

Bogusława Ziółkowska

Znaczenie innowacji społecznych w tworzeniu wartości dodanej dla społeczeństwa

Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania 48/3, 141-150

2017

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.



Bogusława Ziółkowska*
Politechnika Częstochowska

ZNACZENIE INNOWACJI SPOŁECZNYCH W TWORZENIU WARTOŚCI DODANEJ DLA SPOŁECZEŃSTWA

Streszczenie

W artykule przedstawiono znaczenie, a następnie zaprezentowano definicje dotyczące innowacji społecznych oraz procesu ich tworzenia i wdrażania. Kolejna część odnosi się do dobrych praktyk w zakresie innowacji społecznych. Przedstawiono konkretne przykłady wybranych pomysłów na innowacje społeczne oraz wskazano wygenerowaną przez nie wartość dodaną dla społeczeństwa.

Słowa kluczowe: innowacje społeczne, wartość dodana, społeczeństwo

Wprowadzenie

Wraz ze wzrostem popularności i zainteresowania problematyką innowacji społecznych w literaturze przedmiotu pojawiają się coraz to nowe sposoby definiowania tego zjawiska. Zgodnie z definicją zaproponowaną przez Komisję Europejską innowacje społeczne to innowacje, które są zarówno społeczne w ich celach, jak i w środkach, pozostając otwartymi na zróżnicowanie terytorialne, kulturalne itp.

* Adres e-mail: ziol@zim.pcz.pl.

Społeczne w sensie zarówno procesu jak i celów społecznych i socjalnych, które každy chciałby osiągnąć. Opierają się na pomysłowości obywateli, organizacjach społeczeństwa obywatelskiego, społecznościach lokalnych, przedsiębiorcach i urzędnikach państwowych, a ich podstawowym zadaniem jest stwarzanie okazji zarówno dla sektora publicznego, jak i dla rynków, dzięki czemu produkty i usługi będą lepiej spełniać indywidualne, jak również zbiorowe aspiracje (European Commission, 2013).

Phills, Deiglmeier i Miller (2008) postrzegają innowację społeczną jako nowe rozwiązanie problemu społecznego, które jest bardziej wydajne, skuteczne, trwałe czy sprawiedliwe od istniejących rozwiązań, a korzyści z tej innowacji przypadają przede wszystkim społeczeństwu jako całości, a nie osobom prywatnym. Jednocześnie autorzy ci uważają, że o zakwalifikowaniu określanego zestawu działań do kategorii innowacji społecznych decyduje to, iż ich zasadniczym celem jest faktyczne wygenerowanie wartości dla społeczeństwa. Podobnego zdania są Flew, Cunniglem, Bruns i Wilson (2008), którzy definiują innowacje społeczne jako zastosowanie nowej koncepcji lub nową aplikację istniejącej koncepcji przyczyniającej się do zapewnienia trwałej wartości społecznej. Kesselring i Leitner (2008) uważają, że innowacje społeczne odnoszą się do systemu wartości i dlatego nie należy ich oceniać na podstawie kryteriów ekonomicznych. W większości różni autorzy są zgodni co do tego, że o innowacji społecznej można mówić wówczas, gdy jest wdrażany pomysł na rozwiązanie problemu społecznego. Efektem złożonego i kosztochłonnego procesu tworzenia i wdrażania innowacji społecznych powinna być konkretna, choć nieraz trudno mierzalna, wartość dodana dla społeczeństwa (Ziółkowska, 2013).

1. Obszary występowania i kryteria weryfikacji innowacji społecznych

Innowacje społeczne są współcześnie coraz częściej uznawane za remedium dla negatywnych zjawisk i instrumenty wspierania zrównoważonego rozwoju, zwiększenia zatrudnienia, poprawy konkurencyjności. Znajdują coraz szersze zastosowanie zwłaszcza w tych dziedzinach aktywności społecznej, w których dotychczasowe modele innowacji zawiodły i nie przyczyniły się do wykorzystania szans np. w ochronie zdrowia, w edukacji, ochronie środowiska naturalnego, usług publicznych, w urbanistyce.

Innowacje społeczne są identyfikowane w pięciu podstawowych kontekstach ich występowania:

- a) ewolucja społeczna w kierunku rosnącej roli społeczeństwa obywatelskiego i ekonomii społecznej, w procesie integracji społecznej i realizacji wzrostu gospodarczego, w tym społecznej odpowiedzialności biznesu i angażowaniu się przedsiębiorców w przedsięwzięcia publiczno-prywatne w takich dziedzinach, jak ochrona zdrowia, edukacja i inne;
- b) transformacja modeli biznesowych, ich większe wsparcie na potencjale społecznym, kapitale ludzkim i instytucjonalnym, generowania wartości dla ogółu interesariuszy, pracowników i społeczeństwa, tworzenia i zarządzania organizacjami *non profit*;
- c) wspieranie i rozwój przedsiębiorczości społecznej ukierunkowanej w swojej aktywności na poszukiwanie innowacyjnych sposobów rozwiązywania ważnych problemów społecznych, reinwestującej wygenerowane nadwyżki w realizację celów społecznych;
- d) rozwój nowych produktów, usług i programów wdrażania innowacji w sektorze publicznym, angażowanie się przedsiębiorstw społecznych i organizacji społeczeństwa obywatelskiego w zaspokajanie potrzeb społecznych;
- e) opracowywanie i wdrażanie zasad dobrych praktyk w organizacjach sektora prywatnego i publicznego w ramach nowego modelu zarządzania (*governance*), zwiększenie roli i kompetencji instytucji społecznych, ich zaangażowania w przygotowywanie strategii i realizację programów społeczno-gospodarczych, w poprawa wzajemnych relacji (Nicholls, Murdock, 2012).

Innowacje społeczne powinny powstawać w odpowiedzi na rzeczywiste społeczne zapotrzebowanie, które nie jest lub nie może być zaspokojone w sposób rynkowy i być skierowane do grup społecznych gorzej sobie radzących w warunkach gospodarki rynkowej (European Commission, 2011). Innowacje społeczne uderzają w dotychczasowe schematy działań i mają za zadanie wprowadzać trwałe, pozytywne zmiany poprzez wdrożenie rozwiązań bardziej efektywnych, skutecznych i zrównoważonych od dotychczas funkcjonujących (Knop, Szczepaniak, Olko, 2014). Mają tworzyć wartość dodaną dla społeczeństwa jako całości w większym zakresie niż dla poszczególnych jednostek.

2. Finansowanie innowacji społecznych w ramach Programu Innowacje Społeczne realizowanego przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

Narodowe Centrum Badań i Rozwoju realizuje Program wsparcia sektora nauki, otoczenia gospodarczego oraz sektora organizacji pozarządowych w zakresie podejmowania i realizacji innowacyjnych działań i inicjatyw społecznych, bazujących na osiągnięciach nauki i techniki – Program INNOWACJE SPOŁECZNE. Jest on skierowany do jednostek podejmujących działania, które mają stymulować rozwój społeczny oraz poprawę jakości życia społeczeństwa, ze szczególnym uwzględnieniem tych grup i obszarów, w których istnieje wyjątkowa potrzeba innowacyjnych rozwiązań i podejmowania nowych inicjatyw społecznych. Celem głównym Programu jest poprawa jakości życia społeczeństwa, ze szczególnym uwzględnieniem tych grup i obszarów, w których istnieje rzeczywista potrzeba innowacyjnych rozwiązań i podejmowania nowych inicjatyw społecznych. Do celów szczegółowych Programu zaliczono zarówno wzrost liczby wdrożeń innowacyjnych rozwiązań technicznych oraz innowacyjnych produktów, usług i procedur pozwalających na rozwiązanie złożonych problemów społecznych, jak i wzrost współpracy międzysektorowej na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym. Program adresowany jest do konsorcjów, w których skład wchodzi co najmniej jedna jednostka naukowa oraz co najmniej jeden przedsiębiorca albo co najmniej dwie jednostki naukowe, z obligatoryjnym udziałem organizacji pozarządowej posiadającej osobowość prawną i mającej siedzibę na terytorium RP (NCBR, 2016). Wartość dofinansowania projektu – 1 mln zł.

Do ważnych kryteriów uzyskania dofinansowania projektów w ramach powyższego Programu należą:

- a) skuteczność, rozumiana jako stopień, w jakim cele założone w Programie mogą zostać osiągnięte dzięki dofinansowanym projektom;
- b) użyteczność, rozumiana jako stopień, w jakim produkty i oczekiwane rezultaty projektów odpowiadają wyzwaniom społecznym (ostatecznym użytkownikom rozwiązania);
- c) trwałość, rozumiana jako ocena, czy pozytywne efekty projektów będą trwać po zakończeniu finansowania NCBR, a także czy możliwe jest

utrzymanie się wpływu tego projektu w dłuższym okresie (dwóch lat od zakończenia projektu oraz w dłuższej perspektywie).

3. Przykłady wartości dodanej dla społeczeństwa wygenerowanej w ramach innowacji społecznych

Dla wyrobienia poglądu w zakresie wartości dodanej dla społeczeństwa, jaka zostaje wygenerowana wskutek przygotowania i wdrożenia innowacji społecznych, dokonano przeglądu wybranych innowacji społecznych ze szczególnym uwzględnieniem ich roli w zaspokajaniu potrzeb społecznych. Oto niektóre z nich:

Szczegóły innowacji społecznej: Wolontariat przez Internet.

Organizacja: e-wolontariat.

Wartość dodana dla społeczeństwa: Zadania wolontariackie wykonywane w całości lub częściowo przez Internet. Praca odbywa się w świecie wirtualnym, ale przynosi korzyści w świecie realnym. Oparte na gotowości bezinteresownego zaangażowania czasu i chęci pomocy innym (e-Wolontariat.pl, 2016).

Mapowanie – zgłaszanie problemów w przestrzeni publicznej, zaobserwowanych w najbliższym otoczeniu; e-korepetycje; pomoc osobom z różnorakimi problemami, np. Amazonki.net, Szukamywas.pl, Helpline.org.pl.

Szczegóły innowacji społecznej: Finansowanie przedsięwzięć małymi kwotami przez społeczeństwo, najczęściej przez Internet.

Organizacja: crowdfunding.

Wartość dodana dla społeczeństwa: Rodzaj gromadzenia i alokacji kapitału przekazywanego na rzecz rozwoju określonego przedsięwzięcia w zamian za określone świadczenie zwrotne, który angażuje szerokie grono kapitałodawców. Ta praktyka charakteryzuje się wykorzystaniem technologii teleinformatycznych oraz niższą barierą wejścia i lepszymi warunkami transakcyjnymi niż ogólnodostępne na rynku (Crowdfunding.pl, 2016a). Na przykład wydanie książki lub płyty finansowane przez wiele osób fizycznych (Crowdfunding.pl, 2016b).

Szczegóły innowacji społecznej: Firma tworzy aplikacje wykorzystujące algorytmy syntezy mowy na podstawie elementów sztucznej inteligencji i mowy ludzkiej.

Organizacja: Ivona Software; firma założona przez dwóch absolwentów Politechniki Gdańskiej – Łukasza Osowskiego i Michała Kaszczuka w 2001 roku.

Wartość dodana dla społeczeństwa: Syntezator mowy IVONA TTS (Text-to-Speech) to program zmieniający tekst na mowę porównywalną z mową ludzką. Umożliwia łatwiejszą pracę z komputerem, szczególnie osobom niedowidzącym i niewidomym. Dostępnych jest wiele głosów, kodeków i licencji. Syntezator obecnie jest dostosowany do ponad czterdziestu języków na świecie (Ivona Software, 2016).

Szczegóły innowacji społecznej: Współpraca PPNT z Pracownią Badań Innowacji Społecznych „Stocznia”. Działania badawcze, które można połączyć z praktyką.

Organizacja: Pomorski Park Naukowo-Technologiczny (PPNT).

Wartość dodana dla społeczeństwa: Badanie panelowe seniorów mające służyć do zdobycia szerokiej wiedzy na temat opinii osób starszych o różnych aspektach życia w Gdyni oraz do zbudowania bazy osób starszych, do których miasto mogłoby zwracać się z kolejnymi kwestiami do konsultacji (Gdyński Dialog z Seniorami, 2016).

Szczegóły innowacji społecznej: Serwis bezgotówkowej wymiany walut stworzony przez kredytobiorców zadłużonych w walutach obcych – założycieli inicjatywy społecznej kupfranki.pl.

Organizacja: Inkantor.pl.

Wartość dodana dla społeczeństwa: Serwis Kupfranki.pl powstał w wyniku inicjatywy Rafała Łyczka, który nie zgadzał się na dyktowanie warunków sprzedaży franków przez banki mające uprzywilejowaną pozycję względem klientów indywidualnych. Dziś Kupfranki.pl to ponad 17,5 tysiąca rodzin, które są zarejestrowane w serwisie i codziennie wymieniają informacje na temat swojej sytuacji w banku. Zwieńczeniem działania inicjatywy jest obowiązująca od 26 sierpnia 2011 roku ustawa antyspreadowa, na którą serwis Kupfranki.pl miał znaczący wpływ. Po zakończeniu analiz prawnych i ekonomicznych potencjału rynkowego projektu powołano spółkę Inkantor.pl, której założeniem jest stworzenie bezpiecznej, taniej i prostej w obsłudze platformy wymiany walut dla osób fizycznych oraz firm wraz z bezpłatnymi lub najtańszymi kosztami przelewów walutowych do banków w kraju i za granicą (Inkantor.pl, 2016).

Szczegóły innowacji społecznej: Wsparcie mikroprzedsiębiorstw mających na celu połączenie środowiska biznesowego i osób wykluczonych za pomocą platformy online.

Organizacja: Community Catalysts (Wielka Brytania).

Wartość dodana dla społeczeństwa: Działalność mikroprzedsiębiorstw dostarczających różne usługi, np. z sektora zdrowotnego: opieka nad osobami starszymi, niepełnosprawnymi; małe jadłodajnie, gdzie osoby wykluczone społecznie uczą się gotować i zdrowo odżywiać. W przypadku jadłodajni przychody zapewniają komercyjne kursy gotowania i zdrowego odżywiania (Community Catalysts, 2016).

Szczegóły innowacji społecznej: Wsparcie bezrobotnych dotkniętych kryzysem finansowym – jednostek i społeczeństw.

Organizacja: Economy App (Niemcy).

Wartość dodana dla społeczeństwa: Aplikacja na telefon, za pomocą której można wymieniać się przedmiotami lub usługami bez obrotu gotówką (na zasadzie barteru) – network barter. Można wymieniać się rękodziełem, produktami spożywczymi, drobnymi usługami czy podwożeniem do pracy. Aplikacja zbiera informacje od użytkowników, co mogą zaoferować, czego potrzebują i jaka jest tego wartość (Economy App, 2016).

Szczegóły innowacji społecznej: Przeciwdziałanie bezrobociu za pomocą dzielenia się doświadczeniem i częścią etatu.

Organizacja: MITWIN.NET (Hiszpania).

Wartość dodana dla społeczeństwa: Sieć współpracy pomiędzy osobami wchodzącymi na rynek pracy i doświadczonymi, blisko emerytury. Osoby doświadczone dzielą się swoją pracą i doświadczeniem, dzięki czemu bezrobotne młodsze osoby zdobywają *know-how*, poznają środowisko pracy i w konsekwencji mają większą szansę na zatrudnienie (MITWIN.NET, 2016).

Innowacje społeczne możemy obserwować w bardzo wielu, często wyraźnie od siebie oddalonych sektorach gospodarki czy społeczeństwa, a charakter generowanej przez nie wartości dodanej także jest bardzo zróżnicowany. Podobnie grupa docelowa beneficjentów innowacji społecznej może być wstępnie szczegółowo określona i doprecyzowana na etapie tworzenia innowacji i jej wdrażania lub może

być to grupa osób, które aktualnie znajdują się bądź w przyszłości będą znajdować się w określonej sytuacji i w związku z tym odczuwają już obecnie lub będą odczuwać określoną potrzebę, której zaspokojeniu innowacja społeczna ma służyć. Ważne jest w tym względzie identyfikowanie wartości dodanej dla społeczeństwa, monitorowanie jej trwałości oraz rozpoznawanie możliwości budowania na jej podstawie kolejnych innowacji społecznych.

Podsumowanie

Innowacje społeczne są istotnym elementem polityki państwa względem rozwiązywania problemów społecznych oraz tworzenia wartości dodanej dla społeczeństwa w obszarach niekomercyjnych. Pomimo że definicje innowacji społecznych prezentowane przez różnych autorów różnią się nieco od siebie, co wynika z wielości obszarów, w których innowacje społeczne zachodzą, oraz przyjętych perspektyw badawczych, znaczenie innowacji społecznych w zglobalizowanym świecie rośnie. Szczególnie istotne jest w tym względzie przygotowywanie ram instytucjonalnych i finansowych podstaw rozwoju tego ważnego obszaru funkcjonowania organizacji i społeczeństw. Wspieranie innowacji społecznych służy równomiernemu wzrostowi poziomu życia, poprawy jakości życia społeczności lokalnych oraz inkluzji społecznej jednostek zagrożonych wykluczeniem. Ważne jest zatem, aby innowacje społeczne były traktowane przynajmniej na równi z komercyjną kreatywnością innowacyjną i inteligentnym rozwojem przedsiębiorstw, które będą także uaktywniać i transponować swoje osiągnięcia w zakresie innowacji ku pożytkowi całej społeczności, tworzenia innowacji społecznych i kreowaniu wartości dodanej dla społeczeństwa.

Literatura

- Caulier-Grice, J., Davies, A., Patrick, R., Norman, W. (2013). *Defining Social Innovation. A deliverable of the project: „The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe”* (TEPSIE). European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research.
- Community Catalysts (2016). Pobrano z: <https://www.communitycatalysts.co.uk> (14.11.2016).

- Crowdfunding.pl (2016a). Pobrano z: <http://crowdfunding.pl/crowdfunding-faq> (14.11.2016).
- Crowdfunding.pl (2016b). Pobrano z: <http://crowdfunding.pl> (14.11.2016).
- Economy App (2016). Pobrano z: <http://www.progressivepolicy.org/event/app-economy-germany-american-perspective> (14.11.2016).
- European Commission (2011). *Empowering People, Driving Change. Social Innovation in the European Union*. BEPA, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission (2012). *Social Innovation Europe. Enabling a European environment that can find, support and share what works*.
- European Commission (2013). *Guide to social innovation*. Pobrano z: <http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/10157/47822/Guide%20to%20Social%20Innovation.PDF>.
- e-Wolontariat.pl (2016). Pobrano z: <http://www.e-wolontariat.pl> (14.11.2016).
- Flew, T., Cunninglem, S., Bruns, A., Wilson, J. (2008). *Social innovation. User-created content and the future of the ABC and SBS as public service media*. Pobrano z: <http://eprints.qut.edu.au>.
- Gdyński Dialog z Seniorami (2016). Pobrano z: <http://partycypacjaobywatelska.pl/przyklad/gdyski-dialog-z-seniorami-panel-obywatelski-z-udzialem-osob-starszych-w-gdyni> (14.11.2016).
- Inkantor.pl (2016). Pobrano z: <https://www.inkantor.pl> (14.11.2016).
- Ivona Software (2016). Pobrano z: <http://www.ivona.com/pl/firma> (14.11.2016).
- Kesselring, A., Leitner, M. (2008). *Soziale Innovationen in Unternehmen. Study, compiled by order of the Unruhe Stiftung*. Vienna. Pobrano z: http://www.zsi.at/attach/Soziale_Innovation_in_Unternehmen_ENDBERICHT.pdf.
- Knop, L., Szczepaniak, M., Olko, S. (2014). Innowacje społeczne w kreatywnej Europie w perspektywie Strategii Europa 2020. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie*, 73, nr kol. 1919/2014, 239–253.
- Krawczyk-Sokołowska, I. (2012). *Innowacyjność przedsiębiorstw i jej regionalne uwarunkowania*. Częstochowa: Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej.
- Kupfranki.pl (2016). Pobrano z: <http://kupfranki.pl> (14.11.2016)
- MITWIN.NET (2016). Pobrano z: <https://www.siceurope.eu/network/collaborative-and-sharing-economy/interview-mitwinnet> (14.11.2016).
- Moulaert, F., Nussbaumer, J. (2005). Defining the social economy and its governance at the neighborhood level: A methodological reflection. *Urban Studies*, 42 (11), 2071–2088.
- NCBR (2013). *Innowacje społeczne*. Warszawa: Narodowe Centrum Badań i Rozwoju.
- NCBR (2016). *Ewaluacja Programu Innowacje Społeczne realizowanego przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju*. Pobrano z: http://www.ncbr.gov.pl/gfx/ncbr/pl/defaulto/pisy/1379/83/1/07.12_zalozenia_do_badiania_is_ncbr.pdf (25.11.2016).

- Nicholls, A., Murdock, A. (2012). *Social innovation: blurring boundaries to reconfigure markets*. Hampshire–New York: Palgrave Macmillan, Hanndmill, Basingstoke.
- Phills, J.A. Jr., Deiglmeier, K., Miller, D.T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6 (4), 34–43.
- Ziółkowska, B. (2013). *Zarządzanie procesami tworzenia wartości w przedsiębiorstwie*. Częstochowa: Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej.

THE IMPORTANCE OF SOCIAL INNOVATION IN CREATING VALUE ADDED FOR SOCIETY

Abstract

In article the importance and presents the definitions of the social innovation and the process of their creation and implementation. Another part refers to good practice in the field of social innovation. Specific examples of the selected ideas on social innovation and identifies generated by added value for society.

Keywords: social innovation, added value, society

JEL codes: M10, M14, M21