

# Alicja Krzepicka, Jolanta Tarapata

---

## Innowacyjna przedsiębiorczość jako siła napędowa rozwoju gospodarki

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 98, 269-280

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Alicja Krzepicka**

**Jolanta Tarapata**

Wojskowa Akademia Techniczna w Warszawie

## **INNOWACYJNA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ JAKO SIŁA NAPIĘDOWA ROZWOJU GOSPODARKI**

### **Wprowadzenie**

Aktywność innowacyjna podejmowana przez współczesnych menedżerów w warunkach kryzysu gospodarczego jest ważnym elementem ich przewagi konkurencyjnej oraz sukcesu. Każde przedsiębiorstwo, które chce się rozwijać, potrzebuje innowacji – nowych produktów, usług, technologii. Przedsiębiorczość innowacyjna wiąże się zatem z wprowadzaniem czegoś nowego, nowatorstwem, reformą, ulepszaniem. Jest niezbędna do wzrostu konkurencyjności całej gospodarki, a tym samym do wzrostu gospodarczego i podniesienia poziomu życia społeczeństwa. Nie bez znaczenia jest zdefiniowanie istoty i przejawów aktywności innowacyjnej, ukazanie innowacji w roli czynnika przewagi konkurencyjnej oraz czynników warunkujących aktywność innowacyjną przedsiębiorców. Poznanie przyczyn sukcesu innowacyjnych przedsiębiorców sprowadza się bowiem do analizy ich cech osobowych, postaw czy zachowań.

### **1. Istota innowacyjności**

Innowacyjność, określana jako proces przebiegający w czasie, niebędący pojedynczym zdarzeniem, lecz zespołem działań, których początkiem jest koncepcja, a końcem praktyczne zastosowanie, staje się współcześnie coraz ważniejszym źródłem wzrostu gospodarek. Postrzega się ją jako „siłę napędową współczesnej

gospodarki, przemieniającą pomysły i wiedzę w produkty i usługi<sup>1</sup>. Mohanbir Sawhney, Robert Wolcott i Ingo Arroniz proponują usystematyzowane podejście do innowacyjności w biznesie, które może występować na 12 następujących płaszczyznach<sup>2</sup>:

- oferta – nowe wyroby lub usługi,
- platforma – pochodne oferty oparte na rekonfigurowaniu składowych,
- rozwiązania – integracja ofert, tak aby spotkały się z uznaniem klientów,
- klienci – niezaspokojone potrzeby lub nowe segmenty rynku,
- doświadczenie klientów – przeprojektowanie kontaktu z klientami i interakcji,
- dyskontowanie wartości – przededefiniowanie modelu biznesu i tego, jak generowany jest zysk,
- procesy – poprawa wydajności i efektywności,
- struktura organizacyjna – zmiana zakresów lub struktur,
- łańcuch dostaw – zmiany dotyczące źródeł dostaw i realizacji zamówień,
- obecność – nowe kanały dystrybucji lub sprzedaży,
- marka – poprawa wizerunku lub repozycjonowanie,
- networking – stworzenie kompleksowych ofert z wykorzystaniem sieci.

Z punktu widzenia podmiotu gospodarczego można przyjąć, że innowacyjność jest cechą firm lub gospodarek, która oznacza zdolność do tworzenia i wdrażania innowacji oraz ich przyswajania, a ponadto zaangażowanie w zdobywanie zasobów i umiejętności niezbędnych do uczestniczenia w tych procesach<sup>3</sup>. Innowacyjność przedsiębiorstw jest obecnie jedną z podstawowych determinant ich rozwoju, rozwoju danego regionu i gospodarki w skali całego kraju.

Do czynników sprzyjających innowacyjności przedsiębiorstwa można zaliczyć następujące<sup>4</sup>:

- wymianę towarową z zagranicą,
- eksport i import licencji,
- wymianę dokumentacji technicznej nieobjętej umowami licencyjnymi,

---

<sup>1</sup> *Competing in the Global Economy: The Innovation Challenge*, Department of Trade and Industry, London 2003.

<sup>2</sup> Zob. J. Tidd, J. Bessant, *Zarządzanie innowacjami. Integracja zmian technologicznych, rynkowych i organizacyjnych*, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa 2011, s. 84.

<sup>3</sup> Zob. P. Niedzielski, J. Markiewicz, K. Rychlik, T. Rzewuski, *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2007, s. 86.

<sup>4</sup> Zob. J. Penc, *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1999, s. 165.

- świadczenie usług podmiotom zagranicznym lub przez podmiot zagraniczny,
- prowadzenie prac badawczo-rozwojowych za granicą, wspólne przedsięwzięcia B + R z podmiotami zagranicznymi,
- kształcenie kadr za granicą lub przez obcych specjalistów, zatrudnienie obcych pracowników oraz staże i praktyki zawodowe lub osobiste kontakty ze specjalistami zagranicznymi,
- różne formy współpracy w produkcji z partnerami zagranicznymi,
- tworzenie wspólnych przedsiębiorstw,
- podejmowanie zagranicznych inwestycji bezpośrednich.

Za mocne strony innowacyjności polskiej gospodarki można uznać między innymi zaawansowane badania w niektórych dziedzinach wysokiej technologii, potencjał innowacyjny przedsiębiorstw, wiedzę na temat nowych technologii, świadomość konieczności jej komercyjnego wykorzystania, dużą liczbę organizacji działających na rzecz innowacyjności (edukacja, szkolenia, transfer technologii). Wśród słabych stron dostrzec można „nieumiejętność identyfikacji rynkowych bodźców i przesłanek rozwoju. Patrzenie na innowacyjność wyłącznie przez pryzmat konieczności współzawodnictwa rynkowego, bez zwracania uwagi na przesłanki leżące po stronie nabywców, doprowadzić może do generowania i wdrażania rozwiązań innowacyjnych, które nie przyczynią się do poprawy relacji z finalnymi nabywcami, stając się jedynie zbędnym ciężarem niepotrzebnie obciążającym budżet państwa”<sup>5</sup>. W każdym przedsiębiorstwie innowacyjności przypisuje się szczególne znaczenie. Innowacyjność buduje wizerunek czołowej i rozwojowej firmy. Innowacyjności nie da się uniknąć, jest potrzebna, a dążenie do niej wydaje się być jak najbardziej uzasadnione. Każde przedsiębiorstwo powinno mieć jednak świadomość tego, że bycie nieustannie liderem innowacyjności w danej branży jest niemożliwe i należy liczyć się z zagrożeniami wynikającymi z podejmowania nadmiernego wysiłku w celu osiągnięcia pozycji innowatora. Na innowacyjność oprócz mechanizmu rynkowego ma wpływ wiele innych czynników podnoszących sprawność innowacyjną lub wstrzymujących realizację określonych projektów. O czynnikach tych napisano w dalszej części.

---

<sup>5</sup> R. Nowacki, M.W. Staniewski, *Podejście innowacyjne w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Difin, Warszawa 2010, s. 67.

## 2. Przedsiębiorczość jako aktywność innowacyjna

Ścisłe zdefiniowanie przedsiębiorczości i działania przedsiębiorczego jest niezwykle trudne<sup>6</sup>. Wynika to z tego, że „przedsiębiorczość” jest pojęciem wieloznacznym, często używanym na określenie różnych rzeczy i rozpatrywanym przez ludzi z odmiennych perspektyw. Definiując przedsiębiorczość, zwraca się uwagę na różne aspekty tego pojęcia. Może być ono rozpatrywane jako cecha (postawa, sposób zachowania, orientacja) osób lub organizacji, działanie osoby lub organizacji, jako proces lub sposób (styl) zarządzania<sup>7</sup>. Postawa człowieka wyraża jego nastawienie, swoisty stosunek do samego siebie, innych ludzi i podejmowanych działań. Przedsiębiorczość jako postawa to gotowość człowieka do „podejmowania nowych działań lub rozszerzania dotychczasowych i dążenia do osiągnięcia złożonych – zwykle zwiększonych – korzyści materialnych, które prowadzą do odczuwalnego wzrostu uzyskiwanych zysków (dochodów) oraz poprawy warunków życia i pracy”<sup>8</sup>. Gotowość ta jest warunkowana określonymi cechami, którymi powinien charakteryzować się człowiek, aby mógł przejawiać przedsiębiorczą inicjatywę. Przedsiębiorczość w sensie określonego działania sprowadza się do aktywności człowieka lub organizacji, zmiany istniejącego stanu rzeczy. Można zatem przyjąć, że przedsiębiorczość jest „specyficznym rodzajem aktywności człowieka, określonym zachowaniem, umiejętnością wykorzystania pomysłów, nadarzających się okazji niedostrzeganych lub bagatelizowanych przez innych”<sup>9</sup>. Jest formą aktywności, której celem jest tworzenie nowych wartości, dóbr i usług. Przedsiębiorczość może dotyczyć jakości i sposobu działania. Oznacza to, że takie działanie ma ducha przedsiębiorczego<sup>10</sup>. Przedsiębiorczość jako sposób działania wymaga przestrzegania takich reguł, jak: chłonność i otwartość organizacji na innowacje; systematyczny pomiar efektywności wdrażanych

<sup>6</sup> Zob. J. Górzyńska, K. Szatkowski, W. Grzybowski, *Podstawy teorii przedsiębiorczości i zarządzania przedsiębiorstwem*, Centrum Badawczo-Szkoleniowe WSZiA w Zamościu, Zamość 1999, s. 11.

<sup>7</sup> Por. T. Kraśnicka, *Koncepcja rozwoju przedsiębiorczości ekonomicznej i pozaekonomicznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice 2002, s. 67.

<sup>8</sup> A.P. Wiatrak, *Pojęcie przedsiębiorczości, jej cele i rodzaje*, w: *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia*, red. K. Jaremczuk, Wydawnictwo PWSZ, Tarnobrzeg 2003, s. 26.

<sup>9</sup> Zob. T. Piecuch, *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 37.

<sup>10</sup> Por. S. Sudół, *Przedsiębiorczość – jej pojmowanie, typy i czynniki ją kształtujące*, w: *Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i zmienność*, red. K. Jaremczuk, Wydawnictwo PWSZ, Tarnobrzeg 2008, s. 30.

innowacji; podejmowanie konkretnych działań dotyczących struktury organizacyjnej, obsady stanowisk, zasad kierowania zespołami pracowników, systemu płac i nagród oraz unikanie rzeczy, których nie należy robić w zarządzaniu przedsiębiorczym<sup>11</sup>. W tym rozumieniu przedsiębiorczość jest określoną koncepcją i praktyką działania. Procesowe ujęcie przedsiębiorczości jest bardzo popularne w literaturze przedmiotu. Podkreśla się w nim istnienie kolejno następujących po sobie faz, które są ukierunkowane na realizację określonego pomysłu innowacyjnego z uwzględnieniem ryzyka związanego z wprowadzeniem go w życie<sup>12</sup>. Zdaniem S.A. Witkowskiego proces ten składa się z przedsiębiorczej determinacji do osiągania celów, możliwości poszukiwania, rozpoznawania, oceny i eksploracji<sup>13</sup>. Przedsiębiorczość jako proces ma dwa aspekty: podażowy, obejmujący charakterystykę postaw, wartości i preferencji przedsiębiorcy, oraz popytowy, obejmujący problemy ekonomiczne. Można uznać, że przedsiębiorcze cechy, postawy i działania człowieka czy organizacji są urzeczywistniane w procesie przedsiębiorczym. Ostatnie z wymienionych podejść do problemu przedsiębiorczości łączy się ze sposobem pełnienia funkcji kierowniczej. Jest to dość jednostronne podejście, ponieważ przedsiębiorcy mogą być także pracownicy wykonawczy, którzy nie podejmują decyzji kierowniczych.

Funkcjonalną cechą przedsiębiorczości jest zmiana. Osoby przedsiębiorcze obserwują zmiany zachodzące w otoczeniu i odpowiednio reagują na nie, poszukują nowych rynków, produktów i usług przez wdrażanie nowych rozwiązań. Przedsiębiorczość utożsamiana jest z działaniem opartym na celowej inwencji. Jej wyrazem jest tak zwana aktywność innowacyjna, rozumiana jako „zbiór postaw i działań prowadzący do tworzenia i rozwoju potencjału innowacyjnego, dynamizowania procesów innowacyjnych pomiędzy ponoszonymi nakładami i uzyskiwanymi efektami, a także do poprawy relacji z klientem”<sup>14</sup>. Owe postawy i działania prowadzą do „twórczej destrukcji” burzenia stanu równowagi między głównymi siłami rynkowymi<sup>15</sup>. Innowacyjność przedsiębiorstw polega zatem

<sup>11</sup> Por. P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 163.

<sup>12</sup> Zob. T. Piecuch, dz.cyt., s. 41–44.

<sup>13</sup> Por. S.A. Witkowski, *Psychologiczne predyktory przedsiębiorczości*, w: *Przedsiębiorczość innowacyjna*, red. A. Strzałęcki, Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”, Warszawa 2011, s. 25.

<sup>14</sup> L. Białoń, *Aktywność innowacyjna organizacji*, Oficyna Wydawnicza WSM, Warszawa 2008, s. 15.

<sup>15</sup> Por. A. Domurat, *Przedsiębiorczość a kreatywność i innowacyjność*, w: *Przedsiębiorczość innowacyjna...*, s. 94.

na wykraczaniu poza typowe zadania i praktyki rutynowe przedsiębiorstwa, na aktywnym poszukiwaniu możliwości i okazji rynkowych. „Twórcza destrukcja” w rozumieniu J. Schumpetera oznacza działalność polegającą na tworzeniu nowych kombinacji czynników produkcji, wprowadzaniu nowych wyrobów, wchodzeniu na nowe rynki, pozyskiwaniu nowych źródeł zaopatrzenia, opracowaniu i wdrażaniu nowych technologii, metod bardziej efektywnych rozwiązań w zakresie struktur organizacyjnych<sup>16</sup>. Aktywność innowacyjna może zatem przejawiać się w podejmowaniu różnorodnych działań, mających zarówno charakter technologiczny, jak i nietechnologiczny. Jest ona przeciwieństwem działalności konwencjonalnej, uporządkowanej, nieskorej do zmiany. Gotowość do zmiany, otwartość, nastawienie na sukces to podstawowe cechy innowacyjnego działania. Przedsiębiorczość innowacyjna jest zatem nie tylko „inteligentną aktywnością” przebiegającą na wysokim poziomie motywacyjnym, ale także typem „kreatywnej orientacji” w świecie biznesu<sup>17</sup>.

### 3. Wybrane determinanty rozwoju przedsiębiorczości innowacyjnej

Sprowadzając przedsiębiorczość innowacyjną do zachowania się ludzi, można wyodrębnić dwie różne grupy czynników, które warunkują zachowania przedsiębiorcze:

- potrzeby działania i rozwijania zachowań przedsiębiorczych,
- cechy osobowości ludzi, które mogą sprzyjać tym działaniom bądź je utrudniać<sup>18</sup>.

Różne potrzeby znajdują odzwierciedlenie w przyjętych celach i dążeniach przedsiębiorców, a także w ich zachowaniach i skutkach tej aktywności. Mogą to być motywy zarówno pozytywne, jak i negatywne, z których te pierwsze w szczególności determinują rozwój i kształtowanie zachowań innowacyjnych. Zdaniem T. Piecuch, w działalności przedsiębiorcy ważną rolę odgrywa motyw zysku, potrzeba niezależności, osiągnięć, dominacji, władzy i samorealizacji<sup>19</sup>. Do tej grupy motywów ponadto można zaliczyć nowy start i związane z nim plany, ocze-

<sup>16</sup> J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 104.

<sup>17</sup> Por. M. Stasiakiewicz, *Interakcyjne ujęcie przedsiębiorczości*, w: *Przedsiębiorczość innowacyjna...*, s. 83.

<sup>18</sup> Zob. T. Piecuch, dz.cyt., s. 40.

<sup>19</sup> Tamże, s. 65–69.

kiwania na sukces, otwarcie nowych możliwości, ciekawość, dostrzeżenie interesujących okoliczności i podjęcie próby ich wykorzystania, dążenie do poprawy własnego losu oraz realizacji własnych pragnień i marzeń<sup>20</sup>. Spośród wymienionych motywów dążenie przedsiębiorcy do samorealizacji w szczególności sposobu wyzwała jego kreatywność i innowacyjność. Jest dążeniem człowieka do wykorzystania własnych możliwości i osiągnięcia pełnego rozwoju. Potrzeba samorealizacji jest ściśle związana z potrzebą osiągnięć. Pozwala na uzyskanie satysfakcji z wykonywanej pracy, urzeczywistnienia własnych planów i osiągnięcia określonych celów. Przedsiębiorca, który odnosi sukcesy, utwierdza się w poczuciu własnej wartości, nabywa pewności siebie, zyskuje prestiż i szacunek otoczenia. Są to bez wątpienia czynniki, które wyzwalają chęć podejmowania działalności innowacyjnej. Wpływają bowiem na zachowania innowacyjne przedsiębiorców. Mogą wyrażać się we wprowadzaniu nowych technologii i technik wytwarzania, nowych rodzajów produktów bądź zmianie istniejącego asortymentu (innowacyjność ekonomiczna); dążeniu do współpracy organizacyjnej i tworzenia więzi między poszczególnymi pracownikami zespołu i grupami interesu (innowacyjność społeczna); w przeprowadzaniu zmian w organizacji i zarządzaniu w celu lepszego ich funkcjonowania, zdobycia nowych rynków i poszukiwania tak zwanych nisz rynkowych<sup>21</sup>. Innowacyjne zachowania przedsiębiorcze są ściśle związane z postawami przedsiębiorców, które wpływają na nie i je warunkują. Postawy te łączą się z predyspozycjami osobowościowymi do podejmowania działalności innowacyjnej. Zdaniem E. Scheina, można mówić o przedsiębiorczej osobowości. Przedsiębiorca ma bowiem specyficzne cechy, do których można zaliczyć: „zdolność rozpoznawania możliwości rynkowych, entuzjastyczną postawę przy realizacji pomysłów, zdolność do zdobywania i praktycznego wykorzystania wiedzy niezbędnej do realizacji podjętych zamierzeń, potrzebę bycia właścicielem (współwłaścicielem) firmy oraz niechęć do podejmowania pracy u kogoś”<sup>22</sup>. Cechy te z pewnością sprzyjają osiągnięciu sukcesów w podejmowanej działalności gospodarczej oraz są źródłem kreatywności i innowacyjności. Kreatywność jest traktowana jako pozytywna cecha osobowości. Kreatywne osoby charakteryzuje

---

<sup>20</sup> J. Duraj, M. Papiernik-Wojdera, *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Difin, Warszawa 2010, s. 52.

<sup>21</sup> L. Kaliszczak, *Motywy i uwarunkowania działań przedsiębiorczych*, w: *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia...*, s. 82.

<sup>22</sup> Cyt. za J. Duraj, M. Papiernik-Wojdera, dz.cyt., s. 38.



otwartość poznawcza<sup>23</sup>, która oznacza między innymi łatwość asymilowania nowych informacji, potrzebę nowości, tolerancję wieloznaczności, dostrzeganie wielu sposobów rozwiązania problemu, skłonność do poznawania nowych osób, miejsc i sytuacji. Cecha ta jest odpowiedzią na zmienność współczesnych warunków, pozwala radzić sobie w dzisiejszym świecie.

W rozwoju przedsiębiorczości innowacyjnej nie bez znaczenia są umiejętności osób, które podejmują te działania. M. Dworczyk i R. Szlasa zwracają uwagę na następujące umiejętności, które są niezbędne do podejmowania innowacyjnej działalności:

- a) umiejętność określania zapotrzebowania na innowacje produktowe, procesowe i organizacyjno-ekonomiczne;
- b) umiejętność przygotowania zbioru przedsięwzięć i jego optymalizacji przez kierownictwo (np. planowanie środków rzeczowych, finansowych, kadrowych, przedsięwzięć realizowanych własnymi siłami i we współpracy, planowanie w czasie oraz określanie skutków rzeczowych, organizacyjnych i ekonomicznych dla przedsiębiorstwa);
- c) umiejętność kierowania realizacją poszczególnych przedsięwzięć;
- d) umiejętność projektowania rozwiązań innowacyjnych;
- e) umiejętność wdrażania projektów innowacyjnych i środków technicznych do produkcji oraz innowacyjnych wyrobów do systemów innowacyjnych finalnych użytkowników – klientów;
- f) umiejętność zwiększania potencjału badawczo-rozwojowego i informacyjnego;
- g) umiejętność zwiększania innowacyjnego potencjału kadrowego i jego wykorzystania między innymi poprzez odpowiedni dobór kadry i jej struktury zawodowej oraz jej awansowanie;
- h) umiejętność zapewnienia potencjału technicznego projektowania, eksperymentowania, prototypowania;
- i) umiejętność zapewnienia środków finansowych na działalność innowacyjną i odpowiednie gospodarowanie nimi;
- j) umiejętność wykorzystania potencjału innowacyjnego załogi<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Por. A. Chybicka, *Psychologia twórczości grupowej*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2006, s. 103–105.

<sup>24</sup> Por. M. Dworczyk, R. Szlasa, *Zarządzanie innowacjami. Wpływ innowacji na wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2001, s. 177–180.

Działalność innowacyjna przedsiębiorców uwarunkowana jest wieloma czynnikami. Nie sposób nie wspomnieć tu o czynnikach otoczenia zewnętrznego, zarówno bliższego (np. rynek odbiorców, dostawcy, rynek siły roboczej, konkurencja), jak i dalszego (uwarunkowania formalne, polityczno prawne, ekonomiczne czy społeczno-kulturowe)<sup>25</sup>. Owa aktywność jest jednak w dużym stopniu zdeterminowana czynnikami zależnymi od przedsiębiorstwa, które tworzą i kształtują bezpośrednio otoczenie innowatora, ułatwiając i stymulując jego postawę, bądź utrudniając jego działalność i hamując zainteresowanie wdrażaniem innowacji. Decydującą rolę odgrywają tu wewnętrzne procesy, które zachodzą w psychice ludzi, obejmujące predyspozycje motywacyjne i tworzącą aktywność.

#### **4. Innowacje – czynnik przewagi konkurencyjnej**

Zmiany zachodzące w otoczeniu współczesnych przedsiębiorstw wymuszają zmianę w postrzeganiu czynników warunkujących konkurencyjność poszczególnych gospodarek. Jednym z głównych czynników kształtujących konkurencyjność jest innowacyjność. Wynika to z następujących przesłanek<sup>26</sup>:

- innowacyjność ma zawsze charakter dynamiczny i twórczy, zawiera element nowości,
- innowacyjność oddziałuje na ogólną efektywność firmy przez powiązania z innymi zasobami przedsiębiorstwa,
- innowacje silnie oddziałują na kreowanie popytu.

Przedsiębiorstwa mikro i małe zdobywają przewagę innowacyjną dzięki na przykład:

- mniej sformalizowanym, bardziej elastycznym strukturom zarządzania,
- mniejszej biurokracji i ograniczeniom administracyjnym,
- posiadaniu nowszej technologii.

Duże przedsiębiorstwa przewagę innowacyjną osiągają dzięki:

- korzystniejszym warunkom prowadzenia badań i prac nad rozwojem produktów (możliwość redukcji kosztów),
- lepszemu wyposażeniu i możliwości testowania wyrobu,

---

<sup>25</sup> Zob. A. Zych, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, w: *Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i zmienność...*, s. 612–614.

<sup>26</sup> T. Ball-Woźniak, *Innowacyjność w kształtowaniu przedsiębiorstw*, w: *Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji. Determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw*, red. M. Juchniewicz, UW-M, Olsztyn 2006, s. 78.

- korzystniejszym warunkom wprowadzania produktu na rynek,
- inwestycjom w badania marketingowe i działania promocyjne.

## Zakończenie

Wartości i zachowania promujące innowacyjność powinny być rozwijane i podtrzymywane. Prowadzenie działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwach oraz efektywne ich wdrażanie może być jednym z narzędzi wzrostu ich wartości oraz umocnienia pozycji konkurencyjnej. Przedsiębiorstwa, dążąc do uzyskania przewagi konkurencyjnej na rynku, muszą dokonywać indywidualnych wyborów narzędzi i określać proporcje, w jakich będą one stosowane do budowania ich przewagi konkurencyjnej. Obecnie, na co warto zwrócić uwagę, coraz więcej innowacji jest rezultatem wspólnej działalności przedsiębiorstw, zarówno tych o charakterze produkcyjnym, jak i handlowym. Innowacje i innowacyjność należy więc postrzegać jako obszerny i wewnętrznie złożony zestaw środków do podnoszenia sprawności gospodarowania, budowania silnych pozycji konkurencyjnych oraz uzyskiwania ekonomicznych korzyści przez przedsiębiorstwa, gospodarki narodowe i społeczeństwa.

## Literatura

- Białoń L., *Aktywność innowacyjna organizacji*, Oficyna Wydawnicza WSM, Warszawa 2008.
- Chybicka A., *Psychologia twórczości grupowej*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2006.
- Competing in the Global Economy: The Innovation Challenge*, Department of Trade and Industry, London 2003.
- Drucker P.F., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- Duraj J., Papiernik-Wojdera M., *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Difin, Warszawa 2010.
- Dworczyk M., Szlasa R., *Zarządzanie innowacjami. Wpływ innowacji na wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2001.
- Kraśnicka T., *Koncepcja rozwoju przedsiębiorczości ekonomicznej i pozaekonomicznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice 2002.

- Niedzielski P., Markiewicz J., Rychlik K., Rzewuski T., *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2007.
- Nowacki R., Staniewski M.W., *Podejście innowacyjne w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Difin, Warszawa 2010.
- Penc J., *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1999.
- Piecuch T., *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010.
- Podstawy teorii przedsiębiorczości i zarządzania przedsiębiorstwem*, red. J. Górczyńska, K. Szatkowski, W. Grzybowski, Centrum Badawczo-Szkoleniowe WSZiA w Zamościu, Zamość 1999.
- Przedsiębiorczość innowacyjna*, red. A. Strzałecki, Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”, Warszawa 2011.
- Schumpeter J., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
- Tidd J., Bessant J., *Zarządzanie innowacjami. Integracja zmian technologicznych, rynkowych i organizacyjnych*, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa 2011.
- Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i zmienność*, red. K. Jaremczuk, Wydawnictwo PWSZ, Tarnobrzeg 2008.
- Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia*, red. K. Jaremczuk, Wydawnictwo PWSZ, Tarnobrzeg 2003.
- Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji. Determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw*, red. M. Juchniewicz, UW-M, Olsztyn 2006.

## **INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP AS A DRIVING FORCE OF ECONOMY DEVELOPMENT**

### **Summary**

Innovative activity undertaken by contemporary managers in economic crisis conditions constitutes an important element of their competitive advantage and success. Each company, in order to develop, needs innovation – new products, services, technologies. Innovative entrepreneurship is thus linked to an introduction of something new, originality, a reform, an improvement. It is indispensable for ensuring the growth of the whole economy's competitiveness, and thus economic growth and the increase of the society's life standard. Last but not least, it is important to define the core and symptoms of the innovative activity, to show innovation as a competitive advantage factor and factors

conditioning entrepreneurs' innovative activity. Recognition of the causes of innovative entrepreneurs' success comes down to the analysis of their personality traits, attitudes or behaviours.