

# Lidia Białoń, Emilia Werner

---

## Świadomość innowacyjności : wyniki badań studentów I roku Zarządzania WSM w Warszawie

---

Zarządzanie. Teoria i Praktyka nr 2 (6), 23-38

---

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.

**Lidia Białoń**

**Emilia Werner**

Wyższa Szkoła Menedżerska w Warszawie

## **ŚWIADOMOŚĆ INNOWACYJNOŚCI – WYNIKI BADAŃ STUDENTÓW I ROKU ZARZĄDZANIA WSM W WARSZAWIE\***

### **Wprowadzenie**

Analiza wpływu różnorodnych czynników na rozwój nauki i jej zastosowań ma w praktyce długą historię. Zastosowanie osiągnięć naukowych dla rozwoju gospodarki, wprowadzanie innowacji ma obecnie szczególne znaczenie. W dokumencie – Narodowy Program Rozwoju Foresight Polska 2020<sup>1</sup>, autorzy wyraźnie podkreślają między innymi słabość polskiej gospodarki, niski poziom innowacyjności i kreatywności organów administracji publicznej, niską jakość kapitału społecznego. Można do tego dodać jeszcze inne zaobserwowane zjawiska – słabą wiedzę przedsiębiorstw o dostępnych instrumentach wdrażania procesów innowacyjnych, a nade wszystko – brak potrzeby wdrażania innowacji. Przez długi okres czasu, głównym czynnikiem hamującym powstawanie i wdrażanie innowacji były niedoskonałe mechanizmy ekonomiczne, w tym również niedostateczny poziom środków finansowych. Od momentu wstąpienia Polski do Unii Europejskiej wydawało się, że poziom polskiej innowacyjności istotnie wzrośnie, dzięki możliwości korzystania z instrumentów strukturalnych i ogromnej puli środków udostępnionych w Polsce w planowanym okresie 2007-2013. Okres ten dobiega końca, a tak się nie stało. Powstają pytania:

- Czy przy konstrukcji mechanizmów ekonomicznych oraz zasad korzystania ze środków unijnych był brany pod uwagę czynnik sprawczy in-

---

\* Udział procentowy poszczególnych Autorów w powstaniu artykułu: Lidia Białoń – 70%, Emilia Werner – 30%.

<sup>1</sup> Wyniki Narodowego Programu Foresight, Polska 2010, Warszawa 2009.

nowacyjności, jakim jest świadomość innowacyjności poszczególnych ludzi i społeczeństwa?

- Czy istnieją i jakie są relacje między warstwą świadomościową a mechanizmami wdrożeń innowacji w różnych dziedzinach życia gospodarczego i społecznego?

Przypominamy, że pojęcie innowacyjności jest szersze od pojęcia innowacji. Innowacja to – „**wprowadzanie zmian do układów gospodarczych i społecznych, których efektem jest wzrost użyteczności produktów i usług, procesów technologicznych oraz systemów zarządzania, poprawa racjonalności gospodarowania, ochrona i poprawa środowiska przyrodniczego, lepsza komunikacja międzyludzka oraz ostatecznie poprawa jakości życia zawodowego i prywatnego członków społeczeństwa**”<sup>2</sup>. Innowacyjność zaś jest to **zdolność do kreowania i wdrażania innowacji**.

Zakłada się, że to właśnie niska świadomość innowacyjności zarówno menedżerów, szczególnie MŚP, jak i obywatelska świadomość innowacji jest jedną z istotnych przyczyn zarówno niewiedzy na temat ich powstawania i wdrażania, jak i braku potrzeb w tym zakresie. Zdaniem J. Hausnera polską gospodarkę cechuje „dyfuzja naśladowcza”, a konieczne staje się przejście do „dyfuzji kreatywnej”, gdzie przydatne staje się twórcze, a nie imitacyjne i adaptacyjne nastawienie do technologii i rozwiązań zarządczych. Nowy model rozwoju Polski musi być uformowany również na potencjale innowacyjnym istniejącym w sferze obywatelskiej<sup>3</sup>.

Problem zwiększenia poziomu innowacyjności jest podnoszony również w ostatnim projekcie rozwoju nauki i innowacyjności w Unii Europejskiej, pod nazwą Horyzont 2020. Wśród trzech priorytetów zawartych w tym projekcie znajduje się „wiodąca pozycja w przemyśle”, którego celem jest przyspieszenie rozwoju technologii i innowacji. Powinny one zapewnić podstawy działania przedsiębiorstw przyszłości i pomóc europejskim MŚP przerodzić się w firmy wiodące na rynku światowym. Realizacja zamierzeń rozwojowych kraju może być dokonana tylko przez przedsiębiorców i inne grupy społeczne o wysokiej świadomości innowacyjności, a jej kształtowanie jest problemem podstawowym dla podniesienia poziomu innowacyjności gospodarki. Mając to na uwadze uznaliśmy, że pierwszym krokiem działania na rzecz podniesienia tego poziomu powinno być zbadanie, jak rozumiana jest innowacyjność i co wnosi ona w życie człowieka. Czy może pomóc w podnoszeniu innowacyjności gospodarki? Podjęliśmy próbę dokonania diagnozy stanu świadomości innowacyjności na przykładzie wybranej do badań próby, składającej się ze studentów pierwszego semestru wydziału zarządzania.

<sup>2</sup> L. Białoń, *Zręby teorii innowacji*, [w:] *Zarządzanie działalnością innowacyjną*, Wyd. PLACET, Warszawa, 2010, s. 19.

<sup>3</sup> J. Hausner, *Kurs na innowacje. Jak wyprowadzić Polskę z rozwojowego dryfu?*, Biuletyn PTE, nr 3, 2012, s. 10-11.

## 1. Przedmiot, zakres i miejsce badań

Przedmiotem badań prezentowanych w artykule jest świadomość innowacyjności. Powiązanie problemu innowacji z problemem świadomości niesie ze sobą szereg problemów metodycznych. Cóż to jest świadomość innowacyjności? W aspekcie psychologii można mówić najogólniej o świadomości, która odnosi się do procesu, podczas którego człowiek koncentruje swoją uwagę na akcie świadomości oraz podczas którego koncentruje się na przedmiocie świadomości. Analogicznie, świadomość innowacyjności ma również dwa aspekty.

Skupienie na akcie twórczości, tworzenie innowacji w różnych dziedzinach, co dotyczy tylko nielicznych i co powinno być wspomagane, pobudzane i wyciągane na światło dzienne przez politykę i edukację<sup>4</sup>. Skupienie na przedmiocie, jakim są powstałe i powstające innowacje, czyli uczestnictwo w świecie innowacji, może być podłożem ich powstawania oraz potrzeby wdrażania. Właśnie to uczestnictwo ma, jak się wydaje badającym ze względu na swą powszechność, bodajże najważniejsze znaczenie dla rozwoju życia gospodarczego. Na podstawie dotychczasowego dorobku teoretycznego dotyczącego innowacji oraz obserwacji życia gospodarczego i społecznego, zdefiniowałyśmy **świadomość innowacyjności jako percepcję informacji o zmianach zachodzących w otaczającym świecie, ich cechach i wzajemnych stosunkach, wpływająca na powstawanie potrzeby innowacji w życiu osobistym oraz otoczeniu, stymulująca zachowania proinnowacyjne. Posiadając świadomość innowacyjności człowiek nabiera przekonania, że innowacje są konieczne dla normalnego funkcjonowania osobistego, firmy, kraju, regionu.** Świadomość w aspekcie skupienia się na przedmiocie, w tym przypadku na innowacjach, oparta jest przede wszystkim na wiedzy o tym przedmiocie. Główny obszar niniejszych rozważań, mających również cel dydaktyczny, zajmie właśnie wiedza, czasami traktowana równoznacznie z pojęciem świadomości.

Biorąc pod uwagę powyższe, prosiliśmy studentów aby:

1. Opisałi, co wg nich oznacza innowacyjność w stosunku do osoby, przedsiębiorstwa, regionu, kraju.
2. Opisałi jedną innowację w swojej firmie, bądź szkole w latach 2009-2012, a także określili skutki jej wdrożenia.
3. Wymienili dwie przełomowe innowacje w Polsce i na Świecie w XX i XXI wieku.
4. Wymienili trzy innowacje, których wdrożenie wprowadziłoby istotne zmiany w osobistym życiu.
5. Napisałi, jakie mają zamierzenia życiowe po ukończeniu studiów.

---

<sup>4</sup> E. Werner, *Drogi rozwoju świadomości innowacyjnej*, [w:] L. Bialoń, (red.), *op. cit.*, s. 419-433.

Uzyskane wypowiedzi powinny dać obraz innowacyjności w interpretacji tej grupy.

W dotychczasowej literaturze pojęcie innowacyjności odnosi się głównie do organizacji gospodarczych i rozumiane jest jako zdolność do podejmowania, wprowadzania nowoczesnych rozwiązań technicznych, technologicznych, organizacyjnych i marketingowych. Jest motorem rozwoju i konkurencyjności – przedsiębiorstwa, regionu, kraju, a nawet osoby.

Odpowiedź na pytanie drugie łączy się z egzemplifikacją innowacji, rozumianej jako wdrożoną zmianę. Drugie pytanie konkretyzuje pojęcie innowacji.

Pytanie trzecie dotyczy innowacji przełomowych w skali globalnej – w świecie i w Polsce. W pytaniu zawarta jest sugestia, iż występuje różnica między drobnymi zmianami a innowacjami przełomowymi, a odpowiedź na nie pozwala w przybliżeniu sądzić o wiedzy w tym zakresie.

Odpowiedź na pytanie czwarte miała sprowokować respondentów do zastanowienia się, co w gruncie rzeczy dla niego samego oznacza innowacyjność i innowacje, które chciałby wprowadzić w swoich życiowych planach (okres 10 lat).

Pytanie piąte miało być wskazaniem podjęcia kroków dla realizacji zamierzeń zawartych w odpowiedziach na pytanie czwarte. Jednocześnie odpowiedzi na pytanie czwarte i piąte powinny być wyrazem logiki myślenia o innowacyjności i jej świadomości.

Zalozoną podstawą tych pięciu pytań było przemyślenie: Jestem innowacyjny? Co zaważyło na dotychczasowym życiu moim i otoczenia? Czego bym oczekiwał i jak mogę to osiągnąć?

Celem badań było uzyskanie wypowiedzi związanych z powyższymi problemami, co powinno pozwolić na sformułowanie: czym są innowacje w świadomości badanych?

Wszystkie pytania tworzące ankietę były pytaniami otwartymi. Badanie więc ma charakter jakościowy. Wypowiedzi zostały poddane procesowi kategoryzacji i następnie dokonaliśmy interpretacji ilościowej. Respondentami są studenci pierwszego roku studiów zaocznych wydziału zarządzania. Pogrupowani zostali wg wieku – do 25lat, 26-45 lat i ponad 45 lat. Zalozyliśmy, że niewątpliwie mieli oni styczność z innowacjami, nawet nie zastanawiając się metodycznie nad tym zjawiskiem oraz nie znając jego definicji. Taka sytuacja jest korzystna dla celu badań, gdyż pozwala po pierwsze, na uchwycenie stanu początkowego świadomości innowacyjności przyszłych menedżerów. Dodatkowym naszym zamiarem było uwzględnienie wyników badań w budowaniu programów nauczania. Po drugie, ich stan świadomości, jako ludzi jeszcze nie wykształconych w tym zakresie, może odzwierciedlać, oczywiście traktując badaną grupę jako pilotażową, powszechny stan badanego zjawiska. Ze względu na duże zróżnicowanie liczebności poszczególnych grup zastrzegamy, że podane procenty nie

w pełni oddają istotę różnic wypowiedzi między nimi. Przebadaliśmy ogółem 272 osoby. Badania zostały przeprowadzone w pierwszym kwartale 2013 roku.

## 2. Innowacje w odniesieniu do osoby

Podjęmowanie problemów innowacyjności w stosunku do osoby jest jak wspomniano nowością i jest to najtrudniejsza do interpretacji część rozważań. Nie miałyśmy tu szczegółowych założeń, jak powinno się odnieść zjawisko innowacyjności do osoby. Ogólnie tylko założyłyśmy, że osoba o świadomości innowacyjności powinna dążyć do poprawy jakości swego życia – z jednej strony poprzez wykorzystanie różnego rodzaju innowacji powstających w jej otoczeniu i z drugiej – poprzez osobistą koncepcję, pomysł na jego ulepszenie w danych warunkach życiowych oraz działanie w tym kierunku czyli wprowadzanie zmian. To ogólne założenie rozwinęłyśmy. Mianowicie, innowacyjność w stosunku do osoby może mieć charakter:

- adaptacyjny – dostosowywanie do zmieniającego się otoczenia technicznego, społecznego – wykorzystywanie innowacji;
- antycypacyjny – dostrzeganie przyszłości (chodzi tu o przyszłość w wymiarze osobistym) – działanie by była dobra, a można też powiedzieć – lepsza.

Pytanie to nie sugerowało konkretów. Miało raczej wyzwolić tok myśli, refleksji własnych.

**Tabela 1.** Innowacyjności w odniesieniu do osoby

L.p.	Wyróżniki innowacyjności w opinii respondentów	Respondenci w wieku do 25 lat – liczba osób 187 = 100%	Respondenci w wieku 25-45 lat – liczba osób 74 = 100%	Respondenci w wieku pow. 45 lat – liczba osób 11 = 100%*
		% wskazań	% wskazań	% wskazań
1.	Innowacyjność to w ogóle stopniowy rozwój człowieka.	55	52	36
2.	j.w. ze szczególnym podkreśleniem celu – stałe doskonalenie jakości życia	4	8	55
3.	j.w. ze szczególnym podkreśleniem rozwoju emocjonalnego i społecznego	6	3	-

4.	Sklonność do wprowadzania zmian w życiu	9	10	9
5.	Cechy psychiczne – kreatywność, pomysłowość	28	27	9
6.	Cechy psychiczne – odczuwanie problemów kraju i świata	-	1	-
7.	Kształcenie się	6	3	-
8.	Umiejętność wykorzystywania innowacji technicznych	4	3	-
9.	Wyróżnianie się ubiorem, stylem, itp.	3	3	-
10.	Przystosowanie się do nowych norm społecznych i moralnych	1	-	-
11.	Osoba z charyzmą	1	-	-
12.	Osoba aktywizująca innych	1	-	-
13.	Umiejętność podejmowania ryzyka	1	-	-
14.	Wypowiedzi niejasne i nie na temat	8	7	-

\* Tu i we wszystkich tabelach, suma wierszy nie sumuje się do 100% ze względu na wielokrotność odpowiedzi

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Jak widać stosunkowo mały procent respondentów reprezentuje poglądy, które wskazywałyby na adaptacyjny charakter innowacji w stosunku do osoby – wyniki w wierszach 8-10.

Zdecydowana większość badanych wskazała na antycypacyjny charakter innowacji w odniesieniu do osoby. Są to przede wszystkim (uważają tak zwłaszcza młodszy badani) cechy psychiczne – kreatywność, pomysłowość, odczuwanie problemów ogółu, charyzma, umiejętność podejmowania ryzyka, aktywizowanie innych (wiersze 5, 6 i 11-13). Jako główny wyróżnik innowacji „osobowej” wyszczególniano – stopniowy rozwój człowieka (wiersz 1). Wydawałoby się to jakby nieporozumieniem, ale tylko na pozór. W prezentowanej tabeli zachowano wierność sformułowaniom studentów, a odczytując ich intencje można sądzić, iż widzą drogę do bycia innowacyjnym w osobistym rozwoju. Niektórzy podkreślali wagę rozwoju emocjonalnego i społecznego (wiersz 4), oraz podkreślali cel, czyli doskonalenie jakości życia (wiersz 3), zwłaszcza osoby po 45 roku życia, co jest z naszego założenia istotą aspektu osobowego innowacji. Szczególną rolę pełni tu też proces kształcenia się, zwłaszcza dla respondentów

młodszych. Zaledwie kilka procent badanych (ale jednak) podkreśliło, iż człowieka o którym można powiedzieć że jest kreatywny, cechuje skłonność do wprowadzania zmian. Jest to szczególnie istotne dla osób w przedziale wieku 25-45 lat.

Na tle prezentowanych danych nasuwa się kilka pytań – jak duży odsetek naszego społeczeństwa ma cechy po prostu zwykłego życia – szeroko pojęty rozwój oraz wykształcenie traktuje jako wyróżniki innowacyjności? Charakter antycypacyjny innowacji w odniesieniu do osoby odnosi się w większości przypadków do niej samej. Nie wyróżniło się stwierdzenie, że osoba innowacyjna to ktoś, kto dąży do stworzenia lepszej rzeczywistości, chociaż takie intencje były wyczuwalne w niektórych wypowiedziach dotyczących posiadania specyficznych cech psychicznych i aktywizowania innych. W gruncie rzeczy badani zwrócili uwagę tylko na tworzenie potencjału innowacyjnego. Może to jest przyczyną, że Polska jest krajem o bardzo dobrze ocenianej przedsiębiorczości obywateli, a jednocześnie o doraźności rozwiązań i niskiej innowacyjności gospodarki?

O przedsiębiorczości, ale też i o tym, że badani stanowią w ogóle, a więc i w dziedzinie innowacji potencjał rozwojowy świadczą deklaracje, jakie złożyli odpowiadając na pytanie o zamierzenia osobiste. Oczywiście są to tylko deklaracje, ale duży procent wypowiedzi dotyczy spraw innowacji i rozwoju. Mówi o tym ok. 70% osób w wieku do 25 lat, ok. 60% w wieku 26-45 i ok. 40% w wieku ponad 45. Jak widać zamiary te są właściwe dla młodszych, ale i starsi biorą też je pod uwagę. Wiele osób chce mieć własną firmę – 34% w wieku do 25 lat, 30% w przedziale 26-45 i 9% pow. 45 roku życia. Do rozwoju firmy, w której się pracuje chce się przyczynić ok. 18% respondentów od 26 i pow. 45 roku życia. Młodzi reprezentują to zamierzenie tylko w 5%. Zmianę pracy natomiast planuje 10% badanych do 25 roku życia, 15% w wieku 26-45 lat i 9% starszych.

Przy okazji rozważań o osobistym wymiarze innowacji, należy przytoczyć w znacznym skrócie wypowiedzi na temat – jakie innowacje poprawiłyby badanym jakość życia osobistego?

### **3. Innowacje wpływające na jakość życia osobistego**

Pytanie na powyższy temat miało na celu ujawnienie, jakie osiągnięcia nauki i techniki miałyby lub już mają, pozytywny wpływ na wspomnianą jakość życia danej badanej osoby, rozpatrując potrzeby jakie istnieją i zaistnieją na przestrzeni 10 lat. Intencją było więc tu właściwie ujawnienie zarówno marzeń, jak i znajomości wyżej wspomnianych osiągnięć. Wypowiedzi związane z tym pytaniem lepiej charakteryzują aspekt dostosowawczy odniesienia innowacyjności



w stosunku do osoby, niż wypowiedzi związane z pytaniem pierwszym, gdyż konkretyzują związek innowacji z zaspokajaniem określonych potrzeb ludzi. Największym problemem badanych, (jak i innych członków współczesnego społeczeństwa) są ceny paliw oraz trudności komunikacyjne, stąd propozycje innowacji w zakresie samochodów szczególnie hybrydowych – 30% osób w wieku do 25 lat, pozostali 10 i 9%. Także nowych, tańszych źródeł energii odpowiednio 14, 15 i 9% oraz w zakresie komunikacji przestrzennej – 26, 27, 9%. Ważne wydają się też innowacje medyczne, zwłaszcza dla badanych w wieku pow.45 lat – 36%. Dla młodszych – 26 i 27%. Obejmują one szeroki zakres nowych, skutecznych leków na choroby dotychczas nieuleczalne oraz zabiegów medycznych. Zwraca uwagę fakt, że zapomniano jakby, iż pytanie zadane zostało w trybie przypuszczającym po to, by niekoniecznie mówić o realiach, realnie oceniając możliwości wprowadzenia do własnego życia danej innowacji. Badani wykazali się w większej liczbie przypadków wiedzą niż szczególnie fantazją, która skłoniłaby ich do wypowiedzi mało realistycznych. Natomiast jest tak w dużej ilości przypadków, że jeśli ktoś ma problemy z dostępem do Internetu wskazuje tę już wdrożoną od dawna innowację za poprawiającą jego sytuację życiową. Wymieniali też między innymi: innowacje w zakresie tzw. inteligentnych budynków – 11, 16 i 27%, a także – podpis elektroniczny, różne udogodnienia w użytkowaniu komputerów i telefonów komórkowych, learning, multimedialne karty informacji o człowieku, autopilot w samochodzie. Najbardziej jednak zastanawiającym jest wskazywanie – ok. 40% ogółu badanych – jako na innowację różnych zdarzeń życiowych, takich jak: małżeństwo, ukończenie studiów, kursów, zakup mieszkania, itp. W pierwszym rzędzie, świadczy to o braku znajomości definicji innowacji, co zresztą było przez nas przewidziane i zaplanowane. Świadczy też o pewnej „egocentryczności” i jak się wydaje, o braku odczuć, że szeroko pojęte innowacje wpływające na jakość życia społeczeństwa, mają również wpływ na ich osobistą jakość życia.

#### **4. Innowacyjność w odniesieniu do regionu**

Omawiając ten problem, należy dokonać pewnych zastrzeżeń. Po pierwsze, nie ma precyzyjnej definicji co to jest region, a w związku z tym trudno precyzyjnie skonstruować jego model innowacyjności. Istniejące Regionalne Systemy Innowacji mają zapewnić wysoki poziom innowacyjny i konkurencyjny gospodarki na poziomie lokalnym, regionalnym. Ten poziom innowacji osiągany jest z założenia poprzez dyfuzję osiągnięć naukowo-badawczych do sfery gospodarki, dzięki współpracy lokalnych uczestników szeroko pojętego życia publicznego. Wyróżnikiem innowacyjności regionu byłoby więc np.: istnienie na terenie regionu placówki B+R, która powstała dzięki ich inicjatywie.

Analizując wypowiedzi można domyślać się, że dla respondentów region to lokalny obszar, który bezpośrednio znają (gmina, powiat, jakaś część lub całe województwo).

**Tabela 2.** Innowacyjność w odniesieniu do regionu

L.p.	Wyróżniki innowacyjności w opinii respondentów	Respondenci w wieku do 25 lat – liczba osób 187 = 100%	Respondenci w wieku 25-45 lat – liczba osób 74 = 100%	Respondenci w wieku pow. 45 lat – liczba osób 11 = 100%
		% wskazań	% wskazań	% wskazań
1.	Dbalosc o ekologię	43	45	27
2.	Dobra współpraca z sąsiadami	40	47	-
3.	Tworzenie nowych miejsc pracy	6	9	18
4.	Budowa dróg	15	8	9
5.	Nowoczesne urzędy	4	-	9
6.	Rozwój oświaty i kultury	6	6	-
7.	Popieranie i tworzenie jednostek B+R	5	10	18
8.	Udostępnienie postępu, w tym – Internet dla wszystkich	22	29	20
9.	Myślenie w kategorii strategii regionu – wykorzystanie potencjału regionu	4	16	-
10.	Inwestowanie w nowe źródła energii	-	1	-
11.	Wypowiedzi niejasne i nie na temat	19	8	9

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Wśród wyróżników innowacji w odniesieniu do regionów, prawie połowa respondentów wymieniła dobrą współpracę z sąsiadami. Niewątpliwie każda dobra współpraca w każdej działalności ma pozytywne znaczenie, także w działalności innowacyjnej, ale nie to dotyczy jej istoty. Wydaje się, że respondenci nie odróżniają w dużej mierze, rutynowej działalności od innowacyjnej, do czego można zaliczyć np. budowę dróg. Niewykluczone, że wyróżniki – rozwój kultury, sztuki, korzystanie z potencjału regionu, tworzenie miejsc pracy

i wspieranie MŚP oraz popieranie jednostek B+R, są wyróżnikami innowacyjności regionu, ale zależy to od konkretnych przedsięwzięć, jakie się na nie składają. Jednocześnie należy tu przypomnieć, że innowacja to pojęcie ograniczone czasowo. Co jest innowacją dziś, za czas jakiś nią już nie będzie. Jeszcze na miano innowacji zasługuje – dbałość o ekologię, udostępnianie Internetu, inwestowanie w nowe źródła energii, co właśnie zostało wymienione przez respondentów.

## 5. Innowacje w odniesieniu do kraju

Innowacyjność w odniesieniu do kraju oznacza z jednej strony rosnące wskaźniki innowacyjności, z drugiej zaś działania narodowego systemu innowacji wspierające innowacyjność regionów i firm, pobudzając je do działań. Model innowacyjności kraju obejmuje tworzenie warunków do szybkiego wprowadzania zmian technologicznych, społecznych i organizacyjnych, przyczyniających się do rozwoju gospodarki, poprawy koniunktury i poprawy jakości życia obywateli.

**Tabela 3.** Innowacyjność w odniesieniu do kraju

L.P.	Wyróżniki innowacyjności w opinii respondentów	Respondenci w wieku do 25 lat – liczba osób 187 = 100%	Respondenci w wieku 25-45 lat – liczba osób 74 = 100%	Respondenci w wieku pow. 45 lat – liczba osób 11 = 100%
		% wskazań	% wskazań	% wskazań
1.	Tworzenie nowych firm i nowych miejsc pracy	9	7	-
	Wspieranie M S P	4	5	9
2.	Wykorzystanie własnych atrybutów: w postaci surowców osiągnięć naukowych	50 2	47 1	27 -
3.	Zdobywanie rynków zbytu	15	3	-
4.	Bycie dobrym rynkiem zbytu	17	2	-
5.	Pozytywny wpływ rządu na zmiany gospodarcze	9	7	-
6.	Inwestycja w nowoczesne źródła energii	7	3	-
7.	Budowa dróg	13	16	19

8.	Dobre stosunki z innymi krajami, zwłaszcza sąsiadami	10	7	9
9.	Stosowanie zachęt do wprowadzania do gospodarki osiągnięć badań naukowych	9	9	9
10.	Wejście do Unii Europejskiej	3	-	-
11.	Pozyskiwanie źródeł dofinansowania działalności	3	-	-
12.	Dbalność o ekologię	5	13	15
13.	Wypowiedzi niejasne i nie na temat	16	17	14

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Wypowiedzi badanych pozwoliły na sformułowanie 12 wyróżników innowacyjności kraju.

Zwraca uwagę uznanie surowców, jako atrybutów kraju w aspekcie innowacyjności. Wykorzystywanie surowców i ich eksport, to idee gospodarcze sprzed przeszło 50 lat. Skąd więc mniemanie, że iż taka praktyka świadczy o innowacyjności? Podobnie „bycie dobrym rynkiem zbytu” świadczy o niezrozumieniu procesów gospodarczych. Również licznie reprezentowana kategoria – dobre stosunki z sąsiadami, gdzie zawarte jest przede wszystkim stwierdzenie dotyczące celu tych stosunków – uzyskanie jak najlepszej pozycji wśród innych krajów, może być spowodowane między innymi informacjami w mediach o polskiej polityce zagranicznej i nie powinno być traktowane jako wyróżniki innowacyjności w odniesieniu do kraju. Jako ważną innowację, przyczyniającą się do jakości życia ludzi, wymieniono budowę dróg.

Wśród wyróżników świadczących pozytywnie o znajomości przez badanych wymogów współczesności, szczególnie ważne jest wskazanie na wykorzystywanie badań naukowych. Na zainteresowanie zasługuje też wskazanie jako wyróżnika innowacyjności, konkretnie naszego kraju, wejście do Unii Europejskiej.

## **6. Innowacyjność w odniesieniu do firmy oraz przykłady innowacji wprowadzonych dotychczas w firmach, w których badani są zatrudnieni**

Innowacyjność w odniesieniu do firmy rozumiana jest jako zdolność do szybkiego wprowadzania nowoczesnych rozwiązań technologicznych, technicznych i organizacyjnych. Jest motorem jej rozwoju i stanowi atut konkuren-

cyjny. W pojęciu tym mieści się tworzenie potencjału innowacyjnego, poszukiwanie źródeł innowacji, racjonalny przebieg procesów innowacyjnych, a także procesów dyfuzji.

**Tabela 4.** Innowacyjność w odniesieniu do firmy

L.p.	Wyróżniki innowacyjności w opinii respondentów	Respondenci w wieku do 25 lat – liczba osób 187 = 100%	Respondenci w wieku 25-45 lat – liczba osób 74 = 100%	Respondenci w wieku pow. 45 lat – liczba osób 11 = 100%
		% wskazań	% wskazań	% wskazań
1.	Wprowadzanie nowych produktów	13	14	27
2.	Wprowadzenie nowych technologii	75	76	72
3.	Tworzenie ogólnego potencjału firmy	36	44	36
	Wyróżnienie potencjału ludzkiego	3	40	30
4.	Wprowadzanie procedur innowacyjnych w różnych dziedzinach funkcjonowania firmy	8	9	-
5.	Myślenie strategiczne	8	10	9
6.	Rozszerzanie rynków	1	1	9
7.	Poprawianie pozycji rynkowej	8	4	9
8.	Stale dążenie do poprawy efektywności działania firmy	10	13	9
9.	Uzyskiwanie dopłat z funduszy unijnych	2	-	-
10.	Dbalność o ekologię	2	-	-
11.	Współpraca międzynarodowa	2	-	-
12.	Wprowadzanie do działań przedsiębiorstwa wyników badań naukowych	1	1	-
13.	Wypowiedzi niejasne i nie na temat	13	3	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Odpowiedzi respondentów wskazują tu na dobre rozeznanie, co jest wyróżnikiem innowacyjności firmy. Wskazano przede wszystkim na te wyróżniki, które przyczyniają się do powstawania potencjału innowacyjnego (wiersz 3, 4, 5, 6 i 10), np. potencjał ludzki. Wśród nich znajdują się wyróżniki „miękkie” – procedury, myślenie strategiczne. Nie pominięto tych, które dotyczą procesów innowacyjnych (wiersz 1, 2, 11), a także efekty tych procesów (wiersz 7, 8, 9) oraz tych, które odnoszą się do źródeł innowacji (wiersz 12, 13). Zdajemy sobie sprawę, iż formułując wyróżniki innowacyjności firmy, badani wymieniali je w sposób chaotyczny, bez świadomości, żeby je w pewien ustalony teoretycznie sposób uporządkować. Efekty procesów innowacyjnych wyraźniej widzą respondenci powyżej 45 roku życia.

Badani mają też bardzo dobrą orientację, jakie innowacje wprowadzono w firmach, w których pracują, bądź w szkołach, które ukończyli.

Respondenci nie mieli większych kłopotów z wymienieniem innowacji. Ich przykłady w firmach czy szkołach, to głównie nowe urządzenia techniczne – wymienione przez ok. 50% respondentów we wszystkich przedziałach wiekowych. W przypadku szkół są to środki dydaktyczne. W związku ze zmianami technicznymi i technologicznymi wymieniano zmiany organizacyjne – ok. 40% respondentów we wszystkich grupach wieku. Za innowację ok. 20% ogółu respondentów uważa wprowadzanie nowych produktów. Stosunkowo mało wskazano innowacji menedżerskich – ok. 6% wszystkich badanych. Warto tu zacytować innowacje dotyczące szkół – wprowadzenie dzienników elektronicznych oraz w wielu przypadkach unowocześnienie wyposażenia i organizacji pracy biblioteki.

## **7. Innowacje przełomowe współczesnego świata**

W tej części badań chodziło o identyfikowanie pojęcia innowacja i w ślad za tym wymienienie, zdaniem badanych, najważniejszych innowacji przełomowych, jakie powstały na świecie i w Polsce. Respondenci mogliby wymienić zarówno koło, jak i rakieta, czy telefon komórkowy. Można uznać, że wykazali się bardzo dużym zasobem wiedzy na ten temat, mimo iż nie rozróżniali pojęć, odkrycie naukowe a innowacja oraz innowacja przełomowa a innowacja przyrostowa, co można uznać za naturalne, gdyż jak wspomnieliśmy na początku artykułu, nie otrzymali jeszcze uporządkowanych informacji na ten temat.

Najczęściej wymienianą innowacją przełomową jest we wszystkich grupach wiekowych – komputer. Osoby w wieku do 25 lat wymieniali też różne urządzenia powstałe w związku z rozwojem technologii komputerów, co trudno uznać za innowację przełomową. Około 50% ogółu respondentów jako innowację przełomową wymieniło Internet. Wskazano przy tym też, jako innowację

raczej przyrostową, z punktu widzenia technologii – powstanie portali społecznościowych. To zjawisko można raczej uznać za przełomową innowację społeczną, wymienienie go jest więc niebagatelne. Wielu też respondentów za innowację przełomową uznało telefon komórkowy – ok. 20% ogółu badanych. Tylko ok. 4% wymieniało przy tym analogicznie do komputerów różne, stopniowo wprowadzane rozwiązania techniczne tego sprzętu. 16% osób wspominało o telewizji. Ok. 10% wszystkich badanych wymieniło jako innowacje przełomowe, innowacje medyczne i farmakologiczne – przykładowo przeszczepy i penicylina. Również 10% za przełom uznało nowy sposób świadczenia usług bankowych (karty płatnicze, karty płatnicze zbliżeniowe i kredytowe, podpis elektroniczny).

Można jeszcze wskazać:

Kamizelki kuloodporne – ok. 2%, barwna fotografia – też ok. 2%, płyta Blu Ray – ok. 2%, Grafen – ok. 3% i GMO – ok. 3% ogółu badanych.

Poza tym wymieniano: powstanie fizyki cząstek, odkrycie radu, rentgen, silniki elektryczne ręczne, fotografia cyfrowa, systemy 3D, 4D, 5D, szybkie koleje, niebieski laser, okna plastikowe, GPS.

Dużo osób poświęciło uwagę szeroko rozumianym innowacjom społecznym. Były tu specyficzne dla Polski – powstanie zawodowej armii, reforma samorządowa, Ustawa VAT, a nade wszystko – wejście Polski do UE – 17% badanych studentów. Inne polskie innowacje, nie społeczne, ale o znaczeniu społecznym to ich zdaniem – budowa stadionu, metra, lotniska.

Były też innowacje z tego zakresu o znaczeniu ogólnoświatowym, jak – nowy sposób prowadzenia wojny, obowiązkowa likwidacja barier dla niepełnosprawnych, dostrzeżenie wagi ekologii.

Badani wymienili też najstarsze innowacje, w dziedzinie organizacji produkcji i pracy, takie jak: powstanie taśmy produkcyjnej, a także nowsze jak – zarządzanie korporacyjne.

## Podsumowanie

Celem prezentowanych badań była identyfikacja świadomości innowacyjności studentów pierwszego semestru Wydziału Zarządzania Wyższej Szkoły Menedżerskiej, przyszłych menadżerów różnych szczebli. Świadomość innowacyjności powinna obejmować opinie i przekonania, o konieczności prowadzenia działalności innowacyjnej, gdyż jest ona konieczna dla normalnego funkcjonowania człowieka, firmy, regionu i kraju. Stąd pytania identyfikujące ją na tych poziomach.

Problemem metodologicznym, ze względu na pewne pionierstwo ujęcia tematu, jest interpretacja wypowiedzi dotyczących punktów odniesienia pojęcia

innowacyjność. Najwięcej wątpliwości budzi pojęcie innowacyjności w stosunku do osoby. Można jednakże na podstawie całości rozważań na ten temat przyjąć uogólnienie – w świadomości innowacyjności, którą badani odnoszą do siebie, dominuje podejście tworzenia potencjału innowacji, głównie przez edukację na różnych jej poziomach. Ten potencjał jest, jak można uznać, ich osobistym potencjałem istnienia w sytuacji zmian technicznych, technologicznych i społecznych. Odniesienie do regionu nasuwa przypuszczenie, że respondenci nie mają rozbudzonych wymagań w tym zakresie. Wymienione przez nich wyróżniki wskazują na oczekiwania pod adresem zakresu i sprawności zarządzających regionem, które powinny być w danej sytuacji, raczej pracami rutynowymi. Wyróżniki innowacyjności kraju świadczą przede wszystkim o niedostatkach wiedzy ekonomicznej. Chodzi tu i o jej brak, ale też być może, i o niezrozumienie sytuacji i tendencji rozwojowych współczesnej gospodarki. Najcelniej badani wyróżniali cechy innowacyjności firmy. Mimo kontrowersji, spowodowanych brakiem klarownego modelu innowacyjności w stosunku do osoby, a w związku z tym, braku pewności co do poprawności wskazanych wyróżników, można zaryzykować twierdzenie, że stan świadomości, w pewnym stopniu utożsamiony z wiedzą, jest tym gorszy im dalszy jest obiekt odniesienia (firma, kraj, region). Wiedzy ogólnej jednak badanym studentom nie brakuje, o czym świadczą wypowiedzi na temat konkretnych innowacji jako takich. Wyniki badań wskazują więc, że wiedza badanych na temat innowacji jest dość obszerna, ale nieusystematyzowana. Może ten brak usystematyzowania spowodował, że obok wypowiedzi istotnych, w wielu przypadkach (średnio kilkanaście procent przy każdym pytaniu) było wiele wypowiedzi niejasnych lub wręcz nie na temat.

Badania świadomości innowacyjności powinny przyczynić się do konstruowania i doskonalenia programów nauczania menedżerów, dzięki którym zarządzane przez nich firmy łatwiej będą przekształcane w firmy innowacyjne, a co za tym idzie, menedżerów przyczyniających się do rozwoju gospodarki innowacyjnej. Ponadto badania te stwarzają dalsze perspektywy ich kontynuowania i pogłębiania.

## Literatura

Bandura A., *Samowzmacnianie: zdolność sprawowania pozytywnej wewnętrznej kontroli nad samym sobą*, [w:] Zimbardo G.F., Ruch F.L., *Psychologia i życie*, PWN, Warszawa 1997, s. 133-136.

Białoń L., (red.), *Aktywność innowacyjna organizacji*, Wyd. Oficyna Wydawnicza WSM, Warszawa 2008.

Białoń L., (red.), *Zarządzanie działalnością innowacyjną*, Wyd. PLACET, Warszawa 2010.



Bochniarz P., *Kreatywność i innowacyjność a kapitał intelektualny Polski. Materiały z konferencji inauguracyjnej europejski rok kreatywności*, Warszawa, kwiecień, 2009.

Bralczyk J. (red.), *Słownik 100 tysięcy potrzebnych słów*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2009.

Hausner J., *Kurs na innowacje. Jak wyprowadzić Polskę z rozwojowego dryfu?* Biuletyn PTE, nr 3, 2012, Warszawa, 2012.

Kozielecki J., *Konceptje psychologiczne człowieka*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 1998.

Okoń-Horodyńska E., *Edukacja dla innowacji*, [w:] „Nauka i Szkolnictwo Wyższe” Nr 1/31, 2008.

Okoń W., *Słownik pedagogiczny*, Warszawa 1998.

Werner E., *Drogi rozwoju świadomości innowacyjnej*, [w:] Białoń L., (red), *Zarządzanie działalnością innowacyjną*, Wyd. PLACET, Warszawa 2010.

Wyniki Narodowego Programu Foresight, Polska 2010, Warszawa 2009.

Zimbaro Ph., Floyd L., Ruhl, *Psychologia życia*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa, 1998.

#### AWARENESS OF INNOVATION – THE STUDIES OF THE FIRST YEAR STUDENTS WSM MANAGEMENT IN WARSAW

##### ***Abstract***

*This article concerns two main issues: firstly, it is an attempt to define consciousness of innovativeness treated as an important factor supporting the formation and, in particular, implementation of innovations and secondly, it is a description, based on surveys, of what level of awareness is represented by future managers. Observations made on its basis are intended to improve curricula.*

***Key words:*** *innovation, Awareness of innovation.*