

Joanna Sikora\*

Aldona Uziębło\*\*

## Innowacja w przedsiębiorstwie – próba zdefiniowania

### Wstęp

Przedsiębiorstwa<sup>1</sup>, aby efektywnie działać w realiach ulegającej ciągłym zmianom gospodarki, potrzebują katalizatora, za który uznaje się innowacje [Zastempowski, 2010, s. 55-56]. Pojęcie „innowacja” rozumiane jest w bardzo szerokim zakresie; potocznie symbolizuje zmianę, nowość, wyrażającą się pod postacią nowych produktów, nowatorskich technologii, nietradycyjnych usług czy niekonwencjonalnych metod zarządzania. Przedsiębiorstwo określane jako innowacyjne, uważane jest za lepsze i bardziej pożądane. Kategoria innowacji stała się w obecnie obiektem zainteresowań nauk nie tylko ekonomicznych, ale także społeczno-gospodarczych, w tym psychologii i socjologii. Wynika to z niekwestionowanego wpływu innowacji na szeroko pojęty rozwój społeczno-gospodarczy kraju [Trzmiel-Grzybowska, 2011, s. 353], ważny jest zwłaszcza udział innowacji w tworzeniu konkurencyjności<sup>2</sup> przedsiębiorstw.

Takie sprzężenie skutkuje akceleracją procesu innowacyjnego i determinuje globalizację, stając się obszarem konkurencji. Jednostki zdolne do kreowania nowości wykazują przewagę, nie rywalizując z konkurencją tylko za pomocą takich środków, jak cena i dążenie do uzyskania jak najniższego kosztu. „Innowacja jest dzisiaj kluczem do strategii konkuren-

---

\* Mgr, Katedra Zarządzania, Wydział Finansów i Zarządzania, Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku, sikora.jo.el@gmail.com, ul. Dolna Brama 8, 80-821 Gdańsk

\*\* Dr, Katedra Finansów Przedsiębiorstw, Wydział Finansów i Zarządzania, Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku, auziębło@wsb.gda.pl, ul. Dolna Brama 8, 80-821 Gdańsk

<sup>1</sup> Przedsiębiorstwo jest rozumiane jako „jednostka (podmiot) prowadząca działalność gospodarczą, dążąca do zaspokojenia potrzeb innych podmiotów życia społecznego (osób i/lub instytucji) przez wytwarzanie produktów i/lub świadczenie usług, przy czym działalność ta jest motywowana chęcią uzyskania korzyści majątkowych i prowadzona samodzielnie na ryzyko właściciela/właścicieli” [Sudoł, 2006, s. 36].

<sup>2</sup> Rozumianej jako „zdolność przystosowania się gospodarki, a raczej działających w niej podmiotów albo ich produkcji do zmieniających się warunków, pozwalająca utrzymać lub poprawić ich pozycję na rynku w warunkach globalnych” [Żukrowska, 2000, s. 175].

cji i jej podstawą”, jak wskazuje Kotler [Kotler, 2004, s. 34]. Za pośrednictwem innowacji w przedsiębiorstwach zachodzi bowiem ulepszenie i modernizacja procedur wytwarzania produktu, przyrost efektywności, zdolności produkcyjnej i jakości pracy, polepszenie formy i wartości dóbr oraz ich konkurencyjności, rozwój i podwyższenie umiejętności działania i efektywności pracy, likwidacja ograniczeń i mobilizacja zasobów, a także wzrost bezpieczeństwa i polepszenie warunków pracy.

Celem artykułu jest sprecyzowanie definicji innowacji w przedsiębiorstwie w taki sposób, aby odzwierciedlała ona jednocześnie teoretyczne założenia i badania ekonomistów w tym obszarze oraz rozumienie istoty innowacji przez przedstawicieli biznesu. Ponieważ mnogość definicji nieodłącznie związanych z terminem innowacji oraz duża liczba studiów w tej tematyce nie doprowadziły do wyłonienia jednej, ogólnie akceptowalnej definicji, przyjęto założenie, że właściwą definicję innowacji sformułowali Bogdanienko, Haffer i Popławski, a mianowicie: „Innowacja jest końcowym etapem tworzenia nowej rzeczywistości materialnej; jest to — najogólniej mówiąc — pierwsze zastosowanie nowych idei w praktyce” [Bogdanienko i inni, 2004, s. 8]. Teza ta opiera się na przeglądzie literatury przedmiotu, a w celu jej zweryfikowania, dla potrzeb niniejszej pracy, przeprowadzono badanie w grupie 26 słuchaczy pierwszego roku Master of Business Administration Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku. Badanie odbyło się w czerwcu 2013 r. i miało formę ankiety z pytaniami głównie jednokrotnego wyboru. Wśród badanych dominowały osoby zajmujące stanowiska kierownicze średniego szczebla (zastępca głównego księgowego, dyrektora finansowego, kierownik działu i pokrewne, około 62%) oraz wyższego szczebla (członek zarządu, główny księgowy, dyrektor finansowy, dyrektor oddziału i pokrewne, około 24% ankietowanych). Pozostałe osoby to samodzielni specjaliści i właściciele/współwłaściciele przedsiębiorstw. Grupa cechuje się dużym zróżnicowaniem z punktu widzenia ukończonego kierunku studiów (nie wszyscy udzielili odpowiedzi na to pytanie): 30% osób ma szeroko rozumiane wykształcenie ekonomiczne (ekonomia, zarządzanie), 5% prawnicze, 15% administracyjne. Połowa badanych ukończyła inne kierunki studiów, m.in. inżynierskie.

## 1. Innowacja i innowacyjność przedsiębiorstwa a przedsiębiorczość

Definicja innowacji we współczesnym świecie jest niezwykle pojemna. Termin innowacyjność ma swój początek w łacińskim słowie *innovatio*, oznaczającym odnowienie. Nierzadko pojęcie innowacyjności traktuje się jako pochodzące od innego łacińskiego słowa, mianowicie *novus*, to znaczy nowość [Borowski, 2011, s. 8-13]. Nikłe zainteresowanie nauki innowacjami daje się obserwować aż do lat 40. XX wieku [Fiedor, 1979, s. 18]. Przełom nastąpił dopiero kilkanaście lat później, mimo że samo pojęcie innowacji do literatury ekonomicznej wprowadzono już w 1911 r. Próba wyeksplikowania pojęcia innowacji nie może pominąć klasycznego ujęcia zaproponowanego przez Schumpetera [Schumpeter, 1960]. W tej jednej z najbardziej znanych teorii przedsiębiorczości, innowacja ujmowana jest jako podstawowe zjawisko w rozwoju gospodarczym. Jest nowatorskim połączeniem kapitału i środków produkcji, obejmując swoim zasięgiem pięć następujących kategorii [Schumpeter, 1960, s. 104]:

- introdukcja nowego produktu (wprowadzenie nowatorskiego towaru, usługi itp., z którym klienci nie mieli jeszcze styczności),
- introdukcja nowego sposobu wykonywania produktu (wdrożenie nowego sposobu produkcji niewypróbowanego w danej gałęzi przemysłu),
- otwarcie nowego rynku (na którym rzeczona gałąź krajowego przemysłu wcześniej nie występowała — bez względu, czy rynek istniał uprzednio, czy nie),
- pozyskanie dotąd nieznanego źródła surowców lub półfabrykatów (bez względu na to, czy dane źródło już istniało, czy zostało nowoodkryte),
- tworzenie nowych struktur rynkowych w przemyśle (na przykład wdrożenie nowego sposobu organizacji danego przemysłu).

Strategicznym punktem powyższego jest termin „nowy”. Integralną częścią definicji innowacji według Schumpetera jest pierwsze zastosowanie danego rozwiązania [Niedzielski, Rychlik, 2006, s. 19]. Analiza powyższych kategorii pozwala na wysnucie wniosku, że innowacje w rozumieniu Schumpetera były związane nierozdzielnie z działalnością przedsiębiorstw przemysłowych, co w połączeniu z faktem, że tworzyły one w początkowych latach XX w. podstawę kapitalistycznej gospodarki, nie jest niczym zaskakującym. Zmiana sposobu myślenia o postępie społecznym i gospodarczym zwróciła uwagę naukowców ku innowacjom. Nastąpił spadek wartości tradycyjnego ujęcia przedsiębiorstwa, rozumia-

nego przez pryzmat zysku przynieszonego właścicielom. Nowe podejście wskazywało na podstawową rolę przedsiębiorstw w generowaniu rozwoju [Bielski, 2000, s. 6]. Definicje innowacji powstające po II wojnie światowej można interpretować w szerokim bądź wąskim znaczeniu, od początkowego podkreślania ich aspektów technologicznych, po bardzo szerokie kategorie obejmujące takie dziedziny, jak życie społeczne i gospodarcze, technika czy przyroda [Zastempowski, 2010, s. 57-60]. Zestawienie definicji zaliczanych do nurtu szerokiego i wąskiego przedstawiono w tabelicy 1.

W wąskim ujęciu za innowację można uważać każdą nowość. Dominujący jest tutaj wymóg bardzo precyzyjnego scharakteryzowania istoty innowacji. Za sztanदारowe przykłady uznaje się w tym przypadku definicje wprowadzone przez Freemana, Mansfielda czy Cartera i Williamsa (tablica 1). Odmienne określił definicję innowacji Barnett, opierając się na założeniu, że jest ona każdą koncepcją, pomysłem, postawą, stanowiskiem lub rzeczą, która swą jakością wyróżnia się spośród wszystkich istniejących do chwili obecnej [Borowski, 2011, s. 8-13]. Definicja ta wpi-

**Tablica 1. Innowacje – przegląd definicji w ujęciach szerokim i wąskim**

Szerokie ujęcie definicji	Wąskie ujęcie definicji
„Wszelkie zmiany, które w danych warunkach przestrzennych i czasowych postrzegane są jako nośniki nowości dotyczące w równej mierze wytworów kultury materialne, jak i niematerialnej <sup>a</sup> ”	Pierwsze (w rozumieniu handlowym) zastosowanie nowatorskiego produktu, procesu, systemu lub urządzenia (maszyny) <sup>e, f</sup>
„Innowacją jest wprowadzenie do szerokiego użytku nowych produktów, procesów lub sposobów postępowania <sup>b</sup> ”	
Wszystkie dziedziny, które poprzez subiektywne odczucia rejestrowane są i oceniane jako nowość, niezależnie do realnego stopnia nowatorstwa rzeczonoego przedmiotu lub myśli <sup>c</sup>	„Wprowadzenie wynalazku <sup>g</sup> stanowiącego część niewykorzystanej wiedzy technologicznej <sup>h</sup> ”
Każda modyfikacja bazująca na asymilacji przekazywanej wiedzy <sup>d</sup>	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <sup>a</sup>[Haffer, 1998, s. 27]; <sup>b</sup>[Allen, 1966, s. 7, por. Zastempowski, 2010, s. 58-59]; <sup>c</sup>[Rogers, 2003, s. 12]; <sup>d</sup>[Whitfield, 1979, s. 26]; <sup>e</sup>[Freeman, 1994, s. 463]; <sup>f</sup>[Munsfield, 1968, s. 1]; <sup>g</sup>Schumpeter rozgraniczył znaczeniowo pojęcia „innowacja” i „wynalazek”, argumentując, że duża liczba wynalazków nie stanie się innowacjami, ponieważ nie zostanie wprowadzona do produkcji <sup>h</sup>[Carter, Williams, 1958, s. 29].

suje się w szerokie ujęcie innowacji, podkreślając ich procesowy charakter i obejmując różnorodne czynności, prowadzące do tworzenia, rozwijania i wprowadzania nowych wartości [Niedzielski, Rychlik, 2006, s. 21]. Oprócz Schumpetera innowacje szeroko definiowali także m.in. Haffer, Allen, Rogers i Whitfield (tablica 1).

Po zapoznaniu się z zaprezentowanymi definicjami innowacji, można sformułować innowacyjność jako przejawianie zdolności do generowania i implementacji innowacji. Jak jednak określić, które przedsiębiorstwo jest innowacyjne? Dla przykładu, *Podręcznik Oslo* wskazuje, że przedsiębiorstwo innowacyjne to takie, które wdrożyło co najmniej jedną innowację [Podręcznik Oslo, 2008, s. 61], co doprecyzowuje inna definicja — wdrożenie to ma dotyczyć innowacji, która okazała się *novum* w ocenie danej jednostki i obejmuje okres ostatnich 3 lat [Stawasz, 2005, s. 133]. Natomiast Sosnowska, Łobejko i Kłopotek za przedsiębiorstwo innowacyjne uważają inteligentną jednostkę, nieprzerwanie generującą i wdrażającą innowacje, cieszącą się uznaniem nabywców z racji wysokiego stopnia nowoczesności i konkurencyjności, którego forma i system zarządzania są przyporządkowane podstawowym zadaniom jednostki [Sosnowska i inni, 2000, s.13]. Autorzy ci do najważniejszych parametrów wyróżniających firmy innowacyjne zaliczają [Sosnowska i inni, 2000, s. 11]:

- umiejętność permanentnego generowania innowacji, twórczość, kreatywność,
- zdolność korzystania z innowacyjnego potencjału jednostki w celu zachowania wysokiej pozycji konkurencyjnej,
- predyspozycje do przewidywania przyszłości, perspektywiczne i przyszłościowe myślenie,
- trwałą komunikację z klientami, mającą na celu wnikliwe zapoznanie się z ich bieżącymi i przyszłymi potrzebami,
- dysponowanie zespołem twórców, innowatorów zapewniających wysoki stopień innowacyjności przedsiębiorstwa,
- adekwatny zakres informacji umożliwiający właściwą ocenę,
- elastyczność działania w dostosowywaniu do zmieniających się warunków otoczenia.

Traktowanie niemal zamiennie lub stawianie na równi innowacyjności i przedsiębiorczości wywodzi się z poglądów Schumpetera, który formułował przedsiębiorczość na podstawie wprowadzania określonych zmian o charakterze innowacyjnym. Przedsiębiorczością dla niego była

implementacja nowych czynników produkcji, wyrobów, metod oraz zdobywanie rynków. Opierając się na tym twierdzeniu, należy uznać, że przedsiębiorczość nierozzerwalnie łączy się z innowacjami. Silna korespondencja tych dwóch pojęć może wynikać także ze sformułowania Druckera, określającego innowacje mianem specyficznego narzędzia przedsiębiorczości [Drucker, 1992, s. 36; Chodyński, 2013]. Dyferencjacja tych pojęć może nastęrczać problemy. Bratnicki i Strużyna akcentują, że przedsiębiorczość ma cechy procesu. W jego wyniku innowacja jest przekształcana na możliwości rynkowe lub kreowanie przewagi konkurencyjnej. Innowacja to z kolei rezultat działań przedsiębiorczych i strategii przedsiębiorczych w przedsiębiorstwie [Bratnicki, Strużyna, 2001, s. 28]. Pozostając w zgodzie ze wszystkimi tymi twierdzeniami, w niniejszej pracy nie definiuje się hierarchicznej zależności pomiędzy innowacyjnością a przedsiębiorczością, nie wskazuje ich wynikowego stosunku ani nie podejmuje próby wskazywania kierunku ich zależności. Uznaje się je za komplementarne i nierozłączne.

## 2. Klasyfikacja innowacji

Przy tak odmiennym definiowaniu innowacji, także ich klasyfikacja jest zróżnicowana i obejmuje rozmaite kryteria podziału. Doprowadziło to do tego, że podział ów nie jest ujednolicony, precyzyjny i przejrzysty, a ta sama innowacja, w zależności od chwilowo uznanego wskaźnika podziału zakwalifikowana może być do kilku klas (grup, kategorii) [Penc, 1999, s. 144]. Tablica 2 prezentuje wybrane kryteria klasyfikacji innowacji.

**Tablica 2. Kryteria klasyfikacji innowacji**

Kryterium klasyfikacji	Rodzaj innowacji
Dziedzina działalności	Funkcyjne, przedmiotowe, technologiczne, organizacyjne, ekologiczne
Wielkość i zakres skutków	Strategiczne, taktyczne
Skala innowacji	Radykalne, usprawniające produkcję
Oryginalność	Kreatywne, imitujące

Źródło: [Penc, 1999, s. 144; Zastempowski, 2010, s. 61; Freeman, 1986, s. 103-105; Illeczo, 1979, s. 14; Stawasz, 1999, s. 15].

W odniesieniu do dziedziny działalności, której dotyczą innowacje, wyróżnia się innowacje funkcyjne (definiując je jako spełniające niewyrażone dotychczas potrzeby społeczne), przedmiotowe, będące introdukcją nowych przedmiotów (w miejsce dotychczas istniejących, które w znaczący sposób lepiej spełniają zadania poprzednika), a także technologiczne (rozumiane w myśl definicji Schumpetera jako wdrożenie nowego sposobu usprawnienia i unowocześnienia procesu produkcji) i organizacyjne (pozytywnie wpływające na organizację pracy i produkcji) oraz ekologiczne (zmniejszające lub dążące do eliminacji czynników cyklu produkcyjnego negatywnie wpływających na środowisko przyrodnicze) [Penc, 1999, s. 144]. Biorąc pod uwagę założenie dotyczące zakresu konsekwencji powodowanych przez innowacje, dzieli się je, jak zaprezentowano w tablicy 2, na strategiczne i taktyczne. Pierwsze dotyczą działań charakteryzujących się długofalowością i o istotnym znaczeniu społeczno-ekonomicznym, zazwyczaj służą realizacji strategicznych dla społeczeństwa celów. Do innowacji o charakterze taktycznym zalicza się natomiast te, które swoim zasięgiem obejmują wszystkie aktualne zmiany zachodzące w produkcji, technologii produkcji czy organizacji pracy, a z założenia ich konsekwencją ma być pobudzenie efektywności gospodarczej [Zastempowski, 2010, s. 61].

Następnym ważnym i wartym szerszego opisanie kryterium podziału innowacji jest podział ze względu na ich skalę, na innowacje radykalne i usprawniające produkcję [Freeman, 1986, s. 103-105]. Innowacje radykalne charakteryzuje rewolucyjność i przełomowość, a co za tym idzie — obciążenie wysokim ryzykiem; występują one stosunkowo rzadko [Zastempowski, 2010, s. 62]. Pod mianem innowacji usprawniających produkcję kryją się często innowacje przyrostowe, niemniej jednak rozumie się pod tym pojęciem główny nurt innowacji o charakterze modernizacyjnym. Analizując natomiast innowacje z perspektywy kryterium oryginalności, można wyszczególnić innowacje kreatywne (pionierskie), będące rezultatem oryginalnych rozwiązań, dotychczas niewykorzystanych produkcyjnie, oraz imitujące (adaptowalne), polegające na naśladownictwie, będące zmianami odtwórczymi [Stawasz, 1999, s. 15]. Implikacją prezentowanego podejścia jest założenie, że innowacje obejmują nie tylko obszar produkcji, rozumiany jako wytwarzanie nowych lub przeobrażanie już istniejących produktów, ale również dotyczą innych sfer aktywności jednostki gospodarczej. Innowacje funkcjonują zatem w organizacji, zarządzaniu, marketingu, logistyce. W tym przypadku wyrazem innowacyjno-

ści jest stosowanie nowych i/lub usprawnionych rozwiązań, metod działania, instrumentów finansowych. Obecnie, zdaniem Druckera, większą uwagę skupia się na innowacjach spoza kręgu innowacji technicznych. Prym wiodą innowacje wprowadzane w systemach zarządzania, ochronie środowiska, a także innowacje społeczne, rozumiane jako predyspozycje i skłonność jednostek (członków danej zbiorowości społecznej) do odchodzenia od ogólnie funkcjonujących zwyczajów, stylów percepcji i kategorii celów [Griffin, 2004, s. 428]. W innowacyjności społecznej istotny wpływ mają nie tylko poszczególne kwalifikacje i zasoby osobowościowe właścicieli, menedżerów czy pracowników, ale także bazujące na nich działanie kolektywne.

Należy tutaj zwrócić uwagę, że innowacyjności nie można ograniczać jedynie do strefy wewnętrznej działalności przedsiębiorstwa. Stopień innowacyjności jednostki gospodarczej odnosi się zarówno do wyznaczników zewnętrznych (egzogonicznych), jak i wewnętrznych (endogenicznych), biorących swe źródło w samym przedsiębiorstwie. Czynniki te wpływają na działalność innowacyjną z różnym natężeniem. Niezależnie od tego poszczególne wyznaczniki można analizować z perspektywy negatywnej i pozytywnej, w ten sposób wyróżniając wiele barier i stymulatorów innowacji. Wieloaspektowy wpływ wymienionych czynników niejednokrotnie przyjmuje formę sprzężeń zwrotnych. Procesy innowacyjne warunkowane są przez heterogeniczne czynniki, np. ekonomiczne, psychologiczne czy społeczne; po przeciwstawnej stronie natomiast owe czynniki formowane są poprzez procesy innowacyjne.

### 3. Innowacja w podejściu biznesowym

Szukając odpowiedzi na pytanie, co rozumieją przez innowację przedstawiciele biznesu, poproszono ankietowanych o wyrażenie opinii na temat kilkunastu definicji innowacji opracowanych przez różnych autorów i przedstawionych w niniejszej pracy. Badani przy każdej definicji innowacji określali, czy zgadzają się z danym ujęciem tego pojęcia, mając do wyboru odpowiedzi zdecydowanie tak (5 punktów), raczej tak (4), nie mam zdania (3), raczej nie (2) oraz zdecydowanie nie (1). Najważniejsze wyniki prezentuje tablica 3; przedstawiono w niej odpowiedzi, którym badani przyporządkowali odpowiednio najwyższe (pozycje 1-4, zgodność definicji z opiniami ankietowanych) i najniższe oceny (pozycje 5-6, brak zgodności).



**Tablica 3. Ocena wybranych definicji innowacji przez przedstawicieli biznesu**

Poz.	Definicja innowacji	Średnia ocena
1	Wprowadzenie wynalazku stanowiącego część niewykorzystanej wiedzy technologicznej	4,42
2	Wdrożenie nowego sposobu produkcji nie wypróbowanego w danej gałęzi przemysłu	4,41
3	Wprowadzenie nowatorskiego towaru, usługi itp. z którym klienci nie mieli jeszcze styczności	4,12
4	Pierwsze zastosowanie danego rozwiązania	4,08
5	Każda modyfikacja bazująca na asymilacji przekazywanej wiedzy	2,77
6	Wszystkie dziedziny, które poprzez subiektywne odczucia rejestrowane są i oceniane jako nowość, niezależnie do realnego stopnia nowatorstwa rzeczonoego przedmiotu lub myśli	2,62

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Najwięcej punktów otrzymała definicja innowacji w wąskim ujęciu, sformułowana przez Cartera i Williamsa (patrz tablica 1), bardzo podobnie oceniono określenie stworzone przez Schumpetera (poz. 2, tablica 3). Także dwie kolejne, najwyżej oceniane definicje innowacji zostały określone przez Schumpetera (poz. 3 i 4, tablica 3). Negatywnie oceniono natomiast szerokie ujęcie innowacji, prezentowane w poglądach Whitfielda (poz. 5, patrz tablica 1) oraz Rogersa (poz. 6, patrz tablica 1). W kolejnej części ankiety badani z pojęć innowacji, z którymi zgadzają się w sposób zdecydowany, wybierali dwie pozycje, które ich zdaniem najpełniej oddają sens innowacji w przedsiębiorstwie. Najwięcej osób wybrało pozycję 3, traktując innowację jako wprowadzenie *novum*, z którym klienci nie mieli jeszcze styczności. Definicję z pozycji pierwszej, skupioną na wdrożeniu dotychczas niewykorzystanej wiedzy technologicznej, wybierano w drugiej kolejności. Nikt natomiast nie uznał za kluczową modyfikacji bazującej na asymilacji przekazywanej wiedzy (poz. 5, tablica 3), a tylko jedna osoba wskazała na poz. 6. Co interesujące, nie ma tu istotnych korelacji między udzielonymi odpowiedziami a wykształceniem kierunkowym czy zajmowanym w przedsiębiorstwie stanowiskiem.

## Zakończenie

Działalność innowacyjna przedsiębiorstw jest często bardzo specyficzna, a jej analiza wyjątkowo trudna. Jest to związane m.in. z trudnością zdefiniowania tego pojęcia – z kreatywnymi cechami innowacji. Przyjęta teza, że innowacja jest rozumiana zarówno przez naukowców, jak i przedstawicieli biznesu jako zakończenie etapu kreowania nowej rzeczywistości materialnej, pierwsze zastosowanie nowych idei w praktyce, tylko częściowo została zweryfikowana pozytywnie. Tylko bowiem druga część tej definicji została zaakceptowana przez badane osoby, będące przedstawicielami biznesu. Uznali oni, że innowacja to nowość, pierwszy kontakt klienta z nowym dobrem, pierwsze wykorzystanie wiedzy w praktyce (ale nie: nowa wiedza), pierwsze wdrożenie w danej gałęzi przemysłu; zdecydowanie zatem dominuje wśród praktyków wąskie ujęcie definicji innowacji, określone przez Freemana, Cartera i Williamsa oraz Schumpetera. Tak wąsko rozumiane innowacje zmieniają oczywiście wyniki badań nad innowacyjnością; należy zatem zwracać uwagę na precyzyjne określenie definicji tego zjawiska i uwzględniać istotne różnice między rozważaniami naukowymi a podejściem biznesowym w tym zakresie.

## Literatura

1. Allen J.A. (1966), *Scientific innovation and industrial prosperity*, Longman, London.
2. Bielski I. (2000), *Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych*, OPO, Bydgoszcz.
3. Bogdanienko J., Haffer M., Popławski W. (2004), *Innowacyjność przedsiębiorstw*, UMK, Toruń.
4. Borowski P.F. (2011), *Przedsiębiorstwa XXI wieku*, „Europejski Doradca Samorządowy”, t. 17, nr 2.
5. Bratnicki M., Strużyńska J. (2001), *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*, Wydawnictwo AE, Katowice.
6. Carter C.F., Williams B.R. (1958), *Industry and technological process*, Oxford University Press, London.
7. Chodyński A. (2013), *Przedsiębiorczość i innowacyjność a kompetencje – aspekty strategiczne*, [www.sbc.org.pl/Content/19373/chodynski.pdf](http://www.sbc.org.pl/Content/19373/chodynski.pdf), dostęp dnia 15.03.2013.
8. Drucker P.F. (1992), *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.

9. Fiedor B. (1979), *Teoria innowacji*, PWN, Warszawa.
10. Freeman Ch. (1986), *The Role Of Technical Change In National Economic Development*, [w:] *Technological Change, Industrial Restructuring and Regional Development*, red. A. Amin, J. Goddard, Allen & Unwin, London.
11. Freeman Ch. (1994), *The economics of technical change*, „Cambridge Journal of Economic” vol. 18, no. 5.
12. Griffin R.W. (2004), *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa.
13. Haffer M. (1998), *Determinanty strategii nowego produktu polskich przedsiębiorstw przemysłowych*, UMK, Toruń.
14. Illeczo B. (1979), *Podstawy typologiczne ogólnej teorii innowacji*, „Zagadnienia naukoznawstwa”, t. 60, nr 4.
15. Kotler P. (2004), *Marketing lateralny*, PWE, Warszawa.
16. Munsfield E. (1968), *Industrial Research and Technology Innovation*, Norton W.W. and Co. New York.
17. Niedzielski P., Rychlik K. (2006), *Innowacje i Kreatywność*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
18. Penc J. (1999), *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa.
19. *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, Komisja Europejska, OECD, MNiSW Warszawa 2008.
20. Rogers E.M. (2003), *Diffusion of innovations*, Free Press, New York.
21. Schumpeter J.A. (1960), *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa.
22. Sosnowska A., Łobejko S., Kłopotek A. (2000), *Zarządzanie firmą innowacyjną*, Difin, Warszawa.
23. Stawasz E. (1999), *Innowacje a mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
24. Stawasz E. (2005), *Przedsiębiorstwo innowacyjne*, [w:] *Innowacje i transfer technologii — Słownik pojęć*, red. K.B. Matusiak, PARP, Warszawa.
25. Sudoł S. (2006), *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Zarządzanie przedsiębiorstwem*, PWE, Warszawa.
26. Trzmieł-Grzybowska W. (2011), *Rozwój przedsiębiorczości przez innowacje w Polsce Wschodniej*, [w:] *Czas na pieniądź. Zarządzanie finansami. Współczesne wyzwania teorii i praktyki*, red. D. Zarzecki, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
27. Whitfield P.R. (1979), *Innowacje w przemyśle*, PWE, Warszawa 1979.

28. Zastempowski M. (2010), *Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, UMK, Toruń.
29. Żukrowska K. (2000), *Konkurencyjność systemowa w procesie transformacji. Przykład Polski*, [w:] *Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji z Unią Europejską i globalizacji*, red. J. Bossak, W. Bieńkowski, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.

## Streszczenie

Celem artykułu jest sprecyzowanie definicji innowacji w przedsiębiorstwie w taki sposób, aby odzwierciedlała ona jednocześnie teoretyczne założenia i badania ekonomistów w tym obszarze oraz rozumienie istoty innowacji przez przedstawicieli biznesu. Przyjęto założenie, że najbardziej precyzyjną definicją jest określenie innowacji jako końcowego etapu tworzenia nowej rzeczywistości materialnej, pierwsze zastosowanie nowych idei w praktyce. Teza ta opiera się na przeglądzie literatury przedmiotu, a w celu jej zweryfikowania przeprowadzono badanie na grupie słuchaczy pierwszego roku Master of Business Administration Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku. Po rozróżnieniu i analizie pojęć innowacji, innowacyjności przedsiębiorstwa i przedsiębiorczości (pierwsza część artykułu) przedstawiono klasyfikacje i determinanty innowacji (część druga). Na analizę, jak rozumiane są innowacje przez przedstawicieli biznesu, poświęcono ostatnią, trzecią część artykułu. Badani oceniali 16 zróżnicowanych definicji innowacji, wskazując (za pomocą wag) stopień ich zgodności z własnym odbiorem tego pojęcia oraz wybierając dwie definicje, które najlepiej oddają sens tego zjawiska.

## Słowa kluczowe

innowacyjność przedsiębiorstwa, definiowanie innowacji w biznesie

## Innovation in an enterprise — attempt of define (Summary)

The aim of this article is to precise the definition of the innovation in an enterprise in a way to express, at the same time, theoretical assumptions and examining of economists in this area and understanding the clue of the innovation by representatives of the business. It was taken that the most precise definition is to create the innovation as the final stage of creating a new financial reality, first applying new ideas in practice. This thesis is based on a review of the literature on the subject, and in order to verify it the research on the group of listeners of the first year of Master of Business Administration of Gdańsk School of Banking was conducted. After distinguishing and analysis of definitions of the innovation, the innovation of the enterprise and the entrepreneurship (the first part of the article) classifications and determinants of the innovation were described (the

second part). The analysis how innovations are understood by representatives of the business, is shown in the last, third part of the article. Examined assessed 16 diversified definitions of innovation pointing (with scales) a degree of their compliance with their own receipt of this notion and choosing two definitions which best give the meaning of this phenomenon.

**Keywords**

innovation of an enterprise, defining an innovation in a business

