

Marcelina ŚCIGAŁA
Politechnika Wrocławska
Wydział Informatyki i Zarządzania
marcelina.scigala@pwr.wroc.pl

INNOWACYJNOŚĆ JAKO CECHA ORGANIZACJI – SYSTEMATYZACJA I KONCEPTUALIZACJA

Streszczenie. W artykule w ramach krytycznej analizy literatury z zakresu innowacji i innowacyjności wykazano, że mimo ewolucji tych pojęć oraz wielu dotychczasowych analiz wciąż nie wypracowano jednolitej systematyzacji i konceptualizacji. Wynikające z tego błędne założenia teoretyczne i pomiarowe mogą prowadzić do wzajemnie sprzecznych wyników i wniosków. Niespójności są głównie wynikiem nakładania się konceptualizacji na temat innowacyjności i innowacji lub braku wyraźnego rozróżnienia między tymi pojęciami. W artykule kompleksowo usystematyzowano pojęcia, porównano je oraz na podstawie wyników analiz zaproponowano ich autorską definicję.

Słowa kluczowe: innowacje, innowacyjność, organizacja.

AN INNOVATIVENESS AS A CHARACTERISTIC OF THE ORGANIZATION – SYSTEMATIZATION AND CONCEPTUALIZATION

Summary. In an article in the context of a critical analysis of the literature of innovation and innovativeness, revealed that despite the evolution of these concepts and many existing studies, still do not provide for a uniform systematization and conceptualization. The consequent erroneous theoretical assumptions and measuring, lead to contradictory results and conclusions. Inconsistencies are mainly the result of overlapping conceptualization of innovation and innovativeness or the lack of a clear distinction between these concepts. The article presents a comprehensive systematization of these concepts, comparisons and based on the results of analyzes proposed a definition.

Keywords: innovation, innovativeness, organization.

1. Wstęp

Do kluczowych czynników sukcesu organizacji J. Kay, G. Hamel, C.K. Prahalad, M. Porter, H. Simon oprócz orientacji rynkowej, kluczowych kompetencji i pozycji rynkowej zaliczają także innowacje [34].

Pojęcie innowacji, zarówno obecnie, jak i od początków jego wprowadzenia do literatury ekonomicznej, nie było jednolite. Analiza i ocena innowacyjności oraz innowacji różnią się w zależności od okresu oraz dyscyplin naukowych, przez pryzmat których są postrzegane. Powszechnie innowacja jest utożsamiana z cechą fizyczną, jaką jest nowość. Często odnosi się jedynie do wytwarzanych produktów, rzadziej także do procesów czy usług. Według Janasza potoczne rozumienie innowacji oznacza „coś nowego i innego od dotychczasowych rozwiązań, kojarzy się z potrzebną zmianą na lepsze”. Przytacza on, że pojęcie to często jest używane jako synonim słowa *zmiana* [20].

Mimo wielu ewolucji pojęcia innowacji i jego analiz w literaturze przedmiotu obecnie wciąż nie jest ono jednolite. Często jest ono utożsamiane z pojęciem innowacyjności, a nawet z kreatywności [6]. Równie mylne powinno być utożsamianie innowacji z nowinkami, bo – jak podkreśla to P. Drucker – innowacja tworzy nową wartość, a nowinka jedynie zaspokaja potrzebę rozrywki [10]. Zjawisko to oraz brak jednolitych definicji tych pojęć wskazuje na niewypracowanie dotychczas jednolitej systematyzacji i konceptualizacji. Konsekwencją tego mogą być rozbieżne założenia teoretyczne i pomiarowe, a tym samym wzajemnie sprzeczne wyniki oraz wnioski [35].

Jest to motywacją do podjętej w artykule próby kompleksowej systematyzacji pojęć innowacji i innowacyjności, ich porównania oraz zaproponowania autorskiej definicji na podstawie wyników analiz.

2. Pojęcie innowacji

Pierwsze teorie dotyczące problematyki innowacyjnej zaczęły się pojawiać już na początku XX wieku, jednak początkowo były one rozpatrywane jedynie w ujęciu makroekonomicznym, w odniesieniu do badań nad wpływem postępu technicznego na rozwój gospodarczy. Postrzeganie innowacyjności w ujęciu mikroekonomicznym, w którym postęp technologiczny był traktowany jako proces, rozpoczęło się znacznie później.

Pierwszym badaczem, który wprowadził pojęcie innowacji do literatury ekonomicznej, był J.A. Schumpeter. Pojawienie się tego pojęcia w 1911 roku było spowodowane przemianami w postrzeganiu rozwoju społecznego i gospodarczego [2]. Schumpeter definiował innowacje szeroko, określając, że obejmują one wszelkie zmiany o charakterze

technicznym i organizacyjnym, jakie mogą następować w jednostkach gospodarczych, jednak tylko w ramach pierwszego zastosowania, np. wprowadzenie nowego towaru, metody produkcji, otwarcie nowego rynku, zdobycie nowego źródła surowców, reorganizację [36]. Według Schumpetera innowacje powinny przyczynić się do pozytywnego wyniku ekonomicznego [27].

Wśród postschumpeterowskich koncepcji początkowo dominowało podejście technologiczne, które upatrywało w tym determinant innowacyjności i wzrostu gospodarczego. Po II wojnie światowej definicje innowacyjności przedstawiały ją zarówno w szerokim (m.in. A.J. Herman, E. Hagen, J. Parker i P.R. Whitfield), jak i wąskim znaczeniu (m.in. Ch. Freeman, S. Kuznets, E. Mansfield) [20]. Szerokie ujęcie określa innowacje z punktu widzenia całego procesu zarządzania. W skład innowacji w szerokim ujęciu wchodzi zatem czynności dotyczące tworzenia, rozwijania i wdrażania tych nowości. Wąskie ujęcie definiuje innowacje jako nowości, wynalazki, nowe produkty [27]. Zagadnienie innowacji w Polsce rozwijało się już pod koniec lat sześćdziesiątych XX wieku. Wśród polskich badaczy zajmujących się tematyką innowacji należy wymienić L. Białonia, J. Czupiała, B. Fiedora, S. Kasprzyka, Z. Madeja, L. Piasecznego, Z. Pietrusińskiego, W. Sprucha, K. Wandelta, J. Więckowskiego. Oni także odnosili się jednak głównie do aspektu technicznego, co wynikało z uwarunkowań ekonomiczno-gospodarczych tego okresu, w tym centralnie planowanej gospodarki, która była główną przyczyną braku autentycznych mechanizmów rynkowych. Transformacje systemowe na świecie spowodowały zmiany w postrzeganiu innowacji oraz całej działalności innowacyjnej. Aspekt techniczny stał się drugoplanowy w stosunku do aspektu ekonomicznego. Do przedstawicieli tego nurtu można zaliczyć: P.F. Druckera, Ph. Kotlera, R.W. Griffina, M.E. Portera oraz wśród polskich badaczy: S. Marciniaka, I.K. Hejduk, W.M. Grudzewskiego, A. Pomykalskiego i S. Gomułkę [20].

Współcześnie w celach naukowych rekomendowana jest definicja zaproponowana przez specjalistów OECD w *Podręczniku Oslo*, która zakłada, że innowacje to wdrożenie nowych lub znacznie udoskonalonych: produktu, procesu, metody organizacyjnej czy metody marketingowej. Definicja ta wskazuje na występowanie nie tylko innowacji technologicznych, lecz także nietechnologicznych. Wyróżniono w ich ramach cztery rodzaje innowacji: produktowe, procesowe, organizacyjne i marketingowe [32]. Nawiązuje także charakterem do postulatów definiowanych przez Kotlera czy Portera, włączających do innowacji nie tylko pierwsze zastosowanie produktu, lecz także późniejsze jego ulepszenia. Takie ujęcie tematu innowacji w *Podręczniku Oslo* wskazuje na rekomendowanie szerokiego rozumienia innowacji. Stanowisko to podzielają Francis i Bessant, którzy wśród typów innowacji wymieniają: wprowadzenie nowego produktu, procesu lub ich ulepszenie, definiowanie lub redefiniowanie pozycji firmy lub produktu oraz definiowanie lub redefiniowanie dominującego paradygmatu firmy [26].

Wśród współczesnych definicji innowacji pojawia się jednak również definiowanie innowacji jako kierowanego wysiłku organizacji na rzecz rozwoju nowych produktów i usług bądź nowych zastosowań dla produktów i usług już istniejących [15], co jest bliższe pojęciu innowacyjności.

Analiza ewolucji pojęcia innowacji pokazuje, że nie jest to nowe określenie, a przekrój definicji przez lata wskazuje na jego różnorodne ujęcia podejścia w poszczególnych okresach. Obecne definicje nie wprowadzają jednak jednolitej nomenklatury, ale wskazują na liczne rozbieżności w literaturze przedmiotu. Pojęcie to jest nie tylko traktowane wąsko lub szeroko w zależności od autora, lecz także utożsamiane z nowinkami lub kreatywnością, a nawet z innowacyjnością.

3. Rodzaje innowacji

Literatura przedmiotu opisuje wiele klasyfikacji innowacji. Wynika to z istnienia różnych płaszczyzn ich podziału, w zależności od celów, którym dany podział ma służyć. Poszczególne rodzaje innowacji są ze sobą powiązane. Dość często te same innowacje należą do kilku grup. Systematyzacja rodzajów innowacji została przedstawiona w tabeli 1.

Tabela 1

Rodzaje innowacji

Rodzaje innowacji	Komentarz
<ul style="list-style-type: none"> • innowacje z zakresu produktów i usług, • innowacje w obrębie procesów, • innowacje marketingowe, • innowacje organizacyjne [32]. 	Podział prezentowany w <i>Podręczniku Oslo</i> jako rekomendowany do celów naukowych
<ul style="list-style-type: none"> • antropocentryczne, • społeczne, • biotyczne, • techniczne (w tym procesowe, produkcyjne oraz organizacyjne) [19]. 	Jeden z najszerszych podziałów
<ul style="list-style-type: none"> • światowa, • krajowa, • na poziomie przedsiębiorstwa [14]. 	Podział ze względu na stopień dyfuzji, stopień nowości
<ul style="list-style-type: none"> • innowacje zachodzące poza organizacją, • innowacje zachodzące wewnątrz organizacji [14]. 	Podział ze względu na wyznacznik zasięgu działania

cd. tabeli 1

<ul style="list-style-type: none"> • „lekkie” (prostej technologii), • „ciężkie” (zaawansowanej technologii) [12]. 	Podział ze względu na natężenie technologiczne i intensywność kapitałową
<ul style="list-style-type: none"> • innowacje kreatywne (pionierskie), • imitujące (adaptowane) [37]. 	Podział innowacji według oryginalności
<ul style="list-style-type: none"> • podstawowe i usprawniające [37], • radykalne (przełomowe) i usprawniające (stopniowe) [13], 	Podział ze względu na zakres rozwiązań nowatorskich lub skalę
<ul style="list-style-type: none"> • ewolucyjne, • rewolucyjne [29]. 	Podział ze względu na czas i zakres działania
<ul style="list-style-type: none"> • sprzężone, • niesprzężone [37]. 	Podział ze względu na stopień złożoności
<ul style="list-style-type: none"> • autonomiczne, • indukowane [5]. 	Podział uwzględniający czynniki społeczne, a dokładniej pojawianie się wśród społeczeństwa potrzeby
<ul style="list-style-type: none"> • refleksyjne, • bezrefleksyjne, • zamierzone, • niezamierzone [25]. 	Podział ze względu na kryterium warunków psychospołecznych osób wcielających w życie innowacje
<ul style="list-style-type: none"> • innowacje popytowe (inicjowane przez rynek), • podażowe (inicjowane przez naukę i technikę) [30]. 	Podział ze względu na przyczynę powstania
<ul style="list-style-type: none"> • systemowe, • jednostkowe [8]. 	Podział ze względu na sposób, w jaki innowacje są wprowadzane
<ul style="list-style-type: none"> • otwarte, • zamknięte [1]. 	Podział ze względu na otwartość, powszechność komercjalizacji, dyfuzję wiedzy
<ul style="list-style-type: none"> • obniżające koszty, • polepszające jakość produktów, • wpływające na wzrost ilości produktów, • poprawiające warunki pracy i ubezpieczenie, • poprawiające ochronę środowiska naturalnego [20]. 	Podział ze względu na skutek i cel

Zródło: Opracowanie własne na podstawie literatury przedmiotu.

Powyższe zestawienie wskazuje na szeroki wachlarz rodzajów innowacji w zależności od podejścia i obszarów, w których funkcjonują. W ostatnich latach obserwowany wzrost innowacji w obszarach pozatechnologicznych może wskazywać na zwiększenie się roli

innowacji w obszarach zarządzania, w tym marketingu, w obrębie procesów oraz zmian organizacyjnych [23, 40]. Z uwagi na zjawisko globalizacji coraz częściej zwraca się uwagę na stopień dyfuzji, podkreślając rolę innowacji międzynarodowych (światowych). Z tego samego powodu wielu autorów wyróżnia szczególnie udział innowacji otwartych w postępie technologicznym i rozwoju gospodarki [1].

4. Pojęcie innowacyjności

Innowacyjność organizacyjna jest postrzegana w literaturze przedmiotu jako pożądany aspekt organizacji, ponieważ pobudza ją oraz zwiększa prawdopodobieństwo jej przeżycia i kontynuacji sukcesu. Liczni autorzy podkreślają jednak, że nakładanie się konceptualizacji na temat innowacyjności i innowacji lub brak wyraźnego rozróżnienia między tymi dwoma pojęciami, a tym samym błędne założenia teoretyczne i pomiarowe, mogą prowadzić do wzajemnie sprzecznych wyników i wniosków [35].

Według rekomendowanej na potrzeby badawczo-sprawozdawcze metodologii Oslo przedsiębiorstwem innowacyjnym określa się takie, które w badanym okresie wprowadziło na rynek przynajmniej jedną innowację techniczną (nowy lub istotnie ulepszony produkt lub proces technologiczny). W analizach wyników badań działalności innowacyjnej prowadzonych przez GUS stosuje się kategorię „przedsiębiorstwa prowadzącego działalność innowacyjną”. Przez to pojęcie rozumiane jest takie przedsiębiorstwo, które w danym roku sprawozdawczym prowadziło działalność innowacyjną, tzn. poniosło nakłady finansowe na tę działalność. Zgodnie z obowiązującą Ustawą z dnia 30 maja 2008 r. o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej działalność innowacyjna jest to „działalność polegająca na opracowaniu nowej technologii i uruchomieniu na jej podstawie wytwarzania nowych lub znacząco ulepszonych towarów, procesów lub usług”. Ustawa ta jako nową technologię określa „technologię w postaci prawa własności przemysłowej lub usługi badawczo-rozwojowej (w rozumieniu Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług), lub nieopatentowanej wiedzy technicznej, która umożliwia wytwarzanie nowych lub znacząco ulepszonych towarów, procesów lub usług i nie jest stosowana na świecie dłużej niż 5 lat” [11]. Definicje te nie tylko wracają do wąskiego, technologicznego ujęcia innowacji, nie uwzględniając pozatechnologicznych obszarów organizacji, które także mogą świadczyć o innowacyjności, lecz także nie uwzględniają różnic w konceptualizacji pojęć *innowacyjności* i *innowacji*.

W przeciwieństwie do powyższego, w niniejszej pracy pojęcia innowacyjności i innowacji zostały rozróżnione, ze wskazaniem na innowacyjność jako pewną cechę organizacji. Pogląd ten coraz częściej pojawia się w literaturze przedmiotu i traktuje innowacyjność jako atrybut organizacji świadczący o jej zdolności do wprowadzania innowacji, którą można mierzyć i oceniać.

Innowacja będzie zatem w ujęciu przedmiotowym nowym lub ulepszonym produktem, procesem, rozwiązaniem czy metodą o określonych cechach, w ujęciu procesowym całokształtem czynności niezbędnych do powstania i zastosowania nowych rozwiązań, natomiast innowacyjność będzie pewną cechą organizacji (atrybutem), za którą autorzy zgodnie przyjmują jej zdolność do tworzenia i realizacji innowacji. Nawet w takim ujęciu pomiędzy prezentowanymi definicjami nadal istnieje istotny rozdźwięk.

Tabela 2

Pojęcia innowacyjności

Autor	Pojęcie innowacyjności
(Bielski, 2000) [2]	Innowacyjność to zdolność do efektywnej alokacji zasobów w celu ukształtowania optymalnej konfiguracji przewag konkurencyjnych, zawiera w sobie element efektywności, a także czynnik czasu, pod wpływem którego ulega zmianie kształt optymalnej konfiguracji przewag konkurencyjnych.
(Danneels, Kleinschmidt, 2000) [7]	Innowacyjność postrzega się jako zdolność do wprowadzania nowych produktów na rynek, otwarcie nowego rynku przez kombinację orientacji strategicznej z innowacyjnymi zachowaniami i procesami.
(Pomykalski, 2001) [33]	Innowacyjność to zdolność organizacji do stałego poszukiwania, wdrażania i upowszechniania innowacji.
(Brdulak, 2003) [4]	Innowacyjność to skłonność i zdolność przedsiębiorstw do rozwijania i przyswajania nowych oraz udoskonalonych produktów lub świadczonych usług, a także stosowanych technologii.
(Bogdanienko, 2004) [3]	Przedsiębiorstwa innowacyjne potrafią tworzyć lub kopiować nowe produkty, efektywnie wytwarzać je oraz skutecznie zbywać. Charakteryzują się zdolnością ciągłego odnawiania portfela oraz sprawnego wprowadzania nowych technologii i metod organizacyjnych w sposób elastyczny do zmian zachodzących w otoczeniu i zmian celów rozwojowych.
(Kowalczyk, 2009) [22]	„Innowacyjność oznacza dużo więcej niż zmianę techniczną czy technologiczną. Oznacza ona również nowe sposoby egzystowania w dzisiejszym świecie, nowe sposoby obsługi klientów, nowe sposoby oferowania wartości klientom, nowe sposoby pracy, nowe sposoby otrzymania wartości dodanej, zbudowane na aliansach, zasobach, kompetencjach itp.”. Kowalczyk odnosi się jednak do innowacji jako zjawiska zmiany technologicznej lub organizacyjnej, wywołanej szeroko pojętymi nowymi aspektami organizacyjnymi i technologicznymi.
(Hilami, Ramayah, 2010) [17]	Innowacyjność jest to zdolność do tworzenia czegoś nowego lub wprowadzania znaczących zmian, działanie w sposób, który wykorzystuje tę zdolność.
(Hausner i in., 2012) [16]	Innowacyjność jest zdolnością do ustawicznego poszukiwania i wykorzystywania w praktyce wyników badań naukowych, nowych pomysłów, wynalazków i koncepcji. Innowacje są utożsamiane z nowatorskimi ideami i myślami, które mają na celu przygotowanie i wprowadzenie do praktyki nowatorskiego rozwiązania.
(Griffin, 2013) [15]	Innowacja jest kierowanym wysiłkiem organizacji na rzecz rozwoju nowych produktów i usług bądź nowych zastosowań dla produktów i usług już istniejących.

cd. tabeli 2

(Hill i in., 2014) [18]	Innowacyjność jest zdolnością organizacji do stworzenia czegoś nowego i przydatnego. Może to być produkt, usługa, proces, model biznesowy, a nawet nowa droga organizacji.
(Kozioł i in., 2014) [24]	Innowacyjność przedsiębiorstwa jest funkcją potencjału innowacyjnego i jego działalności innowacyjnej determinowanej przez zdolność innowacyjną.
Ruvio i in., 2014) [35]	Innowacyjność to pięciowymiarowy konstrukt (kreatywność, otwartość, orientacja na przyszłość, podejmowanie ryzyka i proaktywność) reprezentujący klimat organizacyjny, który odnosi się do zdolności organizacji do tworzenia nowych pomysłów i innowacji stale w miarę upływu czasu.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie literatury przedmiotu.

Znaczna część autorów współczesnych definicji jest w głównej mierze zgodna co do tego, jakie obszary (etapy) dotyczące działalności innowacyjnej powinny być wiązane z pojęciem innowacyjności. Większość autorów wyróżnia wśród nich etapy tworzenia innowacji, wdrożenia innowacji oraz ich późniejsze upowszechnianie. Problemem dzielącym badaczy zagadnień innowacyjnych wciąż jest kwestia przedmiotowa, dotycząca tego, czym właściwie jest innowacja – przy czym przedstawiają ją wąsko (np. Moszkowicz – wdrażanie innowacji obejmuje zmiany w stosowanych metodach wytwarzania; Bielski – innowacja jako alokacja zasobów nie będzie obejmować choćby takich obszarów jak kultura organizacyjna, która może mieć istotne znaczenie w zdolności organizacji do generowania czy wdrażania innowacji, a nie zawsze będzie się bezpośrednio wiązać z decyzjami o alokacji zasobów) lub szeroko (Janasz – innowacje to także wyniki badań naukowych, pomysły i wynalazki).

Jeszcze szersze definiowanie pojęcia innowacyjności proponuje C.B. Dobni, wskazując, że może ona obejmować także skłonność organizacji do bycia innowacyjnym oraz jej zdolności do wprowadzania innowacji aż po ich wdrażanie, które prowadzi do poprawy wyników biznesowych [9]. W polskiej literaturze przedmiotu zdaje się przeważać definiowanie innowacyjności jako skłonności i zdolności organizacji do wprowadzania innowacji [28]. W ramach tego podejścia M. Pichlak wyodrębniła trzy wymiary innowacyjności organizacyjnej: skłonność do generowania (adaptacji) innowacji, zdolność do generowania innowacji oraz gotowość do podjęcia ryzyka związanego z wdrażaniem innowacji [31].

Traktowanie innowacyjności jako cechy organizacji wskazuje, że innowacyjność to uwarunkowania, które przyczyniają się do występowania w tej organizacji innowacji czy działań innowacyjnych. Takie podejście uzasadnia włączenie do zakresu innowacyjności, oprócz materialnych przejawów, takich jak powstanie innowacji produktowej, procesowej, organizacyjnej, marketingowej, także niematerialnych aspektów, które determinują powstawanie innowacji, np. kultury organizacyjnej. Potwierdza to też w swoich pracach m.in. P. Kotler, który upatruje przejawów innowacyjności organizacji nie tylko w nakładach

organizacji na działalność innowacyjną i jej rentowność, liczbie występujących innowacji (np. liczbie patentów), lecz także w kulturze kreatywnej [21].

W ramach przeprowadzonej analizy można stwierdzić, że definicja pojęcia innowacyjności powinna wskazywać na jej charakter jako cechy organizacji, świadczącej o zdolności organizacji do podejmowania działań zmierzających do eksploracji i eksploatacji nowych rozwiązań we wszystkich obszarach funkcjonalnych organizacji, w tym produktowych, procesowych (w tym technologicznych), organizacyjnych, marketingowych, z uwzględnieniem wszystkich funkcji zarządzania, w celu uzyskania przewagi konkurencyjnej oraz poprawy funkcjonalnej i efektywności organizacji.

5. Zakończenie

Analiza literatury przedmiotu dotyczącej pojęć innowacji i innowacyjności wskazuje na ich ewolucyjny charakter oraz niejednolite definiowanie nawet przez współczesne środowisko naukowe. Ponadto pojęcia te są często ze sobą utożsamiane, a także mylone z nowością czy kreatywnością. Eksponuje to brak dotychczasowej jednolitej systematyzacji i konceptualizacji. Konsekwencją tego są rozbieżne założenia teoretyczne i pomiarowe, co może być przyczyną pojawiania się w literaturze przedmiotu wzajemnie sprzecznych wyników oraz wniosków.

Zaproponowana w artykule definicja innowacyjności została oparta na przeprowadzonej krytycznej analizie literatury z zakresu innowacji i innowacyjności. W definicji uwzględniono konceptualizację pojęć innowacyjności i innowacji, wskazując na innowacyjność jako cechę organizacji. Definicja traktuje innowacje szeroko, włączając także pozatechnologiczne obszary. Jako cel wprowadzenia innowacji wskazano uzyskanie przewagi konkurencyjnej oraz poprawę funkcjonalną i efektywności organizacji.

Stwarza to perspektywy dalszych analiz w obszarze innowacyjności oraz na podstawie jej założeń teoretycznych jest fundamentem do zaproponowania metody pomiaru innowacyjności organizacji oraz przeprowadzenia badań naukowych z tego zakresu.

Bibliografia

1. Andrejczuk M.: Wspólna odpowiedzialność. Rola innowacji. „Forum odpowiedzialnego Biznesu” 2013, s. 80-86.
2. Bielski I.: Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych. OPO, Bydgoszcz 2000, s. 6.

3. Bogdanienko J.: Innowacje jako czynnik przewagi konkurencyjnej, [w:] Innowacyjność przedsiębiorstw, (red.): Bogdanienko J., Haffer M., Popławski W. Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004.
4. Brdulak H., Gołebiowski T. (red.): Wspólna Europa. Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Diffin, Warszawa 2003.
5. Budziński K.: Formy i geneza postępu technicznego. Zeszyty Naukowe UJ, PAN, nr 4, Warszawa-Kraków 1974.
6. Cho H., Pucik V.: Relationship between Innovativeness. Quality, Growth, Profitability and Market Value. "Strategic Management Journal", 26, 2005, p. 555-575.
7. Danneels E., Kleinschmidt E.J.: Product Innovativeness from the Firm`s Perspective: Its Dimensions and their Impact on Project Selection and Performance (Rev 1/2000), Institute for the Study of Business Markets, The Pennsylvania State University, ISBM Report 4-2000.
8. Dąbrowski J., Koładkiewicz J.: Praktyki innowacyjne polskich przedsiębiorstw. Warszawa 1998, s. 139-140.
9. Dobni C.B.: The Relationship Between an Innovation Orientation and Competitive Strategy. „International Journal of Innovation Management”, Vol. 14, No. 2, 2010, p. 334.
10. Drucker P.: Zarządzanie XXI wieku – wyzwania. New Media, Warszawa 2010, s. 201.
11. DzU 2008, nr 116, poz. 730, z późn. zm.
12. Fengler Z.: Potencjał firmy a innowacyjność. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, nr 10, 1991.
13. Freeman Ch.: The role of technical change in national economic development. Technological change, industrial restructuring and regional development, Allen&Unwin 1986, s. 103-105.
14. Gordon J.: Jak utorować drogę innowacjom. *Życie gospodarcze*, nr 31, 1978.
15. Griffin R.: Podstawy zarządzania organizacjami. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013, s. 424.
16. Hausner J. i in.: Kurs na innowacje. Jak wyprowadzić Polskę z rozwojowego dryftu. Raport Fundacji Gospodarki i Administracji Publicznej, Kraków 2012.
17. Hilami M.F., Ramayah T., Mustapha Y., Pawanchik S.: Product and Process Innovativeness: Evidence from Malaysian SMEs. „European Journal of Social Science”, Vol. 16, No.4, 2010, p. 557.
18. Hill L., Brandeau G., Truelove E., Lineback K.: *Collective Genius: The Art and Practice of Leading Innovation*. Harvard Business Review Press, Boston 2014.
19. Ileczo B.: Podstawy typologiczne teorii innowacji. "Zagadnienia Naukoznawstwa", nr 4, 1979.
20. Janasz W., Koziół K.: Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. PWE, Warszawa 2007.

21. Kotler P., Trias de Bes F.: *Innowacyjność przepis na sukces. Model od A do F*. Rebis, 2013.
22. Kowalczyk J.: *Zarządzanie organizacją turystyczną*. CeDeWu, Warszawa 2009, s. 26.
23. Kowalski A.M.: *Innowacje jako czynnik konkurencyjności polskiego przemysłu przetwórczego*. [w]: Polska. Raport o konkurencyjności, (red.): M.A. Waresa, SGH, Warszawa 2011.
24. Koziół L., Wojtowicz A., Pyrek R.: *Determinanty zdolności innowacyjnej przedsiębiorstw regionu Małopolski*. Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, 1(24), Tarnów 2014, s. 113-122.
25. Krzykała F.: *Wprowadzenie do socjologii przedsiębiorstwa przemysłowego*. PEW, Warszawa 1975, s. 27.
26. Mayle E.D.: *Managing Innovation and Change*. SAGE Publications. London 2006, s. 202.
27. Niedzielski P., Rychlik K.: *Innowacje i Kreatywność*. Szczecin 2006.
28. Nowacki R.: *Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa*. Difin, Warszawa 2010, s. 30.
29. Nowak-Far A.: *Globalna konkurencja*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Poznań 2000, s. 25-26.
30. Penc J.: *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*. Placet, Warszawa 1999, s. 141-146.
31. Pichlak M.: *Uwarunkowania innowacyjności organizacji. „Studium teoretyczne i wyniki badań”*. Difin, Warszawa 2012, s. 36.
32. *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*. Wydanie III, Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju, EUROSTAT, Warszawa 2008, s. 49-55.
33. Pomykalski A.: *Zarządzanie innowacjami*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Lódź 2001, s. 18.
34. Poznańska K.: *Innowacyjność jako źródło przewagi konkurencyjnej polskich przedsiębiorstw*. Regionalny system innowacji, www.rsi.org.pl [10 listopada 2003].
35. Ruvio A., Shoham A., Vigoda-Gadot E., Schwabsky N.: *Organizational Innovativeness: Construct Development and Cross-Cultural Validation*. “Journal of Product Innovation Management”, 31: 1004–1022. doi: 10.1111/jpim.12141, 2014.
36. Schumpeter J.A.: *Teoria rozwoju gospodarczego*. PWN, Warszawa 1960, s. 104.
37. Spruch W.: *Strategia postępu technicznego. Wstęp do teorii*. PWN, Warszawa, 1996.
38. TechMine, *General Theory of Innovation*, <http://techmine.pl/events/view/2170/> [24 czerwca 2015].
39. Tidd J., Bessant J.: *Managing Innovation. Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley & Sons, Ltd, England 2009, p. 16.
40. Zalewski R.: *Platforma INNOPENA® dla wzrostu innowacyjności przetwórstwa żywności w Wielkopolsce*. „Przemysł Spożywczy”, tom 66, 2012, s. 16-18.

Abstract

The paper describes the problem of lack of uniform systematization and conceptualization of the concepts of innovation and innovativeness. The consequent erroneous theoretical assumptions and measuring, lead to contradictory results and conclusions. Inconsistencies are mainly the result of overlapping conceptualization of innovation and innovativeness or the lack of a clear distinction between these concepts. The article presents a comprehensive systematization of these concepts, comparisons and based on the results of analyzes proposed a definition. Indicated that innovativeness is a feature of the organization - ability to take action for the exploration and exploitation of new solutions across all functional areas of the organization (products, processes, marketing etc.), taking into account all the functions of management, to gain competitive advantage and improve the functional and organizational effectiveness.