

# POMIAR PROINNOWACYJNOŚCI

## PRZY POMOCY KWESTIONARIUSZA P-12: IMPLIKACJE DLA COACHINGU KARIERY

### ABSTRAKT

Rozwój, osobisty i zawodowy, wymaga przekraczania *status quo*. Osoby, które cechują się otwartością na nowe pomysły i działania, powinny także wykazywać większą dynamikę i zakres aktywności rozwojowej. Osoby takie można nazwać proinnowacyjnymi, gdyż często wdrażają w sobie i wokół siebie liczne, niekiedy radykalne zmiany. Artykuł opisuje cechę Proinnowacyjności, sposób jej pomiaru przy pomocy kwestionariusza P-12 oraz jej implikacje dla coachingu, w szczególności w kontekście kariery zawodowej.

Słowa kluczowe

proinnowacyjność, pomiar, coaching kariery

### ABSTRACT

Personal and professional development needs crossing the *status quo*. Self-development activity should be more intense in open-minded people. Such people can be called „proinnovative”, because they are willing to introduce changes, sometimes even radical, in their lives. The article describes Proinnovativeness as a personality trait and presents the P-12 questionnaire as a tool to assess this trait. Implications of Proinnovativeness for career coaching are discussed.

Keywords

proinnovativeness, assessment, career coaching

## WPROWADZENIE

Potencjał zawodowy jednostki może być opisany przy pomocy wielu różnych kategorii, w tym m.in. doświadczenia zawodowego, kwalifikacji, wykształcenia (Casio i Aguinis 2011; Landy i Conte 2007). Wszystkie powyższe kategorie oferują ważną perspektywę, lecz mają też pewną wadę. Mianowicie wszystkie mówią *de facto* o przeszłości jednostki, o tym, co udało się jej do tej pory osiągnąć. I jeśli mogą powiedzieć coś o przyszłości, to tylko na zasadzie ekstrapolacji – skoro dana osoba posiada określone doświadczenie, kwalifikacje i wykształcenie, to powinna odnaleźć się w spójnych z nimi obszarach działalności. Kategorią opisu potencjału jednostki, która mówi bezpośrednio o przyszłości, jest „predyspozycja”, zazwyczaj w postaci „cechy osobowości”. Predyspozycje mówią o przyszłości, gdyż z definicji opisują tendencję (preferencję) do określonego sposobu działania (Furnham 2008). Poznanie predyspozycji jednostki oznacza więc w dużej mierze możliwość przewidywania jej przyszłych zachowań. Na przykład osoby ekstrawertywne (niezależnie od doświadczenia zawodowego, kwalifikacji i wykształcenia), w przeciwieństwie do introwertywnych, będą częściej i z większą werwą poszukiwać stymulacji społecznej, dostarczając sobie jednocześnie wielu sposobności do doskonalenia (i tak już zazwyczaj wysokich) kompetencji społecznych oraz rozwijania sieci kontaktów (Ashton, Lee, Paunonen 2002). Zgodnie z aktualnym stanem wiedzy koncepcją, która najlepiej opisuje predyspozycje (osobowościowe), jest model pięcioczynnikowy. Wyróżnia on pięć podstawowych cech (tendencji), mianowicie wspomnianą już ekstrawersję, stabilność emocjonalną, otwartość na doświadczenie, ugodowość i sumienność (McAdams 2009). Wszystkie cechy osobowości, zgodnie z tym modelem, są albo aspektami (a więc cechami niższego rzędu, nazywanymi składnikami) wyżej wymienionych pięciu cech, albo ich połączeniem (a więc cechami wyższego rzędu, zwanymi także metacechami lub cechami złożonymi). Szczególnie interesujące są metacechy (DeYoung 2006; Digman 1997). Badania wskazują na dwie kluczowe metacechy, mianowicie Stabilność (Zsocjalizowanie) będącą połączeniem stabilności emocjonalnej, ugodowości i sumienności, oraz Plastyczność (Rozwój osobisty) będącą połączeniem ekstrawersji i otwartości na doświadczenie. Stabilność (Zsocjalizowanie) opisuje poziom stabilności funkcjonowania w obszarze emocjonalnym, społecznym i motywacyjnym, natomiast Plastyczność (Rozwój osobisty) opisuje gotowość do eksplorowania nowych pomysłów i eksperymentowania z nowymi działaniami. W kontekście wspierania rozwoju, w tym przy pomocy coachingu, szczególnie ta druga metacecha wzbudza zainteresowanie. Można oczekiwać, że osoby o wysokim nasileniu Plastyczności będą z większą werwą podchodzić do aktywności prorozwojowych, w szczególności będą bardziej skłonne do wprowadzania zmian, często radykalnych (tj. nieciągłych, niemających wcale lub mających niewiele wspólnego z dotychczasowym

sposobem działania, w tym doświadczeniem, kwalifikacjami i wykształceniem), w swoim życiu, na przykład zawodowym. Oszacowanie poziomu Plastyczności może więc mieć duże znaczenie dla oceny potencjału rozwojowego jednostki, rozumianego jako skłonność do wypróbowywania nowych idei i sposobów działania. Z perspektywy obserwatora osoby „plastyczne” będą się jawić jako otwarte, ciekawe świata, kreatywne, przedsiębiorcze i pełne inicjatywy, zorientowane na wdrażanie zmian w sobie i wokół siebie. Cechy te w kontekście motywacji do rozwoju (tj. wychodzenia poza *status quo*), orientacji na przyszłość i wdrażania zmian, można nazwać zbiorczo „proinnovacyjnością”. Do kluczowych zachowań wskaźnikowych Proinnovacyjności zaliczymy zaś między innymi (Smółka 2014):

- wykazywanie zainteresowania (zaciekawienia) wszelkiego typu nowością i nowinkami, co idzie w parze z ciągłym uczeniem się czegoś nowego dla samej pasji poznawania,
- wykorzystywanie wyobraźni do testowania różnych scenariuszy rozwoju sytuacji, z czym wiąże się także częste rozmyślanie nad tym, jak jeszcze inaczej można wykorzystać własną wiedzę (lub inne posiadane zasoby),
- dążenie do wybicia się ponad przeciętność, z czym wiąże się, na przykład, obmyślanie nieszampowych rozwiązań różnych codziennych problemów,
- wprowadzanie w swoim życiu lub otoczeniu zmian, aby doświadczać wciąż czegoś nowego, co wiąże się, między innymi, z nieustannym poszukiwaniem nowych możliwości, dzięki którym można byłoby przyspieszyć realizację własnych celów.

Tak definiowana Proinnovacyjność jawi się jako cecha o potencjalnie dużym znaczeniu dla dynamiki i zakresu aktywności rozwojowej jednostki. W tym kontekście warto pomyśleć o możliwościach uwzględnienia diagnozy Proinnovacyjności jednostek biorących udział w różnego typu projektach rozwojowych, w tym coachingu, zwłaszcza coachingu kariery, który często ukierunkowany jest na wdrażanie (radikalnych) zmian w dotychczasowej ścieżce kariery. Pomiar Proinnovacyjności może być pomocny w ustaleniu optymalnej strategii rozwojowej dla poszczególnych osób (por. McCormick i Burch 2008; Smółka 2011, 2013). Do tej pory pomiar Proinnovacyjności (Plastyczności) wymagał posłużenia się jednym z kwestionariuszy do oceny podstawowych tendencji, czyli cech „Wielkiej Piątki”. Kłopot w tym, że tego typu kwestionariusze liczą zazwyczaj przynajmniej kilkadziesiąt pytań, zaś ich czas wypełnienia wynosi co najmniej kilkanaście minut. Ponadto pomiar Proinnovacyjności przy ich pomocy wymaga dodatkowych wyliczeń, gdyż nie mierzą one tej cechy wprost. Czy nie dałoby się więc rzetelnie i bezpośrednio zmierzyć Proinnovacyjności przy pomocy znacznie krótszego (liczącego co najwyżej

kilkanaście pytań) dedykowanego kwestionariusza, którego wypełnienie zajmowałoby co najwyżej pięć minut? Odpowiedź jest twierdząca. Autorski kwestionariusz P-12<sup>1</sup>, jak sama nazwa wskazuje, obejmuje 12 pytań ukierunkowanych wprost na pomiar Proinnovazione zgodnie z wyżej wymienionymi wskaźnikami tej cechy. Kwestionariusz występuje w dwóch wersjach – elektronicznej i drukowanej. Jego wypełnienie zajmuje nie więcej niż 5 minut. Niniejszy artykuł opisuje badanie i przedstawia wybrane wyniki analiz świadczące o równoważności psychometrycznej obu wersji kwestionariusza oraz jego trafności teoretycznej i kryterialnej. Omawia ponadto kluczowe implikacje pomiaru Proinnovazione dla strategicznego ukierunkowania sesji coachingowych.

## CELE BADAWCZE I HIPOTEZY

Przed badaniem postawiono trzy cele. Pierwszym celem była weryfikacja równoważności dwóch wersji, mianowicie elektronicznej i drukowanej, kwestionariusza P-12. Zgodnie z hipotezą (H1) oczekiwano, że obie wersje kwestionariusza są równoważne.

*H1: Elektroniczne i drukowane wersje kwestionariusza P-12 są równoważne. Charakteryzują się podobną, wysoką rzetelnością oraz jednoczynnikową strukturą o tym samym układzie (kierunku i sile) korelacji z cechami z pięcioczynnikowego modelu osobowości.*

Drugim celem była weryfikacja trafności teoretycznej kwestionariusza P-12. Zakładano (zgodnie z hipotezą H2), że Proinnovazione – cecha mierzona kwestionariuszem P-12 – jest cechą złożoną, wypadkową lub mieszanką Ekstrawersji i Otwartości na doświadczenie.

*H2: Proinnovazione jest cechą złożoną, wypadkową Ekstrawersji i Otwartości na doświadczenie. Te dwie cechy tłumaczą znaczący odsetek wariacji wyników w skali P-12.*

Trzecim celem była weryfikacja trafności kryterialnej kwestionariusza P-12. Oczekiwano, zgodnie z hipotezą H3, że Proinnovazione powinna iść w parze z przedsiębiorczością, ze względu na definicyjne odwoływanie się do proaktywności, przejawiania inicjatywy, wdrażania zmian w sobie, ale i wokół siebie.

*H3: Proinnovazione jest cechą pozytywnie skorelowaną z przedsiębiorczością, tj. z prowadzeniem własnej firmy lub chęcią jej założenia (intencjami przedsiębiorczymi).*

---

<sup>1</sup> Kwestionariusz P-12 jest autorskim narzędziem udostępnionym (w wersji elektronicznej) do celów badawczych na platformie Way2Improve należącej do firmy Way2 sp. z o.o. Osoby i organizacje zainteresowane wykorzystaniem kwestionariusza w swojej działalności badawczej i diagnostycznej proszone są o kontakt z autorem: pawel.smolka@way2.pl.

Aby realizować wyżej wymienione cele badawcze, zaplanowano badanie kwestionariuszowe oraz adekwatne analizy statystyczne jego wyników.

## **METODA BADANIA**

W badaniu udział wzięło kilka grup liczących w sumie 1169 osób, z czego grupa 1065 osób była badana elektroniczną wersją kwestionariusza P-12, natomiast grupa 104 osób wersją drukowaną tego kwestionariusza. Dodatkowo, w obrębie grupy 1065 osób wyróżniono grupę 52 osób, które oprócz kwestionariusza P-12 w wersji elektronicznej wypełniły także wersję drukowaną kwestionariusza NEO-PI-R, oraz grupę 59 osób, które oprócz kwestionariusza P-12 w wersji elektronicznej wypełniły także wersję drukowaną kwestionariusza NEO-FFI. Ponadto w obrębie grupy 104 osób wyróżniono cztery podgrupy, mianowicie: przedsiębiorców (N=20), studentów na kierunku zarządzanie (N=29), studentów psychologii na specjalności psychologia kliniczna (N=35) oraz studentów psychologii na specjalności stosowana psychologia społeczna (N=20). Wszystkie wyżej wymienione podgrupy wypełniły oprócz drukowanej wersji kwestionariusza P-12 także drukowaną wersję kwestionariusza NEO-FFI.

W badaniu wykorzystano trzy kwestionariusze: kwestionariusz P-12 (w wersji elektronicznej oraz drukowanej) oraz kwestionariusze NEO-PI-R i NEO-FFI (oba kwestionariusze tylko w wersjach drukowanych). Kwestionariusze NEO-PI-R i NEO-FFI zostały wykorzystane do pozyskania danych pomocnych we wstępnej walidacji trafności teoretycznej kwestionariusza P-12, w szczególności określenia związku cechy Proinnowacyjności, mierzonej kwestionariuszem P-12, z cechami z pięcioczynnikowego modelu osobowości. Ponadto w badaniu wykorzystano ankietę do oceny poziomu ambicji (siły intencji przedsiębiorczych). Dane z ankiety miały posłużyć ocenie trafności kryterialnej kwestionariusza P-12.

Kwestionariusz osobowości NEO-FFI (Zawadzki, Strelau, Szczepaniak i Śliwińska 1998) bazuje na pięcioczynnikowym modelu osobowości. Kwestionariusz NEO-FFI pozwala na oszacowanie wszystkich pięciu cech z zadowalającą rzetelnością. Zawiera 60 pytań z pięciokategorialnym formatem odpowiedzi, zaś czas potrzebny na jego wypełnienie to zazwyczaj około 15 minut.

Kwestionariusz osobowości NEO-PI-R (Siuta 2006), podobnie jak kwestionariusz NEO-FFI, bazuje na pięcioczynnikowym modelu osobowości. Jednakże w przeciwieństwie do NEO-FFI, kwestionariusz NEO-PI-R pozwala oszacować poziom nie tylko pięciu głównych cech osobowości, ale także cech niższego rzędu nazywanych



składnikami. Kwestionariusz NEO-PI-R zawiera 240 pytań z pięciokategorialnym formatem odpowiedzi, zaś czas potrzebny na jego wypełnienie to około 35–45 minut.

Oprócz wyżej wymienionych kwestionariuszy wykorzystano autorską ankietę w celu oszacowania poziomu ambicji (intencji przedsiębiorczych). Badanie ankietowe dotyczyło wyłącznie grup studentów psychologii i zarządzania (w sumie 84 osób). Ocena ambicji opierała się na trzech kluczowych wskaźnikach, mianowicie intencji założenia własnej firmy jako jedynej lub jednej z najważniejszych form samorealizacji zawodowej, planowaniu pracy dyplomowej (licencjackiej lub magisterskiej) z intencją badania kwestii bezpośrednio związanych i pomocnych w „rozkreśczeniu” własnego biznesu oraz dążeniu do zyskania statusu innowatora (pioniera jakiejś dziedziny lub twórcy oryginalnych rozwiązań – nowego produktu lub usługi). W analizie wyników uwzględniono sumaryczne oszacowanie poziomu ambicji bez rozbijania go na poszczególne wskaźniki.

Plan analiz statystycznych obejmował:

- analizę czynnikową (wykorzystano metodę głównych składowych) w celu określenia struktury czynnikowej kwestionariusza P-12,
- analizę rzetelności (wykorzystano współczynnik zgodności wewnętrznej alfa-Cronbacha) w celu określenia rzetelności kwestionariusza P-12,
- analizy korelacji (wykorzystano współczynnik korelacji  $r$  Pearsona) oraz regresji wielokrotnej (krokową, postępującą) w celu określenia siły i kierunku związku cechy Proinnowacyjności z cechami z pięcioczynnikowego modelu osobowości,
- analizy regresji wielokrotnej (krokowej, postępującej) w celu określenia siły i kierunku związku cechy Proinnowacyjności z poziomem Ambicji (intencji przedsiębiorczych),
- porównania międzygrupowe (z wykorzystaniem testu  $t$ -Studenta) w celu określenia różnic międzygrupowych w zakresie cechy Proinnowacyjności między grupami osób o odmiennych doświadczeniach edukacyjnych lub zawodowych (przedsiębiorcy *vs* studenci zarządzania lub psychologii o różnych specjalnościach – psychologia kliniczna lub stosowana psychologia społeczna).

## WYNIKI

Analiza czynnikowa, z wykorzystaniem głównych składowych jako metody wyodrębniania czynników, wykazała, że kwestionariusz P-12 w **wersji elektronicznej** ma strukturę jednoczynnikową. Wyodrębniony czynnik, nazwany Proinnowacyjnością, wyjaśnia 40,37% wariacji wyników skali P-12.

Przeprowadzone następnie analizy rzetelności elektronicznej wersji kwestionariusza P-12 z wykorzystaniem wskaźnika zgodności wewnętrznej wykazały, że jest to kwestionariusz rzetelny. Wartość wskaźnika zgodności wewnętrznej (alfa-Cronbacha) wynosi bowiem 0,86 dla N=1065.

Analiza czynnikowa z wykorzystaniem głównych składowych jako metody wyodrębniania czynników wykazała, że kwestionariusz P-12 **w wersji drukowanej** ma strukturę jednoczynnikową, podobnie jak w wersji elektronicznej. Wyodrębniony czynnik, nazwany Proinnovacyjnością, wyjaśnia 41,48% wariacji wyników skali P-12.

Przeprowadzone analizy rzetelności drukowanej wersji kwestionariusza P-12 z wykorzystaniem wskaźnika zgodności wewnętrznej wykazały, że jest, podobnie jak wersja elektroniczna, narzędziem rzetelnym. Wartość wskaźnika zgodności wewnętrznej (alfa-Cronbacha) wynosi bowiem 0,87 dla N=104.

Analizy korelacyjne (tabela 1), z wykorzystaniem wskaźnika  $r$  Pearsona, wskazują na związki Proinnovacyjności (mierzonej **elektroniczną wersją** skali P-12) z Ekstrawersją, Otwartością na doświadczenie i Neurotycznością (korelacja ujemna) mierzonymi kwestionariuszem NEO-PI-R.

**TABELA 1.** SIŁA I KIERUNEK ZWIĄZKU PROINNOWACYJNOŚCI (MIERZONEJ ELEKTRONICZNĄ WERSJĄ SKALI P-12) Z CECHAMI Z PIĘCIOCZYNNIKOWEGO MODELU OSOBOWOŚCI (MIERZONYMI KWESTIONARIUSZEM NEO-PI-R)

	Proinnovacyjność
Neurotyczność	-0,33*
Ekstrawersja	0,54**
Otwartość na doświadczenie	0,59**
Ugodowość	n.i.
Sumienność	n.i.

\* Korelacja jest istotna na poziomie 0.05 (dwustronnie).

\*\* Korelacja jest istotna na poziomie 0.01 (dwustronnie).

Źródło: opracowanie własne.

Analizy korelacyjne (tabela 2) z wykorzystaniem wskaźnika  $r$  Pearsona wskazują na związki Proinnowacyjności (mierzonej elektroniczną wersją skali P-12) z Ekstrawersją, Otwartością na doświadczenie, Sumiennością oraz Neurotycznością (korelacja ujemna) mierzonymi kwestionariuszem NEO-FFI.

**TABELA 2.** SIŁA I KIERUNEK ZWIĄZKU PROINNOWACYJNOŚCI (MIERZONEJ ELEKTRONICZNĄ WERSJĄ SKALI P-12) Z CECHAMI Z PIĘCIOCZYNNIKOWEGO MODELU OSOBOWOŚCI (MIERZONYMI KWESTIONARIUSZEM NEO-FFI)

	Proinnowacyjność
Neurotyczność	-0,34**
Ekstrawersja	0,48**
Otwartość na doświadczenie	0,36**
Ugodowość	n.i.
Sumiennność	0,32*

\*\* Korelacja jest istotna na poziomie 0.01 (dwustronnie).

\* Korelacja jest istotna na poziomie 0.05 (dwustronnie).

Źródło: opracowanie własne.

Jednocześnie analiza regresji wielokrotnej (tabela 3) wskazuje, że 42% wariacji wyników w elektronicznej wersji skali P-12 można wytłumaczyć cechami z pięcioczynnikowego modelu osobowości (Otwartością na doświadczenie i Ekstrawersją) mierzonymi kwestionariuszem NEO-PI-R.

Ponadto analiza regresji wielokrotnej (tabela 4) wskazuje, że 28% wariacji wyników w elektronicznej wersji skali P-12 można wytłumaczyć składnikami cech z pięcioczynnikowego modelu osobowości (Działanie, Idee i Asertywność – są to składniki dwóch cech, mianowicie Otwartości na doświadczenie i Ekstrawersji) mierzonymi kwestionariuszem NEO-PI-R. W tym kontekście Proinnowacyjność jawi się jako otwartość na nowe idee i działania wraz z asertywnością (pewnością siebie) niezbędną do ich wdrażania wraz z innymi ludźmi (często jako ich lider) lub ich promowania niekiedy wbrew innym ludziom (jako orędownik pewnych, niepopularnych jeszcze zmian).



**TABELA 3.** WYNIKI ANALIZY REGRESJI WIELOKROTNEJ.  
CECHY PIĘCIOCZYNNIKOWEGO MODELU OSOBOWOŚCI  
JAKO PREDYKTORY PROINNOWACYJNOŚCI  
 $F(2,49) = 17,880$   $p < 0,0001$   $R = 0,65$   $R^2 = 0,42$

Model	B	Błąd standardowy	Beta	t	Istotność
Otwartość na doświadczenie	0,122	0,036	0,425	3,337	0,002
Ekstrawersja	0,092	0,037	0,316	2,480	0,02

Źródło: opracowanie własne.

**TABELA 4.** WYNIKI ANALIZY REGRESJI WIELOKROTNEJ.  
SKŁADNIKI CECH Z PIĘCIOCZYNNIKOWEGO MODELU  
OSOBOWOŚCI JAKO PREDYKTORY PROINNOWACYJNOŚCI  
 $F(2,137) = 26,650$   $p < 0,0001$   $R = 0,53$   $R^2 = 0,28$

Model	B	Błąd standardowy	Beta	t	Istotność
Działania	0,382	0,110	0,380	3,474	0,001
Idee	0,294	0,097	0,328	3,017	0,004
Asertywność	0,284	0,113	0,274	2,413	0,02

Źródło: opracowanie własne.

Analiza regresji wielokrotnej (tabela 5) wskazuje, że 29% wariacji wyników w elektronicznej wersji skali P-12 można wytłumaczyć cechami z pięcioczynnikowego modelu osobowości (Otwartością na doświadczenie i Ekstrawersją) mierzonymi kwestionariuszem NEO-FFI.

Analizy korelacyjne (tabela 6) z wykorzystaniem wskaźnika  $r$  Pearsona wskazują na związki Proinnowacyjności (mierzonej **drukowaną wersją** skali P-12) z Ekstrawersją, Otwartością na doświadczenie, Sumiennością oraz Neurotycznością (korelacja ujemna) mierzonymi kwestionariuszem NEO-FFI.

**TABELA 5.** WYNIKI ANALIZY REGRESJI WIELOKROTNEJ.  
CECHY PIĘCIOCZYNNIKOWEGO MODELU OSOBOWOŚCI  
JAKO PREDYKTORY PROINNOWACYJNOŚCI  
 $F(2,56) = 11,315$   $p < 0,0001$   $R = 0,54$   $R^2 = 0,29$

Model	B	Błąd standardowy	Beta	T	Istotność
Ekstrawersja	0,353	0,095	0,430	3,715	0,0001
Otwartość na doświadczenie	0,246	0,119	0,239	2,069	0,05

Źródło: opracowanie własne.

**TABELA 6.** SIŁA I KIERUNEK ZWIĄZKU PROINNOWACYJNOŚCI  
(MIERZONEJ DRUKOWANĄ WERSJĄ SKALI P-12)  
Z CECAMI Z PIĘCIOCZYNNIKOWEGO MODELU OSOBOWOŚCI  
(MIERZONYMI KWESTIONARIUSZEM NEO-FFI)

	Proinnowacyjność
Neurotyczność	-0,28**
Ekstrawersja	0,42**
Otwartość na doświadczenie	0,35**
Ugodowość	n.i.
Sumienność	0,24*

\*\* Korelacja jest istotna na poziomie 0.01 (dwustronnie).

\* Korelacja jest istotna na poziomie 0.05 (dwustronnie).

Źródło: opracowanie własne.

Jednocześnie analiza regresji wielokrotnej (tabela 7) wskazuje, że 24% wariacji wyników w drukowanej wersji skali P-12 można wytłumaczyć cechami z pięcioletniego modelu osobowości (Ekstrawersją i Otwartością na doświadczenie) mierzonymi kwestionariuszem NEO-FFI (dane dla N=84 osób, czyli tylko dla grup studenckich).

**TABELA 7.** WYNIKI ANALIZY REGRESJI WIELOKROTNEJ.  
CECHY PIĘCIOCZYNNIKOWEGO MODELU OSOBOWOŚCI  
JAKO PREDYKTORY PROINNOWACYJNOŚCI  
 $F(2,81) = 12,840$   $p < 0,01$   $R = 0,49$   $R^2 = 0,24$

Model	B	Błąd standardowy	Beta	T	Istotność
Ekstrawersja	0,313	0,087	0,356	3,581	0,001
Otwartość na doświadczenie	0,242	0,090	0,268	2,693	0,01

Źródło: opracowanie własne.

Ocena trafności kryterialnej skali P-12 obejmowała analizę związku Proinnowacyjności z intencjami przedsiębiorczymi (Ambicją mierzoną ankietowo) oraz porównania między grupą przedsiębiorców i studentów (nieprowadzących działalności gospodarczej) dwóch kierunków (zarządzania i psychologii).

Analiza regresji (tabela 8) wskazuje, że blisko 20% wariacji wyników w poziomie Ambicji (intencji przedsiębiorczych mierzonych ankietą) można wyjaśnić cechą Proinnowacyjności mierzoną drukowaną wersją skali P-12. Tym samym pojedyncza cecha (Proinnowacyjność) pozwala wyjaśnić znaczący odsetek wariacji złożonego kryterium (Ambicja, czyli intencje przedsiębiorcze).

**TABELA 8.** WYNIKI ANALIZY REGRESJI. PROINNOWACYJNOŚĆ JAK PREDYKTOR AMBICJI (INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH)  
 $F(1,76) = 18,721$   $p < 0,0001$   $R = 0,445$   $R^2 = 0,198$

Model	B	Błąd standardowy	Beta	t	Istotność
Proinnowacyjność	0,150	0,035	0,445	4,327	0,0001

Źródło: opracowanie własne.

Porównania międzygrupowe (z wykorzystaniem testu t-Studenta) wykazały statystycznie istotną różnicę w nasileniu Proinnowacyjności wśród przedsiębiorców

i studentów psychologii na specjalności psychologia kliniczna (tabela 9). Przedsiębiorcy wykazują przy tym wyższy poziom Proinnovazione niż studenci psychologii klinicznej.

**TABELA 9.** WYNIKI PORÓWNAŃ MIĘDZYGRUPOWYCH. PROINNOWACYJNOŚĆ WŚRÓD PRZEDSIĘBIORCÓW I STUDENTÓW PSYCHOLOGII NA SPECJALNOŚCI PSYCHOLOGIA KLINICZNA  
 $T(53) = 5,207$   $P < 0,0001$

	Średnia	Odchylenie standardowe
Przedsiębiorcy N=20	39,4	5,54
Studenci psychologii specjalność psychologia kliniczna N=35	32,3	4,36

Źródło: opracowanie własne.

Porównania międzygrupowe (z wykorzystaniem testu t-Studenta) wykazały różnicę, na granicy tendencji statystycznej, w nasileniu Proinnovazione wśród przedsiębiorców oraz dwóch grup studenckich, mianowicie studentów psychologii na specjalności stosowana psychologia społeczna (tabela 10) oraz studentów zarządzania (tabela 11). W obu przypadkach przedsiębiorcy wykazują nieznacznie wyższy poziom Proinnovazione niż studenci.

**TABELA 10.** WYNIKI PORÓWNAŃ MIĘDZYGRUPOWYCH. PROINNOWACYJNOŚĆ WŚRÓD PRZEDSIĘBIORCÓW I STUDENTÓW PSYCHOLOGII NA SPECJALNOŚCI STOSOWANA PSYCHOLOGIA SPOŁECZNA  
 $T(38) = 1,664$   $P < 0,1$  TENDENCJA STATYSTYCZNA

	Średnia	Odchylenie standardowe
Przedsiębiorcy N=20	39,4	5,54
Studenci psychologii specjalność stosowana psychologia społeczna N=20	36,7	4,69

Źródło: opracowanie własne.

**TABELA 11.** WYNIKI PORÓWNAŃ MIĘDZYGRUPOWYCH. PROINNOWACYJNOŚĆ  
WŚRÓD PRZEDSIĘBIORCÓW I STUDENTÓW ZARZĄDZANIA  
 $T(47) = 1,891$   $P < 0,07$  TENDENCJA STATYSTYCZNA

	Średnia	Odchylenie standardowe
Przedsiębiorcy N=20	39,4	5,54
Studenci zarządzania N=29	35,5	7,94

Źródło: opracowanie własne.

Przedstawione wyżej wyniki stanowią potwierdzenie wszystkich trzech hipotez.

## DYSKUSJA WYNIKÓW

W świetle przedstawionych wyników obie wersje (tj. elektroniczną i drukowaną) kwestionariusza P-12 należy uznać za równoważne. Przemawia za tym zarówno taka sama struktura czynnikowa obu wersji, jak i podobny układ korelacji z kwestionariuszami badającymi cechy z pięcioczynnikowego modelu osobowości. Obie wersje kwestionariusza charakteryzują się ponadto wysoką rzetelnością. Do celów badawczych można więc korzystać z obu wersji kwestionariusza, ich wyniki zaś powinny być porównywalne. W przypadku wersji elektronicznej, ze względu na stosunkowo liczną grupę przebadanych nią osób, można się pokusić o opracowanie tymczasowych norm, tak aby możliwe było wykorzystanie kwestionariusza P-12 do indywidualnej diagnozy cechy Proinnowacyjności, na przykład u kandydatów do pracy, pracowników lub osób zainteresowanych rozwojem osobistym (w tym klientów coachów kariery). Na przykład średni wynik w skali P-12 dla grupy N=1065 osób wynosi 37,6 przy odchyleniu standardowym 5,4. Oznacza to, że średnie (oczekiwane u 68,2% badanych osób) wyniki w skali P-12 mieszczą się w przedziale (zaokrąglając) od 32 do 43 punktów. Wyniki poniżej i powyżej tego przedziału wskazują na obniżony lub podwyższony poziom Proinnowacyjności. A to z kolei, zgodnie z analizą związku Proinnowacyjności z cechami „Wielkiej Piątki”, oznacza obniżoną lub podwyższoną Plastyczność (metacechę będącą wypadkową Ekstrawersji i Otwartości na doświadczenie). Kwestionariusz P-12 może więc służyć do szybkiego oszacowania poziomu tendencji do poznawczej i behawioralnej eksploracji nowych możliwości. Osoby uzyskujące podwyższone wyniki w skali P-12, cechujące

się dużą Proinnovazioneścią, powinny wykazywać gotowość do wypróbowania nowych sposobów myślenia i działania, generalnie do wprowadzania zmian we własnym życiu (w sobie i wokół siebie). Odwrotnych wzorców zachowań (tj. nacechowanych zachowawczością i oporem przed wprowadzaniem, zwłaszcza dużych, zmian we własnym sposobie myślenia i działania) należy oczekiwać u osób o obniżonym poziomie Proinnovazioneści. Wykorzystanie skali P-12 w procesach wspierania rozwoju, na przykład na początku relacji coachingowej, może być pomocne w zaplanowaniu odpowiedniej strategii wspierania – nastawionej albo na działanie i eksperymentowanie z klientem o wysokim nasileniu Proinnovazioneści, albo na pracę w przeważającej mierze opartej na sprawniejszym wykorzystaniu zasobów aktualnie posiadanych przez klienta o niskim nasileniu Proinnovazioneści. Zwięzłość (zaledwie 12 pytań), udokumentowana rzetelność oraz trafność teoretyczna i kryterialna przemawiają za wykorzystywaniem skali P-12 w projektach wspierania rozwoju do szybkiego i rzetelnego oszacowania cechy mającej ważne implikacje dla ustalenia adekwatnej strategii wspierania klienta. Jednym z ważnych obszarów rozwoju, gdzie badanie Proinnovazioneści ma szczególne znaczenie, jest coaching kariery, w szczególności zaś doskonalenie postaw i umiejętności przedsiębiorczych. Intencje przedsiębiorcze oraz faktyczne wykazywanie się przedsiębiorczością (prowadzenie własnej firmy) jest powiązane z wysokim poziomem Proinnovazioneści. Jest to cecha, która obok wielu innych czynników, w tym społecznych i ekonomicznych, w dużej mierze może warunkować siłę intencji przedsiębiorczych, czyli gotowość do wykazywania się przedsiębiorczością. Pomiar proinnovazioneści jest pierwszym krokiem do jej doskonalenia, co z kolei stanowi podstawę kształtowania postaw i umiejętności przedsiębiorczych, jednych z najważniejszych kompetencji z punktu widzenia współczesnego rynku pracy i rozwoju zawodowego (zarządzania własną karierą, por. Lanthaler i Zugmann 2000).

W kontekście opisanego badania warto zwrócić uwagę na kilka kwestii. Przede wszystkim ze względu na duże praktyczne implikacje pomiaru Proinnovazioneści należałoby dokonać normalizacji kwestionariusza P-12, przynajmniej w wersji elektronicznej (łatwiejszej do dystrybucji na dużą skalę). Ponadto kwestionariusz P-12 ze względu na zwięzłość oraz pomiar metacechy stanowiącej jeden z podstawowych (wspólnych dla wszystkich ludzi, niezależnie od ich miejsca zamieszkania i języka ojczystego) wymiarów różnic indywidualnych nadaje się do przetłumaczenia i adaptacji kulturowej (przynajmniej na popularne języki, takie jak język angielski i hiszpański) i jest tego wart. Międzynarodowe badania porównawcze nad uwarunkowaniami



Proinnowacyjności i jej związkiem z dynamiką i zakresem rozwoju osobistego, a także intencjami przedsiębiorczymi i sukcesami w roli przedsiębiorcy mogą mieć potencjalnie duże znaczenie poznawcze i nade wszystko praktyczne.

dr Paweł Smółka

Instytut Psychologii Stosowanej APS oraz Centrum Coachingu ALK  
e-mail: psmolka@aps.edu.pl

#### BIBLIOGRAFIA

- Ashton M.C., Lee K., Paunonen S.V.** (2002) What is the central feature of extraversion? Social attention versus reward sensitivity. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 83, No. 1, s. 245–252.
- Cascio W.F., Aguinis H.** (2011) *Applied psychology in human resource management*. London: Pearson.
- DeYoung C.G.** (2006) Higher-order factors of the Big Five in a multi-informant sample. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 91, No. 6, s. 1138–1151.
- Digman J.M.** (1997) Higher-order factors of the Big Five. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 73, No. 6, s. 1246–1256.
- Furnham A.** (2008) *Personality and intelligence at work*. London: Routledge.
- Landy F.J., Conte J.M.** (2007) *Work in the 21<sup>st</sup> century*. Malden: Blackwell Publishing.
- Lanthaler W., Zugmann J.** (2000) *Akcja Ja. Nowy sposób myślenia o karierze*. Warszawa: Twigger.
- McAdams D.P.** (2009) *The person*. New Jersey: Wiley.
- McCormick I., Burch G.St.J.** (2008) Personality-focused coaching for leadership development. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, Vol. 60, No. 3, s. 267–278.
- Siuta J.** (2006) *Diagnoza osobowości. Inwentarz NEO-PI-R w teorii i praktyce*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
- Smółka P.** (2011) Profilowanie osobowości. Znaczenie predyspozycji osobowościowych dla przebiegu i efektywności sesji coachingowych. *Personel i Zarządzanie*, nr 6, s. 48–50.
- Smółka P.** (2013) Profilowanie osobowości w procesie coachingu liderów innowacji. W: L. D. Czarkowska (red.), *Leadership coaching jako odpowiedź na wyzwania współczesnego świata*. Warszawa: Poltext, s. 175–186.
- Smółka P.** (2014) Proinnowacyjność jako potencjał do rozwoju i strategia działania. W: L. D. Czarkowska (red.), *Coaching transformacyjny jako droga ku synergii*. Warszawa: Poltext, s. 71–82.
- Zawadzki B., Strelau J., Szczepaniak P., Śliwińska M.** (1998) *Inwentarz osobowości NEO-FFI Costy i McCrae*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.