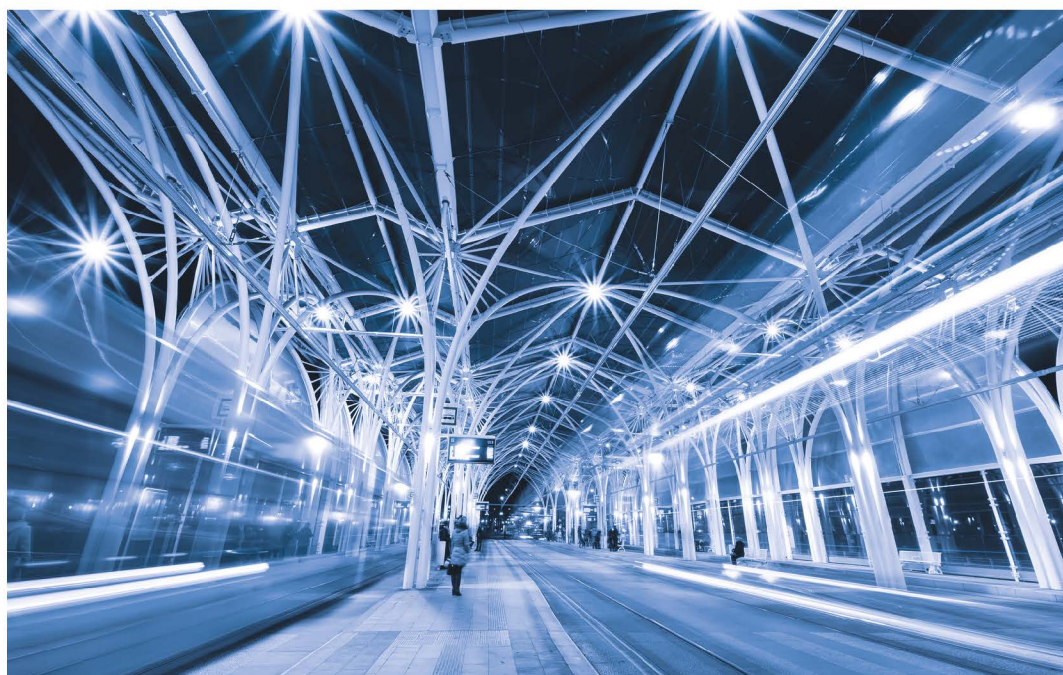


Zarządzanie

Efekty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw regionu łódzkiego

Błażej Socha



Efekty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw regionu łódzkiego



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

[Kup książkę](#)

Zarządzanie

Efekty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw regionu łódzkiego

Błażej Socha



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

ŁÓDŹ 2016

[Kup książkę](#)

Błażej Socha, Uniwersytet Łódzki, Wydział Zarządzania
Katedra Finansów i Strategii Przedsiębiorstwa, 90-237 Łódź, ul. Matejki 22/26

RECENZENT

Joanna Wiśniewska

REDAKTOR INICJUJĄCY

Monika Borowczyk

REDAKCJA

Edyta Wygonik-Barzyk

SKŁAD I ŁAMANIE

AGENT PR

KOREKTA

T. Mirosław Włodarczyk

KOREKTA TECHNICZNA

Leonora Wojciechowska

PROJEKT OKŁADKI

Stämpfli Polska Sp. z o.o.

Zdjęcie wykorzystane na okładce: © Shutterstock.com

© Copyright by Błażej Socha, Łódź 2016

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2016

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.07799.16.0.M

Ark. wyd. 8,0; ark. druk. 9,25

ISBN 978-83-8088-557-8

e-ISBN 978-83-8088-558-5

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90-131 Łódź, ul. Lindleya 8

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl

e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl

tel. (42) 665 58 63

[Kup książkę](#)

Spis treści

Wprowadzenie	7
Rozdział 1	
Innowacje w działalności przedsiębiorstw	11
1.1. Wstęp	11
1.2. Pojęcie innowacji	12
1.3. Wymiary innowacji	15
1.4. Proces innowacji	25
1.5. Źródła innowacji	34
1.6. Bariery innowacji	36
1.7. Podsumowanie	39
Rozdział 2	
Innowacje jako czynnik wzmacniający kondycję finansową i wartość przedsiębiorstwa	41
2.1. Wstęp	41
2.2. Wpływ działalności innowacyjnej na pozycję rynkową przedsiębiorstw	42
2.3. Miejsce nakładów na działalność innowacyjną w sprawozdaniach finansowych przedsiębiorstw	46
2.4. Wpływ działalności innowacyjnej na kondycję finansową i wartość przedsiębiorstw	50
2.5. Podsumowanie	58
Rozdział 3	
Działalność innowacyjna w województwie łódzkim	61
3.1. Wstęp	61
3.2. Działalność innowacyjna w Polsce i województwie łódzkim na tle krajów Unii Europejskiej	62
3.3. Metodyka badania innowacyjności województwa łódzkiego na tle innych regionów Polski	65
3.4. Analiza i ocena działalności innowacyjnej w województwie łódzkim na tle innych regionów Polski	68
3.5. Analiza i ocena efektów działalności innowacyjnej w województwie łódzkim na tle innych regionów Polski	77

6 Spis treści

3.6. Analiza zależności pomiędzy działalnością innowacyjną przedsiębiorstw i efektami działalności innowacyjnej na poziomie regionalnym	85
3.7. Podsumowanie	87
Rozdział 4	
Ocena wpływu wdrożenia innowacyjnych projektów na kondycję finansową przedsiębiorstw z regionu łódzkiego	89
4.1. Wstęp	89
4.2. Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007–2013	90
4.3. Próba badawcza i metodyka badania	93
4.4. Analiza wpływu dofinansowania przedsiębiorstw w ramach POIG na wyniki finansowe	99
4.5. Analiza wpływu dofinansowania przedsiębiorstw w ramach Osi Czwartej POIG na wyniki finansowe	111
4.6. Analiza wpływu dofinansowania przedsiębiorstw w ramach Osi Czwartej POIG na wyniki finansowe z wykorzystaniem taksonomicznych mierników rozwoju	119
4.7. Analiza porównawcza wyników finansowych przedsiębiorstw przed i po realizacji projektów w ramach POIG	123
4.8. Podsumowanie	125
Zakończenie	129
Bibliografia	133
Spis tabel	141
Spis rysunków	144
Załączniki	145

Wprowadzenie

Przyglądając się warunkom, w jakich przychodzi funkcjonować przedsiębiorstwom w XXI wieku, zaobserwować można znaczące zmiany w stosunku do dotychczasowych wymiarów i charakteru konkurencji czy cykli życia produktów. Na pierwszy plan wysuwają się w tym zakresie takie zjawiska jak globalizacja, wzrastająca turbulentność otoczenia, ryzyko. Pierwszych symptomów tych zmian upatrywać możemy w latach 90. poprzedniego wieku, wraz z dynamicznym rozwojem branży teleinformatycznej (ICT). To właśnie przez jej dynamiczny rozwój dostrzeżono i zaczęto na szeroką skalę wykorzystywać praktycznie nieograniczony dostęp do zasobów wiedzy z całego świata. Zapoczątkowało to zmianę paradygmatu z gospodarki industrialnej na gospodarkę opartą na wiedzy, która z kolei wpłynęła na fundamentalne zmiany systemowe. Wśród najważniejszych wymieniamy się¹: tymczasową, a nie trwałą przewagę konkurencyjną, wyższą dynamikę zmian w otoczeniu gospodarczym, krótsze cykle życia produktów i usług, nowe formy konkurencji między przedsiębiorstwami działającymi w skali globalnej. Spowodowało to konieczność wprowadzenia zmian w prowadzonej działalności biznesowej, która w odpowiedzi na zmianę paradygmatu okazała się jednym z fundamentalnych czynników mogących wpływać na sukces rynkowy przedsiębiorstw. Podmioty, które dostrzegły potrzebę zmian w organizacjach najwcześniej oraz potrafiły szybko i skutecznie wprowadzić je w życie, były w stanie osiągnąć znaczącą przewagę nad konkurentami. Organizacje, które z wprowadzeniem zmian zwlekały bądź nie były w stanie ich wdrożyć, często zmuszone były do oddania wypracowanego udziału w rynku konkurentom. Obecnie wydaje się, że świadomość zmiany paradygmatu jest bardzo duża. Przedsiębiorcy, którzy dotychczas opierali się zmianom, w coraz większym stopniu dostrzegają ich konieczność. Bazowanie na zasadach, które zapewniały sukces rynkowy i finansowy w XX wieku, np. na primacie przemysłów tradycyjnych i materialnych zasobów przedsiębiorstwa, może nie być wystarczające do przetrwania.

1 J-A. Johannessen, B. Olsen, *The Future of Value Creation and Innovations. Aspects of the Theory of Value Creation and Innovation in a Global Knowledge Economy*, „International Journal of Information Management”, vol. 30, 2010, s. 502–511.

W gospodarce opartej na wiedzy i relatywnie mobilnym, w skali globalnej, kapitale finansowym to nie aktywa materialne, lecz niematerialne zasoby tworzone i nabywane przez przedsiębiorstwa odgrywają coraz istotniejszą rolę. Jednym z najważniejszych ich źródeł są innowacje. Dowodem na taki stan rzeczy może być przykład krajów wysoko rozwiniętych, osiągających ponadprzeciętne wartości wskaźników makroekonomicznych, które po części zawdzięczają funkcjonowaniu globalnych korporacji opierających swoją przewagę konkurencyjną na *know-how*. To właśnie w nich poziom innowacyjności jest najwyższy. Według najnowszego wydania raportu *Innovation Union Scoreboard* z 2014 roku² Polska pod względem innowacyjności zajmuje wśród wszystkich krajów członkowskich UE 25. miejsce, wyprzedzając jedynie Rumunię, Łotwę oraz Bułgarię. Choć pozytywnie ocenić należy tempo wzrostu gospodarczego Polski, które jest w ostatnich latach znacząco wyższe niż średnia dla krajów Unii Europejskiej, to wzrost ten oparty jest przede wszystkim na przemysłach niskich technologii i niskich kosztach pracy. Aby poprawić konkurencyjność i nie wejść w pułapkę średniego dochodu, gospodarka Polski w znacznie wyższym stopniu powinna opierać się na innowacyjności. Działania wspierające ją powinny dotyczyć wszystkich szczebli gospodarczych, poczynając od centralnego przez poziom wojewódzki na przedsiębiorstwach kończąc. Na dwóch pierwszych szczeblach dostrzec można, przede wszystkim dzięki funduszom europejskim, działania aktywizujące i wspierające przedsiębiorców. Nie mniej ważne jest jednak przekonanie przedsiębiorców o potrzebie prowadzenia działalności innowacyjnej. W opinii autora kluczowe w tym procesie jest wskazanie wymiernych korzyści płynących z wdrażania innowacji. Choć literatura dotycząca tematu innowacyjności jest niezwykle bogata, to cały czas istnieje pewna luka w wiedzy dotycząca efektywności procesów innowacyjnych. Powodem takiego stanu rzeczy jest bardzo złożony i wielowymiarowy charakter opisywanych zależności. Warto w tym miejscu nadmienić, że na gruncie polskim, zgodnie z wiedzą autora, przeprowadzone zostało tylko jedno badanie zależności działalności innowacyjnej i jej efektywności w przedsiębiorstwach niepublicznych³. Stąd celem niniejszego opracowania jest ocena oddziaływania prowadzonej działalności innowacyjnej na wyniki funkcjonowania przedsiębiorstwa.

W monografii przyjęto następujące hipotezy badawcze:

- H: Prowadzenie działalności innowacyjnej przyczynia się do poprawy efektów funkcjonowania przedsiębiorstw.
- H1: Istnieje pozytywny wpływ skali prowadzonej działalności innowacyjnej przedsiębiorstw na osiągnięte za jej pomocą efekty finansowe i pozafinansowe.
- H2: Prowadzenie działalności innowacyjnej powoduje poprawę wskaźników oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa.
- H3: Wdrożenie innowacji przyczynia się do poprawy wskaźników oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa.

2 *Innovation Union Scoreboard*, European Union, 2014.

3 M. Pichlak, *Uwarunkowania innowacyjności organizacji. Studium teoretyczne i wyniki badań empirycznych*, Difin, Warszawa 2012, s. 199.

Strukturę i układ pracy podporządkowano realizacji celu i weryfikacji postawionych hipotez. Przeprowadzone studia literaturowe i badania empiryczne znajdują swoje odzwierciedlenie w czterech rozdziałach niniejszej publikacji. Pierwsze dwa mają charakter teoretyczny, natomiast kolejne dwa prezentują wyniki badań. Na potrzeby analizy empirycznej wykorzystano opisowe miary statystyczne, taksonomiczne mierniki rozwoju, nieparametryczne testy istotności statystycznej, analizę dyskryminacyjną oraz regresję logistyczną.

Rozdział pierwszy przedstawia w syntetyczny, lecz wielowymiarowy sposób pojęcie i rodzaje innowacji. Zaprezentowano w nim klasyfikacje innowacji na podstawie najpopularniejszych kryteriów oraz uwarunkowane teoretycznie i praktycznie modele stosowane w przedsiębiorstwach w procesie innowacyjnym. Uzupełniono go o najważniejsze źródła innowacji, a także bariery, jakie napotykają przedsiębiorcy w działalności innowacyjnej.

W rozdziale drugim dokonano przeglądu teorii i rezultatów przeprowadzonych dotychczas badań opisujących relacje między działalnością badawczo-rozwojową i wdrażaniem innowacji a oceną funkcjonowania przedsiębiorstwa w wymiarze pozycji konkurencyjnej, wyników finansowych i wartości rynkowej. Szczególną uwagę zwrócono na problematyczne kwestie pomiaru pozycji konkurencyjnej i wartości przedsiębiorstw niepublicznych. Poruszono też zagadnienie pojemności informacyjnej sprawozdań finansowych polskich przedsiębiorstw w kontekście oceny efektywności działalności innowacyjnej.

Rozdział trzeci rozpoczyna się od syntetycznej charakterystyki polskiej gospodarki na tle innych krajów UE. Dalszą część poświęcono na zaprezentowanie wyników dwuwymiarowej oceny województwa łódzkiego, tj. działalności innowacyjnej i jej efektów na tle innych regionów Polski. Zweryfikowano także możliwość występowania współzależności pomiędzy wyodrębnionymi wymiarami.

Rozdział czwarty, podobnie jak rozdział trzeci, ma charakter empiryczny. Próbkę badawczą stanowiły przedsiębiorstwa z regionu łódzkiego, które w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka w latach 2007–2013 wdrożyły lub były w trakcie wdrażania innowacji oraz przedsiębiorstwa które aplikowały o środki z programu, ale ich wniosek został rozpatrzony negatywnie. Przedmiotem analizy były wyłącznie firmy niepubliczne, tj. takie, których akcje nie są przedmiotem obrotu na rynku kapitałowym. W ramach badań ocenie poddano ich kondycję finansową, w podziale na wyodrębnione wyżej trzy grupy przedsiębiorstw, jak i czasowym – przed i po wdrożeniu innowacji.

W zakończeniu monografii skonfrontowano postawione we wprowadzeniu hipotezy z wynikami przeglądu literatury i badań empirycznych. Przedstawiono także najważniejsze wnioski i rekomendacje. Odniesiono się ponadto do ograniczeń płynących z zastosowanej metody badawczej i sformułowano sugestie dotyczące możliwych dalszych kierunków badań.

Rozdział 1

Innowacje w działalności przedsiębiorstw

1.1. Wstęp

Warunki, w jakich funkcjonują przedsiębiorstwa, zmieniły się diametralnie na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci. Do najważniejszych czynników wywołujących te zmiany zaliczyć można konkurencję, globalizację, postęp technologiczny, zmiany w otoczeniu prawnym, redukcję barier międzynarodowej wymiany handlowej¹, zmiany preferencji klientów czy wreszcie ogólnoswiatowy kryzys finansowy. W tak turbulentnym otoczeniu przedsiębiorstwa nastawione na przetrwanie, rozwój i osiągnięcie trwałej przewagi konkurencyjnej zmuszone są do wprowadzania ciągłych zmian².

Zmianę organizacyjną zdefiniować można jako „każdą istotną modyfikację jakiejś części organizacji”³, zwracając jednakże uwagę, że proces zmiany musi być uzupełniony jej określonym rezultatem⁴. Potrzeba zmiany wynikać może z otoczenia zewnętrznego organizacji (np. wspomnianej wyżej globalizacji, zmiany otoczenia

-
- 1 J.M. Michalak, *O przesłankach zmian w funkcjonowaniu organizacji, czyli „moda na zmiany”*, [w:] W. Błaszczuk, I. Bednarska-Wnuk, P. Kuźbik (red.), *Nurt metodologiczny w naukach o zarządzaniu. 50 lat pracy naukowej prof. zw. dr hab. Zofii Mikołajczyk*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica” 234, 2010, s. 311.
 - 2 J. Kopeć, *Kierunki przeobrażeń przedsiębiorstw w dobie globalizacji*, [w:] A. Potocki (red.), *Instrumenty i obszary przeobrażeń i zmian organizacyjnych w warunkach globalizacji*, Difin, Warszawa 2009, s. 159.
 - 3 R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 393.
 - 4 Z. Mikołajczyk, *Techniki organizatorskie w rozwiązywaniu problemów zarządzania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 10.

prawnego) bądź być rezultatem sił działających wewnątrz⁵ (np. ewolucji strategii przedsiębiorstwa). Wprowadzenie zmiany w przedsiębiorstwie może być działaniem wyprzedzającym przyszłe możliwe wydarzenia (zmiana taka jest zazwyczaj starannie zaplanowana, a jej źródłem jest inicjatywa własna), jak i konieczną reakcją na pojawiające się okoliczności (zmiana dostosowawcza, wymuszona)⁶.

Jednym z rodzajów zmian mających kluczowy wpływ na funkcjonowanie współczesnych przedsiębiorstw są innowacje. Ich strategiczne znaczenie, zarówno w skali makro, jak i mikro, znalazło swoje odzwierciedlenie w wielu ważnych dokumentach na poziomie europejskim, krajowym i regionalnym⁷.

Niniejszy rozdział ma na celu wskazanie istoty innowacji, ich klasyfikacji, ewolucji zachodzącej w postrzeganiu procesu innowacyjnego i jego źródeł oraz podstawowych barier, jakie napotykają przedsiębiorstwa w trakcie prowadzenia działalności innowacyjnej.

1.2. Pojęcie innowacji

Zmiana, aby można było ją nazwać innowacją, musi spełnić określone kryteria. Potocznie przyjęło się, że innowacją jest coś nowego, dotąd nieznanego bądź nieużywanego. Powstaje zatem pytanie, czy samo powstanie wynalazku jest wystarczające do nazwania go innowacją?

Pierwsze prace związane z pojęciem innowacji przypisuje się J. Schumpeterowi. Według niego innowacją nazwać możemy nieciągłe, nowe kombinacje materiałów i sił, które prowadzą do⁸:

- wprowadzenia nowego towaru – takiego, którego nie znają konsumenci, bądź nowego gatunku danego towaru,
- wprowadzenia nowej metody produkcji – metoda ta powinna być nowa w skali danej gałęzi przemysłu, polegać może także np. na nowym handlowym sposobie postępowania z towarem,
- otwarcia nowego rynku – przy czym rynek, bez względu na to czy istniał wcześniej czy nie, powinien być nowy dla danej gałęzi,

5 J.S. Levin, *Making Sense of Organizational Change. New Directions for Community Colleges*, no. 102, Jossey-Bass Publisher, San Francisco 1998, s. 53.

6 R.W. Griffin, *op. cit.*, s. 395–396.

7 Zob. *Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*, Komisja Europejska, Bruksela 2010; M. Boni (red.), *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, lipiec 2009; A. Rogut, B. Piasecki, *Regionalna strategia innowacji dla województwa łódzkiego. RSI Loris Plus*, Społeczna Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania w Łodzi, Łódź 2008.

8 J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 103–104.

- zdobycia nowego źródła surowców lub półfabrykatów – nowość ta odnosi się ponownie do danej gałęzi,
- wprowadzenia nowej organizacji jakiegoś przemysłu – zmiana funkcjonowania polegać może np. na stworzeniu bądź złamaniu monopolu w gałęzi.

Tak przedstawione pojęcie innowacji oznacza, że aby wynalazek stał się innowacją, niezbędne jest jego pierwsze praktyczne użycie. Niekiedy zdarza się, że wynalazek nigdy nie staje się innowacją, bądź innowacja jest znacznie oddalona w czasie. Wynikać to może z niespełnienia wszystkich warunków niezbędnych do wdrożenia i komercjalizacji wynalazku. J. Schumpeter w swojej definicji traktuje innowacje w sposób dość szeroki, uwypuklając jednocześnie ważność zasobów i czynnika technologicznego. Ponadto argumentuje, że innowacja zaburza dotychczas ustalony porządek funkcjonowania, ponieważ dotychczasowe sposoby użycia zasobów są przestarzałe i mniej efektywne. Prowadzi to do wzrostu gospodarki, a przedsiębiorstwa, które podejmują ryzyko wprowadzania innowacji, nagradzane są w postaci dodatkowych zysków.

Koncepcję innowacji osadzoną w głównej mierze w kontekście technologicznym odnaleźć możemy w opracowaniach Z. Ratajczyka, według którego są to „zmiany w procesie produkcji związane z inną jakością nakładów oraz wyników produkcji. Innymi słowy zmiany polegające na: innym niż dotychczas zastosowaniu rzeczowych i ludzkich czynników wytwórczych, na produkcyjnym uruchomieniu dotychczas niewykorzystanych sił przyrody, na tworzeniu dóbr produkcyjnych i konsumpcyjnych o nowych właściwościach”⁹, czy R.A. Webbera, który innowacją nazywa wszelkie procesy badań i rozwoju, których celem jest zastosowanie i użytkowanie ulepszonych rozwiązań do techniki, technologii i organizacji¹⁰.

Wzrost znaczenia niematerialnych czynników tworzenia wartości spowodował, że innowację zaczęto postrzegać jako proces, w którym niezbędne jest wykorzystanie i dyfuzja różnego rodzaju typów wiedzy, możliwości, umiejętności i zasobów¹¹. Zdaniem A. Pomykałskiego, „innowacje są rezultatem procesów technicznych, społecznych, ekonomicznych, prawnych, kulturowych oraz organizacyjnych, które można kształtować”¹². D. Castenow oraz W.M. Grudzewski i I.K. Hejduk zwracają uwagę na działalność twórczą, kreowanie nowej wiedzy i komunikację, których efektem jest wdrożenie twórczego pomysłu¹³. Złożoność procesu, wynikająca z wielości zasobów materialnych i niematerialnych wykorzystywanych w jego trakcie, powoduje, że innowacji nie powinno rozpatrywać się jako dobrze zdefiniowanej,

9 Z. Ratajczak, *Człowiek w sytuacji innowacyjnej*, PWN, Warszawa 1980, s. 25.

10 R.A. Webber, *Zasady zarządzania organizacjami*, PWE, Warszawa 1996, s. 468.

11 J. Fagerberg, *Innovation: A Guide to the Literature*, [in:] J. Fagerberg, D.C. Mowery, R.R. Nelson (eds), *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford University Press, Oxford 2005, s. 5.

12 A. Pomykałski, *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Łódź 2001, s. 18.

13 D. Castenow, *Nowy marketing w praktyce*, PWE, Warszawa 1996, s. 35; W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk, *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwach*, Difin, Warszawa 2004, s. 142.

homogenicznej rzeczy. Jak sugerują J.S. Kline i N. Rosenberg, ulepszenia innowacji już po jej pierwszym wprowadzeniu na rynek mogą mieć większe znaczenie ekonomiczne dla przedsiębiorstwa niż ich forma oryginalna¹⁴.

Innowacje traktowane są jako jeden z kluczowych czynników przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa¹⁵. Powinny zatem przyczyniać się do zwiększenia efektywności wykorzystania zasobów będących w dyspozycji przedsiębiorstwa¹⁶ oraz tworzenia bogactwa¹⁷. Postrzeganie innowacji przez pryzmat ich wartości wynikowej stwarza konieczność oszacowania jej efektów jeszcze przed okresem asymilacji. W związku z niepewnością towarzyszącą wprowadzaniu innowacji oraz trudnościami w oszacowaniu przyszłych, możliwych do osiągnięcia rezultatów terminem innowacja obejmuje się zmiany mające charakter nowości i których skutki, według wcześniejszych przewidywań, będą dla danej organizacji korzystne¹⁸.

Organizacje zajmujące się pomiarem działalności innowacyjnej definiują innowacje w szerokim ujęciu jako „wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem”¹⁹. Wdrożenie innowacji ma miejsce w chwili²⁰:

- wprowadzenia na rynek nowego lub istotnie ulepszonego produktu,
- faktycznego wykorzystania w działalności przedsiębiorstwa nowego procesu, metody organizacyjnej lub metody marketingowej.

W *Podręczniku Oslo* założono warunek nowości rozwiązania na poziomie danego przedsiębiorstwa, przyjmując jednocześnie, że dany produkt, proces bądź metoda mogą być opracowane przez to przedsiębiorstwo bądź przyswojona od innych podmiotów²¹.

W literaturze dotyczącej innowacji definiuje się je również w wąskim ujęciu. W tym rozumieniu innowacją będzie zmiana zachodząca w produktach i metodach ich wytwarzania, której źródłem jest nowa lub niewykorzystana dotąd wiedza²². Oznacza to, że w wąskim rozumieniu końcowym efektem innowacji powinien być nowy produkt, a ewentualne zmiany prowadzone w ramach organizacji pracy przedsiębiorstwa, wy-

14 S.J. Kline, N. Rosenberg, *An Overview of Innovation*, [in:] R. Landau, N. Rosenberg (eds), *The Positive Sum Strategy. Harnessing Technology for Economic Growth*, The National Academy of Sciences, Washington 1986, s. 283.

15 J. Bogdanienko (red.), *Zarządzanie innowacjami. Wybrane problemy*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 1998, s. 10.

16 J. Penc, *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1999, s. 143.

17 P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 129.

18 W. Błaszczuk, J. Jasińska, *Zarządzanie zmianami*, Wydawnictwo Medyczne Borgis, Warszawa 2005, s. 10.

19 *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, wydanie trzecie, OECD/Komisja Europejska, Warszawa 2008, s. 48.

20 *Ibidem*, s. 49.

21 *Ibidem*, s. 49.

22 K. Szatkowski, *Istota i rodzaje innowacji*, [w:] M. Brzeziński (red.), *Zarządzanie innowacjami technicznymi i organizacyjnymi*, Difin, Warszawa 2001, s. 19.

korzystywanych kanałów dystrybucji czy metod marketingowych nie będą traktowane jako innowacje. Takie uściślenie pojęcia innowacji, choć niewątpliwie ułatwia identyfikację i pomiar, wydaje się mieć z punktu widzenia obecnego kształtu i metod działalności przedsiębiorstw pewne ograniczenia. Co bowiem z punktu widzenia szerokiej definicji będzie można uznać za innowację, z perspektywy wąskiej definicji będzie utożsamiane z imitacją. Obecnie, zarówno w badaniach naukowych, jak i praktyce gospodarczej, wydaje się dominować ujęcie szerokie.

Zaprezentowany powyżej przegląd wybranych definicji innowacji dowodzi złożoności zjawiska i trudności w jednoznacznym sformułowaniu jego kompleksowego opisu. Jak zauważył W. Świtalski, powodować to może zniekształcenia w publikowanych statystykach i diagnozach innowacyjności gospodarek oraz efektach oddziaływania polityki innowacyjnej na przedsiębiorstwa i ośrodki naukowo-badawcze²³. Na potrzeby niniejszego opracowania innowacją nazywany będzie proces, w ramach którego powstało nowe rozwiązanie z wykorzystaniem zasobów materialnych i niematerialnych będących w posiadaniu jednostki i którego rezultaty, zgodnie z przewidywaniami, będą korzystne dla tego przedsiębiorstwa. Oddziaływanie wprowadzanej innowacji na pozycję konkurencyjną przedsiębiorstwa zależeć może od jej rodzaju, zakresu i poziomu nowości. Podstawowe wymiary innowacji zaprezentowano w następnym podrozdziale.

1.3. Wymiary innowacji

Przegląd najważniejszych definicji z zakresu pojęcia innowacji pozwala stwierdzić, że innowacje mogą być wprowadzane w wielu obszarach działalności przedsiębiorstw. Aby lepiej zrozumieć idee innowacji oraz poznać ich atrybuty w zależności od obszaru, w którym są wprowadzane, zasadne jest przedstawienie najważniejszych wymiarów, w ramach których rozpatruje się innowacje oraz ich typologii. Za punkt wyjścia niech posłużą sformułowane przez O. Onodera, dyrektora ds. handlu i rozwoju OECD, cechy szeroko rozumianych innowacji, które powinny brać pod uwagę wszystkie podmioty traktujące innowacyjność jako narzędzie biznesu²⁴:

- innowacje wiążą się z ryzykiem – wynika ono z nowych kombinacji łączenia wiedzy i innych zasobów przedsiębiorstw przy niepewnych projekcjach co do przyszłych efektów wprowadzanych innowacji; niepodejmowanie się tworzenia innowacji może z kolei prowadzić do szybkiej utraty wypracowanej pozycji konkurencyjnej;

23 W. Świtalski, *Innowacje i konkurencyjność*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005, s. 79.

24 O. Onodera, *Trade and Innovation. A Synthesis*, „OECD Journal: General Papers”, vol. 4, 2008, s. 13.