O ДРУШТВЕНИМ ИНОВАЦИЈАМА

# Шта је друштвена иновација?

Друштвена иновација може бити нека пракса, процес, производ, услуга, пословни модел, инструменти и методологије, или пак комбинација свега наведеног, чији је циљ да се пружи бољи одговор на неку незадовољену потребу или друштвени проблем.

Појам иновација често има сложене дефиниције. Ипак, организација *The Young Foundation*[[1]](#footnote-1) дефинише их веома једноставно, као **„нове идеје које функционишу“.** Оваквом дефиницијом, прави се разлика између иновација и побољшања (које подразумева промену која се само надовезује на постојеће стање), као и између креативности односно инвентивности (које јесу суштински важне за иновације, али им недостаје компонента вредног рада на спровођењу и даљем ширењу, захваљујући којој добре идеје постају корисне).

**Тако се и друштвене иновације односе на нове идеје које дају резултате у остваривању друштвених циљева.[[2]](#footnote-2)**

Друштвене иновације се не везују само за непрофитни сектор. Њихов покретач могу бити политика и влада (на пример, нови модели јавне здравствене заштите), тржишта (на пример, софтвер отвореног кода или органска храна), кретања (на пример, фер трговина) и академска заједница (на пример, педагошки модели одгоја детета), као и социјална предузећа (микрокредити и часописи за бескућнике).

**Многи од најуспешнијих иноватора су научили како да премосте границе ових сектора приликом реализације својих идеја,** а иновација се најбоље развија када постоје делотворни савези између малих организација и предузетника (односно *пчелâ*, које су покретљиве, брзе и заслужне за *међусобно опрашивање*) и великих организација (односно *дрвећа* које има корење, издржљиво је и разгранато) које су способне да идеје скалирају[[3]](#footnote-3).

# Фазе процеса иновација

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фаза | **Опис** | **Модел подршке у овом конкурсу који се односи на фазу** |
| A – Предлози и идеје. | Ово је фаза рађања идеје. Она може укључивати формалне методе, попут метода осмишљавања и креативности ради проширивања избора расположивих опција. Многе од ових метода могу помоћи да се стекне увид у широк спектар извора и сагледају њихова искуства. | Партија 1 |
| Б – Израда прототипа и пилот-примена. | У овој фази се идеје тестирају у пракси. То се може постићи једноставним испробавањем, или путем званичних пилот-тестирања, израде прототипа и рандомизованих контролисаних испитивања. Процес усавршавања и тестирања идеја је нарочито важан у социјалној економији јер управо захваљујући понављању, покушајима и грешкама, савези постају снажнији (на пример, повезивање корисника са стручњацима) и налазе се решења за конфликте (укључујући и сукобе са носиоцима укорењених интереса). Такође, кроз ове процесе долази и до договора о начину мерења успеха. | Партија 2 |
| В – Одржавање. | Ово је фаза када идеја уђе у свакодневну праксу. У њој се идеје усавршавају (често и рационализују) и утврђују се токови прихода у циљу обезбеђивања дугорочне финансијске одрживости привредног субјекта, социјалног предузећа или непрофитне организације која ће надаље бити носилац дате иновације. У јавном сектору то подразумева израду буџета, тимова и других ресурса као што су прописи. | Партија 2 |
| Г – Скалирање и ширење. | У овој фази постоји низ стратегија за раст и ширење иновације – од организационог раста, преко лиценцирања и франшиза до уједињавања и флексибилнијег ширења. Имитирање и инспирисање такође имају кључну улогу у ширењу неке идеје или праксе. Потражња је једнако битна као и понуда: реч је о томе како се потражња на тржишту или потражња наручилаца или креатора политике користи за ширење неког успешног новог модела. Тај процес се често назива „скалирање“ и у неким случајевима та реч је примерена, јер се иновација уводи у општу примену у оквиру неке организације, или се сама организација шири. Али скалирање је појам из ере масовне производње, а иновације се шире социјалном економијом на много других начина, било путем инспирисања и имитирања или међусобним пружањем подршке и практичних знања за раст који је више органски и прилагодљив. | Партија 3 |

 Извор: The open book of social innovation, Young Foundation, March 2010,

 <http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovationg.pdf>

Додатна литература о друштвеним иновацијама:

1. <https://www.wethinq.com/en/blog/2014/02/18/32-Inspiring-Examples-of-Social-Innovation.html>
2. <http://youngfoundation.org/publications/social-innovation-policy-in-europe-where-next/>
3. <http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2015/04/Practitioner-Report_FINAL-FOR-WEB.pdf>
1. <https://youngfoundations.org/en/home> [↑](#footnote-ref-1)
2. <http://cifs.dk/publications/scenario-magazine/2006/fo-32006/futureorientation-32006/social-innovation/> [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://cifs.dk/publications/scenario-magazine/2006/fo-32006/futureorientation-32006/social-innovation/> [↑](#footnote-ref-3)