

AZ EGYÉN SZEREPE AZ INNOVÁCIÓ KIALAKULÁSÁBAN SZERVEZETI MŰKÖDÉS SZEMPONTJÁBÓL

Véghné Kohut Dorottya

Összefoglalás

A szerző kutatásának a célja, hogy bemutassa az egyéni időperspektíva és az egyének innovációs hajlandósága közötti összefüggéseket, mint szervezeti képességet, amely befolyásolja a döntéseket és a gondolkodást az innováció kialakulása során.

Az induktív gondolkodásból kiindulva létrehozásra került egy kvantitatív kérdőív, amely az egyének időbőz és az innovációhoz való viszonyulását mérte. A tanulmány rávilágított arra, hogy az emberek időperspektívája csökkentheti az innovációs aktivitást, ha nem eléggé jelen-hedonisták ahhoz, hogy kialakuljon az innováció az emberek részéről, sőt még negatívan is befolyásolhatja a folyamatot, ha a jelen-fatalista dimenziót nézzük.

A tudásgenerálás elején az emberi jelenlét van, amely képes létrehozni a kreativitást és az új ötleteket, majd az ebből létrejövő innovációt. A gondolatok, ötletek befogadásához megfelelő szervezeti kultúrára, vezetői magatartásra, tudásmenedzsmentre és szervezeti működésre van szükség, amely támogatja ennek kialakulását és felhasználását. Ezek a vállalati működés részét képező elemek képesek a munkavállalót kimotoztatni a megszokott gondolkodási és cselekvési sémákból támogatva az új vagy újszerű ötletek és tudás megjelenését, biztosítva ezzel a vállalat számára a versenyelőnyt a piacon.

Kulcsszavak: *kreativitás, innováció, időperspektíva, szervezeti működés, versenyképesség*

JEL: O34

THE FUNCTION OF THE INDIVIDUAL IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATION FROM THE PERSPECTIVE OF ORGANIZATI- ONAL FUNCTIONING

Abstract

The only possible way for businesses in the 21st century to operate and stay competitive is through innovation. Applying innovation provides an opportunity to adapt to a changing environment. Competitiveness is important not only for companies but also for nations because it is the foundation for social prosperity and continued economic growth.

However, the creation of economic conditions and regulatory, infrastructural, and technological factors is not enough for this, but the social individuals present in the economy also contribute greatly to this process with their thoughts and decisions. Management and corporate operations are significantly influenced by the motivation, human values, time, perspectives, and personality typology of employees and managers. These elements are not negligible test factors in organizational performance.

Keywords: *creativity, innovation, time perspective, organizational operating, competitiveness*

JEL: O34

Bevezetés

A XXI. században a gazdálkodó szervezetek működésének és versenyképességének az egyetlen lehetséges útja az innováció. Az innováció alkalmazása lehetőséget biztosít a változó környezethez való alkalmazkodásra. A versenyképesség nem csak a vállalatok számára fontos, hanem a nemzetek számára is, mert ez az alapja a társadalmi jólétnek és a folyamatos gazdasági növekedésnek.

Ehhez viszont nem elegendő a gazdasági, a szabályozási, az infrastrukturális és a technológiai tényezők megteremtődése, hanem a gazdaságban jelenlévő társadalmi egyének is nagymértékben hozzájárulnak ehhez a folyamathoz a gondolataikkal, döntéseikkel. Gazdálkodási és vállalati működést jelentősen befolyásolja a munkavállalók és a vezetők motivációja, humán értékei, időperspektívái és személyiség tipológiája. Továbbá ezen tényezők hatással lehetnek egy projekt produktivitására és teljesítményére is, emiatt nem elhanyagolható vizsgálati tényezők a szervezeti működés terén és a csoportösszetétel szempontjából.

Anyag és módszer

Az innováció jelenti a fenntartható növekedést egy nemzet számára, ami biztosítja a társadalmi jólétet és annak növekedését, amely igaz a vállalatokra is, mert, így tudnak csak versenyképesek maradni a piacon. Az innováció jelenti a növekedés alapját, ami nélkül nincs versenyképesség és annak megőrzése. Porter-i értelmezés szerint egy nemzetgazdaság esetén akkor történik fejlődés, ha "egyre kifinomultabb versenyelőnyt biztosító és magasabb termelékenységgű szegmensek és iparágak felé mozdulnak." (Porter, 1990). Nemzetgazdasági szempontból három különböző fejlődési pálya határozható meg, annak függvényében, hogy mi jellemzi azt a szakaszt. Ezek alapján Porter három kompetitív fejlődési szakaszt különít el a tényező-vezéreltet, a beruházás-vezéreltet és az innováció-vezéreltet gazdaságokat. Az első a költségelőnyökre alapoz, míg a második a teljes érték-lánc megteremtésére és annak hatékonyságára fókuszál, a harmadik szakasz az innovatív termékek és szolgáltatások előállítására helyezi a hangsúlyt. A posztmodernizációnak köszönhető gazdasági fejlettség eredménye a társadalmi jólét, melynek következtében kialakul az önkifejezés, amelynek hatására a személyes értékek válnak hangsúlyossá (Ingelhart, 1997). A legmagasabb jólétet az innovációra alapuló gazdaságok eredményezik egy társadalom számára.

Porter-i megközelítés alapján egy nemzetgazdaság, akkor tud az adott fejlődési szakaszt követően a következő szintre emelkedni, ha megvan hozzá (Chikán-Czakó, 2009):

- a motivációja a kemény munka, a jó ötletek és azok elismerése iránt
- belföldi versenye
- képes megújítani a minőségi keresletet
- adottsága van a szelektív tényezőbeli hátrányok leküzdésére
- alkalmas új vállalkozások létrehozására.

A felsorolást érdemes lenne, még annyival kiegészíteni, hogy egy nemzetgazdaságnak képesnek kell lennie az új technológiák adaptálására és fejlesztésére is, mert ez is segíti az előrébb jutást a versenyképességet és az innovációt illetően.

Az innováció kialakulásához 1939-ig szükséges visszamenni, ahol Joseph Schumpeter kiemelkedő tényként kezeli az innovációt a gazdaságtörténet szempontjából, amit a fejlődés és a növekedés eredményezett. Véleménye szerint az innováció kreatív rombolást jelent (Schumpeter, 1939). Schumpeter volt az első személy, aki felismerte ezt a jelenséget és próbált megfelelő definíciót megfogalmazni rá. Az innovációt úgy értelmezi, hogy kulturálisan kódolt és történelmileg konstruált

kollektív termék, amely a tradicionális értékekre, a vallásos hitre, a dicsőségre és a szépségre támaszkodik.

Az innováció a fejlődés során a tényezők használatának új kombinációjával érhető el, amely a következő öt esetben lehetséges:

1. Új tehát a fogyasztók körében még nem ismert – javaknak vagy egyes javak új minőségének az előállítás.
2. Új, tehát a kérdéses iparágban még ismeretlen termelési eljárás bevezetése, amelynek azonban semmiképpen sem kell új tudományos felfedezésen alapulnia, és amely valamely áruval kapcsolatos újszerű kereskedelmi eljárás is lehet.
3. Új elhelyezési lehetőség, vagyis olyan piac megnyitása, amelyen a kérdéses ország kérdéses iparága ez ideig még nem volt bevezetve, akár létezett ez a piac már korábban is, akár nem.
4. Nyersanyagok vagy félkész áruk új beszerzési forrásainak meghódítása, ismét mindegy, hogy ez a beszerzési forrás korábban is létezett, csupán nem vették figyelembe, illetve nem tartották megfelelőnek, vagy pedig először ki kell alakítani.
5. Új szervezet létrehozása – például monopolhelyzet teremtése trösztösítéssel vagy megszüntetése.” (Schumpeter, 1934/1980)

Schumpeter nem volt megelégedve az önmaga által ihletett definícióval, így további kiegészítést tett, mely a következő volt:

„Most sokkal szigorúbban definiáljuk az innovációt a termelési függvény eszközével. Ez a függvény leírja azt a módot, ahogyan a termékek mennyisége változik a tényezők mennyiségének a változásával. Ha mi a tényezők mennyiségének a változtatása helyett a termelési függvény formáját változtatjuk meg, akkor beszélünk innovációról” (Schumpeter, 1939/1964). Ebben az esetben beszélhetünk termék, folyamat, marketing, beszerzés és szervezeti innovációról, melynek állításához új tényező kombinációkat szükséges alkalmazni. Ez a megközelítés a vállalati szektorra vonatkozik, de az innováció létrejöttét nem lehet elképzelni az állami szerepvállalás nélkül, akinek feladata a megfelelő gazdasági körülmények szavatolása, szabályozási, infrastrukturális és oktatási környezet biztosítása.

Az újkori megközelítés szerint az innováció a kreativitás alkalmazása, ami értéket teremt (Weiss – Legrand, 2011). A kreativitás divergens gondolkodást jelent, ami tanulás útján elsajátítható képesség. Ebben az értelemben az innováció az egyéni képességként jelenik meg, amely alkalmas az új és újszerű gondolatokra, ezzel növelve a sikeres innováció esélyét.

A kutatás és fejlesztés adja az innováció alapját, de nehéz kérdés, hogy belülről vagy kívülről érdemes ezt a tevékenységet végezni a vállalatoknál. Ami biztos, hogy szükség van rá a versenyképesség növekedéshez. A cégeknél meglévő üzleti modell is befolyásolja az innováció létrejöttét, mert a modell hídként funkcionál a technológiai és műszaki input oldal és a gazdasági output oldal között (Csath, 2010).

Az innovációt létrehozó humán tőkét befolyásoló társadalmi, kulturális és időperspektíva aspektusok

Drucker (1969) megítélése alapján a gazdagság forrása a tudásban rejlik manapság, ezt humán tőkeként értelmezi. Amelyet, ha olyan területen alkalmazunk, amelyet már korábbról ismerünk, akkor termelékenység növekedést fogunk elérni, ha viszont új vagy az előzőektől különböző tevékenységhez használunk fel, akkor innovációról beszélünk. A tudásgenerálás folyamatában a vállalatnak és az államnak is felelőssége van, ami hozzájárul a versenyképességhez. Valós versenyelőnyről Csath szerint akkor beszélünk, ha merőben mást csinál valaki a piacon a többiekhez képest (Csath, 2012).

Ez hosszú távú növekedést fog eredményezni azon vállalatok számára, amelyek nyitottak az innovációra és a kockázatok vállalására.

Csath (Csath, 2020) továbbá úgy vélekedik, hogy a 21. században a nemzetek versenyképességét, és egyben a társadalmak jólétét is egyre inkább a humán tényező fogja meghatározni, attól függően, hogy mennyire felkészült, kreatív és ötletgazdag lesz a munkaerő. Emiatt az oktatásnak és annak hasznosíthatóságának képessége nagymértékben fogja befolyásolni a versenyképességet és az innovációt. Ahhoz, hogy ez sikeres legyen együttműködő, nyitott embercsoportokra vagy team-ekre van szükség, hogy befogadják az új gondolatokat és ötleteket, amelyeket a jövőben megvalósítanak, ezzel értéket teremtve a fogyasztó vagy vevő és a tulajdonos számára elérve a kettős értékteremtést. Ennek a folyamatnak a megvalósítását a szervezeti kultúra teszi lehetővé, amelynek résztvevői a munkavállalók, mint érték képviselők. A vállalati kultúrán keresztül szükséges a szervezet minden tagját arra motiválni, hogy a tudását és a képességét folyamatosan bővítse és fejlessze, mert csak így tud eredményes lenni.

A környezethez gyorsan alkalmazkodó vállalatokat és a benne lévő szervezeteket tanuló vagy agilis vállalatoknak nevezzük, melynek jellemzői:

- folyamatos tanulás jellemzi az összes szinten a vállalaton belül
- környezeti változásokat nem várják meg
- új tudást hoznak létre és kiterjesztik a vállalat egészére
- tanulnak a hibákból
- jó problémamegoldók
- együttműködők és jók az interperszonális kapcsolataik
- decentralizáltan működnek (Kovács, 2018).

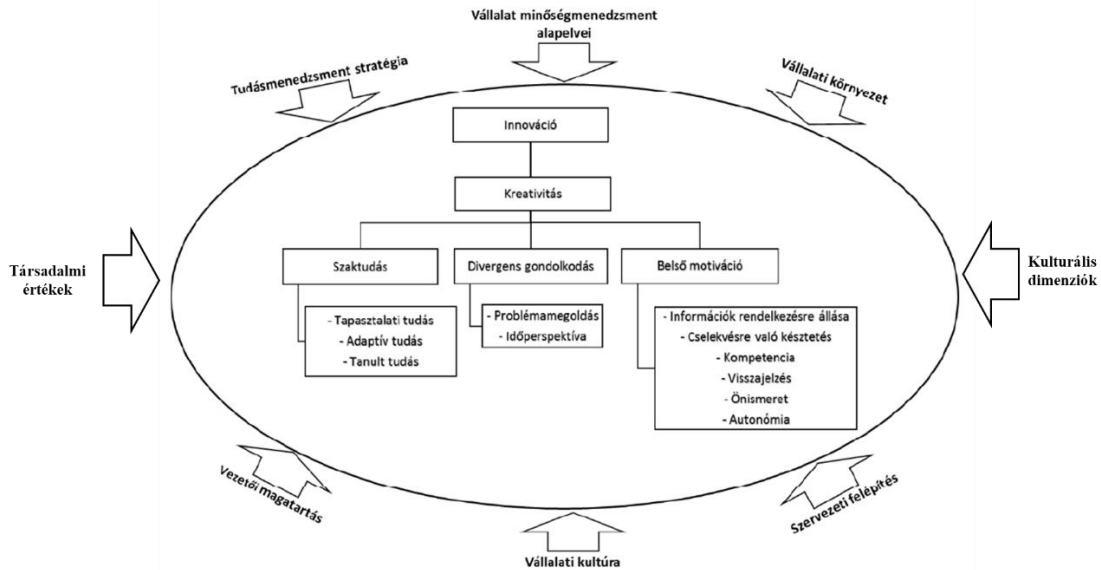
Az agilis vállalatoknál a működőképesség miatt nagy hangsúlyt szükséges fektetni az egyének motivációjára és a szervezeti kultúrára, mert a keresztfunkcionális működés miatt az egyének elveszhetik elkötelezettségüket és ezáltal nem fognak tudni azonosulni a feladatokkal. A vállalati kultúra által támogatott tanulás képessége eredményezi azt, hogy új ötletek jelennek meg egyéni és csoport szinten, amelyekkel kísérleteznek, majd innováció formájában megjelenik és tudássá alakul a vállalatnál. A tanulószervezethez egyéni, csoportos és szervezeti tanulására is szükség van, mert a tanulástípusa meghatározza a tudás elterjesztésének területét (Csath, 2010). Amiatt fontos mindhárom szint, mert egyéni szinten a tanulás az idegrendszer saját teljesítménye, amely „reprezentáció (tükrözés) egy interperszonális térben történik” (Komor, 2011).

A szervezeti tanulás egy folyamat, melynek szintjei:

- a tanulás eredményeként tudás jön létre
- a tudás bevezetésre kerül szervezeti szinten
- beépülésre kerül a tudás szervezeten belül és rögzül
- a rögzült tudás hosszan elérhetővé és felhasználhatóvá válik döntésekhez és cselekvésekhez
- a rögzült tudás a szervezeten belül bárki elérheti és alkalmazhatja.

A tanulásra amiatt is szüksége van a vállalatnak, hogy a múlt hibáiból tanuljon és ne kövesse el még egyszer ugyanazt. (Csath, 2010). Ahogy a vállalati erőforrásokat lehet csoportosítani megfogható és nem megfogható erőforrásokra, úgy a tudás típusait is lehet explicit és tacit tudásra bontani. Az explicit tudás számokkal, ábrákkal és szavakkal kifejezhető, mérhető és megfogható, míg a tacit tudás hallgatólagos, személyes képességet és tapasztalatot jelent, amely nem megfogható és szabványosítható, mert egyénhez kötött.

Az 1. ábra bemutatja, hogy az egyéni mechanizmus hogyan és milyen befolyásoló tényezők által hozza létre az új vagy újszerű ötleteket, melyből innováció születhet.



1. ábra: Az innovációhoz szükséges egyéni mechanizmus

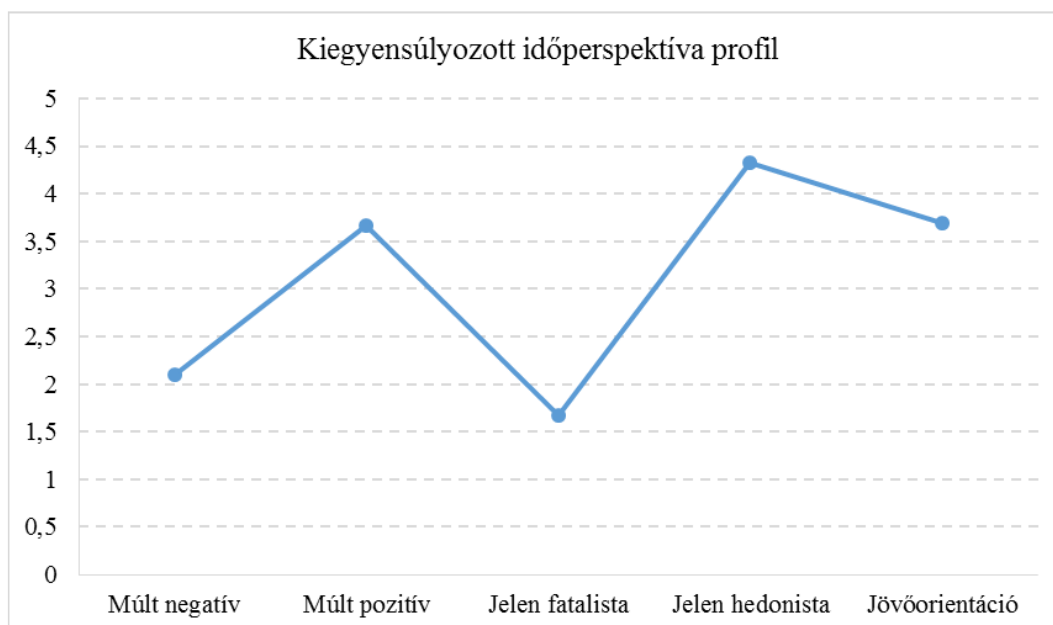
Forrás: Amabile T. M. (1996) alapján saját összeállítás

Az ábra alapján elmondható, hogy egyéni szinten az innováció létrehozása összetett és sokrétű folyamatok összességének az eredménye. A vállalaton belül működő szervezetek fontos részét képezik a megfelelő szaktudású, kreatívan gondolkodó és belső motivációval rendelkező munkavállalók. Ezen tényezők meglétével tud hosszú távon fennmaradni, mert olyan szervezeti képességet eredményez emberi erőforrás oldalról a rendszerek, a folyamatok, a szervezeti struktúra mellett, amely versenyelőnyt jelent számára. Ezt a folyamatot nem csak a vállalathoz kapcsolódó elemek befolyásolják, hanem a társadalmi és kulturális értékek. Az emberi értékek közül a stimuláció és az önvezérlés (autonómia), amely összefüggés mutat a kreatív ötletek kialakulásával egyetemi hallgatók körében végzett felmérés szerint (Tep et al. 2021). A tanulmány bemutatja, hogy a diákok jövőbeli foglalkoztatásuk során a kreatív gondolkodásuk által mennyire képesek befolyásolni az innováció létrejöttét munkahelyi környezetben. Az oktatások során a kreativitás képessége fejleszthető az autonómia, a nyitottság és a kihívásokkal teli feladatokkal (Tep et al. 2021). Egy kutatás 156 kreativitási képzés program hatékonyságát vizsgálták, ahol a klaszterek csoportosítását követően négy fajta képzési típus különült el: ötletgeneráló képzés; képképzés; kognitív képzés; gondolkodási készségek. A módszerek közül a leggyakrabban használt technika az ötletgeneráló volt, amely kevésbé bizonyult hatékonynak a kognitív képzés, a képképzés és a gondolkodási készségek mellett (Mumford et al. 2004). A kreatív gondolkodás a készségek fejlesztésére összpontosít, amelynek részei a problémakeresés, az ötletek generálása, gyűjtése és értékelése, majd a metakogníció (Lin, 2010).

A kreativitás azon is múlik, hogy a gyakorlatban a különböző részeket képesek vagyunk-e új értéssel felruházni, amely alapvetően eltér a korábbiaktól. Ehhez az oktatási és munkahelyi környezetben is elengedhetetlen a különböző tudású emberekből álló csapat létrehozása (Sulaiman et al. 2015). Viszont a társadalom aktív munkavállalói körében ez már jóval nehezebb feladat, főleg akkor, ha az egyének kulturális és humán értékei kevésbé támogatják az innováció létrejöttét. A lakosság értékrendszerét a generált életkörülmények határozzák meg. Az értékalapú humántőkénél a hatalom, az eredmény és az önirányítás korrelációt mutat a gazdasági teljesítménnyel, amelyek alapvető vállalkozói értékek. Ezek a sajátosságok Magyarországra kevésbé jellemző értékek, csak bizonyos társadalmi csoportokra igazak (Luksander et al. 2010). A kockázatvállalás hiánya egyértelműen visszaveti egy társadalmon belül az innovációs aktivitást. Azok a kultúrák, amelyek túrik a

bizonytalanságot, képesek kockázatot vállalni és magas a jövőorientációja támogatják az újdonságok befogadását, tehát az innovációt.

Az innováció létrehozásában nagy szerepe van a szociokulturális háttérnek, ezt Sommer és Haug (2009) is bizonyította kutatásukkal, hogy a kulturális sajátosságok és a vállalkozói identitás között szoros kapcsolat van, ami hatással van a gondolkodásmódra, attitűdre és a vállalkozások működésére. Versenyképesség szempontjából nem elhanyagolható tény egy nemzet kulturális háttere, mert befolyásolja az innováció kialakulását és az időhöz való viszonyulását kihatva ezzel az egyén cselekvésére (Kluckhohn-Strodtbeck, 1961; Hofstede-Bond, 1988). Ezt a nézetet vallja Park (Park, 2003) is, miszerint a kulturális tényezők jelentős befolyással bírnak a versenyképességre és ezt nem szabad figyelmen kívül hagyni egy nemzetnek sem, mert nem mindegy, hogy segíti vagy hátráltatja a nemzetközi versenyben. Phelps jelentős szerepet tulajdonít az értékeknek, a hitnek, az attitűdöknek és a morálnak, mert ezen tényezők hatékonyabban tudják működtetni a gazdasági életet (Phepls, 2006). A társadalmi, gazdasági helyzet együttesen formálja az időperspektívák kialakulását és annak hatását (Dombi, 2018). Az időperspektíva, amely hatással van az egyéni gondolkodásra azáltal, hogy a megtörtént személyes tapasztalatokat vagy impulzusokat a múlthoz, a jelenhez és a jövőhöz tartozó dimenziókba szortírozza, ezzel szabályozva az egyén döntését és cselekedetét (Zimbardo-Boyd, 1999). Kurt Lewin szerint az időperspektíva nem más, mint az egyén nézeteinek összessége, amely a pszichológiai jövőjével és múltjával hozható kontextusba. A szubjektív nézőpontok befolyásolják cselekedeteinket, érzéseinket, döntéseinket, gondolatainkat, kapcsolatainkat és céljaink elérést függetlenül attól, hogy rövid vagy hosszú távú. A tudattalan kognitív struktúra ad jelentést az életünknek, amely javarészt tanult folyamat és változtatható. Ahhoz, hogy az emberek megélhessék a jelent, helyén kezeljék a múltat és gondoljanak a jövőre az szükséges, hogy kiegyensúlyozottan kezeljék a különböző dimenziókat, hogy ne essenek át egyik oldalról a másikra. Emiatt Zimbardo és Boyd bevezették a kiegyensúlyozott időperspektíva fogalmát, ami egy állapotot jelent és bármikor változtatható az egyéni igények szerint. Az 1. diagram szemlélteti a megfelelő idődimenzió értékeit.

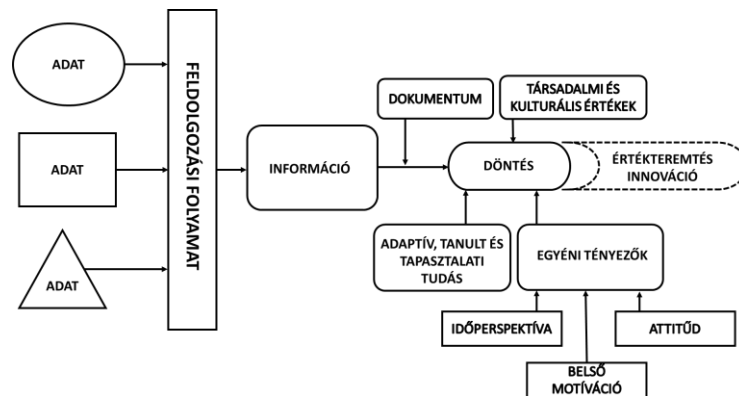


1. diagram: Kiegyensúlyozott időperspektíva profil értékei

Forrás: Zimbardo-Boyd, 2009

A kiegyensúlyozott időperspektíva az egyén jólétét és pozitív életminőségét fogja eredményezni. Azok az emberek, akik megfelelően értékelik és használják az idő mikéntjét képesek lesznek kompetenciát, életörömet, elégedettséget és boldogságot érezni jelenével, múltjával és jövőjével kapcsolatban (Webster, 2011). Az idődimenziók lehetőséget adnak arra, hogy megismerjük saját képességeinket, lehetőségeinket és ennek tudatában jobbra tudjuk tenni életünket.

Az időhöz való viszonyulás egyéni különbségei befolyásolják a munkavégzés eredményét, teljesítményét, motivációját és döntéshozatalát (Drake et al. 2008; Lasane-Jones, 1999; Seijts, 1998; Shipp-Aeon, 2019; Stolarski-Matthews, 2016; Zhang-Howell, 2011; Zimbardo-Boyd, 1999). Kérdés, hogy a döntési helyzetben lévő egyén vagy vezető hogyan tudja feldolgozni az egyéni szinten kapott információkat, ha azt az időperspektíva befolyásolja. Levasseur és szerzőtársai (2020) is érdekes kutatási iránynak határozza meg az információfeldolgozás és a döntéshozatal kapcsolatát az időperspektíva vonatkozásában. Jó kérdés, hogy a döntési helyzetben lévők mennyire képesek a kreativitásra az adatokból kinyert információk alapján, amikor az a sikeresség és a jövő fundamentuma. Az adatok tények összessége, amely az egyéni feldolgozás által és tudással képes következtetéseket levonni, értelmezni az optimális döntés érdekében. Az 2. ábra mutatja azokat az elemeket és tényezőket, amellyel az adat eljut az információn keresztül az egyéni döntésig.



2. ábra: A döntést befolyásoló tényezők és az adatok feldolgozási folyamata

Forrás: Gábor (1997) ötlete alapján saját szerkesztés

Az információ segíti az egyéneket abban, hogy az adott helyzetben a legjobb döntés szülessen, bár az egyéni sajátosságok, mint attitűd, időprofil és motiváció is befolyásolják a döntés folyamatát. Az információgazdálkodáshoz tartozik az is, hogy az egyén tud-e a racionalitás mellett dönteni, ha a meggyőződése és az attitűdje más. A motiváció is szerepet játszik a folyamatban, mert a belső motiváció is befolyásolja azt, hogy az egyén miképpen dolgozza fel a kapott információkat (Larson et al. 2011). A belső motiváció révén érhető el a Maslow-i piramis önmegvalósítási szintje. A külső motiváció a teljesítmény növekedéséhez kapcsolódik, és nem hoz létre kreatív gondolatokat. A kreatív ötletek az előállított információkon és azok cseréjén alapszik. A kreativitás lehetőség ad arra, hogy újabb és újabb lehetőségeket kreáljunk az asszociáció segítségével. Ebben az értelemben az innováció egyéni képességként jelenik meg, amely alkalmas az új és újszerű gondolatokra, ezzel növelve a sikeres innováció esélyét. Az egész folyamatot az egyéni időperspektíva befolyásolja a döntéseiben, a problémamegoldásain és a cselekvéseiben keresztül, amelyet az információ rendelkezésre állása támogat az információfeldolgozáson keresztül. Vagyis, hogy az innováció létrejöhön egyéni oldalról számtalan tényezőnek a megléte szükséges.

Robinsont idézve „a szervezetek egy olyan világban versengenek egymással, ahol a megújulás képessége és a változáshoz való alkalmazkodás nem luxus, hanem szükséglet.” (Robinson, 2011)

A felsorolt tényező összefüggései alapján a kutató megítélése szerint az innováció létrejöttéhez a következőkre van szükség:

1. motivációra, ami az egyén elkötelezettségéből adódik a munkateljesítménye, elismerése és felelősségvállalása által,
2. kreativitásra, az egyén a szokványos megoldások helyett az újszerű vagy új ötletekre törekszik a munkája során,
3. adaptív tudásra, amely a kollaboráció és a kooperáció révén jön létre,
4. pénzügyi erőforrások rendelkezésre állására,
5. tanult és tapasztalati tudásra,
6. környezeti feltételek támogatására,
7. megfelelő humán értékekre és szervezeti kultúrára.

A felsorolt tényezők közül a motiváció, a kreativitás, az adaptív, a tanult és a tapasztalati tudás egyaránt az egyéntől indul és tőle függ, vagyis gondolataik, céljaik és cselekedeteik befolyásolják az egyén innovációhoz való viszonyát. Ezekre a befolyásoló tényezőkre hatással van az egyén tudatlanul kialakított múlt, jelen, jövő idődimenzióik, amelyeket a korábbi személyes tapasztalataik alapján alakított ki.

A kompetitív fejlődést segítik a tacit tudásra és a személyes beállítottságra alapuló gazdasági erőforrások, amelyről jellemzően kevésbé esik szó az innováció kialakulását illetően, pedig ez a kreatív versenyképességi „tartalék” mindig rendelkezésére áll, amihez megfelelő oktatásra, humán értékekre és munkahelyi környezetre van szükség.

Kutatási módszertan

Versenyképesség nincs az új vagy újszerű gondolatok nélkül, amit megvalósítás esetén innovációnak nevezünk, amennyiben, ha az még nem ismert az alkalmazók számára. Ehhez az emberek részéről olyan hozzáállásra van szükség az egyéb más befolyásoló tényezők mellett, ami ezt a folyamatot támogatja. Az innováció nem csak a pénzügyi erőforrásokon, a jól teljesítő makrogazdaságon, az állami szerepvállaláson, a vállalati hozzáálláson és az infrastruktúrán múlik, hanem fontos szerepet játszik a folyamatban az egyének tudása, hozzáállása, életszakasza és életkora. Amikor az innováció alacsony szintjéről van szó, akkor erről a nézetről nem esik szó. Pedig az egyén részéről motivációra, cselekvési hajlamra, kreativitásra, adaptív tudásra, tanult és tapasztalt szakértelmére van szükség az innovációhoz, amit az egyén időperspektívája befolyásol. Az időprofil tekintetében az emberek különböznek, emiatt a megfogalmazott hipotézisek is az egyének időprofilja és az innováció közötti kapcsolatra és a hozzá kapcsolódó különböző ismérvekre vonatkoznak, figyelembe véve az életkort és az iskolázottságot.

A kvantitatív kutatás célmeghatározását követően a következő hipotézisek kerültek megfogalmazásra:

H1: Az időperspektíva dimenziók hatással vannak az innováció kialakulására.

H2: A múlt orientációhoz kapcsolódó időperspektívák nem támogatják az innovációra való hajlandóságot.

H3: Az innovációra való hajlandóságot az egyének életkorhoz köthető időperspektívája és az iskolai végzettsége is befolyásolja.

A kutatás vállalati és ismerősi környezetben történt online kérdőív segítségével.

A vizsgálati módszerek bemutatása

A kutatás célja, hogy az innovációs-hajlandósági index és az időperspektíva kapcsolatának összefüggéseit felfedje és rámutasson arra a tényre, hogy az egyéneknek milyen nagy szerepük van az innováció kialakulásában.

A vizsgálat alapját a Zimbardo és Warren (2008) kutatása adta, ahol összefüggés mutatkozott a kreatív megoldások megvalósítása és a jelen-hedonista időprofil között. A vizsgálatban résztvevő kreatív egyének a feladatmegoldás során az alkotás folyamatára koncentráltak, míg a jövő orientáltak az eljárás kifinomultságára. Továbbá Hammond (2011) metaanalízis alapú kutatása is ezt támasztja alá, ahol megjelennek az egyéni szintű különbségek a kreativitás szempontjából fontos személyiségjegyek és az innováció vonatkozásában.

Az 1. táblázat mutatja azon tényezőket és alkotóelemeket, amely alátámasztja az egyén szerepét az innováció kialakulásában.

1. táblázat: A kutatás megalapozását alátámasztó szakirodalmi megállapítások és korábbi kutatási eredmények

Kutatást létrehozó alkotóelemek korábbi tudományos kutatások alapján	Szerző
Innováció alapja a kreativitás, amely egyéni képesség	Weiss - Legrand, 2011
Kreativitás egyéni szinten különböző az innováció vonatkozásában	Hammond, 2011
Kreatív megoldások összefüggése az időprofilal	Zimbardo - Warren, 2008
Múltorientált nem nyitott az új tapasztalatokra és nem kockáztat, gátolja a kreativitás kialakulását	Zimbardo - Boyd, 1999; Holman - Silver, 1998
Időorientációt befolyásolja a kultúra, a vallás, az egyén társadalmi helyzete, az iskolai tanulmányok, a gazdasági fejlettség	Nurmi, 1991; Zimbardo - Boyd, 2008; Adams - White, 2009; Guthrie - mtsai, 2009; Kruger - mtsai, 2008; Lamm - mtsai, 1976)

Forrás: saját szerkesztés

A szakirodalom és korábbi kutatások eredményei alapján a szerző azt gondolta, hogy az egyének innovációhoz való viszonyulásának jelentősége van a szervezeti működés szempontjából.

Az időhöz való viszonyulás méréséhez Zimbardo és Boyd időperspektíva kérdőív rövidített magyar változata került alkalmazásra. Az összes válasznál a Likert skála alapján kellett válaszolni, ahhoz mérten, hogy mennyire volt igaz az állítás a kitöltőre (1-egyáltalán nem igaz rám, 5-teljes mértékben igaz rám). A különböző kérdésekre kapott válaszok értékeit összeadva, megkapjuk a különböző idődimenziók összértékét, amelyet szükséges elosztani az állítások számával, amelyek az adott idődimenzióhoz tartoznak.

Az innováció méréséhez az időperspektíva kérdőív kibővítésre került az innovációra vonatkozó állításokkal. Az egyének innovációhoz való hozzáállása az alapján került megállapításra, hogy milyen ismérvekre és tulajdonságokra van szükség a kialakulásához az egyén részéről vagy részére. Az 2. táblázat részletezi, hogy melyik állításhoz melyik ismérv vagy tulajdonság tartozik.

2. táblázat: Az innovációra vonatkozó állítások és a hozzá tartozó ismérvek, tulajdonságok

1	Képes vagyok a megszokott gondolkodási sémákat megújítani	Új gondolkodásmód
2	Hiszek az élethosszig tartó tanulás erejében	Tanulás
3	Befogadó személyiség vagyok	Elfogadás
4	Szeretek másokkal együttműködve új dolgokat létrehozni	Együttműködés
5	Egyértelmű célokra van szükségem az új gyakorlatokhoz vagy gondolatokhoz	Célok
6	Az új ötleteket kockázatosnak ítélem, de e nélkül nincs siker	Kockázat
7	Van önbizalmam az új ötletekhez	Önbizalom
8	Az innovatív gondolataimmal értéket teremtek	Értékteremtés
9	A változások számomra segítik az új gondolatok létrejöttét	Változás
10	Az új ötletek során vizsgálni szoktam a környezeti tényezők hatásait is	Környezet
11	Az új gondolatok, eszmék megvalósítása esetén előfordulhat, hogy hibázok	Hibázás
12	Hosszú távú célt támogat az új ötletem	Hosszú távú gondolkodás

Forrás: Véghné Kohut, 2019

Létrehozásra került egy innovációs-hajlandósági index a különböző kérdésekre adott válaszok értékei összeadva és elosztva az állítások számával. Ezáltal meghatározhatóvá vált az idődimenzióhoz kapcsolódó innovációs hajlandósági index is egyéenként. Az innovációs hajlandósági index alapját képző innovációs ismérvek megbízhatósága és érvényessége a Cronbach-alfa együttható segítségével ellenőrzésre került, amelynek eredménye 0,763 érték lett, ami megfelel statisztikailag az adatok konzisztens feltételének. A vizsgálatához SPSS (Statistical Package for Social Science) programcsomagot, az összefüggések vizsgálatához minden esetben a Pearson-féle korrelációs együttható került alkalmazásra, amely megmutatja a változók közötti kapcsolatot és annak szorosságát is.

Eredmények

A vizsgált minta N=168 alapján a megkérdezettek 61%-a nő, míg 39%-a férfi volt. Az életkor szerinti bontás:

- 84 fő 31-45 év,
- 50 fő 46-65 év,
- 32 fő 18-30 év,
- 2 fő 66- év feletti volt.

Az iskolai végzettség tekintetében a kitöltők 70%-ának (118 fő) felsőfokú végzettsége, míg 28%-ának (47 fő) középfokú végzettsége, 2%-ának (3 fő) középfok alatti képesítése volt. A válaszadók munkahelyének tulajdonosi formája 48%-ban (81 fő) multinacionális cég, 23%-ban (39 fő) teljes vagy részlegesen állami tulajdonú cég, 22%-ban (37 fő) magán szektor, míg 7%-ban (11 fő) egyéb tulajdonosi formában dolgozik. A kitöltők munkahelyi beosztása 65% (110 fő) beosztott státusz, 26% (43 fő) vezető státusz, míg 9% (15 fő) egyéb beosztásban dolgozó.

A mintára vonatkozó adatelemzést az 3. táblázat szemlélteti, amely bemutatja a kitöltők átlagos idődimenzióira jellemző értékeket és eloszlását.

3. táblázat: Az innováció és az időperspektíva dimenziók leíró statisztikája

	<i>Jelen-hedonista dimenzió</i>	<i>Múlt pozitív dimenzió</i>	<i>Jövőorientáció dimenzió</i>	<i>Jelen-fatalista dimenzió</i>	<i>Múlt negatív dimenzió</i>	<i>Innovációs dimenzió</i>
Átlag	2,66	2,95	3,99	2,45	2,23	3,97
Szórás	0,93	1,02	0,76	0,85	1,03	0,44
Csúcsosság	-0,45	-0,63	1,36	0,63	-0,19	0,21
Ferdeség	0,15	0,02	-0,97	0,53	0,79	-0,25
Relatív szórás	35,02%	34,42%	19,03%	34,91%	46,14%	11,16%

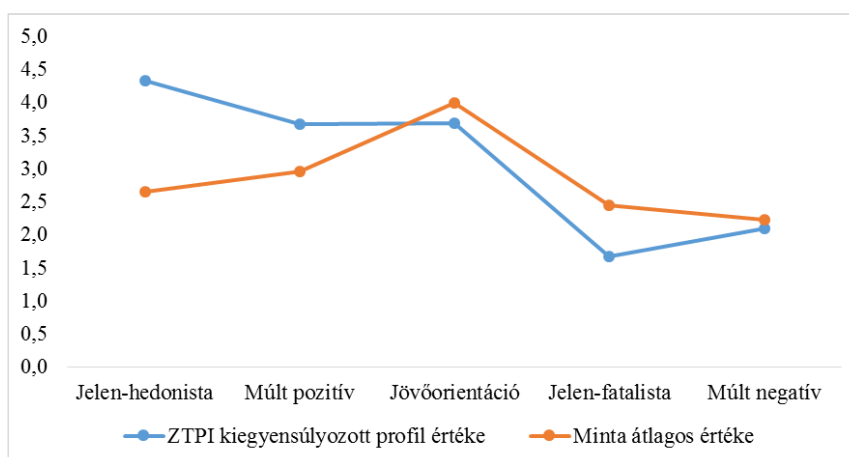
Forrás: Véghné Kobut, 2019

Mindegyik dimenzióban a válaszadók létszáma 168 fő volt. A jelen-hedonista dimenzióban felvett átlagos pontérték 2,66, ami annyit jelent, hogy egy kicsit igaz a kitöltőkre az azonnali beteljesülés vágya és a gyors hasznosulás. A jelen-hedonisták átlagosan 0,93 pontértékkal, azaz 35,02%-kal tértek el az átlagos jelen-hedonista dimenzió értékétől. A csúcsosság -0,45, ami eloszlásra a normálishoz képest laposabb. Az eloszlás csúcsának a középhelyzetéhez képest történő eltolódása vagy ferdesége 0,15, ami pozitív érték, így jobbra ferde eloszlásról van szó.

A múlt pozitív dimenzióban felvett átlagos pontérték 2,95, ebben az esetben a kitöltőre mérsékelten igazak az állítások, miszerint pozitívan kezeli a múltat, ami nagymértékben befolyásolja az egyének kiegyensúlyozott életét. A múlt pozitív átlagosan 1,02 pontértékkal, azaz 34,42%-kal tértek el az átlagos múlt pozitív dimenzió értékétől. A csúcsosság -0,63, ami eloszlásra a normálishoz képest laposabb. A ferdesége 0,02, ami normális eloszlást feltételez, mert nem tér el se jobbra, se balra. Az összes dimenzió közül a jövőorientáció dimenziója éri el a legmagasabb átlagos értéket, ami 3,99. Az érték alapján elmondható, hogy a kitöltőkre nagymértékben igazak a jövőorientációra vonatkozó állítások, vagyis előtérbe helyezi a jövőt a célok, cselekvések, elképzelések terén. A jövőorientáltak átlagosan 0,76 pontértékkal, azaz 19,03%-kal tértek el az átlagos jövőorientált dimenzió értékétől. A csúcsosság 1,36, vagyis az eloszlása a normálishoz képest csúcsosabb. A ferdesége -0,97, ami negatív érték, így balra ferde eloszlásról van szó.

A második legalacsonyabb értéket a jelen-fatalista dimenzió veszi fel, ahol az átlagos érték 2,45. Az érték alapján kijelenthető, hogy a kitöltőkre kis mértékben igazak a jelen-fatalista dimenzióra vonatkozó állítások, vagyis minimálisan képes befolyásolni saját sorsát a magasabb erők felett. A jelen-fatalisták átlagosan 0,85 pontértékkal, azaz 34,91%-kal tért el átlagosan a saját dimenziója értékétől. A csúcsosság 0,63, ami annyit jelent, hogy az eloszlása a normálishoz képest csúcsosabb. Ferdesége 0,53, ami jobbra ferde eloszlást eredményez. A legalacsonyabb értéket a múlt negatív dimenzió veszi fel, ahol az átlagos érték 2,23. Az érték alapján kijelenthető, hogy a kitöltőkre kis mértékben igazak a múlt negatív dimenzióra vonatkozó állítások, vagyis kevesen fókuszálnak a múltban történt gyötrelmekre, kudarcokra és bánatokra. A múlt negatív átlagosan 1,03 pontértékkal, azaz 46,14%-kal tért el átlagosan a saját dimenziója értékétől. A csúcsosság -0,19, ami annyit jelent, hogy az eloszlása a normálishoz képest laposabb. Ferdesége 0,79, ami jobbra ferde eloszlást eredményez.

A második legnagyobb értéket az innovációs dimenzió veszi fel, ahol az átlagos érték 3,97. Az érték alapján elmondható, hogy a kitöltőkre nagymértékben igazak az innovációs dimenzióra vonatkozó állítások, vagyis képesek megújítani gondolataikat, együttműködőek és elfogadóak. Az innovációs dimenzió átlagosan 0,44 pontértékkal, azaz 11,16%-kal tért el átlagosan a saját dimenziója értékétől. A csúcsosság 0,21, vagyis eloszlása a normálishoz képest csúcsosabb. Ferdesége -0,25, ami balra ferde eloszlást eredményez. A 2. diagram mutatja a minta átlagos időperspektíva értékének alakulását a Zimbardo és Boyd (ZTPI) kutatásai alapján létrehozott kiegyensúlyozott időperspektíva profilhoz képest.



2. diagram: Összehasonlítás a minta idődimenzióinak átlagos értéke és a kiegyensúlyozott időperspektíva profil értékei között

Forrás: Véghné Kohut (2019) és Zimbardo és Boyd (1999)

Jelentős eltérések a kettő időperspektíva profil között a jelen-hedonista, múlt pozitív és jelen-fatalista értékek között van. Kismértékű eltérés csak a jövőorientáció terén van, a múlt negatív dimenzió esetén nincs eltérés a kettő között. A minta jövőorientációja 0,3-del magasabb, mint Zimbardo és Boyd által meghatározott időperspektíva profil esetén, azaz a mintára jobban jellemző a hosszú távú gondolkodás és a kitartó, kemény munkavégzés a kiegyensúlyozott profilhoz képest. Az összehasonlítás alapján a legkiugróbb érték a jelen-hedonista értékek között (-1,7) van. Ami arra vezethető vissza, hogy mivel magasabb a jövőorientációja a minta átlagának, így kismértékben igaz rájuk az impulzív viselkedés és a hirtelen hozott döntés, ami a jelen-hedonista időperspektíva jellemzője. A múlt pozitív (-0,7) és a jelen-fatalista (+0,7) dimenziók ellentétesen mozognak az átlaghoz képest. A minta átlag alapján a múlt pozitív időprofil esetén elmondható, hogy kevésbé gondolnak a múltra örömmel az ideális időprofilhoz képest. A jelen-fatalista dimenzió esetén, pedig túlságosan a sors alá rendelik magukat az egyének a kitöltések alapján.

A kapott eredmények korreláció számítása alapján gyenge összefüggés mutatható ki statisztikailag a jövőorientáció és a jelen-hedonista időperspektívák és az innovációt támogató ismérvek között. A többi dimenzió esetén nincs szignifikáns kapcsolat. A jövőorientációhoz a hosszú távú gondolkodás, a jelen-hedonista dimenzióhoz az újdonságok keresése társítható. Ezen jellemzők adják az összefüggés alapját 4. táblázat szerint.

4. táblázat: Az időperspektívák és az innovációs index közötti összefüggések

<i>Dimenziók</i>	<i>Innovációs hajlandósági index</i>
Jelen_hedonista index	0,321**
Múlt_pozitív index	-0,079
Jövőorientáció index	0,165*
Jelen_fatalista index	-0,136
Múlt_negatív index	0,009

*= az 5%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

**= az 1%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

Forrás: Véghné Kohut, 2019

Az eredmények alapján a H1 hipotézis csak részben volt igazolható, mert nem mindegyik idődimenzió között van kimutatható kapcsolat az innovációval.

A múlt negatív és múlt pozitív időprofil dimenziók összevonásra kerültek múltorientáció elnevezéssel. A korreláció számítás alapján a múltorientáció és az innováció között nem mutatható ki összefüggés, ahogy ezt a 5. táblázat is szemlélteti.

5. táblázat: Múltorientáció és az innováció korrelációjának értéke

<i>Dimenzió</i>	<i>Innovációs hajlandósági index</i>
Múlt_orientáció	-0,046

*= az 5%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

**= az 1%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

Forrás: Véghné Kobut, 2019

A vizsgálat alapján a H2 hipotézis nem volt igazolható statisztikailag, mert nem mutatható ki kapcsolat a múltorientáció és az innovációs-hajlandósági index között.

A minta megbontásra került a 35 év alatti és feletti életkorcsoportokra a jobb elemezhetőség érdekében.

6. táblázat: Az egyének életkorcsoport szerinti időperspektívája és az innovációs index korrelációs értéke

<i>Életkorcsoportok</i>	<i>Dimenziók</i>	<i>Innovációs hajlandósági index</i>
35 év alatti	Jelen_hedonista index	0,288*
	Jelen_fatalista index	-0,372**
35 éves és 35 évnél idősebb	Jelen_hedonista index	0,334**

*= az 5%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

**= az 1%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

Forrás: Véghné Kobut, 2019

A 6. táblázat értékei alapján a 35 év alatti egyének jelen-hedonista időprofilja pozitívan korrelál, míg a jelen-fatalista sorsban való hite között, pedig negatív irányú összefüggés mutatható ki. Az életkori bontás figyelmen kívül hagyása esetén nem jelenik meg a teljes sokaságra vonatkozóan a jelen-fatalista időprofil, mint az innovációt negatívan befolyásoló időperspektíva. A 35 évnél idősebb kitöltőket vizsgálva a jelen-hedonista időorientáció kismértékben befolyásolja az innovációt, de az összefüggés egy kicsivel erősebb a 35 év alatti kitöltőkhöz képest. A jelen-hedonistákra jellemző az új dolgok keresése, hogy ne legyen az élet számukra unalmas.

A hipotézis egyik feltételezése az életkorra vonatkozóan az eredményeket elemezve igazolható, hogy az innovációs hajlandóságot az életkorhoz köthető időperspektíva is befolyásolja.

A minta további szűrésre került az iskolai végzettséggel, aszerint, hogy van-e felsőfokú végzettsége a kitöltőnek vagy sem. A 7. táblázat szemlélteti a felsőfokú végzettséggel rendelkező kitöltők időperspektíva dimenziói és az innováció közötti kapcsolatát.

7. táblázat: Az egyének időperspektívája és az innovációs hajlandósági index korrelációs értékei az életkori csoportok és a felsőfokú végzettségük alapján

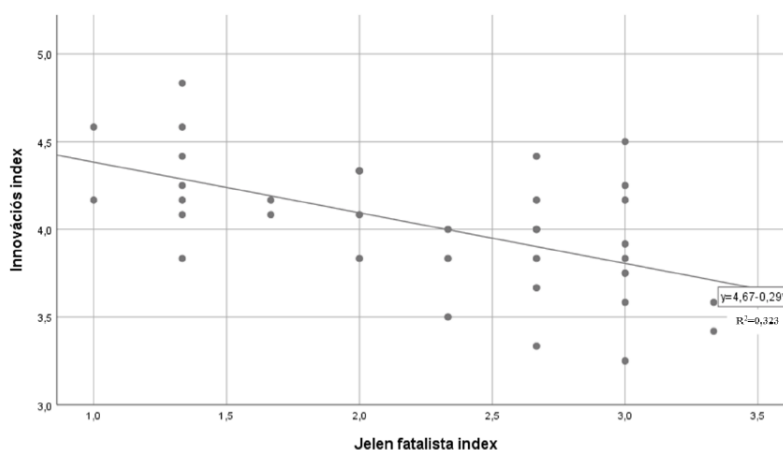
Életkorcsoportok	Dimenziók	Innovációs hajlandósági index
35 év alatti	Jelen_fatalista index	-0,568**
35 éves és 35 évnél idősebb	Jelen_hedonista index	0,274*
	Jövőorientáció index	0,245*

*= az 5%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

**= az 1%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

Forrás: Véghné Kohut, 2019

A 35 év alatti felsőfokú végzettséggel rendelkező jelen-fatalista idődimenziójú kitöltők esetén közepes mértékű negatív irányú összefüggés mutatható ki az innovációs hajlandósággal, ami magasabb értékkel bír mint, ha nem került volna szűrésre az iskolai végzettség. A 3. diagram mutatja a kettő tényező lineáris kapcsolatát és irányát. A 35 évnél idősebb válaszadók jelen-hedonista és jövőorientációs időprofilja kismértékben befolyásolja az innovációs hajlandóságot.



3. diagram: A jelen-fatalista időprofil és az innovációs index közötti összefüggést bemutató lineáris trend vonal és annak egyenlete

Forrás: Véghné Kohut, 2019

Felsőfokú végzettséggel nem rendelkező válaszadók időprofiljának innovációs hajlandósággal való összefüggését a 8. táblázat szemlélteti.

8. táblázat: Az egyének időperspektívája és az innovációs index korrelációs értékei az életkori csoportok és a nem felsőfokú végzettséggel rendelkezők alapján

Életkorcsoportok	Dimenzió	Innovációs hajlandósági index
35 éves és 35 évnél idősebb	Jelen_hedonista index	0,474**

*= az 5%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

**= az 1%-os szignifikancia szinten igazolható lineáris összefüggés.

Forrás: Véghné Kohut, 2019

Felsőfokú végzettséggel nem rendelkező egyének esetén csak a 35 évnél idősebb korcsoportnál mutatható ki közepesen erős kapcsolat az innováció és a jelen-hedonista időprofil között. Ez a kapcsolat, erősségre közel a duplája a felsőfokú végzettségűekhez képest, vagyis az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők jobban keresik az új dolgokat, mint a felsőfokú végzettséggel rendelkezők. A vizsgálat alapján elmondható, hogy az iskolázottság szintje is meghatározza az innovációhoz való viszonyulást az ismérvek alapján.

Az életkorcsoportokra és az iskolai végzettségre vonatkozó adatokat összevetve a H3 hipotézis elfogadottnak tekinthető, mert az innovációs hajlandóságot befolyásolja az egyének életkorához tartozó időperspektívája és iskolai végzettsége.

A hipotézisekhez közvetve kapcsolódnak az innovációra való hajlandóság ismérvei az időperspektívával, aminek összefüggéseit a 9. táblázat mutatja, hogy a kitöltők által adott válaszok alapján az időprofil dimenziók, miképpen függenek össze az innovációt támogató ismérvekkel, ami adja az innovációs hajlandósági indexet.

9. táblázat: Az innovációt támogató ismérvek és az időorientációk korrelációs értékei

<i>Innovációs ismérvek</i>	<i>Jelen_hedonista index</i>	<i>Múlt_pozitív index</i>	<i>Jövőorientáció index</i>	<i>Jelen_fatalista index</i>	<i>Múlt_negatív index</i>
Új gondolkodás-mód	0,204**	-0,135	0,127	-0,026	0,087
Tanulás	0,215**	-0,112	0,084	-0,127	0,087
Elfogadás	0,276**	-0,090	0,131	0,124	-0,095
Együttműködés	0,202**	-0,037	0,118	0,010	-0,030
Célok	0,064	0,158*	0,076	0,055	-0,009
Kockázat	0,117	0,052	0,094	0,152*	0,008
Önbizalom	0,176*	-0,163*	0,114	-0,203**	-0,008
Értékteretítés	0,180*	-0,030	0,146	-0,196*	-0,058
Változás	0,281**	-0,036	0,061	-0,189*	-0,018
Környezet	0,073	-0,033	0,085	-0,177*	0,007
Hibázás	-0,002	0,036	0,037	-0,126	0,059
Hosszú távú gondolkodás	0,290**	-0,164*	-0,022	-0,150	0,035

Forrás: Végbné Kobut, 2019

Az innovációs hajlandóság egyes ismérvei a jelen-hedonista, múlt pozitív és a jelen-fatalista idődimenziókkal hozható kapcsolatba figyelmen kívül hagyva az életkort és az iskolai végzettséget. A jövőorientációval és a múlt-negatív időprofillal egyetlen egy ismérv se hozható összefüggésbe. A jövőorientáció kapcsán ez az eredmény, amiatt érdekes, mert összességében vizsgálva gyenge pozitív összefüggés volt kimutatható. A legtöbb esetben a jelen-hedonista időorientációval mutatható ki gyenge korreláció az innovációt támogató ismérvekkel. Az összes korrelációs ismérvek közül egy kiemelendő, az pedig a hosszú távú gondolkodás, ami a kérdőívben arra vonatkozott, hogy az új ötletek a hosszú távú célokat szolgálják. Ez amiatt érdekes a többi közül, mert a jelen-hedonista időperspektívára nem jellemző a hosszú távú orientáció, ami ezek szerint az ötletek terén másképpen viselkedik. Ez az időperspektíva kimondottan keresi az újdonságokat, így nem véletlen, hogy ezzel az idődimenzióval hozható összefüggésbe a legtöbb innovációt támogató ismérv. A múlt pozitív időprofil gyenge negatív irányba befolyásolja az önbizalmat és a hosszú távú gondolkodást az ötletek terén. A célok esetén gyenge pozitív összefüggés jellemző a múlt pozitív időorientációval.

A jelen-fatalista beállítódás pozitívan korrelál a kockázattal, mint az innováció egyik jellemzőjével, ami egyébként erre az időperspektívára is jellemző tulajdonság. Negatív összefüggés mutatható ki az önbizalommal, értékteremtéssel, változással és a hibázással. A jelen-fatalista időorientációra jellemző, hogy nem bízik magában és nem gondolkodik hosszú távon, mert a sorsban hisz, így nem is tud értéket teremteni.

Köveztetések és javaslatok

A kvantitatív kutatás alapján megállapítható, hogy az emberek egyes időperspektívája befolyásolja az innováció kialakulását, mert statisztikailag kimutatható volt a jövőorientáció és a jelen-hedonista időperspektívák közötti kapcsolat az innovációval, habár gyenge kapcsolati korrelációról van szó. Az emberek öt időprofilja közül erre a kettő időorientációra jellemzőek leginkább az olyan ismérvek, amelyek támogatják az innováció kialakulását. Ezek közül a legfontosabb ismérvek a hosszú távú gondolkodás, a kockázatvállalás és az újdonságok kutatása. Az emberek az időperspektíva tekintetében is különböznek, mint megannyi másban is, így emiatt is szükséges az oktatásban és a munkahelyi környezetben az együttműködés támogatása. Az együttműködés által az innovációt támogató jellemzők kapcsolatba kerülnek egymással, ami az együtt gondolkodás révén új gondolatok megjelenését teszi lehetővé, ami támogatja az innováció létrejöttét. Az innováció, pedig nemzetgazdasági, ágazati és vállalati szinten versenyképességet eredményez.

Az a tény, hogy nem minden időprofil hozható kapcsolatba az innovációval teljesen érthető, mert mindegyikére más-más jellemzők vonatkoznak. A múltorientáció függetlenül a kimenetelétől befolyásolja a jelent és a jövőre való felkészülést, mindezt úgy, hogy értékeli a múlt eseményét örömmel és sikerrel vagy kudarc és bánattal szemponyjai alapján. Azok az emberek, akik a múlt nagy hangsúlyt fektetnek, azok bizonytalanok az új és a különböző dolgokkal kapcsolatban (Dombi, 2018). A kutatás eredményei alapján a múltorientáció nem befolyásolja negatívan az innovációs hajlandóságot, annak ellenére, hogy bizalmatlanok az új dolgokkal illetően a múlt szemléletű emberek. Viszont az életkori és felsőfokú rétegződést figyelembe véve az innovációt támogató tényezők esetén az új gondolkodásmódot és a célokat negatívan befolyásolja a múlt negatív időprofil, ami érthető, mert ellentétes a jellemzőivel. A jelen-fatalista időprofil is negatívan befolyásolja 35 év alatt az innovációt. Ez a negatív hatás a sorsban való hitének és a gyengeségének köszönhető, mert a jövő számára már elrendeltetett és így nem tud tenni már semmit ellene. További vizsgálatokat szükséges végezni, hogy kiderüljön miért hat negatívan az innovációra a jelen-fatalista időperspektíva a felsőfokú végzettségűek körében.

A kutatási eredmények alapján a jelen-hedonista időprofil alkotja meg az innovációt és a jövőorientáció teszi lehetővé a támogatásával azt, hogy az meg is valósuljon. Ugyanerre a megállapításra jutott Zimbardo és Warren mikor erősen jövőorientált és erősen jelen-hedonista egyetemi hallgatókat kértek fel egy kutatásra, amelynek az eredménye az lett, hogy a kreatív csoport az alkotás menetére, míg a jövőorientáltak a végeredményre koncentráltak (Zimbardo-Warren, 2008). Lényeges kiemelni, hogy az emberek időperspektívája az életkori jellemzők alapján változik és változtatható, ahogy az iskolázottság is módosítja az időprofilot, ezt a tényt a kutatás eredménye is bizonyította. Vagyis az emberek képesek az innovációt támogatni attól, mert különböznek időorientációt illetően, csak együttműködésre kell őket hívni. Az embereknek létezik egy támogatott időperspektívája, amelyet mindig jobban preferál a többihez képest. Ezért olyan célokat szükséges kitűzni eléjük, ami motiválja őket, ezzel módosítva az időprofiljukat. Mindezt, úgy érdemes megvalósítani, hogy ezek az irányok támogassák a vállalat stratégiai céljait is. A célok elérése vezetői támogatás

nélkül nem tud megvalósulni. A vezetőknek a közvetlenül hozzá tartozó munkavállalók időprofiljukkal és képességeikkel érdemes tisztába lenniük, mert csak így lehetnek képesek elérni a kitűzött célokat, támogatva ezzel az innováció létrejöttét. Ez az állítás igaz a személyiség-típológiákra is, mert könnyebb feloldani problémás helyzeteket vagy konfliktusokat, ha tisztában vagyunk a beosztottak személyes jellemzőikkel. A kapott eredmények alapján egyértelmű felelőssége van a vezetőknek és a szervezeti kultúrának az innováció létrejöttében, mert a motivált, elkötelezett, felelősséget vállaló és fejlődni vágyó dolgozók nélkül ez nem lehetséges. Emiatt egyetértek azzal a kijelentéssel, hogy az innováció nem feltétlenül csak pénz kérdése, ahogy Steve Jobs is fogalmazott egy interjúban, amely a következőképpen hangzott: „Az innovációnak semmi köze nincs ahhoz, hogy mennyi dollárt költsz K+F-re. Az innováció nem pénz kérdése. Az innováció azoktól az emberektől függ, akik a cégnél dolgoznak (Fortune Magazine, 1998).” Az innováció megvalósulásához szükséges az anyagi erőforrás, de a gondolat vagy ötlet az mindig az emberektől származik. Korábbi kutatásokból megtudhattuk, hogy az innovációs aktivitást egy nemzet bizonytalanságkerülése és alacsony kockázatvállalási hajlandósága is csökkenti (Hofmeister et al. 2008). Jelen tanulmány is rávilágított arra, hogy az emberek időperspektívája is csökkenti az innovációs aktivitást, ha nem eléggé jelen-hedonisták ahhoz, hogy kialakuljon az innováció az emberek részéről, sőt még negatívan is befolyásolja, ha a jelen-fatalista dimenziót nézzük. Ezek a tényezők feltételezhetően hozzájárulhatnak a hazai mikro-, kis és középvállalkozások alacsony innovációs aktivitásához és az ebből eredő alacsony termelékenységhez és hatékonysághoz.

A kutatás fő célja az volt, hogy rávilágítson az innováció kialakulását befolyásoló humán tényezőre is, mert erről az oldalról nem igazán esik szó akkor, amikor az innovációs aktivitását elemazzük. Nagyon sok esetben csak a tárgyiasult, jól megfogható és leginkább pénzben kifejezhető tényezők szempontjából vizsgáljuk az innováció kialakulását, pedig az innováció elindítója mindig az ember vagy a kollaboratív embercsoportok, akik létrehozzák az innovációt és diffúzió révén elterjed a társadalomban. Az innováció kialakulását befolyásolja az emberek szocioökonómiai elhelyezkedése, kulturális beállítottsága, tudásstílusa és életstílusa is, ami azt eredményezi, hogy hiába a fejlett technológiai adottság, ha az egyének nem érznek belső késztetést az új vagy újszerű dolgokra. Ahhoz, hogy ez ne így legyen megfelelő szervezeti kultúrára és szervezeti működésre van szükség, amely támogatja az információcserét, a cselekvésre való ösztönzést és visszajelzést ad az egyén felé a munkavégzését illetően. Vagyis megfelelő vezetői támogatásra van szükség, ami mellett az autonóm viselkedés ki tud alakulni az egyének oldaláról, ami növeli az énhatékonyságot. A belső motiváció nem tud létrejönni a megfelelő önértékelés és kompetencia érzet nélkül. Amennyiben az előzőleg felsorolt elemek teljesülnek, akkor a munkavállaló elégedetté válik és képes a magasszintű munkavégzésre, amely segíti őt a belső motiváció kialakulásában. Az időhöz való optimális viszonyulás lehetőségét is érdemes felismerni, mert az jobb döntésekhez vezet, ami nemcsak a vállalatoknak jó, hanem az egyéneknek is, mert boldogabbak, sikeresebbek és kiegyensúlyozottabbak lesznek az életben. Az időorientáció tanult folyamat, amely módosítható, csak szemléletváltásra van hozzá szükség. Egy következő kutatás keretében érdemes vizsgálni szervezeti szinten, akár projektekre lebontva az időperspektíva, motiváció és teljesítmény összefüggéseit egy modellbe ágyazva, amely segítséget adhat egy új módszertan kidolgozására szervezeti működés vagy szervezetfejlesztést illetően.

Hivatkozott források

- [1.] Adams, J. – White, M. (2009): Time perspective in socioeconomic inequalities in smoking and body mass index. *Health Psychology*, 28. 1. sz. pp. 83–90. DOI: <https://doi.org/10.1037/0278-6133.28.1.83>
- [2.] Amabile, T. M. (1996): Creativity in context, *Westview Boulder CO*
- [3.] Chikán, A. – Czakó, E. (2009): Versenyben a világgal: vállalatok versenyképessége az új évezredkүszőbén, Budapest, *Akadémiai Kiadó*
- [4.] Csath, M. (2010): Versenyképesség-menedzsment, Budapest, *Nemzeti Tankönyvkiadó*, pp. 16.
- [5.] Csath, M. (2012): Üzletimodell – innováció, Budapest, *Nemzeti Tankönyvkiadó*, pp. 249.
- [6.] Csath, M. (2020): Versenyképességi dilemmák a digitalizáció és robotizáció korában, *Dialóg Campus Kiadó*, Budapest
- [7.] Dombi, E. (2018): Az időperspektíva hazai mérése, személyiségvonásokkal való összefüggéseinek vizsgálata és egy új jövőorientációs mérőeszköz kidolgozása, *Szegedi Tudományegyetem*
- [8.] Drake, L. – Duncan, E. – Sutherland, F. – Abernethy, C. – Henry, C. (2008): Time perspective and correlates of wellbeing. *Time and Society*, 17, pp. 47–61. DOI: <https://doi.org/10.1177/0961463X07086304>
- [9.] Drucker, P. F. (1969): The Age of Discontinuity: Guidelines to our Changing Society, New York, *Harper & Row*
- [10.] Hofstede, G. – Bond, M. (1988): The Confucius connection: From cultural roots to economic growth, *Organizational Dynamics*, 16, pp. 4–21. DOI: <https://doi.org/10.4236/me.2011.23035>
- [11.] Gábor, A. (1997): Információ-menedzsment, *Aula Kiadó*
- [12.] Guthrie, L. C. – Butler, S. C. – Ward, M. M. (2009): Time perspective and socioeconomic status: A link to socioeconomic disparities in health? *Social Science & Medicine*, 68. 12. sz. pp. 2145–2151. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2009.04.004>
- [13.] Hammond, M. M. – Neff, N. L. – Farr, J. L. – Schwall, A. R. – Zhao, X. (2011): Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis, *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), pp. 90. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0018556>
- [14.] Hofmeister, Á. – Neumann-Bódi, E. – Kopp, M. (2008): Kulturális értékek vizsgálata a magyar társadalomban Hofstede kulturális dimenziói alapján, *Szemmelweis Kiadó*, Budapest, pp. 365–373.
- [15.] Holman, E. A. – Silver, R. C. (1998): Getting "Stuck" in the Past: Temporal Orientation and Coping With Trauma. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74. 5. sz. pp. 1146–1163. DOI: <https://doi.org/10.1037//0022-3514.74.5.1146>
- [16.] Inglehart, R. (1997): Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change 43. Societies. *Princeton University Press*
- [17.] Kluckhohn, F. R. – Strodtbeck, F. L. (1961): Variations in value orientations. Evanston, *IL: Row, Peterson and Company*.
- [18.] Komor, L. (2011): Személyes vezetés jegyzet, *Szent István Egyetem*, pp. 146.
- [19.] Kovács, A. (2018): Vállalati és intézményi stratégia jegyzet, *Szent István Egyetem*
- [20.] Kruger, D. J. – Reischl, T. – Zimmerman, M. A. (2008): Time perspective as a mechanism for functional developmental adaptation. *Journal of Social, Evolutionary, and Cultural Psychology*, 2. 1. sz. pp. 1–2 DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/h0099336>
- [21.] Lamm, H. – Schmidt, R. W. – Trommsdorff, G. (1976): Sex and social class as determinants of future orientation in adolescents. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34. 3. sz. pp. 317–326. DOI: <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420080107>

- [22.] Larson, R. W. – Rusk, N. (2011): Intrinsic motivation and positive development, *Academic Press*, pp. 89–130.
- [23.] Lasane, T. P. – Jones, J. M. (1999): Temporal orientation and academic goal-setting: The mediating properties of a motivational self. *Journal of Social Behavior and Personality*, 14, pp. 31–44.
- [24.] Lewin, K. (1942): Time Perspective and Moral. In: G. W. Lewin: Resolving Social Conflicts, *Harper And Row*, New York.
- [25.] Lin, Y. S. (2011): Fostering creativity through education: A conceptual framework of creative pedagogy, *Creative Education*, 2(3), pp. 149–155. DOI: <https://doi.org/10.4236/ce.2011.23021>
- [26.] Luksander, A. – Mike, K. – Csité, A. (2010): Maguk urai – a magyar vállalkozó lelkialkata, A magyarországi kisvállalkozók értékvilágának néhány jellemzője, *BCE Vállalatgazdaságtan Intézet Versenyképesség Kutató Központ*
- [27.] Mumford, D. M. – Licuanan, B. (2004): Leading for Innovation: Conclusions, issues and directions, *The Leadership Quarterly* 15(1), pp. 163–171. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.12.010>
- [28.] Nurmi, J. E. (1991): How do adolescents see their future? A review of the development of future orientation and planning. *Developmental Review*, 11. 1. sz. pp. 1–59. DOI: [https://doi.org/10.1016/0273-2297\(91\)90002-6](https://doi.org/10.1016/0273-2297(91)90002-6)
- [29.] Phepls, E. (2008): Gazdasági kultúra és gazdasági teljesítmény. In: *Progresszív politika* Vol. 1 No.4, pp. 5–37.
- [30.] Porter, M.E. (1990): The Competitive Advantage of Nations, New York, *The Free Press*, pp. 543–573.
- [31.] Robinson, K. (2011): Az alkotó tér, *HVG Könyvek*, Budapest
- [32.] Schumpeter, J. A. (1939): Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process, *McGraw Hill*, New York
- [33.] Schumpeter J. A. (1934/1980): A gazdasági fejlődés elmélete. *Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó*, Budapest
- [34.] Sommer, L. – Haug, M. (2009): The Impact of Origin on Entrepreneurial Identity, Attitudes and International Entrepreneurial Behavior in SmE, 9th Global Conference on Business & Economics, *Cambridge University*, UK
- [35.] Shipp, A. J. – Lévassieur, L. – Fried, Y. – Rousseau, D. M. – Zimbardo, P. G. (2020): New perspectives on time perspective and temporal focus, *Journal of Organizational Behavior*
- [36.] Tep Puthyrom – Sorakrich Maneewan – Saranya Chuathong – Matthew A. Easter | (2021): The relationship between human values and creative ideation among undergraduate students: The role of creative self-efficacy, *Cogent Psychology*, 8:1, 1885575. DOI: <https://doi.org/10.1080/23311908.2021.1885575>
- [37.] Seijts, G. H. (1998): The importance of future time perspective in theories of work motivation. *Journal of Psychology*, 132, pp. 154–168. DOI: <https://doi.org/10.1080/00223989809599156>
- [38.] Shipp, A. J. – Aeon, B. (2019): Temporal focus: Thinking about the past, present, and future. *Current Opinion in Psychology*, 26, pp. 37–43. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2018.04.005>
- [39.] Stolarski, M. – Bitner, J. – Zimbardo, P. G. (2011): Time perspective, emotional intelligence and discounting of delayed awards. *Time & Society*, 20, pp. 346–363. DOI: <https://doi.org/10.1177/0961463X11414296>
- [40.] Sulaiman, I., F. – Hashim, N., C. – Sariah, S. – Hassan, A., S. – Burhan, M. – Oluwatosin, S. O. (2015): Innovativeness of Creative Thinking for Value Creation, *Journal of Education & Social Policy* 2(3), 1–12

- [41.] Véghné Kohut, D. (2019): Versenyképességre ható innovációs hajlandósági index az egyéni időperspektíva szempontjából, Szent István Egyetem
- [42.] Webster, J. D. (2011): A new measure of time perspective: initial psychometric findings for the balanced time perspective scale (BTPS). *Canadian Journal of Behavioural Science*, 43.2. sz. pp. 111–118.
- [43.] Weiss, S. D. – Legrand, C. (2011): *Innovative Intelligence*. Chichester: John Wiley & Sons Canada, Ltd.
- [44.] Zhang, J. W. – Howell, R. T. (2011): Do time perspectives predict unique variance in life satisfaction beyond personality traits? *Personality and Individual Differences*, 50, pp. 1261–1266. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.02.021>
- [45.] Zimbardo, P. G. – Boyd, J. N. (1999): Putting time in perspective: a valid, reliable individual-differences etric, *Journal of Personality and Social Psychology*, 77.6. sz. pp. 1271–1288. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-07368-2_2
- [46.] Zimbardo, P. G. – Warren, M. L. (2008): Time to create: investigating the dispositional and situational determinants of creativity, *Kiadás előtt álló kézirat*

Szerző

Véghné Kohut Dorottya

ORCID: 0000-0002-4122-9691

PhD hallgató

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

e-mail: veghne.kohut.dorottya@phd.uni-mate.hu

A műre a Creative Commons 4.0 standard licenc alábbi típusa vonatkozik: [CC-BY-NC-ND-4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

