dr Jadwiga Synowiec
Wyższa Szkoła Finansów i Informatyki im. Prof. Janusza Chechlińskiego w Łodzi

Innowacyjność i kreatywność istotą procesu innowacyjnego

https://doi.org/10.64158/ru1tsvrmmm

Streszczenie: Podstawowym źródłem rozwoju gospodarczego jest innowacyjność, która jest postrzegana także jako warunek wzrostu przedsiębiorstwa i możliwość awansu w określonych rankingach. W celu prowadzenia jakichkolwiek rankingów przedsiębiorstw innowacyjnych niezbędna staje się analiza podłoża podejmowania aktywności, kontynuacji rozwoju i analiza uwarunkowań kształtujących aktywność innowacyjną przedsiębiorstwa albo brak jakiejkolwiek działalności w tym obszarze.

Sfera praktycznych działań gospodarczych wskazuje jak bardzo kosztowne jest wprowadzanie nowych wyrobów na rynek i jakim ryzykiem jest obarczona taka aktywność przedsiębiorstwa. Analiza praktycznych przypadków działalności na rynku przytacza przykłady wielu podmiotów gospodarczych, którym taka aktywność nie przysporzyła sukcesów. Co więcej niejednokrotnie było to źródłem znaczących strat finansowych. Nie można jednak zaniechać aktywności w sferze opracowywania nowych produktów i wprowadzania ich na rynek, ponieważ takie zaniedbania sprzyja ryzyku niepowodzeń w funkcjonowaniu organizacji na rynku. Każdy podmiot gospodarczy bez nowych produktów wyklucza się z realizacji nowych korzyści płynących z innowacji, a jednocześnie pozostając na określonym etapie, bez dalszego rozwoju, przedsiębiorstwo pozwala konkurentom na rozwój przy zachowaniu własnej stagnacji. Prowadzi to do zaniedbania szans na rozwój oraz przetrwanie w długim okresie.

W gospodarce rynkowej o dokonanie transakcji najczęściej zabiegają sprzedawcy. Ich zawarcie jest rezultatem pozytywnej oceny przez nabywców oferty przedsiębiorstw w porównaniu z ofertami firm konkurencyjnych. Zadowalanie klientów staje się zatem najlepszym sposobem realizacji interesów przedsiębiorstwa. Cel ten osiąga ono m.in. poprzez rozszerzanie pola wyboru konsumentów, dostarczając na rynek nowe produkty które były zaistniały między innymi dzięki licznym działaniom innowacyjnym.

Celem pracy jest omówienie istoty innowacyjności i kreatywności oraz przebiegu procesu innowacyjnego stanowiącego siłę napędową organizacji dającą w rezultacie rozwój przedsiębiorstwa.

Słowa kluczowe: innowacyjność, proces innowacyjny, kreatywność, rozwój przedsiębiorstwa, przewaga konkurencyjna

1. Wprowadzenie

Jako podstawowe źródło rozwoju gospodarczego należy traktować innowacyjność, która jest także ostrzegana jako warunek wzrostu przedsiębiorstwa i możliwość awansu w określonych rankingach. W tym celu niezbędna staje się analiza podłoża podejmowania aktywności, kontynuacji rozwoju i analiza uwarunkowań kształtujących aktywność innowacyjną przedsiębiorstwa albo brak jakiejkolwiek działalności w tym obszarze.

Sfera praktycznych działań gospodarczych wskazuje jak bardzo kosztowne jest wprowadzanie nowych wyrobów na rynek i jakim ryzykiem jest obarczona taka aktywność przedsiębiorstwa. Analiza praktycznych przypadków działalności na rynku przytacza przykłady wielu podmiotów gospodarczych, którym taka aktywność nie przysporzyła sukcesów. Niejednokrotnie było to źródłem znaczących strat finansowych. Nie można jednak zaniechać aktywności w sferze opracowywania nowych produktów i wprowadzania ich na rynek, ponieważ takie zaniedbania sprzyja ryzyku niepowodzeń w funkcjonowaniu organizacji na rynku. Każdy podmiot gospodarczy bez nowych produktów wyklucza się z realizacji nowych korzyści płynących z innowacji, a jednocześnie pozostając na określonym etapie, bez dalszego rozwoju, przedsiębiorstwo pozwala konkurentom na rozwój przy zachowaniu własnej stagnacji. Prowadzi to do zaniedbania szans na rozwój oraz przetrwanie w długim okresie.

W gospodarce rynkowej o dokonanie transakcji najczęściej zabiegają sprzedawcy. Ich zawarcie jest rezultatem pozytywnej oceny przez nabywców oferty przedsiębiorstw w porównaniu z ofertami firm konkurencyjnych. Sprostanie oczekiwaniom klientów staje się zatem najlepszym sposobem realizacji interesów przedsiębiorstwa. Cel ten osiąga ono m.in. poprzez rozszerzanie pola wyboru konsumentów, dostarczając na rynek nowe produkty, które zaistniały między innymi dzięki licznym działaniom innowacyjnym.

Celem pracowania jest omówienie istoty innowacyjności i kreatywności oraz przebiegu procesu innowacyjnego stanowiącego siłę napędową organizacji dającą w rezultacie rozwój przedsiębiorstwa.

2. Pojęcie innowacji

Pojęcie innowacji jest w literaturze dość szeroko i różnorodnie definiowane. Wiąże się z nim szeroki zakres tematyczny i podlega różnorakim definicjom. W potocznym użyciu słowo innowacja oznacza modernizację. Definiując innowację z etymologicznego punktu (łac. *innovatio*) rozumiemy wprowadzenie nowości, zastosowanie nowych dóbr lub rozwiązań, a czasem nawet przenosi się to znaczenie w ogólnym sensie jako wprowadzanie reform. W szerokim wymiarze jako innowacje określa się wszystkie nowe idee lub rzeczy, niezależnie od ich obiektywnej nowości.

W gospodarce innowacyjność jest postrzegana jako proces charakteryzujący się określonymi warunkami i polega na ciągłym wprowadzaniu zmian w określonych odstępach czasowych. Można zatem podać definicję innowacyjności precyzując ją jako proces wprowadzania i zastosowania pomysłów w praktyce gospodarczej oraz wdrożenie metod działania, które umożliwiają rozwiązywanie różnorakich problemów czy nurtujących kwestii. W każdej organizacji pojawiają się różnorakie koncepcje reorganizacyjne polegające na wdrażaniu rozwiązań sprzyjających obniżaniu kosztów czy rozwiązania polegające na opracowaniu nowych schematów kalkulacyjnych lub tez wdrażanie usprawnień na liniach montażu, produkcji w zespołach produkcyjnych. Wszystkie podejmowane kroki w przedstawionych zakresach można definiować jako innowacje. Innowacyjność należy zatem postrzegać jako tworzenie, akceptowanie i stosowanie nowych pomysłów, procesów oraz produkowanie nowych wyrobów i usług[1].

W takim ujęciu jako innowacyjność należy definiować różnorodne rozwiązania, których celem i efektem jest usprawnienie i ulepszenie metod oraz procesów wytwórczych i usługowych. W każdej organizacji wprowadzamy takie zmiany wewnętrzne w działalności przedsiębiorstw, które dotyczą ulepszeń organizacyjnych i przekształceń strukturalnych, zmian w metodach szkolenia pracowników oraz zasad doboru pracowników na różne stanowiska i funkcje, a także podejmowanie produkcji

[1] I.E. Greaves, *The SME: An Empirical Study of the Nature of Innovation Management*, Referat przedstawiony na konferencji „Developing Core Competencies in Small Business for the 21st Century", Vaasa 1996.

nowych wyrobów i ich modernizację, jak również wprowadzanie do procesów wytwórczych nowych wynalazków i technologii. W takim zakresie innowacje są utożsamiane z postępem technicznym.

Na szczególną uwagę zasługuje definicja według P. F. Druckera, który określa innowację jako specyficzne narzędzie przedsiębiorczości, a mianowicie działanie, nadające zasobom nowe możliwości tworzenia bogactwa. Poprzez zastosowanie innowacji przedsiębiorstwa mają możliwość do podejmowania działalności różnego rodzaju albo do świadczenia nowych usług[2]. Przedsiębiorcy kierujący się zasadami systematycznego rozwoju swoich firm powinni w aktywny sposób poszukiwać źródeł innowacji oraz zmian umożliwiających dalszy rozwój. Powinni także znać i stosować zasady skutecznych innowacji, które nie muszą mieć charakteru technicznego ani nawet materialnego. Według P. F. Druckera powszechne zastosowanie innowacji społecznych jest konieczne, ale jednocześnie trudniejsze niż innowacje techniczne. Innowację należy traktować jako pojęcie ekonomiczne albo społeczne, natomiast mniej jako techniczne[3].

W literaturze ekonomiczne funkcjonuje wiele definicji pojęcia innowacja. Według K. Fabiańskiej i J. Rokity, innowacja jest środkiem rozwoju przedsiębiorstwa w możliwie wielu obszarach sferach jego funkcjonowania i działania na otoczenie. Z koli S. Kasprzyk definiuje innowację jako nowy sposób na zaspokajanie nowych potrzeb, który nie był do tej pory znany. Innowacje można traktować jako nowe sposoby realizowania potrzeb ludzkich we wszystkich obszarach aktywności. Według K. Szymańskiego jako innowację należy rozumieć wszelkie zmiany uznawane przez człowieka za nowe w porównaniu do poprzedniego stanu w obszarze zarówno wartości, obyczajów, myśli i poglądów, zjawisk kulturowych oraz wszystkie usprawnienia organizacyjne, techniczne oraz społeczne pochodzące ze wszystkich dziedzin życia społecznego[4]. Innowacja może być postrzegana jako nowy sposób zaspokajania potrzeb[5].

---

[2] P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 11.

[3] M. Gableta, *Człowiek w zmieniającym się przedsiębiorstwie*, AEW, Warszawa 2003, s. 45.

[4] M. Gableta, *Człowiek w zmieniającym się przedsiębiorstwie*- op. cit., s. 48-49.

[5] Kotarba W., *Organizacja wynalazczości w przedsiębiorstw*ie, Zrzeszenie Wojewódzkich Klubów Techniki i Racjonalizacji, Warszawa 1987, s. 3.

W literaturze przedmiotu funkcjonują różne podejścia do innowacyjności, ale należy podkreślić, że jako dominującą należy uznać definicję innowacyjności, która oznacza skłonność i zdolność firmy do wprowadzania nowości w szerokim ujęciu[6].

Zagadnienie innowacyjności organizacji stanowi obszar ściśle powiązany z innowacjami i oznacza ono wdrażanie w organizacji innowacji z zakresu technicznego lub technologicznego polegającą na wdrożeniu nowego, produktu, rozpoczęcia nowego procesu, uruchomieniu linii produkcyjnej, która jest nowością w danym przedsiębiorstwie[7].

W odniesieniu do innowacji warto podkreślić, że mogą one być zaplanowane i świadomie wdrażane dla osiągania określonych celów oraz mogą być traktowane jak zmiany niezamierzone, lecz przynoszące w ostatecznym rozrachunku efekty bardzo korzystne dla przedsiębiorstwa.

3. Źródła innowacji

Wszystkie innowacje posiadają przynależne im źródła pochodzenia i tak przyjmując różnorakie kryteria, można dokonać różnorakich ich podziałów. Jeśli punktem odniesienia przyjmiemy układ międzynarodowy, to możemy wyróżnić źródła zagraniczne oraz krajowe. Jeżeli przyjmiemy kryteria rynkowe, to wyodrębnimy innowacje podażowe, niezależne od zapotrzebowania oraz innowacje popytowe, kreowane jako reakcja zapotrzebowanie płynące z obszaru produkcji oraz rynku. W literaturze naukowej wskazuje się na dwa zasadnicze źródła innowacji jako miejsca ich powstania, a mianowicie źródła zewnętrzne i wewnętrzne[8].

Jako zewnętrzne źródła innowacji należy traktować:

- prace naukowo-techniczne i naukowo-badawcze, które są prowadzone przez resortowe instytuty przy ścisłej współpracy uczelni wyższych,
- prace naukowo-badawcze, prowadzone przez PAN i wyższe uczelnie,

[6] *Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa, (*red.) R. Nowacki, Difin, Warszawa 2010, s. 30.

[7] E. Stawasz, *Przedsiębiorstwo innowacyjne* [w:] *Innowacje i transfer technologii – słownik pojęć*, (red.) K.B. Matusiak, PARP, Warszawa 2005, s. 133.

[8] M Gableta, *Człowiek w zmieniającym się przedsiębiorstwie*- op. cit., s.60.

– opracowania dotyczące nowych konstrukcji wyrobów, wszystkich nowych technologii i organizacji produkcji proponowanych przez ośrodki doświadczalne, instytuty branżowe oraz biura projektowe,
– zagraniczne opracowania w ramach licencji dotyczące nowych konstrukcji wyrobów,
– informacja ekonomiczna, organizacyjna i naukowo-techniczna dostarczana przez specjalistyczne ośrodki.

Wewnętrzne źródła innowacji stanowią:

– opracowania z zakresu nowej konstrukcji wyrobów, technologii i organizacji, wykonywane przez laboratoria, zakładowe biura rozwojowe, działy konstrukcyjno-technologiczne oraz
– wzory użytkowe, wynalazki, wszelkie udoskonalenia w zakresie konstrukcji i technologii oraz usprawnienia produkcji zgłaszane przez pracowników firm.

Jako najbardziej istotne źródło innowacji należy postrzegać i traktować badania naukowe prowadzone w uczelniach wyższych i jednostkach naukowo-badawczych. Kluczowym źródłem innowacji są pracownicy dostrzegający wszelkie trudności w przedsiębiorstwach i dokładający starań w kierunku ich rozwiązywania. Ten aspekt mocno akcentuje P. Drucker podkreślając istotę kadry w inicjowaniu zmian w zarządzaniu organizacjami.

Ważnym źródłem innowacji w przedsiębiorstwie jest okresowa ocena poziomu jego innowacyjności i rozpoznanie słabych i mocnych stron organizacji w tym zakresie. Większość pracowników zaangażowanych w rozwój organizacji dostrzega znaczącą rolę innowacyjności przedsiębiorstwa.

4. Rodzaje innowacji

Analizując rodzaje innowacji występujące w gospodarce można przyjąć i wskazać jako kryteria podziału innowacji wiele cech, spośród których jako najbardziej istotne należy uznać: stopień złożoności procesu, poziom zmian, sektory gospodarki, z której pochodzą zmiany, rodzaje rezultatów, do których prowadzą, zasięg oddziaływania, poziom psychospołeczny osób wdrażających innowacje czy korzyści niesione dla społeczeństwa.

W przypadku zastosowania kryterium złożoności procesu innowacji można wskazać innowacje niesprzężone i sprzężone[9]. Innowacje niesprzężone wskazują na wszelkie zmiany wdrażane przez jednego twórcę, który działa samodzielnie. Taki twórca działa opierając się na posiadanych zasobach wiedzy oraz umiejętności z zastosowaniem posiadanych środków technicznych i finansowych. Posiada on możliwość opracowania innowacji zarówno o charakterze twórczym, jak i naśladowczym. Jako przykład można wskazać innowacje wynikające z działalności racjonalizatorskiej.

Innowacje sprzężone są rodzajem innowacji występujących w sferze przemysłu i są wypracowane przez zespoły osób specjalizujących się w zmianach technicznych z zastosowaniem koncepcji podziału pracy, daleko idącej specjalizacji pracowników oraz połączenia wątków nauki i techniki w obszarze produkcji. Jako praktyczny aspekt prowadzenia takiej działalności jest powoływanie zespołów zadaniowych o różnorodnej strukturze i różnorakich umiejętnościach oraz kompetencjach poszczególnych uczestników.

Jeśli jako element rozpoznawczy wybierzemy kryterium oryginalności zmian, to możliwe jest wyodrębnienie innowacji oryginalnych (zwanych także kreatywnymi) oraz imitujących[10]. Innowacje oryginalne stanowią odkrycia i wynalazki, a także ich pierwsze zastosowanie twórcze w gospodarczej praktyce. Są one rezultatami pracy jednostki, zespołu lub całego przedsiębiorstwa. Jako innowacje imitujące przynoszące konkretne korzyści traktuje się odtwarzanie zmian. W gospodarce doskonały przykład stanowi schemat rozwoju gospodarki japońskiej jako kluczowy kierunek postępu, w wykorzystanie wynalazku następuje po raz drugi i nawet jeszcze kolejny.

Można przyjąć jako kryterium, określoną dziedzinę gospodarki albo nauki dającej początek zmianom i wtedy wyróżniamy innowacje twarde i miękkie. Innowacje twarde to zastosowanie nowych maszyny i urządzeń w takich dyscyplinach jak nauki techniczne i przyrodnicze. Innowacje miękkie sprowadzają się do wdrożenia nowych systemów organizacji

[9] W. Janasz, *Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską*, Difin, Warszawa 2005, s. 23

[10] W. Janasz, *Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską* –op. cit., s. 24.

czy też szkolenia zespołu i są wdrażane w zakresie nauk o organizacji i zarządzaniu.

Interesujący jest podział innowacji dokonany przez pryzmat skutków jakie one powodują, a mianowicie wyróżnia innowacje strategiczne, sprzyjające rozwojowi w wymiarze społeczno-ekonomicznym i posiadających znaczenie dla społeczeństwa. Innowacje bieżące natomiast są nakierowane na podniesienie efektywności gospodarowania w małych przedziałach czasowych. Tutaj możemy wymienić wdrażanie zmian w wyrobach, sferze wytwarzania i organizacji pracy.

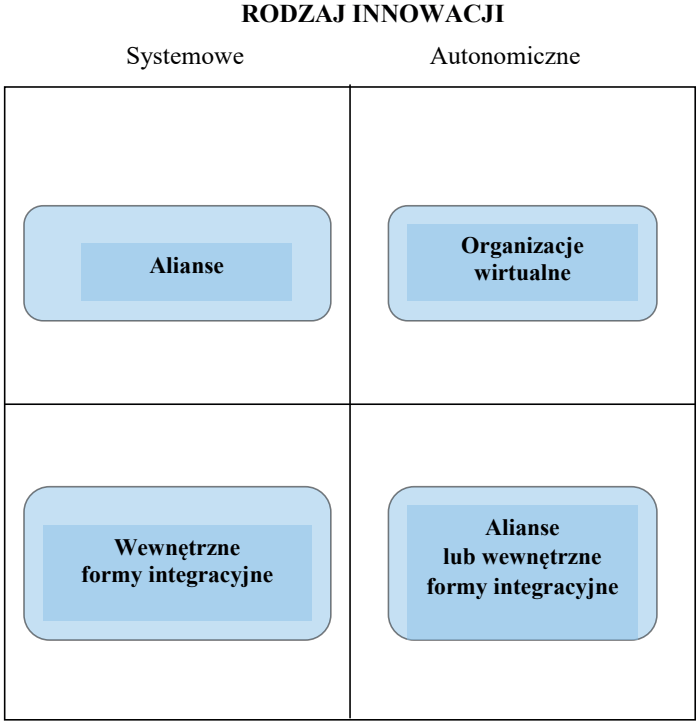
Stosując w klasyfikacji kryterium nowości, wyróżniamy innowacje jako nowości w skali światowej, nowości w skali danego kraju oraz nowości w skali danego przedsiębiorstwa.

W społeczeństwie niezmiernie ważny aspekt stanowią innowacje przynoszące korzyści dla całego społeczeństwa. W tym zakresie można wskazać innowacje powodujące obniżkę kosztów, poprawę jakości produktów, wzrost ilości produktów, nastawione na oszczędności w zakresie pracy ludzkiej oraz innowacje sprzyjające ochronie środowiska naturalnego (innowacje ekologiczne).

Szczególnie ważny jest podział innowacji ze względu na przedmiot innowacji. Wyodrębnia się tutaj innowacje: technologiczne, organizacyjne, ekonomiczne, społeczne i ekologiczne. W zakresie innowacji technologicznych można wskazać innowacje występujące w procesie wytwórczym i innowacje produktowe. Innowacja stosowane w procesie wytwórczym polega na zmianie metod wytwarzania, natomiast innowacja w produkcie, stanowi udoskonalenie wyrobu powstającego w przedsiębiorstwie. Wszystkie innowacje organizacyjne występujące w przedsiębiorstwie służą zmianie jego funkcjonowania i uzyskania oczekiwanych efektów ekonomicznych. Innowacje ekonomiczne w organizacji stanowią korzystne zmiany w obszarze finansów, płac, księgowej oraz sfery planistycznej. Innowacje w zakresie zarządzania mają kluczowe znaczenie w warunkach wdrażania gospodarki rynkowej. Globalizacja rynku pracy, szybki rozwój technologii, zagrożenie środowiska stanowią czynniki komplikujące zarządzanie przedsiębiorstwem. Jako cel zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji można wskazać zdobycie przewagi konkurencyjnej poprzez aktywizację ludzkich zdolności i umiejętności.

Ostatnią grupę stanowią innowacje społeczne ukierunkowane na warunki socjalno-bytowe pracowników, ich warunki bezpieczeństwa i higieny pracy, działalność kulturalną. O efektach społecznych mówimy poprzez eliminację prac ciężkich, szkodliwych dla zdrowia i zmianę warunków bezpieczeństwa i higieny pracy, eliminację chorób zawodowych, wypadków w pracy. O efektach ekonomicznych mówimy wtedy, gdy następuje wzrost wydajności pracy, przyrost zysku, przyrost produkcji, natomiast z efektami technicznymi mamy do czynienia w takich sytuacjach kiedy następuje poprawa parametrów technicznych maszyn, urządzeń, wyrobów lub usprawnień organizacji pracy i przebiegu procesu technologicznego.

Rodzaje innowacji oraz formy organizacyjne stosowane w ich wdrożeniu przedstawiono na rysunku 1.



Rysunek 1. Rodzaje innowacji oraz formy organizacyjne stosowane w ich wdrożeniu

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Machaczka, *Zarządzanie rozwojem organizacji*, PWN, Warszawa-Kraków 1998, s. 116.

5. Wdrażanie innowacji

Nauka odgrywa istotną rolę w życiu i rozwoju społeczno-gospodarczym, dlatego coraz większą rolę przypisuje się jej efektywności w życiu społecznym. Sprawne wdrażanie innowacji do praktyki gospodarczej stanowi kluczowe zagadnienie i decyduje o społecznej efektywności nauki. O szybkości i tempie rozwoju gospodarki w danym kraju nie decyduje liczba innowacji przygotowanych w danym kraju ani też pozyskanych licencji. Na tempo rozwoju gospodarki składa się skala wdrożenia i stosowania innowacji w praktyce gospodarczej. W literaturze naukowej oraz w praktyce gospodarczej akcentuje się fakt, że najsłabszym ogniwem w procesie innowacyjnym jest etap wdrażania innowacji. W tym etapie wprowadzania innowacji uwidaczniają się następujące błędy:

– rozpoczęcie prac badawczych bez dogłębnego rozpoznania potrzeb społecznych i brak dokonanej oceny możliwości wprowadzenia innowacji,

Tabela1. Zmiany zachodzące w procesie wdrażania innowacji ewolucyjnych i radykalnych

Wskaźniki zmian	Innowacje ewolucyjne	Innowacje radykalne
Zmiany w wyrobie	Doskonalenie aktualnie produkowanych wyrobów	Zasadnicze zmiany w konstrukcji wyrobów, nowe wyroby
Zmiany w procesie wytwarzania	Zmiany obejmujące poszczególne elementy procesu wytwarzania przebiegającego na niższym poziomie struktury organizacyjnej	Zmiany obejmujące całość procesu wytwarzania przebiegającego na niższym, średnim i wyższym poziomie struktury organizacyjnej
Zgodność innowacji z aktualnie stosowaną technologią i zabezpieczeniem w zasoby materialne	Istnieje	Nie istnieje (lub bardzo mała)
Okres opanowania nowej produkcji	Krótki	Długi
Niezbędne nakłady inwestycyjne	Małe (lub żadne)	Duże
Zwrot nakładów inwestycyjnych	Szybki	Powolny

Źródło: W. Janasz, *Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską*, - op. cit., s. 60.

– brak odpowiedniej znajomości potrzeb społecznych oraz sytuacji rynkowej, wynikająca z braku prowadzonych regularnych badań w tym zakresie,
– brak lub niedostateczne zainteresowanie wdrożeniami nowych rozwiązań ze strony przedsiębiorstw przemysłowych.

Zmiany zachodzące w procesie wdrażania innowacji ewolucyjnych i radykalnych przedstawiono w tabeli 1.

6. Istota procesu innowacyjnego

Proces innowacyjny jest kluczowym elementem rozwoju każdej organizacji w dynamicznie zmieniającym się środowisku biznesowym. Istota tego procesu polega na wprowadzaniu nowych pomysłów, rozwiązań i technologii, które mogą przynieść organizacji przewagę konkurencyjną na rynku. Innowacje mogą dotyczyć produktów, procesów oraz strategii działania firmy na rynku. Według Josepha Schumpetera, proces innowacyjny dotyczy wprowadzania na rynek nowych produktów, planowania procesów produkcji czy też organizacji. Innowacje mogą mieć charakter inkrementalny, polegający na ulepszaniu istniejących już rozwiązań, bądź też rewolucyjny, polegający na wprowadzeniu zupełnie nowej technologii czy produktu. Bez innowacji organizacje często nie są w stanie utrzymać się na rynku i konkurować z innymi firmami.

Istotą procesu innowacyjnego jest przede wszystkim kreatywność i otwartość na nowe pomysły i rozwiązania. Ważne jest również zachęcanie pracowników do innowacyjności poprzez stworzenie odpowiedniego środowiska pracy, w którym będą czuli się swobodnie i komfortowo[11]. Innowacyjność powinna być wspierana na wszystkich szczeblach organizacji, począwszy od zarządu, poprzez menedżerów, aż po pracowników wykonawczych[12].

[11] M.A. West, J.L. Farr, *Innovation at work: Psychological perspectives*, Social Behaviour, 4,1989, s. 15-30.

[12] F. Damanpour, J.D. Wischnevski, *Research on innovation in organizations: Distinguishing innovation-generating from innovation-adopting organizations.* Journal of Engineering and Technology Management, 2006, 23(4), s. 269-291.

Proces innowacyjny wymaga również odpowiednich zasobów finansowych i kadrowych, aby mógł być skutecznie realizowany. Organizacje powinny inwestować w badania i rozwój, szkolenia pracowników oraz rozwijanie partnerstwa z innymi firmami czy instytucjami naukowymi, ponieważ dzięki temu będą mogły stale wprowadzać kolejne innowacje na rynek i rozwijać się jako instytucja[13].

Kluczową rolę w procesie innowacyjnym odgrywają także relacje z klientami i partnerami biznesowymi. Słuchanie potrzeb i oczekiwań klientów oraz współpraca z partnerami mogą przyczynić się do stworzenia innowacyjnych rozwiązań, które będą odpowiadać na zmieniające się warunki rynkowe[14]. Proces innowacyjny jest nieodłącznym elementem działalności każdej organizacji, która pragnie rozwijać się i konkurować na rynku. Istota tego procesu tkwi w wprowadzaniu nowych pomysłów i rozwiązań, kreatywności oraz otwartości na zmiany. Organizacje powinny inwestować w badania i rozwój, kształcenie pracowników oraz budowanie relacji z klientami i partnerami biznesowymi, aby móc skutecznie konkurować na rynku.

Innowacje, którym teoria ekonomii przyznaje wiodącą rolę w kreowaniu wzrostu gospodarczego, stają się we współczesnym świecie coraz ważniejszym przedmiotem badań naukowych, a także obiektem praktycznych działań zmierzających do szerszego ich wykorzystania do realizacji ważnych celów dla współczesnego człowieka.

Niedocenionym czynnikiem definiującym proces innowacyjny jest czas.

Analiza prowadzenia procesów innowacyjnych pokazuje występowanie następujących prawidłowości, a mianowicie[15]:

– cykl innowacyjny ma charakter indywidualny i jest zróżnicowany; istotne znaczenie przypisuje się poziomowi rozwoju gospodarki oraz sektorowemu umiejscowieniu innowacji,

[13] M.A. Hitt, *Strategic leadership for the 1990s and beyond*. Business Horizons, 1994, 37(5), s. 3-9.

[14] A.C.Hax, D.J.Wilde II, *The Delta Project: Discovering New Sources of Profitability in a Networked Economy*. Strategic Management Journal,2001, 22(1), s. 3-22.

[15] W. Janasz, *Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską*, -op.cit.s.58.

– w miarę rozwoju cywilizacji widoczny jest trend skracania cykli innowacyjnych wybranych wyrobów lub technologii,
– współczesne innowacje stanowią rezultat zespołowej pracy,
– czasem wskazanie indywidualnego autora określonego wynalazku nie jest możliwe.

W cyklu życia każdej innowacji wyróżnia się moment pierwszego zastosowania, który rozpoczyna następną fazę zwaną etapem upowszechnienia (lub dyfuzji) innowacji. W literaturze przedmiotu prezentuje się modele dyfuzji innowacji, w których można wyszczególnić absorpcję innowacji, a następnie ich eliminację przez zastąpienie ich przez bardziej doskonałe rozwiązania.

Warto podkreślić, że dla rozwoju nauki bardzo istotne stały się lata osiemdziesiąte i dziewięćdziesiąte, ponieważ w tym czasie nastąpił intensywny rozwój prac nad wyjaśnieniem istoty i charakteru innowacji. W szczególności ten czas doprowadził do uznania jako dyscypliny naukowej inwentyki, ekonomiki innowacji, naukoznawstwa, zarządzania innowacjami oraz inżynierii projektowania, czyli dziedzin, których przedmiotem zainteresowania były procesy innowacyjne.

7. Kreatywność

Jako kreatywność postrzegamy taką cechę działania w codziennym życiu i pracy lub oraz coś, czego wręcz wymaga się od każdej osoby czy każdego pracownika. Oznacza to przesunięcie akcentu z procesu odkrywania i wspierania wybitnych talentów na tworzenie warunków kształtujących kreatywność „zwykłych" ludzi, rozumianą jako to, co pozwala adaptować się na co dzień do zmieniającego się środowiska i podejmować ryzyko stosowania nowych rozwiązań konkretnych problemów.

Kreatywność opisywana jako cecha aktywnego podejścia do działania jest aspektem oczekiwanym od każdego pracownika, ponieważ stanowi cechę, która daje możliwość elastycznego dopasowania się do zmian zachodzących w środowisku zewnętrznym oraz do podejmowania wszelkich działań w celu rozwiązania zdefiniowanych trudności. W takim rozumieniu pojęcia należy przywołać teorię hierarchii potrzeb według

A. Maslowa, w której autor podkreśla, że za osoby kreatywne uznajemy takie osoby, które akceptują samego siebie, kładą nacisk na systematyczny rozwój własny, propagują zdrowy styl życia i są szczęśliwe.

Kreatywność w rozumieniu potocznym jest postrzegana jako synonim twórczości, a ta jest kojarzona z działalnością pisarzy, ludzi związanych z tworzeniem sztuki. Jako osoby kreatywne definiuje się natomiast pracowników przedsiębiorstwa. W takim sposobie postrzegania każda osoba twórcza jest kreatywna, ale nie każda osoba kreatywna jest twórcza[16].

Odnosząc te rozważania na grunt organizacji, to dla każdego przedsiębiorcy-właściciela, oczekiwane są twórcze działania pracownika. J. Schumpeter wprowadza pojęcie oryginalności w procesie rozwoju, który ściśle jest związany z procesem edukacji i inwestowaniem w systematyczne doskonalenie człowieka. Na gruncie organizacji i przedsiębiorstwa chodzi o wprowadzenie stosownych mechanizmów i zarządzania ludźmi. Jako wymierny efekt tych działań są realne korzyści, jakie przedsiębiorstwo otrzymuje w formie innowacji.

Kreatywność polega umiejętności zastosowania wiedzy z różnych dziedzin do tworzenia oryginalnych nowych rzeczy i jest to cecha ludzkiej natury. Według Michaela A. Westa kreatywność jest cechą, która prowadzi do systematycznego odkrywania nowych sposobów myślenia i nowych dróg rozwiązywania napotkanych trudności i konfliktów, które powstają w codziennym działaniu[17]. W takim podejściu odrzuca się utarte schematy działania i odkrywa nowe znaczenia w różnych dziedzinach życia, łączy się rozwiązania w zupełnie niekonwencjonalny sposób. Kreatywność jest postrzegana jako subiektywna ocena wartości i oryginalności działania każdej jednostki albo grupy osadzonej w określonym kontekście, co oznacza że aspekt kreatywności zależy od szerszego kontekstu, w którym jest prezentowana nowa myśl, proces, czy produkt oraz sposób postępowania.

Ogromne spektrum możliwości kreatywnego myślenia wykorzystuje w pełni osoba posiadająca zaufanie do własnego sposobu myślenia, czyli świadomie definiuje cel swojego myślenia i określa sposób jego osiąga-

[16] E. Jerzyk, G. Leszczyński, H. Mruk, *Kreatywność w biznesie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004, s. 17.

[17] M.A. West, *Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 12.

nia oraz świadomie zdaje sobie sprawę z tego, że każdy sposób podejścia do tematu i każdy sposób oceny sytuacji jest tylko jednym z wielu możliwych podejść czy sposobów. Ważna jest także świadomość człowieka kreatywnego, dotycząca tego, że każdy temat wymaga poświęcenia kolejnego czasu na przemyślenie, ponieważ myślenie stanowi sztukę, w jakiej warto się doskonalić[18].

8. Podsumowanie

Zagadnienie innowacji jest nierozerwalnie związane z kreatywnością, a ta cecha stanowi początek wszelkich działań prowadzących od tworzenia koncepcji poprzez działanie do realnego efektu w postaci wdrożenia nowego produktu lub sposobu postępowania w określonym procesie. W celu nadania właściwej rangi innowacyjności w działaniu każdej organizacji i każdego przedsiębiorstwa należy wskazać miejsce kreatywności pracowników, bowiem od tego zaczyna się jej promowanie w działaniach innowacyjnych. Interakcja tych zagadnień stanowi nierozerwalny proces obejmujący pomysł, wdrożenie, działanie i zmiany. Kreatywność jest otwarciem się na nowe rozwiązania i jest początkiem zmian, zawsze prowadzi rozwoju innowacyjności.

Bibliografia

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

Bubrowiecki, A., *Sekrety kreatywnego myślenia: jak rozbudzić swoją kreatywność i tworzyć genialne pomysły?,* Internetowe Wydawnictwo „Złote Myśli", Gliwice 2009.

Damanpour, F., Wischnevsky, J. D., *Research on innovation in organizations: Distinguishing innovation-generating from innovation-adopting organizations*. Journal of Engineering and Technology Management, 2006, 23(4).

[18] A.Bubrowiecki, *Sekrety kreatywnego myślenia: jak rozbudzić swoją kreatywność i tworzyć genialne pomysły?,* Internetowe Wydawnictwo „Złote Myśli", Gliwice 2009, s.12.

Greaves I.E., *The SME: An Empirical Study of the Nature of Innovation Management*, Referat przedstawiony na konferencji „Developing Core Competencies in Small Business for the 21st Century", Vaasa, 1996.
Gableta M., *Człowiek w zmieniającym się przedsiębiorstwie*, AEW, Warszawa 2003.
Hax, A. C., Wilde II, D. J., *The Delta Project: Discovering New Sources of Profitability in a Networked Economy*. Strategic Management Journal, 2001, 22(1).
Hitt, M. A., *Strategic leadership for the 1990s and beyond*. Business Horizons, 1994, 37(5).
*Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa, (*red.) R. Nowacki, Difin, Warszawa 2010.
Janasz W., Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską, Difin, Warszawa 2005.
Jerzyk, E., Leszczyński, G., Mruk, H., *Kreatywność w biznesie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004.
Kotarba W., *Organizacja wynalazczości w przedsiębiorstw*ie, Zrzeszenie Wojewódzkich Klubów Techniki i Racjonalizacji, Warszawa 1987.
Machaczka J., Zarządzanie rozwojem organizacji, PWN, Warszawa-Kraków 1998.
Stawasz E., *Przedsiębiorstwo innowacyjne* [w:] *Innowacje i transfer technologii – słownik pojęć*, (red.) Matusiak K.B., PARP, Warszawa 2005.
West M.A., *Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
West, M. A., Farr, J. L, *Innovation at work: Psychological perspectives*, Social Behaviour, 4,1989.

INNOVATION AND CREATIVITY. THE ESSENCE OF INNOVATION PROCESS

Abstract: The basic source of economic development is innovation, which is seen as a condition of company growth and the opportunity of promotion in specific rankings. In the aim of carrying out any company rankings and its innovation the analysis of the basis for taking up activities is necessary. The growth continuity and the analysis of the conditioning of innovation activity of the company or the lack of action in this field is also needed.

The sphere of practical economic activities indicates how expensive is to introduce new product to the market and what kind of risk this company activity is burdened. The analysis of practical market activities gives examples of many economic entities which didn't have success in this field. What is more often it was the cause of significant financial loss. One cannot abandon the activity in the sphere of launching new products and introducing them to the market, because

these negligence favours the risk of failure on the market. Each business entity without new products is excluded from the new benefits which come out of innovation. And still on the certain stage, without future development, the company lets its competitors to develop, being in stagnation itself. It leads to neglect the development chance and the survival of the company long term.

In the market economy the salesman usually try to finalize the transaction. Their success is the result of positive assessment by the customers of the company in comparison to its rivals. The customers satisfaction becomes the best way to conduct the company business. The goal is achieved mainly by the widening the choice for the customers, bringing new products to the market which occurred, among others, thanks to many innovative actions.

The aim of this article is to discuss the essence of the innovation and creativity and the course of the innovation process which is the main driving force of the organization development.

Key words: innovation, innovation process, creativity, company development, competitive advantage