

Remigiusz KOZUBEK
Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania

INNOWACJE W ŚWIADOMOŚCI SPOŁECZNEJ – PRÓBA IDENTYFIKACJI PROBLEMU

Streszczenie. Idea innowacji jest we współczesnym świecie obecna niemal w każdej dziedzinie życia polityczno-społeczno-gospodarczego. W artykule autor podejmuje problematykę niedookreślenia definicyjnego tego pojęcia, zwracając uwagę na rolę definicji społecznej tego zagadnienia. Ponadto w artykule wskazana jest pozycja Polski w rankingach dotyczących innowacyjności skorelowana z postrzeganiem tej idei przez społeczeństwo.

Słowa kluczowe: innowacja, definiowanie innowacji, postrzeganie innowacji.

INNOVATION IN SOCIAL CONSCIOUSNESS – ATTEMPT TO IDENTIFY THE PROBLEM

Summary. The idea of innovation is in the modern world present in almost every area of political, social and economy life. In this article, author describes the issue of definitional indefiniteness of the concept, noting the importance of the role of the social definition of the idea. In addition, the article indicated the position of Poland in rankings on innovation correlated with the social perception of the idea.

Keywords: innovation, defining innovation, the perception of innovation.

1. Wprowadzenie

Pojęcie innowacji oraz sama idea innowacyjności jest obecnie zagadnieniem, którego przejawy możliwe są do dostrzeżenia w wielu dziedzinach życia politycznego, gospodarczego i społecznego. Można nawet zaryzykować stwierdzenie, że jest to idea *modna* we współczesnym świecie. Świadczy o tym na przykład skala obecności tej tematyki w dokumentach programowych Unii Europejskiej, nacisk, jaki kładzie się na innowacyjność

przy wszelkiego rodzaju programach dofinansowania czy chociażby liczba wyników wyszukiwania hasła *innovation* w jednej z najpopularniejszych wyszukiwarek internetowych Google.com – po wpisaniu tego hasła możliwych jest do wyświetlenia około 115 000 000 stron internetowych, które zawierają w sobie treści dotyczące innowacyjności¹.

W samej Unii Europejskiej, w ramach strategii *Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*, wiceprzewodniczący Komisji Europejskiej Antonio Tajani promuje jeden z przewodnich programów – *Unia innowacji*, który kładzie szczególny nacisk na innowacyjność w ramach działalności polityczno-gospodarczo-społecznej UE. Poniższy cytat ze słów wiceprzewodniczącego KE doskonale obrazuje wagę innowacyjności w bieżącej polityce UE.

W obecnej sytuacji gospodarczej (kryzys finansowy oraz globalne wyzwania) innowacje są ważniejsze niż kiedykolwiek wcześniej. Problemy związane ze zmianami klimatu, energią, bezpieczeństwem żywności, zdrowiem i starzeniem się społeczeństwa można rozwiązać tylko za pomocą nowych, innowacyjnych metod².

Projekt przewodni *Unia innowacji* ma na celu wykorzystywanie wszelkiej działalności badawczo-rozwojowej oraz właśnie innowacji do rozwiązywania wymienionych przez wiceprzewodniczącego problemów³. Te kilka przykładów doskonale obrazuje wagę roli, jaką współczesny świat przypisuje właśnie innowacyjności, niemniej jednak, aby o pojęciu tym mówić w sposób precyzyjny, należy odpowiedzieć na kluczowe pytanie – co to jest innowacja? W ramach tej pracy autor będzie się starał wskazać, w jaki sposób pojęcie innowacji istnieje w świadomości społecznej oraz jakie jest społeczne postrzeganie tego pojęcia, odwołując się zarówno do teoretyków tego pojęcia, jak i wyników badań statystycznych obrazujących postawy wobec zagadnienia innowacyjności.

2. Definiowanie innowacji

Źródłosłowem pojęcia innowacji jest łacińskie *innovare*, czyli *tworzenie czegoś nowego*. Do nauk ekonomicznych wprowadził je Joseph Alois Schumpeter, który postrzegał je bardzo szeroko, jako: wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych bądź też udoskonalenie tych już istniejących, wprowadzenie nowej lub udoskonalenie już istniejącej metody produkcji, stworzenie nowego rynku, zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów, wykorzystanie nowych surowców lub prefabrykatów bądź też wprowadzenie nowej

¹Wyszukiwanie słowa *innovation* w wyszukiwarce internetowej Google.com, www.google.pl/search?client=opera&q=innovation&sourceid [dostęp: 01.02.2014].

²www.ec.europa.eu/commission_2010-2014/tajani/hot-topics/innovation-union/index_pl.html [dostęp: 01.02.2014].

³ Zob. Zygierewicz A., *Polityka innowacyjna Unii Europejskiej*, [w:] *Studia BAS*, nr 1(25), Warszawa 2011.

organizacji produkcji⁴. Dla badań statystycznych GUS stworzył własną definicję innowacji, która brzmi następująco: *Innowacja jest to wdrożenie nowego lub istotnie ulepszanego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody organizacyjnej lub nowej metody marketingowej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem. Produkty, procesy oraz metody organizacyjne i marketingowe nie muszą być nowością dla rynku, na którym operuje przedsiębiorstwo, ale muszą być nowością przynajmniej dla samego przedsiębiorstwa. Produkty, procesy i metody nie muszą być opracowane przez samo przedsiębiorstwo, mogą być opracowane przez inne przedsiębiorstwo bądź przez jednostkę o innym charakterze (np. instytut naukowo-badawczy, ośrodek badawczo-rozwojowy, szkołę wyższą itp.)*⁵. W przewodniku skierowanym głównie do przedsiębiorców *Innowacje – co jest co?* autorzy sugerują, aby rozumieć innowację jako *nowy lub znacząco ulepszony produkt, usługę, proces, działanie marketingowe lub rozwiązanie organizacyjne*⁶. Piotr Weryński jeszcze inaczej definiuje analizowane pojęcie – według niego innowacja to działanie wielowymiarowe, które ma umożliwić najpierw powstanie, a później wdrożenie nowych rozwiązań umożliwiających osiągnięcie przewag konkurencyjnych w stosunku do otoczenia, a w wariacie minimum pozwala na przetrwanie w stale zmiennym otoczeniu⁷.

Podobnie różni autorzy dla własnych potrzeb – czy to aplikacyjnych, czy teoretycznych – przekształcają definicję innowacji i tworzą własne definicje operacyjne lub skupiając się jedynie na jakimś wycinku życia społeczno-gospodarczego, formułują definicje bardzo wąskie i specjalistyczne przez dodanie do wyrażenia *innowacja* różnorodnych przymiotników. Dzięki takim zabiegom powstają różnego rodzaju definicje innowacji marketingowych, technologicznych, społecznych itd. Jest to sytuacja równie komfortowa, ze względu na elastyczność samego pojęcia, co niebezpieczna – ze względu na niedoprecyzowanie pojęcia, a co za tym idzie – możliwość różnego rodzaju nadużyć i błędów wynikających z operowania tym samym pojęciem, lecz w gruncie rzeczy mówienia o innych desygnatach. Problem typologizacji i klasyfikacji innowacji ze względu na ich przedmiot oraz podmiot jest cały czas podejmowany przez badaczy, jednak powoduje to dalsze namnażanie ich definicji⁸. Zdaniem autora niezbędne są tutaj działania mające na celu ujednoczenie owych definicji i próbę konstrukcji takiej, która będzie zawierała jak najszerszy opis desygnatu omawianego

⁴ Zob. Schumpeter J.A., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.

⁵ www.stat.gov.pl/gus/definicje [dostęp: 01.02.2014].

⁶ Parteka T., Kasprzak P. (red.), *Pomorskie Studia Regionalne. Innowacje – co jest co?*, Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego, Gdańsk 2006, s. 8.

⁷ Weryński P. (red.), *Matryca Potrzeb Marketingowych. Testowanie i upowszechnianie narzędzia*, Difin, Warszawa 2013, s. 172-173.

⁸ Zob. Adams R., *Perceptions of innovations: exploring and developing innovation classification*, Cranfield University, Bedford 2003.

pojęcia, będąc jednocześnie jak najbardziej dokładną i precyzyjną. Na szczęście takie prace ciągle trwają i można znaleźć takie opracowania⁹.

Powyższe definicje innowacji zostały przytoczone po to, aby uzmysłwić, jak bardzo szerokim pojęciem może być innowacja, a co za tym idzie – jak wiele elementów składowych może się w niej zawierać. Na potrzeby tej pracy, a dokładniej mówiąc – w celu porównania definicji *akademickich* oraz tych, które funkcjonują w świadomości społecznej, autor przyjął, że punkt odniesienia będzie stanowić definicja Piotra Weryńskiego – ze względu na najwyższy poziom ogólności, jaki sobą prezentuje. Niemniej jednak elementy społecznej definicji innowacyjności, o których będzie mowa w dalszej części pracy, wskazywane przez respondentów badania zawierały się w każdym z przytoczonych powyżej opisów omawianego desygnatu.

Z punktu widzenia nauk społecznych istotnym elementem rozważań nad tematyką innowacyjności jest określenie tego, jak jest ona definiowana przez członków społeczeństwa, czyli najczęściej odbiorców i użytkowników innowacji. Sytuacją idealną byłoby pokrywanie się przynajmniej na najwyższym poziomie ogólności definicji *akademickich* czy też *profesjonalnych* z tymi, które funkcjonują w świadomości społecznej.

Z badań przeprowadzonych na potrzeby realizacji projektu *Z matrycą do innowacyjnej przedsiębiorczości*¹⁰ współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej, Europejskiego Funduszu Społecznego, wynika, że taka sytuacja zachodzi, przynajmniej na skalę, którą obejmowały owe badania. Wśród przedstawicieli sektora MMŚP (mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa) oraz wśród studentów wyższych uczelni województwa śląskiego, których zapytano o to, jak postrzegają innowacje oraz jak by je zdefiniowali, można było zaobserwować bardzo zbliżone odpowiedzi, co poskutkowało wytworzeniem na potrzeby realizowanego projektu uogólnionej społecznej definicji innowacji, która zawierała w sobie takie elementy, jak: pozytywna zmiana, wytwarzanie i wprowadzanie nowości oraz udoskonalanie już istniejących rozwiązań¹¹. Takie intuicyjne definiowanie innowacji jest zbieżne z najważniejszymi punktami obecnymi w definicjach tworzonych przez teoretyków tej tematyki. Taki stan rzeczy świadczy o braku jakichkolwiek zaburzeń w pojmowaniu przez społeczeństwo, czym są innowacja i innowacyjność. Co ważne, umożliwia to łatwy transfer innowacyjnych idei, produktów i usług ze sfer akademickich i profesjonalnych do ogromnej rzeszy odbiorców i użytkowników innowacji. Pozwala to również na intuicyjne określanie przez tych użytkowników i odbiorców, co innowacją jest, a co nią nie jest, a co za tym

⁹ Zob. Baregheh A., Rowley J., Sambrook S., Towards a multidisciplinary definition of innovation, [in:] *Management Decision*, Vol. 47, No. 8, 2009.

¹⁰ Zob. Weryński P. (red.), *Matryca Potrzeb Marketingowych. Diagnoza problemu i konstrukcja narzędzia*, Difin, Warszawa 2012 oraz Weryński P. (red.), *Matryca Potrzeb Marketingowych. Testowanie i upowszechnianie narzędzia*, Difin, Warszawa 2013.

¹¹ Więcej na temat postrzegania i definiowania innowacji przez respondentów badań prowadzonych w ramach projektu *Z matrycą do innowacyjnej przedsiębiorczości* można znaleźć w rozdziale: Kozubek R., *Innowacyjność w sektorze MMŚP według badanych*, [w:] Weryński P. (red.), *Matryca...*, op.cit., s. 62-70.

idzie – na minimalizowanie kosztów związanych z edukacją na temat innowacji oraz szeroko pojętym marketingiem innowacyjnych rozwiązań.

3. Społeczne postrzeganie innowacji

Przy tak silnym oddziaływaniu idei innowacyjności na kształt polityki społeczno-gospodarczej Unii Europejskiej (w tym Polski) oraz szerzej – całego świata – niezbędne wydaje się zadanie pytania o to, jak innowacyjność jest postrzegana przez społeczeństwo. Sukces lub porażka wielu idei zależała w historii i dalej zależy od społecznej akceptacji danego pojęcia oraz od pozytywnego lub negatywnego nastawienia społeczeństwa do niego. Pozytywny odbiór zagadnienia innowacyjności przez polskie społeczeństwo może być elementem kluczowym we wprowadzaniu tej idei w praktykę, powodując obniżenie kosztów (zarówno materialnych, jak i społecznych) jej wdrażania oraz jej przyspieszony rozwój. Niestety europejskie badania dotyczące poziomu innowacyjności oraz jej postrzegania nie świadczą dobrze o kondycji tej idei w Polsce.

Od 2000 roku w Unii Europejskiej prowadzone są coroczne badania poziomu innowacyjności, w których mierzonych jest 25 wskaźników podzielonych na pięć kategorii. Trzy z nich zostały określone jako te, które dotyczą nakładów, natomiast dwie obrazują wyniki¹². Od samego początku prowadzenia owych badań w czołówce krajów proinnowacyjnych znajdują się kraje skandynawskie, takie jak na przykład Szwecja, której wskaźnik EIS (*European Innovation Scoreboard*) wynosi 0,72 (w skali od 0 do 1), natomiast jeden z najniższych współczynników prezentuje na przykład Rumunia (0,16). Polska w tym rankingu osiągnęła wskaźnik 0,23, a więc trzy razy niższy niż w Szwecji¹³.

Na potrzeby badania postrzegania innowacyjności w Unii Europejskiej przy zastosowaniu metodologii *Eurobarometer*¹⁴ zostały określone cztery grupy postaw wobec niej. Pierwszą z nich są przeciwnicy innowacji, którzy stanowili 16% próby, drugą – typ niechętnych (czyli osoby, które nie są jeszcze gotowe na przyjęcie innowacyjnych rozwiązań), którzy stanowili 33% badanych. Grupa trzecia, stanowiąca 39% respondentów, to osoby zainteresowane innowacjami. Ostatni typ podejścia do innowacji to entuzjaści – stanowią oni 11% badanej populacji. Z wyników badania wynikało, że Polska należy do grupy krajów, których obywatele są w najmniejszym stopniu przygotowani na przyjęcie innowacji (wraz

¹² Zob. European Innovation Scoreboard 2005, Comparative Analysis of Innovation Performance, European Trend Chart on Innovation, European Commission, 2005.

¹³ Markowska M., Społeczne postrzeganie innowacji w krajach UE (na podstawie badań Eurobarometer), [w:] Rapacz A., Gospodarka a środowisko. Innowacyjność w gospodarce, Wyd. UE, Wrocław 2008, s. 23.

¹⁴ Zob. Population Innovation Readiness, Special Eurobarometer 236/Wale 63.4 – TNS Opinion & Social, European Commission, 2005.

z Litwą). Świadczy o tym odsetek osób, które zostały zakwalifikowane do grupy przeciwników innowacji lub osób im niechętnych – wyniósł on 60%¹⁵.

Taki wynik wskazuje na poważne problemy Polski, jeśli chodzi o innowacyjność. Pomimo ciągle zwiększanych nakładów kierowanych na innowacyjne rozwiązania nie można stwierdzić, że wraz z nimi w sposób odpowiedni rosną również wyniki innowacyjnych rozwiązań. Taka sytuacja może być spowodowana małą skalą promocji innowacyjnych rozwiązań, a także ciągłym istnieniem barier systemowych i prawnych dla prowadzenia innowacyjnej gospodarki, transferu innowacji ze sfery badań do biznesu, a w szerszej perspektywie wprowadzania innowacji społecznych, które pomimo tego, że są niezwykle trudne do jednoznacznego pomiaru, to w stopniu najwyższym wpływają na poziom innowacyjności społeczeństwa oraz na społeczną akceptację tego pojęcia, która w sposób znaczący wpływa na dalszy rozwój innowacyjności, stanowiąc samonapędzający się mechanizm. Dalsze trwanie takiego stanu rzeczy może powodować w długofalowej perspektywie obniżanie się konkurencyjności Polski w stosunku do innych państw Wspólnoty i świata, co w sytuacji gospodarki opartej na wiedzy, w której innowacje odgrywają kluczową rolę, może spowodować powstanie trudnej do pokonania przepaści między Polską a jej konkurentami. Dlatego też należy niezwłocznie przeanalizować powody tak niskiego poziomu innowacyjności naszego kraju na poziomie rządowym i jak najszybciej wprowadzić programy, które pomogą w rozwijaniu poziomu innowacyjności już teraz, ponieważ każde opóźnienie będzie powodowało zwiększanie się innowacyjnej przepaści.

W podobnym tonie na temat innowacyjności w Polsce wyraża się najnowszy europejski sondaż dotyczący tego zagadnienia. Z opracowania *Innovation Union Scoreboard 2013* można dowiedzieć się o tym, że Polska jest zaliczana do grupy *Modest innovators*¹⁶ (nieefektywny innowator) wraz z takimi krajami, jak Litwa czy Bułgaria. Są to kraje, które w badaniu osiągnęły wyniki poniżej średniej europejskiej dotyczącej innowacyjności¹⁷. Co więcej, na przestrzeni ostatnich lat Polska obniżyła swoją pozycję, ponieważ wcześniej była zaliczana do grupy trzeciej – umiarkowanych innowatorów. Polska jest też w obecnym rankingu krajem, który prezentuje najniższy w porównaniu z poprzednimi latami poziom wzrostu innowacyjności. Wynosi on 0,4%, a na przykład Cypr osiąga 1,7% rocznego wzrostu innowacyjności¹⁸. W tym samym opracowaniu, w dziale opisującym profile krajów członkowskich EU, Polska jest opisana jako kraj należący do grupy nieefektywnych innowatorów, który prezentuje się poniżej europejskiej średniej, natomiast jego siła

¹⁵ Markowska M., Społeczne postrzeganie innowacji w krajach UE..., op.cit., s. 26-27.

¹⁶ W badaniu kraje, ze względu na osiągnięte wyniki zostały podzielone na cztery grupy – 1. Innovation leaders (liderzy innowacji), 2. Innovation followers (zwolennicy innowacji), 3. Moderate innovators (umiarkowani innowatorzy), 4. Modest innovators (nieefektywni innowatorzy).

¹⁷ Innovation Union Scoreboard 2013, European Commission, s. 5.

¹⁸ Ibidem, s. 6.

innowacyjności może leżeć w zasobach ludzkich. Największe problemy są za to dostrzegalne w dziedzinie powiązania przedsiębiorczości z innowacyjnością^{19,20}.

Istotną przyczyną takiego stanu rzeczy jest na pewno problem dotyczący finansowania sektora B+R oraz samych innowacji, co potwierdzają różnego rodzaju raporty i opracowania²¹, a co za tym idzie – niedostateczny rozwój kapitału ludzkiego i społecznego przedsiębiorstw, który stanowi istotny składnik proinnowacyjny gospodarki, oraz niedoceniaenie znaczenia roli wykształcenia pracowników, stanowiącego znaczący element sprawnego funkcjonowania innowacyjnego przedsiębiorstwa, w szczególności innowacyjnych procesów²².

W obliczu tak niskich notowań w rankingach innowacyjności warto zwrócić uwagę na społeczne postrzeganie tego zagadnienia. Przez społeczne postrzeganie innowacji autor rozumie sposób, w jaki pojęcie innowacji istnieje w świadomości społeczeństwa. Składnikami społecznego postrzegania są: definicje, jakimi posługuje się społeczeństwo w celu opisywania pojęcia innowacji, oraz postawy, jakie członkowie społeczeństwa prezentują wobec omawianego zagadnienia niezależnie od tego, czy będą to twórcy innowacji, propagatorzy tej idei, czy też finalnie osoby z nich korzystające. Jak wynika z badań prowadzonych w ramach projektu *Z matrycą do innowacyjnej przedsiębiorczości*²³, które autor miał zaszczyt współprowadzić, społeczeństwo (a przynajmniej część reprezentowana przez respondentów badania) nie boi się innowacji i uważa je za pozytywny element życia gospodarczego. Właściwie większość badanych twierdzi, iż innowacje to pozytywne zmiany, będące wynikiem wprowadzenia zupełnie nowych elementów do życia społeczno-gospodarczego bądź też znaczącego ulepszenia tych już istniejących. Ważny element rozważań na temat innowacyjności stanowi też zagadnienie ryzyka, jakie wiąże się ze wprowadzaniem innowacji. Badani zgodnie jednak twierdzą, że samo ryzyko nie jest przeszkodą, mimo że konieczne są pełna świadomość jego występowania oraz umiejętne wykorzystywanie specjalistycznych technik, będących elementami zarządzania ryzykiem oraz zarządzania innowacjami.

Tym, co wydaje się jednak najważniejsze w obserwacjach respondentów, jest stwierdzenie, że motorem napędowym wytwarzania i wprowadzania innowacji do działania

¹⁹ Ibidem, s. 47.

²⁰ Wyniki badań Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012 potwierdzają istnienie wielu problemów związanych z transferem innowacji z nauki do biznesu, podkreślone zostało w nich jednak to, że konsumenci, czyli grupa stanowiąca największą część społeczeństwa, są nastawieni bardzo pozytywnie do innowacji, co jest wynikiem korelującym z rezultatami badań współprowadzonych przez autora. GEM. Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012, PARP, Warszawa 2013, s. 29-31.

²¹ Zob. Polska 2013. Raport o stanie gospodarki, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2013.

²² Więcej informacji na temat roli kapitału ludzkiego, kapitału społecznego oraz wykształcenia pracowników w tworzeniu i rozwijaniu innowacji można znaleźć w tekstach: Gagacka M., Kapitał ludzki i społeczny a innowacyjność mikroprzedsiębiorstw, [w:] Piech k., Skrzypek E. (red.), Wiedza w gospodarce, społeczeństwie, przedsiębiorstwach: pomiary, charakterystyka, zarządzanie, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2007 oraz Kornecki J., Rola i znaczenie wykształcenia w procesach innowacyjnych, [w:] Kotlorz D., Ekonomiczne i społeczne aspekty funkcjonowania współczesnego rynku pracy, Wyd. UE, Katowice, 2012.

²³ Zob. Kozubek R., Innowacyjność w sektorze MMSP..., op.cit.

jest przyjęcie przez większość interesariuszy postawy proinnowacyjnej, charakteryzującej się wewnętrznym przekonaniem o słuszności podejmowanych działań oraz chęcią wprowadzania innowacji do życia społeczno-gospodarczego na każdym poziomie funkcjonowania organizacji i społeczeństwa.

Ciekawa wydaje się tutaj dla autora skala rozbieżności pomiędzy wynikami powyższego badania a wynikami badań prowadzonych na skalę europejską. Oczywiście jest, że badania europejskie dużą wagę przywiązują do efektów, jakie można zaobserwować w społeczeństwie, świadczących o jego innowacyjności. Pomimo bardzo pozytywnego nastawienia respondentów, które zostało zobrazowane za pomocą wyników badań prowadzonych w ramach projektu *Z matrycą do innowacyjnej przedsiębiorczości*, nie istnieje przekładalność społecznego entuzjazmu na wyniki. Zdaniem autora świadczy to o tym, że problem poziomu innowacyjności polskiego społeczeństwa nie leży po stronie ludzi i ich nastawienia do innowacji, jak mogłyby sugerować badania europejskie, lecz należy go szukać w konstrukcji systemu oraz prawa, które to nie pozwalają na wykorzystanie pozytywnego postrzegania zagadnienia innowacji w realnych działaniach.

4. Podsumowanie

Idea innowacyjności stanowi jedną z najważniejszych koncepcji, które funkcjonują obecnie w każdym wymiarze życia – politycznym, społecznym oraz gospodarczym. Fakt ten zdaje się wynikać z wielowymiarowego charakteru innowacji jako takiej²⁴. Innowacyjność jest dla wielu nadzieją i remedium na największe problemy, z którymi współczesnym przyszło się mierzyć. Innowacja to pojęcie wysoce elastyczne i chętnie jest wykorzystywane przy każdej możliwej okazji, ale dlatego też jest dosyć niebezpieczne i generuje problemy. Ważne jest, aby zwrócić uwagę na to, w jaki sposób, funkcjonuje ono w świadomości społecznej, ponieważ to użytkownicy i odbiorcy zarówno abstrakcyjnych idei, jak i później ich materialnych i instytucjonalnych rezultatów stanowią o ich sukcesie lub też porażce.

Z opracowanych w tekście materiałów wynika, że pojęcie to jest postrzegane przez społeczeństwo intuicyjnie, w sposób korelujący z profesjonalnymi definicjami desygnatu innowacji, a polskie społeczeństwo charakteryzuje entuzjazm dotyczący zagadnienia innowacji. Niemniej jednak pozycja Polski względem innych państw członkowskich Unii Europejskiej w rankingach innowacyjności stanowi realne zagrożenie (pomimo bardzo pozytywnego odbioru tego pojęcia w świadomości społecznej) dla konkurencyjności kraju, jeżeli nacisk, jaki kładzie się na innowacyjność, okaże się realnie tak znaczący, jak jest on prezentowany w dokumentach programowych Wspólnoty. Rozwiązaniem problemu niskiego

²⁴ Zob. Cooper J.R., A multidimensional approach to the adoption of innovation, [in:] *Management Decision*, Vol. 36, No. 8, 1998.

poziomu innowacyjności polskiego społeczeństwa może być zdaniem autora reorganizacja systemu oraz prawa, tak aby w jak największym stopniu ułatwić zainteresowanym tworzenie, wprowadzanie oraz korzystanie z innowacyjnych rozwiązań.

Bibliografia

1. Adams R., Perceptions of innovations: exploring and developing innovation classification, Cranfield University, Bedford 2003.
2. Schumpeter J.A., Teoria rozwoju gospodarczego, PWN, Warszawa 1960.
3. Zygierewicz A., Polityka innowacyjna Unii Europejskiej, [w:] Studia BAS, nr 1(25), Warszawa 2011.
4. Baregheh A., Rowley J., Sambrook S., Towards a multidisciplinary definition of innovation, [in:] Management Decision, Vol. 47, No. 8, 2009.
5. Cooper J.R., A multidimensional approach to the adoption of innovation, [in:] Management Decision, Vol. 36, No. 8, 1998.
6. Parteka T., Kasprzak P. (red.), Pomorskie Studia Regionalne. Innowacje – co jest co?, Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego, Gdańsk 2006.
7. Weryński P. (red.), Matryca Potrzeb Marketingowych. Diagnoza problemu i konstrukcja narzędzia, Difin, Warszawa 2012.
8. Weryński P. (red.), Matryca Potrzeb Marketingowych. Testowanie i upowszechnianie narzędzia, Difin, Warszawa 2013.
9. Gagacka M., Kapitał ludzki i społeczny a innowacyjność mikroprzedsiębiorstw, [w:] Piech K., Skrzypek E. (red.), Wiedza w gospodarce, społeczeństwie, przedsiębiorstwach: pomiary, charakterystyka, zarządzanie, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2007.
10. Kornecki J., Rola i znaczenie wykształcenia w procesach innowacyjnych, [w:] Kotlorz D., Ekonomiczne i społeczne aspekty funkcjonowania współczesnego rynku pracy, Wyd. UE, Katowice 2012.
11. Markowska M., Społeczne postrzeganie innowacji w krajach UE (na podstawie badań Eurobarometer), [w:] Rapacz A., Gospodarka a środowisko. Innowacyjność w gospodarce, Wyd. UE, Wrocław 2008.
12. European Innovation Scoreboard 2005, Comparative Analysis of Innovation Performance, European Trend Chart on Innovation, European Commission, 2005.
13. Innovation Union Scoreboard 2013, European Commission, 2013.
14. Polska 2013. Raport o stanie gospodarki, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2013.
15. Population Innovation Readiness, Special Eurobarometer 236/Wale 63.4 – TNS Opinion & Social, European Commission, 2005.

16. GEM. Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012, PARP, Warszawa 2013.
17. www.ec.europa.eu/commission_2010-2014/tajani/hot-topics/innovation-union/index_pl.htm
18. www.google.pl/search?client=opera&q=innovation&sourceid
19. www.stat.gov.pl/gus/definicje

Abstract

The idea of innovation is one of the most important concepts that are now in every aspect of life – political, social and economic. Innovation is for many the hope and cure for most of problems that came to be measured today. Innovation is a highly flexible concept, which is why is so likely used, but it's also quite dangerous. It is important to pay attention to how it operates in the public consciousness, because users and recipients of both abstract ideas and later their material and institutional effects are the causes of their success or failure. With materials developed in the text that the concept is intuitively perceived by the public in a manner correlated with professional definitions referent innovation. However, the Polish position relative to the other Member States of the EU in the innovation rankings is a real threat (despite the very positive reception of this concept in the social consciousness) for the competitiveness of the country, where the emphasis being placed on innovation proves to be really as strong as it is presented in the EU program documents.