

Katarzyna KATANA
Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania
Katedra Stosowanych Nauk Społecznych
e-mail: katarzyna.katana@polsl.pl

INNOWACJE SPOŁECZNE W KONTEKŚCIE ROZWOJU INTELIŻENTNYCH ORGANIZACJI

Streszczenie. Celem artykułu jest analiza zagadnienia innowacji społecznych oraz znaczenia innowacji społecznych dla przedsiębiorstwa. Opracowanie przedstawia również, czym jest inteligentny rozwój i inteligentna organizacja. Niniejsze rozważania mają charakter teoretyczny i stanowią przegląd literatury dotyczącej tego zagadnienia.

Słowa kluczowe: innowacje, innowacje społeczne, inteligentne organizacje, inteligentny rozwój

SOCIAL INNOVATION IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF INTELLIGENT ORGANIZATIONS

Summary. This article aims to analyze the issue of social innovations and the meaning of them for enterprise. The study also shows what is smart growth and intelligent organization. These reflections are theoretical and provide the review of the literature of this issue.

Keywords: innovation, social innovation, intelligent organizations, smart growth

1. Istota innowacji społecznych

Schumpeterowskie spojrzenie na kwestie związane z innowacjami otworzyło drogę do rozważań nad innowacjami społecznymi, które z czasem stały się przedmiotem dociekań badaczy z zakresu nauk społecznych, zarządzania i ekonomii. Aktualnie innowacje społeczne są nieodzownym elementem polityki współczesnego świata. Początkowo zagadnienie to

utożsamiano wyłącznie z poprawą warunków bytowych społeczeństw, nie skupiając się na innych możliwościach, wynikających z generowania innowacji społecznych. Obecnie istnieje wiele definicji innowacji społecznych, co potwierdza, iż zagadnienie to można rozpatrywać pod wieloma aspektami. Ogólnie innowacje społeczne mają za zadanie przyczynić się do poprawy jakości życia ludzi, ale także do rozwoju i umocnienia pozycji rynkowej współczesnych organizacji. Innowacje społeczne w kontekście rozwoju inteligentnych przedsiębiorstw odgrywają ważną rolę. Dzięki nim przedsiębiorstwo może jeszcze lepiej się rozwijać i działać przez lata na bardzo zmiennym obecnie rynku.

Celem niniejszego opracowania są teoretyczne rozważania oraz przegląd literatury dotyczącej zagadnienia innowacji społecznych, inteligentnych organizacji oraz związku pomiędzy innowacjami społecznymi a inteligentnymi przedsiębiorstwami.

W drugiej połowie XX wieku zagadnienie innowacji społecznych stało się przedmiotem zainteresowania badaczy wielu dyscyplin naukowych. Obecnie innowacje społeczne stały się nieodzownym elementem działań, które mają spowodować polepszenie życia społeczeństwa. W literaturze przedmiotu można spotkać się z wieloma definicjami tego zagadnienia, co świadczy o wieloaspektowym ujmowaniu innowacji społecznych.

Pierwsze definiowanie pojęcia innowacji społecznych przypisuje się W.F. Ogburnowi, który zwrócił uwagę, iż obiektem innowacji społecznych jest wypełnienie „luki kulturowej”, którą badacz rozumie jako dystans między rozwojem kulturowym i technicznym¹. Inna definicja innowacji społecznych podkreśla, iż odnoszą się one do poprawy kapitału społecznego w celu zwiększenia efektywności organizacyjnej, a tym samym jej zdolności konkurencyjnej². W. Zapf z kolei definiuje innowacje społeczne jako nowe sposoby dotarcia do celów, w szczególności nowe formy organizacyjne, nowe przepisy, nowe style życia, zmieniające kierunek zmian społecznych i rozwiązywania problemów lepiej, niż czyniły to wcześniej stosowane praktyki³. Według P. Druckera innowacje społeczne są bardzo istotne i uzupełniają one innowacje technologiczne⁴.

W literaturze znaleźć można również pogląd, iż innowacje społeczne wywodzą się z ruchów społecznych wymagających reintegracji gospodarki w społeczeństwie, a także osadzenia stosunków społecznych w systemie gospodarczym. Innowacje społeczne powodują zatem przemiany społeczno-kulturowe oraz gospodarcze we współczesnych społeczeństwach, a także prowadzą do poprawy jakości życia jednostek⁵.

¹ Ogburn W.F.: *Kultur und soziale Wandel. Ausgewählte Schriften*. Neuwied, Berlin 1969, [za:] Wiktorska-Święcka A., Moroń D., Klimowicz M.: *Zarządzanie innowacjami społecznymi. Trendy, perspektywy, wyzwania*. Difin, Warszawa 2015, s. 23.

² Moulart F., Martinelli F., Swyngedouw E., Gonzalez S.: *Towards alternative model(s) of local innovation*. „Urban Studies”, Vol. 42(11), 2005, p. 1974.

³ Zapf W.: *Über soziale Innovationen*. „Soziale Welt”, Nr 40(1-2), 1989, S. 177.

⁴ Drucker P.F.: *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*. Studio Emka, Warszawa 2004, s. 35.

⁵ Edwards-Schachter M.E., Matti C.E., Alcántara E.: *Fostering quality of life through social innovation: a living lab methodology study case*. “Review of Policy Research”, Vol. 29, No. 6, 2012, p. 675.

W „Guide to social innovation”, podręczniku powstałym na zlecenie Komisji Europejskiej, innowacje społeczne definiowane są jako rozwój oraz wprowadzanie nowych pomysłów w celu zaspokojenia potrzeb społecznych. Istotą innowacji społecznych jest polepszenie dobrobytu ludzi. Innowacje społeczne odnoszą się do całego procesu, gdzie nowe odpowiedzi na społeczne potrzeby wypracowane zostały, aby przynieść lepsze rezultaty społeczne.

Na proces innowacji społecznych składają się cztery główne elementy, a mianowicie⁶:

- identyfikacja nowych potrzeb społecznych bądź niedostatecznie spełnionych potrzeb, które już istnieją,
- rozwój nowych rozwiązań w odpowiedzi na zaistniałe potrzeby społeczne,
- ocena skuteczności nowych rozwiązań, które powstały, aby zaspokoić potrzeby społeczne,
- skalowanie skutecznych innowacji społecznych.

W podejściu podmiotowym innowacje społeczne to szczególnego rodzaju zmiany, które wynikają z marzeń, pragnień czy potrzeb ludzi, generowanych w społecznym otoczeniu. Wynika z tego, iż podmiot innowacji społecznych nie jest zarezerwowany dla jednej tylko dziedziny czy jednego konkretnego obszaru, lecz stanowi działania będące na styku sektorów i branż, wdrażane zarówno przez podmioty formalne i nieformalne, kształtowane przez inicjatywy trwale wpisane w istniejący już kontekst instytucjonalny, ale również powstający doraźnie dla zaspokojenia jednej konkretnej potrzeby⁷.

Zdaniem F. Westleya innowacje społeczne to inicjatywa, produkt, proces bądź program, który zmienia dotychczas przyjętą rutynę, zasoby czy wpływ autorytetów funkcjonujących w każdym systemie społecznym. Innowacje społeczne, które trafnie zostały przeprowadzone, mają charakter trwałego oraz szerokiego wpływu na funkcjonowanie społeczeństwa⁸. Tymczasem G. Mulgan zdefiniował innowacje społeczne jako innowacyjne działania i usługi motywowane celem zaspokojenia potrzeby społecznej, które są wdrażane i upowszechniane przeważnie przez organizacje kierujące się celami społecznymi⁹.

Dokonując analizy zagadnienia innowacji społecznych, należy podkreślić, iż jest ono komponentem zmiany społecznej. Najczęściej innowacje społeczne są postrzegane jako zmiany procesowe, gdzie w kreowaniu, wprowadzaniu oraz upowszechnianiu biorą udział różnorodne grupy społeczne i zawodowe. Kolejnym bardzo ważnym kryterium dotyczącym rozważań nad innowacjami społecznymi jest zakres zmian, jakie powodują. W tym aspekcie rozpatrywane są zmiany w wąskim lub szerokim zakresie. Zmiany w szerokim znaczeniu

⁶ Guide to social innovation. European Commission. Brussels 2013, p. 6-7.

⁷ Wiktorska-Swięcka A., Moroń D., Klimowicz M.: Zarządzanie innowacjami społecznymi. Trendy, perspektywy, wyzwania. Difin, Warszawa 2015, s. 11.

⁸ Westley F.: The social innovation dynamic. Social Innovation Generation. University of Waterloo, Waterloo 2008, p. 1.

⁹ Mulgan G.: Social innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated. Young Foundation, London 2007, p. 8.

odnoszą się do procesów, które zachodzą w różnych sferach aktywności organizacji, jak również społeczeństwa, stanowiących odpowiedź na dynamikę procesów rynkowych oraz wiedzy i zapotrzebowania społeczeństwa. Natomiast zmiany wąsko pojmowane odnoszą się jedynie do produktów i ich zmian technologicznych¹⁰.

„Innowacja społeczna jest to coś, co wykracza poza tradycyjną filantropię i odpowiada na potrzeby społeczne, to nowy zestaw modeli biznesowych, procedur, produktów i usług, który tworzy nową społeczną współpracę. Sam biznes nie rozwiąże wszystkich problemów świata ani żaden inny sektor nie zrobi tego samodzielnie. Współpraca biznesu z rządem i społeczeństwem obywatelskim może przyczynić się do innowacji i rozwoju społecznego. Liczą się nie tylko krótkoterminowe efekty, ale także rezultaty w dłuższej perspektywie. Żeby biznes przetrwał, musi postępować w sposób zrównoważony”¹¹.

A. Olejniczuk-Merta zwróciła uwagę, iż do analizy innowacji społecznych wykorzystać można ogólne kryteria charakterystyki innowacji, a mianowicie: charakter zmian, zakres zmian, czas powstawania zmian oraz efekty zmian. W odniesieniu do charakteru zmian innowacje społeczne postrzegane są jako element zmiany społecznej, jednocześnie tworzący zmiany społeczne. Są to przeważnie zmiany procesowe, które tworzone, wprowadzane i upowszechniane są przez grupy społeczne oraz zawodowe. W aspekcie zakresu zmian innowacje społeczne można pojmować wąsko i szeroko, jednakże dominujące jest szerokie rozumienie innowacji społecznych, które obejmują zmiany w sektorze produkcji, wymiany i konsumpcji. Zmiany te przenikają działalność społeczną oraz ekonomiczną, występują w produktach i usługach czy procesach wytwórczych i rynkowych. Natomiast wąsko pojmowane innowacje społeczne w tym aspekcie odnoszą się tylko do produktów i zmian technologicznych, np. do jednej lub dwu nowych cech w produkcie. Trudno jest mówić o jednoznacznej granicy zmian innowacji społecznych, ponieważ adresowane są one do konkretnych, większych lub mniejszych, grup osób. Kolejnym kryterium charakteryzującym innowacje społeczne jest czas wprowadzania zmian. W tym przypadku również można stosować wąski i szeroki zakres znaczenia tego zagadnienia. W szerokim ujęciu innowacje społeczne to zarówno nowe, jak i sprawdzone już rozwiązania stosowane w nowych obszarach geograficznych. Natomiast wąskie ujęcie innowacji społecznych koncentruje się na pierwszym zastosowaniu zmiany innowacyjnej. Ostatnim kryterium analizy innowacji społecznych jest efekt zmian, który skupia się na wynikach innowacji. Można tu dokonać rozróżnienia na innowacje społeczne miękkie (to zmiany w organizacji pracy, służące podniesieniu jakości

¹⁰ Olejniczuk-Merta A.: Innowacje społeczne. „Konsumpcja i Rozwój”, nr 1, 2013, s. 27-28.

¹¹ Panek-Owsiańska M.: Innowacje społeczne, [w:] Ćwik N. (red.): Wspólna odpowiedzialność. Rola innowacji. Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2013, s. 42.

zycia w miejscu pracy) oraz innowacje społeczne twarde, czyli techniczne, technologiczne (spełniające również cele innowacji społecznych)¹².

2. Idea organizacji inteligentnej

Organizacja inteligentna to forma organizacji uczącej się, jednakże stoi ona na wyższym poziomie, dzięki zdolności adaptowania się do zmian zachodzących w otoczeniu, a co ważniejsze – dzięki wyprzedzaniu tych zmian oraz aktywnemu kształtowaniu otoczenia¹³.

Zdaniem B.J. Quinna inteligentne przedsiębiorstwa to takie organizacje, których najważniejszym i najcenniejszym produktem jest wiedza, która ma postać wartościowych usług¹⁴.

Organizacja inteligentna to taka organizacja, która spełnia łącznie pewne warunki, a mianowicie:

- posiada sformalizowaną strategię rozwoju, określającą długoterminowe cele rozwojowe oraz sposoby ich osiągnięcia;
- posiada sformalizowaną politykę zarządzania kadrami;
- posiada stronę internetową oraz wewnętrzną sieć komputerową, a także wykorzystuje specjalistyczne programy informatyczne;
- podczas sprzedaży lub zakupów oprócz wymiany informacji w inny sposób wymienia wiedzę z otoczeniem¹⁵.

S. Łobejko definiuje organizację inteligentną jako organizację uczącą się, która korzysta z wiedzy w celu własnego rozwoju. Organizacja ta przypisuje ogromną wagę wiedzy, ponosi znaczne nakłady finansowe na rozbudowę infrastruktury informatycznej, oprogramowania, a także systemy zarządzania wiedzą. Inteligentne przedsiębiorstwo potrafi radzić sobie z ogromną ilością informacji, jakie docierają do niej, a także przygotowane jest na elastyczne kształtowanie swojej przyszłości poprzez zaadaptowanie, zintegrowanie i wdrażanie elementów optymalizacji dopływających do niej danych i informacji¹⁶.

M. Brzeziński definiuje inteligentne organizacje jako takie, w których „dynamiczne przenikanie się wiedzy i fragmentów przyjętego podejścia w integracji strukturalnej ma na celu harmonizowanie czterech wymiarów środowiska wymiany wiedzy tak, aby zespoły twórcze

¹² Olejniczuk-Merta A.: Innowacje społeczne – aktywizacja społeczeństwa czy coś więcej? [w:] MONOGRAFIE IBRKK: Innowacje społeczne od idei do upowszechnienia efektu. Warszawa 2014, s. 21-22.

¹³ Koźuch B.: Nauka o organizacji. CeDeWu, Warszawa 2008, s. 255.

¹⁴ Stoner J., Freeman R., Gilbert D.: Kierowanie. PWN, Warszawa 2001, s. 621.

¹⁵ Kordel P., Kornacki J., Kowalczyk A., Kowalczyk K., Pylak K., Wiktorowicz J.: Inteligentne organizacje – zarządzanie wiedzą i kompetencjami pracowników, PARP, Warszawa 2010, s. 80.

¹⁶ Łobejko S.: Trendy rozwojowe inteligentnych organizacji w globalnej gospodarce. PARP, Warszawa 2009, s. 3-4.

w ramach zespołów procesowych «oplatane» były przez sieciowe struktury, umożliwiające przepływy wiedzy, komunikację itp., dla integracji różnorodnych zadań i harmonizacji potencjału wiedzy¹⁷.

Analizując tematykę dotyczącą inteligentnych organizacji, można wyróżnić pewne cechy takiej organizacji, a mianowicie¹⁸:

- odrzuca ona tradycyjne struktury działalności;
- posiada wysoki poziom przedsiębiorczości wewnętrznej;
- ma umiejętność ciągłego uczenia się;
- podtrzymuje partnerskie układy z interesariuszami;
- posiada wyjątkowe metody współpracy z klientami i dostawcami.

Zdaniem J. Penca osiągnięcie „inteligentnego dostosowania” jest możliwe przez występowanie czterech cykli w strukturze organizacji inteligentnej, takich jak: poznanie, adaptacja, innowacyjność i realizacja. Każdy z tych cykli to sieć wzajemnych sprzężeń zachodzących pomiędzy atrybutami organizacji, którymi są: przyswajanie, zrozumienie, nauczanie, rozwiązywanie, komunikacja, myślenie, wartość, zachowanie, wiedza¹⁹.

Koncepcja inteligentnej organizacji wyłoniła się jako odpowiedź na ciągle rosnącą konkurencję, wysokie tempo rozwoju technologii, a także zmienne warunki gospodarowania. Jest ona wrażliwa na sygnały płynące z otoczenia i potrafi szybko na nie reagować, umie zdobywać wiedzę i ją rozwijać wewnątrz przedsiębiorstwa, dzięki odpowiedniemu szkoleniu kadry pracowniczej. Proces ciągłego uczenia się pozwala organizacji inteligentnej wyprzedzać konkurencję, która wolniej się uczy bądź nie uczy się wcale²⁰.

3. Innowacje społeczne jako czynnik rozwoju inteligentnych organizacji

Przegląd literatury międzynarodowej wskazuje, iż zagadnienie innowacji społecznych pojawia się w kontekście pięciu obszarów²¹:

- transformacji społecznej,
- modelu zarządzania organizacją,

¹⁷ Brzeziński M.: O organizacjach przyszłości raz jeszcze. „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, nr 1(30), 2014, s. 46.

¹⁸ Mikuła B.: Podstawy zarządzania przedsiębiorstwem w gospodarce opartej na wiedzy. Difin, Warszawa 2007, s. 51.

¹⁹ Penc J.: Encyklopedia zarządzania. Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych, Łódź 2008, s. 588.

²⁰ Łobjko S.: op.cit., s. 11.

²¹ Caulier-Grice J., Davies A., Patric R., Norman W.: 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, Brussels 2012, p. 6.

- przedsiębiorczości społecznej,
- rozwoju nowych produktów i usług,
- modelu zarządzania.

W niniejszych rozważaniach istotny jest obszar zarządzania organizacją, czyli rozpatrywanie innowacji społecznych w kontekście budowania strategii biznesowych, które przyczyniają się do zmian w kapitałach ludzkich, społecznych i instytucjonalnych, prowadzących do poprawy sprawności organizacyjnej oraz polepszenia konkurencyjności, a także poprawy zarządzania zasobami ludzkimi²².

W literaturze przedmiotu zagadnienie innowacji społecznej jest najczęściej rozpatrywane w obszarze przedsiębiorczości społecznej bądź rozwoju nowych usług, produktów czy programów, pomijając często kwestie znaczenia innowacji społecznych w obszarze zarządzania organizacją.

Według Holenderskiego Instytutu Społecznych Innowacji innowacje społeczne w kontekście rozwoju organizacji można traktować jako odbudowę organizacji ukierunkowanej na pracowników i relacje pracownicze, które prowadzą do sprawniejszego funkcjonowania organizacji oraz możliwości rozwijania i realizowania uzdolnień. W ten sposób rozumiane innowacje społeczne w odniesieniu do organizacji posiadają pewne cele, dzięki którym możliwy jest rozwój organizacji oraz jej przetrwanie na rynku. E. Jędrych wyróżnia trzy rodzaje celów innowacji społecznych w organizacji:

- społeczne,
- organizacyjne,
- pracownicze.

Odnosnie do celów społecznych innowacja społeczna ma za zadanie zachowanie oraz zachęcenie do dalszego wzrostu, polepszenie pozycji konkurencyjnej sektora prywatnego, pokonanie problemu braków wykwalifikowanych pracowników oraz umożliwienie wdrażania innowacji technologicznych.

Innowacje społeczne w odniesieniu do celów organizacyjnych skupiają się na poprawie działania organizacji, dzięki wzrostowi produktywności pracowników, efektywniejszemu wykorzystaniu zasobów wiedzy, umiejętności oraz technologii w organizacji, przyspieszeniu rozwoju nowych produktów i/lub usług, uformowaniu oraz spowodowaniu sytuacji, w której organizacja stanie się atrakcyjniejsza na konkurencyjnym rynku pracy.

W ostatnim z wyróżnionych celów innowacje społeczne powodować mają polepszenie satysfakcji z pracy, znalezienie równowagi między pracą zawodową a życiem prywatnym oraz promowanie możliwości rozwoju osobistego i trwałego zatrudnienia²³.

²² Ibidem, p. 6.

²³ Jędrych E.: Inwestowanie w innowacje społeczne w organizacjach gospodarczych. PWN, Warszawa 2013, s. 106-107.

Takie rozumienie i postrzeganie innowacji społecznych wpływa na rozwój i pozycję inteligentnych przedsiębiorstw na rynku. Organizacje inteligentne rozwijają się dzięki tworzeniu i wdrażaniu innowacji społecznych.

Inteligentne przedsiębiorstwa, aby tworzyć i wspierać innowacje społeczne, muszą skupiać się wokół wspierania własnych zasobów ludzkich w celu budowania postaw twórczych, zaangażowania i przepływu wiedzy wśród pracowników²⁴.

Działania organizacyjne przedsiębiorstw są ważnym źródłem praktyk innowacji społecznych w zakresie nowych struktur zarządzania, zwiększenia zaangażowania i upodmiotowienia pracowników, nowych typów przedsiębiorstw społecznych i partnerstw międzysektorowych²⁵.

W dalszych rozważaniach nad innowacjami społecznymi w perspektywie rozwoju organizacji można wykazać szereg argumentów przemawiających za stosowaniem innowacji społecznych w przedsiębiorstwach. Można zaliczyć do nich następujące kwestie²⁶:

- Innowacje społeczne podnoszą produktywność organizacji poprzez zwiększenie efektywności procesów w organizacji, zachęcenie pracowników do osobistego rozwoju, zwiększenie odpowiedzialności i kreatywności wśród pracowników.
- Innowacje społeczne prowadzą do uzyskania większych zysków poprzez podnoszenie rentowności stosowanych innowacji w organizacji, zwiększenie możliwości przełożenia wiedzy na rezultaty, stymulowanie jakości dóbr i usług w organizacji.
- Innowacje społeczne zwiększają satysfakcję z pracy poprzez możliwość większego zróżnicowania i elastyczności pracy, tworzenie przestrzeni do rozwoju własnych idei, ułatwienie łączenia życia zawodowego i prywatnego.
- Innowacje społeczne są niezbędne do kontaktu ze światem zewnętrznym poprzez możliwość rekrutacji osób do pracy, najlepiej dopasowanych do potrzeb organizacji, zwiększenie zdolności organizacji do szukania innowacji i rozwiązywania problemów, zwiększenie zdolności organizacji do przystosowania się do zmieniających się warunków.

Z badań prowadzonych przez naukowców z Hiszpanii wynika, iż zorientowanie przedsiębiorstw na marketing wewnętrzny sprzyja tworzeniu innowacji społecznych, co powoduje lepsze przygotowanie organizacji do tworzenia nowych, innowacyjnych produktów czy usług²⁷.

Już od kilku lat polityka Unii Europejskiej skierowana jest ku rozwojowi innowacji społecznych i rozwojowi organizacji inteligentnych, co pozwoli na zażegnanie kryzysów, które

²⁴ Panek-Owsiańska M.: op.cit., s. 44.

²⁵ Sanzo-Perez M., Álvarez-Goznález L., Rey-García M.: How to encourage social innovations: a resource-based approach. „The Service Industries Journal”, Vol. 7-8, 2015, p. 4.

²⁶ Jędrych E.: op.cit., s. 109-111.

²⁷ Sanzo-Perez M., Álvarez-Goznález L., Rey-García M.: op.cit., p. 12-14.

co jakiś czas destabilizują świat społeczny i gospodarczy. W wielu dokumentach strategicznych poruszane są kwestie współpracy polityki, gospodarki i społeczeństwa w celu poprawy warunków życia ludzi, które z kolei przełożą się na wzmocnienie gospodarki. Unia Europejska podkreśla wagę zarówno innowacji społecznych, jak i inteligentnego rozwoju oraz inteligentnych przedsiębiorstw. Łączenie ze sobą inteligentnej organizacji i innowacji społecznych przyniesie zysk zarówno tej organizacji, która będzie się rozwijać i poprawiać pozycję na rynku, oraz społeczeństwu, które dzięki wprowadzaniu innowacji społecznych będzie miało możliwość lepszego życia.

W rozważaniach nad innowacjami społecznymi w kontekście inteligentnych organizacji należy zwrócić uwagę, iż można je rozpatrywać jako proces uczenia się organizacji. Procesy innowacyjne w tym przypadku potrzebują zdolności i gotowości odpowiednich podmiotów do współpracy, dzielenia się wiedzą i pomysłami oraz wymiany zasobów²⁸.

W „Strategii na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu. Europa 2020” inteligentny rozwój definiowany jest jako zwiększenie roli wiedzy i innowacji jako sił napędowych naszego przyszłego rozwoju, co wymaga podniesienia jakości edukacji, poprawy wyników działalności badawczej, wspierania transferu innowacji i wiedzy, pełnego wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych, a także zadbania o to, by innowacyjne pomysły przeradzały się w nowe produkty i usługi, które przyczyniałyby się do zwiększenia wzrostu, tworzenia nowych miejsc pracy i rozwiązywania problemów społecznych w Europie i na świecie²⁹.

Komisja Europejska w 2011 roku uruchomiła inicjatywę innowacji społecznych w Europie (Social Innovation Europe). Inicjatywa ta ma za zadanie wspierać innowatorów społecznych w tworzeniu nowych towarów i/lub usług, a także opracowywanie nowych metod pracy, tworzących wartość społeczną oraz wywierających wpływ na organizacje i klientów. Kolejnym celem inicjatywy jest pomoc w szukaniu funduszy i fachowej wiedzy, która pozwala zmienić pomysły innowacji społecznych na projekty oraz działalność gospodarczą³⁰.

Inteligentne przedsiębiorstwo to organizacja o charakterze innowacyjnym, która zdolna jest do ciągłego generowania i realizowania innowacji, znajdująca uznanie u odbiorców ze względu na wysoki poziom nowoczesności oraz konkurencyjności³¹. Mówiąc o generowaniu i wdrażaniu innowacji społecznych, należy podkreślić, iż ważnym ogniwem gwarantującym powodzenie tych działań są inteligentne organizacje, ponieważ bez umiejętności tworzenia,

²⁸ Bekkers V., Tummers L., Voorberg W.: From public innovation to social innovation in the public sector: a literature review of relevant drivers and barriers. Erasmus University, Rotterdam 2013.

²⁹ Europa 2020: Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu. Komisja Europejska, Bruksela 2010, s. 13.

³⁰ European Commission: State of the innovation Union. Taking stock 2010-2014, Directorate – General for Research and Innovation, Brussels 2014, p. 65.

³¹ Sosnowska A., Łobejko S., Kłopotek A.: Zarządzanie firmą innowacyjną. Difin, Warszawa 2000, s. 13.

wykorzystania wiedzy i zarządzania tą wiedzą przedsiębiorstwa nie potrafiłyby włączyć się w proces tworzenia innowacji, który w obecnych czasach przesądza o obecności na rynku.

Inteligentne przedsiębiorstwa rozumieją znaczenie wiedzy i traktują ją jako strategiczny kapitał przedsiębiorstwa. Są one nastawione na pozyskiwanie wiedzy związanej z innowacjami, co pozwala na lepszą odpowiedź na wyzwania obecnej gospodarki, która opiera się na wiedzy. Inteligentne organizacje łatwiej dostosowują się do zmiennego otoczenia, są bardziej konkurencyjne i bardziej odporne na kryzysy i niepowodzenia rynkowe. Z tego też powodu można stwierdzić, iż inteligentne przedsiębiorstwa są najlepiej przygotowane do tworzenia i wdrażania innowacji społecznych, które pozwolą tej organizacji na jeszcze lepszy rozwój i na zajęcie jeszcze lepszej pozycji rynkowej.

4. Podsumowanie

Połączenie tematyki organizacji inteligentnej oraz innowacji społecznych w niniejszych rozważaniach jest bardzo istotne. Obecnie, w trudnych i zmiennych warunkach rynkowych przedsiębiorstwo, aby mogło funkcjonować na rynku przez długi czas i być konkurencyjne w stosunku do innych firm, musi nieustannie się rozwijać. Już nie wystarcza tylko stworzenie i sprzedanie produktu czy usługi. Aktualnie o przetrwaniu przedsiębiorstwa decydują kwestie, czy firma posiada cechy organizacji inteligentnej, czyli organizacji opartej na wiedzy, która potrafi wygenerować i zarządzać nią, aby ciągle się rozwijać, a także czy umie tę wiedzę wykorzystać do generowania innowacji, w tym przypadku innowacji społecznych, ponieważ to one są aktualnie najbardziej pożądane i oczekiwane przez społeczeństwo oraz świat biznesu i polityki. Tworzenie i stosowanie innowacji społecznych w celu rozwoju inteligentnych przedsiębiorstw wydaje się na dzień dzisiejszy najlepszym rozwiązaniem, które pozwoli organizacji na uzyskanie dobrej pozycji rynkowej. Przedsiębiorstwa inteligentne powinny skupić się na stosowaniu innowacji społecznych w samym przedsiębiorstwie, co już w znaczny sposób poprawi kondycję danej firmy. Poprawa warunków pracy, lepsze wykorzystanie zasobów i umiejętności pracowników przełożą się na lepsze zaangażowanie w pracę i lepszą wydajność, co w przyszłości może przełożyć się na wygenerowanie innowacji społecznych związanych już bezpośrednio z produktem i/lub usługą. Innowacje społeczne są szansą, którą należy wykorzystać, aby funkcjonować na obecnym rynku.

Na podstawie badań literaturowych można stwierdzić, iż znaczenie innowacji społecznych w kontekście inteligentnego przedsiębiorstwa jest ważnym zagadnieniem, jednakże cały czas za mało poruszonym w badaniach naukowych. Innowacje społeczne rozpatrywane są przeważnie w kontekście przedsiębiorczości społecznej oraz rozwoju nowych produktów czy usług, które mają za zadanie polepszyć byt społeczeństwa. Widoczna jest luka badawcza

w obszarze rozpatrywania organizacyjnych innowacji społecznych, które przekładają się na rozwój inteligentnego przedsiębiorstwa. Niniejsze rozważania teoretyczne mogą być przyczynkiem do podjęcia badań empirycznych z tego zakresu.

Bibliografia

1. Bekkers V., Tummers L., Voorberg W.: From public innovation to social innovation in the public sector: a literature review of relevant drivers and barriers. Erasmus University, Rotterdam 2013.
2. Brzeziński M.: O organizacjach przyszłości raz jeszcze. „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, nr 1(30), 2014.
3. Caulier-Grice J., Davies A., Patric R., Norman W.: 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, Brussels 2012.
4. Drucer P.F.: Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość. Studio Emka, Warszawa 2004.
5. Edwards-Schachter M.E., Matti C.E., Alcántara E.: Fostering quality of life through social innovation: a living lab methodology study case. „Review of Policy Research”, Vol. 29, No. 6, 2012.
6. Europa 2020: Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu. Komisja Europejska, Bruksela 2010.
7. European Commission: Guide to social innovation. Brussels 2013, http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf, 14.01.2016.
8. European Commission: State of the innovation Union. Taking stock 2010-2014, Directorate – General for Research and Innovation, Brussels 2014. http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/state-of-the-union/2013/state_of_the_innovation_union_report_2013.pdf, 10.02.2016.
9. Jędrych E.: Inwestowanie w innowacje społeczne w organizacjach gospodarczych. PWN, Warszawa 2013.
10. Kordel P., Kornacki J., Kowalczyk A., Kowalczyk K., Pylak K., Wiktorowicz J.: Inteligentne organizacje – zarządzanie wiedzą i kompetencjami pracowników. PARP, Warszawa 2010.
11. Kożuch B.: Nauka o organizacji. CeDeWu, Warszawa 2008.
12. Łobejko S.: Trendy rozwojowe inteligentnych organizacji w globalnej gospodarce. PARP, Warszawa 2009.

13. Mikula B.: Podstawy zarządzania przedsiębiorstwem w gospodarce opartej na wiedzy. Difin, Warszawa 2007.
14. Moulaert F., Martinelli F., Swyngedouw E., González S.: Towards alternative model(s) of local innovation. „Urban Studie”, vol. 42(11), 2005.
15. Mulgan G.: Social innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated. Young Foundation, London 2007.
16. Olejniczuk-Merta A.: Innowacje społeczne. „Konsumpcja i Rozwój”, nr 1, 2013.
17. Olejniczuk-Merta A.: Innowacje społeczne – aktywizacja społeczeństwa czy coś więcej? [w:] MONOGRAFIE IBRKK: Innowacje społeczne od idei do upowszechnienia efektu. Warszawa 2014.
18. Panek-Owsiańska M.: Innowacje społeczne, [w:] Ćwik N. (red.): Wspólna odpowiedzialność. Rola innowacji. Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2013.
19. Penc J.: Encyklopedia zarządzania. Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych, Łódź 2008.
20. Sanzo-Perez M., Álvarez-González L., Rey-García M.: How to encourage social innovations: a resource-based approach. „The Service Industries Journal”, vol. 7-8, 2015.
21. Sosnowska A., Łobejko S., Kłopotek A.: Zarządzanie firmą innowacyjną. Difin, Warszawa 2000.
22. Stoner J., Freeman R., Gilbert D.: Kierowanie. PWN, Warszawa 2001.
23. Westley F.: The social innovation dynamic. Social Innovation Generation. University of Waterloo, Waterloo 2008, http://sig.uwaterloo.ca/sites/default/files/documents/TheSocialInnovationDynamic_001.pdf, 14.01.2016.
24. Wiktorska-Święcka A., Moroń D., Klimowicz M.: Zarządzanie innowacjami społecznymi. Trendy, perspektywy, wyzwania. Difin, Warszawa 2015.
25. Zapf W.: Über soziale Innovationen. „Soziale Welt”, Nr 40(1-2), 1989.

Abstract

With social innovation we have had since the dawn of history, however only in the second half of the twentieth century began to be interested in this question scientifically. The subject of social innovation has become discussed among representatives of social sciences and management sciences. At present, social innovations have become an indispensable element of the policy of the modern world. Analyzing the aspect of social innovations it should be emphasized their role in many facts of human life. They both contribute to improving the quality of life of society but also to the development and to stay in the market of modern organizations. The current policy of many enterprises focus on smart growth through efficient knowledge management and to implement social innovations.