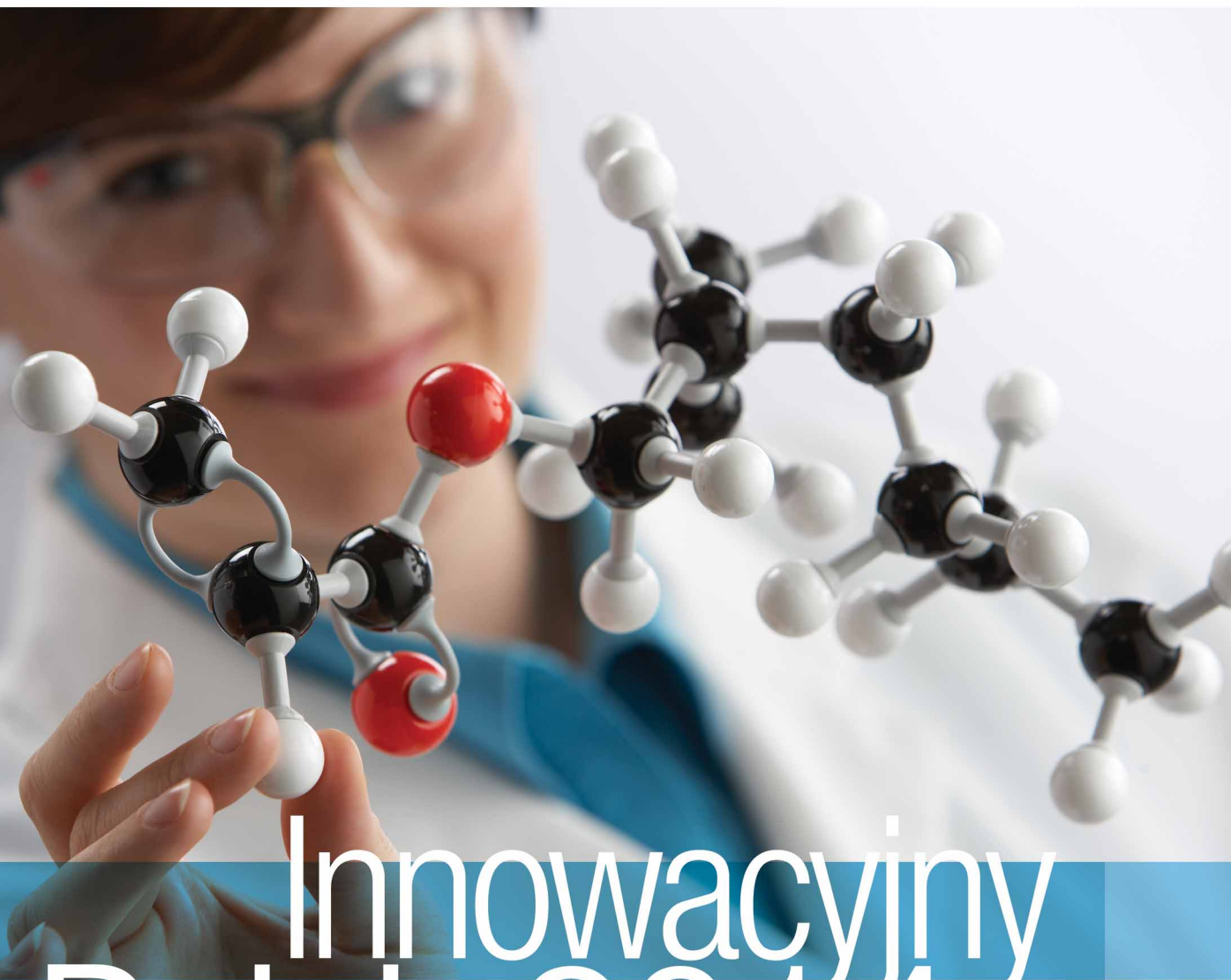


3M w Polsce  
Raport z badania opinii publicznej



# Innowacyjny Polak 2014

## Raport 3M



Raport 3M  
Innowacyjny  
Polak 2014

Raport z badania opinii publicznej  
3M w Polsce  
2014

## Spis treści

	Wstęp	3
	Wprowadzenie	4
	Wybrane zagadnienia badawcze	5
	Metodologia badania	6
	Główne wnioski	8
	Wyniki badania	11
1.	Człowiek innowacyjny – kto to taki?	11
2.	Innowacje – czym są dla Polaka?	14
	Innowacje i ich znaczenie na co dzień	16
	Innowacje na szczeblu krajowym	17
	Innowacje – co wspierać i jakimi zasobami?	18
	Bariery innowacyjności	21
	Telewizja dokumentalna a wspieranie innowacyjności	22
3.	Innowacje w życiu codziennym	23
	W środowisku domowym	25
	W środowisku pracy	26
	W obszarze bezpieczeństwa	27
	W obszarze zdrowia	29
	Komentarze ekspertów	30

## Wstęp

Szanowni Państwo,

Innowacje są wpisane w DNA firmy 3M, której produkty i rozwiązania zmieniają świat od ponad 100 lat. Zgłaszając około 3 000 patentów rocznie, w 2014 roku uzyskaliśmy 100 000. patent w historii firmy, utrzymując się tym samym na szczycie rankingów innowacyjności. Wszystko to dzięki wykorzystaniu dostępnej techniki i ludzkiego potencjału.

Można powiedzieć, że dotknęliśmy nawet powierzchni Księżyca, bo jako partner NASA przemierzaliśmy nieznaną terytorium planety razem z Neilem Armstrongiem, noszącym buty i skafander z fluoroelastomerem 3M.

Doskonale jednak wiemy, że innowacje to nie tylko statki kosmiczne.

Każdy Polak spotyka się z innowacjami 3M około 17 razy dziennie. Otaczają nas one na co dzień i sprawiają, że życie staje się prostsze i bardziej komfortowe. Wizja firmy 3M opiera się na 3 filarach: Technologie 3M to rozwój każdej firmy, Produkty 3M to większy komfort w każdym domu i Innowacje 3M to wyższy standard życia każdego człowieka.

Firma aktywnie wspiera innowacyjność Polaków. W roku 2013 rozpoczęło działalność Centrum Innowacji 3M we Wrocławiu. Kilka miesięcy później firma otrzymała tytuł Perty Polskiej Innowacji – PROGRESS 2013.

W ostatnim czasie jako firma zleciliśmy przeprowadzenie badania opinii publicznej, na podstawie którego powstał „Raport 3M Innowacyjny Polak 2014”. Naszym celem było zebranie informacji o tym, czy Polacy są otwarci na innowacje, na ile są świadomi ich roli w codziennym życiu i w jakim stopniu korzystają z nich w obszarze życia domowego, zawodowego, bezpieczeństwa i zdrowia.

„Raport 3M Innowacyjny Polak 2014” jest wyjątkowy, ponieważ po raz pierwszy analizie poddane zostało tak szerokie spektrum obszarów i zachowań, które świadczą o poziomie innowacyjności polskiego społeczeństwa.

Serdecznie zapraszam do lektury!

Sebastian Arana Araya  
Dyrektor Zarządzający 3M Poland





## Wprowadzenie

Innowacje to temat niezwykle obszerny, na który patrzeć można z wielu perspektyw. Słowo to w ostatnich dekadach zyskało na popularności i używane jest w różnych kontekstach. Innowacje mają być motorem nowoczesnych gospodarek i przepisem na gospodarczy rozwój. Nowe produkty – czy to te z obszaru nowych technologii, czy codziennego użytku – zawierają innowacyjne formuły. „Raport 3M Innowacyjny Polak 2014” pokazuje, jak Polacy rozumieją i postrzegają innowacje.

Celem badania „Czy Polacy są innowacyjni?“, na podstawie którego powstał „Raport 3M Innowacyjny Polak 2014” jest zrozumienie tego, jak innowacje postrzegane są nie przez specjalistów, a przez zwykłych ludzi, którzy w swoim codziennym życiu w większym lub mniejszym stopniu, świadomie lub nie, korzystają z rozmaitych innowacyjnych rozwiązań i produktów.

Zamiarem badawczym nie było sprawdzanie wiedzy Polaków w tym zakresie, lecz przedstawienie ich subiektywnych opinii i wrażeń – a więc sprawdzenie, z czym kojarzone są innowacje, jakie wywołują emocje i do jakiego stopnia myślenie o nich obarczone jest technologicznymi stereotypami.

Jednym z głównych celów badania było zmierzenie, czy w polskim społeczeństwie innowacje budzą obawy czy entuzjazm, a może zupełnie inne emocje? Czy poza aspektem globalnym dostrzegamy ich znaczenie w naszym życiu codziennym – w domu, w pracy, w obszarze zdrowia i bezpieczeństwa? Czy potrafimy z nich korzystać i czy ułatwiają nam one życie?

Odpowiedzi na te i inne pytania można znaleźć w „Raporcie 3M Innowacyjny Polak 2014”. Raport powstał na podstawie badania zrealizowanego przez instytut badawczy TNS Polska.



# Jak Polacy rozumieją i postrzegają innowacje?

## Wybrane zagadnienia badawcze

- Z jakimi cechami kojarzone są osoby innowacyjne i czy Polacy czują się innowacyjni?
- Czy kreatywność to cecha wrodzona czy można się jej nauczyć?
- Z czym kojarzone są innowacje?
- Czy warunki w Polsce sprzyjają rozwojowi innowacyjności?
- Jakie podmioty powinny wspierać ten rozwój?
- W jakich obszarach rozwój innowacyjności jest najważniejszy?
- Co powstrzymuje ludzi od korzystania z innowacyjnych rozwiązań?
- Czy na co dzień w domu, w pracy oraz w obszarze zdrowia i bezpieczeństwa Polacy korzystają z rozwiązań innowacyjnych? Co to dla nich znaczy?





## Metodologia badania

- Badanie przeprowadzono w ramach badania wielotematycznego OMNIBUS techniką wywiadów bezpośrednich wspomaganych komputerowo (CAPI). Wywiady przeprowadzono na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 1000 osób w wieku 15 lat i więcej, w domu respondenta.
- W badaniu zastosowano losowo-kwotowy dobór próby, który zapewnia losowy dobór lokalizacji do badania, a jednocześnie gwarantuje zgodność struktury próby ze strukturą populacji, eliminując potrzebę ważenia danych.
- Operat losowania stanowi baza adresowa GUS, utworzona na bazie najbardziej aktualnego zbioru rejonów statystycznych i obwodów spisowych.
- Lokalizacja: cała Polska
- Termin realizacji: 27 czerwca – 2 lipca 2014 roku

\* Dla ułatwienia interpretacji w raporcie zaprezentowane są udziały procentowe zaokrąglone do liczb całkowitych. Oznacza to, że w niektórych pytaniach jednokrotnego wyboru wartości procentowe nie sumują się do 100.

# Badanie techniką wywiadów bezpo



## Struktura próby badawczej

**Tabela 1.** Struktura próby według podstawowych cech społeczno-demograficznych

Cecha	Liczebność	Udział procentowy
<b>Płeć</b>		
mężczyzna	479	48 %
kobieta	521	52 %
<b>Wiek</b>		
15 – 19 lat	66	7 %
20 – 29 lat	176	18 %
30 – 39 lat	189	19 %
40 – 49 lat	149	15 %
50 – 59 lat	171	17 %
60 lat i więcej	249	25 %
<b>Wykształcenie</b>		
podstawowe	159	16 %
zasadnicze zawodowe	293	29 %
średnie i pomaturalne	372	37 %
wyższe	176	18 %
<b>Wielkość miejsca zamieszkania</b>		
wieś	390	39 %
miasta do 20 tys.	130	13 %
miasta 20 – 100 tys.	195	20 %
miasta 100 – 500 tys.	170	17 %
miasta 500 tys.+	115	12 %

# średnich



## Główne wnioski

### Innowacyjny, czyli jaki?

Z raportu wynika, że osoba innowacyjna w oczach Polaków cechuje się przede wszystkim kreatywnością – uważa tak prawie połowa respondentów. Nieco rzadziej kojarzona jest ona z osobą przedsiębiorczą czy oryginalną.

Wachlarz cech, jakie powinien mieć człowiek innowacyjny, jest według Polaków bardzo szeroki – należą do nich również ciekawość, pewność siebie i odwaga. Najrzadziej były wymieniane takie cechy jak dociekliwość, elastyczność i wytrwałość.

Innowacyjność kojarzy się z kreatywnością głównie osobom młodym. Skąd zdaniem badanych bierze się kreatywność? Ponad połowa uważa, że kreatywność oraz twórcze myślenie to cechy wrodzone – jedni je mają, a inni nie. Nieco ponad jedna trzecia respondentów jest innego zdania i twierdzi, że są to cechy oraz umiejętności nabyte.



### Innowacyjny jak... Polak

Co trzeci Polak uważa, że jest człowiekiem innowacyjnym. Szczególną łatwość do identyfikowania się z osobami innowacyjnymi mają osoby młode i z wyższym wykształceniem. Jednak lepiej niż siebie indywidualnie respondenci ocenili Polaków jako naród – ponad 60 proc. z nich jest zdania, że jako społeczność Polacy są innowacyjni. Szczególną łatwość do postrzegania się jako innowacyjne mają osoby młode i z wyższym wykształceniem.

### Innowacje – czym są dla Polaka?

Produkty takie jak Internet, telefony komórkowe, smartfony, czy tablety zrewolucjonizowały rzeczywistość i to, jak człowiek funkcjonuje na co dzień. W konsekwencji większość Polaków kojarzy innowacje z nowymi technologiami.

Drugim najczęściej wymienianym skojarzeniem są rozwiązania, które ułatwiają codzienne życie. Oznacza to, że Polacy mają jasno określoną wizję, co do pełnionych przez innowacje funkcji – nie stanowią one wartości samej w sobie, lecz są ściśle związane z człowiekiem oraz poprawą jakości i komfortu jego życia.

Stosunkowo częstymi skojarzeniami z innowacjami wymienionymi przez ponad jedną trzecią badanych są również rewolucyjne wynalazki i nowe produkty. Nieco rzadziej innowacje kojarzone są z kreatywnymi pomysłami czy ulepszonymi procesami lub procedurami.

...rozwiązania,  
które ułatwiają  
codzienne życie

## Rozwój innowacyjności w Polsce

Polacy nie najlepiej oceniają innowacyjność na szczeblu krajowym. Zdaniem trzech czwartych badanych zarówno w gospodarce, jak i systemie szkolnictwa nad rozwiązaniami innowacyjnymi przeważają tradycyjne. Potencjał innowacyjności Polacy dostrzegają natomiast głównie w ludziach.

Jednocześnie ponad 50 proc. respondentów ma poczucie, że Polska sprzyja rozwojowi innowacji. Kto zatem powinien być odpowiedzialny za rozwój? Okazuje się, że w opinii badanych do działań w tym zakresie zobowiązany jest przede wszystkim sojusz władz publicznych ze światem nauki. Co ciekawe, oczekiwania w tym zakresie w stosunku do przedsiębiorców plasują się na dalszym planie.

Interesujący jest fakt, że zdecydowana większość respondentów twierdzi, że telewizyjne kanały edukacyjne takie jak Discovery czy Planete pomagają rozwijać innowacyjność, zachęcając ludzi do innowacyjnego myślenia i działania.

## Duża rola innowacji w życiu codziennym

Analizując dane z „Raportu 3M Innowacyjny Polak 2014” warto zwrócić szczególną uwagę na rolę, jaką innowacje odgrywają w codziennym życiu każdego Polaka. Ponad jedna trzecia badanych kojarzy innowacje z rozwiązaniami, które ułatwiają codzienne czynności, pozwalają zaoszczędzić czas i poprawiają komfort życia.

Połowa badanych deklaruje, że korzysta z produktów innowacyjnych na co dzień w domu. Prawie tyle samo ma z nimi styczność w obszarze bezpieczeństwa oraz w obszarze zdrowia. Jeśli chodzi o osoby aktywne zawodowo – ponad połowa respondentów wykorzystuje codziennie rozmaite innowacje w miejscu pracy.

## Innowacje ułatwiają życie domowe

Dla zdecydowanej większości Polaków innowacje w domu to nie tylko skomplikowane urządzenia, ale także proste produkty ułatwiające życie, dzięki którym ludzie mają więcej czasu dla siebie.

W związku z tym, że w domu nigdy nie brakuje obowiązków do wypełnienia, rozwiązania, które zmniejszają ich liczbę oraz ograniczają czas ich wykonania, są wartością niezwykle pożądaną. Jednocześnie ponad połowa badanych przyznaje, że w swoim domu nie ma dostępu do innowacyjnych rozwiązań.

## TAK dla innowacji w miejscu pracy

Polacy cenią sobie dostęp do innowacji nie tylko w domu, ale również w pracy. Blisko 9 na 10 ankietowanych jest zdania, że innowacyjne rozwiązania ułatwiają pracę oraz podnoszą jej efektywność. Jednocześnie jedna trzecia ankietowanych sądzi, że pracownicy nie mają dostępu do innowacyjnych rozwiązań. Polacy są zgodni również w kwestii roli, jaką odgrywają pracodawcy w rozwoju innowacji – zdecydowana większość uważa, że powinni oni zachęcać swoich pracowników do kreatywnego myślenia i opowiada się za szkoleniami w zakresie wykorzystywania produktów innowacyjnych.

## Innowacje dają poczucie bezpieczeństwa

Przeważająca większość Polaków przyznaje, że dzięki innowacyjnym rozwiązaniom ludzie czują się bezpieczniej. Wnioski te zazwyczaj wysnuwają z własnego doświadczenia – większość ma lub miała do czynienia z produktami lub rozwiązaniami innowacyjnymi w obszarze bezpieczeństwa czy w zakresie ochrony pracy.



Co ciekawe, zdecydowana większość Polaków jest zdania, że wyraźne odblaskowe oznakowanie dróg i pojazdów korzystnie wpływa na poprawę bezpieczeństwa, dzięki rozwiązaniom i produktom innowacyjnym samochody są bezpieczniejsze, a pasy bezpieczeństwa to jeden z najskuteczniejszych środków ratujących życie podczas wypadków drogowych.

## Gdzie rozwijać innowacyjność?

Obszarem, który zdaniem Polaków w najwyższym stopniu zasługuje na rozwój innowacji, jest zdrowie. Ze stwierdzeniami dotyczącymi potencjalnych korzyści odnoszących się do innowacji z obszaru zdrowia zgadzają się niemal wszyscy badani. Najwięcej jest zdania, że innowacje pomagają zwiększać komfort życia pacjentów z różnorodnymi dolegliwościami oraz wywrzeć pozytywny wpływ na skuteczność leczenia.

Na drugiej pozycji znajdują się jednocześnie gospodarka i bezpieczeństwo, a na trzeciej – na równi – praca i nauka. Znacznie rzadziej ankietowani wspominają o innowacjach z obszaru domu i gospodarstwa domowego, informatyki oraz kultury i sztuki.

## Co hamuje rozwój innowacyjności?

Według badanych największą barierą dla innowacyjności jest brak funduszy. Inne utrudnienia, takie jak brak odpowiednich umiejętności, przywiązanie do tradycyjnych rozwiązań czy strach przed nowymi rozwiązaniami wymieniane są niemal dwukrotnie rzadziej.



## Wyniki badania

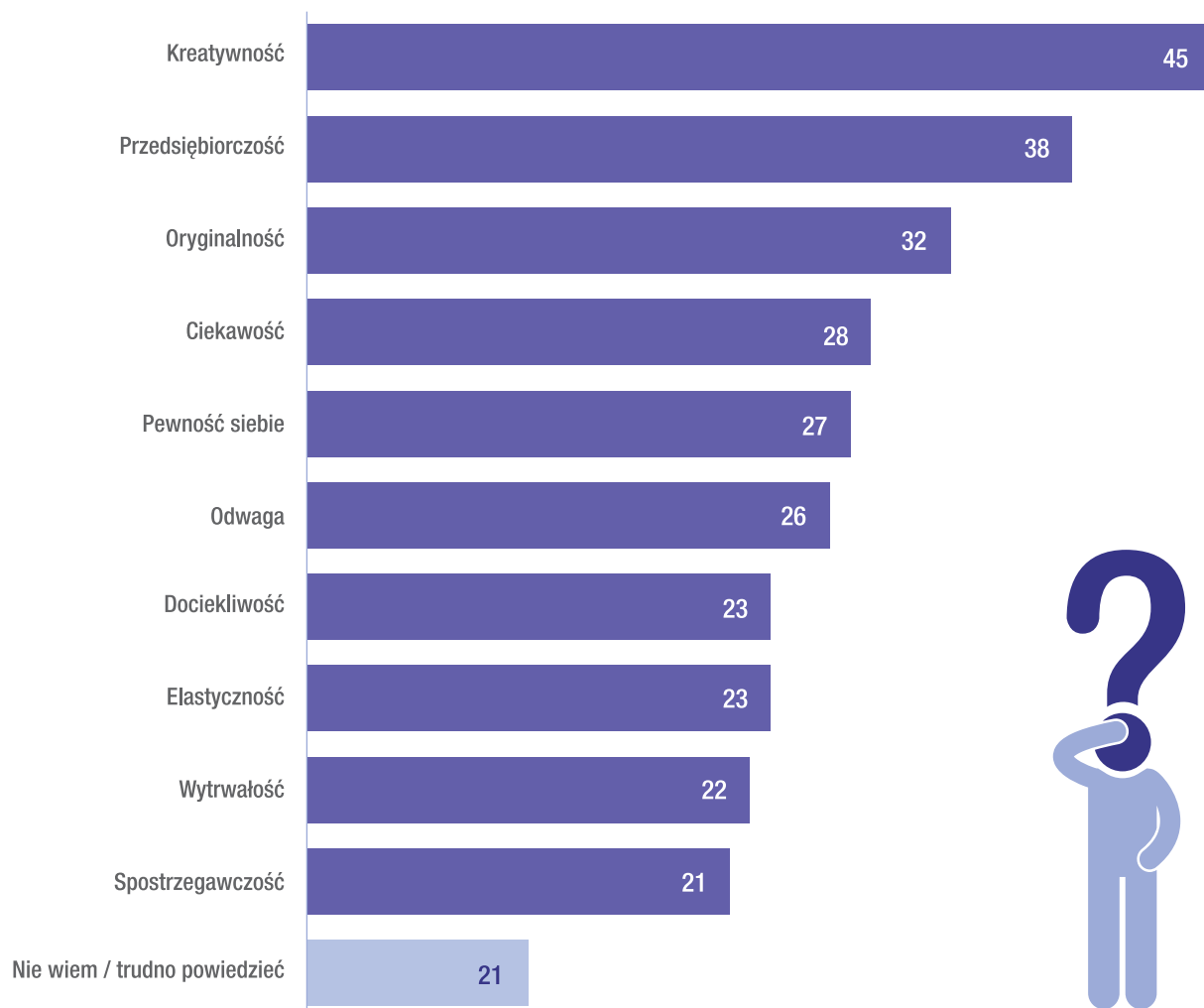
### 1. Człowiek innowacyjny – kto to taki?

Zdaniem prawie połowy Polaków (45 proc.) osoba innowacyjna cechuje się przede wszystkim kreatywnością, w dalszej kolejności przedsiębiorczością (38 proc.) i oryginalnością (32 proc.). Nieco więcej niż jedna czwarta badanych wymienia też inne cechy, które kojarzą się im z człowiekiem innowacyjnym, są to – ciekawość (28 proc.), pewność siebie (27 proc.) oraz odwaga (26 proc.).

Jedna piąta jest zdania, że innowacyjnej osobie nie powinno zabraknąć dociekliwości (23 proc.), elastyczności (23 proc.), wytrwałości (22 proc.) oraz – spostrzegawczości (21 proc.). Można więc powiedzieć, że nie ma prostej odpowiedzi, co charakteryzuje osobę innowacyjną. Niewątpliwie ważna jest tutaj kreatywność, jednak lista cech potencjalnie określających człowieka innowacyjnego jest o wiele dłuższa.

Co 9. Polak (11 proc.) nie potrafi jednoznacznie wyjaśnić kim jest człowiek innowacyjny. Największe trudności z udzieleniem odpowiedzi mają osoby najstarsze – w wieku 60 lat i więcej (21 proc. ogółu niezdecydowanych).

**Wykres 1.** Z jakimi cechami kojarzy się Panu/i osoba innowacyjna? Proszę wybrać 5 cech.





Innowacyjność kojarzy się z kreatywnością głównie osobom młodym – 20-latkom i 30-latkom (55 proc. wobec 45 proc. dla ogółu). Widoczna jest również tendencja do definiowania osoby innowacyjnej według różnych kryteriów w zależności od poziomu wykształcenia.

Ankietowani z wykształceniem wyższym chętniej odpowiadają na pytanie i częściej niż ogół badanych kojarzą człowieka innowacyjnego z takimi cechami jak kreatywność (65 proc. wobec 45 proc. dla ogółu), oryginalność (41 proc. wobec 32 proc. dla ogółu), dociekliwość (35 proc. wobec 23 proc. dla ogółu) oraz elastyczność (30 proc. wobec 23 proc. dla ogółu).

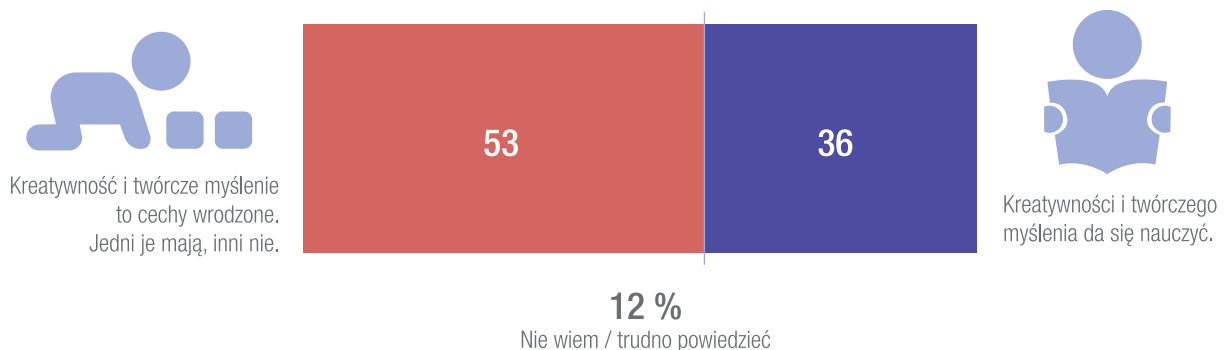
Respondenci z wykształceniem podstawowym rzadziej potrafili udzielić odpowiedzi na zadane pytanie (23 proc. wobec 11 proc. dla ogółu) i zdecydowanie rzadziej niż pozostali badani wskazywali na konkretne cechy.

Prawie połowa Polaków, myśląc o człowieku innowacyjnym, ma jednocześnie przekonanie, że jest on kreatywny. Zdaniem większości badanych (53 proc.) kreatywność oraz twórcze myślenie to cechy wrodzone – jedni je mają, a inni nie.

Nieco ponad jedna trzecia respondentów (36 proc.) jest innego zdania i uważa, że są to cechy oraz umiejętności, których można się nauczyć. Co 8. zapytany (12 proc.), nie potrafi jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie.

Różnice w podejściu do kreatywności stają się jeszcze bardziej widoczne, jeśli zestawimy je z poglądami specjalistów, a zwłaszcza trenerów kreatywności.

## Wykres 2. Które z następujących stwierdzeń jest bliższe Pana/i opinii?



# Innowacje – czym są

*Innowacje*



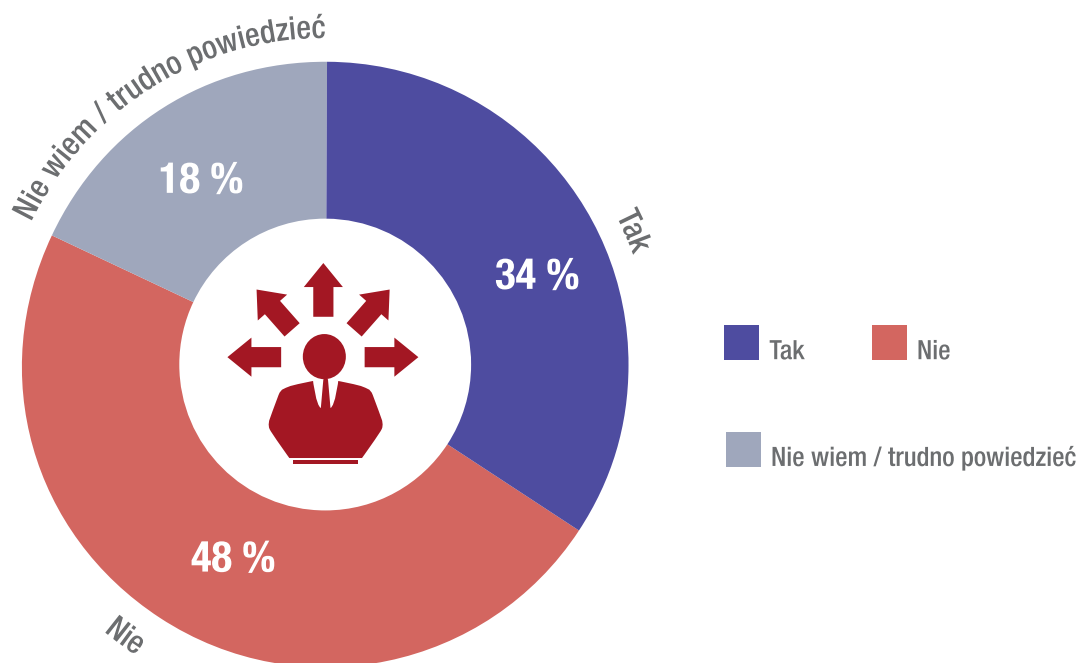
Podobnie jak w przypadku poprzedniego pytania, osoby z wykształceniem podstawowym częściej niż inne unikają udzielenia konkretnej odpowiedzi (22 proc. wobec 12 proc. dla ogółu). Mieszkańcy największych polskich miast nie mają większych trudności z pytaniem, ale to właśnie wśród nich odsetek osób przekonanych o wrodzonym charakterze kreatywności jest najwyższy – 62 proc. wobec 53 proc. dla ogółu.

Nieco krytyczniej Polacy podchodzą do własnej osoby. Jedna trzecia respondentów (34 proc.) przyznaje, że jest człowiekiem innowacyjnym, z kolei aż 48 proc. nie zgadza się z tym stwierdzeniem. Pozostałe 18 proc. badanych nie umie jednoznacznie wypowiedzieć się w tej kwestii.

Inaczej proporcje te wyglądają wśród ludzi młodych – 51 proc. 20-latków oraz 44 proc. 30-latków (wobec 34 proc. dla ogółu) uważa się za osobę innowacyjną. Starsi respondenci rzadziej widzą siebie w ten sposób – zdecydowana większość (68 proc.) badanych w wieku 60 lat i więcej sądzi, że nie może nazwać siebie człowiekiem innowacyjnym.

Szczególną łatwość do identyfikowania się z osobami innowacyjnymi mają badani z wyższym wykształceniem (57 proc. wobec 34 proc. dla ogółu). Niemal tyle samo, bo 58 proc. respondentów z wykształceniem zasadniczym zawodowym nie odnajduje w sobie cech osoby innowacyjnej.

**Wykres 3.** Czy uważa się Pan/i za osobę innowacyjną?



# dla Polaka?



## 2. Innowacje – czym są dla Polaka?

„Innowacje” to w dzisiejszych czasach bardzo popularne słowo. Kremy zawierają innowacyjne formuły, innowacyjne są nowoczesne technologie, innowacyjną bywa nazywana również gospodarka. Z czym więc Polacy kojarzą innowacje? Czy ich myślenie wychodzi poza technologiczne stereotypy? Okazuje się, że odpowiedź na to pytanie nie jest jednoznaczna.

Najwięcej osób – bo 44 proc. – jako skojarzenie z innowacjami podaje nowoczesne technologie. Co ciekawe, wyznacznikiem innowacyjności przestał być Internet, który jako odpowiedź podawany jest najrzadziej (14 proc.).

Drugim najczęściej wymienianym skojarzeniem są rozwiązania, które ułatwiają codzienne życie (36 proc.). Oznacza to, że Polacy mają jasno określoną wizję, co do pełniących przez innowacje funkcji – nie stanowią one wartości samej w sobie, lecz są ściśle związane z człowiekiem oraz poprawą jakości i komfortu życia.

Stosunkowo częste skojarzenia to również rewolucyjne wynalazki (33 proc.) oraz po prostu nowe produkty (31 proc.). Nieco rzadziej innowacje kojarzone są z kreatywnymi pomysłami (27 proc.) czy ulepszonymi procesami lub procedurami (26 proc.).

**Wykres 4.** Z czym kojarzą się Panu/i innowacje? Proszę wybrać 3 skojarzenia.



innowacje



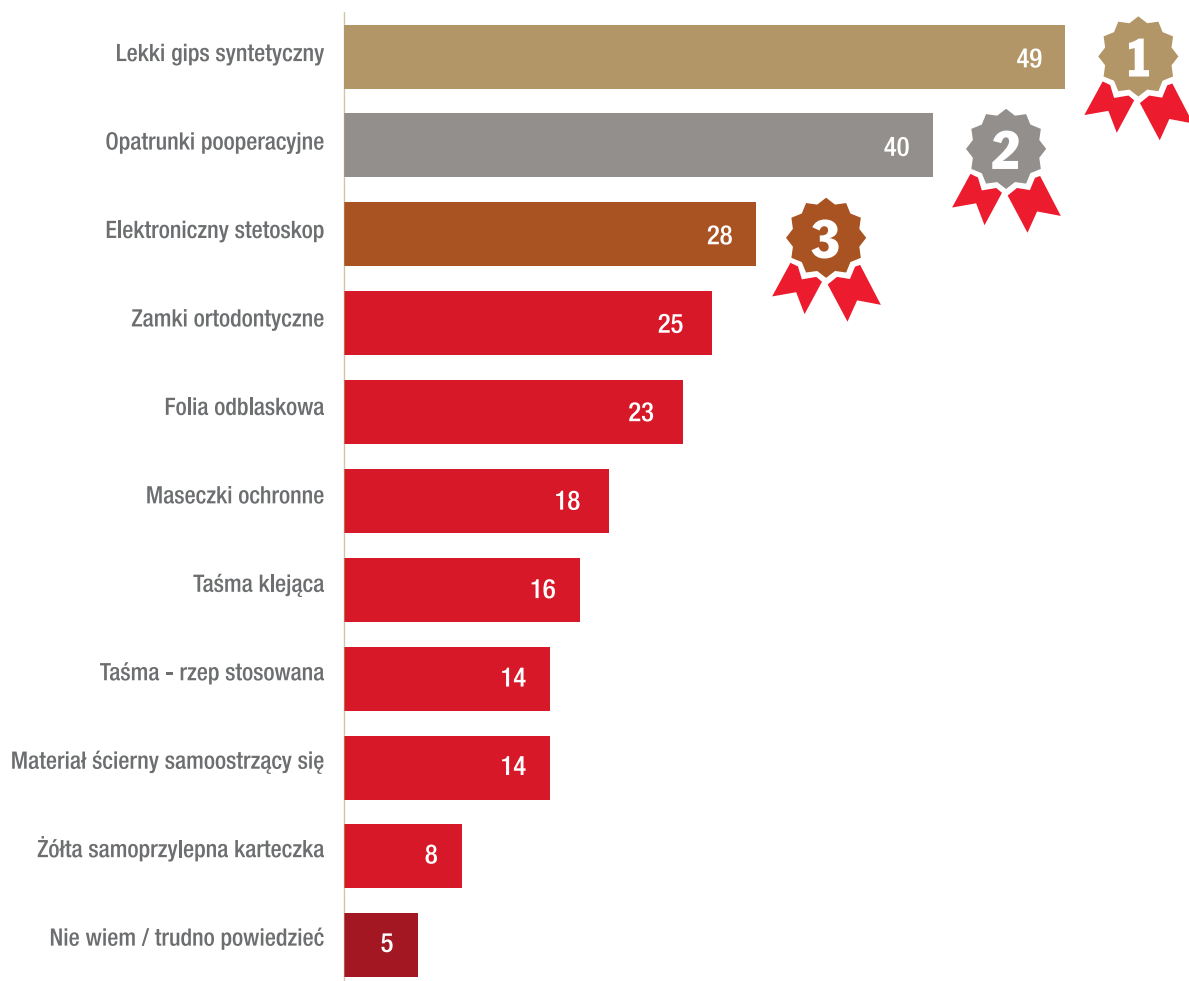
Okazuje się, że postrzeganie innowacji przez kobiety i mężczyzn nie różni się. Podobnie patrzą na nią też osoby w różnym wieku. Podejście do innowacji zmienia się natomiast wraz z poziomem wykształcenia – im lepiej wykształceni są badani, tym częściej kojarzą innowacje z rozwiązaniami, które ułatwiają życie (24 proc. osób z wykształceniem podstawowym, ale już 44 proc. z wyższym) oraz z ulepszonymi procesami i procedurami (16 proc. ankietowanych z wykształceniem podstawowym i 37 proc. z wyższym).

Polacy są nieco bardziej zgodni w kwestii wyboru rozwiązań, które ich zdaniem są najbardziej innowacyjne. Prawie połowa respondentów (49 proc.) poproszona o wybranie z listy trzech produktów, które są najbardziej innowacyjne wskazała lekki gips syntetyczny stosowany podczas złamań i urazów zamiast gipsu tradycyjnego.

Na drugim miejscu (40 proc.) znalazły się opatrunki pooperacyjne zmniejszające ryzyko zakażeń. Na trzecim miejscu, z wynikiem 28 proc. głosów, pojawił się elektroniczny stetoskop, umożliwiający diagnozowanie pacjenta i ostuchiwanie pracy jego serca na odległość.

Niewiele mniej uznania zyskują zamki ortodontyczne poprawiające zgryz i stan zębów (25 proc.) oraz folia odblaskowa przeznaczona do produkcji znaków drogowych lub stosowana w odzieży ochronnej i roboczej (23 proc.). Prawie jedna piąta badanych (18 proc.) doceniła również maseczki ochronne zapewniające ochronę dróg oddechowych w uciążliwych warunkach pracy.

**Wykres 5.** Proszę wybrać trzy Pana/i zdaniem najbardziej innowacyjne produkty i rozwiązania.





Wyniki pokazują, że Polacy przy wyborze najbardziej innowacyjnych rozwiązań kierują się oceną ich ważności dla życia człowieka. W pierwszej kolejności wygrywają produkty związane z medycyną i bezpieczeństwem, a dopiero później takie, które usprawniają pracę człowieka na co dzień, jak np. taśma klejąca, taśma-rzep, materiał ścierny czy żółte samoprzylepne karteczki do robienia notatek.

Chociaż Polacy doceniają innowacje w obszarze ochrony zdrowia bez względu na wiek, to w zależności od płci wskazywane produkty różnią się od siebie. Kobiety chętniej wybierają zamki ortodontyczne (29 proc. wobec 19 proc.). Mężczyźni z kolei częściej wskazują maseczki ochronne (22 proc. wobec 15 proc.) i materiał ścierny (19 proc. wobec 9 proc.).

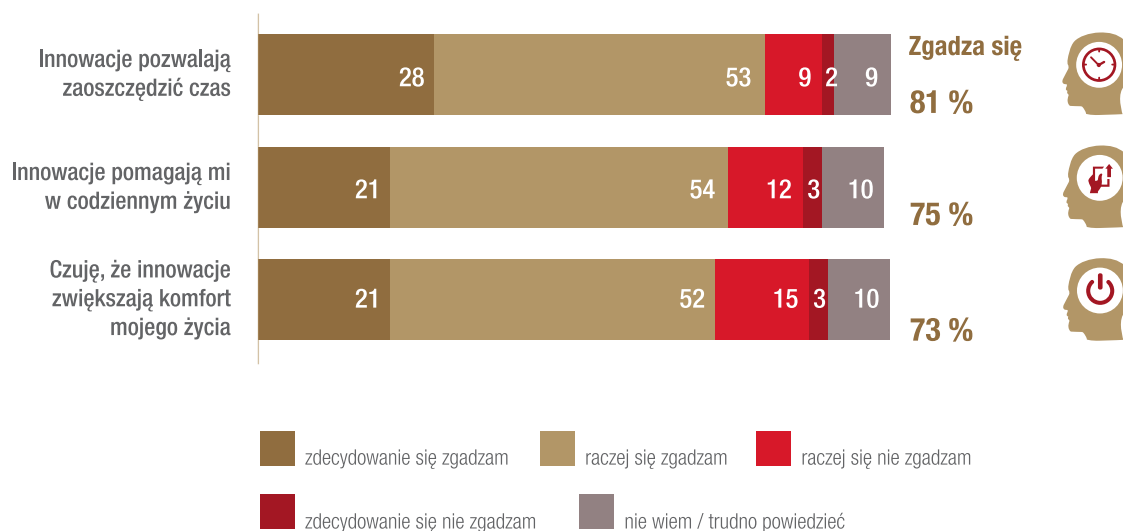
## Innowacje i ich znaczenie na co dzień

Jak pokazują wyniki badania, jednym z podstawowych skojarzeń z innowacjami są rozwiązania ułatwiające życie. Żeby lepiej zrozumieć znaczenie innowacji, należy określić rolę, jaką odgrywają one w życiu codziennym każdego Polaka.

Wyniki pokazują, że Polacy dostrzegają wagę innowacji i doceniają ich znaczenie nie tylko w skali makro (jak w przypadku gospodarki), ale też w prywatnym i osobistym kontekście. Zdecydowana większość (81 proc.) jest zdania, że innowacje pozwalają zaoszczędzić czas. Dodatkowo trzy na cztery osoby uważają, że innowacje z jednej strony pomagają w codziennym życiu (75 proc.), z drugiej zaś poprawiają jego komfort (73 proc.).



**Wykres 6.** Przeczytam Panu/i kilka stwierdzeń dotyczących innowacji. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i lub nie zgadza z każdym z nich.



Wobec powyższych stwierdzeń najmniej entuzjastycznie nastawione są osoby najstarsze (tj. w wieku 60 lat i więcej) oraz te z wykształceniem podstawowym. Mniejszy udział odpowiedzi pozytywnych wynika z tego, że osobom tym trudniej niż pozostałym przychodzi udzielenie konkretnej odpowiedzi (tj. częściej udzielają odpowiedzi „nie wiem, trudno powiedzieć“).

## Innowacje na szczepku krajowym

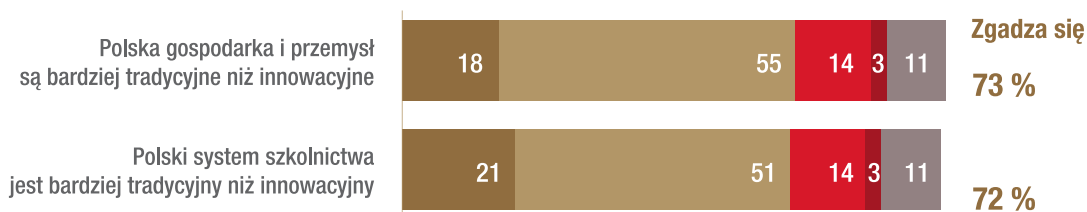
Polacy doceniają rolę innowacji w swoim życiu codziennym. Nie potrafią jednak jednoznacznie określić, czy podejście proinnowacyjne w Polsce jest tym dominującym oraz czy warunki krajowe sprzyjają rozwojowi innowacji.

Większość Polaków dostrzega potencjał w swoich rodakach – prawie 70 proc. osób jest zdania, że Polacy są innowacyjni. Oznacza to, że badani lepiej niż o sobie myślą o innych – siebie samych jako innowacyjnych ocenia tylko jedna trzecia respondentów (34 proc.). Większość (59 proc.) uważa, że w Polsce „klimat” sprzyja rozwojowi innowacyjności. Zdanie to jest równocześnie najbardziej kontrowersyjne i blisko 30 proc. Polaków się z nim nie zgadza.

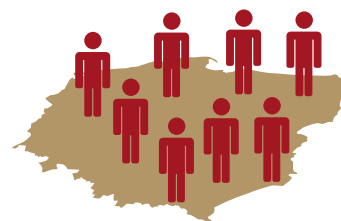
Z drugiej strony, prawie trzy czwarte osób uważa, że polska gospodarka i przemysł, ale też system szkolnictwa są bardziej tradycyjne niż innowacyjne – tego zdania jest odpowiednio 73 proc. i 72 proc. badanych.

Jak pokazują wyniki, mimo że potencjał ku rozwojowi innowacyjności wśród Polaków jest bardzo duży, to jest jeszcze wiele do zrobienia. Choć polską gospodarkę trudno nazwać innowacyjną, to w oczach respondentów jest ona na dobrej drodze do celu. Mocną stroną Polski według badanych są ludzie i sprzyjający „klimat”, pracować należy natomiast nad modernizacją szkolnictwa i przemysłu.

**Wykres 7.** Przeczytam Panu/i kilka stwierdzeń dotyczących innowacji. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i lub nie zgadza z każdym z nich.



### Rozwiązania tradycyjne dominują nad innowacyjnymi



Największym sceptycyzmem wobec gospodarki, przemysłu i systemu szkolnictwa wykazują się osoby lepiej wykształcone – w szczególności te, które ukończyły szkoły wyższe – oraz mieszkańcy polskich metropolii (miast powyżej 500 tys. ludności). Niemniej jednak nawet wśród tych grup zachowane są tendencje obserwowane wśród ogółu Polaków.

## Innowacje – co wspierać i jakimi zasobami?

Dotychczasowe wyniki pokazują, że dla Polaków innowacje mają wysoką wartość. Warto jednak określić jakie obszary życia uznawane są za priorytetowe w kontekście tworzenia innowacji oraz które podmioty i instytucje w największym stopniu odpowiadają za rozwój innowacji.

Za najważniejszy obszar tworzenia innowacyjnych rozwiązań Polacy uznają zdrowie – w ten sposób odpowiada zdecydowana większość badanych (60 proc.). Oznacza to, że potoczne powiedzenie „zdrowie jest najważniejsze” znajduje swoje odzwierciedlenie w opiniach. Spośród wielu kategorii to właśnie ta wartość jest człowiekowi najbliższa – bez dobrego zdrowia trudniej cieszyć się przyjemnościami i udogodnieniami z pozostałych sfer.

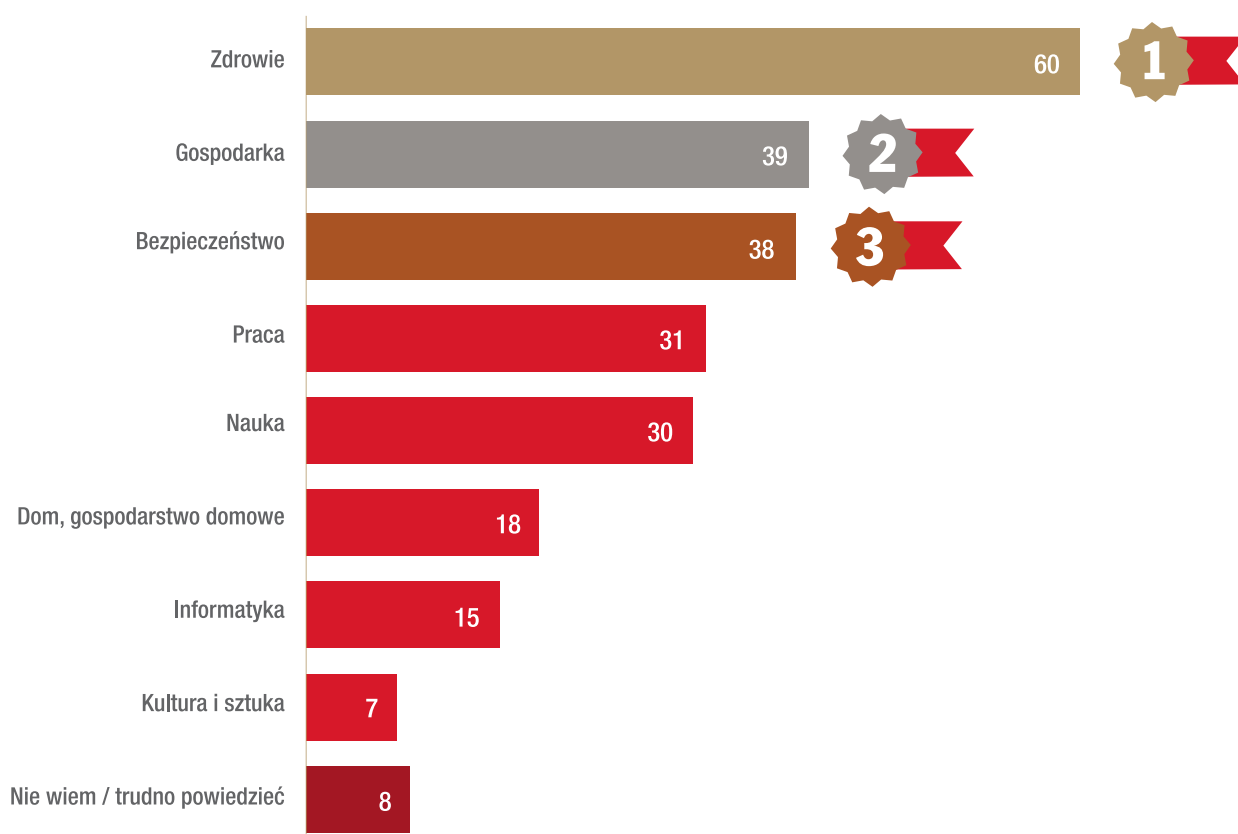


# Zdrowie jest najważniejsze

Na drugiej pozycji jednocześnie znajdują się gospodarka (39 proc.) i bezpieczeństwo (38 proc.), a na trzeciej – na równi – praca (31 proc.) i nauka (30 proc.). Znacznie rzadziej ankietowani wspominają o innowacjach z obszaru domu i gospodarstwa domowego (18 proc.), informatyki (15 proc.) oraz kultury i sztuki (7 proc.).

Jak pokazują wyniki, ponad osobiste korzyści – w pracy czy w domu – Polacy stawiają na rozwój w skali makro, czyli innowacyjne rozwiązania w obszarze gospodarki. Można więc wnioskować, że Polacy są świadomi, iż rozwijająca się innowacyjnie gospodarka siłą rozpędu przyniesie korzyści zwykłym ludziom.

**Wykres 8.** Jak Pan/i myśli, w jakich obszarach życia tworzenie innowacyjnych rozwiązań i produktów jest najważniejsze? Spośród wymienionych odpowiedzi proszę wybrać 3 najważniejsze.

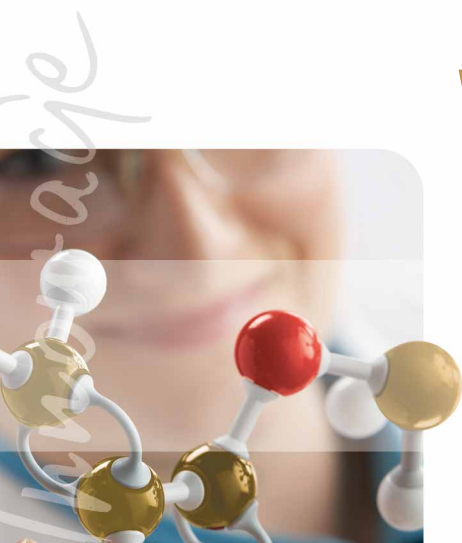
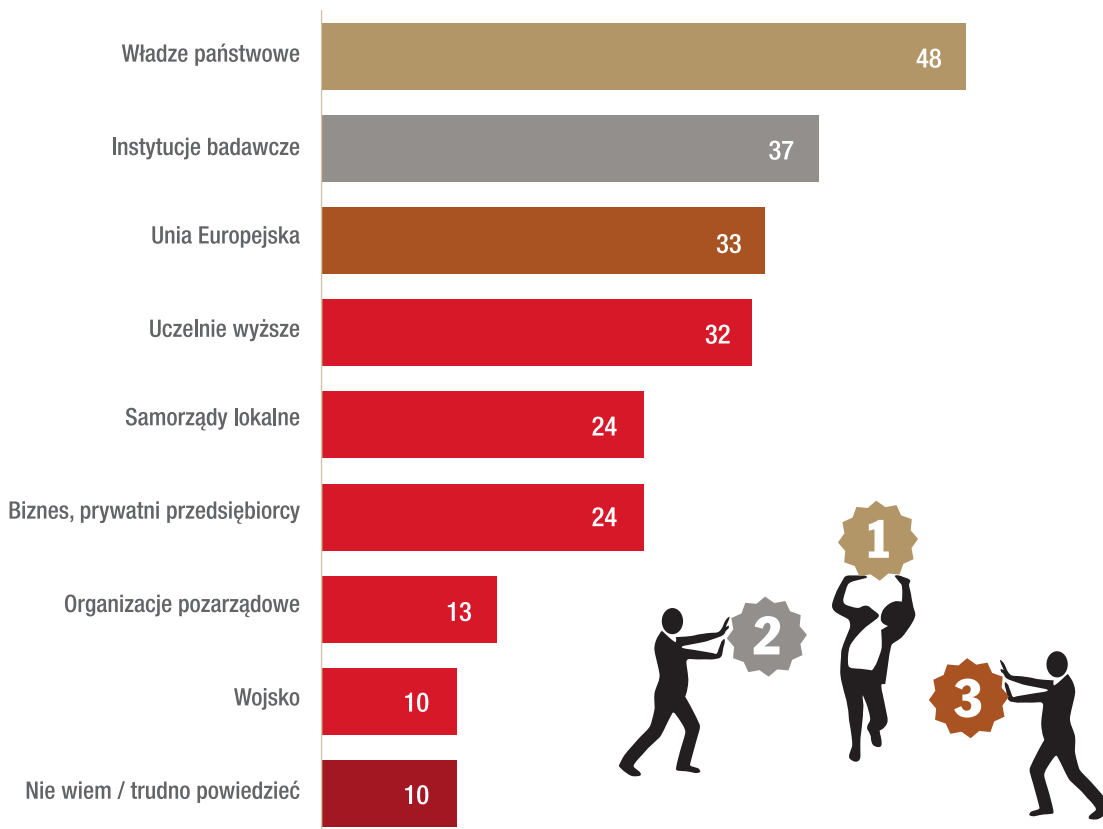


W odniesieniu do priorytetowych obszarów innowacyjności opinie kobiet i mężczyzn są podobne. Można zatem stwierdzić, że poglądy Polaków są względnie zgodne. Różnice, na które warto zwrócić uwagę, to obszar nauki, o którym szczególnie często mówią trzydziestolatkowie (37 proc.) oraz osoby z wyższym wykształceniem (38 proc.). Ponadto ci ostatni częściej niż ogół respondentów zwracają uwagę na informatykę (21 proc.).

W opinii badanych bezsprzecznym liderem rankingu podmiotów i instytucji, które powinny wspierać rozwój innowacji, są władze państwowe. Wspomina o nich niemal połowa ankietowanych (48 proc.). Na drugim miejscu znajdują się instytucje badawcze (37 proc.), a na trzecim Unia Europejska (33 proc.) oraz uczelnie wyższe (32 proc.). Co czwarty respondent wspomina również o samorządach lokalnych oraz biznesie i prywatnych przedsiębiorcach odpowiednio (po 24 proc.). Zdecydowana mniejszość mówi o organizacjach pozarządowych (13 proc.) oraz wojsku (10 proc.), któremu ludzkość zawdzięcza wiele innowacyjnych rozwiązań, w tym między innymi Internet.

Podsumowując, można stwierdzić, że motorem tworzenia innowacji w Polsce jest przede wszystkim strategiczny sojusz pomiędzy władzami państwowymi a światem nauki. Oczekiwania stawiane firmom i przedsiębiorcom plasują się tu na dalszym planie.

**Wykres 9.** Jak Pan/i myśli, które podmioty/instytucje powinny wspierać rozwój innowacji w Polsce? Spośród wymienionych odpowiedzi proszę wybrać 3 najważniejsze.



Władze państwowe  
powinny  
wspierać  
innowacyjność

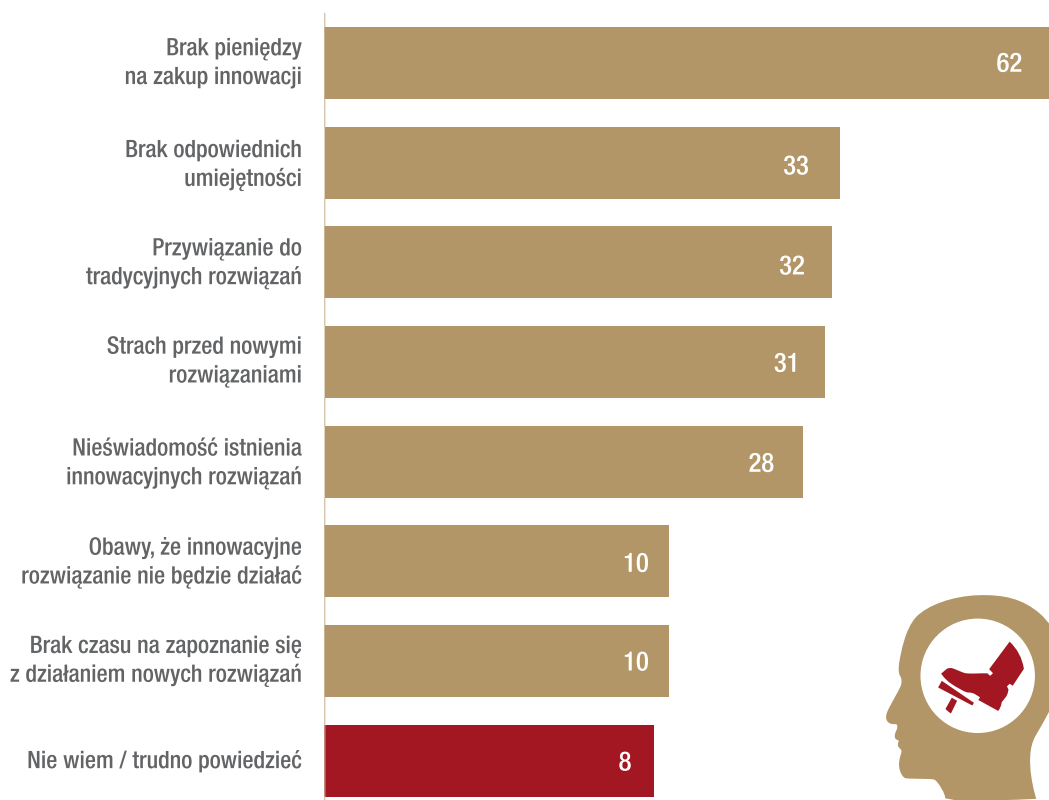
## Bariery innowacyjności

Na drodze rozwoju innowacyjności stoją różnego rodzaju bariery. Różnią się one od siebie w zależności od obszaru, w którym są rozpatrywane – inne są w przypadku gospodarki, a inne w przypadku zwykłych ludzi.

Zdaniem większości respondentów (62 proc.) podstawową przeszkodą stojącą na drodze do innowacji jest brak pieniędzy na ich zakup. Inne utrudnienia przywoływane są niemal dwukrotnie rzadziej – są to brak odpowiednich umiejętności (33 proc.), przywiązanie do tradycyjnych rozwiązań (32 proc.), strach przed nowymi rozwiązaniami (31 proc.) czy nieświadomość istnienia innowacyjnych rozwiązań (28 proc.). Na końcu listy barier znajdują się wskazane przez co 10. osobę obawy dotyczące tego, że innowacyjne rozwiązanie będzie awaryjne oraz brak czasu na zapoznanie się z działaniem nowych rozwiązań.

Podsumowując, to nie obawy, przyzwyczajenia czy brak kompetencji stanowią główną barierę w korzystaniu z rozwiązań innowacyjnych, ale brak pieniędzy. Z drugiej strony należy pamiętać, że innowacje wcale nie muszą być drogie, a więc argument finansowy w wielu przypadkach może być zwykłą wymówką.

**Wykres 10.** Jak Pan/i sądzi, co w największym stopniu powstrzymuje ludzi od korzystania z rozwiązań innowacyjnych? Proszę wskazać 3 najważniejsze Pana/i zdaniem powody.



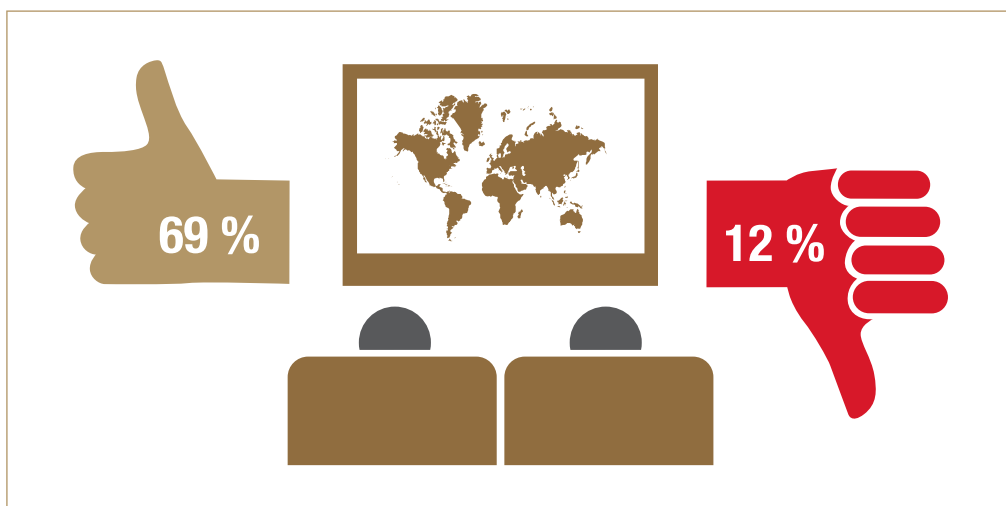
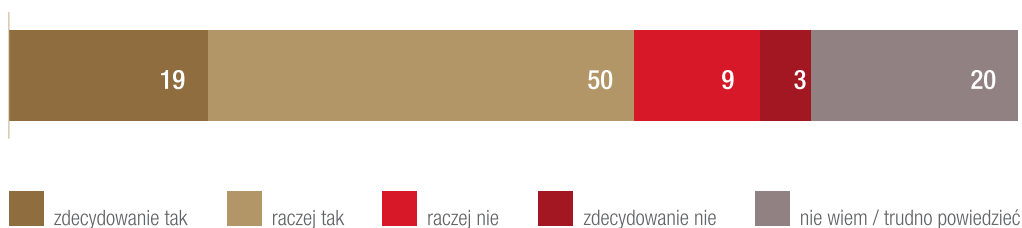


## Telewizja dokumentalna a wspieranie innowacyjności

Zdaniem większości Polaków (69 proc.) telewizyjne kanały edukacyjne – np. Discovery albo Planete – zachęcają swoich widzów do innowacyjnego myślenia i działania. Przy czym zdecydowanie przekonana o tym jest jedna piąta respondentów (19 proc.). Przeciwnego zdania jest co jedenasty Polak (9 proc.).



**Wykres 11.** Czy telewizyjne kanały edukacyjne takie jak np. Discovery, Planete zachęcają ludzi do innowacyjnego myślenia i działania?



O znaczeniu programów telewizyjnych dla promowania innowacyjności przeświadczone są częściej osoby przed 40. rokiem życia, aniżeli osoby starsze. Widać to zwłaszcza wśród dwóch najmłodszych grup wiekowych (15–19 i 20–29 lat). Aż 8 na 10 osób w tym przedziale wiekowym uważa, że telewizyjne kanały edukacyjne zachęcają do myślenia lub działania w sposób innowacyjny (82 proc. wobec 69 proc. dla ogółu).

Znaczenie ma też poziom wykształcenia badanych. Osoby lepiej wykształcone – z wykształceniem średnim, pomaturalnym (73 proc.) lub wyższym (76 proc.) – częściej podzielają opinię o motywującym wpływie kanałów edukacyjnych niż respondenci z wykształceniem podstawowym (57 proc.).

Wśród wszystkich badanych wyróżniają się również mieszkańcy największych miast w Polsce – 83 proc. z nich jest zdania, że telewizyjne kanały edukacyjne zachęcają do innowacyjnego myślenia i działania. Podobnie jest w przypadku osób, które uważają siebie samych (83 proc.) lub Polaków (73 proc.) za innowacyjnych.



### 3. Innowacje w życiu codziennym

Aby lepiej zrozumieć podejście Polaków do innowacji w życiu codziennym należy pochylić się nad tematem w czterech obszarach:

- w środowisku domowym
- w pracy
- w obszarze bezpieczeństwa
- w obszarze zdrowia.

Połowa Polaków (50 proc.) deklaruje, że korzysta z produktów innowacyjnych na co dzień – w domu. Prawie tyle samo – 49 proc. miało z nimi styczność w obszarze bezpieczeństwa, a niewiele mniej (45 proc.) – w obszarze zdrowia. Jeśli chodzi o osoby aktywne zawodowo, to nieco ponad połowa z nich (53 proc.) mówi, że na co dzień korzysta w pracy z produktów innowacyjnych.



Polacy korzystają  
z produktów  
innowacyjnych  
na co dzień



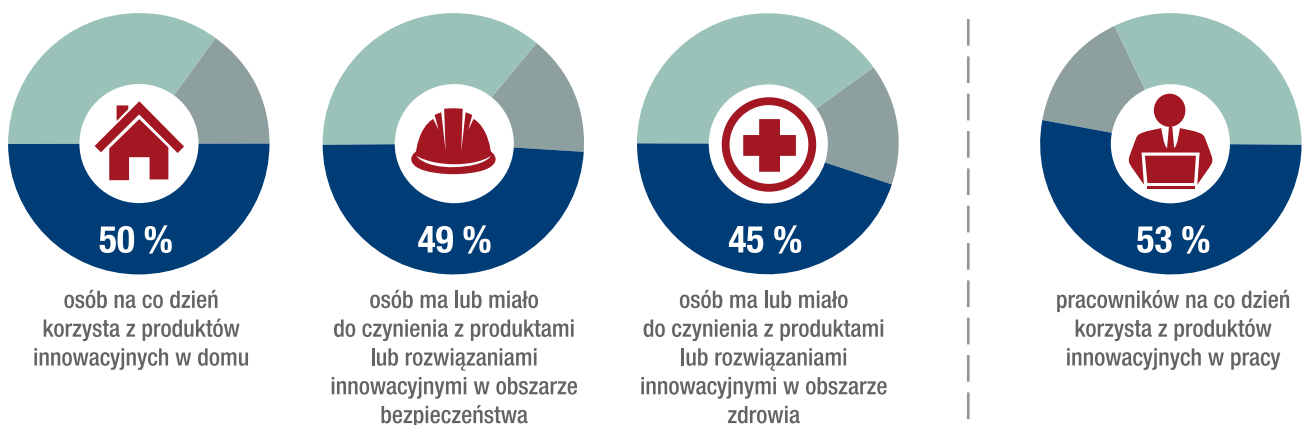


**Wykres 12.** Czy na co dzień korzysta Pan/i z produktów i rozwiązań innowacyjnych:

- a) w domu
- b) w pracy?

A czy ma lub miał/a Pan/i do czynienia z produktami lub rozwiązaniami innowacyjnymi:

- a) w obszarze zdrowia, tj. np. w szpitalu, w trakcie leczenia
- b) w obszarze bezpieczeństwa, tj. np. w środkach transportu i w zakresie ochrony pracy?



Mężczyźni częściej niż kobiety mają trudności z udzieleniem odpowiedzi na pytanie o korzystanie z innowacji w domu – 17 proc. zapytanych mężczyzn i 11 proc. kobiet nie potrafi jednoznacznie wypowiedzieć się w tej kwestii.

Osoby lepiej wykształcone częściej korzystają z innowacji w domu. Innowacje są elementem codzienności dla 56 proc. respondentów z wykształceniem średnim i pomaturalnym oraz 63 proc. z wykształceniem wyższym. Nieco inaczej sytuacja wygląda u osób z niższym wykształceniem – na co dzień z innowacji w domu korzysta jedna trzecia (34 proc.) osób z wykształceniem podstawowym i 42 proc. z zasadniczym zawodowym.

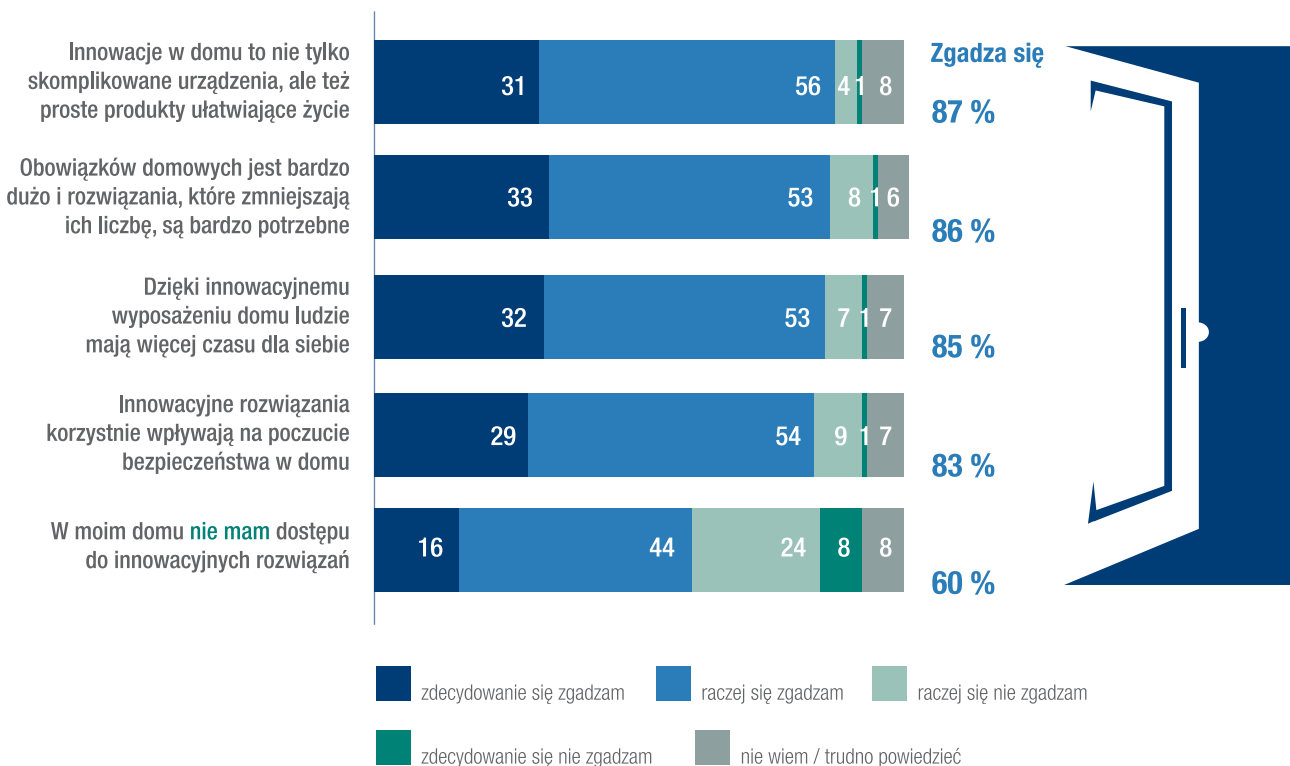
Prawdopodobnie dysproporcja ta związana jest nie tylko z sytuacją materialną respondentów gorzej wykształconych (osoby oceniające ją jako złą częściej nie odpowiadały na pytanie albo rzadziej deklarowały, że korzystają w domu z innowacji), ale także ze sposobem rozumienia tego, czym są innowacje. Można przypuszczać, że osoby gorzej wykształcone, mając na co dzień do czynienia z innowacyjnymi produktami czy rozwiązaniami, tak naprawdę nie identyfikują ich jako innowacyjne.



## W środowisku domowym

W celu gruntownego zbadania poziomu innowacyjności w polskich domach respondenci poproszeni zostali o ustosunkowanie się do 5 stwierdzeń na ten temat. Z odpowiedzi wynika, że dla zdecydowanej większości Polaków innowacje w domu to nie tylko skomplikowane urządzenia, ale także proste produkty ułatwiające życie (87 proc.), a dzięki innowacyjnemu wyposażeniu domu ludzie mają więcej czasu dla siebie (85 proc.).

**Wykres 13.** A teraz przeczytam Panu/i kilka stwierdzeń dotyczących innowacji w domu. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i lub nie zgadza z każdym z nich.



# Innowacje to produkty ułatwiające życie

Jak pokazują wyniki badania, Polacy cenią sobie innowacyjne rozwiązania, które ułatwiają domowe obowiązki. Zdaniem przeważającej większości respondentów, obowiązków domowych jest na tyle dużo, iż rozwiązania, które zmniejszają ich liczbę, są bardzo potrzebne (86 proc.). 4 na 5 badanych (83 proc.) uważa też, że innowacyjne rozwiązania korzystnie wpływają na poczucie bezpieczeństwa w domu. Mimo tak pozytywnego nastawienia do innowacji w życiu codziennym, aż 60 proc. Polaków uważa, że w swoim domu nie ma dostępu do innowacyjnych rozwiązań.

Najstarsi respondenci – w wieku 60 lat i więcej – oraz osoby z podstawowym wykształceniem mają większą niż inni trudność z ustosunkowaniem się do stwierdzenia na temat poziomu skomplikowania innowacji – odpowiednio 14 proc. i 18 proc. z nich odpowiada „nie wiem/trudno powiedzieć”. Podobnie jest w przypadku większości pozostałych stwierdzeń.

Warto też zauważyć, że prawie wszyscy respondenci, którzy postrzegają siebie jako innowacyjnych, myślą o innowacjach jako o prostych produktach ułatwiających życie (95 proc.), rozwiązaniach oszczędzających czas (88 proc.) czy zwiększających poczucie bezpieczeństwa w domu (91 proc.).

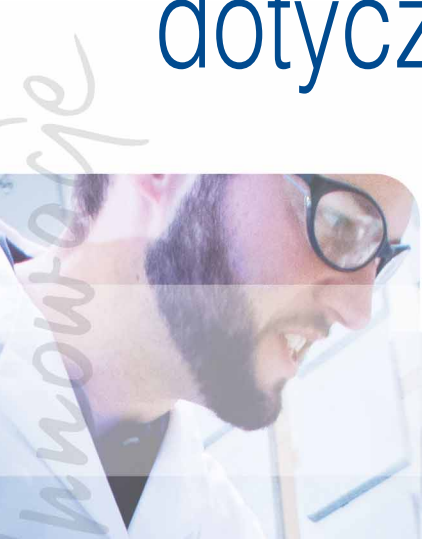
Ze stwierdzeniem: „w moim domu nie mam dostępu do innowacyjnych rozwiązań” częściej niż ogół badanych zgadzają się najstarsi respondenci (65 proc.), ankietowani z wykształceniem zasadniczym zawodowym (65 proc.) oraz ci, którzy nie postrzegają siebie jako osoby innowacyjne (65 proc.).

## W środowisku pracy

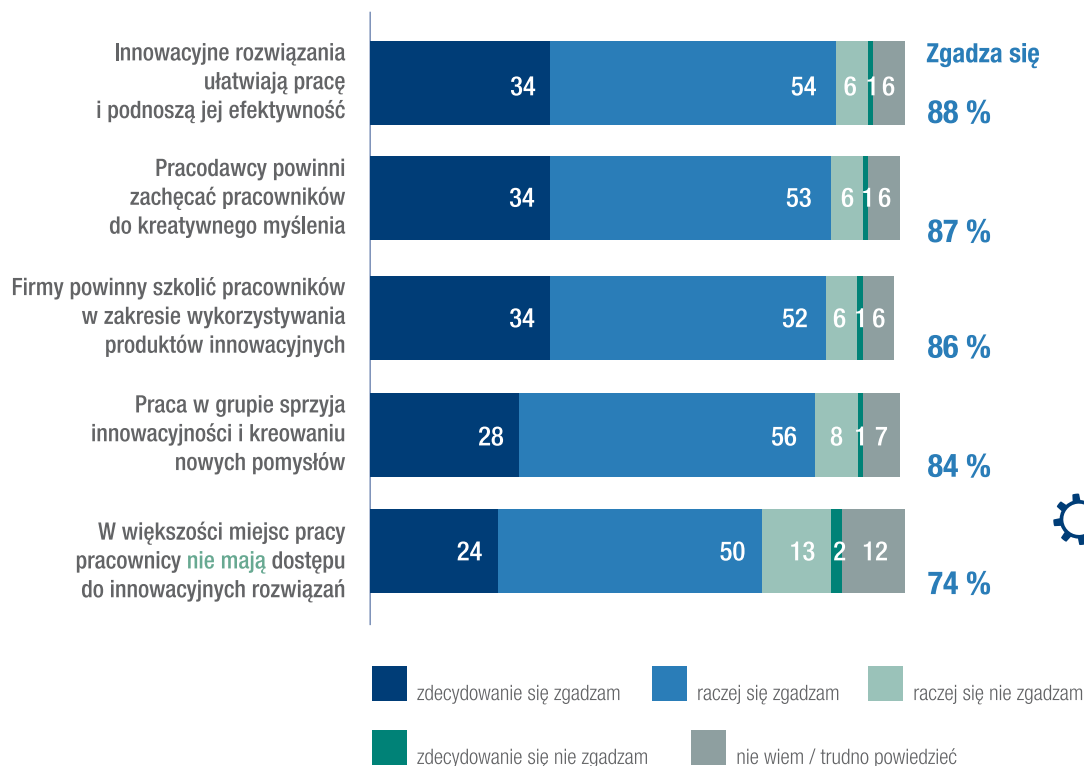
Optymistyczne podejście do tematu innowacji w domu jest widoczne również w obszarze pracy. Blisko 9 na 10 ankietowanych (88 proc.) jest zdania, że innowacyjne rozwiązania ułatwiają pracę, a także podnoszą jej efektywność. Polacy są również zgodni co do roli pracodawców w kwestii innowacji: 87 proc. uważa, że powinni oni zachęcać swoich pracowników do kreatywnego myślenia, a 86 proc. opowiada się za szkoleniami w zakresie wykorzystywania produktów innowacyjnych. Jak się okazuje, dla zdecydowanej większości badanych (84 proc.) praca w grupie sprzyja innowacyjności i kreowaniu nowych pomysłów.

Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że wśród Polaków panuje duży entuzjazm, jeśli chodzi o innowacje w pracy. Jednocześnie respondenci podkreślają, że aby utrzymać się on na tym samym poziomie konieczne są spore zmiany – aż dwie trzecie Polaków (74 proc.) sądzi, że pracownicy nie mają dostępu do innowacyjnych rozwiązań. Ciekawy może wydać się fakt, że osoby aktywne zawodowo nieco częściej niż niepracujący nie zgadzają się z tą opinią (16 proc. wobec 12 proc.). Pracujący częściej podzielają pogląd, iż innowacyjne rozwiązania ułatwiają pracę i podnoszą jej efektywność.

# Duży entuzjazm dotyczący innowacji w pracy



**Wykres 14.** Przeczytam Panu/i kilka stwierdzeń dotyczących innowacji w miejscu pracy. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i lub nie zgadza z każdym z nich.

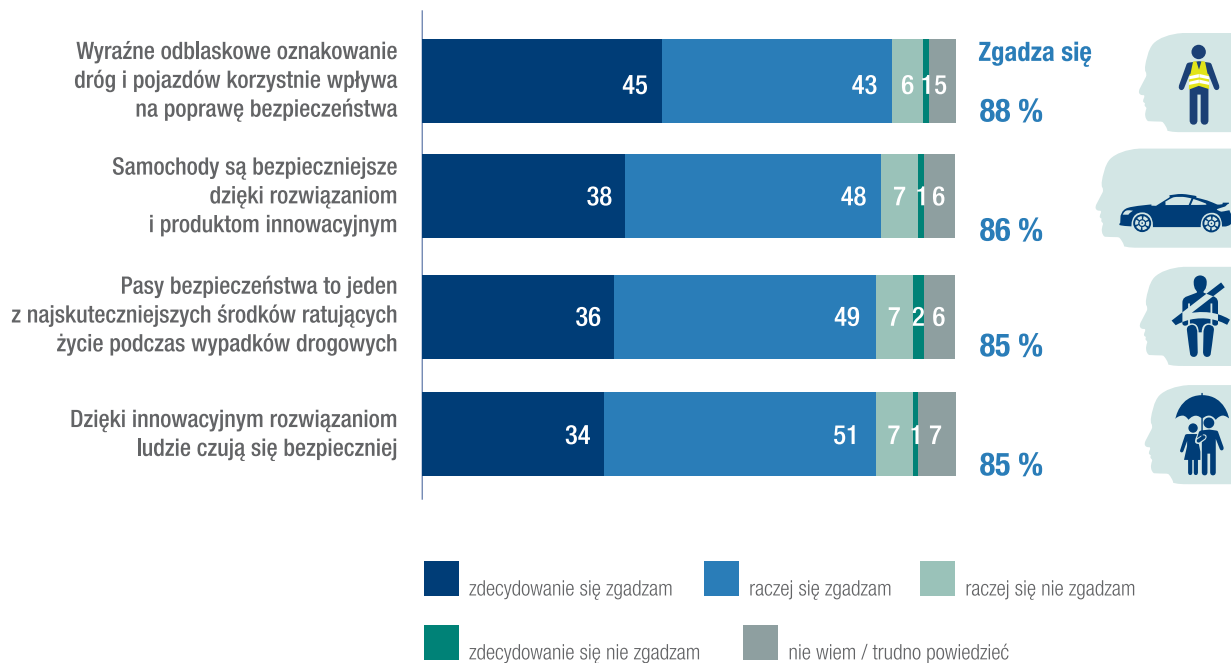


## W obszarze bezpieczeństwa

Jak pokazują wyniki badania obecność innowacyjnych rozwiązań w sektorze bezpieczeństwa jest pożądana i doceniana przez większość Polaków. Połowa respondentów ma lub miała do czynienia z produktami lub rozwiązaniami innowacyjnymi w obszarze bezpieczeństwa, czyli np. w środkach transportu i w zakresie ochrony pracy. 88 proc. Polaków jest zdania, że wyraźne odblaskowe oznakowanie dróg i pojazdów korzystnie wpływa na poprawę bezpieczeństwa, a aż 45 proc. osób jest w tej opinii zdecydowana. 86 proc. respondentów twierdzi, że samochody są bezpieczniejsze dzięki rozwiązaniom i produktom innowacyjnym i niemal tyle samo (85 proc.) uważa, że pasy bezpieczeństwa to jeden z najskuteczniejszych środków ratujących życie podczas wypadków drogowych. 85 proc. Polaków zgadza się z opinią, że dzięki innowacyjnym rozwiązaniom ludzie czują się bezpieczniej.

# Rozwiązania innowacyjne = bezpieczeństwo

**Wykres 15.** Przeczytam Panu/i kilka stwierdzeń dotyczących innowacji w obszarze bezpieczeństwa. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i lub nie zgadza z każdym z nich.



Aspekt bezpieczeństwa jest w szczególności ważny dla mieszkańców wsi. W większym stopniu zgadzają się oni z każdym z powyższych stwierdzeń. Może mieć to związek z warunkami życia i charakterem pracy, który w większym stopniu uwrażliwia ludzi na to, jak ważne jest bezpieczeństwo.

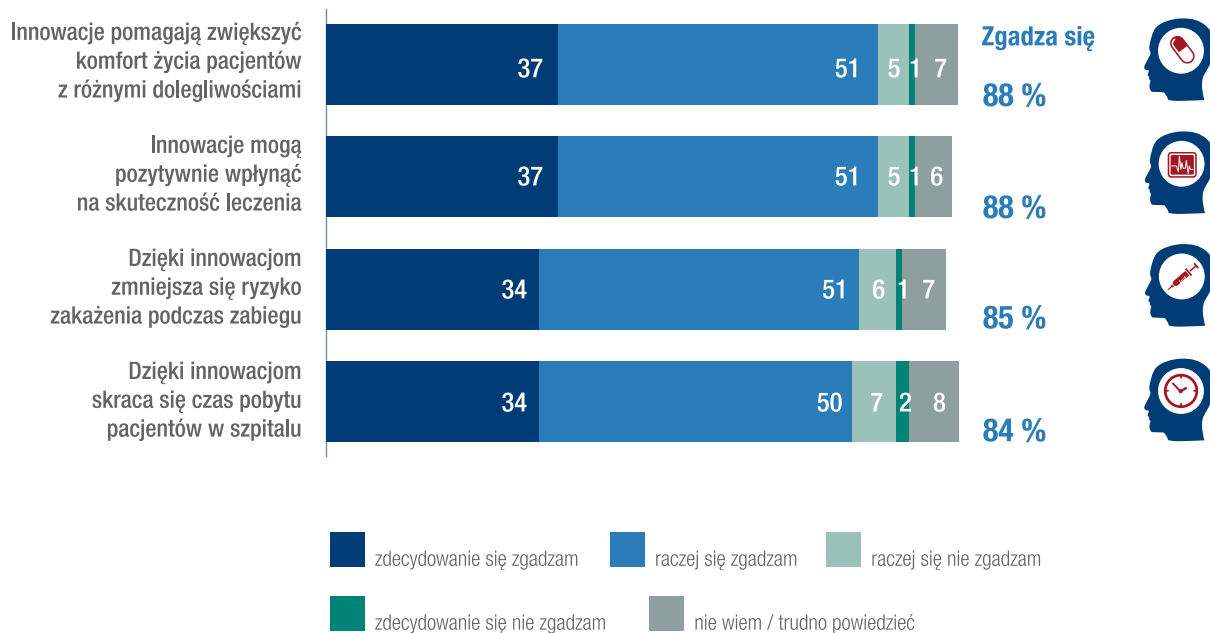
# Aspekt bezpieczeństwa ważny dla mieszkańców wsi



## W obszarze zdrowia

Zdrowie to obszar, który zdaniem Polaków w najwyższym stopniu zasługuje na rozwój innowacji. W konsekwencji ze stwierdzeniami dotyczącymi potencjalnych korzyści odnoszących się do innowacji z obszaru zdrowia zgadzają się niemal wszyscy, z czego jedna trzecia osób zgadza się z nimi w sposób zdecydowany. 88 proc. ankietowanych jest zdania, że innowacje pomagają poprawić komfort życia pacjentów z różnymi dolegliwościami oraz pozytywnie wpłynąć na skuteczność leczenia. Nieco mniej osób uważa, że dzięki innowacjom zmniejsza się ryzyko zakażenia podczas zabiegu (85 proc.) oraz skraca się czas pobytu pacjentów w szpitalu (84 proc.).

**Wykres 16.** A teraz przeczytam Panu/i kilka stwierdzeń dotyczących innowacji w obszarze zdrowia. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i lub nie zgadza z każdym z nich.



Konsekwentnie, wśród respondentów z wykształceniem podstawowym mniej jest osób, które zgadzają się z powyższymi stwierdzeniami. Nie oznacza to jednak, że są one szczególnie sceptyczne, lecz częściej niż inni nie potrafią udzielić konkretnej odpowiedzi, a ustosunkowanie się do zdań o innowacjach w obszarze zdrowia sprawia im trudność.



## Komentarze ekspertów

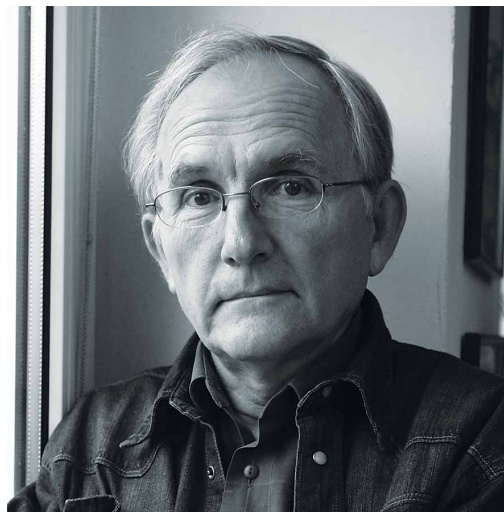
### Janusz Czapiński

Psycholog społeczny, prof. Uniwersytetu Warszawskiego  
i prorektor Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania

Jak wynika z badania Polacy są otwarci na korzystanie z innowacyjnych rozwiązań, ale mają ich niedosyt. Dostrzegają potencjał innowacyjności w ludziach, są niewątpliwie kreatywni, przedsiębiorczy, uparci i odporni psychicznie, ale brak im gotowości i umiejętności współpracy.

„Księżycowy” ubiór Neila Armstronga, nie powstałby, gdyby zależało to od kreatywności pojedynczych pracowników. Powstał dzięki kreatywności zespołu. Indywidualna kreatywność Polaków i ich otwarcie na korzystanie z innowacji, poprawia, co prawda, indywidualną i rodzinną jakość życia, ale nie daje efektu gospodarczego w skali kraju. Na drodze od pomysłu (indywidualnego) do przemysłu brakuje w Polsce dramatycznie tego, co decyduje o sukcesie takich firm jak 3M – zaufania i współpracy.

**Polaków nie trzeba już oswajać z innowacjami, trzeba wyzwolić w nich ducha innowacyjności zespołowej. Wtedy i oni osobiście i cała polska wspólnota skorzysta na ich kreatywności.**



### Dariusz Żuk

Prezes Polska Przedsiębiorcza

Raport pokazuje nam bardzo ciekawe informacje o innowacyjności Polaków, których wcześniej w żadnych badaniach nie odkryliśmy.

Prawie 70 proc. z nas uważa, że Polska to kraj innowacyjnych ludzi, ale jednocześnie tylko 34 proc. mówi tak o sobie. Jedną z odpowiedzi na pytanie dlaczego tak nisko wciąż wypadamy w rankingach innowacyjności zarówno tworzonych przez instytucje jak też wewnętrznie przez nas samych jest brak szerokiego dostępu do innowacji. Aż 74 proc. Polaków uważa, że wciąż nie ma dostępu do innowacyjnych produktów w miejscu pracy.

Dlatego też dziękuję twórcom raportu za udowodnienie, że **nawet sam dostęp do innowacyjnych produktów i uświadomienie ich istnienia może okazać się kluczowy dla rozwoju naszej polskiej innowacyjności.**





Urszula Krassowska  
Account Director TNS Polska

Innowacje, innowacyjność, innowacyjny – te wyrazy są aktualnie odnawiane chyba przez wszystkie możliwe przypadki w telewizji, w radiu, w prasie, przez osoby z naszego najbliższego otoczenia, także przez naszych potencjalnych pracodawców, czy pracowników i wielu innych.

Podążając tym tropem mogłabym również powiedzieć, że nasze badanie jest innowacyjne, ponieważ podejmuje temat ważny i obecny w opinii publicznej, ale dotąd niedostatecznie zgłębiany za pomocą badań społecznych.

W realizacji projektu postawiliśmy sobie za cel odpowiedzenie na kilka zasadniczych pytań, jeśli chodzi o innowacje oraz postrzeganie ich przez każdego z nas w różnych obszarach naszego życia. Teraz, dzięki badaniu wiemy, że **większość Polaków myśli o sobie jak o narodzie ludzi innowacyjnych, a innowacje są przez nich mile widziane nie tylko w obszarze zdrowia czy bezpieczeństwa, ale i w życiu codziennym – w domu, w pracy. Polacy dają zielone światło innowacji.**



Sylwester Molenda  
Director Research Innovation Insights Discovery Networks CEEMEA

Discovery Channel zostało partnerem „Raportu 3M Innowacyjny Polak 2014”, ponieważ wierzymy, że innowacyjność jest motorem napędowym rozwoju, ale także będzie decydowała o przyszłości telewizji.

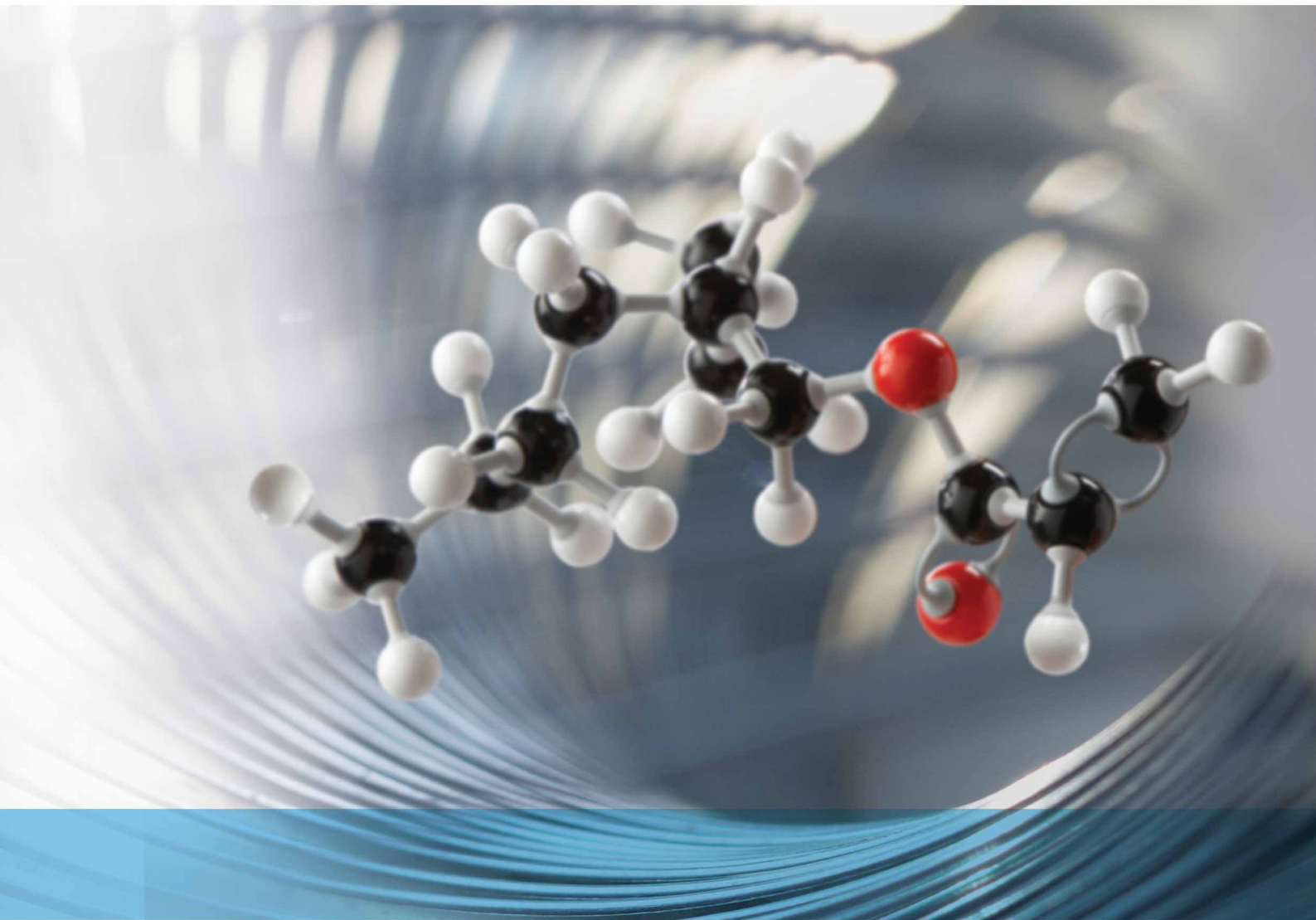
Tym bardziej cieszymy się, że wyniki raportu wskazują na to, że telewizja taka jak Discovery Channel jest przez Polaków odbierana jako źródło inspiracji.

**Naszą ambicją jest, żeby programy przez nas pokazywane zaspokajały ciekawość. Wierzymy, że dzięki takiemu podejściu nadal będziemy zachęcali widzów do odkrywczego myślenia i kreatywnego działania.**





[www.laczanasinnowacje.pl](http://www.laczanasinnowacje.pl)



**3M Poland Sp. z o.o.**  
al. Katowicka 117, Kajetany  
05-830 Nadarzyn  
Tel. (22) 739 60 00  
[www.3M.pl](http://www.3M.pl)  
[www.laczanasinnowacje.pl](http://www.laczanasinnowacje.pl)