



Munich Personal RePEc Archive

Social Innovation – a new paradigm or the next stage of the development of human creativity?

Kwasnicki, Witold

University of Wroclaw, Institute of Economic Sciences

2013

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/62419/>

MPRA Paper No. 62419, posted 26 Feb 2015 15:12 UTC

Witold Kwaśnicki¹
Uniwersytet Wrocławski

Innowacje społeczne – nowy paradygmat czy kolejny etap w rozwoju kreatywności człowieka?

Streszczenie

Podjęta zostanie próba odpowiedzi na pewne ważne, kontrowersyjne i prowokacyjne pytania: Czym są innowacje społeczne? (Przegląd różnorodnych definicji innowacji społecznych) Czy potrzebne jest nam wyróżnianie ‘innowacji społecznych’ w ogólnej kategorii innowacji? Czy ‘ekonomia społeczna’ i ‘innowacje społeczne’ mogą być uznane za nowe paradygmaty w badaniach społeczno-ekonomicznych? Na ile ‘gospodarka społeczna’ jest naturalnym etapem w rozwoju cywilizacyjnym związanym głównie z coraz większym dobrobytem i większą ilością czasu wolnego w krajach rozwiniętych gospodarczo?

Innowacje odgrywają istotną rolę w rozwoju gospodarczym i społecznym od kilku stuleci. W istocie innowacje związane są ściśle z rozwojem kapitalizmu, można nawet powiedzieć, że są synonimem kapitalizmu.² Zainicjowany w połowie XVIII wieku rozwój kapitalistyczny (najpierw w Wielkiej Brytanii a potem w innych państwach Europy Zachodniej i Ameryki Północnej), nazywany niekiedy Pierwszą Rewolucją Przemysłową, związany był z innowacjami w przemyśle tekstylnym. Często wiek XIX nazywany jest wiekiem innowacji, bo faktycznie liczba innowacji w tym okresie była nieporównywalnie większa niż w jakimkolwiek innym okresie w przeszłości w skali rozwoju cywilizacyjnego na całej kuli ziemskiej. Wydaje się, że największą innowacją XIX wieku było zinstytucjonalizowanie poszukiwania innowacji. Pierwszym laboratorium badawczym, którego podstawowym celem było systematyczne poszukiwanie wynalazków i ich wdrażanie było laboratorium utworzone przez Thomasa Alwisa Edisona w Menlo Park, New Jersey, USA w latach siedemdziesiątych dziewiętnastego wieku. Dlatego to Edisona nazywa się często „Czarodziejem z Menlo Park”. Ten innowacyjny rozwój kontynuowany jest w wieku XX i XXI. Można powiedzieć, że pomysł Edisona był przełomową innowacją społeczną.

Jednakże dopiero na początku XX wieku niektórzy badacze uświadomili sobie, że innowacje są podstawą rozwoju cywilizacyjnego. Stało się to dzięki pracom Josepha A. Schumpetera, zwłaszcza opublikowanej w 1911 roku *Teorii rozwoju gospodarczego* (*Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*). Początkowo jego tezy nie zostały powszechnie przyjęte i dopiero przełomowa praca Roberta Solowa z 1957 roku (Solow, 1957), przyczyniła się do

¹ The research leading to these results has received funding from the European Community's Seventh Framework Programme FP7/2007-2013 under grant agreement n° 290771

² Wydaje się, że można postawić tezę, że socjalizm w wydaniu sowieckim upadł dlatego, że nie wytrzymał wyścigu innowacyjnego z kapitalizmem. Rzadko się tym wspomina, ale u podstaw rewolucyjny zmian w roku 1989 stała właśnie niewydolność innowacyjna bloku państw komunistycznych.

niemalże powszechnego zaakceptowania tezy, że postęp technologiczny (rozwój wiedzy) jest największą siłą napędową gospodarki. Solow pokazał, że wzrost efektywności pracy obserwowany w gospodarce amerykańskiej w latach 1909-1949 może być przypisany aż w 87,5% innowacjom. Było to ogromne zaskoczenie i przyczyniło się do intensyfikacji badań nad rolą innowacji w rozwoju cywilizacyjnym. Wprawdzie badania innych ekonomistów prowadzone w latach 1960. obniżyły ten wpływ, szacowany na 30-60%, to i tak udział czynnika innowacyjnego w rozwoju gospodarczym jest ogromny.

Badania nad rolą postępu technologicznego w rozwoju społecznym przyczyniły się do chęci stymulowania procesu poszukiwania innowacji przez państwa, np. poprzez wypracowanie odpowiednich polityk proinnowacyjnych. Widoczne to jest w Polsce, jak i w innych krajach europejskich, oraz na poziomie Unii Europejskiej. W ostatnich latach zapisane zostało to choćby w tzw. Strategii Lizbońskiej z 2000 roku, jak i obecnie w strategii *Europa 2020*.³

Ważnym składnikiem strategii rozwoju UE i jej krajów członkowskich (ale także Stanów Zjednoczonych) jest wspieranie tzw. innowacji społecznych. Problem definicji innowacji społecznej, oraz to czy jest uzasadnione wyróżnienie tego typu innowacji i uznanie ich za podstawę rozwoju, będzie przedmiotem dyskusji w następnych częściach tego artykułu. Tytułem wstępu do bardziej szczegółowej dyskusji zauważmy, że niezależnie jak definiować będziemy innowację społeczną to każda innowacja zawiera w sobie ten postulowany element 'społeczna'. Nawet jeśli jest to 'czysta' innowacja techniczna, to zawsze jest to innowacja społeczna, w tym sensie, że ma z reguły duży wpływ na styl życia społecznego. Czy takie innowacje jak żarówka, samochód, samolot, telewizor, radio, ... (listę można wydłużać) nie są także innowacjami społecznymi? To przecież te 'innowacje techniczne' w radykalny sposób zmieniły styl naszego życia codziennego, ale także stały się podstawą wykształcenia się nowych reguł kulturowych i społecznych zachowań. Można zaakceptować, że w ostatnich trzystu latach zmieniała się struktura komponentów technicznych i społecznych we wprowadzanych innowacjach. W wieku XIX ten 'komponent społeczny' mógł być mniejszy niż obecnie, także szybkość rozprzestrzeniania wpływu na styl życia w XIX wieku mógł być wolniejszy. Tego typu zmiana struktury komponentów technicznego i społecznego wydaje się być naturalnym procesem związanym np. ze stopniowym zaspokojeniem potrzeb niższego rzędu (materialnych) i w coraz większym stopniu dbałością zaspokojenie potrzeb wyższego rzędu (niematerialnych).⁴

³ Patrz np. http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm

Obserwując proces rozwoju gospodarczego w ostatnich kilkudziesięciu latach odnoszę wrażenie, że im więcej rządowych programów wspierania innowacyjności tym gorzej jest z tą innowacyjnością.

⁴ Tutaj nasuwa się skojarzenie z klasyczną hierarchią potrzeb Abrahama Masłowa. Wyodrębnił on pięć głównych rodzajów potrzeb: fizjologiczne, bezpieczeństwa, przynależności i miłości, szacunku i samoakceptacji oraz samorealizacji. Ilustrowane są one zwykle piramidą, która spoczywa na fundamencie z pierwszego poziomu, a kończy się ostrym wierzchołkiem ostatniego. Realizacja potrzeb z każdego kolejnego poziomu jest możliwa wtedy, gdy zaspokojone są te z poziomu niższego. Zaspokojenie potrzeb podstawowych uruchamia potrzeby wyższego rzędu. Im wyżej w hierarchii znajduje się dana potrzeba, tym później pojawia się ona w rozwoju człowieka, ma mniejsze znaczenie dla jego biologicznego przetrwania i w słabszym stopniu odczuwana jest jako wymagająca natychmiastowego zaspokojenia, wskutek czego może być odraczana.

W tym kontekście można zaproponować pewne pole badawcze odnoszące się do innowacji społecznych. Mianowicie analizować je z punktu widzenia teorii potrzeb. Pewnym zamysłem jest by punktem wyjścia nie była teoria Masłowa, ale stworzona przez Tomasza Kocowskiego w latach siedemdziesiątych dwudziestego wieku systemowa teoria potrzeb (Kocowski, 1982). Wyróżnia on następujące potrzeby podstawowe: egzystencjalne (pokarmowe, ekologiczne, rekreacyjne, zdrowotne, bezpieczeństwa, mieszkaniowe, odzieżowe), prokreacji (reprodukcji, opieki, edukacyjne, wychowawcze, rodzinne, samorealizacji), funkcjonalne (informacyjne, sprawnościowe,

Generalnie możemy powiedzieć, że innowacyjność, jak każde zjawisko, jest procesem w którym możemy wyróżnić pewne fazy rozwoju. W klasycznych pracach, Roy Rothwell (1992, 1994) przedstawił ideę Pięciu Generacji Modeli Procesów Innowacyjnych. Według niego pierwsza i druga generacja to liniowe modele innowacyjności, które można analizować w kontekście dwóch różnych źródeł innowacji. Modele typu *Technology Push* stanowią pierwszą generację, gdzie źródłem innowacji są wewnątrzorganizacyjne działy badawczo-rozwojowe tworzące nowe rozwiązania (najczęściej nowe technologie). Organizacje w takim procesie finansują badania a następnie starają się wprowadzić innowację na rynek i wykreować wśród potencjalnych użytkowników odpowiednie potrzeby (często robią to dzięki działaniom marketingowym np. reklamie). Modele typu *Market Pull* stanowią drugą generację, gdzie źródłem innowacji są potrzeby rynku. Organizacje badają rynek i poprzez to starają się znaleźć potrzeby, na które można odpowiedzieć. Szukanie okazji do innowacji poprzez potrzeby rynkowe stanowi kolejne źródło innowacji w ujęciu Rothwella. Trzecia generacja to tzw. model powiązany (*Coupling of R&D and marketing*), który zakłada interakcję różnych elementów oraz sprzężenia zwrotne informacji. Czwarty Model tzw. równoległy (*Integrated business processes*), to integracja wewnątrz firmy oraz współpraca z dostawcami i odbiorcami, akcent w nim kładziony na powiązania i alianse. Piąty model Systemowy, zintegrowany (*System integration and networking*) oparty na powiązaniach sieciowych, charakteryzuje się elastycznością, współpracą z konsumentem, innowacjami ciągłymi.

Istotny udział komponentu społecznego (innowacje społeczne) przynależą w dużym stopniu do piątej generacji, a pełniejszy wyraz uzyskały w ramach tzw. modelu innowacji otwartych (partycypacyjnych). Przewodnią ideą innowacji otwartych jest to, że nawet duża skala nakładów B+R (*Badania i Rozwój, ang. R&D – Research and Development*) w zamkniętym systemie jakim są pojedyncze organizacje, nie będzie wystarczająca przy kreowaniu innowacji w XXI wieku. Dylematy rozwoju innowacyjnego wymuszają zmianę paradygmatu z tzw. zamkniętych innowacji do innowacji otwartych. Stary paradygmat to taki, w którym przedsiębiorstwa generują pomysły, rozwijają je, konstruują, wprowadzają na rynek, dystrybuują, finansują i zapewniają wsparcie na własną rękę. Instytucje (przedsiębiorstwa) uznają się za samowystarczalne i postępują zgodnie z hasłem: „Jeśli chcesz coś zrobić dobrze, zrób to samemu”. Założenia tego paradygmatu opierają się na kilku przesłankach (Chesbrough, 2003, s. XX):

- powinno się zatrudnić najlepszych i najmądrzejszych ludzi, aby najlepsi i najmądrzejsi pracowali dla przedsiębiorstwa;
- aby wprowadzać nowe produkty i usługi na rynek, trzeba odkrywać i rozwijać je samemu;
- jeśli przedsiębiorstwo odkryje coś samemu, to jako pierwsze wprowadzi to na rynek;
- organizacja, która pierwsza wprowadzi innowację na rynek, wygrywa;
- jeśli przedsiębiorstwo będzie przewodzić w wydatkach na B+R w danym sektorze rynku, to wymyśli najwięcej i najlepsze pomysły, i będzie liderem rynku;
- organizacja powinna kontrolować swoją własność intelektualną, tak, by konkurenci nie mogli odnosić z niej korzyści.

instrumentalne, lokomocyjne, swobody, innowacji, napędowe), psychiczne (erotyczne, estetyczne, ludyczne) i społeczne. Kategoria ostatnia ('społeczne') jest bardzo szeroka i obejmuje takie potrzeby jak: przynależności, łączności, organizacji, więzi emocjonalnej, konformizmu, uspołecznienia, społecznej użyteczności, gratyfikacji, współuczestnictwa, ochrony i autonomii jednostki. W sumie Tomasz Kocowski wyróżnił 41 szczegółowych potrzeb człowieka.

W ostatnich dwudziestu latach kilka czynników wpłynęło jednak na to, że koncepcja zamkniętych innowacji stawała się coraz mniej popularna. Pierwszym takim czynnikiem była rosnąca mobilność osób z dużym doświadczeniem i możliwość częstej zmiany pracy. Ostatnie dekady to również zwiększająca się liczba osób z wykształceniem wyższym, szczególnie inżynierskim. Do tego należy dodać coraz to większe znaczenie prywatnego kapitału przedsiębiorczego (*Venture Capital*), który specjalizuje się w rozwijaniu nowych przedsiębiorstw, komercjalizując zewnętrzne badania i przekształcając je w wartościowe organizacje. Bardzo często jest tak, że te przedsiębiorstwa stają się groźnymi konkurentami dla dużych korporacji. Kiedy te czynniki zaczęły wpływać na proces innowacyjny, logika zamkniętych innowacji przestała być dobrym sposobem konkurowania. Jeśli jakaś przełomowa technologia nie została wykorzystana przez korporację, istniało prawdopodobieństwo, że naukowcy czy inżynierowie sami – w nowej założonej przez siebie organizacji – udoskonalają ją i następnie wprowadzą innowacje na rynek i skomercjalizują odkrycie.

W tej sytuacji, naturalnym było pojawienie się innej koncepcji generowania innowacji, nazwanej otwartymi innowacjami. Nowy paradygmat zakłada, że przedsiębiorstwa mogą i powinny używać zewnętrznych jak i wewnętrznych pomysłów, jak również zewnętrznych i wewnętrznych kanałów dyfuzji innowacji na rynek. Koncepcja otwartych innowacji łączy pomysły w jednolity system, jakim jest konkretny model biznesowy. W tym paradygmacie pomysły nadal mogą pochodzić z wnętrza przedsiębiorstwa, ale część z nich może wydostać się poza tradycyjnie pojmowane granice organizacji, na etapie badań lub nawet na etapie rozwoju. Proces otwartych innowacji pomaga dodatkowo w likwidowaniu złych pomysłów jak i umożliwia regenerację tych, które wcześniej zostały pominięte, a które okazują się później wartościowymi projektami na nowych rynkach. Logika otwartych innowacji bazuje na obfitości i różnorodności wiedzy, która jest potrzebna przy dostarczaniu wartości do przedsiębiorstwa. Istotne cechy paradygmatu otwartych innowacji to (Chesbrough, 2003, s. XXVI):

- nie wszyscy najmądrzejsi ludzie pracują dla organizacji. Trzeba współpracować z ludźmi zarówno z wewnątrz jak i z zewnątrz organizacji;
- zewnętrzne B+R może stworzyć istotną wartość, wewnętrzne B+R jest potrzebne by wyłapać część tej wartości;
- nie trzeba inicjować badań by czerpać z nich zysk;
- budowanie lepszych modeli biznesowych jest lepsze niż bycie na rynku jako pierwszy;
- jeśli organizacja zrobi najlepszy użytek z wewnętrznych jak i zewnętrznych pomysłów, wygra;
- przedsiębiorstwo powinno czerpać korzyści z wykorzystania swojej własności intelektualnej przez innych i powinno kupować własność intelektualną innych, gdy tylko jest to korzystne dla własnego modelu biznesowego.

Innowacje społeczne w dużym stopniu bazują na paradygmacie otwartych innowacji. Warto jednak podkreślić, że linia demarkacyjna pomiędzy innowacjami technicznymi (materialnymi) i innowacjami społecznymi jest trudna do ustalenia i zawsze będzie cokolwiek sztuczna. Z uspołecznieniem innowacji jest jak z łysieniem – jest to proces i trudno powiedzieć kiedy ktoś już jest łysy. Tak samo w ostatnich 200 latach szybkiego postępu technologicznego następowało stałe przejście od innowacji czysto technicznych do zawierających coraz ważniejsze elementy społeczne.

Warto w tym miejscu podkreślić, że problem wyróżnienia innowacji technicznych, społecznych, organizacyjnych, i innych mógłby zniknąć gdyby patrzeć na proces innowacyjny z perspektywy ewolucyjnej. Innowacje w rozumieniu ekonomii ewolucyjnej związane są z modyfikacjami rutyn, wzorców zachowania, wzorców kulturowych (będących

analogami genów w ewolucji biologicznej; patrz Nelson, Winter, 1982; Kwaśnicka, Kwaśnicki, 1992, Kwaśnicki, 1994/1996). Innowacje w ujęciu ewolucyjnym obejmują zarówno innowacje techniczne jak i organizacyjne, ze sfery zarządzania, oraz innowacje społeczne.

Warto też zauważyć, że z reguły mówi się o postępie technologicznym, innowacjach technologicznych, a nie o postępie technicznym, czy innowacjach technicznych. Technologia to metoda przygotowania i prowadzenia procesu wytworzenia lub przetwarzania jakiegoś dobra (także dóbr niematerialnych, jak np. informacji), czyli wiedza o tym jakich metod należy użyć, by móc jakieś dobro wytworzyć. Natomiast technika jest umiejętnością fizycznego wytworzenia jakiegoś przedmiotu. Innowacje technologiczne utożsamiane są zbyt często z innowacjami technicznymi, inżynierskimi (materialnymi). Może lepiej zaliczyć innowacje społeczne do innowacji technologicznych, albo po prostu do innowacji? Nie byłoby wtedy tak wielu nieporozumień i niejasności, uprościłoby to wiele w polityce gospodarczej państw (o czym będziemy pisać w dalszej części tej pracy). Państwa i rządy zamiast wspierać rozwój innowacji społecznych mogłyby się skupić na wspieraniu kreatywności ludzi, stwarzaniu odpowiednich warunków do rozwoju innowacyjnego, a naturalnym efektem byłby znacznie szybszy rozwój tego co obecnie nazywane jest innowacjami społecznymi.

Dodanie słowa ‘społeczne’ do terminu innowacji wydaje mi się tak samo zbędne jak dodanie tego terminu do pojęcia odpowiedzialności biznesu i mówienie o ‘społecznej odpowiedzialności biznesu’ (*Corporate social responsibility* - CSR). Termin ten robi w ostatnich dziesięcioleciach ogromną karierę i większość przedsiębiorstw stara się by było postrzegane jako ‘odpowiedzialne społecznie’. Odnoszę wrażenie, że działają one tak jak zwykle działałyby, dbając o korzyści konsumentów (a zatem o korzyści swoje), tylko poprzez swego rodzaju wymuszenie społeczne (klimat społeczny, kreowany przez niektóre instytucje państwo i prywatne (zwłaszcza tzw. organizacje pozarządowe)), starają się budować wizerunek przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie. Kiedy podczas debaty (w listopadzie 2011 roku w Krakowie) na temat CSR, zadałem pytanie reprezentantom firm budujących ich wizerunek społecznie odpowiedzialnego biznesu i uczestniczących w programie *Mleczny start/Partnerstwo dla zdrowia*⁵, czy na tej działalności dużo zarabiają, odpowiedź była jednoznaczna – ‘tak, sporo, inaczej nie wspieralibyśmy tego programu’.

Problem nie jest nowy, dyskusja o CSR trwa co najmniej od 50 lat i wiele wskazuje na to, że opinie o CSR jakie dawno temu wyrazili Milton Friedman i Peter Drucker są aktualne i warte przypomnienia. W często przytaczanym wywiadzie Milтона Friedmana z 1970 r. pod znamionym tytułem „Społeczną odpowiedzialnością biznesu jest tworzenie zysku” (*The social responsibility of business is to increase its profits*) wyraźnie stwierdził on, że jeśli przedsiębiorstwo będzie myślało w kategoriach zysku, to znaczyć dbać będzie zaspokojenie potrzeb konsumentów, to samo przez się będzie odpowiedzialne społecznie. W artykule tym przytacza on cytaty z jego książki opublikowanej w 1962 roku pt. *Kapitalizm i wolność*. Napisał on tam (Friedman, 1993, s. 127-128): “Szeroką akceptację zyskuje ostatnio pogląd, że wyżsi urzędnicy korporacji i przywódcy związków zawodowych ponoszą pewną „społeczną odpowiedzialność” wykraczając poza słuźenie interesom swych akcjonariuszy lub członków. Opinia ta jest przejawem całkowitego niezrozumienia charakteru i natury wolnej gospodarki. W gospodarce tej istnieje tylko jeden jedyny rodzaj społecznej odpowiedzialności ze strony świata biznesu – wykorzystywać swe zasoby i podejmować działalność w celu zwiększeniu własnych zysków na tyle, na ile pozostaje to w zgodzie z zasadami gry. Innymi słowy – przyjmować otwartą i wolną konkurencję, bez podstępów i oszustw.”

⁵ <http://www.mlecznystart.pl/36852.dhtml>,
<http://www.danone.pl/Spoleczna-odpowiedzialnosc/Spoleczenstwo/Partnerstwo-dla-zdrowia>

W podobnym duchu wypowiadał się guru zarządzania Peter Drucker. Można byłoby przytaczać tutaj wiele wypowiedzi Druckera na ten temat, ograniczmy się tylko do jednego (Drucker, 1998): „Jeżeli przeciętnemu biznesmenowi zada się pytanie, co to jest biznes, odpowie prawdopodobnie – „to organizacja, która ma osiągnąć zyski”. Tej samej odpowiedzi udzieli najprawdopodobniej każdy ekonomista. Tymczasem teza ta jest nie tylko fałszywa; jest także dla tematu nieistotna [...] nie oznacza to, że zysk i rentowność są nieważne. Oznacza natomiast, że rentowność nie jest celem przedsiębiorstwa ani działalności w biznesie, lecz ich czynnikiem ograniczającym. Zysk nie stanowi wyjaśnienia, przyczyny czy racji bytu działań i decyzji biznesu, lecz sprawdzian jego wartości... Problemem bowiem każdego biznesu nie jest maksymalizacja zysku, lecz osiągnięcie dostatecznego zysku, który pokrywałby ryzyko działalności ekonomicznej, w ten sposób pozwalając uniknąć strat. [...] Jeżeli chcemy wiedzieć czym jest biznes, musimy zacząć od sprawy jego celu. Cel zaś musi leżeć poza obrębem samego biznesu. Musi on leżeć w samym społeczeństwie, skoro przedsiębiorstwo jest organem społeczeństwa. Jedyna poprawna definicja celu biznesu brzmi: **tworzenie klienteli**. [...] to klient decyduje, czym jest biznes. Bo to klient i tylko on, będąc gotów zapłacić odpowiednią cenę za towar czy usługę, przekształca zasoby ekonomiczne w bogactwo, rzeczy w towary. Nie to jest najważniejsze, co myśli o swojej produkcji biznesmen, a szczególnie nie ma to znaczenia dla jego przyszłości i sukcesu. Decyduje to, co myśli o swoim zakupie klient, co „ON” ma za wartość - bo to określa, czym jest biznes, co produkuje i jak będzie prosperował.”

Na jednym z portali propagującym idee CSRu (<http://www.innowacjecsru.eu/>) znalazłem ciekawą opinię: „Małe, średnie i mikro przedsiębiorstwa rzadziej wprowadzają strategię CSR, albo stosują tzw. ‘nieświadomy CSR’”. Taki ‘nieświadomy CSR’ jest czymś naturalnym w działalności biznesowej (opinie Friedmana i Druckera do tego właśnie się odnoszą). Symbol kapitalisty (można powiedzieć ‘chciwego kapitalisty) jakim jest Henry Ford, na wiele lat przed propagandą CSRu, stosował taki ‘nieświadomy CSR’. Naturalnie jego sukces zasadał się na tym, że sprzedając samochody uzyskiwał duże zyski, ale warto zdać sobie sprawę z tego, że tworząc na początku XX wieku *Ford Motor Company*, sformułował on swoje sławne ‘trio’, w postaci prostych celów: tworzyć względnie wysokie zyski, dostarczyć dużej liczbie ludzi samochody, na które mogą sobie pozwolić kupując je z własnych pensji, oraz zatrudnić jak największą liczbę ludzi płacąc im godziwą pensję. Kiedy *Ford Motor Company* doświadczył głębokiego kryzysu w latach 1980. to główni zarządzający przedsiębiorstwem zaproponowali strategię rozwoju jako żywo przypominającą to co sformułował Henry Ford. Określili oni to jako ‘zasadę trzech P’ – od angielskiego ‘*People, Produkt, and Profit*’ (czyli Ludzie, Produkt, Zysk). Proszę zauważyć, że w tych trzech P, na pierwszym miejscu znaleźli się ludzie, a zysk znalazł się na miejscu ostatnim. Dzięki takiej ‘odpowiedzialnej społecznie postawie’ *Ford Motor Company* budował i odbudował swoją pozycję rynkową, z korzyścią dla społeczeństwa. O tym jak polskie firmy w okresie tzw. wczesnego kapitalizmu było zarówno odpowiedzialne społecznie jak i wprowadzały wiele innowacji społecznych pisze Krzysztof Wittels dla portalu Ekonomiaspoleczna.pl (Wittels, 2014).

Rozprzestrzenianiu się idei innowacji społecznych i społecznej odpowiedzialności biznesu służą poglądy wielu opiniotwórczych osobistości świata nauki i polityki. Widoczne to jest nie tylko w ostatnich kilku latach kryzysu finansowego i gospodarczego, ale obserwowane jest od wielu lat w postaci swoistego ataku na kapitalizm i (neo)liberalizm. Ataku według mnie niesprawiedliwionego i czynionego w dziwny sposób, który nazywam ‘ustawianiem sobie chłopca do bicia’ – krytykuje się nie tyle kapitalizm i liberalizm, tylko to co się chce rozumieć przez te dwa pojęcia. To co obserwujemy w ostatnich 100 latach jest odejściem od prawdziwych zasad kapitalizmu i liberalizmu. System ten nazywam ‘kreatywnym kapitalizmem’ (Kwaśnicki, 2013), co jest koncepcją zbliżoną do tego co rozumie się przez

'kapitalizm koleśków'. Niestety nie ma tu miejsca na rozwinięcie tego wątku. Skomentujmy jedynie często przywoływany w kontekście innowacji społecznych artykuł dwóch znanych autorów, Michaela E. Portera i Marka R. Kramera (Porter, Kramer, 2011). Już w samym tytule artykułu zawarta jest jego teza: „Jak na nowo wymyślić kapitalizm i uwolnić falę innowacji i wzrostu”. Śmiem twierdzić, że kapitalizm nie należy na nowo wymyślać, by odzyskać jego wigor, ale po prostu należy wrócić do jego korzeni i do zasad klasycznego kapitalizmu, tak jak rozumieli to przedsiębiorcy i konsumenci budujący ten kapitalizm w drugiej połowie XVIII wieku i wieku XIX. Na początku tego artykułu autorzy stwierdzają coś, co należałoby udowodnić (a czego nie czynią), mianowicie, że „[s]ystem kapitalistyczny jest w stanie obłąkania. W ostatnich latach biznes coraz bardziej był postrzegany jako główna przyczyna problemów społecznych, środowiskowych i ekonomicznych. Firmy są powszechnie postrzegane jako rozwijające się kosztem szerszej społeczności”. Modnym jest pisać w takim duchu, ale nie ma to nic wspólnego z 'duchem kapitalizmu' (patrz choćby wcześniej przytaczane opinie Friedmana, Druckera, Wittelsa). Zaprezentowana przez Portera i Kramera idea 'tworzenia wspólnej wartości' (*Creating Shared Value*, CSV) jest poszerzeniem dotychczasowej koncepcji społecznie odpowiedzialnego biznesu (CSR). Główną różnicą pomiędzy tymi dwiema koncepcjami jest to, że CSR kładzie nacisk na odpowiedzialność a CSV na 'tworzeniu wartości'. Przez koncepcje wspólnej wartości (*shared value*) autorzy rozumieją taką politykę i praktykę firm, które zwiększają konkurencyjność firmy, ale jednocześnie przyczyniają się do poprawy warunków gospodarczych i społecznych w społecznościach w których ta firma działa. Wspólne tworzenie wartości skupia się na identyfikacji i rozbudowie połączeń między postępem społecznym i gospodarczym. Jedyne komentarz jaki przeszedł mi do głowy po przeczytaniu tego fragmentu (jak i całego artykułu) to, że autorzy albo faktycznie nie rozumieją istoty kapitalizmu albo udają że nie rozumieją, bo tak wypada, bo tak jest politycznie poprawne, albo, bo tak jest po prostu obecnie modne.

W podobny sposób należałoby skomentować cały artykuł, akapit po akapicie. Niestety nie mamy na to miejsca. Autorzy słusznie przyznają, że kapitalizm „jest niezrównanym narzędziem realizacji potrzeb ludzkich, poprawy wydajności, tworzenia miejsc pracy i budowania bogactwa”. Dalej jednak piszą, że „wąska koncepcja kapitalizmu uniemożliwiła biznesowi wykorzystanie swojego pełnego potencjału, tak aby sprostać szerszym wyzwaniom stojącym przed społeczeństwem”. To jest właśnie 'ustawianie sobie chłopca do bicia', autorzy sami poznają, że w istocie mówią o 'wąskiej koncepcji kapitalizmu', koncepcji, która nie ma wiele wspólnego z prawdziwym kapitalizmem i jego prawdziwie moralnymi zasadami. Jeśli tak jest, to naprawdę trudno jest prowadzić jakąkolwiek dyskusję. Najgorsze jest to, że tezy tego typu 'trafiają pod strzechy' i krytyka 'wąskiej koncepcji kapitalizmu' uznawana jest powszechnie za krytykę kapitalizmu jako takiego. Stąd tylko krok do myślenia w kategoriach 'kapitalizm jest zły', 'kapitalizm trzeba zanegować', 'kapitalizm trzeba naprawić'. W istocie nie należy poprawiać kapitalizmu jako takiego, tylko należy poprawiać 'kapitalizm koleśków', 'kapitalizm wąsko rozumiany', 'kapitalizm kreatywny'.

Innowacje społeczne – pojęcie i definicje

Termin 'innowacje społeczne' robi wielką karierę od kilku lat, zarówno w Europie jak i w Stanach Zjednoczonych. Słusznie zauważyła, już w 2008 roku, zwolenniczka tej koncepcji Yvonne Roberts (Roberts, 2008), że „innowacje społeczne są nową globalną obsesją”. Dalej pisze, że „to może być mglista idea, ale ma ogromny potencjał”. Czy jest to idea faktycznie z ogromnym potencjałem? Trudno na razie wyrokować, mimo, że od czasu wyrażenia tej opinii upłynęło siedem lat. Jednakże zgodzić się trzeba z tym, że jest to bardzo popularna idea, ale jednocześnie idea bardzo mglista.

Innowacje społeczne rzadko przedstawiane są jako konkretna i jasno przedstawiana koncepcja. Zwykle określenie to używane jest jako rodzaj metafory opisowej w kontekście

zmian społecznych i technicznych. Poniżej przedstawimy różne definicje terminu ‘innowacja społeczna’ (przeгляд ten daleki jest od pełnego, ale wydaje się być reprezentatywnym).

Innowacje społeczne (rozumiane często jako ‘zmiana społeczna’ – o czym dyskutować będziemy przy okazji przedstawienia definicji innowacji społecznej) wspomniana została już w latach 1960. w pracach Peter Druckera i Michaela Younga (założyciela Uniwersytetu Otwartego i wielu innych organizacji, np. Young Foundation). Głębsze studia literaturowe (patrz np. Chambon, David, Devevey, 1982) wskazują, że również w pracach pisarzy francuskich w latach 1970. (np. Pierre Rosanvallon, Jacques Fournier i Jacques Attali) pojawia się idea innowacji społecznych. Wydaje mi się, że całkiem uzasadnioną tezą jest to, że działania, które obecnie nazywane są innowacjami społecznymi były obecne zawsze, choć nie zawsze były nazywane innowacjami społecznymi. Niech jako przykład posłuży nam działalność Benjamina Franklina, która wg. Michaela D. Mumforda (2002) nosi znamiona innowacji społecznych, ale w istocie dotyczy ona, w wielu przypadkach, zmian w organizacji społecznej, zmian które mogłyby pomóc w rozwiązaniu codziennych problemów. Mumford opisuje dziesięć ‘innowacji społecznych’ Benjamina Franklina, mianowicie: Kluby Gentelmana (w każdy piątkowy wieczór odbywało się spotkanie grupy gentelmanów, nazywających siebie *Junto*, na których po kolei każdy członek grupy miał obowiązek przedstawić ważny problem, czy zapytanie, odnośnie moralności, polityki, czy filozofii przyrody, które zostaną omówione przez całą grupę, a raz na trzy miesiące napisania i przeczytania własnego eseju na temat, który sam przedstawił), biblioteka z abonamentem (książki były drogie i były dobrem rzadkim, dlatego Franklin wymyślił system w którym każdy członek biblioteki wpłacał jakąś sumę pieniędzy, za które kupowano książki dostępne dla wszystkich uczestników), policja (finansowana z podatków), straż pożarna, waluta papierowa, chodniki i oświetlenie uliczne, Szpital w Filadelfii, powołanie branży poligraficznej, Uniwersytet w Pensylwanii, Plan z Albany (*The Albany Plan of Union*) – zaproponowany w 1754 roku Plan z Albany był pierwszą próbą zjednoczenia kolonii amerykańskich pod jednym rządem. Jak widzimy te propozycje ‘innowacji społecznych’ Mumforda w większości przypadków nie spełniają podstawowego wymogu definicyjnego innowacji (tzn. zastosowania po raz pierwszy pewnej idei w praktyce), są to raczej przykłady mniej lub bardziej radykalnych zmian społecznych w społeczeństwie amerykańskim. Propozycje Franklina były istotne dla rozwoju społeczeństwa amerykańskiego, ale w wielu przypadkach były one już stosowane wcześniej w innych krajach i społeczeństwach.

W podobnym duchu zmian społecznych (‘innowacji społecznych’) wypowiadało się wielu radykalnych XIX. wiecznych reformatorów jak Robert Owen, założyciel ruchu spółdzielczego, czy wielcy socjolodzy i ekonomiści tamtego czasu Karol Marks, Max Weber i Émile Durkheim.

Pierwsze instytucje w których podjęto badania nad problematyką innowacji społecznych powstały na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XXw. Przykładami są powstałe w 1986 roku w Montrealu (Kanada) *The Centre de recherche sur les innovations sociales* (Centrum Badań nad innowacjami społecznymi – CRISES; <http://www.crisis.uqam.ca/>) oraz powołane w 1990 roku w Wiedniu *Zentrum für Soziale Innovation* (Centrum badań nad innowacjami społecznymi – ZSI; <https://www.zsi.at/>). Liczba organizacji zajmujących się innowacjami społecznymi w różnych krajach zaczęła gwałtownie rosnać w pierwszej dekadzie XXI wieku, że dość wspomnieć Stany Zjednoczone (Stanford University w 2000), Kanadę (Toronto w 2004), Niemcy (Berlin, Institut für soziale Innovationen, w 2004; wcześniej w 1995 roku powstała firma konsultingowa Soziale Innovationen GmbH w Dortmundzie), Wielką Brytanię (Londyn w 2005), Holandię (2006), Australię (2008).

Jednym z pierwszych, którzy uznali, że należy rozróżnić innowacje techniczne od innowacji społecznych był socjolog William F. Ogburn. Jednakże jego rozumienie innowacji

społecznych było dosyć specyficzne. Uznawał on np. powstanie Ligi Narodów, rytuałów kulturowych, czy alfabetu za wynalazek społeczny (Ogburn, 1969, s. 56). We wcześniejszej publikacji (Ogburn, 1957) doceniał znaczenie innowacji społecznych, ale nadal uznawał, że to postęp techniczny napędza rozwój społeczny. W jego teorii dużą rolę odgrywa koncepcja ‘luki kulturowej’ (*cultural lag*). Przez którą rozumiał dystans pomiędzy rozwojem kulturowym i technicznym, który tworzy presję w kierunku nadrobienia zapóźnienia (*catch up*) w materialnych aspektach życia. Warto zauważyć, że Ogburn używał określenia ‘wynalazki techniczne’ a nie ‘wynalazki technologiczne’.

Ogólna definicja innowacji

Jak wspomnieliśmy na początku, badania nad innowacjami prowadzone były szczególnie intensywnie w drugiej połowie XX wieku. Jak zwykle w badaniach naukowych, samo pojęcie innowacji ewoluowało, od dosyć prostego do coraz bardziej złożonego, pełniejszego opisu, opisu coraz bliższego praktyki biznesowej. Obecnie pod pojęciem „innowacja”, rozumie się kompleks zjawisk i procesów obejmujących cały łańcuch powiązanych etapów od powstawanie samej idei, usprawnienia jakiegoś działania, do wdrażanie innowacji i jej rozprzestrzeniania. W analizie procesów innowacyjnych ogromną rolę odgrywa analiza efektywność ekonomicznej i społecznej. Już w latach 1960. i 1970. rozwijano bardzo intensywnie tego typu analizy, nazywając je ‘ocena wpływu technologii’ (ang. *Technology assessment*, niem. *Technikfolgenabschätzung*, franc. *évaluation des choix scientifiques et technologiques*) Zdaniem Petera Druckera (Drucker, 1992, s. 43) bodźcem do powstawania innowacji nie musi być wcale czynnik techniczny, często wystarczą obserwacje rynku, procesów demograficznych, postaw społecznych, itp.

Obecnie innowacje kojarzone są często z ogólnym pojęciem zmiany. Czy wynika to z coraz powszechniejszego uznawania innowacji za podstawowy czynnik zmian, postępu społecznego i gospodarczego? Warto być jednak świadomym, że istnieje daleko idące powiązanie pomiędzy tymi dwoma pojęciami, ale nie są one tożsame. Z pewnością możemy uznać, że zwykle innowacja jest przyczyną całego szeregu zmian w sferze technologicznej, gospodarczej i społecznej. Najczęściej innowację kojarzymy z pozytywnym aspektem zmiany. Jednakże nie każda zmiana jest innowacją.

Współcześnie o zmianie najczęściej mówi się w kontekście zmian organizacyjnych, w teorii zarządzania. Bardzo intensywnie rozwijana jest dyscyplina, którą nazywa się ‘zarządzanie zmianą’. W jednym z najbardziej popularnych podręczników teorii zarządzania (Griffin, 2005, s. 392) zmianę charakteryzuje się jako każdą istotną modyfikację jakiejś części w ramach wyróżnionej całości. W bardziej filozoficznym i prakseologicznym ujęciu za zmianę uznać można zdarzenie, w wyniku którego stan końcowy jest odmienny od stanu początkowego (Pszczółkowski, 1978, s. 298). Natomiast socjolog Andrzej Zajązkowski (1993), uznaje, że „przez zmianę rozumie się pewien nowy stan rzeczy”. W kontekście ‘zarządzanie zmianą’ Roman Went, (2010, s. 11) uznaje, że jest to planowana i kontrolowana modyfikacja sposobu funkcjonowania organizacji, będąca reakcją na przewidywane, bądź też zachodzące przeobrażenia w otoczeniu, mająca za zadanie podniesienie poziomu konkurencyjności i efektywności tejże organizacji. Wanda Błaszczuk (1999) zwraca uwagę na inny, wartościujący element zmiany, pisze ona mianowicie, że „Zmiana to wszelkie przekształcenie stanu rzeczy. Pojęcie to nie zawiera w swej treści elementu wartościującego, może być zatem używane zarówno w opisie zjawisk przekształcających pozytywnie istniejący stan rzeczy (działający na rzecz jego rozwoju), oddziałujących na ten stan negatywnie lub mających dla danego stanu rzeczy walor obojętny”.

Piszemy sporo na temat zmiany, przede wszystkim dlatego by wskazać (o czym będziemy dokładniej pisać później), że ‘innowacja społeczna’ ma więcej wspólnego z pojęciem

pozytywnej zmiany społecznej, aniżeli innowacji w ujęciu tradycyjnym. Podstawową cechą innowacji jest to, że może być uznana za zmianę, ale bardzo specyficzną, mianowicie powiązana z nowością, z czymś co wcześniej nie istniało, z pierwszym zastosowaniem idei, mającej na celu zmiany korzystne.

Burzliwe zmiany otoczenia wymuszają na organizacjach działania przedsiębiorcze i innowacyjne. Już kilkadziesiąt lat temu Peters i Hisrich (1978, s. 9) identyfikując pięć źródeł nowych idei, zauważyli, że cztery z nich dotyczą otoczenia:

- konsumenci – ciągłe monitorowanie rynku i „nasłuchiwanie” wygłaszanych na nim opinii konsumentów;
- istniejące przedsiębiorstwa – stała ocena produktów i porównywanie z towarami konkurencyjnymi, komplementarnymi i substytucyjnymi;
- kanały dystrybucji – ludzie pracujący bezpośrednio przy dystrybucji są najbliżej rynku i są najlepiej poinformowani o jego potrzebach;
- decyzje rządowe – nowe wymagania rządowe i dostosowywanie się do nich przez inne podmioty rynku;
- badania i rozwój – źródło największej ilości pomysłów, powstałe dzięki wielkim ośrodkom badawczym, jednak najczęściej zrealizowane dzięki drobnym przedsiębiorcom.

Także Peter Drucker, jeden z największych specjalistów od ‘praktyki zarządzania’ zwraca uwagę, że należy „w systematyczny sposób analizować i badać wszystkie źródła okazji do innowacji. Nie wystarczy być na nie wyczulonym. Poszukiwanie trzeba zorganizować i przeprowadzić w regularny systematyczny sposób” (Drucker, 1992, s. 149). Zwraca on uwagę, że poza tradycyjnymi badaniami istnieje wiele innych źródeł innowacji. Warto zauważyć, że w jego liście siedmiu źródeł innowacji, tradycyjne badania naukowe usytuował on na końcu. Pozostałe sześć często okazują się znacznie korzystniejsze dla firm i dla społeczeństwa, zwłaszcza jeśli chodzi o stale (ciągłe) wdrażane innowacje gradualne (drobne, stopniowe usprawnienia). Pierwsze cztery źródła znajdują się wewnątrz każdej organizacji, niezależnie czy będzie nią przedsiębiorstwo, czy instytucja użyteczności publicznej, przemysł czy sektor usług. Są dostrzegalne przede wszystkim dla ludzi znajdujących się w danej organizacji. Drugi zbiór źródeł składa się z trzech elementów związanych ze zmianami w otoczeniu przedsiębiorstwa czy przemysłu. W ujęciu Druckera (1992, 44-45), takimi źródłami innowacji są:

- nieoczekiwane powodzenie, nieoczekiwane niepowodzenie, nieoczekiwane zdarzenie wewnętrzne;
- niezgodność między rzeczywistością a wyobrażeniami o niej jest symptomem zmiany, która się wydarzyła, bądź którą można spowodować;
- innowacje wynikające z potrzeb procesu;
- zmiany w strukturze przemysłu lub strukturze rynku, które wszystkich zaskakują;
- demografia – zmiany w populacji;
- zmiany w postrzeganiu, nastrojach, wartościach;
- nowa wiedza, zarówno ta w dziedzinie nauk ścisłych, jak i innych.

Każde z podanych wyżej źródeł wymaga odrębnej analizy (co Drucker czyni na łamach swojej książki), gdyż każde z nich ma własne specyficzne cechy. Nie można jednak wyraźnie w pełni określić, który z nich jest ważniejszy czy bardziej efektywny od innego. Granice między tymi siedmioma obszarami są nieostre i wzajemnie na siebie zachodzą. Drucker nazywa je nawet „siedmioma oknami, z których każde znajduje się z innej strony tego samego budynku”.

Wspomnieliśmy o tym, że to Joseph Schumpeter na początku XX wieku zainicjował intensywne badania nad procesami innowacyjnymi, dlatego warto też zacytować jego rozumienie innowacji, tym bardziej, że często ta schumpeterowska definicja jest punktem wyjścia dla definicji proponowanych przez innych badaczy. Schumpeter w wielu swoich publikacjach twierdził, że rozwój gospodarczy jest stymulowany przez innowacje w dynamicznym procesie, w którym nowe technologie zastępują stare. Proces ten nazwał „kreatywną destrukcją”. Zdaniem Schumpetera „radikalne” innowacje prowadzą do wielkich destrukcyjnych zmian, natomiast innowacje ‘przyrostowe’ (gradualne) nieustannie popychają proces zmian w kierunku dobrobytu społecznego. Schumpeter w ramach swojej teorii wyróżnił sześć typów innowacji (Schumpeter, 1960, s. 60):

- wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub też udoskonalenie dotychczas istniejących, takich, z jakimi konsumenci nie są jeszcze obeznani, lub nowych gatunków jakiegoś towaru;
- wprowadzenie nowej lub udoskonalonej metody produkcji, to jest metody jeszcze nie wypróbowanej praktycznie w danej gałęzi przemysłu. Metoda ta może nie polegać na nowym wynalazku naukowym, ale np. na nowym handlowym sposobie postępowania z jakimś towarem;
- otwarcie nowego rynku zbytu, tzn. rynku, na którym dana gałąź przemysłu danego kraju nie była uprzednio wprowadzona, bez względu na to, czy rynek ten istniał przedtem czy też nie istniał;
- zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów;
- zastosowanie nowych źródeł surowców lub półfabrykatów, niezależnie od tego, czy źródło to już istniało, czy też musiało być też dopiero stworzone;
- wprowadzenie nowej organizacji produkcji; stworzenie nowych struktur rynkowych w ramach danego rodzaju działalności np. stworzenie sytuacji monopolistycznej lub złamanie pozycji monopolistycznej.

Innowacja według Schumpetera, jest czynnikiem, który trwale wytrąca gospodarkę z równowagi. Kluczem do dokonania zmiany w gospodarce będącej w stanie równowagi są nowe kombinacje czynników produkcji. Efektem zmiany jest osiągnięcie stanu „twórczego zniszczenia” (kreatywnej destrukcji), który na stałe zmienia i przesuwa poprzednio istniejący stan równowagi układu gospodarczego.

Wszelkie możliwe do przeprowadzenia zmiany i modyfikacje, można sklasyfikować ze względu na ich charakter i zakres czasowy. Schumpeter zaproponował specyficzną koncepcję czasowej sekwencji procesem innowacyjnym, w postaci trójpodziału, określanego często „triadą Schumpetera”, lub ‘trzech i’:

1. inwencja, wynalazek (*invention*);
2. innowacja (*innovation*);
3. imitacja, naśladownictwo (*imitation*);⁶

⁶ Wydaje mi się, że należałoby uzupełnić propozycję Schumpetera i w istocie powinniśmy mówić o ‘czterech i’. Jak pokazuje doświadczenie ostatnich 200 lat, każda innowacja (a szczególnie innowacja radykalna, rewolucyjna) powoduje konieczność poszukiwania kolejnych wynalazków i wprowadzania kolejnych innowacji, których wcześniej nie uświadamialiśmy sobie i które nie były potrzebne przed rozprzestrzenieniem się tej innowacji. To czwarte ‘i’ proponuję nazwać *indukcją*, jako, że każda innowacja indukuje potrzebę, a nawet konieczność, pojawiania się kolejnych innowacji. Pomyślmy np. jak bardzo zmiany technologiczne były indukowane przez takie innowacje jak samochód, samolot, komputer, czy obecnie przez internet.

Wynalazek (inwencja) to wszelkiego rodzaju nowy element w kulturze, który ma charakter materialny i niematerialny, to nowe idee, pomysły i rozwiązania, przejaw twórczości człowieka, który nie ma jeszcze praktycznego zastosowania i jest niemierzalny z ekonomicznego punktu widzenia. Innowacja natomiast jest już przystosowaną do celów praktycznych inwencją (wynalazkiem). Mogą to być różnego rodzaju rozwiązania techniczne lub nietechniczne, mające walory nowości i oryginalności. Skutkiem zastosowania innowacji w procesie produkcji jest postęp technologiczny. Próby mające na celu upowszechnienie innowacji, poprzez adaptacje, dyfuzję, nazywamy procesami naśladownictwa (imitacji, dyfuzji). Zmiany o charakterze wynalazczym lub naśladowczym mają charakter ciągły, natomiast innowacje to zmiany o typowo nieciągłym charakterze, stąd ich wyjątkowość. Ta nieciągłość może przyjmować charakter zmian radykalnych, rewolucyjnych, ale może mieć też charakter 'małych, drobnych kroków' w rozwoju technologicznym.

Możemy zatem powiedzieć, że w już klasycznym ujęciu za przejaw działalności innowacyjnej uważa się wszelkiego rodzaju działania organizacyjne, naukowe, techniczne, społeczne, które sprzyjają sprawnemu przebiegowi procesu innowacyjnego.

Innowacje społeczne

Peter Drucker (1992, s. 153) zauważa, że „innowacja musi zatem być zawsze blisko rynku, orientować się na rynek, a w istocie być przez niego inspirowana” i zwraca uwagę, że sukces firmy coraz bardziej zależy od tzw. systematycznej innowacji, która „polega na celowym i zorganizowanym poszukiwaniu zmian i na systematycznej analizie okazji do społecznej lub gospodarczej innowacji, którą taka zmiana mogłaby umożliwić” (Drucker, 1992, s. 43-44). Jednocześnie opisuje on innowacje społeczne jako niemające charakteru technicznego „zmienianie wartości i zadowolenia uzyskiwanego z zasobów przez konsumenta” i mające „dużo większe znaczenie niż lokomotywy parowe czy telegraf” (Drucker, 1992, s. 41). Jako przykład innowacji społecznych Drucker podaje upowszechnienie się w Niemczech w XIX wieku koncepcji mistrza – wysoko wykwalifikowanego, poważnego i starszego pracownika, prowadzącego zakład z dużą niezależnością oraz związany z tym system szkolenia zawodowego łączącego naukę z praktyką. Innymi innowacjami społecznymi są dla Petera Druckera utworzone w Japonii w XIX wieku szkoły i uniwersytety, urzędy państwowe, banki i rozwinięte stosunki pracy oparte na japońskiej tradycji i kulturze, a jednocześnie przygotowane do adaptacji innowacji technicznych, mających swoje źródło w kulturze zachodniej. Ten styl działania stał się podstawą sukcesu Japonii po drugiej wojnie światowej.

Możemy zatem zadać pytanie czym jest innowacja społeczna, jak ją zdefiniować i czym różni się ona od tradycyjnego rozumienia innowacji? Pytanie jest o tyle zasadne, że współcześnie termin 'innowacja społeczna' jest na ustach zarówno polityków, naukowców, jak i tzw. zwykłego obywatela. Tak jak wspomnieliśmy, w istocie nie jest to pojęcie nowe, jeśli rozumiemy przez nie działanie, które ma na celu rozwiązanie palących problemów społecznych. Wiele czynników (zwłaszcza ze sfery polityki) przyczyniło się do tego, że obecnie stało się ono modne i uznawane niekiedy jako swego rodzaju panaceum na wszelkiego rodzaju 'bólaczki społeczne'.

Trzeba od razu na początku tego przeglądu różnych definicji 'innowacji społecznych' powiedzieć, że obecnie nie ma pełnej zgody co do definicyjnego rozumienia terminu 'innowacje społeczne'. Istnieje szereg definicji i interpretacji w których dużą rolę odgrywają zarówno niuanse językowe, jak i różne tradycje społeczne, gospodarcze i kulturowe.

We wstępie do opublikowanego przez Komisję Europejską *Przewodnika po innowacjach społecznych* (Guide to social innovation, 2013) członkowie tej Komisji, Johannes Hahn i Laszlo Andor określają innowacje społeczne jako „innowacje, które są zarówno społeczne w ich celach i jak i w środkach, pozostając otwartymi na zróżnicowanie terytorialne, kulturalne itp. Społeczne w sensie zarówno procesu jak i celów społecznych i socjalnych, które każdy

chciałby osiągnąć. Innowacje społeczne są obecne w szeregu inicjatyw politycznych Komisji Europejskiej: Europejski program walki z ubóstwem i wykluczeniem społecznym, Unia innowacji, Inicjatywa na rzecz przedsiębiorczości społecznej, Pakiety zatrudnienia i inwestycji socjalnych, Agenda Cyfrowa, nowa polityka przemysłowa, Partnerstwo na rzecz innowacji dla aktywnego i zdrowego starzenia się, oraz Polityka spójności”.

We wspomnianym ‘Przewodniku po innowacjach społecznych’ innowacje te określa się jako „rozwój i wdrażanie nowych pomysłów (produkty, usługi i modele) w celu spełnienia potrzeb społecznych i tworzenia nowych relacji społecznych i współpracy”. Innowacje te mają być „odpowiedzią na naglące potrzeby społeczne, które mają wpływ na proces interakcji społecznych”. Podstawowym celem wprowadzania innowacji społecznych jest „poprawa dobrobytu ludzi”. Innowacje te z założenia „są tylko dobre dla społeczeństwa, ale także zwiększają zdolności ludzi do działania”. W zamyśle Unii Europejskiej opierają się one na „pomysłowość obywateli, organizacjach społeczeństwa obywatelskiego, społecznościach lokalnych, przedsiębiorcach i urzędnikach państwowych”. Mają one stwarzać okazje zarówno dla sektora publicznego jak i dla rynków, dzięki czemu „produkty i usługi będą lepiej spełniać indywidualne, ale również zbiorowe aspiracje”. W tym, jak i w wielu innych dokumentach Unii Europejskiej podkreśla się, że stymulowanie innowacyjności, przedsiębiorczości i rozwoju społeczeństwa opartego na wiedzy jest w centrum strategii *Europa 2020*.

W rozumieniu UE, innowacje społeczne odnoszą się do całego procesu, w którym „nowe odpowiedzi na potrzeby społeczne zostały wypracowane w celu dostarczenia lepszych rezultatów społecznych”. Proces ten składa się z czterech głównych elementów, mianowicie identyfikacji nowych, niezaspokojonych, lub niedostatecznie spełnionych potrzeb społecznych; rozwoju nowych rozwiązań w odpowiedzi na te potrzeby społeczne; oceny skuteczności nowych rozwiązań w zaspokojeniu potrzeb społecznych; oraz tzw. skalowania skutecznych innowacji społecznych (Guide to social innovation, 2013).

W dużej liczbie definicji pojawia się motyw, że innowacje społeczne są tymi, które odpowiadają na społeczne potrzeby, które nie są tradycyjnie zaspokajane przez rynek lub istniejące instytucje i są skierowane do słabszych grup w społeczeństwie (patrz np. raport *Empowering people, driving change*, 2011 – raport opracowany przez Bureau of European Policy Advisors).

Podobnie Kesselring i Leitner (2008, s. 21) podkreślają, że innowacje społeczne ‘z definicji’ nie powinny być oceniane na podstawie kryteriów ekonomicznych. Uznają oni, że w przeciwieństwie do innowacji technicznych, innowacje społeczne o wiele bardziej odnoszą się do systemu wartości i nie są, w dużym stopniu, zorientowane na ekonomicznej użyteczności (s. 22). Co interesujące, dodają (s. 25), że o innowacji społecznej można mówić tylko wtedy, gdy wdrażany jest pomysł na rozwiązanie problemu społecznego.

OECD wyróżnia innowacje społeczne jako odmienne od innowacji gospodarczych (patrz np. Committee for Scientific and Technological Policy (CSTP), *Fostering Innovation to Address Social Challenges*, OECD, Paris, 2011). Podobnie, zdaniem ekspertów OECD, powodem tego wyróżnienia jest to, że innowacje społeczne „nie odnoszą się do wprowadzenie nowych rodzajów produkcji lub wykorzystywania nowych rynków ze względu na ich wykorzystanie [dla zysku], ale ich głównym celem jest zaspokojenie nowych potrzeb, nie dostarczanych przez rynek (nawet jeśli rynki interweniują później) lub tworzenie nowych, bardziej satysfakcjonujących sposobów aktywizacji, dając ludziom miejsca pracy i zmieniając ich role w procesie produkcji”. Według tych ekspertów „zasadnicza różnica jest taka, że innowacje społeczne stanowią okazję do poprawy dobrobytu jednostek i społeczności poprzez zatrudnienie, konsumpcję lub udział, tak by zapewniała ona rozwiązanie problemów indywidualnych i zbiorowych. Wydaje się więc, że innowacje społeczne i rozwój lokalny, mogą być uważane za powiązane. Mogą istnieć inne kanały dla innowacji społecznych, ale większość z nich wymaga bardzo zindywidualizowany i kompleksowego podejścia, które

będzie jednak warunkowane zarówno stanem rozwoju lokalnego jak i mieć na niego wpływ”. Ponadto stwierdzają oni, że „innowacje społeczne szukają nowych odpowiedzi na problemy społeczne poprzez: identyfikację i dostarczanie nowych usług, które poprawiają jakość życia osób i wspólnot” i pozwalają na „opracowanie i wdrożenie nowych procesów integracji na rynku pracy, nowych umiejętności, nowych miejsc pracy, nowych form uczestnictwa, jako różnorodnych elementów, które każdy przyczynia się do poprawy sytuacji osób na rynku pracy”.

Inne cechy systemu innowacji społecznych na które zwraca się uwagę to: otwarty a nie zamknięty ich charakter (jeśli chodzi o dzielenie się wiedzą oraz posiadanie wiedzy); wielodyscyplinarność i bardziej zintegrowany niż ‘tradycyjne innowacje’; partycypacyjny, z dużym udziałem obywateli i użytkowników; napędzany przez popyt a nie przez podaż; skrojony na indywidualne potrzeby, a nie skupiony na masowej produkcji.

Dobry przegląd istniejących definicji innowacji społecznych dokonany został w raporcie projektu badawczego finansowego w ramach 7. Programu Ramowego UE, *The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe (TEPSIE)* (Caulier-Grice, Davies, Patrick, Norman, 2012), W programie tym uczestniczy Wrocławskie Centrum Badań EIT+. W raporcie tym zaproponowana została też własna definicja innowacji społecznej, użyteczna w projekcie TEPSIE, którą przedstawimy na końcu tego przeglądu definicji innowacji społecznych.

Na początku raportu zwrócono uwagę, że niektóre definicje są bardzo specyficzne i nie obejmują wielu przykładów innowacji społecznych (zwłaszcza tych, które pochodzą z rynku), natomiast inne definicje są tak szerokie, że odnoszą się one do projektów i organizacji, które nie są szczególnie innowacyjne, nawet jeśli mają wyraźny aspekt społeczny. Częściowo wynika to z tego, że innowacje społeczne są raczej praktycznymi aspektami codziennego życia – definicje i rozumienie innowacji społecznych wynikają raczej z potrzeby ludzi zaangażowanych w robienie rzeczy w inny sposób niż dotychczasowa praktyka, a nie z dyskursu akademickiego. Nie dziwi więc, że mogą występować różnice definicyjne i znaczeniowe, ponieważ praktyka tych innowacji wygląda inaczej w różnych sektorach. Innowacje społeczne będą miały inną formę na wiejskich obszarach Indii, w transformującej się Polsce, czy miejskich obszarach południowo-wschodniej Anglii.

Paradoksalnie ten brak jasności i precyzji może mieć też pozytywne aspekty. Otwartość na różne interpretacje może być jedną z przyczyn, tego, że tak wiele organizacji i zróżnicowanych środowisk, zaangażowanych jest w próby zmieniania codziennej, lokalnej i globalnej gospodarki. Jednak warto być świadomym, że kiedy dziedzina innowacji społecznych rozwine się i osiągnie status aktywności dojrzałej, to wspólna definicja może okazać się niezbędna.

Na odbytym w 2009 roku specjalnym panelu ekspertów (Reinvent Europe through innovation, 2009) zaapelowano, że po to by „pokonać ważne wyzwania społeczne” konieczne jest poszerzenie koncepcji innowacji i uznanie, że działania proinnowacyjne powinny objąć zarówno tradycyjne innowacje biznesowe oraz innowacje społeczne. W tym sensie wspieranie innowacji społecznych może być uznane za reakcję na zbytne skupianie się na aspektach technicznych i biznesowych w badaniach, praktyce i polityce innowacyjnej.

Przegląd literatury (patrz np. Nicholls, Murdock, 2012; Caulier-Grice, Davies, Patrick, Norman, 2012) wskazuje że innowacji społecznych pojawiają się w kontekście pięciu obszarów, mianowicie:

- transformacja społeczna (rola społeczeństwa obywatelskiego w procesie przemian społecznych i rola ekonomii społecznej i przedsiębiorców społecznych w realizacji wzrostu gospodarczego i integracji społecznej; rola biznesu w zmianie społecznej - społeczna odpowiedzialność biznesu i rola przedsiębiorstw w prowadzeniu kolejnej

fali innowacji i produktywności poprzez skupienie się na ‘społecznych’ dziedzinach takich jak edukacja, czy opieka zdrowotna);

- model zarządzania organizacją (budowanie strategii biznesowych obejmujących zmiany w kapitałach ludzkim, instytucjonalnym i społecznym, które prowadzą do poprawy sprawności organizacyjnej i poprawy konkurencyjności; restrukturyzacja organizacyjna, modernizacja stosunków przemysłowych oraz poprawa zarządzania zasobami ludzkimi; zarządzania non-profit);
- przedsiębiorczość społeczna (rozwój nowych i innowacyjnych sposobów pokonywania trudnych wyzwań społecznych poprzez zaangażowanie przedsiębiorców ‘wrażliwych społecznie’. Przedsiębiorstwa społeczne są przede wszystkim przedsiębiorstwa z celami społecznymi, których nadwyżki są reinwestowane w to przedsięwzięcie).
- rozwój nowych produktów, usług i programów (zaspokajających potrzeby społeczne, innowacje w sektorze publicznym i świadczenia usług publicznych przez przedsiębiorstwa społeczne i organizacje społeczeństwa obywatelskiego; świadczenie usług publicznych i innych środków redystrybucji, w kierunku oszczędności budżetowych w państwie dobrobytu)
- model zarządzania (*governance*), wzmocnienia pozycji i zwiększenia zdolności instytucji społecznych (poprawa wzajemnych relacji między różnymi podmiotami społecznymi, poprawa umiejętności, kompetencji, kapitału społecznego wśród aktorów życia społecznego zaangażowanych w rozwój i realizację programów i strategii społecznych i gospodarczych).

W opiniotwórczym *Stanford Social Innovation Review*, Phills, Deiglmeier i Miller (2008) definiują innowację społeczną jako „nowe rozwiązanie problemu społecznego, które jest wydajniejsze, skuteczniejsze, trwalsze, czy sprawiedliwsze od istniejących rozwiązań, a korzyści z tej innowacji przypadają przede wszystkim społeczeństwu jako całości, a nie osobom prywatnym”. Definicja ta jest bardzo szeroka i pojemna, wiele działań ze sfery publicznej (jak np. poprawa funkcjonowania szkół publicznych, czy infrastruktury transportowej) mogą być zaliczone do kategorii innowacji społecznych. Jak jednak określić „korzyści dla całego społeczeństwa” i „korzyści prywatne”? W jakim horyzoncie czasowym to mierzyć (lat, dekad, pokoleń)? Co to znaczy, że innowacja jest ‘sprawiedliwsza’? To nie jedyne wątpliwości jakie można mieć przy tej, jak i przy innych, definicjach innowacji społecznej.

W definicji zaproponowanej przez ekonomistów Eduardo Pol i Simon Ville (2008) użyto określenia, że innowacja może być uznana za społeczną jeśli „ten nowy pomysł ma potencjał, aby poprawić zarówno jakość lub ilość życia” (“*if the implied new idea has the potential to improve either the quality or the quantity of life*”). Rozróżniają oni pomiędzy mikro-jakością życia (jakość życia w odniesieniu do poszczególnych osób) i makro-jakością życia (jakość życia w stosunku do grupy osób). Pol i Ville twierdzą, że przykładami innowacji, które pasują do tej definicji, to lepsze wykształcenie, lepsza jakość środowiska i większa oczekiwana długości życia. Jednakże i tu rodzą się wątpliwości, jak mierzyć te ‘jakości i ilości życia’? Jakie są relacje pomiędzy ‘mikro- i makro- jakością życia’?

Generalnie możemy powiedzieć, że w ogromnej liczbie definicji innowacji społecznej odkreśla się, że dotyczą one niezaspokojonych potrzeby lub nierozwiązanych wyzwań społecznych. Pojawiają się tam frazy takie jak ‘projektowanie i wdrażanie lepszych sposobów realizacji potrzeb społecznych’, ‘nowe pomysły, które działają w celu spełnienia ważnych, niezaspokojonych potrzeb’, ‘nowe pomysły, które rozwiązują istniejące społeczne, kulturowe, ekonomiczne i środowiskowe wyzwania dla dobra ludzi i planety’, ‘innowacja społeczna to idea, która działa dla dobra publicznego’.

Frances Westley (2008) uważa, że problematyka integracji społecznej, witalności społeczno-ekologicznej i innowacji społecznych są ściśle ze sobą powiązane. Westley (2008) definiuje innowacje społeczne jako „inicjatywa, produkt, proces lub program, które głęboko zmieniają podstawowe rutyny, zasoby, wpływ autorytetów czy powszechnych wierzeń funkcjonujących w każdym systemie społecznym. Udałe innowacje społeczne mają charakter trwałego i szerokiego wpływu [na funkcjonowanie społeczeństwa] . . . Zdolność każdego społeczeństwa, aby stworzyć stały napływ innowacji społecznych, zwłaszcza tych, które stymulują aktywność ‘wykluczonych’, jest ważnym czynnikiem przyczyniającym się do zwiększenia ogólnej odporności (*resilience*) społecznej i ekologicznej”. Pogląd Westley’a o tym, że innowacje społeczne powinny dotyczyć głównie rozwiązywania problemów ekologicznych oraz ludzi ‘wykluczonych’ (biednych, bezdomnych, bezrobotnych, ...) jest częstym motywem definicji innowacji społecznych. Pytanie, które nasuwa się liberałowi w tym momencie jest czy problemów tych nie należałoby rozwiązywać na wyższym poziomie, tzn. zmiany systemu społeczno-gospodarczego na pro-rynkowy, pro-kapitalistyczny, znacznie efektywniej wyzwalaający aktywność człowieka, a nie poprzez interwencjonizm polityczno-państwowy?

Frank Moulaert, Flavia Martinelli, Erik Swyngedouw i Sara Gonzalez (2005) w artykule o roli i znaczenia innowacji społecznych w zarządzaniu społecznościami miejskimi, w rozwoju społeczno-gospodarczym i generalnie zarządzaniu na poziomie lokalnym, uznają, że „innowacja społeczna jest zależna od przeszłości i kontekstu historycznego (*path-dependent and contextual*). Odnosi się ona do zmian w programach i instytucjach, które prowadzą do lepszej integracji grup i jednostek wykluczonych w różnych sferach życia społecznego w różnych skalach przestrzennych. ... Innowacje społeczne odnoszą się w bardzo dużym stopniu do innowacji procesu - tj. zmiany dynamiki stosunków społecznych, w tym stosunków władzy. ... innowacja społeczna związana jest ściśle z procesami integracji społecznej, ale także z przeciwstawianiem się i przewyższaniem tendencjom konserwatywnym, które sprzyjają wzmocnieniu lub utrzymaniu sytuacji wykluczeń społecznych. ... Dlatego innowacja społeczna wyraźnie odnosi się do etycznej sprawiedliwości społecznej. Ten aspekt etyczny jest oczywiście przedmiotem różnych interpretacji i w praktyce często jest wynikiem przyjętych konstrukcji społecznej”. Znowu można zadać pytanie, na ile takie rozumienie innowacji społecznej jest tożsame z rozumieniem zmiany społecznej, a nie innowacji jako takiej?

Tak jak wspomnieliśmy, w ramach projektu TEPSIE (*The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe*) podjęto próbę zdefiniowania czym jest innowacja społeczna (Caulier-Grice, Davies, Patrick, Norman, 2012). Definicja ta ma z jednej strony służyć wszystkim partnerom w kolejnych etapach prac TEPSIE, ale jednocześnie może być użyteczna jako swego rodzaju podsumowanie doczasowych prób definicji innowacji społecznej. W definicji tej uwzględniono postulaty wcześniejszych definicji w których podkreślano, że innowacja społeczna odnosi się do produktu (sposobu zaspokojenie potrzeb społecznych), procesu (poprawy relacji i możliwości oraz użycia zasobów i środków w nowy sposób) i upodmiotowienia społeczeństwa (zwiększenia zdolności społeczeństwa do działania).

Zatem w projekcie TEPSIE przez innowacje społeczne rozumie się nowe rozwiązania (odnoszące się do produktów, usług, modeli, rynków, procesów, itp.), które jednocześnie spełniają społeczną potrzebę (skuteczniej niż istniejące rozwiązania) i doprowadzają do nowych lub ulepszonych funkcji i relacji, oraz lepszego wykorzystania środków i zasobów. Innymi słowy, innowacje społeczne są dobre dla społeczeństwa, jak i zwiększają zdolność społeczeństwa do działania.

Wprawdzie nie uniknięto w tej definicji naszych wcześniejszych zastrzeżeń nieoperacyjności (niemierzalności; np. jak mierzyć poziom ‘spełnienia potrzeby społecznej’?

Co to znaczy, że są dobra dla społeczeństwa? W jakiej perspektywie czasowej?), ale zasługuje ona na uwagę, bo skupia się na elementach nowości, oryginalności. Ma ona więcej wspólnego z klasyczną definicją innowacji niż z definicją zmiany.

Definicja ta uzupełniona jest dyskusją na temat pięciu rdzennych elementów innowacji społecznej (*core elements*) oraz ośmiu wspólnych cech innowacji społecznej (*common features*).

Następujących pięć elementów rdzennych powinno być obecnych by dana praktyka uznana mogłaby być, jako społecznie innowacyjna:

- nowość
- od pomysłu do realizacji
- skuteczność
- spełnienie potrzeby społecznej
- poprawia zdolność społeczeństwa do działania

Nowość

Innowacje społeczne nie muszą być całkowicie oryginalna i wyjątkowa. Jednak muszą być nowe w pewnym zakresie, tak by móc je zakwalifikować jako innowacje społeczne – muszą spełniać cechy nowości w jakiejś dziedzinie, branży, regionu, rynku lub użytkownika, albo są stosowane w nowy sposób.

Od pomysłu do realizacji

Innowacja pociąga za sobą praktyczne zastosowanie lub realizację nowego pomysłu (idei). W tym względzie widać tutaj wpływ idei Josepha Schumpetera (wspomniana triada Schumpetera – wynalazek, innowacja, naśladownictwo). Niektóre wynalazki prowadzą do innowacji, ale najczęściej tak nie jest. Niektóre innowacje są szeroko rozpowszechnione, a wiele nie, w niektórych przypadkach trudno jest odróżnić wynalazek od innowacji. W przypadku wielu innowacji istnieje znaczne opóźnienie między momentem dokonania wynalazku i innowacji. Zaproponowana definicja innowacji społecznych obejmuje te ogólne cechy innowacji (o czym wcześniej pisaliśmy).

Skuteczność

Jak każda innowacja, tak innowacje społeczne powinny być skuteczniejsze, efektywniejsze niż istniejące rozwiązania. Może to dotyczyć jakości, poziomu satysfakcji z obsługi, szybkości rozprzestrzeniania się (dyfuzji), zmniejszenia kosztów lub wpływu na wzrost zadowolenia społecznego jak np. poprawa samopoczucia i większa spójność społeczna. Wymaga to od innowatorów społecznych zdolności określenia wpływ ich inicjatywy na funkcjonowanie grupie docelowej lub całego społeczeństwa. Ta ocena może przyjmować postać mierzalnych rezultatów (np. zmniejszenie liczby recydywistów), ale może mieć także charakter jakościowy (np. wzrost zaufania i poczucia własnej wartości u młodych ludzi, lub zmniejszenie poczucia izolacji w domu opieki społecznej). Te oceny skuteczności może być związane z systemem wartości społecznych, które innowacja ma na celu poprawić; na przykład zmniejszenie izolacji osób starszych jest oceniane jako pożądany wynik, w oparciu o wartości społeczne, które podkreślają znaczenie godności i dobrego samopoczucia.

Spełnienie potrzeby społecznej

Jedną z wyróżniających cech innowacji społecznej jest to, że została ona wyraźnie wprowadzona w celu spełnienia potrzeby społecznej. Warto jednak podkreślić, że, to, co określa się jako uznaną potrzebą społeczną ma charakter kontekstowy, uzależnione jest od aktualnego etapu rozwoju społecznego i często jest przedmiotem wielu dyskusji i debat. W

TEPSIE zdecydowano się na wykorzystanie teorii potrzeb zaprezentowanych w (Doyal, Gough, 1991) - potrzeby społeczne to rzeczy, które, kiedy jeśli nie zostaną zaspokojone, „mogą powodować poważne szkody lub społecznie rozpoznawalne cierpienie”. Potrzeby społeczne są przydatniejszą perspektywą w określaniu innowacji społecznych aniżeli analiza społeczna poprzez pryzmat problemów, ubóstwo, prawa, nierówność, niedostatek. To dlatego, że potrzeby społeczne (w przeciwieństwie do problemów społecznych) nie stygmatyzują - zaspokajanie potrzeb jest kluczem do wzrostu dobrobytu ludzi, świadomość potrzeby jest również istotnym elementem bycia człowiekiem. Skupienie się na potrzebach, a nie np. na prawach, ma tę zaletę, że potrzeby są często osobiste i w wielu przypadkach są zaspokajane przez przyjaciół i rodzinę, a nie państwo, rząd, czy organizacje typu non-profit. Podkreślanie takich elementów jak ubóstwo, bieda (co z reguły związane jest z aspektami materialnego bogactwa, czy dobrobytu) powoduje, że przeocza się to w jaki sposób ludzie są w stanie wykorzystać dostępne zasoby by uzyskać pożądane wyniki. Natomiast, zrozumienie istnienia i dynamiki niespełnienia potrzeb może pomóc w identyfikacji pożądanej strategii i określeniu podejścia ludzi do poszukiwania nowych i lepszych sposobów, tak aby spełnić te potrzeby.

Poprawia zdolność społeczeństwa do działania

Proces innowacji społecznych powinien zwiększać zdolność społeczeństwa do działania m.in. poprzez tworzenie nowych ról i relacji, rozwój dostępnych zasobów i możliwości lepszego wykorzystania zasobów i środków. Proces innowacji społecznych często pociągają za sobą zmiany w relacjach społecznych, w szczególności w zakresie zarządzania i zwiększenia udziału grup społecznych narażonych na zmarginalizowanych lub dotychczas niedostatecznie reprezentowanych. W tym sensie, innowacje społeczne wymagają zmian w relacjach władzy i zwiększenia potencjału społeczno-politycznego i zwiększenia dostępu do zasobów przez beneficjentów – dzięki czemu możliwe jest lepsze zaspokajanie ich potrzeb. W opinii wielu osób zaangażowanych w badanie procesów innowacji społecznych, jest to jeden z najbardziej niedostatecznie zbadanych i wymagających wyjaśnienia, po to by w pełni zrozumieć czym jest innowacja społeczna. Możemy się zastanawiać nad tym czy samo skupienie się na procesie innowacji społecznych pozwala na ‘poprawę zdolności do działania’. Czy powrót do zasad społeczeństwa rynkowego nie może odnieść większych skutków w tym względzie, przy znacznie mniejszym koszcie ekonomicznym i społecznym oraz efektywniejszym wykorzystaniu dostępnych zasobów? Będziemy się nad tym zastanawiać w następnej sekcji, gdzie podejmiemy dyskusję o tym czy rozwój innowacji społecznych powinien być stymulowany odgórnymi działaniami władzy, czy może lepiej gdyby był to proces spontaniczny, oddolny, indywidualnych ludzi i zaangażowanych, odpowiedzialnych grup społecznych.

Analiza procesu rozwoju innowacji społecznych pozwala na identyfikację szeregu wspólnych cech innowacji społecznych, będących w ścisłej relacji do zaproponowanej w projekcie TEPSIE definicji innowacji. Wiele z tych funkcji jest ściśle ze sobą powiązane - na przykład otwartości, współpraca, działania oddolne i tworzenie nowych ról społecznych. Trudno oczekiwać by w każdej innowacji obecne były wszystkie te cechy, ale oczekiwać można, że powinno być w niej obecnych możliwe dużo z tych cech, a przynajmniej jedna z nich. Tych osiem wspólnych cech to:

- *Międzysektorowość* - Innowacje społeczne często ‘przemieszczają’ się między sektorami - na przykład, wiele modeli kształcenia na odległość zostały zainicjowane przez organizacje non-profit, a następnie przyjęte przez przedsiębiorstwa handlowe lub społeczne. Często innowacje społeczne występują na granicy między różnymi sektorami i angażują we wspólnym działaniu ludzi pracujących w różnych sektorów

(np. przedsiębiorstwa i organizacje trzeciego sektora lub przedsiębiorstwa państwowe i społeczne).

- *Otwartość i współpraca* - Innowacje społeczne często włączają i angażują dużą liczbę ludzi i organizacji społecznych. Procesowi temu sprzyja rozwój nowe technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych. W opinii wielu badaczy, np. Charles Leadbeater'a (2008), masowa produkcja (jaką znamy od czasu Henry Forda) jest zastępowana przez produkcję przez masy. Inni badacze mówią o przejściu z epoki fordyzmu do post-fordyzmu, z przejścia od wykorzystania ekonomii skali do stosowania ekonomii zakresu (*economy of scope*), gdzie produkty wytwarzane są na indywidualne zamówienia (są zindywidualizowane).
- *Działania oddolne* - Innowacje społeczne są często działaniami oddolnymi, mają charakter działań rozproszonych i lokalnych.
- *Prosumpcja i koprodukcja* – coraz częściej granica między producentem i konsumentem zaciera się. Użytkownicy stają się producentami (nazywani są wtedy, za Alvinem Tofflerem prosumptami) – patrz np. (Gajewski, 2009). Jest to również widoczne w dziedzinie polityki społecznej, gdzie nastąpił znaczny odwrót od postrzegania jednostki jako pasywnego odbiorcy usług. Ideą, często określaną jako 'koprodukcja', jest to, że „ludzie, którzy korzystają z usług są ukrytymi zasobami, a nie drenażem w systemie, żadna usługa, która ignoruje ten zasób nie może być skuteczna” (Boyle, Harris, 2009). Koprodukcja wykracza poza ideą zaangażowania użytkownika lub wykorzystaniem go jako konsultanta. Chodzi tu raczej o przeniesienie odpowiedzialności i zasobów od profesjonalistów do użytkowników i zaangażowania ludzi w realizacji ich własnych usług.
- *Mutualizm* - to przekonanie, że indywidualne i zbiorowe samopoczucie można uzyskać jedynie w drodze wzajemnego uzależnienia, wzajemnej pomocy. W ostatnich latach wyłania się nowy mutualizm – dzięki nowym technologiom ICT możliwa jest wymiana w obrębie spontanicznie powstających sieci. Przykładami są np. sieci typu *peer to peer*, takich jak Etsy i FreeCycle, czy nowe modele opieki i wsparcia, takie jak Southwark Circle czy Homeshare.
- *Tworzenie nowych ról i relacji społecznych* - innowacje społeczne są związane 'z' i rozwijane 'przez' użytkowników, a nie dostarczane 'do' i 'dla nich'. Społeczne innowacje mogą być zatem określone na podstawie rodzaju związków, które tworzą. Innowacje społeczne mogą stworzyć nowe stosunki społeczne w różnorodny sposób - mogą prowadzić do nowych form zarządzania, nowych i lepszych form wspólnego działania, poprawy integracji i uczestnictwa grup marginalizowanych, niedostatecznie reprezentowanych. Mogą one przesuwać i zmieniać relacje w całości na przykład poprzez umożliwienie użytkownikom stać się producentami, pacjentom stać się opiekunami (np. programy *Expert Patients* czy *Patients Like Me*), studentom być nauczycielami (*College Barefoot*). Innowacje społeczne tworzyć mogą również nowe role dla użytkowników i beneficjentów, wzmacniając ich pozycje w społeczeństwie i umożliwiając lepszego zaspokojenia ich potrzeb w długim okresie.
- *Lepsze wykorzystanie środków i zasobów* - Innowacje społeczne często pozwalają na lepsze wykorzystanie zasobów i aktywów, które w wielu sytuacjach mogłyby być zmarnowane, niewykorzystane lub nie używane w ogóle. W niektórych przypadkach te aktywa i zasoby mogą być ukryte (np. umiejętności ludzi, którymi gminy mogą dysponować dyspozycji). Odkrywanie i udostępnianie zasobów ukrytych pomaga zapewnić to, że inicjatywy społeczne nie są grą o sumie zerowej, że wszyscy uczestnicy zyskują.
- *Rozwijanie zasobów i możliwości* - Możliwości są środkami, poprzez które potrzeby są zaspokajane - to rodzaj wolności pozwalającej realizować różne style życia. Wiele

innowacji społecznych wyraźnie ma na celu rozwijanie możliwości beneficjentów, umożliwiając zaspokojenie ich potrzeb w dłuższym okresie. W tym sensie myślenie w kategoriach rozwijania możliwości opiera się na założeniu, że ludzie są w stanie kontrolować własne życie i w sobie szukają potrzebnych rozwiązań. Tego typu podejście staje się też wyzwaniem dla rządów i samorządów. Przykładem jest coraz bardziej partycypacyjny charakter lokalnych społeczności w decyzjach publicznych samorządów.

Autorzy raportu do którego się odwołujemy powyżej (Caulier-Grice, Davies, Patrick, Norman, 2012) piszą w punkcie 3.5 (str. 27) coś z czym nie za bardzo mogę się zgodzić. Stwierdzają mianowicie, że sektor *non-profit* jest głównie społeczny, ponieważ jest zaangażowany w świadczenie usług nie występujących w sektorach prywatnym i publicznym. Sektor publiczny jest też społeczny, gdyż wykonuje usługi, dla których spełnienia rynek jest niewystarczająca. Sektor publiczny ustala też przepisy dla każdego z pozostałych sektorów. Sektor prywatny w bardzo niewielkim stopniu jest zaangażowany w rozwój innowacji społecznych, choć wiele innowacji społeczne wyszła z sektora prywatnego w postaci przedsiębiorstw społecznych, ruchów społecznych, jak np. sprawiedliwy handel (Fair Trade), praktyk odpowiedzialności korporacyjnej. Sektor nieformalny jest również ważnym źródłem innowacji społecznej (np. poprzez zaangażowanie pracę w domu), ale także za pośrednictwem wkładu do produkcji społecznej poprzez nieformalne sieci, stowarzyszenia i różnorakie ruchy społeczne. Odnoszę wrażenie, że w tym fragmencie raportu autorzy zapomnieli trochę o tym o czym pisali w poprzednich rozdziałach odnoszących się do definicji innowacji społecznej.

Zakończenie

Odpowiadając na pytanie postawione w tytule artykułu, skłonny jestem sądzić, że innowacje społeczne nie są nowym paradygmatem. Wydaje mi się, że są one elementem kolejnego etapu ogólnego procesu innowacyjnego związanego tzw. innowacjami otwartymi, innowacjami, które powstają dzięki wspólnym wysiłkiem wielu zaangażowanych osób. Ważną cechą innowacji społecznej na którą zwraca się uwagę jest to, że z punktu widzenia dzielenie się wiedzą oraz posiadanie wiedzy, ma ona otwarty a nie zamknięty charakter. Zatem wydaje się w pełni uzasadniony pogląd, że należałoby uznać innowację społeczną jako część istotnie nowego paradygmatu, jakim są innowacje otwarte.

Znacznie skuteczniejszym sposobem wspierania rozwoju innowacji społecznych wydaje się być nie działanie bezpośrednie, w którym *explicite* wyraża się takowe poparcie, ale poparcie pośrednie, poprzez stwarzanie dobrego klimatu dla rozwoju innowacji, rozwoju kreatywności w ogóle. Patrząc na długookresowy trend, możemy się spodziewać, że wraz ze wzrostem innowacyjności społeczeństwa, także i udział innowacji społecznych będzie rósł. Jak wspominaliśmy na początku, w miarę rozwoju społeczno-ekonomicznego udział komponentu społecznego nawet w innowacjach technicznych wyraźnie rośnie. Rząd powinien brać przykład z dobrych rodziców, którzy wychowując dziecko rzadko odwołują się do nakazów, ale tak postępują aby odpowiednie jego zachowanie wynikało z jego własnej decyzji, a nie miało ono poczucie, że postępuje zgodnie z nakazami (czy nawet oczekiwaniami) rodziców.

Analizując różne rozumienie innowacji społecznej doszliśmy do wniosku, że w przeważającej liczbie definicji, innowacja społeczna utożsamiana jest ze zmianą społeczną, przede wszystkim dlatego, że brakuje w tych definicjach podstawowej cechy innowacji (rozumianej jako kategoria ogólna), jaką jest nowość, pierwsze zastosowanie, oryginalność, coś co wcześniej nie istniało, pierwsze zastosowaniem idei, mającej na celu korzystne zmiany.

Jeśli przez innowację społeczną rozumie się ‘rozwiązanie palących problemów społecznych’ to w istocie nie jest to pojęcie nowe. Wiele czynników (zwłaszcza ze sfery polityki) przyczyniło się do tego, że obecnie pojęcie to stało się tak modne i uznawane jest często jako doskonały sposób na ‘rozwiązanie wielu problemów społecznych’. Często podkreśla się, że istnieje sprzeczność pomiędzy powstawaniem innowacji społecznych a rynkiem. Sprzyja temu dosyć specyficzne rozumienie terminu ‘innowacja społeczna’, np. to, że ‘z definicji’ nie powinny być one oceniane na podstawie kryteriów ekonomicznych, czy, że jest to ‘projektowanie i wdrażanie lepszych sposobów realizacji potrzeb społecznych’, ‘nowe pomysły, które rozwiązują istniejące społeczne, kulturowe, ekonomiczne i środowiskowe wyzwania dla dobra ludzi i planety’, ‘innowacja społeczna to idea, która działa dla dobra publicznego’. Jak starałem się pokazać w wielu miejscach w tym artykule, takiej sprzeczności nie ma i innowacje społeczne znacznie skuteczniej wdrażane są w wyniku działania klasycznych mechanizmów rynkowych opartych na konkurencji i spontaniczności działania.

Definicje innowacji społecznych zawierają w sobie wiele elementów niemierzalnych i bardzo niejasnych, trudno interpretowalnych. Oto tylko kilka pytań, które nasuwają się przy analizie niektórych z tych definicji: Jak określić „korzyści dla całego społeczeństwa” i „korzyści prywatne”? W jakim horyzoncie czasowym mierzyć wpływ innowacji społecznych na życie społeczne (lat, dekad, pokoleń)? Co to znaczy, że innowacja jest ‘bardziej sprawiedliwa’? Jak mierzyć ‘jakości i ilości życia’? Jakie są relacje pomiędzy ‘mikro- i makro- jakością życia’?

Na koniec jeszcze raz chciałbym podkreślić, że nie uważam, że gospodarka (ekonomia) społeczna nie powinna istnieć we współczesnym społeczeństwie. Ten sektor gospodarki funkcjonuje w istocie od zarania rewolucji przemysłowej i powinien funkcjonować, z korzyścią dla ludzi i z korzyścią dla społeczeństwa. Warto jednak być świadomym tego, że ekonomia społeczna (i innowacje społeczne) to głównie proces oddolny, w dużym stopniu spontaniczny, bez narzucania tego jak powinien on wyglądać przez ‘czynniki odgórne’ (rząd, polityków, instytucje centralne, itp.). Wydaje mi się, że powinniśmy wrócić do starych sposobów pobudzenia aktywności ludzkiej, głównie opartej na budowie wzajemnego zaufania, poczuciu odpowiedzialności (za siebie, swoją rodzinę, znajomych), ale przede wszystkim na poszanowaniu własności prywatnej i czerpaniu radości z korzystania z owoców własnej pracy (także z radości pomagania innym i współpracowania z innymi).

Literatura

- Błaszczyk Wanda, 1999, *Kadra kierownicza polskich przedsiębiorstw państwowych w warunkach zmian systemu gospodarczego*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Boyle D, M. Harris, 2009, *The Challenge of Co-production*, NESTA, London,
- Chambon, J.-L, David, A. and Devevey, J.-M, 1982, *Les Innovations Sociales*, Presses Universitaires de France, Paris
- Chesbrough H., 2003, *Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*, Harvard Business School Press, Boston Massachusetts
- Caulier-Grice, J. Davies, A. Patrick, R. Norman, W., 2012, *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.*
<http://www.tepsie.eu/images/documents/TEPSIE.D1.1.Report.DefiningSocialInnovation.Part%201%20-%20defining%20social%20innovation.pdf>
- Doyal L., I. Gough, *A theory of human need*, Macmillan Palgrave, Basingstoke, 1991
- Drucker P. F., 1992, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne (oryginalne wydanie angielskie w 1985 r.)

- Drucker Peter F., 1998, *Praktyka zarządzania*, Czytelnik Nowoczesność, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, 1998 Przetłumaczyli: Tomasz Basiuk, Zygmunt Broniarek, Janusz Gołębiowski
- Empowering people, driving change, Social Innovation in the European Union*, 2011, BEPA (Bureau of European Policy Advisors, European Union,
http://ec.europa.eu/bepa/pdf/publications_pdf/social_innovation.pdf
- Fostering Innovation to Address Social Challenges*, 2011, Committee for Scientific and Technological Policy (CSTP), OECD, Paris; <http://www.oecd.org/sti/inno/47861327.pdf>
- Frączak Piotr, Jan Jakub Wygnański: Manifest ekonomii społecznej cztery lata później, *Ekonomia społeczna* nr 1 / 2013 (6),
<http://www.ekonomiaspoleczna.pl/files/ekonomiaspoleczna.pl/public/Biblioteka/2013.2.pdf>
- Friedman M., 1993, *Kapitalizm i wolność*, Warszawa: Centrum im. Adama Smitha & Rzeczpospolita, 1993 (wydanie oryginalne 1962).
- Friedman M., 1970, The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.
- Griffin R.W., 2005, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gajewski, Łukasz, 2009, Prosumpcja - praktyki konsumenckiej innowacyjności, *E-mentor* nr 2 (29),
<http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/29/id/631>
- Guide to Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation (RIS 3)*, 2012, March,
http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/en/c/document_library/get_file?uuid=e50397e3-f2b1-4086-8608-7b86e69e8553
- Guide to social innovation, 2013, European Commission, February 2013,
<http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/10157/47822/Guide%20to%20Social%20Innovation.pdf>
- Getting Results, Transforming Lives, 2013, The Social Innovation Fund, 2010-2012 Investment Report,
http://www.nationalservice.gov/sites/default/files/documents/sif_investment_report2013_0.pdf
- Hausner Jerzy, 2012, 'Musimy szukać form pobudzania aktywności lokalnej', *Ekonomia Społeczna*, Nr 2 / 2012 (5), http://www.ekonomiaspoleczna.msap.pl/downloads/polrocznik_es5.pdf
- Hisrich D.D., M.P.Peters, *Marketing a new product*, California 1978.
- Kesselring, Alexander, Leitner, Michaela (2008): Soziale Innovationen in Unternehmen. Study, compiled by order of the Unruhe Stiftung. Vienna.
http://www.zsi.at/attach/Soziale_Innovation_in_Unternehmen_ENDBERICHT.pdf
- Kocowski T., 1982, Potrzeby człowieka. Koncepcja systemowa, wydanie II, Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo, Wrocław.
- Kwaśnicka, H., Kwaśnicki, W. (1992), Market, Innovation, Competition. An evolutionary model of industrial dynamics, *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 19, 343-68.
- Kwaśnicki, W. (1994/1996), *Knowledge, Innovation, and Economy. An Evolutionary Exploration.*, Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej. Drugie, poszerzone wydanie w 1996 roku przez Edward Elgar Publishing Limited; Cheltenham, UK, Brookfield, US.
- Kwaśnicki W., 2005, 'Ekonomia (gospodarka) społeczna' ekspertyza wykonana dla *Instytutu Spraw Publicznych* (dostępne pod
http://kwasnicki.prawo.uni.wroc.pl/todownload/gospodarka_spoleczna.pdf, część pierwsza tej ekspertyzy opublikowana jako 'Gospodarka społeczna z punktu widzenia ekonomii liberalnej', *Trzeci Sektor*, nr 2/2005, s. 10-35, dostępne pod:
<http://kwasnicki.prawo.uni.wroc.pl/todownload/Gospodarka%20spoleczna.pdf>, polemika związana z tym artykułem 'To nie jest recepta (odpowiedź na polemikę)', *Trzeci Sektor*, nr 3 (2005), ss. 154-156, dostępna pod: <http://kwasnicki.prawo.uni.wroc.pl/todownload/polemika.pdf>
- Kwaśnicki W., 2013, 'Panika roku 1907 – kryzys finansowy 2008. Sto lat budowania kreatywnego kapitalizmu', w publikacji (wersja robocza dostępna pod:
<http://kwasnicki.prawo.uni.wroc.pl/todownload/KreatywnyKapitalizm.pdf>)
- Leadbeater C., 2008, *We-Think: Mass innovation, not mass production: The Power of Mass Creativity*, London: Profile.
- Manifest Ekonomii Społecznej, 2008, <http://www.ekonomiaspoleczna.pl/x/433233>,
http://www.ekonomiaspoleczna.pl/files/ekonomiaspoleczna.pl/public/manifest_ekonomii_spoleczn_ej.pdf

- Mumford, M.D., 2002, Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin, *Creativity Research Journal*, 14(2), 253-266
- Moulaert F., F. Martinelli, E. Swyngedouw, S. Gonzalez, 2005, 'Towards Alternative Model(s) of Local Innovation', *Urban Studies*, vol. 42:11, pp. 1969-1990, 2005
- Nelson Richard R., Winter Sidney G. (1982), *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Harvard University press, Cambridge, MA.
- Nicholls A., A. Murdock, 2012, *Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets*, Palgrave Macmillan,.
- Ogburn, William F. (1957): Cultural Lag as Theory. In: *Sociology and Social Research*, 41 (1), pp. 167-174.
- Ogburn, William F. (1969): Erneute Betrachtung des Problems der sozialen Evolution. w: Maus, Heinz/ Fürstenberg, Friedrich (eds.), *Soziologische Texte*, Volume 56: William F. Ogburn. Kultur und sozialer Wandel. Ausgewählte Schriften. Wydane i wstępem opatrzone przez Otis Dudley Duncan. Neuwied, Berlin: Luchterhand, pp. 50-67.
- Phills J A Jr., K Deiglmeier & D T Miller, 2008 'Rediscovering Social Innovation', *Stanford Social Innovation Review*, vol. 6:4, 2008, pp. 34-43
- Pol E., S. Ville, 2008, 'Social Innovation: Buzz Word Or Enduring Term?', *Economics Working Paper 2008*, Department of Economics, University of Wollongong,
- Porter M., M. Kramer, 'Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth', *Harvard Business Review*, Jan-Feb 2011
- Program Operacyjny Inteligentny Rozwój, 2014-2020*, 2013,
http://www.poig.gov.pl/2014_2020/konsultacje/Documents/Projekt_POIR_09_09_2013.pdf
- Pszczółkowski T., 1978, *Mała encyklopedia prakseologii i teorii organizacji*, Wrocław – Warszawa-Kraków-Gdańsk: Zakład narodowy imienia Ossolińskich.
- Reinvent Europe through innovation: From a knowledge society to an innovation society*, 2009, European Commission, DG Enterprise & Industry, Special Business Panel, Brussels, European Commission, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/panel_report_en.pdf
- Roberts Yvonne, 2008, 'New ways of doing', *The Guardian*, Monday 11 August 2008, dostępne pod: www.theguardian.com/commentisfree/2008/aug/11/welfare.health
- Rothwell, R. (1992) Successful Industrial Innovation: Critical Factors for the 1990s. *R&D Management*, 22:3.
- Rothwell, R. (1994), Towards the Fifth-generation Innovation Process, *International Marketing Review*, Vol. 11 No. 1, 1994, pp. 7-31
- Schumpeter J.A., 1960, *Teoria rozwoju gospodarczego*, Warszawa: PWN (org. wyd. niemieckie 1911, wyd. angielskie 1934)
- Solow R.M., 1957, 'Technical Change and the Aggregate Production Function', *Review of Economics and Statistics*, vol. 39, August, s. 312-320
- Tocqueville Alexis de, O demokracji w Ameryce. Tom 1 i 2, Kraków: Wydawnictwo ZNAK
- Wendt Roman, 2010, *Zarządzanie zmianą w polskiej firmie*, Warszawa: Dom Wydawniczy Zachorek.
- Westley F., 2008, *The Social Innovation Dynamic*, Social Innovation Generation, University of Waterloo,
http://sig.uwaterloo.ca/sites/default/files/documents/TheSocialInnovationDynamic_001_0.pdf
- Krzysztof Wittels, 2014, Socjal ery kapitału. Zapomniany dorobek warszawskich przedsiębiorstw 1864-1939, dostęp na: <http://www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/1278569.html> (29.12.2014)
- Zajączkowski Andrzej, 1993, *Rzecz o socjologii: lektura pierwsza*, Warszawa: Semper.
- Założenia realizacji Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, 2014-2020*, 2013, Warszawa,
http://www.poig.gov.pl/2014_2020/Documents/Zalozenia_PO_IR_maj_2013.pdf

Abstract

An attempt is made to answer some important, controversial and provocative questions: What is social innovation? Do we need to distinguish 'social innovation' in the general category of innovation? To what extent 'social economy' and 'social innovation' can be considered as a new paradigm in the study of socio-economic development? Does 'social economy' is a natural step in the development of civilization associated mainly with increasing prosperity and leisure time in more economically developed countries?