

Wizja 2050. Innowacje społeczne

Podsumowanie prac grupy roboczej w 2013 r.





Spis treści

Wprowadzenie	3
<hr/>	
Dlaczego Polsce niezbędne są innowacje społeczne? (Witold Orłowski, PwC)	4
<hr/>	
Innowacje społeczne oczami uczestników Grupy Roboczej w projekcie Wizja 2050 (Paulina Kaczmarek, Elżbieta Tomkiewicz, PwC)	6
<hr/>	
Innowacje społeczne wobec społecznych i gospodarczych wyzwań Polski (Anna Olejniczuk-Merta, ALK)	12
<hr/>	
Jak społeczne innowacje i nowe idee zmieniają świat (Ewa Koneczal, ASHOKA)	15
<hr/>	
Innowacje społeczne w Orange Labs (Monika Kulik, Orange Polska)	18
<hr/>	
Bariery i szanse w rozwoju innowacyjności społecznej (Monika Kulik, Orange Polska)	21
<hr/>	
Praktycy o innowacjach społecznych (Ewa Solarz, PwC)	23

Wprowadzenie

Szanowni Państwo,

Oddajemy w Państwa ręce publikację o innowacjach społecznych, która powstała na bazie wyników prac **Grupy Roboczej Innowacje Społeczne, projektu „Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu, 2050”**. **Wizja 2050 to wspólna inicjatywa Ministerstwa Gospodarki, Ministerstwa Środowiska, Forum Odpowiedzialnego Biznesu i PwC.**

Mamy nadzieję, że znajdą w niej Państwo wiele użytecznych informacji, a przytoczone przykłady staną się inspiracją do szukania nieszablonowych rozwiązań.

Innowacje społeczne potrzebne są zarówno społeczeństwu, jak i przedsiębiorcom. Społeczeństwa obywatelskie zyskują na sile i są coraz bardziej świadome swoich potrzeb i możliwości, które potrafią wyrażać choćby za pomocą internetu. Mają siłę, by dokonywać zmian społecznych, ale również wspierać inicjatywy, które w ich oczach są szczególnie potrzebne. Dla przedsiębiorców te zmiany są wyzwaniem, a jednocześnie szansą, dzięki której mogą rozwijać się i skutecznie konkurować z innymi.

Słowem-kluczem tematyki innowacji społecznych jest *współpraca* – pomiędzy organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorstwami, nauką. Na styku różnych sektorów można znaleźć rewolucyjne rozwiązania, które nie tylko przyniosą zyski przedsiębiorcom, ale również przyczynią się do rozwiązywania problemów społecznych.

W pracach Grupy Roboczej Innowacje społeczne w 2013 r. udział wzięli przedstawiciele następujących firm i organizacji: **Antalis Poland, PKO Bank Polski, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Hochtief, Instytut Spraw Publicznych, Kompania Piwowarska, ONZ/Global Compact, Orange, PKP, Polskie Sieci Elektroenergetyczne, PWPW, DB Schenker, Jeronimo Martins Polska, Tchibo, Polpharma, Bank BPH, Fundacja BGK im. Jana Kantego Steczkowskiego, Saint Gobain, Fundacja Amicus.** Bardzo dziękujemy za zaangażowanie!

Życzymy owocnej lektury!

Dlaczego Polsce niezbędne są innowacje społeczne?

Prof. Witold M. Orłowski
Główny Doradca Ekonomiczny
PwC Polska

We współczesnym świecie mamy do czynienia z przenikaniem się aktywności trzech podstawowych sektorów aktywności ludzkiej – sektorem państwa (publicznym), biznesu (prywatnym) i społeczeństwa obywatelskiego – tak mamy też do czynienia z typowymi dla tych trzech sektorów narzędziami rozwiązywania problemów. Sektor państwa działa głównie narzędziami regulacji i nadzoru, sektor biznesu działa poprzez mechanizmy rynkowe, sektor społeczeństwa obywatelskiego poprzez nie motywowaną zyskiem aktywność wspólnotową.

Wiara w skuteczność tych narzędzi zmieniała się z czasem. W latach 50. i 60. powszechna była wiara w skuteczność państwa w rozwiązywaniu problemów społeczeństwa. Potem, w latach 80., rozpoczęła się faza głębokiej wiary w skuteczność mechanizmów rynkowych.

Dziś, kiedy bezkrytyczna wiara i w jedno, i w drugie przechodzi do przeszłości, kusi oczywiście założenie, że zastąpić ją powinna wiara w skuteczność działania społeczeństwa obywatelskiego.

Ale chyba lepiej nie popełniać takiego samego błędu, jak w przeszłości. Zamiast szukać jednej, cudownej recepty, najwyższy czas by sobie otwarcie powiedzieć:

wobec stopnia skomplikowania współczesnego świata, skuteczne rozwiązywanie problemów wymaga innowacyjnego, łącznego i spójnego stosowania metod typowych dla wszystkich trzech sektorów.

I tak właśnie rozumiane innowacje społeczne – nie ograniczone do jednego sektora, ale obejmujące całość problemu – są najlepszą odpowiedzią na wyzwania przed którymi dziś stoimy.

Społeczeństwa na całym świecie szukają rozwiązań dla palących problemów społecznych, ekonomicznych i politycznych, na szczeblu świata, ugrupowań ponadnarodowych, krajów, regionów, wspólnot o charakterze lokalnym. W takiej sytuacji znajduje się również Polska, kraj, który jeszcze na dobre nie zakończył procesów transformacji gospodarczej, a już musi stawiać czoła zupełnie nowym wyzwaniom – a może nawet wyzwaniom większym od innych krajów. Bo jeśli uznamy, że najlepszą odpowiedzią na złożone problemy jest współpraca interesariuszy, to musimy jednocześnie przypomnieć sobie, że właśnie ***w tej dziedzinie – określanej często mianem „kapitału społecznego” – nasz kraj szczególnie silnie odstaje od społeczeństw najlepiej przygotowanych do rozwiązywania problemów współczesności.***

I dlatego właśnie u nas potrzebny jest szczególny wysiłek, aby sprostać wyzwaniom.



Pewną orientację w sytuacji już mamy.

W opracowaniu „Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050”, przygotowanym we współpracy PwC, Ministerstwa Gospodarki i Forum Odpowiedzialnego Biznesu i przy udziale 150 przedstawicieli firm, organizacji oraz instytucji, wyróżniono sześć podstawowych obszarów, w których muszą nastąpić zmiany, po to by Polska mogła zrealizować swoje ambitne cele rozwojowe. Są to:

- kapitał społeczny
- ludzki
- infrastruktura
- zasoby naturalne
- energia
- jakość instytucji.

Generalnym wnioskiem jest to, że we wszystkich tych obszarach – obejmujących w sumie całość zasobów, jakimi dysponuje dla rozwoju polskie społeczeństwo – musimy się nauczyć działać sprawniej i efektywniej, osiągając większe efekty przy pomocy bardziej ograniczonych nakładów. Osiągnięcie takiego celu jest możliwe jedynie w przypadku ***nawiązania skutecznej współpracy pomiędzy instytucjami państwa, biznesu i społeczeństwa obywatelskiego, służącej wypracowaniu najlepszych i zaakceptowanych przez interesariuszy rozwiązań.***

Dlatego właśnie dla przyszłego rozwoju Polski kluczowe znaczenie mają dwa zjawiska: współpraca i innowacja. A innowacje społeczne idealnie się w tę problematykę wpisują.

Innowacje społeczne z perspektywy prac Grupy Roboczej w projekcie Wizja 2050

Paulina Kaczmarek

Młodszy Menadżer

Elżbieta Tomkiewicz

Menadżer ds. Zarządzania Wiedzą

PwC Polska

Niestabilna sytuacja ekonomiczna jest dziś często dominującym

tematem wielu dyskusji. Niemniej, świat zмага się z wieloma innymi problemami, wśród których dominują tematy społeczne, takie jak: starzejące się społeczeństwo, zmiany klimatyczne, społeczna odpowiedzialność, etc.

Wszystkie te wyzwania, mają wpływ na współczesny biznes, jak również na ustawodawstwo, i ostatecznie kształtują nasze podejście do tematu innowacji. Sercem powstawania innowacji społecznych jest kreatywne rozwiązywanie problemów natury społecznej.

Z perspektywy biznesu jest to bardzo ważny aspekt. Wciąż jeszcze w przeważającej większości przedsiębiorcy traktują problemy społeczne w kategoriach filantropii, zamiast otwierać się na wymianę pomysłów i budowanie wspólnych rozwiązań dla zaadresowania problemów społecznych. Innowacja kojarzy się z czymś, co dzieje się poza społeczeństwem, i najczęściej dotyczy tylko techniki, technologii, ewentualnie gospodarki.

Tymczasem wykorzystanie kapitału intelektualnego i doświadczenia środowisk biznesowych, nie tylko pozwoliłoby lepiej odpowiedzieć na wyzwania, przed którymi stoi społeczeństwo, ale też stworzyłoby szanse dla szybszego rozwoju przedsiębiorstw, bo prawdziwa innowacyjność jest wypadkową rozwoju gospodarczego i społecznego.

Mimo że innowacyjne projekty są często sukcesem na poziomie prototypów, to w dalszym ciągu nie mają szans zaistnieć na większą skalę. Dlatego wkład dużych firm i ekspertyza biznesu są tak ważne.

Innowacje społeczne to bardzo szerokie pojęcie obejmujące zarówno innowacje produktowe, procesowe i nowe modele biznesowe. Ich wspólną cechą jest współtworzenie rozwiązań problemów społecznych.

Świadomość biznesu w zakresie innowacji społecznych powoli zmienia się na lepsze i coraz częściej dostrzegamy, że innowacja, także społeczna, staje się ważnym czynnikiem nie tylko w aspekcie budowania wizerunku firm, ale także ich trwałego wzrostu ekonomicznego. Przedsiębiorstwa coraz bardziej aktywnie szukają odważnych i twórczych rozwiązań i odpowiedzi na globalne wyzwania, przed którymi wszyscy stoimy.

Dziś, jak nigdy wcześniej, w kontekście mediów społecznościowych, szerokiego dostępu do wiedzy i zaangażowania społecznego, nie jest możliwe dokonanie przemian bez uwzględnienia zmieniającego się otoczenia społeczno-ekonomicznego.

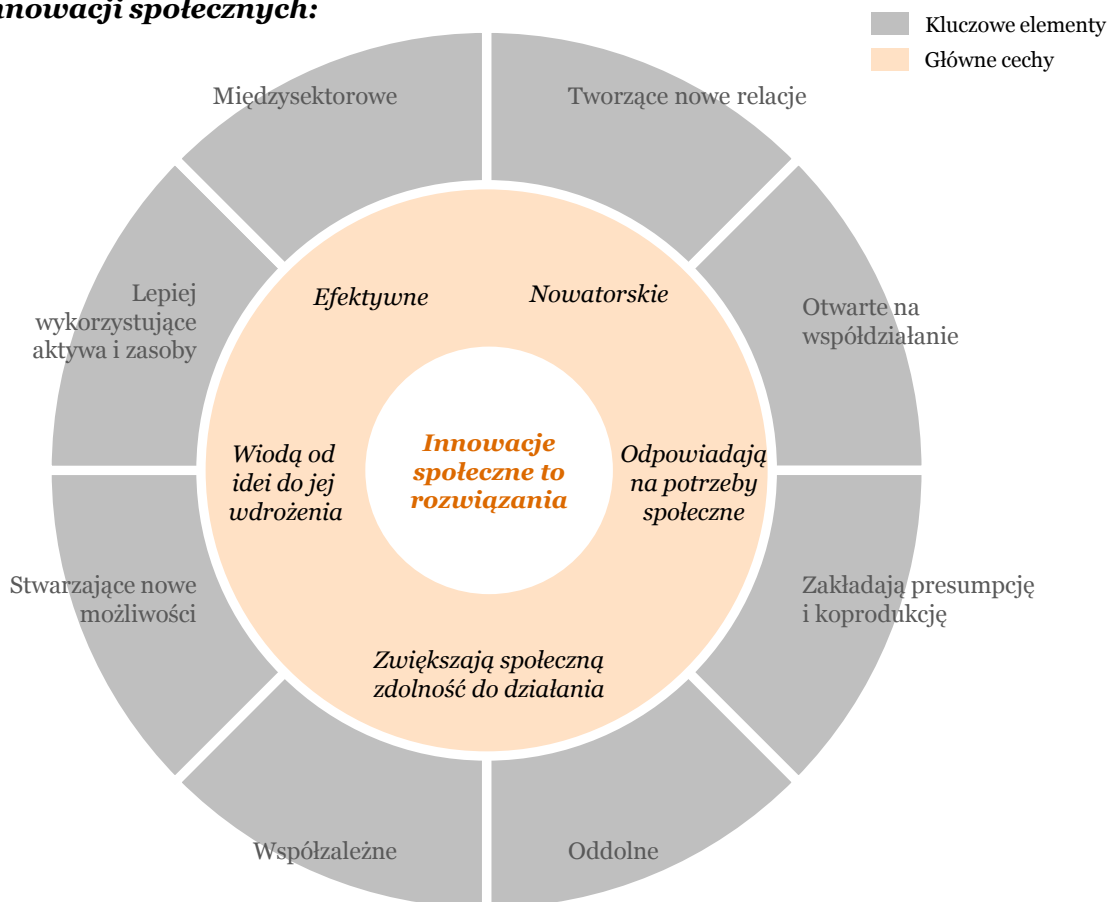
Innowacje społeczne to nowe rozwiązania (produkty, usługi, modele, rynki, procesy etc.), które zaspokajają potrzeby społeczne efektywniej niż obecne rozwiązania i prowadzą do rozwoju nowych obszarów współpracy oraz lepszego wykorzystania zasobów. Element „społeczny” przejawia się zarówno w ich celach, jak i wykorzystywanych środkach. To innowacje, które przynoszą korzyści nie tylko społeczeństwu, ale także biznesowi poprzez generowanie nowych obszarów przychodów.

Innowacje społeczne opierają się na pomysłowości obywateli, organizacji pozarządowych, lokalnych społeczności, przedsiębiorstw czy podmiotów publicznych. Innowacje społeczne opisują cały proces, w ramach którego rozwijane są nowe sposoby zaspokojenia potrzeb społecznych.

Przykładami innowacji społecznych są:

- Mikrokredyty
- Fair trade
- Nowe modele opieki nad starszymi osobami (np. platforma Taze.com)
- Koprodukcja
- Platformy online o szerokim zastosowaniu (wymiana wiedzy, nauka w modelu peer to peer)

Na poniższym schemacie przedstawiono kluczowe elementy i główne cechy innowacji społecznych:



Społecznie innowacyjne mogą być produkty, usługi, procesy, rynki, platformy, formy organizacyjne, modele biznesowe itp.

Poniżej przedstawiono zestawienie typów innowacji społecznych:

Typ innowacji społecznej

Nowe produkty

Nowe usługi

Nowe procesy

Nowe rynki

Nowe platformy

Nowe formy organizacyjne

Nowe modele biznesowe

Przykłady

Technologie wspomagające ludzi niepełnosprawnych (np. syntezatory głosu)

Bankowość mobilna (np. M-pesa w Kenii)

Model współpracy peer-to-peer, crowdsourcing

Fair Trade (Sprawiedliwy Handel), banki czasu

Nowe programy opieki np. Tyze.com

Przedsiębiorstwa społeczne

Franczyza społeczna, wykorzystanie strategii JIT (just-in-time) przy wyzwaniach społecznych

Źródło: *Defining Social Innovation. Part 1, Tepsie Project, 2012*

Proces tworzenia innowacji społecznych zazwyczaj składa się z kilku faz

1

Identyfikowanie potrzeb (*Prompts*) Uznanie zapotrzebowania na innowację społeczną

2

Generowanie idei (*Proposals*). Rozwój pomysłów odpowiadających na zidentyfikowane zapotrzebowanie

3

Sprawdzanie innowacji w praktyce (*Prototyping*) Pilotażowe wdrożenie innowacji oraz wprowadzenie ewentualnych udoskonaleń

4

Podtrzymywanie innowacji (*Sustaining*). Powszechnie wdrożenie innowacji, która okazała się wystarczająco dobra (rozwój modelu biznesowego, który zapewni jej finansowy sukces)

5

Rozpowszechnienie innowacji (*Scaling*). Zwiększenie zasięgu i wpływu innowacji (np. licencjonowanie czy franczyzowanie)

6

Wywołanie zmiany systemowej (*Systemic change*). Celem innowacji społecznej jest wywarcie trwałej zmiany społecznej

Rynkowe innowacje społeczne na różnych etapach rozwoju przedstawiają się następująco

Powstawanie niszy

Grupa entuzjastów tworzy produkt i jednocześnie go konsumuje, np. coaching życiowy (*life coaching*)

Nisza rynkowa

Aktywność małych przedsiębiorstw i konsumentów przyczynia się do powstania niszy rynkowej, np. tzw. „szybkie randki” (*speed dating*)

Powszechna idea

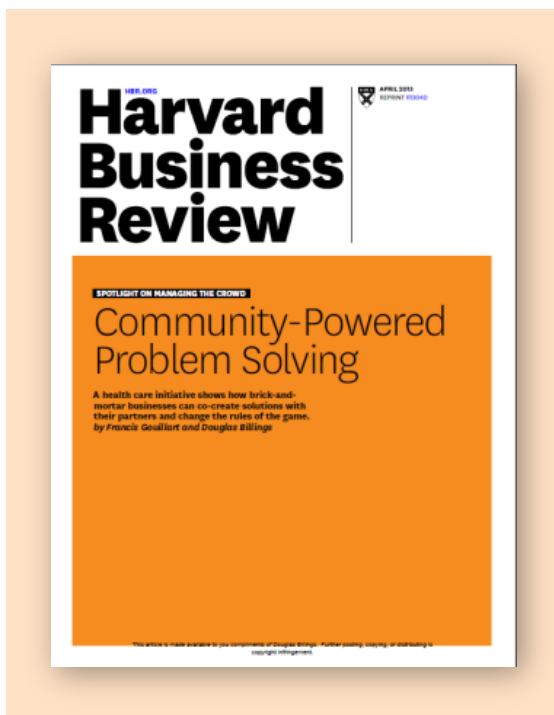
Innowacje zyskują szeroką popularność i zdobywają środki na promocję, np. oprogramowanie Linux czy sprawiedliwy handel (*Fair Trade*)

Źródło: *Social innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated, Oxford Said Business School*

W kwietniu 2013 na łamach Harvard Business Review¹ opisana została koncepcja wspólnego tworzenia (co-creation) innowacji społecznych.

Według niej proces składa się z czterech faz:

1. Identyfikacja dużego problemu, którego firma nie jest w stanie samodzielnie rozwiązać. Wybór problemu, który wymaga zaangażowania wielu osób z różnych przedsiębiorstw
2. Przygotowanie hipotezy określającej wewnętrznych i zewnętrznych interesariuszy, którzy byliby pomocni w rozwiązaniu problemu (4-6 tygodni). Rozpoznanie, którzy interesariusze byliby zainteresowani problemem, jakie narzędzie czy platforma umożliwiłyby im nawiązanie interakcji, jakie nowe interakcje mogłyby mieć miejsce, jakich doświadczeń mogłyby te interakcje dostarczyć i wreszcie jakie wartości dla poszczególnych interesariuszy zostałyby wygenerowane
3. Weryfikacja hipotezy (6-18 miesięcy). Zewnętrzni interesariusze powinni być zaangażowani w kształtowanie inicjatywy już na początkowym etapie. Zwykle wspólne tworzenie innowacji rozpoczyna się od warsztatów na żywo, które z czasem są zastępowane przez platformy internetowe. Platformy te nie muszą być skomplikowane czy drogie – w ich tworzenie można zaangażować właśnie zewnętrznych interesariuszy. Po kilku miesiącach weryfikacji powinno nastąpić z jednej strony rozszerzenie grupy zaangażowanych interesariuszy, a z drugiej zwiększenie zakresu rozwiązywanych problemów. Na tym etapie powinno dokonywać się także wszechstronnej ewaluacji innowacji
4. Ciągłe generowanie nowych pomysłów na podstawie zgromadzonych danych. Powinno określić się, którzy interesariusze innowacji społecznej są w posiadaniu danych i jakiego rodzaju informacje mogą być rozpowszechniane. Powinno się także nawiązać współpracę z jednostkami ds. IT w celu opracowania narzędzi do zarządzania danymi (strukturyzowanie, przygotowywanie protokołów etc.). Zaangażowanie kolejnych interesariuszy pociąga za sobą gromadzenie coraz większych zasobów danych. Pozwala to na budowanie modeli oceniających które działania przynoszą wymierne korzyści



¹ Community-Powered Problem Solving, Harvard Business Review, kwiecień 2013

Możemy zaobserwować liczne trendy związane z innowacjami społecznymi. Są to głównie²:

- **Masowe współuczestnictwo**
(*Mass collaboration*)

W wielu różnych obszarach, od technologii, przez biznes, na szkolnictwie wyższym kończąc, organizacje dokonują zmiany tradycyjnego modelu biznesowego i modelu produkcji poprzez angażowanie szerokiego grona odbiorców. Jest to możliwe m.in. dzięki wykorzystaniu Internetu (Wikipedia, Flickr czy YouTube) i stanowi jedno z najważniejszych źródeł innowacji

- **Współ-konsumpcja**
(*Collaborative consumption*)

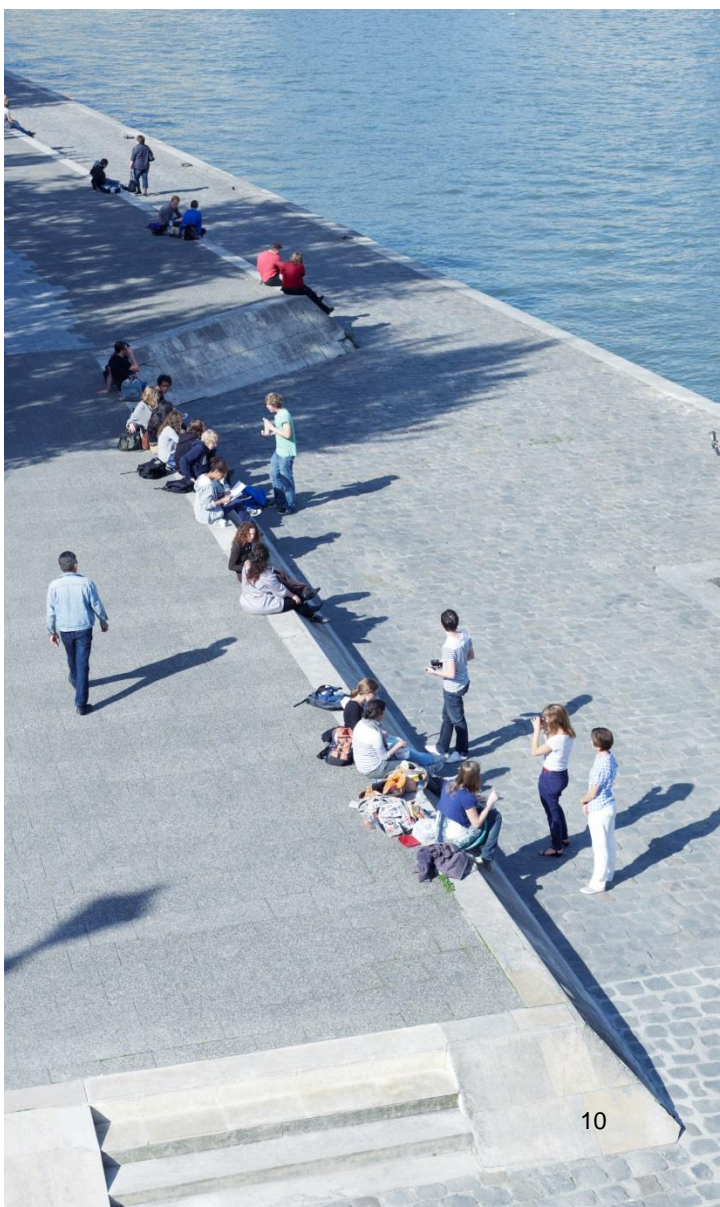
Nowoczesne technologie umożliwiają nie tylko nowe formy produkcji, ale także konsumpcji. W tym przypadku Internet także odgrywa kluczową rolę. Przykładem tego typu innowacji są systemy wspólnego użytkowania samochodu (car-sharing) czy tzw. „banki czasu”

- **Prosumpcja**
(*Pro-sumption*)

Masowe współuczestnictwo oraz współ-konsumpcja przyczyniają się do powstawania modelu prosumpcji, która zakłada, że konsument dobra jest jednocześnie jego producentem (trend ten został przewidziany przez Alvina Tofflera już ponad 30 lat temu). Przykładami prosumpcji są serwisy społecznościowe (MySpace, Facebook) czy projekty open-source (Linux). Innym interesującym przykładem jest inicjatywa Lego Factory, w ramach której konsumenci mogą sami projektować zestawy Lego

- **Koprodukcja**
(*Co-production*)

Istnieje wiele definicji koprodukcji, ale większość z nich ma jeden wspólny element – zaangażowanie ludzi w kreowanie usług publicznych. Przykładem jest służba zdrowia, gdzie do udzielenia adekwatnej pomocy potrzebna jest kooperacja pacjenta (informacje uzyskane w trakcie wywiadu lekarskiego)



² Źródło: *Defining Social Innovation. Part 2, Tepsie Project, 2012*

- **Projektowanie** (*Design*)

Wykorzystanie metodologii projektowania odegrało znaczną rolę w tworzeniu innowacji społecznych w ostatnich latach. Projektowanie można określić jako proces opracowywania środków, które mają na celu zmianę obecnego stanu rzeczy na stan pożądany. Projektanci wspomogli swoją metodologią wiele innowacji społecznych – zaangażowali się np. w zmniejszenie liczby chorób przenoszonych przez krew w Afryce czy rozwój nowych modeli opieki nad osobami starszymi

- **Myślenie systemowe** (*Systems thinking*)

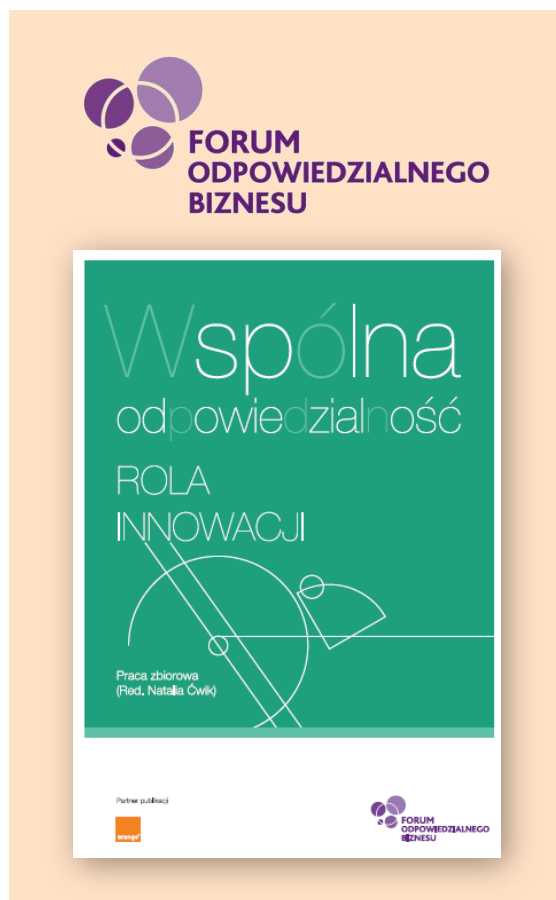
Kluczowe problemy społeczne (zmiany klimatu czy bieda) są jednocześnie bardzo złożone i trudne do zaadresowania, dlatego wymagają długotrwałego zaangażowania wielu podmiotów, zarówno z sektora publicznego, jak i prywatnego. Projektowanie innowacji społecznych w ujęciu systemowym może pozwolić na zaadresowanie najważniejszych i największych problemów

- **Środki i możliwości** (*Capabilities and assets*)

Dyskutując o problemach społecznych wiele osób myśli o środkach potrzebnych do ich rozwiązania (surowce, zasoby finansowe). Tymczasem innowacje społeczne pozwalają na wykorzystanie talentów indywidualnych jednostek czy kapitału społecznego do skutecznego rozwiązywania problemów społecznych

Według badania Forum Odpowiedzialnego Biznesu 89% polskich przedsiębiorstw deklaruje zainicjowanie lub wdrożenie projektów innowacyjnych w ostatnich 3 latach swojej działalności.

Co ciekawe – w firmach posiadających sformalizowaną strategię społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), odsetek ten wynosi aż 97%³



³ Wspólna odpowiedzialność. Rola innowacji, Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Innowacje społeczne wobec społecznych i gospodarczych wyzwań Polski

Prof. Anna Olejniczuk-Merta
Akademia Leona Koźmińskiego

„Oczekiwano, że nieustanny wzrost materialnego dobrobytu rozwiąże wszystkie problemy. Tymczasem on sam stał się naszym głównym problemem.”

J.K. Galbraith

Wzrost materialnego dobrobytu, postępujący w Polsce od lat dziewięćdziesiątych i oparty w dużej mierze na innowacjach technologicznych wiąże się niewątpliwie z wyraźnym postępem społeczno-gospodarczym. Zaszły bowiem korzystne zmiany w zakresie pozycji społecznej i sytuacji bytowej dużej części społeczeństwa. W gospodarce odnotowano milowy krok naprzód, wyrażony w poprawie wielu wskaźników ekonomicznych, mierzących zmiany w skali makro (kraju) i mikroekonomicznej (przedsiębiorstwa). Jednakże równolegle ujawniły się negatywne konsekwencje dotychczasowej drogi rozwoju. Wyrażają się one między innymi w:

- narastających nierównościach społecznych
- wzroście bezrobocia
- wykluczeniach społecznych
- rosnącym zanieczyszczeniu środowiska i jego wpływie na zdrowie społeczeństwa.

Można powiedzieć, że zewnętrzny czynnik rozwoju, jaki stanowiły innowacje technologiczne, wyczerpuje się.

Tym zasobem są ludzie i ich wiedza oraz umiejętności. Wiedza i umiejętności ludzi stanowią endogenny czynnik rozwoju, kształtujący ich postawy, zachowania, a tym samym wpływający na aktywność, kreatywność, zaangażowanie i efekty podejmowanych działań.

Osiągnięty dotychczas poziom społeczno-gospodarczego rozwoju Polski dzieli jeszcze duży dystans od wizji rozwoju Polski sięgającej 2030 r., czy też wizji rozwoju biznesu do 2050 r.¹ Dystans ten pokazuje zakres i skalę wyzwań, jakie czekają społeczeństwo i gospodarkę Polski. Na współczesnym etapie rozwoju zasadne i konieczne stało się sięgnięcie po zasoby ludzkie.

To właśnie człowiek, jego wiedza oraz umiejętności stają się podstawą rozwoju, a jego kreatywność i aktywne wdrażanie twórczych inicjatyw mają służyć urzeczywistnieniu społeczno-gospodarczych wyzwań Polski. Wykorzystywanie tego czynnika jest określane mianem wdrażania innowacji społecznych

¹ 2050: Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu, Raport-streszczenie, maj 2012, http://www.mg.gov.pl/files/upload/8383/Podsumowanie_PL_ost_.pdf

Spółeczeństwo jako całość tworzy kapitał społeczny, którego wartość opiera się na wzajemnych relacjach społecznych i zaufaniu jednostek, które dzięki niemu mogą osiągać więcej korzyści (z ekonomicznego i społecznego punktu widzenia). Dzieje się tak dzięki każdej pracy, uczestnictwu w procesie gospodarowania oraz aktywności w zorganizowanym społeczeństwie. Znaczenie kapitału społecznego rośnie szybko, bowiem

obecnie wartość przedsiębiorstwa coraz bardziej zależy od wiedzy i umiejętności człowieka, a coraz mniej od czynników materialnych.

Poza wiedzą i doświadczeniem pracowników kapitał ten tworzą także silne więzy współpracy, akceptowany podział ról i przywództwa, wzajemne zaufanie oraz ich stosunki z klientami i umiejętności zawodowe.

Podstawowym założeniem tworzenia innowacji społecznych jest przyjęcie z góry celu, któremu mają służyć, a mianowicie poprawie jakości życia społeczeństwa, rozumianej jako stopień satysfakcji człowieka (społeczeństwa) z całokształtu swej egzystencji. Społeczny charakter innowacji społecznych wiąże się z tym, że są realizowane przez uczestnictwo społeczeństwa w kreowaniu tych innowacji (w różnych rolach i różnych etapach powstawania innowacji).

Innowacje społeczne są realizowane zarówno w biznesie jak i poza biznesem, przez wiele nowych podmiotów, działających w grupach sformalizowanych i niesformalizowanych, a także przez instytucje o różnym charakterze aktywności i formie własności. W ten sposób w innowacjach społecznych uczestniczą liczne grupy społeczne, włączając się poprzez inspirację, motywację i realizację określonych działań, tworząc w ten sposób: „bieg wielu sztafet” do jednego celu.

Powyższe wyjaśnienie potwierdza rosnącą rolę człowieka i społeczeństwa we wprowadzanych zmianach, które są zmianami innowacyjnymi. Mają charakter społeczny z racji dużego zaangażowania społeczeństwa, które jest nie tylko beneficjentem, ale i współtwórcą tych innowacji. To jest właśnie wiodąca cecha, wyznacznik innowacji społecznych. Istotę i charakter tych innowacji oddaje też to, że są one społeczne w celach i środkach.

Wyróżnikiem innowacji społecznych jest podnoszenie jakości życia społeczeństwa (w domu, pracy, otoczeniu społeczno-przyrodniczym), a także inwestycja w człowieka. W aspekcie realizacji i wdrażania innowacji społecznych można mówić o takich jej specyficznych cechach jak:

- procesowy charakter zmian
- ulepszenia o charakterze stałym
- uczestnicy charakteryzujący się prospołecznymi postawami, gotowością współpracy i zaufaniem.

Mając na względzie efekty zmian innowacji społecznych należy w nich zapewnić osiągnięcie zamierzonego celu, a więc podniesienie jakości życia społeczeństwa i tworzenie nowych relacji społecznych.

Zapewnienie tych cech procesom innowacji społecznych sprawia, że służą one nie tylko podnoszeniu jakości życia społeczeństwa, ale jednocześnie spełnianiu społecznych i gospodarczych wyzwań Polski. Wiąże się to z tym, że są oparte na nowej filozofii rozwoju, uznającej człowieka i jego wiedzę oraz umiejętności, jako prężące i siłę sprawczą współczesnego rozwoju.

Dużą wagę przykładają się w nich do kształtowania postaw i zachowań prospołecznych ludzi, bez czego niemożliwe jest podnoszenie poziomu aktywności, wiedzy i świadomości społeczeństwa. Te zaś służą wykorzystaniu potencjału ludzkiego do budowy społeczeństwa wiedzy i jednocześnie sprzyjają rozwojowi gospodarki opartej na wiedzy.

Innowacje społeczne posiadają też tak ważną cechę jak pozostawanie w harmonii ze zrównoważonym rozwojem. Wynika to z ich celu i środków, związanych z uczestnictwem społeczeństwa we wszystkich etapach procesu tworzenia innowacji społecznych bądź, jako twórców idei wielu rozwiązań, wykonawców zadań procesu innowacyjnego, czy też wreszcie konsumentów świadomie dbających o jakość życia własnego, o otoczenie przyrodnicze i społeczne i pamiętających o przyszłych pokoleniach. W ten sposób stanowią siłę sprawczą modernizacji Polski, która w ostatecznej ocenie równa się spełnianiu społecznych i gospodarczych wyzwań Polski.

Na bazie powyższych rozważań i parafrazując wypowiedź Ch. Freemana z lat osiemdziesiątych ubiegłego stulecia na zakończenie można powiedzieć: nie wprowadzać innowacji społecznych to znaczy umierać.



Innowacje społeczne z perspektywy Ashoki

Ewa Konczal

Dyrektor Ashoki w Polsce

Będąc studentem medycyny w latach 80., **Steve Collins** wybrał się w wakacyjną podróż do Afryki. Gdy dotarł do ogarniętego klęską głodu Sudanu, nie chciał być przeciętnym turystą i starał się pomóc miejscowej ludności. Wracając wielokrotnie do Afryki jako lekarz w latach 90. przekonał się, że metody stosowane do leczenia skutków niedożywienia są mało skuteczne. Założył wtedy dwie organizacje działające na rzecz zapobiegania i leczenia skutków niedożywienia: Valid International, która wykorzystuje lokalne sieci transportu do dystrybucji żywności, oraz Valid Nutrition, specjalizującą się w produkcji żywności zdrowotnej. Modele wypracowane przez Steve'a w znaczący sposób zmniejszyły problem niedożywienia. ONZ oraz WHO określiły je jako wzorcowe, dzięki czemu zostały wprowadzone w ponad 30 krajach. Steve jest przedsiębiorcą społecznym, członkiem Ashoki z Irlandii, którego innowacje społeczne zmieniły świat.

Innowacje społeczne wyróżnia fakt, że ich celem jest zaspokojenie potrzeb społeczeństwa.

Można do nich zaliczyć bardzo różnorodne inicjatywy. Są to zarówno szkoły Montessori, mikro kredyty, fair trade, dziennikarstwo obywatelskie, zielone szkoły, jak i Wikipedia. Liczba dziedzin, w których się pojawiają jest niezliczona.

Piątka największych wyzwań, przed którymi stoją Polska i inne kraje na świecie – zmiany klimatyczne, bezrobocie, marginalizacja, starzenie się społeczeństwa oraz niepewna sytuacja finansów publicznych – wymaga radykalnych i szeroko zakrojonych innowacji, przedsięwzięć zarówno krótko, jak i długoterminowych. Każdy z wymienionych powyżej problemów dotyka lokalnych i międzynarodowych społeczności, a także stanowi potencjał dla innowacji, tworzenia miejsc pracy oraz rozwoju. Powinniśmy wykorzystać te możliwości, gdyż mogą one zmienić sytuację w wielu obszarach.

Skupiając się na naszych zasobach i talentach, jesteśmy w stanie pobudzić wzrost gospodarczy, ustabilizować finanse publiczne, a także zrównoważyć wykorzystanie surowców naturalnych, zmniejszając jednocześnie stopień marginalizacji i bezrobocia.

To jest właśnie rola innowacyjnego społeczeństwa.

Ashoka, międzynarodowa organizacja, zwróciła uwagę świata na zjawisko, które uważamy za motor zmian: innowacje. **Dwa elementy są niezbędne, by okazała się ona skuteczna: nowy model działania oraz innowator – przedsiębiorca społeczny.** Te dwa człony równania są całkowicie współzależne. Ashoka udowodniła, że relacja między nimi jest tak bliska, że są wręcz nierozzerwalne. Idea wymaga całkowitego zaangażowania umysłu. A przedsiębiorca potrzebuje prostej, fascynującej, elastycznej idei, która zawsze osadzona jest w podstawowych wartościach i zasadach.

Czym więc jest nowa idea?

...Możliwym do powielania modelem, dzięki któremu społeczeństwo radzi sobie z problemem, dotyczącym znaczącą część populacji kraju...

Nie jest to myśl, która nigdy wcześniej się nie pojawiła. Nie są to pomysły w czyjejs głowie – idee, teorie, krytyki, koncepty czy argumenty – jakkolwiek błyskotliwe by nie były. Pomysł jest w pełni ukształtowaną propozycją konkretnego działania. Oznacza to, że idea nie jest planem działania, lecz została już przetestowana. Została zaprojektowana biorąc pod uwagę społeczne, ekonomiczne, a także polityczne konsekwencje.

Taka właśnie była praca *Jerry'ego White'a*, który stracił nogę w wyniku wybuchu miny, gdy podróżował przez Wzgórza Golan w Izraelu. Wraz z przyjacielem, który stracił obie nogi w Somalii, Jerry zbudował Landmine Survivor Network i stał się laureatem Pokojowej Nagrody Nobla za międzynarodową kampanię na rzecz wycofania min lądowych. Był też współautorem konwencji ONZ dotyczącej Praw Osób z Niepełnosprawnościami, która wpłynęła na życie ponad 660 milionów ludzi na świecie.

„Zmiana schematu” (*pattern-changing*) jest kluczowym konceptem, który charakteryzuje definicję innowacji społecznej Ashoki. By ją zrozumieć należy przyjąć abstrakcyjną perspektywę spojrzenia na społeczeństwo, które jest wynikiem złożonego zestawu zachowań, motywacji, sił ekonomicznych i politycznych oraz przekonań kulturowych. Konkretny „problem” społeczny jest efektem interakcji między tymi zjawiskami. Wszystkie razem tworzą pewien wzór – schemat postępowania. Skuteczna „nowa idea” jest w stanie fundamentalnie zmienić model, schemat, który napędza problem. Ashoka szuka więc pomysłów, które mają potencjał zmiany sposobu, w jaki społeczeństwo postrzega i definiuje daną kwestię; sposobu, w jaki sposób rozwiązuje problemy; sposobu, w jaki wyznacza sobie nowe cele i je realizuje.

Piotr Pawłowski złamał kręgosłup, skacząc do płytkiej wody w wieku 16 lat. W chwili wypadku był obiecującym koszykarzem oraz aktywnym działaczem szkolnym. Niepełnosprawność fizyczna sprawiła, że doświadczył on odrzucenia, izolacji i głębokiej stygmatyzacji. To doświadczenie sprawiło, że zdecydował się zmienić życie osób z podobnymi problemami – pomóc im w zbudowaniu sieci przyjaciół, dostępu do edukacji czy znalezieniu pracy. **Po ponad dekadzie działalności jego organizacja Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji zmieniło standardy życia osób niepełnosprawnych, wpłynęło na mentalność społeczeństwa, a nawet zmieniło wygląd polskich ulic, tak by wszyscy mogli swobodnie się po nich poruszać.** Dzięki niemu Polacy zmienili swój sposób myślenia i inaczej odnoszą się do osób z niepełnosprawnością.

Idea musi być więc nie tylko świeża, ale i wypływać z autentycznych doświadczeń przedsiębiorcy. Ashoka przekonała się, że zaangażowani przedsiębiorcy społeczni z intuicją i umiejętnością dostosowywania się są głęboko zaangażowani w problem – często doznali go na własnej skórze, a czasami dotknął on ich najbliższych. Stworzenie znaczącej innowacji społecznej to długa, trudna i frustrująca praca. By osiągnąć sukces, przedsiębiorca społeczny musi mieć silną motywację, aby w niej wytrwać.

Innowacja nie jest procesem tożsamym z „ulepszeniem” czy „zmianą”, różni się od „kreatywności” i „wynaalczności”.

Kreatywność i wynalazczość są kluczowym elementem procesu innowacji, ale często pomijają kluczowe etapy wdrażania i rozprzestrzeniania pomysłu, które przeważają o użyteczności nowej idei. Jeśli jej celem jest zmiana schematu, to przedsiębiorca musi dysponować narzędziami, które pozwolą mu zwiększyć jej stopień oddziaływania.

Idea musi być replikowalna, musi ulegać powielaniu i adaptacji, tak by jej wpływ wykraczał poza działania jej twórcy i jego organizacji. Zupełnie jak dzieło Aureliusza Leżeńkiego, założyciela Fundacji Robinson Curose, który rozprzestrzenił swój model wspierania młodzieży z domów dziecka i instytucji opieki zastępczej w trudnym procesie wkraczania w dorosłe życie na całą Polskę. Stworzył ogólnokrajową sieć Wehikułów Usamodzielnienia, których celem jest wyposażenie młodych ludzi w podstawowe umiejętności finansowe, rozumienie problemów zdrowotnych, wsparcie ich na rynku pracy, a nawet pomoc w zakładaniu własnych biznesów.

Innowacja wymaga więcej niż kreatywności. Prawie każdy z nas ma pomysł na to, jak zmieniać świat, ale niewielu ma wystarczającą pewność siebie i umiejętności, by wprowadzić go w życie. Społeczni przedsiębiorcy z prawdziwego zdarzenia mają nie tylko ideę, ale i umiejętności przywódcze, zaradność, a także umiejętność przekonania innych do wsparcia jego działań – obudzenia w każdym potencjału do działania na rzecz zmiany



Innowacyjność w Orange Polska

Monika Kulik
Ekspert ds. Społecznej
Odpowiedzialności Biznesu
Orange Polska

Orange Polska został uznany za najbardziej innowacyjną firmę 2012 roku w kategorii Internet Media Telekom. Laureaci nagrody zostali wyłonieni spośród firm z listy 500 najbardziej innowacyjnych przedsiębiorstw w Polsce, którą przygotowuje zespół naukowców z Instytutu Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk. Na jej podstawie redakcja tygodnika WPROST dokonała wyboru firm, które zostały uznane za liderów innowacji w wybranych i kluczowych sektorach gospodarki

Innowacyjność jest niezbędnym elementem rozwoju branży telekomunikacyjnej.

Aby tworzyć i udostępniać ludziom nowoczesne technologie, musimy nie tylko szybko reagować na zachodzące na rynku zmiany, ale też pracować nad nowymi rozwiązaniami i wynalazkami. Dlatego w naszej firmie działa Centrum Badawczo-Rozwojowe **Orange Labs Polska**.

Nasze Centrum Badawczo-Rozwojowe (R&D) należy do międzynarodowej sieci Orange Labs, w skład której wchodzi 15 jednostek badawczo-rozwojowych i laboratoriów Orange, działających w 9 państwach.

Orange Labs dostarcza innowacyjne rozwiązania, prowadzi badania nowych usług, opracowuje metody monitorowania jakości sieci, prace badawcze i wyprzedzające dla nowych technologii i usług.

Innowacyjna współpraca

Orange Labs aktywnie uczestniczy w europejskich projektach badawczych i pracach międzynarodowych organizacji standaryzacyjnych, takich jak ITU, IEC, ISO, CENELEC, ETSI, 3GPP, Broadband Forum czy Home Gateway Initiative. Blisko współpracuje z wieloma uczelniami i jednostkami naukowymi w kraju i za granicą.

Wspólnie z Huawei udostępniamy studentom Politechniki Warszawskiej sieć Long Term Evolution (LTE) do konstruowania nowoczesnych usług. Współpraca w modelu open innovation, z udziałem wiodącego na rynku partnera technologicznego (Huawei), naukowego (PW) oraz operatora telekomunikacyjnego (Orange Polska) to szansa na rozwój zarówno dla studentów, jak i firm partnerskich. Jest to jeden z niewielu projektów w modelu open innovation w4 Polsce.

Realizujemy też projekt „Miasteczko Testowe”, polegający na nieodpłatnym udostępnieniu infrastruktury szerokopasmowej do prowadzenia projektów badawczych oraz wymiany doświadczeń związanych z najnowszymi trendami naukowymi i technologicznymi. Głównymi użytkownikami tej sieci są studenci, których zadaniem jest jej ocena pod względem jakości oraz doskonalenie lub opracowywanie nowych usług.

Od trzech lat prowadzimy program

Open Middleware 2.0 Community¹ skierowany do studentów i pracowników naukowych wybranych wyższych uczelni technicznych (Politechnika Warszawska, Politechnika Łódzka Uniwersytet Warmiński – Mazurski, UMK Toruń, AGH w Krakowie). Celem programu jest zaznajomienie studentów z najnowszymi trendami i technologiami z dziedziny ekspozycji API, realizacja przez studentów własnych innowacyjnych projektów z obszarów telekomunikacji i IT. W ramach Community zrealizowano:

- Ponad 30 prototypów systemów i aplikacji
- Powstało ponad 30 prac magisterskich inżynierskich i projektów studenckich
- Przeprowadzono ponad 20 wykładów i warsztatów – wyedukowano ponad 450 developerów
- Zrealizowano 3 konkursy: najlepszy projekt/prototyp aplikacji + OpenApiHackathon
- 10 studentów wzięło udział w praktykach o Orange Labs

Jednym z projektów, które zostały opracowane w ramach Community jest projekt usługi **Emergency Button** – aplikacji, która łącząc lokalizację terminala mobilnego w sieci komórkowej z funkcjonalnościami bazującymi na kanale SMS i USSD, oferuje możliwość informowania opiekunów osób starszych lub chorych o wystąpieniu sytuacji niebezpiecznych.

Większość aplikacji powiadamiających o sytuacjach awaryjnych i systemów wykrywania upadków wymaga specjalnie zaprojektowanego sprzętu i oprogramowania, przez co ich dostępność jest ograniczona. Emergency Button wykorzystuje wszechobecną technologię – telefony komórkowe, które większość ludzi nosi na co dzień.

System może współpracować z każdym modelem telefonu komórkowego. Odbiorcami usługi są osoby z zaburzeniami orientacji, utratą pamięci lub doświadczający utraty przytomności, oraz członkowie ich rodzin lub ich opiekunowie (pracownicy socjalni, personel domów opieki itp.). Wywołania usługi Emergency Button, polega na naciśnięciu przez osobę potrzebującą pomocy uprzednio zaprogramowanego przycisku na klawiaturze telefonu. Na skutek tego działania, osoba ta jest lokalizowana, a jego opiekun otrzymuje wiadomość SMS zawierająca przybliżony współrzędne geograficzne i przybliżony adres seniora.

Opis OpenApiHackathon

OpenApiHackathon²

to międzynarodowy konkurs dla programistów współorganizowany przez Orange Labs. Konkurs jest otwarty dla wszystkich programistów: studentów, samodzielnych specjalistów, a także pracowników Orange Polska i partnerów przedsięwzięcia. Do pełnego wykorzystania potencjału tworzonej przez firmę wiedzy potrzebne jest współdziałanie m.in. Z developerami. Dlatego interesowało nas znalezienie dużej ilości niszowych zastosowań opracowanych u Orange Labs Application Programming Interface. Aplikacje w konkursie mogły wykorzystywać interfejsy programistyczne do sieci Orange (lokalizację urządzeń, wysyłanie i odbieranie mms, sms i ussd, informacji o abonentach, opłatach), otwarte dane udostępniane przez Miasto Warszawa (lokalizacja parkingów P&R, system rowerów miejskich Veturilo i inne) oraz inne, dostępne w Internecie API (dotyczące pogody, finansów, zdrowia, itp.). Jury konkursu nagrodiło dwa pomysły: Green Your Office with Orange i Veturilo Finder.

¹ <http://www.openmiddleware.pl/portal>

² <http://www.openmiddleware.pl/contest>

Innowacje na rzecz środowiska

Nowe technologie mogą służyć środowisku, pomagać efektywniej zarządzać energią i innymi zasobami naturalnymi. Dlatego pracujemy też nad projektami na rzecz oszczędności energii. Jednym z takich inicjatyw jest projekt Orange OZE (Odnawialne Źródła Energii) – montaż mikroinstalacji opartej na panelach fotowoltaicznych na dachu Orange Labs w Warszawie. Orange OZE jest projektem mającym na celu sprawdzenie, czy instalacje odnawialnych źródeł energii sprawdzają się przy zasilaniu urządzeń infrastruktury telekomunikacyjnej w polskich warunkach klimatycznych.

Projekt obejmuje wybudowanie czterech różnych mikroinstalacji złożonych z paneli fotowoltaicznych oraz turbiny wiatrowej. Każda z tych instalacji charakteryzuje się podobną mocą, ale różną technologią wykonania paneli oraz inwerterów, a co za tym idzie – parametrami użytkowymi. Dzięki wykorzystaniu kilku instalacji OZE w jednym miejscu, możemy prowadzić testy zasilania urządzeń telekomunikacyjnych, odpowiadając na pytania dotyczące efektywności zastosowania OZE w naszych warunkach klimatycznych. Instalacja OZE pozwoli też na oszacowanie oszczędności, jakie niesie za sobą wytwarzanie własnej „zielonej energii”.

Zamontowane instalacje będą zasilają urządzenia sieciowe testowane w laboratoriach Orange Labs, a wypracowana wiedza pomoże w przyszłości na zastosowanie OZE w szerszym zakresie.

Zmiany klimatyczne i ograniczenie zasobów naturalnych uświadomiły nam konieczność stworzenia inteligentnych sieci energetycznych (smart energy networks), które mogą skutecznie zarządzać zarówno tradycyjnymi, jak i odnawialnymi źródłami energii, a także przygotować pojazdy elektryczne do korzystania z zielonej energii. 35 wiodących firm z branży energetycznej i ICT, instytuty badawcze oraz uniwersytety utworzyły międzynarodowe konsorcjum FINSENY (Future INternet for Smart ENergy). Stanowi ono część europejskiej inicjatywy Future Internet Public Private Partnership i jest współfinansowane przez Komisję Europejską. W projekcie uczestniczy Orange Polska.

Ekologiczna aplikacja

W 2012 roku w Orange Labs powstała też pierwsza w Polsce mobilna aplikacja społecznościowa, która za pomocą smartfonów, lokalizacji oraz technologii rozszerzonej rzeczywistości (Augmented Reality) promuje ekologię i rozwój naszego kraju w zgodzie z naturą – eko-Polska. Aplikacja dostarcza najnowszych wiadomości i informacji o wydarzeniach, jak również prezentuje najciekawsze ekomejsca. Produkt uzupełnia funkcje wortalu www.eco-Polska.pl który jest miejscem spotkań i dyskusji na temat działań proekologicznych. Projektowi patronował Bank Ochrony Środowiska. Aplikacja jest dostępna dla telefonów z systemem Android i iOS w sklepie Google Play oraz na App Store.

*Firma Orange rozpoczęła projekt – **Orange Fab**. To program akceleracyjny adresowany do małych i średnich firm, z którymi wspólnie będzie rozwijać zaawansowane technologicznie rozwiązania. Mentorzy, eksperci i inwestorzy Programu będą pracować nad potencjałem innowacyjnych rozwiązań, dostosowując je do wymagań rynku. Możliwe formy współpracy to realizacja wspólnej oferty produktowej z Orange, zakup licencji, revenue sharing, udział kapitałowy i inwestycja w start-up. Do tej pory miał swoją odsłonę w San Francisco, Tokio i Paryżu. W tamtejszych programach do dalszego rozwoju wybrano m.in. technologię śledzenia często gubionych przedmiotów jak kluczyki czy portfele, system uprawy roślin dla ogrodów i małych gospodarstw, lampę solarna zasilająca komórki, tablety, i routery, czy ładowarkę zasilaną ciepłem. Więcej – www.orangeFab.com*

Bariery i szanse w rozwoju innowacyjności społecznej

Monika Kulik
Ekspert ds. Społecznej
Odpowiedzialności Biznesu
Orange Polska

Innowacyjność społeczna musi mieć sprzyjające warunki do rozwoju. O ile sam pomysł na innowacje powstaje pod wpływem realnej potrzeby społecznej i jest efektem pewnej wewnętrznej motywacji, to jego wdrożenie wymaga sprzyjających warunków zewnętrznych – wiary w ten pomysł, zaangażowania i wsparcia innych w pracy nad jego urealnieniem i rozpowszechnieniem. **Innowacje społeczne wymagają do rozwoju dobrych warunków zewnętrznych, sprzyjającego klimatu społecznego czy sprawnych instrumentów oceny i wsparcia.**

Bariery

Wśród największych barier rozwoju innowacyjności w Polsce należy wymienić brak odpowiedniego poziomu kultury innowacyjności i współpracy. O ile mamy dość dobry kapitał intelektualny, o tyle kapitał społeczny należy do najniższych w Europie. Współpraca i komunikacja między podmiotami rozwijającymi i wdrażającymi innowacje również jest słabsza niż w innych krajach Unii Europejskiej – zarówno między przedsiębiorstwami, jak i sektorem publicznym i prywatnym¹.

Co do znaczenia innowacji w ogóle, jest to w dużym stopniu pochodną jakości dialogu społecznego, świadomości obywateli i przedsiębiorców, a także administracji. Pokutuje u nas ciągle zbyt wąskie i anachroniczne rozumienie innowacji. Zamykamy je w obszarze współpracy nauki z biznesem, lokując najczęściej w obszarze technologii.

Tymczasem innowacje społeczne powstają przede wszystkim na styku sektorów, do wypracowywania nowych rozwiązań wykorzystując przestrzeń pomiędzy obszarami, procesami czy instytucjami.

System wspierania innowacji również pozostawia wiele do życzenia. Chodzi przede wszystkim o kwalifikacje, finansowanie, wyznaczenie kierunków badań, prowadzenie badań i wdrażanie efektów. Ponadto, niewiele jest wiarygodnych mechanizmów oceny innowacji społecznych.

¹ **Maciej Bukowski, Aleksander Szpor, Aleksander Śniegocki,** Potencjał i bariery polskiej innowacyjności, Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa 2012

Kryteria przyznawania pomocy publicznej w znikomym stopniu biorą pod uwagę realne potrzeby i różnice między różnymi grupami wnioskodawców, stosując standardowe kryteria niezwiązane bezpośrednio z jakością i innowacyjnością proponowanych projektów. Efektem jest przyznawanie pomocy często mało innowacyjnym przedsięwzięciom, które za to spełniają liczne kryteria formalne uzyskania wsparcia. Podobnie zachowawcza polityka obowiązuje w wielu polskich przedsiębiorstwach, które ograniczają się do „bezpiecznych” i mało twórczych innowacji. Wiąże się z tym niechęć do akceptowania większego ryzyka, które jest nieodłącznie związane z realizacją projektów innowacyjnych. Wsparcie dla innowacji związane jest z dużo większym zakresem niepewności, a co za tym idzie – margines na błędy musi być w tym wypadku szerszy niż standardowo.

Szanse rozwoju

Dla przyspieszenia rozwoju innowacji społecznych w Polsce potrzeba dobrze rozwiniętej i właściwej infrastruktury wsparcia takiej jak klastry, parki technologiczne, czy inkubatory przedsiębiorczości, a także rozwiniętych form finansowania innowacji.

Do czynników zewnętrznych sprzyjających poprawie potencjału innowacyjności polskiego społeczeństwa niewątpliwie można zaliczyć zwiększenie dostępu do nowoczesnych technologii i mediów, który sprzyja demokratyzacji komunikacji i współpracy. Pomaga to z jednej strony w upowszechnianiu i wymianie wiedzy oraz dobrych praktyk, z drugiej – współfinansowaniu pomysłów na innowacje społeczne. **Przykładami takich mechanizmów są np. giełdy pomysłów, crowdfunding, partycypacyjne budżetowanie czy Funders Ring.**

Demokratyzacja oznacza udział całego społeczeństwa w tworzeniu innowacji (tzw. *co-solving*), za pomocą banków pomysłów, hackatonów, inkubatorów czy portali internetowych dedykowanych tworzeniu nowych rozwiązań.

Przestrzeń do tworzenia innowacyjnych rozwiązań problemów społecznych to niewątpliwie znak nowych czasów. Szansa na upowszechnienie wypracowanych rozwiązań może zwiększyć się znacznie, jeśli dodamy do tego możliwość korzystania z otwartych licencji.

Na uwagę zasługują też wszelkiego rodzaju inicjatywy oparte na współpracy międzysektorowej. **Współpraca biznesu z organizacjami społecznymi i sektorem publicznym może być inspiracją do powstania pomysłów rozwiązujących konkretne potrzeby społeczne.** W te działania dobrze wpisuje się idea społecznej odpowiedzialności, oparta na szeroko rozumianym dialogu organizacji z jej otoczeniem społecznym, i otwarciu się na nowe możliwości rozwoju biznesu z korzyścią dla całego otoczenia społecznego firmy.

Kluczowym czynnikiem sukcesu wydaje się rozszerzenie instrumentów i zasad finansowania innowacji społecznych. Z jednej strony należy pamiętać o kompleksowym wspieraniu procesu powstawania innowacji – od pomysłu do wdrożenia, z drugiej – o zwiększeniu wachlarza instrumentów np. o granty replikacyjne, instrumenty zwrotne (pożyczki) czy udziały.

Ważne jest także lepsze poznanie roli innowacji społecznych we współczesnej gospodarce i ich realnego wpływu na rozwiązywanie problemów społecznych, a także mechanizmów ich powstawania i efektywnego wdrażania. Dzięki tej wiedzy będziemy mogli doskonalić system wsparcia dla procesów tworzenia i implementacji innowacji, które są tak ważne społecznie.

Praktycy o innowacjach społecznych

Ewa Solarz, PwC

Tekst powstał na podstawie konferencji pt. „Rola innowacji społecznych we współczesnym rozwoju społeczno-gospodarczym”

25 października 2013 roku w Ministerstwie Gospodarki odbyła się konferencja pt. „Rola innowacji społecznych we współczesnym rozwoju społeczno-gospodarczym”.

W panelu dotyczącym skutecznego wdrażania i upowszechniania innowacji społecznych wzięli udział:

- **Ewa Koncez** – Ashoka Innowatorzy dla Dobra Publicznego, Polska & CEE
- **Sebastian Grabowski** – Centrum Badawczo-Rozwojowe Orange Labs
- **Karol Król** – Polskie Towarzystwo Crowdfundingu
- **Rafał Łyczek** – Firma Inkantor.pl
- **Aleksandra Dębska-Cenian** – Pomorski Park Naukowo-Technologiczny
- **Grzegorz Drozd** – Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu
- **Kamil Wyszowski** – UNDP Polska United Nations Global Compact w Polsce
- **Paweł Łukasik** – Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce

Dyskusję moderowała **Agata Stafiej – Bartosik** z PwC.

Uczestnicy panelu rozmawiali o tym, czym są dla nich innowacje i jakie warunki muszą zostać spełnione, żeby projekty innowacyjne stały się powszechne i skuteczne.

„Innowacja to zmiana w określonym obszarze – np. sposobie funkcjonowania miasta, dostępie do edukacji na terenach wiejskich. Jest także rozumiana jako stymulowanie przedsiębiorczości przez wdrażanie nowych, ciekawych rozwiązań”.

„Muszą to być działania społecznie użyteczne, które odnoszą się do dobra wspólnego. Pomysły na rozwiązania mają nie tylko odpowiadać na ogromne potrzeby społeczne i wyzwania dzisiejszych czasów, ale także wspierać rozwój gospodarczy”.

„Innowacje społeczne muszą wynikać z uświadomionej potrzeby społecznej i biznesowej, ponieważ same w sobie są zbędne. Do stworzenia czegoś, co przynosi zysk społeczny i ekonomiczny w pierwszej kolejności powinny być wykorzystywane zewnętrzne zasoby, np. informacje, narzędzia czy systemy”.

Innowator społeczny – postać kluczowa

Innowacje społeczne bardzo często inicjowane są przez osoby, które widzą problemy kompleksowo i szukają ich rozwiązań. ASHOKA nazywa ich *innowatorami społecznymi*. To ludzie ciekawi, którzy stawiają sobie trudne pytania i znajdują ich rozwiązania. Dzięki dążeniu do eksperymentowania, dziwieniu się i nie zgadzaniu na otaczającą ich rzeczywistość potrafią wdrożyć swoje pomysły w życie, jednocześnie ucząc swoje otoczenie nowych postaw.

Innowatorzy społeczni mogą szukać wsparcia w dążeniu do realizacji swoich pomysłów w ASHOKA.

Wstępna ocena innowacji społecznych

Nie każdy nowatorski pomysł jest innowacją społeczną. Nie da się z pewnością przewidzieć, który pomysł odniesie sukces, a który trafi na półkę.

Ocena innowacji jest koniecznym etapem jej realizacji. ASHOKA proponuje, by zacząć od oceny realności wizji, do której innowacja ma doprowadzić, potencjału i skali przewidywanej zmiany oraz unikalności podejścia. Spełnienie wymienionych kryteriów, łącznie z przedsiębiorczością i kreatywnością innowatora społecznego, jest pierwszym krokiem do udanej innowacji społecznej.

Na bardzo wczesnym etapie planowania warto ocenić, czy innowacja społeczna faktycznie przyczyni się do zmiany sytuacji konkretnych grup społeczeństwa, do których jest adresowana. Dlatego warto otworzyć się na konstruktywną krytykę osób związanych ze środowiskami, do których chcemy skierować działania.

Atrakcyjna komunikacja

Uczestnicy konferencji jednogłośnie uznali, że bardzo ważną kwestią jest komunikowanie innowacji społecznych w sposób pozytywny i atrakcyjny. Kluczowe jest używanie języka korzyści.

*Kluczowym aspektem związanym z powstawaniem innowacji społecznych jest **współpraca** na styku różnych środowisk i **łączenie** już istniejących elementów otoczenia. **Współpraca i partnerstwo** według wszystkich panelistów są elementami decydującymi o powstawaniu nowych idei i przełomowych rozwiązań. Potrzebne są silne ekosystemy i huby współpracy.*

Jak powiedzieli prelegenci:

„Ogromną moc ma fakt, że jesteśmy uczestnikami wirtualnej społeczności internetowej. Stanowi to olbrzymi potencjał dla innowacji społecznych – dla ich sukcesu potrzebne jest przede wszystkim komunikowanie innowacji w sposób atrakcyjny. Jest to swojego rodzaju edukacja społeczeństwa, a szczególnie osób, które nie znają tego zagadnienia lub nie mają do niego przekonania”.

„Ważne jest mówienie o innowacjach językiem korzyści, ponieważ użyteczność i sukces innowacji często zależą od aprobaty otoczenia i tego, czy społeczeństwo je zaakceptuje i polubi”.

Odpowiednia perspektywa czasowa

Przy wdrażaniu innowacji warto uważać, żeby przyjęta perspektywa czasowa nie okazała się za długa. *„Za kilka lat możemy żyć w zupełnie innej rzeczywistości”* – podkreślali uczestnicy konferencji.

Inspiracja

Jak wskazywali uczestnicy – *„pomysł rodzi pomysł, a innowacja – innowację”*. Ważne jest wzajemne inspirowanie się i czerpanie z praktycznych przykładów, które funkcjonują w Polsce i na świecie.

System alarmujący bliskich o tym, że chora na Alzheimera osoba zgubiła się, może być jednocześnie narzędziem wykorzystywanym przez chorych na osteoporozę, a nawet wspierać bezpieczeństwo sprzedawców „w terenie”. Pomysł dedykowany jednej grupie można wykorzystać wśród innych, jeśli będziemy myśleć kreatywnie i nastawimy się na wymianę myśli i pomysłów.

Organizacja	Szczegóły innowacji społecznej	Przykład
ASHOKA	Wspieranie innowatorów	Dostosowanie Sejmu i Senatu do potrzeb osób z niepełnosprawnością ruchową przez innowatora z niepełnosprawnością ¹ , który nie zgadzał się na wykluczenie społeczne niepełnosprawnych. Dostosowanie mównic, zapewnienie czytelnej informacji o dostępie do budynków ministerialnych.
e-wolontariat	Wolontariat przez Internet	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 ² . Mapowanie – zgłaszanie problemów w przestrzeni publicznej, zaobserwowanych w najbliższym otoczeniu; e-korepetycje; pomoc osobom z różnorodnymi problemami, np. amazonki.net, szukamywas.pl, helpline.org.pl.
crowdfunding	Finansowanie przedsięwzięć małymi kwotami przez społeczeństwo, najczęściej przez Internet	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. ³ Np.: wydanie książki lub płyty finansowane przez wiele osób fizycznych. ⁴
Ivona Software	Firma założona przez dwóch absolwentów Politechniki Gdańskiej – Łukasza Osowskiego i Michała Kaszczuka w 2001 roku. Firma tworzy aplikacje wykorzystujące algorytmy syntezy mowy w oparciu o elementy sztucznej inteligencji i mowy ludzkiej.	Syntezytor mowy IVONA TTS (ang. 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. Syntezytor obecnie jest dostosowany do ponad 40-tu języków na świecie. ⁵
Pomorski Park Naukowo-Technologiczny (PPNT)	Współpraca PPNT z Pracownią Badań Innowacji Społecznych „Stocznia”. Działania badawcze, które można połączyć z praktyką	Badanie panelowe seniorów, które miało posłużyć 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. ⁶
Inkantor.pl	Serwis bezgotówkowej wymiany walut stworzony przez kredytobiorców zadłużonych w walutach obcych – założycieli inicjatywy społecznej kupfranki.pl	Kupfranki.pl ⁷ powstał w wyniku inicjatywy Rafała Łyczka, który nie zgadzał się na dyktowanie warunków sprzedaży franków przez banki, które miały 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 26.08.2011 roku tzw. „Ustawy Antyspreadowej”, na którą kupfranki.pl miała 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. ⁸

Organizacja	Szczegóły innowacji społecznej	Przykład
Community Catalysts (Wielka Brytania) ⁹	Wsparcie mikroprzedsiębiorstw mających na celu połączenie środowiska biznesowego i osób wykluczonych za pomocą platformy on-line.	Działalność mikroprzedsiębiorstw dostarczających różne usługi, np. z sektora zdrowotnego: opieka nad osobami starszymi, niepełnosprawnymi; małe jadalnie, gdzie osoby wykluczone społecznie uczą się gotować i zdrowo odżywiać. W przypadku jadalni przychody zapewniają komercyjne kursy gotowania i zdrowego odżywiania. ¹⁰
Economy App (Niemcy) ¹¹	Wsparcie bezrobotnych dotkniętych kryzysem finansowym – jednostek i społeczeństw.	Aplikacja na telefon, za pomocą której można wymieniać się przedmiotami lub usługami bez obrotu gotówką (na zasadzie barteru) – <i>network barter</i> . 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. ¹³
MITWIN.NET (Hiszpania) ¹³	Przeciwdziałanie bezrobociu za pomocą dzielenia się doświadczeniem i częścią etatu.	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.

Źródło: Opracowanie własne

¹ Piotr Pawłowski, innowator ASHOKA, <https://www.ashoka.org/fellow/piotr-pawlowski>

² <http://www.e-wolontariat.pl/>

³ <http://crowdfunding.pl/crowdfunding-faq/>, za: Karol Król, *Finansowanie społecznościowe jako źródło finansowania przedsięwzięć w Polsce*

⁴ <http://crowdfunding.pl/>

⁵ <http://www.ivona.com/pl/firma/>

⁶ <http://partycypacjaobywatelska.pl/przyklad/gdynski-dialog-z-seniorami-panel-obywatelski-z-udzialem-osob-starszych-w-gdyni/>

⁷ <http://kupfranki.pl/>

⁸ <https://www.inkantor.pl/>

⁹ Laureat konkursu European Social Innovation Competition, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/social-innovation/past-editions/index_en.htm

¹⁰ <http://www.communitycatalysts.co.uk/>

¹¹ Laureat konkursu European Social Innovation Competition, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/social-innovation/past-editions/index_en.htm

¹² <http://edgeryders.eu/economy-app>

¹³ Laureat konkursu European Social Innovation Competition, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/social-innovation/past-editions/index_en.htm

