturowe,
- Dynamiczne czynniki kształtujące proces innowacyjny w przedsiębiorstwie, czyli dynamo innowacyjne.

Do rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw polskich przyczyniła się bez wątpienia globalizacja, która zwiększa konkurencyjność przedsiębiorstw poszukujących nowych rozwiązań innowacyjnych. Jednym z ważniejszych czynników zewnętrznych determinujących o podejmowaniu działalności innowacyjnej przez polskie przedsiębiorstwa jest ogólny stan gospodarki oraz polityka innowacyjna państwa.

---

<sup>68</sup> W. Janasz, *Procesy innowacji w modelu działalności przedsiębiorstw*. w. Determinanty innowacyjności przedsiębiorstw, (red.) W. Janasz. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2000, s. 41.

<sup>69</sup> Oslo Manual, *The Measurement of Scientific and Technological Activities. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, Secend Edition, 1997, OECD/Eurostat.

<sup>70</sup> B. Barczak, J. Walas-Trębacz, *System informacyjny w procesie innowacyjnym firmy*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków 2009, s. 404.

<sup>71</sup> W. Wiszniewski, *Innowacyjność polskich przedsiębiorstw przemysłowych. Procesy dostosowawcze do polityki UE*, Instytut Organizacji i Zarządzania ORGMASZ, Warszawa 1999, s. 13.

Bielski<sup>72</sup> z kolei uwarunkowania zewnętrzne działalności innowacyjnej proponował podzielić na trzy grupy czynników:

**Czynniki globalne** – obserwowane w skali świata, kształtowane przez człowieka lub siły natury. Należą do nich: polityka światowa, rozpad i powstanie państwa, konflikty, wojny, koniunktura gospodarcza, trendy gospodarcze, zmiany klimatyczne, demografia, ruchy migracyjne.

**Czynniki makroekonomiczne** – obserwowane w skali gospodarki narodowej. Należą do nich: aktualny system ekonomiczny, przepisy prawne, polityka rządu, interwencjonizm państwowy (ulgi podatkowe, polityka cen), stopa inflacji, rynek pracy i stopa bezrobocia, dochody ludności i struktura spożycia, środowisko naturalne i jego ochrona.

**Czynniki mikroekonomiczne** – obserwowane w skali branży. Należą do nich: wewnętrzsektorowe nasycenie konkurencją, zagrożenie substytutami, bariery wejścia i wyjścia, rozmiary rynku, tempo wzrostu, powiązania z dostawcami i odbiorcami, ograniczenia prawne, środowiskowe, społeczne, poziom cen, rentowność, częstotliwość wprowadzania nowości, czynnik ludzki.

Natomiast Grzybowska<sup>73</sup>, proponuje podzielić determinanty działań innowacyjnych z punktu widzenia makro-, mezo – i mikroekonomicznego. Uwarunkowania na poziomie makro wynikają z globalnych procesów, są także związane z gospodarką danego kraju i czynnikami, które ją kształtują. Czynniki, które determinują działalność innowacyjną na poziomach mezo (region) i mikroekonomicznym (przedsiębiorstwo), najczęściej dzieli się na wewnętrzne i zewnętrzne. Czynniki zewnętrzne mają wymiar makroekonomiczny, a ich zakres wynika m.in. z przyjętych rozwiązań ustrojowych, kulturowych, instytucjonalnych, kształtowanych przez założenia polityki gospodarczej państwa. Derlukiewicz i Rogowska<sup>74</sup> określają te czynniki jako uwarunkowania „twarde”, które z jednej strony nie mają wpływu na dany obszar, ale z drugiej ich nieuwzględnienie w planowanych zamierzeniach w znacznym stopniu ogranicza skuteczność działania. Do wewnętrznych czynników determinujących innowacyjność

---

<sup>72</sup> J. Bielski, *Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych*, Wydawnictwo OPO, Bydgoszcz 2000, s. 109.

<sup>73</sup> B. Grzybowska, *Innowacyjność przemysłu spożywczego – ujęcie regionalne*. Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2012, s. 111.

<sup>74</sup> N. Derlukiewicz, M. Rogowska, *Uwarunkowania innowacyjne jako jeden w elementów strategii innowacji jednostki przestrzennej*. w: Miejsce innowacji we współczesnych koncepcjach rozwoju regionalnego – teoria i praktyka. Red. Zalewska M. Dolnośląskie Centrum Studiów Regionalnych – Prace Naukowe, Seria Konferencje, 7, Warszawa 2007, s. 45-50.



przedsiębiorstwa należą przede wszystkim ich zasoby oraz umiejętności i doświadczenie zapewniające zdolność do absorpcji innowacji.

Kasprzyk<sup>75</sup> podjął próbę usystematyzowania uwarunkowań procesów innowacyjnych tworząc piramidę uwarunkowań. Według niego prawa natury, które wpływają na przedsiębiorstwo i otoczenie, bez względu na branżę czy rynek tworzą podstawę usystematyzowanych czynników, warunkujących procesy innowacyjne. Potem następuje zawężenie kolejnych determinant poprzez: stan wiedzy techniczno-naukowej, formę organizacyjną podmiotu wraz z wyposażeniem, a następnie czynnikami związanymi z otoczeniem zewnętrznym, takimi jak: przyszli użytkownicy, klienci, rynek, środowisko ekonomiczno-finansowe. Na końcu piramidy znajdują się czynniki społeczno-polityczne. Działalność innowacyjną polskich przedsiębiorstw determinują materialne i niematerialne elementy składowe tych podmiotów.

Według Francika<sup>76</sup> najistotniejszymi czynnikami wpływającymi na procesy innowacyjne są: cechy innowacji oraz organizacji, która decyduje o jej powodzeniu, kontekst działań innowacyjnych (istnienie sfery B+R, konkurencja i komunikacja z otoczeniem, kontakty ze środowiskiem naukowym), kultura organizacji, przejawiająca się głównie nastawieniem na dokonywanie zmian, a także poszukiwaniem wszelkich okazji do tych zmian, przygotowanie systemu społecznego organizacji na zmiany, zwiększenie nacisku na przewidywanie problemów, które mogą pojawić się i zapobieganie im, wykwalifikowana kadra zarządzająca, która cieszy się uznaniem wśród pracowników, a jednocześnie zmniejsza ich opór wobec innowacji.

Jak podaje wspomniany wcześniej Bielski<sup>77</sup>, innowacyjność przedsiębiorstw zależy od wielu czynników, które są charakterystyczne dla różnych firm; badacz wymienia następujące determinanty: kultura organizacyjna, forma własności, branża, rozmiar przedsiębiorstwa czy struktura organizacyjna. Niezwykle ważnym czynnikiem innowacyjności z punktu widzenia przedsiębiorstwa jest wymieniona kultura organizacyjna, określająca sposób myślenia oraz działania pracowników, która tworzona jest w celu podniesienia efektywności przedsiębiorstwa oraz uzyskiwania przewagi konkurencyjnej. Według Tylżanowskiego<sup>78</sup>, aby przedsiębiorstwo mogło utrzymać się na rynku, konieczne

---

<sup>75</sup> S. Kasprzyk, *Innowacje. Od koncepcji do produkcji*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1980, s. 35.

<sup>76</sup> A. Francik, *Sterowanie procesami innowacyjnymi w organizacji*. Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2003 s. 59.

<sup>77</sup> J. Bielski, *Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych*, Wydawnictwo OPO, Bydgoszcz 2000, s. 112.

<sup>78</sup> R. Tylżanowski, *Determinanty innowacyjności polskich przedsiębiorstw*. w. *Innowacyjność organizacji w strategii intelektualnego i zrównoważonego rozwoju*. Red nauk. J. Wiśniewska, K. Janasz, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2012, s. 100.

jest wykorzystanie kreatywności pracowników, dzięki którym możliwe będzie tworzenie i wdrażanie innowacji. Skuteczne wytworzenie odpowiedniej kultury organizacyjnej w przedsiębiorstwie wymaga osobistego kontaktu pomiędzy przełożonym a pracownikami oraz eliminacji wszelkich wewnętrznych barier komunikacyjnych.

Podsumowując wymienione wyżej zewnętrzne determinanty wzrostu znaczenia działań innowacyjnych przedsiębiorstw, należy jeszcze podkreślić rolę państwa, szczególnie polityki, jaką prowadzi. Chcąc zachęcić przedsiębiorstwa do podejmowania ryzyka związanego z aktywnością innowacyjną, skuteczne może okazać się wspieranie przedsiębiorczości, a także zwiększenie dostępności zewnętrznych źródeł finansowania działalności rozwojowej.

Z kolei Brojak-Trzaskowska<sup>79</sup> uważa, że procesy innowacyjne są zdeterminowane zarówno uwarunkowaniami zewnętrznymi (egzogogenicznymi), jak i wewnętrznymi (endogenicznymi), co przedstawia rysunek 1. Determinanty zaprezentowane na rysunku 1 oddziałują na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z różną intensywnością. Z jednej strony procesy innowacyjne zależą od różnorodnych zjawisk ekonomicznych, psychologicznych, kulturowych czy społecznych, z drugiej z kolei owe zjawiska są kształtowane przez innowacje. Można zatem powiedzieć, że pomiędzy innowacjami i ich uwarunkowaniami zachodzą wzajemne relacje.

### **Rodzaje innowacji wprowadzanych przez podmioty gospodarcze**

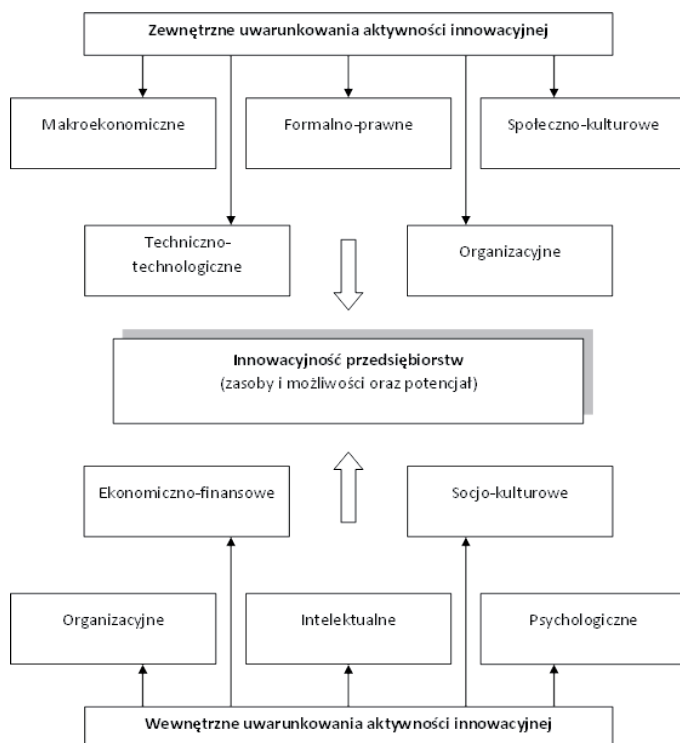
W literaturze ekonomicznej nie istnieje jednoznaczny podział innowacji. Kryteriów klasyfikacji innowacji jest wiele, a ponieważ nie ma wypracowanej przez naukowców jednej definicji, dlatego też nie może być jednej płaszczyzny ich podziału. Rodzaje innowacji i ich podział dokonywany jest w zależności od celów, którym ma służyć, a przeprowadzić je można według różnych kryteriów

Najczęściej rozpowszechniana i prezentowana w literaturze przedmiotu klasyfikacja rodzajów innowacji zawarta jest w podręczniku wydanym przez Oslo Manual<sup>80</sup>. Autorzy podręcznika wyróżnili cztery typy innowacji, które obejmują szeroki zakres zmian w działalności firmy:

---

<sup>79</sup> M. Brojak-Trzaskowska, *Społeczno-kulturowe determinanty budowy organizacji innowacyjnych na przykładzie*, w: *Zmiana warunkiem sukcesu. Przeobrażenia systemów zarządzania przedsiębiorstw*, J. Skalik (red.), Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2007, s. 199.

<sup>80</sup> Oslo Manual, *Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, 3rd Edition, 2005, OECD/Eurostat.



**Rysunek 1. Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw.**

**Źródło: Opracowanie własne na podstawie Brojak-Trzaskowska<sup>81</sup>.**

- 1) Innowacje w obrębie produktów, obejmujące wprowadzenie nowego wyrobu lub usługi, które są nowe lub znacząco udoskonalone w zakresie swoich cech lub zastosowań. Zalicza się tu: znaczące udoskonalenia pod względem specyfikacji technicznych, komponentów i materiałów, wbudowanego oprogramowania, łatwości obsługi lub innych cech funkcjonalnych. Innowacje produktowe mogą wykorzystywać wiedzę lub technologię bądź bazować na nowych zastosowaniach lub kombinacjach istniejącej wiedzy i technologii. Termin „produkt” jest stosowany na oznaczenia zarówno wyrobów jak i usług. Do innowacji produktowych zalicza się zarówno wprowadzenie nowych wyrobów i usług, jak i znaczące udoskonalenia istniejących wyrobów i usług w zakresie ich cech funkcjonalnych lub użytkowych.
- 2) Innowacje w obrębie procesów dotyczą wdrożenia nowej lub znacząco udoskonalonej metody produkcji lub dostawy. Do tej kategorii zalicza się znaczące zmiany w zakresie technologii, urządzeń oraz/lub oprogramo-

<sup>81</sup> Tamże.

wania. Innowacje w obrębie procesów mogą mieć na celu obniżenie kosztów jednostkowych produkcji lub dostawy, podniesienie jakości, produkcję lub dostarczenie nowych lub znacząco udoskonalonych produktów.

- 3) Innowacje marketingowe obejmujące wdrożenie nowej metody marketingowej wiążącej się ze znaczącymi zmianami w projekcie/konstrukcji produktu lub w opakowaniu, dystrybucji, promocji lub strategii cenowej. Celem innowacji marketingowych jest: lepsze zaspokojenie potrzeb klientów, otwarcie nowych rynków zbytu lub nowe pozycjonowanie produktu firmy na rynku dla zwiększenia sprzedaży. Cechą wyróżniającą innowacje marketingowe na tle innych zmian jest to, że polegają na wdrożeniu metody marketingowej nie stosowanej dotychczas przez daną firmę.
- 4) Innowacje organizacyjne to: wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez firmę zasadach działania, w organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem. Celem innowacji organizacyjnych może być osiągnięcie lepszych wyników poprzez redukcję kosztów administracyjnych lub kosztów transakcyjnych, podniesienie poziomu zadowolenia z pracy (a tym samym wydajności pracy), uzyskanie dostępu do aktywów będących ważnym przedmiotem wymiany handlowej (takich jak nieskodyfikowana, wiedza zewnętrzna) czy obniżenie kosztów dostaw. Podobnie jak przy innowacjach marketingowych, cechą wyróżniającą innowacje organizacyjne na tle innych zmian jest to, że polegają na zastosowaniu takiej metody organizacyjnej w zasadach działania firmy, która nie była stosowanej dotychczas.

Autorzy trzeciego wydania podręcznika Oslo Manual<sup>82</sup>, cytowanego wcześniej, po raz pierwszy, podzielili innowacje na dwie grupy. Obok innowacji o charakterze technologicznym, wyróżnili problematykę innowacji nietechnologicznych. W efekcie zakres pojęcia innowacji został ujęty w dwóch wymienionych typach: innowacje marketingowe oraz organizacyjne, przy czym innowacje technologiczne uwzględniały innowacje produktowe/usługowe i procesowe, a innowacje nietechnologiczne, odpowiednio marketingowe i organizacyjne.

Zarówno w pierwszej, jak i w drugiej edycji tego podręcznika przedstawiono definicję innowacji technologicznych w obrębie procesów i produktów (TPP). Pomijano w nich innowacje nietechnologiczne. Takie podejście było efektem koncentracji na działaniach firm ukierunkowanych na technologiczne opracowywanie nowych produktów i nowych technik produkcji. Poszerzenie zakresu

---

<sup>82</sup> Oslo Manual, *The Measurement of Scientific and Technological Activities. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, 3rd Edition, 2005, OECD/Eurostat.

badań nad innowacjami o zagadnienia nietechnologiczne (marketingowe czy organizacyjne) wynikało z chęci uzyskania pełnego obrazu działań innowacyjnych podejmowanych przez przedsiębiorstwa.

Powyższa klasyfikacja innowacji zawarta w podręczniku Oslo Manual jest zbieżna z podziałem na typy innowacji zaproponowanym przez Schumpetera, choć pojawiła się dużo później. Prowadzi to do wniosku, że organizacja OECD bazowała na pracach austriackiego ekonomisty. Schumpeter<sup>83</sup> twierdził ponadto, że rozwój gospodarczy jest stymulowany przez innowacje w dynamicznym procesie, w którym nowe technologie zastępują stare. Proces ten nazywał „kreatywną destrukcją”. Zdaniem Schumpetera, innowacje tzw. „radykalne” prowadzą do wielkich destrukcyjnych zmian, natomiast innowacje tzw. „przyrostowe” nieustannie popychają proces zmian do przodu.

Dla podniesienia rentowności czy wydajności pracy podmiot gospodarczy musi dokonać wielu typów zmian w swoich metodach działania. Ekonomista Lam<sup>84</sup> zakłada, że zmiana organizacyjna stanowi odpowiedź na zmianę technologiczną, podczas gdy w rzeczywistości innowacja organizacyjna może być koniecznym warunkiem wstępnym dla innowacji technologicznej. Edquist<sup>85</sup> podkreśla również ścisły związek zmian technologicznych i organizacyjnych, twierdząc, że aby odnieść sukces w technologicznym procesie innowacji, często niezbędne są zmiany organizacyjne. Zwraca uwagę na rosnące zainteresowanie nietechnologicznymi formami innowacji, które wynika głównie z ich znaczącego udziału we wzroście produktywności. Jak podaje Juchniewicz<sup>86</sup>, o ile innowacje organizacyjne są powiązane głównie z innowacjami technologicznymi, to innowacje marketingowe mają najczęściej ścisły związek z innowacjami produktowymi. Ich celem jest lepsze dotarcie do klienta czy otwarcie nowych rynków zbytu.

Madej<sup>87</sup> proponuje podział innowacji ze względu na kwalifikację i wiedzę pracowników oraz dziedzinę wiedzy lub życia społeczno-gospodarczego. Wyróżnia on innowacje:

---

<sup>83</sup> J. A. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo PWE, Warszawa 1960, s. 1672.

<sup>84</sup> A. Lam, *Organizational Innovation*. w. The Oxford Handbook of Innovation, J. Fagerberg, J. Mowery D., and Nelson R.R. (red.), Oxford University Press, Oxford 2006, s. 78.

<sup>85</sup> C. Edquist, *The System of Innovation Approach and Innovation Policy: An account of the state of the art*. 2001, [www.druid.dk/uploads/tx\_picturedb/ds2001-178.pdf], data dostępu 15.12.2014r.

<sup>86</sup> M. Juchniewicz, *Innowacje nietechnologiczne w przemyśle spożywczym*. Wydawnictwo Roczniki Naukowe SERiA, Warszawa – Poznań 2011, t. XIII, z. 2, s. 162-164.

<sup>87</sup> Z. Madej, *Nauka i rozwój gospodarczy*. Wydawnictwo PWN, Warszawa 1970, s. 133.

- techniczne i technologiczne (technika i technologia wpływają na opracowywanie i wdrażanie nowych procesów innowacyjnych, produktów czy usług),
- ekonomiczno-organizacyjne (innowacje tworzy organizacja),
- społeczne i socjalno-bytowe (innowacje przeprowadzane w dziedzinie pozaprodukcyjnej działalności przedsiębiorstwa).

Z polskich ekonomistów Pomykalski<sup>88</sup> zaproponował ogólny podział innowacji podobny do klasyfikacji OECD, wyróżniając innowacje: produktowe, procesowe, marketingowe i organizacyjne.

Ileczko<sup>89</sup> z kolei proponuje szerszy podział innowacji, ze względu na obszar życia lub obszar funkcjonalny organizacji, dzieląc je na:

- antropocentryczne, tzn. dotyczące różnych przejawów życia,
- społeczne – dotyczące stosunków międzyludzkich,
- biotyczne – czyli innowacje w zakresie przyrody,
- techniczne – zmiany w technice i technologii.

Ze względu na mechanizm pobudzania do innowacji Lichtarski<sup>90</sup> podzielił innowacje ze względu na mechanizm pobudzania do innowacji na dwie grupy:

- innowacje podażowe (inicjowane przez naukę i technikę),
- innowacje popytowe (inicjowane przez rynek).

Inny podział innowacji, ze względu na skalę zmian wywołanych przez nie proponują Dąbrowski i Kodałkiewicz<sup>91</sup>. Innowacje dzielą na:

- radykalne, polegające na wprowadzeniu nowych produktów, procesów technologicznych, sposobów zarządzania. Przez innych autorów innowacje te nazywane są często jako podstawowe, rewolucyjne czy kreatywne<sup>92</sup>,
- rekombinacyjne (usprawniające), które polegają na wykorzystaniu już istniejących rozwiązań technicznych, produkcyjnych, organizacyjnych w celu tworzenia nowych produktów i technologii. Opierają się na istniejących w przedsiębiorstwie zasobach i wiedzy,

---

<sup>88</sup> A. Pomykalski, *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2001, s. 13.

<sup>89</sup> B. Ileczko, *Podstawy typologii ogólnej teorii innowacji*. Zagadnienia Naukoznawstwa nr 4, Warszawa 1979, s. 497-515.

<sup>90</sup> J. Lichtarski (red.), *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*. Wyd. AE, Wrocław 1997, s. 149.

<sup>91</sup> J. Dąbrowski, I. Kodałkiewicz, *Praktyki innowacyjne polskich przedsiębiorstw*. WSPiZ, Warszawa 1998, s. 138-140.

<sup>92</sup> W. Janasz, K. Koziół-Nadolna, *Innowacje w organizacji*. PWE, Warszawa 2011, s. 25-30.

- modyfikacyjne, polegające na nieznacznych zmianach (modyfikacjach) w istniejących produktach, technologiach, czy systemach organizacyjnych.

Brzeziński<sup>93</sup>, biorąc za podstawę klasyfikacji przedmiot innowacji, wyróżnia trzy rodzaje przedsięwzięć:

**Innowacje w produkcji**, które obejmują wszelkie zmiany polegające na udoskonaleniu wyrobu już produkowanego bądź na rozszerzeniu struktury asortymentowej o nowy produkt, a następnie wprowadzeniu go na rynek;

**Innowacje w procesie wytwórczym**, obejmujące zmiany w stosowanych metodach wytwórczych;

**Innowacje organizacyjne**, dotyczące zmian jedynie w organizacji procesu produkcyjnego, bez uwzględnienia zmian organizacyjnych.

Innowacje (nowe, lepsze, atrakcyjniejsze produkty i usługi skierowane do konsumenta), pozwalają osiągnąć większy udział w rynku, zdobyć przewagę konkurencyjną, innowacje procesowe wprowadzają nowe rozwiązania technologiczne, i mają za zadanie zwiększyć w przedsiębiorstwie opłacalność produkcji przez obniżenie kosztów i większą efektywność.

Wpływ innowacji technologicznych na wzrost gospodarczy uznawano za kluczowy już od czasów Schumpetera<sup>94</sup> czy Solowa<sup>95</sup>. Współczesne podejście do innowacji zmieniło się wraz z pojawieniem się nowych koncepcji procesu innowacyjnego. Do najbardziej widocznych i istotnych tendencji w tym zakresie zaliczyć należy wyjście poza technologiczne aspekty innowacyjności. w kontekście pobudzania działań innowacyjnych przedsiębiorstw zyskują coraz częściej na znaczeniu innowacje o charakterze nietechnologicznym.

Przedstawione powyżej rodzaje innowacji oczywiście nie wyczerpują zagadnienia, natomiast przybliżają problematykę. Wspólną cechą wszystkich rodzajów innowacji jest spełnianie przez nie nowych oczekiwań, preferencji klientów wewnętrznych (personelu firmy) jak i zewnętrznych w odniesieniu do przedsiębiorstwa. Tak szeroko przedstawiony podział innowacji wskazuje na ich znaczące implikacje w gospodarce, obejmujące znaczną część wszystkich ważniejszych zmian, które mają miejsce w działalności gospodarczej – przedsięwzięcia techniczne, ale także zmiany produktowe, procesowe (technologiczne), marketin-

---

<sup>93</sup> M. Brzeziński (red.), *Zarządzanie innowacjami technicznymi i organizacyjnymi*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2001, s. 35.

<sup>94</sup> J. Schumpeter J., *Economic Doctrine and Method Publication Information*, New York: Oxford University Press, 1912, s. 455.

<sup>95</sup> R. M. Solow, *Contribution to the Theory of Economic Growth*, „Quarterly Journal of Economics”, Oxford University Press, Oxford 1956, s. 65-94.

gowe, organizacyjne oraz ekonomiczne. Wspólną cechą i jednocześnie warunkiem uznania za innowację, jest element nowości oraz wykorzystania w praktyce z pozytywnym skutkiem ekonomicznym<sup>96</sup>.

### Podsumowanie

Ważnym elementem budowania konkurencyjności przedsiębiorstw jest wdrażanie innowacji. Pierwszy zwrócił na nie uwagę J. Schumpeter, autor teorii wzrostu gospodarczego jako rezultatu innowacji. Wywodzi się od niego tzw. ekonomia schumpeterowska. Innowacje również odnaleźć należy w teorii ekonomii instytucjonalnej, w której można zauważyć związki instytucji i innowacji technologicznych jako źródła rozwoju gospodarczego. Współczesna gospodarka charakteryzuje się wzrostem znaczenia innowacji jako czynnika determinującego procesy ekonomiczne. Stopień innowacyjności przedsiębiorstw decyduje o kierunkach i tempie rozwoju gospodarczego. Dynamika zmian technologicznych, tempo działalności innowacyjnej oraz skuteczność sposobów wprowadzania innowacji zmniejszają znaczenie cenowych form konkurencji.

We współczesnej gospodarce warunkiem sukcesu rynkowego i osiągnięcia przewagi konkurencyjnej jest wdrażanie innowacji. Obejmują one istotne zmiany technologiczne, jaki i nietechnologiczne w obrębie produktów/usług, procesów technologicznych, organizacyjnych bądź marketingowych. Wspólną cechą wszystkich rodzajów innowacji jest spełnianie przez nie preferencji konsumentów.

## SOME VIEWS ON INNOVATION AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF TRADERS

**Summary:** issues of innovation activities undertaken by business. Innovation is about competitiveness businesses and opportunities for effective use of resources. Any company would be able to develop needs innovation – new products, services, technology, organizational systems, and marketing. Thanks to technological innovation, it is possible that reduce production costs and improve the quality of our products. Innovations are currently regarded as one of the main factors determining the development of enterprises, becoming an important factor in the growth of their competitiveness. In the era of globalization and

---

<sup>96</sup> M. Juchniewicz, B. Grzybowska, *Innowacyjność mikroprzedsiębiorstw w Polsce*. Wydawnictwo PARP, Warszawa 2010, s. 165.



increasing competition, innovation becomes necessary for the smooth functioning of business entities. In the era of globalization and increasing competition, innovation becomes necessary for the proper functioning of economic entities.  
**Keywords:** innovation, innovative activities, the competitiveness of enterprises

Translated by Małgorzata Górk