

Omówienia i recenzje

ANNA SZYMAŃSKA
IBRKK – Warszawa

Sandra M. Bates, *The social innovation imperative. Create winning products, services and programs that solve society's most pressing challenges*, McGraw Hill 2012

Innowacje społeczne w większym stopniu stały się obecne w dyskusjach naukowych i politycznych dopiero w ostatnich latach, chociaż pierwsze wzmianki o nich pojawiły się już w XIX wieku w dziełach Webera i Durkheima, a w XX wieku temat ten poruszał m.in. Schumpeter. Początki innowacji społecznych wiążą się z rozwojem przemysłowym, rosnącą urbanizacją i powstaniem organizacji walczących o prawa robotników. W latach 90. XX wieku sytuacja ekonomiczna na świecie i masowe bezrobocie spowodowały kolejną falę zainteresowania innowacjami społecznymi (*Empowering people, driving change...*, 2010, s. 23).

Dotychczas znacznie większą popularnością cieszyły się innowacje produktowe, procesowe, marketingowe itd., dotyczące przede wszystkim przedsiębiorstw. W odróżnieniu od nich innowacje społeczne skupione są na poprawie jakości życia konkretnych grup społecznych. Innowacje społeczne są pojęciem stosunkowo nowym, nie mają więc jeszcze jednej, ustalonej definicji. Część autorów przyjmuje, że twórcami innowacji społecznych powinny być grupy społeczne, których jakość życia poprawia się, część do innowacji społecznych zalicza również działania podejmowane przez inne podmioty (np. przedsiębiorstwa, samorządy itp.), jeśli tylko ich celem jest poprawa bytu konkretnych społeczności.

W swojej książce Sandra Bates korzysta z definicji Philisa (Philis *et. al*, 2008), który definiuje innowacje społeczne jako proces rozwiązywania najbardziej palących problemów społecznych za pomocą nowych rozwiązań. Rozwiązania te są lepsze niż dotychczas stosowane, są nowe i zapewniają korzyści społeczeństwu, a nie pojedynczym jednostkom. Autorka zwraca uwagę, że ze względu na problemy, które należy rozwiązać w celu stworzenia skutecznej innowacji społecznej, konieczna jest współpraca osób z różnych środowisk. Kluczem do skutecznego tworzenia innowacji społecznych jest zbudowanie platformy, która umożliwiałaby współpracę pomiędzy instytucjami rządowymi, biznesem a organizacjami pozarządowymi. W związku

z tym, że biznes postrzegany jest jako główny winowajca problemów społecznych, ekologicznych i ekonomicznych, innowacje społeczne stały się dla niego nie czymś co można, lecz co trzeba uwzględnić w swojej strategii biznesowej.

Książka ma na celu określenie ram, które będą pomocne we współpracy różnych instytucji tworzących rozwiązania odpowiadające na najbardziej palące potrzeby ludzkości. Innowacje społeczne powinny wykorzystywać techniki i narzędzia tworzone przez świat biznesu. Autorka zwraca uwagę, że do stworzenia skutecznej innowacji potrzebna jest określona kolejność działań. Najpierw należy zidentyfikować i przeanalizować potrzebę, następnie rozważyć możliwości jej zaspokojenia, a dopiero na końcu wybrać konkretne rozwiązanie i zająć się jego wdrażaniem. W książce wykorzystane zostały techniki i metody zaproponowane przez liderów innowacyjności do stworzenia przewodnika na temat wdrażania innowacji społecznych.

Książka składa się z trzech części. Część pierwsza dotyczy identyfikowania oraz klasyfikowania wyzwań i potrzeb społeczeństwa, a także znajdowania ich możliwych rozwiązań. W części drugiej zaprezentowane zostały praktyczne narzędzia i techniki tworzenia innowacji społecznych, natomiast w części trzeciej opisany proces ich wdrażania.

W rozdziale pierwszym autorka podejmuje próbę zdefiniowania pojęcia „wyzwanie społeczne”. W tym celu należy poznać środowisko (polityczne, kulturalne, społeczne itd.), w którym występuje wyzwanie, mające być przeanalizowane. Rozdział kończy opis narzędzi, które mogą być pomocne w identyfikowaniu wyzwań społecznych. Rozdział drugi dotyczy identyfikowania potrzeb danych społeczności i przeszkód w ich zaspokojeniu. W rozdziale trzecim przedstawione zostały technologie i rozwiązania przydatne w procesie wprowadzania innowacji społecznych.

W rozdziale czwartym autorka skupia się na poszukiwaniu rozwiązań zidentyfikowanych wcześniej problemów społecznych. Przedstawia koncepcję platformy współpracy pomiędzy różnymi środowiskami, która jest najskuteczniejszym narzędziem tworzenia innowacji społecznych. W rozdziale piątym opisuje tworzenie modelu biznesowego potrzebnego do wdrażania innowacji oraz zagadnienia finansowania innowacji, za które nie są w stanie zapłacić ich odbiorcy. Zwraca uwagę, że nie tylko instytucje rządowe i organizacje pozarządowe mogą stanowić źródło ich finansowania – odpowiednio zaprojektowane produkty i usługi innowacyjne mogą być interesujące również dla odbiorców biznesowych, którzy będą zainteresowani pokryciem ich kosztów.

W rozdziale szóstym autorka przedstawia rozprzestrzenianie się innowacji społecznych. Zwraca uwagę na różnice geograficzne, kulturowe i społeczne, które hamują ten proces. W rozdziale siódmym opisuje wyzwania, które stoją przed systemem opieki zdrowotnej w Stanach Zjednoczonych. Z biegiem lat system ten staje się coraz bardziej kosztowny i skomplikowany. Autorka podejmuje próbę przedstawienia rozwiązań, które mogłyby zmienić tę tendencję. W rozdziale ósmym odnosi się do

zagadnienia zrównoważonej konsumpcji i zrównoważonego rozwoju, których celem jest zachowanie zasobów naturalnych naszej planety. Zwraca uwagę, że w procesie wdrażania innowacji należy brać pod uwagę nie tylko potrzeby ludzi, ale również środowiska naturalnego. W rozdziale dziewiątym skupia się na potrzebach i pragnieniach obywateli i wskazuje, w jaki sposób instytucje rządowe mogą lepiej identyfikować te potrzeby.

Książka stanowi ważny wkład w badania innowacji społecznych. Przedstawienie konkretnych narzędzi ułatwiających wprowadzenie innowacji społecznych czyni tę pozycję interesującą nie tylko dla teoretyków, ale w szczególności dla osób zajmujących się tworzeniem i wdrażaniem innowacji – członków instytucji rządowych i organizacji pozarządowych oraz przedstawicieli biznesu.

Bibliografia

- Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union* (2010), Bureau of European Policy Advisers, Brussels.
- Philis Jr. J.A., Deiglmeier K., Miller D. T. (2008), *Rediscovering social innovation*, (w:) „Stanford Social Innovation Review”, Vol. 6, No. 4.