

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU

Evidenčné číslo: 104002/D/2021/36122167771025924

EKONOMIKA INOVÁCIÍ

Diplomová práca

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU**

EKONOMIKA INOVÁCIÍ

Diplomová práca

Študijný program: Ekonomika podniku

Študijný odbor: Ekonomika a manažment

Školiace pracovisko: Katedra podnikovohospodárska

Vedúci záverečnej práce: Ing. Martin Matušovič, PhD.

Bratislava 2021

Bc. Elena Kovalčíková

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

Pod'akovanie

Touto cestou by som sa chcela pod'akovať vedúcemu mojej diplomovej práce **Ing. Martinovi Matušovičovi, PhD.** za odborný prístup a usmernenie pri písaní mojej práce, za cenné rady a informácie, za čas, ktorý mi počas vedenia pri diplomovej práci venoval. V poslednom rade sa chcem pod'akovať za ochotu.

ABSTRAKT

KOVALČÍKOVÁ, Elena: *Ekonomika inovácií*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Fakulta podnikového manažmentu; Katedra podnikovohospodárska. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Martin Matušovič, PhD. – Bratislava: FPM, EU, 2021, 67 strán

Hlavným cieľom diplomovej práce je skúmanie, rozbor a vyhodnocovanie inovácií a konkrétne sociálnych inovácií vo vybranom podniku, taktiež popis aplikácie, popis podniku, popis dotazníka a taktiež návrhy riešení, ku ktorým sme dospeli. Diplomová práca je rozdelená do piatich kapitol. V prvej kapitole sa venujeme teoretickému vymedzeniu inovácií ako celku, ktorý tvorí ekonomika inovácií, jej jednotlivé druhy inovácií podľa stanovených kritérií, definícii manažmentu inovácií a rôznym fázam inovačného procesu. Druhá kapitola sa zameriava na hlavný cieľ práce, ktorý podporujú vedľajšie ciele, ktoré nazývame aj parciálne ciele. V časti metodika práce a metódy skúmania sa venujem predovšetkým metódam skúmania, ktoré nám umožňujú dosiahnuť stanovený hlavný cieľ práce. Záverečná kapitola sa zaoberá vývojom ekonomiky inovácií a konkrétne sociálnym inováciám v podniku. Výsledkom riešenia danej problematiky je zhrnutie záverov a návrhov riešení, ktoré by mohli pomôcť k zlepšeniu života znevýhodnených.

Kľúčové slová:

Inovácia, sociálna inovácia, manažment inovácií, obnova, ekonomika a manažment inovácií

ABSTRACT

KOVALČÍKOVÁ, Elena: Economics of Innovation. - University of Economics in Bratislava. Faculty of business management; Department of Business Administration. – Thesis Supervisor: Ing. Martin Matušovič, PhD. – Bratislava: EU FPM, 2021, 67 pages.

The main goal of the diploma thesis is to examine, analyze and evaluate innovations and specifically social innovations in the selected company, as well as a description of the application, a description of the company, a description of the questionnaire and proposals for solutions. We also focused on the definition of innovation management, which is the basis of a well-functioning company that strives to create innovations. The thesis is divided into five chapters. In the first chapter we deal with the theoretical definition of innovation as a whole, which consists of the innovation economy, its individual types of innovation according to established criteria, the definition of innovation management and various stages of the innovation process. The second chapter focuses on the main goal of the work, which is supported by secondary goals, which we also call partial goals. In the part of work methodology and research methods, I focus mainly on research methods that allow us to achieve the main goal of the work. The final chapter deals with the development of the innovation economy and specifically social innovation in the company. The result of solving the problem is a summary of conclusions and proposed solutions that could help improve the lives of the disadvantaged.

Keywords:

Innovation, social innovation, innovation management, renewal, economics and innovation management

Obsah

ÚVOD.....	11
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	13
1.1 Všeobecné atribúty sociálnych inovácií.....	14
1.1.1 Podniky ako nositelia inovácií.....	14
1.1.2 Význam sociálnych inovácií pre ekonomiku.....	17
1.1.3 Teoretické vymedzenie kategórie sociálna inovácia.....	21
1.1.3 Klasifikácia sociálnych inovácií.....	25
1.1.4 Prínosy a riziká vyplývajúce zo zavádzania sociálnych inovácií.....	26
1.2 Manažment inovácií.....	29
1.2.1 Fázy manažmentu inovácií.....	29
1.2.2 Fázy inovačného procesu.....	30
2. Cieľ práce.....	34
3. Metodika práce a metódy skúmania.....	35
3.1 Charakteristika objektu skúmania.....	35
3.2 Pracovné postupy.....	35
3.3 Spôsob získavania údajov a ich zdroj.....	35
3.4 Použité metódy vyhodnotenia a interpretácie výsledkov.....	35
3.5 Štatistické metódy.....	36
4. Výsledky skúmania.....	38
4.1 Charakteristika Nadácie Pontis.....	38
4.1.1 História Nadácie Pontis.....	40
4.1.2 Financovanie Nadácie Pontis.....	41
4.1.3 Partneri Nadácie Pontis.....	43
4.1.4 Ocenenie v kategórií Sociálne inovácie.....	44
4.2 Firma Letmo SK, s. r. o.....	45
4.2.1 Mobilná aplikácia VozickarMAP.....	47
4.2.2 Rozhovor.....	51
5. Diskusia a možné návrhy riešení.....	56
5.1 Zhodnotenie mobilnej aplikácie VozickarMAP.....	56
5.2 Zhodnotenie rozhovoru v podniku.....	57
5.3 Zhodnotenie dotazníka.....	58
Záver.....	60

Prílohy	61
Zoznam použitej literatúry	62

ZOZNAM OBRÁZKOV A GRAFOV

Zoznam obrázkov

Obr. č. 1: Proces manažérstva inovácií.....	11
Obr. č. 2: Druhy inovácií.....	14
Obr. č. 3: Podobnosti a rozdiely medzi koncepciami sociálneho podniku, sociálneho podnikania a sociálnych inovácií.....	22
Obr. č. 4: Kategórie aktérov vykonávajúcich sociálne inovácie.....	24
Obr. č. 5: : Klasifikácia sociálnych inovácií podľa Európskej únie.....	24
Obr. č. 6: Organizačná štruktúra podniku Synergie.....	25
Obr. č. 7: Použitie darovaných 2 % Nadácii Pontis na systémové zmeny v oblasti sociálnych inovácií.....	39
Obr. č. 8: Súhrnné výsledky aktivít Nadácie Pontis za rok 2020.....	39
Obr. č. 9: Logo spoločnosti Letmo SK, s. r. o.	42
Obr. č. 10: Produkt sedací systém SEDEO spoločnosti Letmo SK, s. r. o.	42
Obr. č. 11: Ocenenia spoločnosti Letmo SK, s. r. o. od Nadácie Pontis.....	43
Obr. č. 12: Logo mobilnej aplikácie VozickarMAP od spoločnosti Letmo SK, s. r. o.	44
Obr. č. 13: Znalosť sociálnych inovácií zisťovaná u oslovených respondentov.....	45
Obr. č. 14: Vízia, misia a hodnoty spoločnosti Letmo.....	45
Obr. č. 15: Mobilná aplikácia VozickarMap.....	51
Obr. č. 16: Mobilná aplikácia VozickarMap v praxi.....	51

Zoznam grafov

Graf č. 1: Informovanosť o existencii Nadácie Pontis u oslovených respondentov.....	35
Graf č. 2: Prehľad o výnosoch v členení podľa druhov za rok 2019.....	37
Graf č. 3: Prehľad o výnosoch v členení podľa druhov za rok 2018.....	38
Graf č. 4: Prehľad o znalosti sociálnych aplikácií oslovených respondentov.....	45
Graf č. 5: Prehľad o znalosti existencie firiem z oblasti sociálnych inovácií na Slovensku.....	47

Zoznam tabuliek

Tabuľka č.1: Dimenzie sociálnych inovácií.....	21
Tabuľka č. 2: Kategórie ocenenia VIA BONA SLOVAKIA v roku 2019	34

Tabuľka č. 3: Prehľad o výnosoch v členení podľa druhov za rok 2019.....	37
Tabuľka č. 4: Prehľad o výnosoch v členení podľa druhov za rok 2018.....	38

ÚVOD

Tempo zmien, ktoré rastie v konkurenčnom prostredí, sa snaží v podnikoch hľadať konkurenčnú výhodu. Vhodný spôsob je zaviesť inovácie či už do podniku alebo aj do celej spoločnosti. Zvyčajne sa podniky zameriavajú na technologické inovácie. Dnes máme modifikované chápanie inovácií. Nie je to len prostriedok na zvýšenie konkurenčnej schopnosti a ekonomickej výkonnosti, ale aj prostriedok na riešenie sociálnych problémov a snahu o spoločenskú zmenu. Nástup sociálnych problémov dáva väčší význam oblasti sociálnych inovácií.

Procesy v spoločnosti majú v súčasnosti veľmi vysokú dynamiku vývoja a je tu nutná potreba vytvárať nové prístupy a postupy na riešenie dnešných spoločenských problémov ako celku. Potreby ľudí v súčasnosti si vyžadujú čoraz inovatívnejšie riešenia na zlepšovanie životných podmienok ľudí. Sociálne inovácie by sme mohli charakterizovať ako potrebu zmeny na vytváranie nových výsledkov, či už pre fungovanie v spoločnosti alebo fungovanie rôznych podnikov a firiem a byť pre verejnosť vzorom. Vzorným podnikom, ktorý sa snaží vytvárať pre ľudí a spoločnosť prospešné inovácie. Podnikateľský sektor je obklopený súčasťou, ktorá sa nazýva sociálna stránka. Podniky v súčasnosti čoraz viac začínajú upriamovať svoju pozornosť na sociálne problémy, ktoré sú stále medzi nami. Ak sa nejaký podnik začína zaoberať sociálnymi inováciami a realizuje tieto riešenia, ktoré sa venujú zlepšovaniu fungovania v spoločnosti, pozitívne tým vzniká pre daný podnik synergický efekt.

Cieľom diplomovej práce je analyzovať oblasť ekonomiky v sociálnych inováciách. Bližšie sa budeme venovať základným atribútom sociálnych inovácií, rôznym názorom a poznatkom či už slovenských alebo zahraničných autorov. V práci sa budeme hlbšie zamýšľať nad podstatou ekonomiky samotnej a taktiež podstate sociálnych inovácií a zároveň sa budeme venovať aj oblasti, ktorá bude upriamená na realizáciu sociálnych inovácií v praxi.

Ako vstupné informácie na vypracovanie práce sme využívali okrem teoretických poznatkov aj informácie získané rozhovorom so zakladateľom podniku Miroslavom Zemanom či prostredníctvom dotazníka, ktorý bol zameraný na sociálne inovácie v praxi.

Prvá časť, hodnotí aktuálny stav problematiky doma a v zahraničí. Charakterizuje sociálne inovácie ako zdroj konkurenčnej výhody podniku. Hodnotí nové trendy, spôsob

financovania, význam v danej oblasti či objasneniu rôznych pojmov ako aj manažment inovácií. Druhá časť sa venuje vymedzeniu hlavného cieľa a parciálnych cieľov diplomovej práce. Tretia časť nám opisuje, aké metódy sme použili pri vytváraní diplomovej práce. Štvrtá časť opisuje a hodnotí podmienky sociálnych inovácií na Slovensku a analyzuje podmienky sociálnych inovácií v konkrétnom podniku.

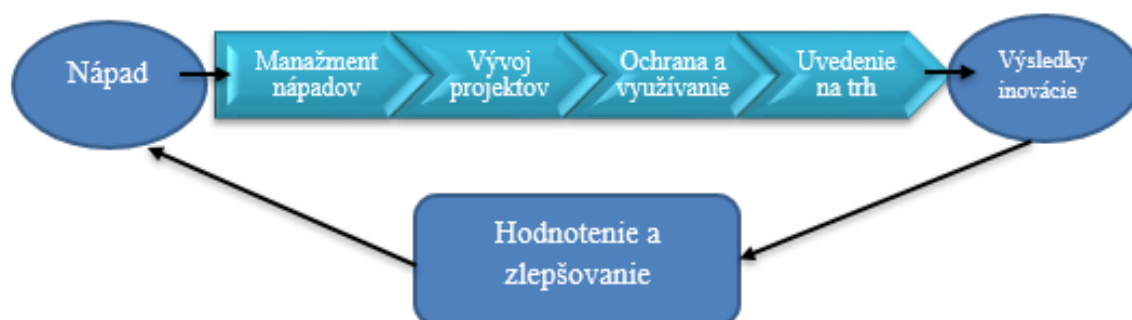
Záver tvoria odporúčania pre teóriu a prax.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

„Finančná a hospodárska kríza pridáva na význame kreativity a inovácií, najmä však sociálnych inovácií, ktoré zohrávajú o niečo dôležitejšiu úlohu pri podpore udržateľného rastu, zabezpečovaní pracovných miest a posilňovaní konkurencieschopnosti“ (José Manuel Barroso, predseda Európske únie, 20. januára 2009).¹

V konkurenčnom prostredí tempo zmien tlačí podniky k hľadaniu nových spôsobov ako dosiahnuť konkurenčnú výhodu. Konkurenčnú výhodu môže podnik dosiahnuť napríklad vtedy, ak zníži svoje náklady, zlepši kvalitu, zvýši produktivitu práce a inovuje. Obvykle sa podnik zameriava na prvé tri spôsoby dosiahnutia konkurenčnej výhody. Dynamickejšie prostredie prináša často problémy, na ktoré nepoznáme vzorec správania a spôsob riešenia. Inteligentné organizácie preto vyhľadávajú nové možnosti, aby dosiahli konkurenčnú výhodu založenú na inováciách.

Sociálna inovácia sa považuje za jeden z viacerých spôsobov hospodárskeho rastu a zároveň udržateľnosti podniku v konkurenčnej výhode. Vďaka sociálnym inováciám podnik získava nadmerné benefity. Podnik zameriavajúci sa na sociálne inovácie rieši rôzne sociálne výzvy. Je nesmierne dôležité podporovať implementáciu sociálneho cítenia pre zvýšenie konkurencieschopnosti. V budúcnosti to takýmto podnikom môže priniesť viac úspechov.



Obrázok 1: Proces manažerstva inovácií

Zdroj: vlastné spracovanie

¹ BARROSO, José Manuel. Study on Social Innovation. [online]. BEPA Workshop on „Europe and Social Innovation“. [2020-12-12]. Dostupné na: <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/Study-on-Social-Innovation-for-the-Bureau-of-European-Policy-Advisors-March-2010.pdf>

1.1 Všeobecné atribúty sociálnych inovácií

Významnou podmienkou prosperity je konkurencieschopnosť, preto je hlavnou úlohou podnikov a štátu snažiť sa o zachovanie hospodárskeho rastu podniku. Konkurencie schopnosť a ekonomický rast sa z dlhodobého hľadiska odvíjajú od inovácií.

Dôležité je vedieť, za akým účelom firmy inovujú. Podľa Oslo je konečným dôvodom manuálu zlepšiť výkonnosť firmy, napríklad znížením nákladov alebo zvýšením dopytu. Zdrojom trhovej výhody môže byť pre inovátora nový proces alebo produkt. Dopyt môžu firmy zvýšiť prostredníctvom diferenciacie produktov, zameraním na nové trhy a taktiež ovplyvňovaním dopytu po existujúcich produktoch. Zlepšenie schopností výrobných procesov môže umožniť vývoj novej škály produktov a nové organizačné postupy môžu zlepšiť schopnosti firmy vytvárať a získavať nové poznatky, ktoré možno použiť na vývoj inovácií. Presne takto môže firma zlepšovať svoju výkonnosť.²

Inovácia umožňuje taktiež znížiť, resp. zrušiť konkurencie schopnosť iných firiem. Globálnym fenoménom sa stáva sociálna inovácia, ktorá sa týka všetkých krajín od Európy po Spojené štáty. Politici tento koncept prijali a aplikovali, taktiež najmä podnikatelia, občania a intelektuáli. Základnú súčasť sociálnych politík v rozvinutých krajinách predstavujú sociálne inovácie.³

1.1.1 Podniky ako nositelia inovácií

„Za nositeľa inovácií je v trhovej ekonomike považovaný podnikateľský sektor, a to najmä malé a stredné podniky, ktoré predstavujú významnú súčasť ekonomík rozvinutých krajín.“⁴

„Inovácia je cesta k hospodárskemu rastu. Inovácia je vytváranie a transformácia nových vedomostí do nových produktov, procesov a služieb, ktoré spĺňajú potreby trhu.

² OSLO MANUAL, 3RD EDITION. Guidelines for collecting and interpreting innovation data. OECD. [online]. Eurostat. Paris. 2015. [cit. 2020-12-12]. Dostupné na: http://www.oecd.org/document/23/0,3343,en_2649_34273_35595607_1_1_1_37417,00.

³ KEPING, Yu. Growing importance of social innovation. [online]. China Daily. 2012. [cit. 2020-12-12]. Dostupné na: http://usa.chinadaily.com/en/opinion/2012-02-08/content_14556711.htm

⁴ SPIŠÁKOVÁ, Emília. Financovanie inovačných aktivít firiem pôsobiacich na Slovensku. In: Národná a regionálna ekonomika 7: zborník príspevkov z konferencie: 1. – 3. október 2008, Herľany. Košice: TU, EkF, 2008. s. 836-843. ISBN 978-80-553-0084-9.

Inovácia je cesta k hospodárskemu rastu. Inovácia predstavuje vytváranie a transformáciu nových vedomostí do nových produktov.⁵

Podľa zákona č. 172/5005 Z. z. o organizácií podpory výskumu a vývoja sa pod pojmom inovácie rozumie:

- a) nový alebo zdokonalený výrobok alebo nová alebo zdokonalená služba, ktoré sú uplatniteľné na trhu a založené na výsledkoch výskumu a vývoja alebo podnikateľskej činnosti,
- b) nový alebo zdokonalený výrobný postup alebo distribučná metóda vrátane podstatných zmien techniky, zariadenia alebo softvéru.
- c) nový spôsob organizácie v podnikateľskej praxi podniku, organizácie pracoviska alebo vonkajších vzťahov,
- d) prenos poznatkov vedy a techniky do praxe,
- e) nákup súhrnu výrobnotechnických a obchodníckych skúseností (know-how), získavanie a prenájom práv z licenčných zmlúv,
- f) zavedenie moderných metód v predvýrobných etapách a v organizácii práce,
- g) zlepšenie kontrolných a skúšobných metód v procese výroby a v službách,
- h) zvýšenie kvality práce a bezpečnosti práce,
- i) zníženie negatívneho vplyvu na životné prostredie,
- j) účinnejšie využívanie prírodných zdrojov a energie.⁶

Inováciám je dôležité venovať veľkú pozornosť, nakoľko sú špecifickým nástrojom podnikateľskej činnosti.

Podľa Turekovej a Mičieta je podstatou inovácií nasledovné:

- Dávajú zdrojom novú schopnosť tvorby bratstva.
- Dôležitejší zdroj ako „kúpna sila“ v ekonomike neexistuje.
- Čo mení potenciál už predchádzajúcich zdrojov, aby sa vytváralo ďalšie bohatstvo predstavuje inováciu.

⁵ MORE, Roger. What is success in innovation. [online]. Ivey Business Journal. 2011. [cit. 2020-12-12]. Dostupné na: <https://iveybusinessjournal.com/publication/what-is-success-in-innovation/>

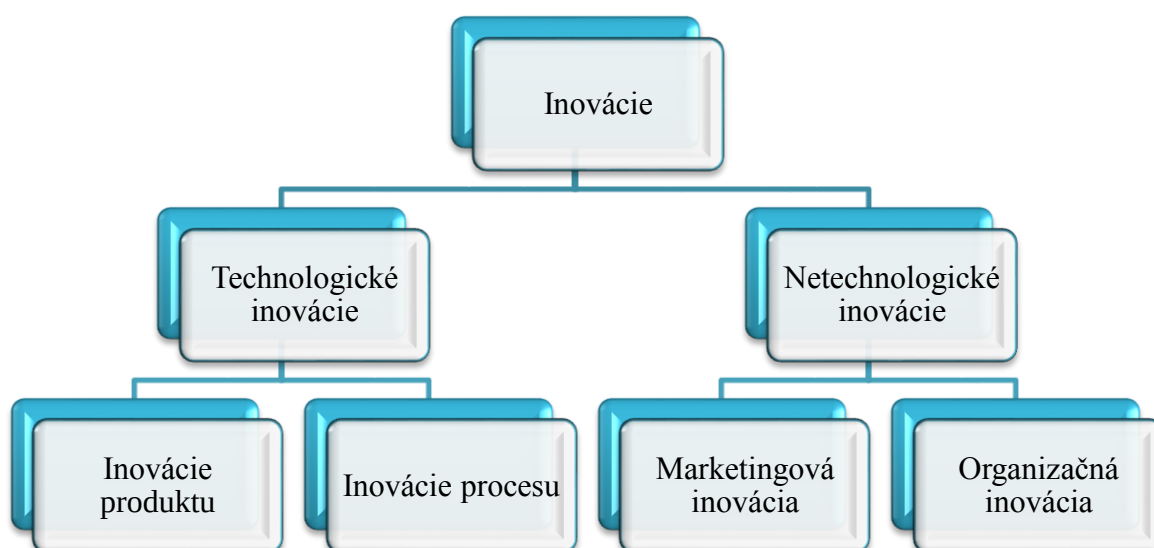
⁶ Zákon o organizácií štátnej podpory výskumu a vývoja a o doplnení zákona č. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov.

- Samotná disciplína manažmentu je príklad sociálnej inovácie.⁷

Dimenzie inovácií

Ak chceme vysvetliť pojem sociálna inovácia, uvádza sa vo francúzskej literatúre, že musíme zaujať o samotnú podstatu novosti, ktorú zavádza. Vráťane sociálnej inovácie rozlišujeme 6 dimenzií, pričom často kombinujú niekoľko rozmerov. Majú rôznu intenzitu od zlepšenia aktuálnej inovácie po novú, radikálnu inováciu.

V súčasnej praxi sú stále využívané a platné definície Oslo manuálu. Okrem inovácie produktu a procesu existuje taktiež aj organizačná a marketingová inovácia. Pričom pod pojmom marketingová inovácia rozumieme: „implementácia novej marketingovej metódy zahŕňajúcej významné zmeny v dizajne alebo balení produktu, umiestňovaní produktu, propagácii alebo cene produktu“. ⁸ Druhy inovácií sú zobrazené na nasledujúcom obrázku.



Obrázok 2: Druhy inovácií

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Oslo manuálu, tretia edícia

Sme názoru, že dnes nevyhnutnou podmienkou inovačnej schopnosti podniku, je úroveň globálnej a lokálnej konkurencieschopnosti podniku. Vhodným prostredím na

⁷ TUREKOVÁ, Helena. MIČIETA, Branislav. Inovačný manažment : východiská, overené postupy, odporúčania. Žilina: Žilinská univerzita v Žiline, 2003. 169 s. ISBN 80-8070-05-9.

⁸ Oslo manual. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 3th Edition, 2005. OECD. Dostupné na: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en

prispôsobenie sa týmto zmenám, v prostredí v ktorom rastú požiadavky zákazníkov, konkurencia, technický rozvoj a globalizácia.

1.1.2 Význam sociálnych inovácií pre ekonomiku

„Inovácie predstavujú jeden z najlepších nástrojov ako udržať a zlepšiť vývoj ekonomiky štátu a zlepšiť konkurencieschopnosť podnikov v lokálnom aj globálnom podnikateľskom prostredí“⁹

Hospodársky rast pochádza z inovácií a nových poznatkov, ekonómovia odhadujú, že ide o 50-80%. Inovácia zohráva dôležitú úlohu v spoločenskom pokroku, hoci neexistujú žiadne spoľahlivé štatistiky. Čoraz dôležitejšia je sociálna inovácia dôležitá pre hospodársky rast. Niektoré z bariér hospodárskeho rastu (napríklad starnutie obyvateľstva či zmena klímy) môžu byť zmiernené alebo odstránené len pomocou sociálnych inovácií, toto je aj jedným z dôvodov. Stúpajúci dopyt je taktiež po hospodárskom raste, ktorý skôr podporuje než devastuje ľudské vzťahy a blahobyť. Kľúčové sektory rastu v 21. storočí budú hlavne zdravie, starostlivosť a vzdelávanie, účtovníctvo, ktoré vytvoria približne 20-30% HDP, v niektorých krajinách dokonca viac. Hovoríme o zmiešaných ekonomikách, ktoré sú silne formované verejnou politikou a vyžadujú si modely a inovácie, odlišné od takých, ktoré fungovali pri výrobe automobilov, mikroprocesoch a biotechnológiách.¹⁰

1.1.2.2 Podpora sociálnych inovácií zo strany SR

Sociálnu investíciu ako investíciu do ľudí, definuje Európska komisia, ktorá je výkonná moc EÚ. Patria sem politiky zamerané na posilnenie schopnosti obyvateľstva a podporovanie účasti na zamestnanosti a spoločenskom živote. Oblasť tejto politiky zahŕňa zdravotnú starostlivosť, vzdelávanie, starostlivosť o deti, odbornú prípravu, pomoc pri hľadaní zamestnania a rehabilitáciu.¹¹

Stratégiu sociálnych investícií prijala v posledných rokoch EK, ako už dokazuje aj uvedenie dokumentu Social investment (SIP) pre sociálnu súdržnosť a rast. Social investment package (SIP), tvorí významný prelom z dôvodu prechodu od modelu sociálneho investovania k súčasným stratégiám sociálnej investície politiky. Sociálny systém európskej

⁹ BUKOVÁ, Sylvia. Sociálne inovácie a ich význam v národnom hospodárstve. In: MAJTÁN, Štefan a kol.: Aktuálne problémy podnikovej sféry. Zborník vedeckých prác. Vydavateľstvo Ekonóm. Bratislava. 2016. s. 68-74. Dostupné na: http://fpm.euba.sk/www_write/files/veda-vyskum/Zborniky-APPS/2016.pdf

¹⁰ MULGAN, Geoff. TUCKER, Simon. ALI, Rushanara. SANDERS, Ben. Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated. Oxford. SKOLL CENTRE for social entrepreneurship. 2007. 51 s. ISBN: 978-1-905551-03-3.

¹¹ EURÓPSKA KOMISIA. Social investment. [online] Brusel. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1044>

komisie tvoria tri hlavné funkcie: stabilizácia hospodárstva, sociálna ochrana a sociálne investície.¹²

Európska únia zaviedla opatrenie, ktoré umožňujú uviesť do praxe a rozširovať riešenia problémov s využitím sociálnych inovácií. Kľúčovými cieľmi sú:

- ako zdroj radosti a pracovných miest podpora sociálnej inovácie
- zdieľanie informácií o sociálnych inováciách v Európe
- mobilizácia investorov a verejných organizácií a podpora inovatívnych podnikateľov.¹³

1. 1. 2. 2 Podpora sociálnych inovácií zo strany SR

Pre hospodárstvo Slovenskej republiky je podpora vývoja a výskumu dôležitá najmä na zabezpečenie technologického rozvoja produktov s vyššou pridanou hodnotou. Slovenská republika zaznamenáva súčasne stále veľmi malý pokrok v inováciách. Výdavky Slovenskej republiky na výskum a vývoj sú zaostané za priemerom Európskej únie. Investície slovenského súkromného sektora sú nízke, až 39% vnútroštátnych investícií v oblasti výskumu a vývoja pochádza zo zahraničných zdrojov financovania, z ktorých až 89% tvoria fondy Európskej únie. Účinnosť verejných investícií do výskumu a vývoja a taktiež aj kvalitu vedeckého výskumu znižuje roztrieštený systém výskumu. Investície výskumu a vývoja v priemyselnom sektore malých a stredných podnikov sú príliš nízke na to, aby zvýšili výkonnosť v oblasti inovácií. Vzájomná korelácia medzi akademickým prostredím a súkromným sektorom je taktiež veľmi slabá. Z tohto nám vyplýva, že slovenská veda a výskum sú dlhodobo chronicky podfinancované.¹⁴

Keďže Slovenská republika patrí do Európskej únie, musíme ako štát rešpektovať jednotnú stratégiu inteligentnej špecializácie, avšak bolo nevyhnutné, aby v podmienkach Slovenskej republiky spĺňala nielen priority Stratégie Európa 2020, vrátane hlavných

¹² LITAO, Zhao. China's Development: Social Investment and Challenges. East Asian Inst Nus S pore. 2017. 176 s. ISBN: 978-981-3223-44-8.

¹³ EURÓPSKA KOMISIA. Social Innovation. [online] Brusel. Dostupné na: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social_en

¹⁴ Vyhodnotenie výskumu a vývoja v Slovenskej republike za rok 2019. Deloitte. [cit. 20-12-12] [online] Dostupné na: <https://www2.deloitte.com/sk/sk/pages/podpora-investicii/Articles/vyhodnotenie-vyskumu-a-vyvoja-v-SR-za-rok-2019.html>

iniciatív, ale aby sme aj definovali ciele pre splnenie opatrenia Národného programu reforiem a špecifických odporúčaní Rady pre Slovenskú republiku.¹⁵

V inovačnej stratégii SR v materiáloch EÚ sa dáva dôraz na veľkú úlohu malých a stredných podnikov, pri rozvoji inovačných aktivít. Takmer 50%, pridanej hodnoty produkujú a sú dôležitým zdrojom inovácií.

V najnovšom rebríčku inovácií dosiahla Slovenská republika 39. miesto zo 131 ekonomík sveta. Svetová organizácia duševného vlastníctva opäť hodnotila stav inovácií v jednotlivých krajinách prostredníctvom vydania Globálneho inovačného indexu. Správa o globálnom inovačnom indexe ponúka komplexný a veľmi detailný prehľad informácií o najnovšom rebríčku inovácií, taktiež aj o súčasnom stave financovania. Tento rebríček radí rôzne svetové ekonomiky podľa ich inovačných schopností a skladá sa približne z 80 ukazovateľov, ktoré sú rozdelené podľa ich inovačných vstupov a výstupov. Za posledné dva roky Slovenská republika klesla o 2 priečky nižšie. Hovorí o tom aktuálny stav inovácií na Slovensku. Pri tvorbe inovácií sú dôležité inovačné postupy, ako je vysoko kvalifikovaná pracovná sila, služby pre podnikateľov, infraštruktúra, počet dodávateľov či sofistikovaný trh. Slovensko je silné oproti iným krajinám najmä vo vytváraní viac inovačných výstupov napriek slabším finančným možnostiam, v napredovaní v oblasti infraštruktúry, taktiež dosahujeme najlepšie výsledky z vedomostných a technologických výstupov a taktiež silnou stránkou Slovenska sú kreatívne tovary a služby. Svetová organizácia duševného vlastníctva sa prostredníctvom zapojenia sa do tvorby takéhoto rebríčka snaží prispieť k zlepšeniu informovanosti o inovačných politikách jednotlivých štátov či o uľahčenie dialógov medzi verejným a súkromným sektorom, ktorý napomáha tvorcom politik, vedúcim predstaviteľov podnikov a iným zainteresovaným stranám hodnotiť ich inovačný pokrok.¹⁶

Podľa Ferenza je z tohto dôvodu venovať zvýšenú pozornosť podpore inovačných aktivít tohto segmentu ekonomiky:

¹⁵ LACKOVÁ, Alica. Podpora inovačných aktivít v slovenských podnikoch: Supporting of Innovation Activities in Slovak Enterprises, Inovácie v podnikateľskom prostredí 2015: Zborník vedeckých štatistik. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, s. 75-80. ISBN 978-80-225-4224-1.

¹⁶ Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky. [cit. 20-12-13]Dostupné na: <https://www.economy.gov.sk/aktuality/v-najnovsom-rebricku-inovacii-dosiahlo-slovensko-39-miesto-zo-131-ekonomik-sveta>

- finančná podpora priama môže mať podobu príspevkov, grantov, subvencií, dotácií, štátnych objednávok, dotačných a podporných programov EÚ, národných a regionálnych programov a pod.,
- priamu finančnú podporu a podnikové zdroje z verejných prostriedkov možno doplniť o rôzne nepriame nástroje: napríklad úverovú politiku alebo daňové úľavy.¹⁷

Prieskum uskutočnila organizácia Foundation, Ashoka a Svatobor, v ktorom boli respondenti samotní sociálni inovátori, ich podporovatelia a donori, zástupcovia verejnej správy a biznisu. Z prieskumu vyplynulo:

- Pre sociálnych inovátorov či organizácie realizujúce sociálne inovačné projekty, na Slovensku nie je kvalitná infraštruktúra.
- Nie je tu ucelenejší program, podpora je náhodná, ani sieť, ktorá by vedela dobre nasmerovať jedincov či organizáciu, pokiaľ príde s inovačným riešením.
- Ak chceme niečo využívať, tá je to podpora, ktorá je určená napríklad pre sociálne podnikanie alebo technologickým startupom. Štát vôbec nepodporuje rozvoj a sociálne inovácie.
- Podpora regiónov je nerovnomerná, oproti Bratislave.¹⁸

1. 1. 2. 3 Podpora sociálnych inovácií generovaná trhom

Organizácia v Green Foundation je spolupráca s podnikmi pre neziskové organizácie aktívna. Je to dobrá správa pre verejnosť aj verejnú správu, že tieto aktivity majú hodnotu a za tieto aktivity sa postavil ďalší subjekt. Naopak podniky od neziskových organizácií sa môžu naučiť identifikovať a rozvíjať prospešnosť spoločnosti a ísť nad rámec bežného podnikania.¹⁹

Prepájanie zo ziskovým sektorom je v oblasti know-how, postupov a nástrojov v prípade rôznych organizačných, administratívnych úloh, ďalej aplikácií softvérových riešení a ich aplikácií, ktoré uľahčia mimovládny organizáciám prácu a povedú ich k väčšej efektívnosti. Aktuálne sa ponúka možnosť konzumovať problém, na ktorý organizácia nereaguje, a hľadať, či už v podnikateľskom prostredí neexistuje riešenie. Možnosť dopytu

¹⁷ FERENZ, Vojtech. Inovačný marketing. 1. vyd. Košice: VÚSI, 2013. 197 s. ISBN: 978-80-89383-24-5.

¹⁸ GREEN FOUNDATION. Rozhýbme Slovensko. Sonda do ekosystému sociálnych inovácií na Slovensku. [online] Bratislava. 2018. [cit. 20-12-12] Dostupné na: <http://greenfoundation.eu/wp-content/uploads/2018/01/Sonda-do-ekosystemu-socialnych-inovaci-na-Slovensku.pdf>

¹⁹ GREEN FOUNDATION. Rozhýbme Slovensko. Sonda do ekosystému sociálnych inovácií na Slovensku. [online] Bratislava. 2018. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: <http://greenfoundation.eu/wp-content/upoads/2018/01/Sonda-do-ekosystemu-socialnych-inovaci-na-Slovensku.pdf>

je zaujímavá po pro bono službách v oblastiach, na ktoré neziskové organizácia nemá financie a sú mimo jej odbornosti. Materiálna podpora môže byť užitočnosťou.²⁰

Posilnenie súčasného a budúceho ľudského kapitálu prináša nielen aktuálne benefity, ale aj dlhotrvajúce účinky vo forme zlepšenia ekonomickej a sociálnej výkonnosti. Taktiež prispievajú aj sociálne investície k tomu, že sa ľudia pripravujú na riešenie rizík, ktoré im prináša život, a nie len na riešenie ich následkov. Ponúkajú nové spôsoby riešenia problémov, sprístupňujú uspokojiť potreby jednotlivcov aj spoločnosti.

1.1.3 Teoretické vymedzenie kategórie sociálna inovácia

Vývoj poukazuje na modifikované chápanie inovácií, nielen ako nástroja na zvýšenie konkurencieschopnosti a ekonomickej výkonnosti, ale ako prostriedok na riešenie sociálnych problémov a nastolenie spoločenskej zmeny. Vo vývoji spoločnosti sociálna dimenzia naberá na význame a stáva sa faktorom, podmieňujúcim ekonomický rast. Priestor vzniká pre etablovanie sociálnych investícií, riešení prinášajúcich pridanú hodnotu celej spoločnosti. Narušenie sociálnej stability a zmena potrieb je zdroj sociálnych inovácií. Funkčné riešenia v takýchto situáciách predstavujú situácie, kde graduujú problémy, vzniká rozpor medzi tým, čo ľudia potrebujú a čo sú im schopné poskytnúť spoločenské inštitúcie.²¹

Potreba sociálnej inovácie vznikla v dôsledku finančnej krízy, toto tvrdenie neodráža realitu. Koncept vznikol oveľa skôr (niektoré zdroje datujú vznik konceptu na koniec devätnásteho storočia v dôsledku industrializácie a urbanizácie), pri mnohých príležitostiach ich význam opätovne narastá. Je to dôležité v aktuálnej situácii pochopiť, čo znamená pojem sociálna inovácia a čo môžeme pomocou nej dosiahnuť. Môže nám pomôcť riešiť výzvy ktorým čelíme teraz, ale aj v budúcnosti.²²

Autori pri vysvetľovaní pojmu sociálna inovácia sa odvolávajú na rôzne definície. Zhodujú sa v tom, že rozvíja nové reakcie na sociálne potreby, ktoré sú zlé alebo uspokojivé v rôznych sektoroch: mobilita, energetika, potraviny, životné prostredie, bývanie, zdravie,

²⁰ GREEN FOUNDATION. Rozhýbme Slovensko. Sonda do ekosystému sociálnych inovácií na Slovensku. [online] Bratislava. 2018. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: <http://greenfoundation.eu/wp-content/uploads/2018/01/Sonda-do-ekosystemu-socialnych-inovaci-na-Slovensku.pdf>

²¹ FRANZ, Hans-Werner. HOCHGERNER, Jose. HOWALDT, Jurgén. Challenge Social Innovation. Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society. Heidelberg: Springer-Verlag, 2012. 386 s. ISBN 978-3-642-32878-7.

²² JONIAKOVÁ, Zuzana. Podstata konceptu sociálnych inovácií a ich teoretické vymedzenie. Skúmanie vzťahu sociálnych inovácií a ekonomiky podniku za účelom zvyšovania konkurencieschopnosti podnikateľského subjektu : zborník vedeckých statí. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2016, s. 76-82. ISBN 978-80-225-4357-6.

atď. Vďaka aktérom (EÚ, podniky, vlády štátov, neziskové organizácie), vznikajú nové efektívne riešenia zložitých problémov, ktoré štát na trh nemôžu vyriešiť samostatne.²³

Pridaním sociálneho prvku k inováciám, vzniká koncept sociálnych inovácií.²⁴

Nové myšlienky predstavujú sociálne inovácie, pomocou ktorých je možné dosiahnuť sociálne ciele.²⁵

Sociálnu inováciu ako koncepčnú zmenu definuje OECD, zmenu vo financovaní alebo organizačnú zmenu, ktorá dokáže riešiť nové vzťahy so zainteresovanými stranami a teóriami.²⁶

Prehľad rozličných definícií uvádzame na nasledujúcom obrázku.

Tabuľka 1: Definície sociálnych inovácií

Zdroj definície	Definícia
Gabriela Lubelcová	Sociálne inovácie nám prinášajú orientáciu na neuspokojené potreby ľudí, na posilnenie zapojenia ohrozených sociálnych aktérov a mobilizáciu sociálneho kapitálu pri riešení sociálnych problémov. ²⁷
Katharine Pearson	Sociálnymi inováciami máme na mysli nové veci, ktoré fungujú a zároveň existujúce znalosti používané novými spôsobmi riešenia sociálnych problémov. ²⁸

²³ PORTAIL DU DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE. Innovation sociale: de quoi parle-t-on ? [online] Paris. 2016. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://www.avise.org/decouvrir/innovation-sociale/innovation-sociale-de-quoi-parle-t-on>

²⁴ OSBURG, Thomas. Social Innovation to Drive Corporate Sustainability. Berlin. Vydavateľstvo Springer. 2013. 335 s. ISBN: 978-3-642-36539-3.

²⁵ MULGAN, Geoff. TUCKER, Simon. ALI, Rushanara. SANDERS, Ben. Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated. Oxford. SKOLL CENTRE for social entrepreneurship. 2007. 51 s. ISBN: 978-1-905551-03-3.

²⁶ OECD. Chapter 5: Social Entrepreneurship and Social Innovation. In: SMEs, Entrepreneurship and Innovation, 2010. 212 s. ISBN: 978-9-264-08031-7.

²⁷ STANFORD GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS. Defining Social Innovation. [online] [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/centers-initiatives/csi/defining-social-innovation>.

²⁸ PORTER, Beth. 2007. Social Innovation: An Interview with Katharine Pearson. A Human Future. Richmond Hill, Kanada. Dostupné na: https://www.larche.ca/a_human_future/ahf_social_innovation_an_interview_with_katharine_pearson.pdf

Green Fundation	Sociálne inovácie predstavujú nové lepšie riešenia. Oproti súčasným riešeniam sú účinnejšie, efektívnejšie, spravodlivejšie a udržateľnejšie. Napĺňajú sociálne potreby a súčasne vytvárajú miesto pre nové sociálne vzťahy a spoluprácu. ²⁹
Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (OECD)	Základná odlišná charakteristika sociálnej inovácie spočíva v tom, že sa zaoberá zlepšovaním blahobytu komúní a jednotlivcov. ³⁰

Zdroj: vlastné spracovanie podľa uvedených zdrojov

Francúzska investičná banka, môže zistiť, či je projekt zároveň sociálnou inováciou nasledovne:

- spoločenské a sociálne ciele sú jedným s dôvodov a cieľov projektu (zameriavajú sa na spoločenské aktivity, zaradenie sociálnych cieľov do podnikateľského plánu, podriadenie ekonomických cieľov sociálnym,
- ekonomická hodnota ostáva otvorená benefitom len pre podnik alebo je ďalej distribuovaná (reinvestovanie zisku, rozdeľovanie duševného vlastníctva,
- sú príjemcovia, užívatelia a zainteresované strany zapojené do rôznych fáz sociálnej inovácie od vzniku potreby až po zavedenie inovácie,
- explicitne vymedzuje projekt a dôsledne svoj spoločenský a sociálny vplyv.³¹

Podľa EÚ

Európska komisia iniciovala pre sociálnu inováciu veľký výskumný projekt o sociálnych inováciách, ktorý sa realizoval prostredníctvom spolupráce šiestich európskych inštitúcií nazývaných TEPSIE (teoretické, politické a empirické základy pre sociálnu inováciu v Európe).³²

Význam sociálnych inovácií takisto potvrdzuje aj snaha Európskej únie o ich podporu.

²⁹ GREEN FOUNDATION. Slovník. Sociálna inovácia. [online] [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://greenfoundation.eu/slovník/>

³⁰ OECD. Chapter 5: Social Entrepreneurship and Social Innovation. In: SMEs, Entrepreneurship and Innovation, 2010, 212 s. ISBN: 978-9-264-08031-7.

³¹ BPI FRANCE. 2005. Le Guide Innovation Nouvelle Generation. [online] Paríž. 2005. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Innovation-Nouvelle-Generation-un-nouveau-regard-sur-l-innovation-9491>

³² TEPSIE. Social Innovation. European Social Innovation Research. [online]. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://siresearch.eu/social-innovation/project/tepsie>

„Hlavným cieľom sociálnych podnikov, ktoré tvoria významnú časť sociálneho hospodárstva, je skôr mať sociálny dosah než tvoriť zisky ich majiteľov alebo akcionárov. Na trhu fungujú tak, že poskytujú podnikateľským a inovačným spôsobom tovary a služby a zisky využívajú hlavne na uskutočňovanie sociálnych cieľov. Tieto podniky sú riadené zodpovedným a transparentným spôsobom a zapájajú pri tom najmä zamestnancov, spotrebiteľov a subjekty, ktorých sa týka ich obchodná činnosť“. Presne takto vymedzuje sociálne podniky Európska komisia. Podľa Európskej komisie sú sociálne podniky neodmysliteľnou súčasťou sociálneho hospodárstva.³³

Európska komisia zároveň zdôrazňuje individuálnu úlohu sociálneho podnikateľa, ktorý by mal prijímať poslanie vytvárať a udržiavať sociálnu hodnotu, predovšetkým nielen tú súkromnú, mal by rozpoznávať a využiť nové príležitosti na plnenie tohto posolstva. Taktiež by sa mal zapájať do procesu neustálych a sústavných inovácií, taktiež by mal disponovať zodpovednosťou voči osobám, ktorým slúži a mal by byť zodpovedný za dosahované výsledky. Hlavným kritériom posudzovania sociálnych podnikateľov je najmä kľúčová postava podnikania – samotný podnikateľ ako hlavná osoba zodpovedná za podnikanie a celkovú sociálnu zmenu. V oblasti školy sociálnych inovácií je forma vlastníctva sociálneho podniku druhoradá.³⁴

ROZMERY	Pristup EMES	Zárobkový prístup		Skola sociálnych inovácií
		Komerčné neziskové organizácie	Podnik s poslaním	
HOSPODÁRSKY A OBCHODNÝ ROZMER	Povaha hospodárskej činnosti úzko súvisí so sociálnym poslaním Hospodárske riziko: finančná udržateľnosť založená na kombinácii trhových (obchodných) a netrhových príjmov (granty, dotácie, príspevky)	Povaha hospodárskej činnosti nesúvisí so sociálnym poslaním Udržateľnosť založená na obchodných príjmoch		Povaha hospodárskej činnosti úzko súvisí so sociálnym poslaním Udržateľnosť založená na kombinácii trhových a netrhových príjmov
SOCIÁLNY ROZMER	Deklarovaným cieľom je prospech komunity alebo vytváranie hodnoty Kolektívna dynamika Je povolená len obmedzená deľba zisku (neziskové a ziskové organizácie)	Cieľom je prospech pre komunitu zaručený reinvestovaním celého zisku Žiadna zmienka o individuálnom alebo kolektívnom podnikaní Deľba zisku zakázaná (neziskové organizácie)	Cieľ prínosu pre komunitu nie je zaručený Žiadna zmienka o individuálnom alebo kolektívnom podnikaní Deľba zisku povolená (neziskové a ziskové organizácie)	Deklarovaným cieľom je prospech pre komunitu Prednosť individuálnych iniciatív Deľba zisku povolená (neziskové a ziskové organizácie)
PARTICIPATÍVNY ROZMER	Nezávislosť Demokratické rozhodovanie Participatívne rozhodovanie	Neuvažda sa, ale nezávislosť od verejných organizácií je zrejme zaručená sebestačnosťou, čo však neplatí o nezávislosti od súkromných organizácií, ktoré ich založili. Demokratické rozhodovanie nie je podmienkou Participatívne rozhodovanie nie je podmienkou		Konkrétne sa neuvažda, ale nezávislosť je implicitná Demokratické rozhodovanie nie je podmienkou Participatívne rozhodovanie nie je podmienkou

Obrázok 3: Podobnosti a rozdiely medzi koncepciami sociálneho podniku, sociálneho podnikania a sociálnych inovácií

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Európskej komisie

³³ Oznámenie Európskej komisie. Iniciatíva pre sociálne podnikanie, KOM/2011/0682 v konečnom znení z 25. 10. 2011 [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qc-04-17-876-sk-n.pdf>

Európska komisia definovala sociálne inovácie ako nové myšlienky, ktoré dodržia sociálne potreby, ich hlavným cieľom je vytváranie spoločenských vzťahov a zároveň aj formovanie nových vzťahov. Model, služba alebo produkt predstavujú inováciu. Tieto inovácie riešia neuspokojené potreby oveľa účinnejšie. Hlavným cieľom Európskej komisie je podpora zavádzania inovatívnych nápadov na trhu a stimulácia zamestnanosti.³⁵

Predpokladáme, že nakoľko sociálna dimenzia nabera na význame, na dobrej ceste k úspechu sú podniky, ktoré zavádzajú sociálne inovácie.

1.1.3 Klasifikácia sociálnych inovácií

Umožňuje nám rozdeliť, správne pomenovať a jednotlivé skupiny bližšie skúmať v inováciách. Vznikajú na základe podobných vlastností a znakov. Takto si môžu sociálni inovátori vybrať zo širokej škály kategórií sociálnych inovácií, pričom môžu, súčasne aj viac druhov aplikácií.

Sociálnu inováciu možno chápať, podľa Bukovovej v dvoch dimenziách

- v užšom význame – v jednotlivých úrovniach spoločenského systému inovácie s dosahom, pri ktorých je výsledok rozvoj jednotlivých organizácií, sociálnych skupín, podnikov a ich spolužitia,
- v širšom význame – celospoločenský prospech, zlepšenie kvality života všetkých občanov či rozvoj občianskej spoločnosti. Môžu pozitívne ovplyvniť zvýšenie zamestnanosti, ochranu životného prostredia či zvýšenie konkurencieschopnosti krajiny. Usilujú sa o celospoločenské blaho.

Inováciu môžu vykonávať tri kategórie aktérov: verejné orgány, občania a podnikatelia.

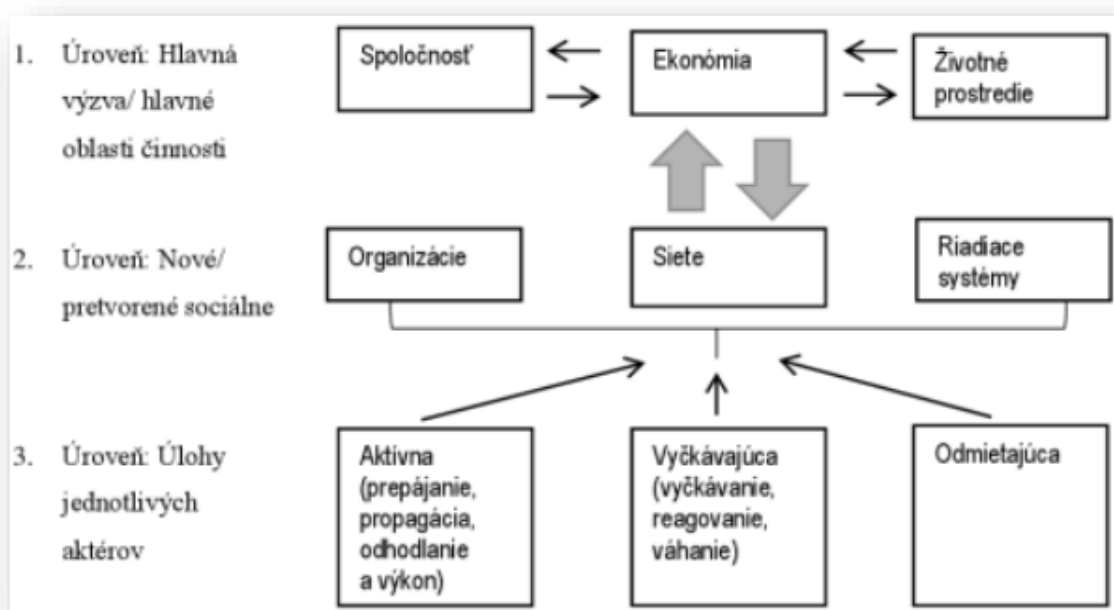
³⁵ YOUNG FOUNDATION. This is European Social Innovation. [online] 2012. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/This-is-European-Social-Innovation.pdf>.

KATEGÓRIE AKTÉROV VYKONÁVAJÚCICH SOCIÁLNE INOVÁCIE	
Aktéri	Popis
Podniky	Prvou kategóriou nositeľov sociálnych inovácií sú podniky. Na základe podrobných znalostí o obyvateľstve a území v ktorom pôsobi, dokáže odhaliť existujúce sociálne potreby, ktoré boli slabo alebo zle uspokojené, ako aj nové sociálne potreby, ktoré vznikli v posledných rokoch. Po odhalení potrieb môže podnik prinášať riešenia experimentálnym prístupom alebo prostredníctvom modelovania vytvorených riešení. Nové generácie sociálnych podnikov vytvárajú sociálne inovácie na riešenie hlavných sociálnych problémov. Zároveň môžu tento typ inovácií prinášať aj klasické podniky.
Jednotlivci/ občania	V druhom prípade sú nositeľmi inovácie jeden alebo viaceri dobrovoľníci z radu občanov. V rozsahu ich vlastných síl sa snažia prinášať riešenia na hlavné sociálne výzvy.
Verejné orgány	Tretou kategóriou je sociálna inovácia vo verejných politikách, ktorú riadia verejní aktéri. Ide najmä o politiku regiónov, ktoré sa snažia opätovne preskúmať spôsob, akým sú realizované ich verejné politiky, a to spustením experimentov s multidisciplinárnym prístupom (občania, dizajnéri služieb, urbanisti ...).

Obrázok 4: Kategórie aktérov vykonávajúcich sociálne inovácie

Zdroj: PORTAIL DU DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE. Innovation sociale : de quoi parle-t-on ? [online] Paris. 2019 [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://www.avise.org/decouvrir/innovation-sociale/innovation-sociale-de-quoi-parle-t-on>

Klasifikácia podľa Európskej únie



Obrázok 5: Klasifikácia sociálnych inovácií podľa Európskej únie

Zdroj: vlastné spracovanie

1.1.4 Prínosy a riziká vyplývajúce zo zavádzania sociálnych inovácií

Ak ide o pomoc zo strany štátu, charitatívnu prácu, verejné zdravotníctvo alebo ziskovú spoločnosť, inovácie majú veľký vplyv na cieľové komunity. Riešia niektoré najzložitejšie problémy vo svete.

Bukovová uviedla, že efektívnejšie riešenie spoločenských problémov, lepšia komunikácia a aktívnejšie počúvanie, kladné zmeny v sociálnej starostlivosti, vytváranie nových vzťahov medzi príslušnými skupinami, pokladala za prínos inovácií.³⁶

Sociálna inovácia sa za posledné roky stala dôležitejšou pre udržateľný hospodársky rast. Je to z časti preto, že niektoré prekážky z udržateľného, trvalého hospodárskeho rastu (zvýšené sociálne konflikty, zmena klímy) toto môžeme prekonať sociálnou inováciou. A čiastočne pre požiadavky na alternatívne modely hospodárskeho rastu, ktoré skôr podporujú ľudské vzťahy a blahobyt. K hospodárskemu rastu a sociálnej rovnosti prispieva vzostup sociálnych inovácií. Sociálne inovácie môžu byť globálne v budúcnosti.³⁷

Zákonnodarcovia sa usilujú o dosiahnutie prínosov v troch oblastiach, podporovaním sociálnych inovácií:

- prínos pre jednotlivcov a spoločnosť – poskytovaním vysokokvalitných služieb, ktoré sú prospešné a cenovo dostupné pre používateľov a zároveň prinášajú pridanú hodnotu každodennému životu,
- prínos pre vlády – poskytovanie služieb bude dlhodobu udržateľné,
- prínos pre priemysel – vytváraním nového podnikania a nových obchodných príležitostí.³⁸

Nie vždy je jednoduché uskutočniť sociálnu inováciu, napriek vynaliezavosti a zvedavosti ľudí. Napríklad dôvod môže byť monopolizovaná spoločnosť, tu neexistuje slobodná komunikácia alebo žiadne voľné zdroje finančných prostriedkov. Príliš radikálne a môžu byť niektoré inovácie preto ostávajú nepochopené.

V popredí sociálnych inovácií sú malé organizácie. Najmenej rozumejú riziku a vzťahu podľa výskumov sociálnej inovácií. Aby sa venovali riadeniu rizík majú najmenšie zdroje.³⁹

³⁶ BUKOVOVÁ, Sylvia. DEÁKOVÁ, Stanislava. DUBCOVÁ, Gabriela. KISSOVÁ, Jana. KUBICA, Milan. MATUŠOVIČ, Martin. Applying Social Innovation – The Successful way to sustainable and competitive firms. 2017. Verlag Dashhofer. Ljubljana. 409 s. ISBN: 978-961-6869-48-5.

³⁷ STANFORD SOCIAL INNOVATION REVIEW. Social Innovation Creates Prosperous Societies. [online]. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: https://ssir.org/articles/entry/social_innovation_creates_prosperous_societies

³⁸ STANFORD SOCIAL INNOVATION REVIEW. Social Innovation Creates Prosperous Societies. [online]. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: https://ssir.org/articles/entry/social_innovation_creates_prosperous_societies

³⁹ LIPSE. Policy Recommendations for Managing Risk in Social Innovation. European Policy Brief. [online]. Lipse. 2015. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: http://www.lipse.org/upload/publications/LIPSE%20WP4%20Policy%20Brief_20150324_ENG.pdf

Záujem politických činiteľov o skutočnú sociálnu inováciu, potrebujú prístup podporiť vyvážením potencionálnych rizík a potencionálnych benefitov. Treba sa zaoberať otázkou: aká miera rizika je vhodná pre akú úroveň očakávaného prínosu zo sociálnej inovácie.⁴⁰

Podľa Sandersa, Alibo, Tuckera a Mulgana treba pri zavádzaní počítať s nasledujúcimi rizikami:

- riziko zníženia efektívnosti, výkonnosti – inovácia z krátkodobého hľadiska, môže zapríčiniť zhoršenie výkonu, z dôvodu zavádzania inovácie do prax. Prekonávanie tranzitného obdobia a ťažkostí je nutné,
- riziko ľudských záujmov – ľudia dávajú prednosť stabilite (keď majú pocit, že niečo funguje) pred zmenou. Zmena je spojená s rizikom a neurčitou, vyžaduje si energiu a investície,
- riziko myslenia – normy, hodnoty, očakávania, ktoré sú produkované tradičným ustáleným spôsobom výkonu činností. Pocity bezpečia dávajú ľuďom ustálené praktiky, metódy, spôsob myslenia a organizácie,
- riziko siete vzťahov – je riziko spojené s odmietnutím alebo k inovatívnej zmene, čo vytvára bariéru v sociálnych vzťahoch.⁴¹

Bunková uvádza, že tieto faktory prekážok a bariér sociálnych inovácií zároveň aj ako faktor podporovateľnosti a stimulátor zmien.⁴²

Organizácie Ashoka, Green Foundation a Svatobor predstavili 9 hlavných bariér stojacich v ceste rozvoja a šírenia sociálnych inovácií na Slovensku:

- pre dlhodobé a inštitucionálne financovanie organizácií obmedzené zdroje,
- pre sieťovanie a zdieľanie skúseností absencia priestoru,
- kapacita pre meranie dopadov nízka znalosť,

⁴⁰ LIPSE. Policy Recommendations for Managing Risk in Social Innovation. European Policy Brief. [online]. Lipse. 2015. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: http://www.lipse.org/upload/publications/LIPSE%20WP4%20Policy%20Brief_20150324_ENG.pdf

⁴¹ MULGAN, Geoff. TUCKER, Simon. ALI, Rushanara. SANDERS, Ben. Social Innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated. Oxford. SKOLL CENTRE for social entrepreneurship. 2007. 51 s. ISBN: 978-1-905551-03-3.

⁴² BUKOVÁ, Sylvia. DEÁKOVÁ, Stanislava. DUBCOVÁ, Gabriela. KISSOVÁ, Jana. KUBICA, Milan. MATUŠOVIČ, Martin. Applying Social Innovation – The Successful way to sustainable and competitive firms. 2017. Verlag Dashhofer. Ljubljana. 409 s. ISBN: 978-961-6869-48-5.

- vzájomné očakávania a nevyhovujúce medzisektorové vzťahy,
- pre rozvoj multidisciplinárnych tímov v organizáciách, chýbajúca podpora,
- v inovačných fázach disproporčná podpora,
- nízka adaptácia na systémovú úroveň a nezaujím verejnej správy o inovačné riešenia
- rozdiely v očakávaní donorov a inovátorov,
- nerovnocenná podpora regiónov oproti Bratislave.⁴³

Domnievame sa, že súčasťou inovácie: bez rizika nie je inovácia. Na území SR sú bariéry, ktoré bránia implementácii sociálnych inovácií. Dôležité je hľadať také možnosti, aby prínos sociálnej inovácie prevýšil riziká, ktoré so sebou môže priniesť.

1.2 Manažment inovácií

„Management inovácií je pojem pre špecifickú manažérsku disciplínu, ktorá najmä na úrovni mikrosféry predstavuje komplex aktivít spojených s iniciáciou inovácií až po ich komerčné uplatnenie.“⁴⁴

Na potreby zákazníka reaguje manažment inovácií rovnako ako na potreby výrobcu. Úroveň podnikovej hierarchie sem zahŕňa rôzne zamestnancov s odlišnou úrovňou podnikovej hierarchie. Správna implementácia inovačnej stratégie je cieľ inovačného manažmentu. Pre uvedenie nového nápadu na trh je kreativita nedostačujúca. Správne celkové riadenie inovácií je veľmi dôležité. Z hľadiska výskytu je veľmi náročný proces riadenia inovácií pri neočakávaných udalostiach a náročnosti v priebehu implementácie inovácií. Napriek neurčitej a zložitej povahe inovačného procesu je možné nájsť vzorec, ktorý zabezpečí úspech. Nastavenie podmienok, ktoré zvyšuje pravdepodobnosť úspechu môžeme chápať ako definíciu riadenia inovačného procesu. Závisí to na dvoch faktoroch: technické zdroje (znanosti, financie, ľudia a pod.) a schopnosť tieto zdroje optimálne riadiť.⁴⁵

1.2.1 Fázy manažmentu inovácií

Tieto časti: metodológia prípravy, realizácie a implementácie inovácií, manažérske schopnosti a manažérske inovatívne správanie, tvoria štruktúru inovačného manažmentu.⁴⁶

⁴³ ASHOKA. Sociálnym inováciám chýbajú financie aj výmena skúseností. [online]. 2018. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: <http://ashoka-cee.org/slovakia/2018/0129/sonda-bariery-socialnych-inovaci/>

⁴⁴ VEBER, Jaromír, et. al. s. 178.

⁴⁵ VEBER, Jaromír, et. al.

⁴⁶ KISLINGEROVÁ, Eva et. al.

Komplex aktivít od iniciácie inovácií až po ich uplatnenie tvorí inovačný manažment. Postupnosť inovačných aktivít rozdeľujeme na štyri fázy, podľa Vebera a kol. identifikačná fáza, invenčná fáza, inovačná fáza a fáza komercializácie.⁴⁷

Vo fáze identifikačnej sa máme zamerať na rozpoznanie potrieb zákazníkov, či majú záujem o službu, alebo produkt. Fáza invenčná spočíva hlavne v iniciovaní invencií (nápadov), okrem toho aj o ich dosiahnutie v podobe nového poznatku. K tejto fáze patria ďalej: nové služby, procesy, technológie, produkty a iné). V tejto fáze môže ísť o vlastný firemný poznatok získaný z výskumných alebo vedeckých inštitúcií, ide o vlastnú firemnú ideu aj vývoj. Komercializačná fáza sa zaoberá novým produktom, technológiou, službou a procesom so zámerom uviesť na trh.⁴⁸

Z invencií, ktoré môžu nadobudnúť podobu zlepšených návrhov, vynálezov, projektov sa pretvárajú na inováciu len v tom prípade, že dôjde k realizácii vyššie uvedených aktivít. Zdrojom sa stáva kreativita. Je nevyhnutná pre každú invenciu. Čichovský et al. je toho názoru, že absencia kreativity a inovácia myslenia by s veľkou pravdepodobnosťou mala za dôsledok, že by nevznikli žiadne inovačné modely ani samotné inovácie.⁴⁹

Howkins sa venuje štúdiu inovácií a kreativity, vníma ju ako vnútornú, subjektívnu a osobnú a inovácie sú podľa neho objektívny vonkajší prejav. Teda z toho vyplýva, že kreativita je schopná riadiť inovácie, ale naopak inovácie nemôžu riadiť kreativitu.⁵⁰

1.2.2 Fázy inovačného procesu

Do inovačného procesu môžeme zahrnúť v jednoduché fázy, ktoré sú dôvodom pre efektívne riadenie inovácií a tak vedú k úspešnému inovačnému procesu. Veber a kol. definuje nasledovne štyri fázy, ktoré sú fáza zadania inovačnej úlohy, fáza predvýrobnej inovácie, fáza implementácie a fáza udržania inovácie.

Fáza zadania inovačnej úlohy

Nastupuje v organizácii po určení strategických cieľov a zámerov. Zväčša sa nastavujú na určité obdobie dopredu a neustále sledujú situáciu prostredia, v ktorom

⁴⁷ VEBER, Jaromír, et. al. Management inovácií. Praha. Management Press. Albatros Media a. s., 2016, s. 88

⁴⁸ VEBER, Jaromír, et. al. s. 89-91.

⁴⁹ ČICHOVSKÝ, Ludvik. et. al. *Moderní pojetí inovací a jejich typologii pro praxi. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2012, s. 196.*

⁵⁰ HOWKINS, John. Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job. Queensland: University of Queensland Press, 2009.

organizácia operuje, môže strategické zámery a ciele priebežne meniť a upravovať, aby sa prispôbili podmienkam prostredia. Zadanie inovačnej úlohy prostredníctvom priebežného monitoringu je vstup tejto fázy v spoločensko-ekonomickom prostredí, vo vedecko technických trendoch, cenovej predikcie, produktového marketingu, rozhodnutím o inováciách, formalizácie zadania inovačných úloh.

Organizácia pri monitorovaní spoločensko-ekonomického prostredia sa snaží usilovne sledovať „mega trendy“ tohto prostredia, tu patria napríklad:

- globalizácia – aktuálne sa viac prehlbuje a pozorným sledovaním môžu v čas organizácie zachytiť nápad. Napríklad prepojenie cez sociálne siete a pod.,
- starnutie svetovej populácie – je pokles počtu ekonomicky aktívnych obyvateľov, zvýšenie počtu seniorov, ktorí majú diametrálne potreby.
- nové technológie – pôsobiace organizácie v prostredí technológie, musia nepretržite sledovať vývoj, ktorí si musia udržať v konkurenčnom prostredí,
- krajiny východu – napríklad čina. Indonézia, Vietnam, india a pod.,
- bezpečnostné riziká – s nástupom nových technológií a globalizácie sa zvyšuje počet hackerov, teroristických útokov, dnes ľudia nie sú v anonymite, môžu byť zneužití ich osobné údaje, alebo môžu byť monitorovaní.⁵¹

Situácia na trhu pri monitorovaní trhu „*ide o komplex analytických činností, ktoré majú poskytnúť cenné informácie o trendoch vo vývoji trhov, zákazníkov, konkurencie, produktov, služieb, rizík a príležitostí.*“⁵² O trendoch vo výskume sa môžeme dozvedieť z monitorovania vedecko technických trendov, ktoré nám aktuálne poskytujú informácie o trendoch vo výskume, inováciách a o uvádzaní nových konkurenčných výrobkov, poprípade aj o nových technológiách uvádzaných na trh respektíve do prevádzky.

Produktívne portfólio firmy, ktoré zahŕňa inovácie, ktoré používajú organizácie ako produktový marketing s cieľom zistiť aktuálnu pozíciu nejakého výrobku, segmentu z pohľadu zákazníkov, technickej úrovne, konkurencie, aj z pohľadu predajných praktík,

⁵¹ VEBER, Jaromír, et. al.

⁵² VEBER, Jaromír, et. al. s. 188.

s prípadným návrhom zmien v tržnom umiestnení, v inováciách alebo predajných prístupoch.

Dôležitou súčasťou inovačného procesu je predikcia cien. Cena služieb organizácií alebo produktov má istú voľnosť v zmene. Jej hranice sú výrobné náklady a režijné náklady. Cenu nákladov organizácie porovnávajú s cennou skutočnosťou čím dostanú predpokladanú cenu. Ak predpokladané náklady prevyšujú skutočné zisk bude o tento rozdiel vyšší. Na druhej strane to bude pre organizáciu výzva k zlepšovacím aktivitám (ako napríklad: využitie rezerv, zvýšenie produkcie a i.) s hlavným cieľom zníženia nákladov.

Aby bola organizácia schopná konkurencieschopnosti, musí počas svojej existencie realizovať zmeny svojho predajného portfólia, ktoré Veber a kol. rozdelil na operatívne a strategické zmeny. Strategické zmeny sú v zásade inovačné zmeny predajného portfólia, ktoré vyplývajú z prijatých inovačných zámerov. Operatívne zmeny zahŕňujú zmeny menších rozmerov. Vyžadujú flexibilitu, rýchlosť v prijímaní. Samozrejme oba druhy vyžadujú rozdielne požiadavky na náklady a zapojenie zamestnancov do ich prípravy a implementácie.

Inovačné úlohy, ktoré zadávame by mali mať jasnú formu v informačnom systéme organizácie a malo by obsahovať jasné vymedzenie inovačnej úlohy, vlastnosti a parametre, taktiež aj iné špecifikácie, aby boli určené hlavné časti inovácie, stanoviť si finančný rozpočet inovačného projektu, priradiť zodpovednosť za určité časti, stanoviť si kontrolné body, ktoré preveria správnosť postupu realizácie inovačnej úlohy.⁵³

Fáza predvýrobnej inovácie

Sem patrí výskum a vývoj, predvýrobná príprava výroby, ochrana priemyslových práv, príprava výroby, verifikácia a uvoľnenie do implementačnej fázy.

Vývojové a výskumné aktivity prídu ak ide o zásadnejšiu inováciu, realizáciu nového produktu, alebo novej technológie. Zabezpečené sú buď internými výskumnými a vývojovými oddeleniami, externou formou, prípadne nákupom licencie. Tým, že výskum podlieha testovaniu, tak výsledkom je ukončenie inovácie alebo jej uvoľnenie k ďalšiemu kroku. Do úvahy sa berie ochrana priemyslových práv, pokiaľ inovácia má vysokú originalitu. Má formu vzorov či patentu. Organizácie nesmú zabudnúť na dobu ochrany,

⁵³ VEBER, Jaromír, et. al. s. 194 - 195

náklady a teritória, pre ktoré má ochrana nesmierny význam. Pri zásadnejšej inovácii, ktorú zahŕňal výskum, ďalší krok, ktorý je potrebný k útvarom predvýrobnej prípravy je pridelená úloha k potrebnej dokumentácii výroby. Menej závažné inovácie, kde nie je výskum, útvar predvýrobnej prípravy je pridelená úloha pripraviť priamo výrobnú dokumentáciu. Výstup je presná podoba produktu či služby a aké technológie budú na výrobu použité. Prototypy budú napríklad hmotným výstupom. Tento proces predvýrobnej prípravy podlieha verifikácii, kde súbor predstavuje kontrolné činnosti. Hlavne sa kontroluje správne smerovanie technických riešení, hľadá sa a znižuje sa množstvo chýb. V konečnej fáze sa v inovácii uvádza jej uvoľnenie do implementačnej fázy, to znamená, že je zahájená bezproblémová výroba inovovaného produktu resp. poskytnutie inovovanej služby.⁵⁴

Fáza implementácie inovácie

Predstavuje vlastnú výrobu, či poskytnutie služby inovovanej služby, alebo výrobku. Delí sa v realizácii na uvedené realizačné činnosti: zabezpečenie nových technológií a materiálov, hladký priebeh prevádzkovej činnosti a následné uvoľnenie do expedície.⁵⁵

Fáza udržania

Zabezpečuje spokojnosť odberateľov, zákazníkov a ďalších subjektov poberajúcich inovovaný produkt, službu a získava informácie o prípadnej spokojnosti, nespokojnosti pre ďalší kolobeh inovácií. Od špičkového servisu, doplnkových služieb závisí spokojnosť zákazníka. Formou sťažnosti, alebo reklamácie môže zákazník vyjadriť nespokojnosť. Pri negatívnej skúsenosti s inovovanou službou, alebo produktom by mal byť zber informácií a výsledné vyhodnotenie. Fáza udržania sa snaží o získanie celkového obrazu a produkcie. Na jednej strane sú sťažnosti, reklamácie, na druhej strane to môžu byť pozitívne hodnotenia, odporúčania. Môžeme ich v organizácii sledovať prostredníctvom interview, dotazníkov a pod. Na základe výsledkov získaných z pozorovania môže organizácia vo forme výrobných fáz alebo poskytnutia slobodne meniť všetky procesy, aby sa mohla prispôbiť čo najväčšiemu množstvu požiadaviek svojich zákazníkov.⁵⁶

⁵⁴ VEBER, Jaromír, et. al.

⁵⁵ VEBER, Jaromír, et. al.

⁵⁶ VEBER, Jaromír, et. al.

2. Cieľ práce

Cieľ našej diplomovej práce je vymedzený z teoretickej časti inovácií ako celku a zároveň sociálnych inovácií ako dôležitou súčasťou inovácií. V diplomovej práci sa venujeme aj vymedzeniu základných pojmov súvisiacich s ekonomikou inovácií.

V teoretickej časti diplomovej práce sa venujeme celkovej problematike zameranej na ekonomiku inovácií. Vymedzujeme základné pojmy ako sú inovácia, ekonomika inovácií, manažment inovácií, sociálna inovácia a ich dopad na spoločnosť.

V praktickej časti diplomovej práce je anatomizovaná spoločnosť Letmo, s. r. o., ktorá sa postarala o vývoj sociálnej aplikácie VozickarMAP. Vybierali a analyzovali sme názory respondentov na sociálnu inováciu. Z týchto našich informácií, ktoré sme získali, formulujeme zistenia, ku ktorým sme dospeli.

Hlavným cieľom diplomovej práce je skúmanie, rozbor a vyhodnocovanie inovácií a konkrétne sociálnych inovácií vo vybranom podniku, taktiež popis aplikácie, popis podniku, popis dotazníka a taktiež návrhy riešení, ku ktorým sme dospeli.

Súčasťou hlavného cieľa sú taktiež aj čiastkové ciele, ktoré napomáhajú k splneniu hlavného cieľa a k nájdeniu optimálneho riešenia a vylepšenia mobilnej aplikácie pre zdravotne znevýhodnených. Prostredníctvom týchto čiastkových cieľov možno napomáhať aj pri zlepšení komunikácie medzi zamestnancami a klientmi, efektívnejšiemu projektovaniu budov štátnych inštitúcií či zlepšeniu informovanosti verejnosti o takejto užitočnej aplikácii, ktorej môžeme byť súčasťou aj my a tak môžeme napomáhať zdravotne ťažko postihnutým.

3. Metodika práce a metody skúmania

3.1 Charakteristika objektu skúmania

Praktická časť mojej diplomovej práce sa skladá z dvoch častí. V prvej časti sme si bližšie priblížili Nadáciu Pontis, jej aktivity či ocenenia, ktoré táto nadácia odovzdáva. Taktiež sme si priblížili rôzne druhy ocenení, ktoré Nadácia Pontis vyhodnocuje.

V druhej časti sme sa zamerali na spoločnosť, ktorú sme si vybrali na vyhodnocovanie. Vybrali sme si spoločnosť Letmo, s. r. o. Táto spoločnosť vyvinula novú sociálnu inováciu, ktorá sa zameriava na zlepšovanie podmienok znevýhodnených zdravotne ťažko postihnutých ľudí. Spoločnosť Letmo vytvorila mobilnú aplikáciu, ktorá pomáha znevýhodneným občanom pre ich fungovanie v reálnom živote. Či už pri označovaní bezbariérových vstupov či sociálnych zariadení na interaktívnej mape v mobilnej aplikácii.

3.2 Pracovné postupy

Metodika spracovania sa skladala z viacerých postupov, ktoré bolo potrebné zabezpečiť pre spracovanie diplomovej práce. V teoretickej časti práce sme sa venovali najmä využívaniu odbornej literatúry domácich a taktiež zahraničných autorov zaoberajúcich sa problematikou ekonomiky inovácií. Využívali sme metódu dedukcie, kde sme všeobecných údajov prechádzali až ku konkrétnym údajom postupne. Uplatnili sme tiež metódu syntézy, podľa ktorej sme od jednoznačných tvrdení prechádzali k všeobecným tvrdeniam. Pri pracovných postupoch sme využili aj dotazník, prostredníctvom ktorého sme zisťovali informácie ohľadom sociálnych inovácií.

3.3 Spôsob získavania údajov a ich zdroj

Pre spracovanie teoretickej časti diplomovej práce sme sa snažili využiť všetky dostupné zdroje, nielen slovenských, ale aj renomovaných zahraničných autorov. Okrem knižných zdrojov sme využívali aj elektronické zdroje, prevažne články zo zborníkov, časopisov ale aj iných odborných publikácií z rôznych typov vysokých škôl. Východiskovým zdrojom, s ktorým sme pracovali v praktickej časti práci bol podnik Letmo, ktorý vytvoril mobilnú aplikáciu pre vodičkov.

3.4 Použité metódy vyhodnotenia a interpretácie výsledkov

Pri písaní diplomovej práce sme využili rôzne metódy skúmania. Prostredníctvom týchto metód sme získali veľmi dôležité a potrebné informácie, ktoré nám poslúžili k zhodnoteniu

sociálnych inovácií tak ako aj v teoretickej časti, presne tak aj v praktickej časti na mobilnej aplikácii VozickarMAP. V praktickej časti nám naše výsledky skúmania priniesli aj možné návrhy zlepšenia mobilnej aplikácie pre vodičkárov.

Pri písaní diplomovej práce sme využili aj metódy, ktoré patria medzi špeciálne vedecké metódy. Využili sme napríklad grafické metódy. Túto grafickú metódu sme využili najmä na sprehľadnenie obrovského množstva informácií z teoretickej časti, ale taktiež sme ju využili aj v praktickej časti na sprehľadnenie rôznych dôležitých ukazovateľov či informácií.

Ďalšou metódou spomedzi špeciálnych vedeckých metód je metóda štruktúrovaného rozhovoru. Túto metódu sme použili na získanie informácií od zakladateľa spoločnosti Letmo, ktoré sme súčasne využili pri vypracovaní praktickej časti diplomovej práce. Podnik Letmo nám poskytol rozhovor, kde nám bližšie špecifikoval mobilnú aplikáciu. Taktiež sme využili metódu získavania informácií prostredníctvom dotazníka od externých respondentov. Dotazník bol určený pre externých respondentov, ktorý mali odpovedať na uvedené otázky. Ďalšou metódou skúmania, ktorú sme využili, bolo spracovanie finančných ukazovateľov spoločnosti Letmo za roky 2018 a 2019.

Použili sme taktiež metódy, ktoré patria medzi všeobecné vedecké metódy. Metóda štúdia odbornej literatúry nám pomohla k definícii a pochopeniu ekonomiky inovácií. Pomocou analýzy sme vyhodnocovali výhody mobilnej aplikácie. Pomocou metódy syntézy sme syntetizovali informácie z rôznych zdrojov. Metódu komparácie sme využívali najmä v teoretickej časti práce, kde sme porovnávali názory rôznych autorov, napríklad pri samotnej definícii inovácií či pri definícii sociálnych inovácií. Metódu analógie sme využili v teoretickej časti pri skúmaní poznatkov z viacerých zdrojov. Prostredníctvom indukcie sme mohli spájať myšlienky pri usudzovaní. Od rôznych čiastkových záverov sme odvodili všeobecné závery.

3.5 Štatistické metódy

V diplomovej práci sme využívali sme priemery, čím sme získali priemerný vek oslovených respondentov v rámci dotazníka, ktorý sme použili v praktickej časti diplomovej práce. Taktiež sme použili percentá pri vyhodnocovaní dotazníka. Taktiež sme použili štatistickú metódu porovnávania jednotlivých indexov zmien rôznych ukazovateľov za podnik Letmo. Aplikovali sme to napríklad pri zmene príspevkov z prijatej dane za jednotlivé roky či pri zmene výnosov z konkrétnej podnikateľskej

činnosti podniku. Porovnávali sme zmeny za jednotlivé stanovené roky a hodnotili sme tieto zmeny ukazovateľov.

4. Výsledky skúmania

V tejto časti diplomovej práce sme sa venovali niekoľkým podnikom a organizáciám. Tento majú jednu základnú charakteristiku – vývoj sociálnych inovácií a ich aplikácia do praxe a do bežného života. V diplomovej práci sme opísali daný podnik, predmet činnosti a venujeme sa aj bližšej špecifikácii sociálnej inovácie daného podniku či organizácie. Vyhodnotili a súčasne sme aj navrhli konkrétne námety riešení, ktoré by v budúcnosti mohli daným podnikom či organizáciám pomôcť v napredovaní, či ako danú sociálnu inováciu vylepšiť v prospech či už obyvateľstva ako takého alebo v prospech podniku. Taktiež sme sa zamerali na to, ako by sa daná sociálna inovácia dala vylepšiť v ďalších smeroch a oblastiach.

4.1 Charakteristika Nadácie Pontis

Nadácia Pontis udeľuje od roku 1998 ocenenie, ktorého účelom je zviditeľniť príklady zodpovedného podnikania a toto ocenenie sa má snažiť inšpirovať druhé podniky a organizácie k lepšiemu správaniu.

Za rok 2019 boli udelené ceny v nasledujúcich kategóriách:

Tabuľka 2: Kategórie ocenenia VIA BONA SLOVAKIA v roku 2019

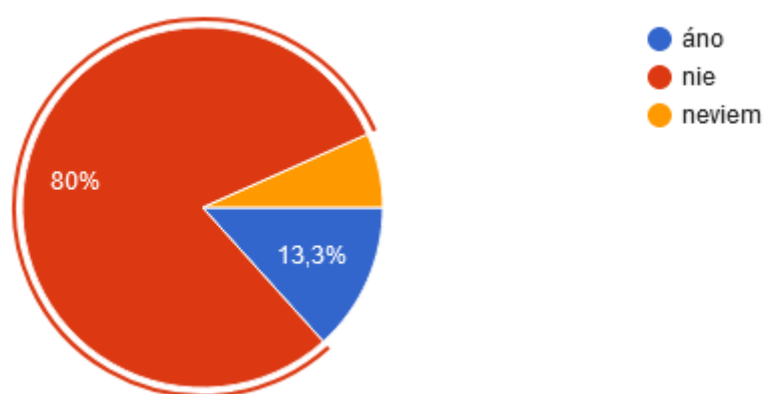
	Kategórie ocenenia VIA BONA SLOVAKIA v roku 2019
Hlavné ceny	• Zodpovedná veľká firma • Zodpovedná malá/stredná firma
Zodpovedné podnikanie	• Zelená firma • Skvelý zamestnávateľ • Dobrý partner komunity • Sociálne inovácie
Špeciálne ceny	• Zamestnávateľ ústretový k rodine, k rodovej rovnosti a rovnosti príležitosti • Dobre spravovaná firma
Cena verejnosti	

Zdroj: vlastné spracovanie

Ceny udeľuje porota, ktorá je zložená z nezávislých zástupcov štátnej správy, zástupcov obchodu, mimovládnych organizácií a rôznych vzdelávacích inštitúcií na základe rôznych nominácií firiem a ich vlastných skúseností.

Víziou Nadácie Pontis je uskutočňovanie aktivít, ktoré majú napomáhať k zmene Slovenska na lepšiu krajinu, aby tu bolo miesto pre slobodných a zodpovedných ľudí, ktorí sa snažia zlepšovať svoj život a okolie. Nadácia Pontis sa snaží zo Slovenska vytvoriť krajinu, ktorá prosperuje a zároveň sa snaží o fungovanie udržateľne a je dobrý globálnym občanom. Dôležitosť kladie taktiež aj na pracovitosť obyvateľstva, vzdelanie, aktivitu a taktiež férový biznis. Taktiež nezabúda na slabších, chorých a znevýhodnených, ktorí potrebujú podporu. Či už v nových sociálnych inováciách alebo v ich neustálom vylepšovaní. Dôležitou stránkou, ktorá podľa Nadácie Pontis môže prispieť k zlepšeniu je taktiež aj tolerancia voči menšinám a podpora diverzity, ktorá sa nachádza takmer všade okolo nás.

Pozitívne zmeny podľa Nadácie Pontis môžu vzniknúť pri prepájaní rôznych firiem, štátnych inštitúcií, mimovládnych organizácií, komunit a jednotlivcov. Pozitívnymi zmenami môžu byť zmeny vo vzdelávaní, v zodpovednom podnikaní či v boji proti korupcii a chudobe. Nadácia Pontis prepája svoje skúsenosti v rôznych témach, ako je napríklad vzdelávanie a inklúzia. Taktiež dlhodobo spolupracuje s pro bono expertmi a firmami, pričom ich spoločný cieľ je podpora tvorivosti a podnikavosti u mladých ľudí z rôznych prostredí a s rôznymi odlišnými možnosťami.



Graf 1: Informovanosť o existencii Nadácie Pontis u oslovených respondentov

Zdroj: vlastné spracovanie

Ako môžeme vidieť na predchádzajúcom grafe, iba 13,3 % oslovených respondentov pozná Nadáciu Pontis. Z opýtaných 90 respondentov je to len 12 osôb, ktoré sa stotožňujú s tým, že Nadáciu Pontis poznajú alebo už o nej niekedy počuli. Je možné, že

omnoho viac oslovených respondentov túto nadáciu pozná, avšak pri prvotnom názve Nadácia Pontis im nenapadne konkrétna nadácia, avšak skôr by si možno spomenuli na ocenenie VIA BONA, ktoré je omnoho viac populárnejšie než samotný názov nadácie.

4.1.1 História Nadácie Pontis

Nadáciu Pontis sme v jej počiatkoch mohli poznať pod názvom Nadácia pre občiansku spoločnosť, ktorá bola založená v roku 1997. V roku 1998 zorganizovala táto nadácia prvý ročník Via Bona Slovakia a motivačnú kampaň Ro(c)k Volieb '98. Vďaka kampani Rock Volieb vzrástlo číslo zapojenia prvovoličov v porovnaní s predošlými voľbami až o 60%. Na vtedajšiu politickú situáciu toto percento bolo veľmi neobyčajné. V roku 2001 sa nadácia premenovala na Nadáciu Pontis. O dva roky neskôr v tejto nadácii vznikajú prvé nadačné fondy firiem. V roku 2004 vzniklo združenie zodpovedných firiem – Business Leaders Forum a bola zorganizovaná prvá konferencia o zodpovednom podnikaní. Rok 2007 priniesol taktiež veľmi veľa aktivít. Najzaujímavejšou je napríklad historicky prvý ročník dobrovoľníckeho podujatia „*Naše Mesto*“, vo vtedajšej dobe „*Naša Bratislava*“. Toto podujatie je známe najmä firemným dobrovoľníctvom na Slovensku. Prvý ročník Fóra o firemnej filantropii sa uskutočnil v roku 2008. Súčasne sa začal rozbiehať aj prvý projekt rozvojovej spolupráce v Keni a spustenie programu individuálneho darcovstva DobraKrajina.sk.

Dôležitým medzníkom Nadácie Pontis bol najmä vznik iniciatívy „*Advokáti Pro Bono*“ a charitatívny projekt „*Srdce pre deti*“. Cieľom projektu Srdce pre deti je pomáhať zlepšovať životnú situáciu detí s vážnym zdravotným a sociálnym znevýhodnením.

Prvý ročník Medzinárodnej konferencie „*Rozvoj a demokracia*“ sa uskutočnil v roku 2012, kde bol súčasne založený Fond pre transparentné Slovensko. Dôležitou zastávkou histórie Nadácie Pontis bolo taktiež aj založenie „*Asociácie firemných nadácií*“.

V roku 2017 Nadácia Pontis rozbehla projekt „*Generácia 3.0*“ na podporu inovatívnych prístupov vo vzdelávaní a taktiež aj inováciu „*Charta diverzity*“. V spolupráci s mestom Trnava mohlo vzniknúť jedinečné mimoškolské centrum „*Budúcnosť INAK*“. Cieľom tohto projektu je najmä umožniť deťom zažiť neobyčajný svet inovácií a technológií, ku ktorým by inak nemali prístup. Zároveň podporovať ich digitálne zručnosti, tvorivosť a podnikavosť a pomáhať im zvýšiť šance na kvalitné štúdium.⁵⁷

⁵⁷ Nadácia Pontis. Dostupné na: <https://www.nadaciapontis.sk/o-nas/nas-pribeh/>

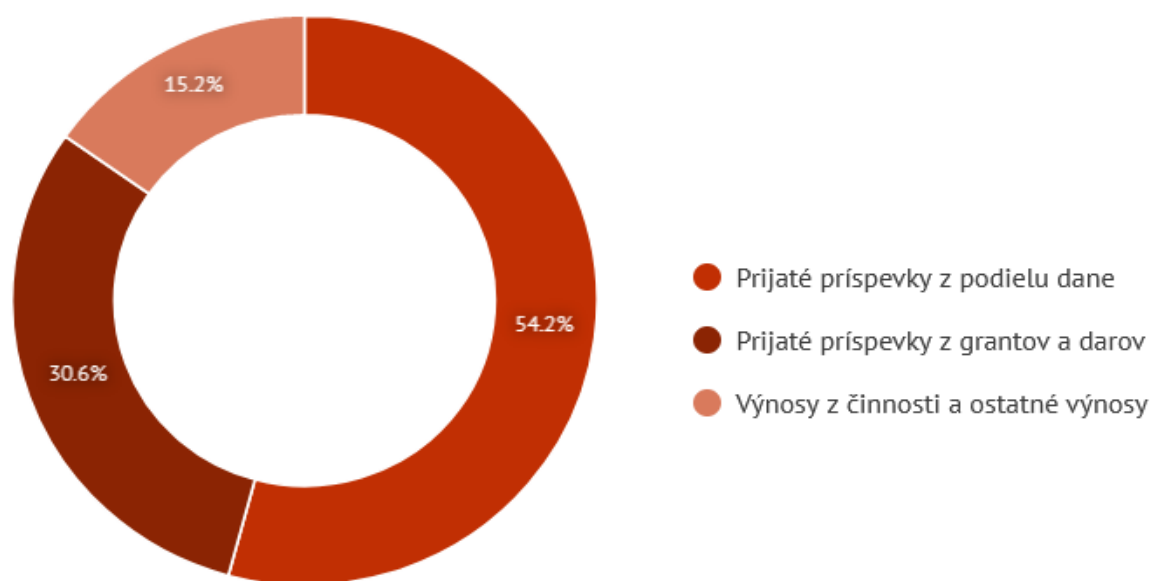
4.1.2 Financovanie Nadácie Pontis

Financovanie Nadácie Pontis môžeme vidieť v nasledujúcej tabuľke 3. Taktiež je tu porovnanie financovania za jednotlivé roky 2018-2019.

Tabuľka 3: Prehľad o výnosoch v členení podľa druhov za rok 2019

Názov	Hodnota	%
Prijaté príspevky z podielu dane	2 450 387,06 €	54,20%
Prijaté príspevky z grantov a darov	1 381 567,82 €	30,56%
Výnosy z činnosti a ostatné výnosy	688 868,07 €	15,24%
Celkom	4 520 822,95 €	100,00%

Zdroj: vlastné spracovanie



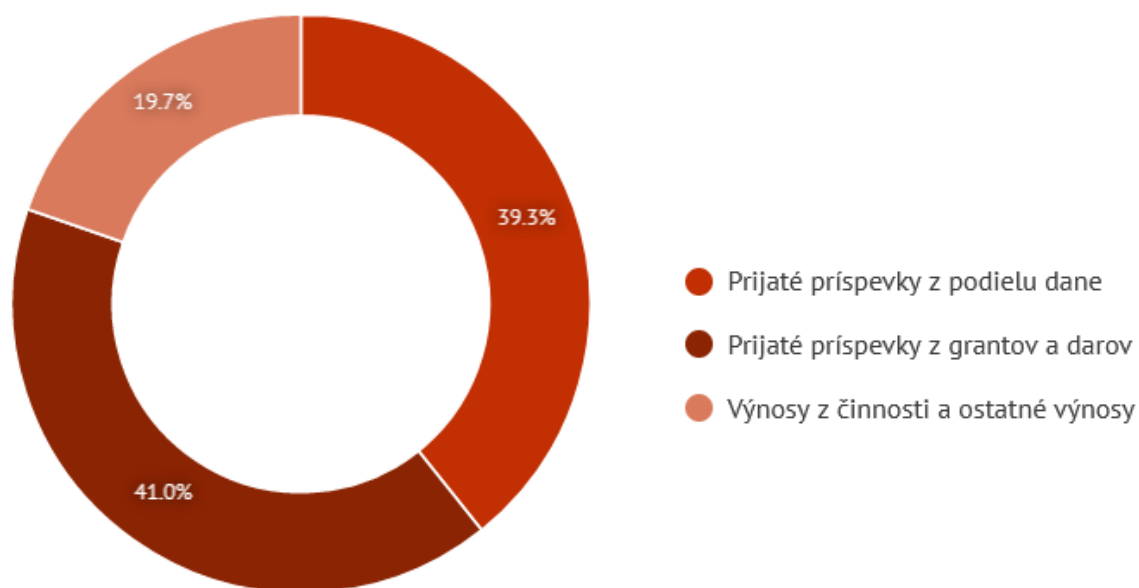
Graf 2: Prehľad o výnosoch v členení podľa druhov za rok 2019

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 4: Prehľad o výnosoch v členení podľa druhov za rok 2018

Názov	Hodnota	%
Prijaté príspevky z podielu dane	1 724 212,59 €	39,27%
Prijaté príspevky z grantov a darov	1 801 759,13 €	41,04%
Výnosy z činnosti a ostatné výnosy	864 674,57 €	19,69%
Celkom	4 390 646,29 €	100,00%

Zdroj: vlastné spracovanie

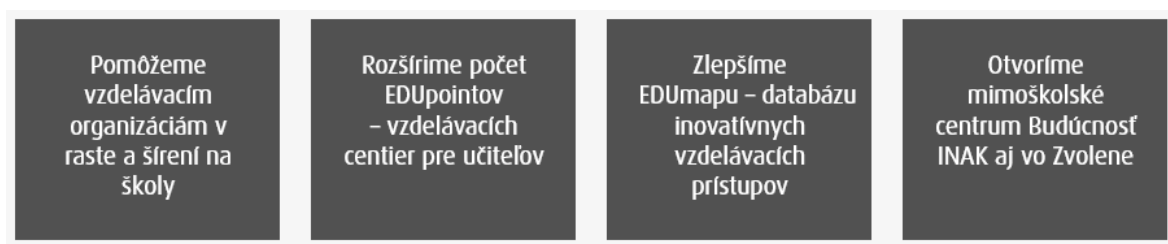


Graf 3: Prehľad o výnosoch v členení podľa druhov za rok 2018

Zdroj: vlastné spracovanie

Analýzou by sme mohli zistiť, že najväčší podiel v roku 2019 tvoria prijaté príspevky z podielu dane v sume 2 450 387,06 €. Taktiež Nadácia Pontis v roku 2019 mohla počítať s prijatými príspevkami z grantov a darov v sume viac ako 1,3 milióna eur. Pričom v roku 2018 tieto prijaté príspevky z grantov a darov boli vyššie takmer o 420 tisíc eur. Pokles týchto prijatých príspevkov z grantov a darov v roku 2019 Nadácie Pontis môžu byť napr. pri nesplnení podmienok na udelenie grantu alebo nižší počet darcov pre Nadáciu Pontis. V porovnaní s predchádzajúcim rokom 2018 sa prijaté príspevky z podielu dane v roku 2019 zvýšili o viac ako 726 tisíc eur. Dôvodom rapidného zvýšenia prijatých príspevkov z podielu dane môže byť napríklad vyšší počet daňovníkov, ktorí odvedli 2% zo zaplatenej dane na osobitné účely, pričom tieto 2% prideliť, resp. podarovali Nadácii Pontis.

Ako môžeme vidieť na nasledujúcom obrázku, Nadácia Pontis avizuje, že darované 2% k systémovým zmenám použije v oblasti sociálnych inovácií najmä na pomoc vzdelávacím organizáciám v raste a šírení školy, taktiež sa bude snažiť rozšíriť počet EDUpointov – vzdelávacích centier pre učiteľov, bude sa snažiť zlepšovať EDUmapu – inovatívnych vzdelávacích prístupov či otvorenie mimoškolského centra Budúcnosť INAK aj vo Zvolene.



Obrázok 7: Použitie darovaných 2% Nadácii Pontis na systémové zmeny v oblasti sociálnych inovácií

Zdroj: vlastné spracovanie

Nadácia Pontis sa nevzdáva ani počas pandémie COVID-19, ktorá trvá už od marca minulého roku. Jej aktuálne výsledky za rok 2020 vo všetkých oblastiach sú uvedené na nasledujúcom obrázku.



Obrázok 8: Súhrnné výsledky aktivít Nadácie Pontis za rok 2020

Zdroj: vlastné spracovanie

4.1.3 Partneri Nadácie Pontis

Partnermi Nadácie Pontis na Slovensku sú napríklad Centrum pre filantropiu Bratislava, Prvé Slovenské neziskové servisné centrum Bratislava, Štátny inštitút odborného vzdelávania Bratislava či taktiež aj Ekonomická univerzita. Pri slovenských partneroch Nadácie Pontis ma najviac zaujal partner Ekonomická univerzita v Bratislave. Je to najmä preto, že táto univerzita nám dáva veľmi pozitívny príklad toho, ako podporovať nielen myšlienku dobrej veci, ktorá sa týka podpory podnikateľských aktivít vynaliezavých firiem, ale taktiež aj podpora inovácií v podnikoch, štátnych inštitúciách či organizáciách a súčasné preklopenie teórie s praxou. Taktiež je tu veľmi dôležité hľadisko náuky nás študentov, ktorí niekedy taktiež budeme možno zakladať svoje podniky či organizácie a budeme si môcť spomenúť na správne smerovanie k vedeniu našich podnikateľských aktivít, ktoré sa taktiež

môžu pretaviť nielen do nominácie hodnotenia podnikov Nadáciou Pontis, ale taktiež aj k samotnej zmene a zlepšeniu podnikateľského prostredia na Slovensku v rámci ekonomických, sociálnych či kultúrnych inovácií.

Medzi zahraničných partnerov Nadácie Pontis patrí napríklad BMW Foundation Nemecko, Slovak – American Foundation či TechSoup USA.

4.1.4 Ocenenie v kategórii Sociálne inovácie

Nadácia Pontis udeľuje ocenenie v kategórii sociálne inovácie už od roku 2016. Zaradenie kategórie sociálne inovácie do ocenenia VIA BONA malo istý význam. Ako uvádza riaditeľka Nadácie Pontis Martina Kolesárová, dôležitým argumentom je najmä zvýraznenie projektov, ktoré adresujú konkrétny spoločenský problém a zároveň majú veľmi dobrý potenciál zmeniť prístup k vyriešeniu danej témy.⁵⁸

V tejto kategórii Nadácia Pontis vyhľadáva projekty, ktoré majú tieto vlastnosti:

- majú potenciál k rozvíjaniu a systémovým zmenám – všetky druhy inovácií sa dajú rozšíriť, ide najmä o zmenu, ktorú si osvojí štát alebo samospráva,
- rovnocenné partnerstvo – spojenie rôznych firiem a neziskových organizácií, ktoré môže prispieť k rôznemu vývoju ďalších inovácií, odbúranie hraníc medzi jednotlivými sektormi či vytvorenie hodnôt pre všetky strany, ktoré sa zúčastnia na inovácií,
- schopnosti jednotlivca alebo tímu – za projektom by mali stáť ľudia, ktorí sú nesmierne kreatívni, odvážni a najmä nebojácni, ktorí sa neboja ísť do neprebádaných objektov a sfér, ktoré môžu prinášať podniku alebo organizácii priaznivé zmeny,
- oblasť filantropie – prepojenie záujmov firmy nad rámec filantropie, ktoré bude prinášať ekonomickú alebo sociálnu hodnotu,
- spoločenská zmena – projekt je zameraný na nesmierne dôležitý, prípadne aj zanedbaný spoločenský problém, ktorý môže zmeniť prístup k riešeniu danej témy či oblasti.

⁵⁸ SUROTHAK, L. Via Bona Slovakia inšpiruje firmy na Slovensku k férovému podnikaniu. [online]. Nadácia Pontis. [2021-01-14]. Dostupné na: <http://www.nadaciapontis.sk/o-via-bone-1>

4.2 Firma Letmo SK, s. r. o.

Spoločnosť, ktorú sme si vybrali na vypracovanie diplomovej práce je spoločnosť Letmo SK, s. r. o., ktorá pôsobí v oblasti zabezpečovania produktov pre invalidných znevýhodnených ľudí. Z pohľadu pomôcok sú to vozíky od najlacnejších plne hrađených typov, až po prémiové modely vrcholovo aktívnych užívateľov. S témou vozíkov však bezpodmienečne súvisí tiež správne sedenie s patričným antidekubitným efektom.

Spoločnosť Letmo vznikla 17. júna 2004. Hlavnou činnosťou je maloobchodný predaj zdravotníckych a ortopedických pomôcok v špecializovaných predajniach. Táto spoločnosť má v súčasnosti 10 – 15 zamestnancov. Ide o spoločnosť s ručením obmedzením, ktorej predmety podnikania je najmä kúpa tovaru za účelom jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod), kúpa tovaru za účelom predaja iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod), nákup a predaj zdravotníckej techniky, oprava a údržba invalidných vozíkov, organizovanie kurzov, školení a seminárov, poskytovanie lekárskej starostlivosti vo výdajni zdravotníckych pomôcok, činnosť podnikateľských, organizačných a ekonomických poradcov, uskutočňovanie stavieb a ich zmien, výroba zdvíhacích a manipulačných zariadení.⁵⁹

Spoločnosť Letmo je už veľa rokov známa svojou širokou ponukou sedacích systémov. Je tomu už dlho, čo priniesla na Slovensko celú škálu sedačiek a opierok JAY, neskôr pribudli aj flexibilné opierky TARTA a pneumatické sedačky ROHO. Ako vtedy povedal konateľ spoločnosti Miroslav Zeman, stále v sortimente chýbal vysoko individuálny systém pre zložitejšie nastavovania. A tak sme na Slovensku privítali značku sedačiek a opierok z Nového Zélandu SPEX.

Dalo by sa povedať, že potreby sú pokryté, ale nie je tomu tak. Je veľký rozdiel v nastavení sedacích systémov na mechanickom vozíku a elektrickom. Zatiaľ čo ten na mechanickom podporuje aktivitu a svojou hmotnosťou by nemal príliš zvyšovať hmotnosť vozíka, pri elektrickom je všetko podriadené celodennému komfortu a prípadne individuálnemu nastaveniu bočného držania. Preto je nám potešením, že Letmo prináša na Slovensko piatu značku sedacích systémov – SEDEO. Stáva sa tak jednoznačne najsilnejším

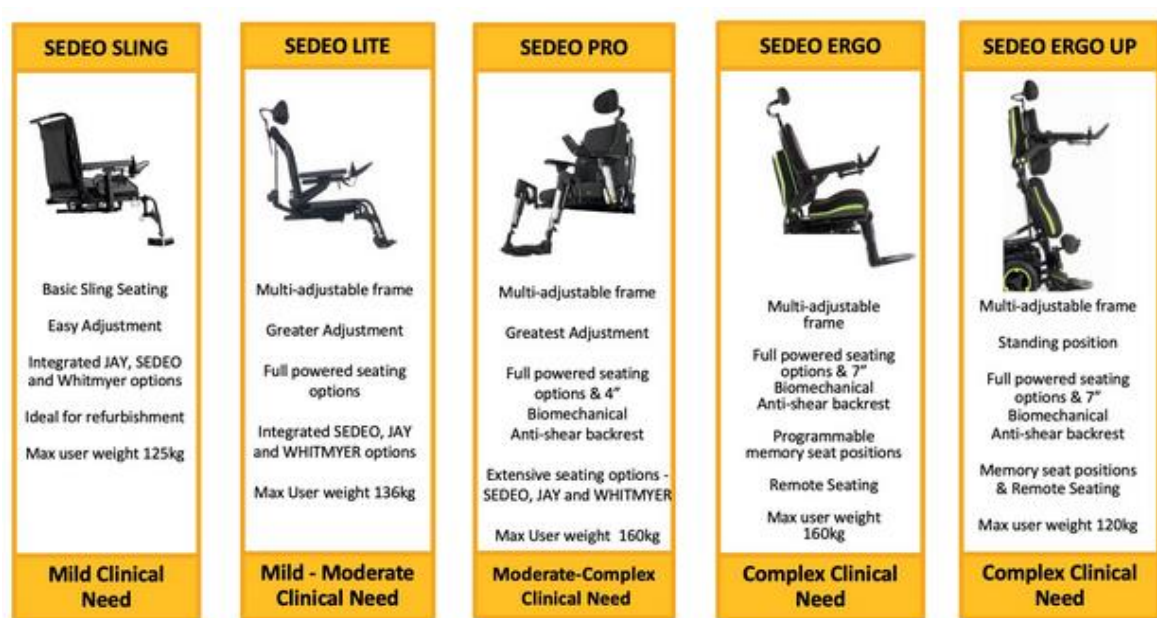
⁵⁹ FinStat. Spoločnosť Letmo SK, s. r. o.. [elektronický zdroj]. 2021. [cit. 2021-14-03]. Dostupné na: https://www.finstat.sk/35890142/obchodny_register

hráčom rešpektujúcim pravidlá správneho sedenia a zároveň pokrýva (tentokrát snád' už skutočne) všetky druhy nárokov na sedacie systémy.



Obrázok 9: Logo spoločnosti Letmo SK, s. r. o.

Zdroj: spracované podľa internetového portálu letmo.sk



Obrázok 10: Produkt sedací systém SEDEO spoločnosti Letmo SK, s. r. o.

Zdroj: spracované podľa internetového portálu letmo.sk

Väzba spoločnosti LETMO je viac než osobná. Práca spoločnosti Letmo nie je len o znalostiach v danom obore, ale taktiež o cite a vzťahu. Spoločnosť ponúka produkty, ktoré sú vysoko kvalitné a zároveň vytvárajú ideálne prepojenie a nadväznosť.

Ak by sme mali produkty spoločnosti rozdeliť do nejakých kategórií, najlepšie by sme ich mohli nazvať ako každodenné aspekty života vozičkárov. Delíme ich na mobilitu, sedenie a polohovanie, zdvíhanie a presun, bezbariérovosť. V jednoduchosti – presne to, s čím sa vozičkár stretáva každý deň, čo ho podporuje v jeho aktivitách a pomôže zvládnuť

každodenné úlohy. A nie je dôležité či je to pri deťoch na ihrisku, študentovi v škole alebo u aktívneho vodičára na vrcholových pretekoch.

Na Slovensku zastupuje spoločnosť značky ako Quickie, Sopur, Jay, Sterling, RGK, Leckey, Alber, FireFly, Freewheel, Roho, Spex, Handicare, Softwheel, Oxford, Tarta, Quokka a mnohé ďalšie. Zároveň sa spoločnosť snaží každé euro investovať do zlepšenia produktov a služieb.

4.2.1 Mobilná aplikácia VozickarMAP

V našej diplomovej práci sme sa zamerali na sociálne inovácie. Ako vhodnú sociálnu inováciu sme si zvolili mobilnú aplikáciu VozickarMap. Túto aplikáciu vytvorila spoločnosť Letmo. Ocenenie v kategórii Sociálne inovácie získala spoločnosť LETMO za aktívne rozvíjanie produktov a služieb a budovanie komunity pre ľudí so zdravotným znevýhodnením. Firma vytvorila unikátnu mobilnú aplikáciu VozickarMAP, ktorá umožňuje nájsť najbližšie bezbariérové objekty, komentovať ich stav alebo sa opýtať komunity vodičárov. V súčasnosti je v nej zaznamenaných viac ako 4 000 objektov, napríklad WC, reštaurácie, školy alebo obchody.



Obrázok 11: Ocenenia spoločnosti Letmo SK, s. r. o. od Nadácie Pontis

Zdroj: vlastné spracovanie

VozickarMAP je unikátna aplikácia na monitoring prístupnosti objektov. Umožňuje nájsť najbližšie bezbariérové objekty, komentovať ich stav alebo sa opýtať komunity vodičárov. Pomôže najmä tým, pre ktorých je dôležitá bezbariérovosť alebo aspoň znalosť prístupnosti pred návštevou objektu. Vodičár si podľa toho napríklad môže zabezpečiť asistenta, ktorý mu pomôže.

Existuje mnoho máp na papieroch, v PDF alebo mini-aplikáciách. Bud' sú nepoužiteľné, veľmi lokálne, alebo ich autor nechápal potreby triedenia, kategorizácie a filtrácie. Tomu všetkému sa mapa pre vodičkarov vyhla.

Unikátna je najmä v tom, že čitateľ sa môže opýtať autora objektu čokoľvek čo potrebuje vedieť o danom objekte, taktiež zadávateľ udáva, či prešiel objekt na svojom vozíku, alebo je chodiaci a pomáha k zlepšovaniu fungovania znevýhodnených vodičkarov. Ideálom tejto aplikácie je, že všetkému napomáhajú fotky, ktoré si vodičkári môžu kedykoľvek pozrieť, vďaka čomu im táto aplikácia prináša aj lepšiu orientovanosť v priestore. Táto mapa taktiež umožňuje vyfiltrovaný obsah zverejniť ako selektívnu mapu danej kategórie. Takže vlastne nám môže slúžiť ako grafický podklad pre články o bezbariérových absurditách, bezbariérových toaletách či dostupnosti kaviarní pre vodičkarov.



Obrázok 12: Logo mobilnej aplikácie VozickarMAP od spoločnosti Letmo SK, s. r. o.

Zdroj: vlastné spracovanie

Vylepšenou novinkou aplikácie VozickarMAP je v súčasnosti nové tlačidlo pre jednoduché zdieľanie bezbariérových miest, ako aj nová možnosť prihlásenia a registrácia pomocou Google účtu alebo Apple účtu. Novinkou je taktiež aj podpora pre zobrazovanie trás v mape či rôzne opravy drobných chýb.

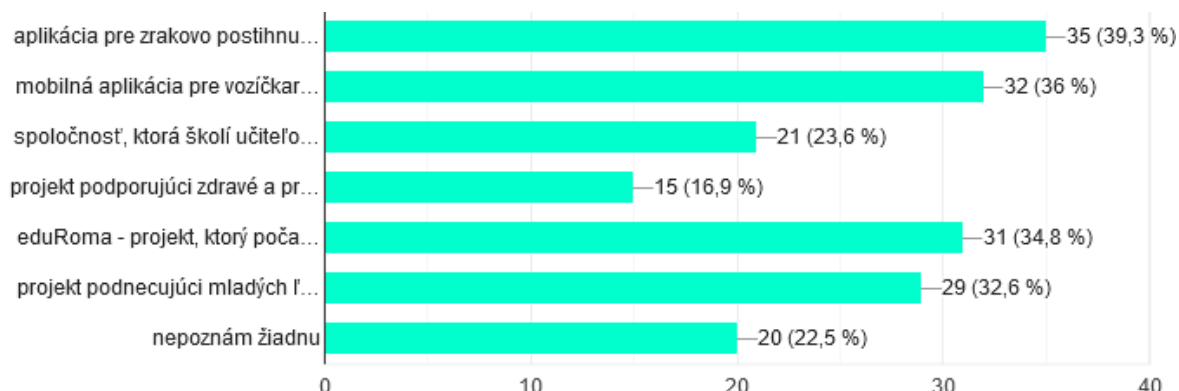
Sociálnou inováciou môže byť:

*

- ☐ aplikácia pre zrakovo postihnutých s cieľom zvýšiť ich samostatnosť pri pohybe a orientácii v priestoroch ...
- ☐ mobilná aplikácia pre vodičkarov umožňujúca nájsť najbližšie bezbariérové objekty, komentovať ich stav al ...
- ☐ spoločnosť, ktorá školí učiteľov, ako zakomponovať programovanie hravým spôsobom do hodín informatiky
- ☐ projekt podporujúci zdravé a pravidelné stravovanie
- ☐ eduRoma - projekt, ktorý počas pandémie koronavírusu zabezpečuje funkčné dištančné vzdelávanie pre ži ...
- ☐ projekt podnecujúci mladých ľudí uvedomovať si riziká radikalizácie a extrémistických ideológií.
- ☐ nepoznám žiadnu

Obrázok 13: Znalosť sociálnych inovácií zisťovaná u oslovených respondentov

Zdroj: vlastné spracovanie

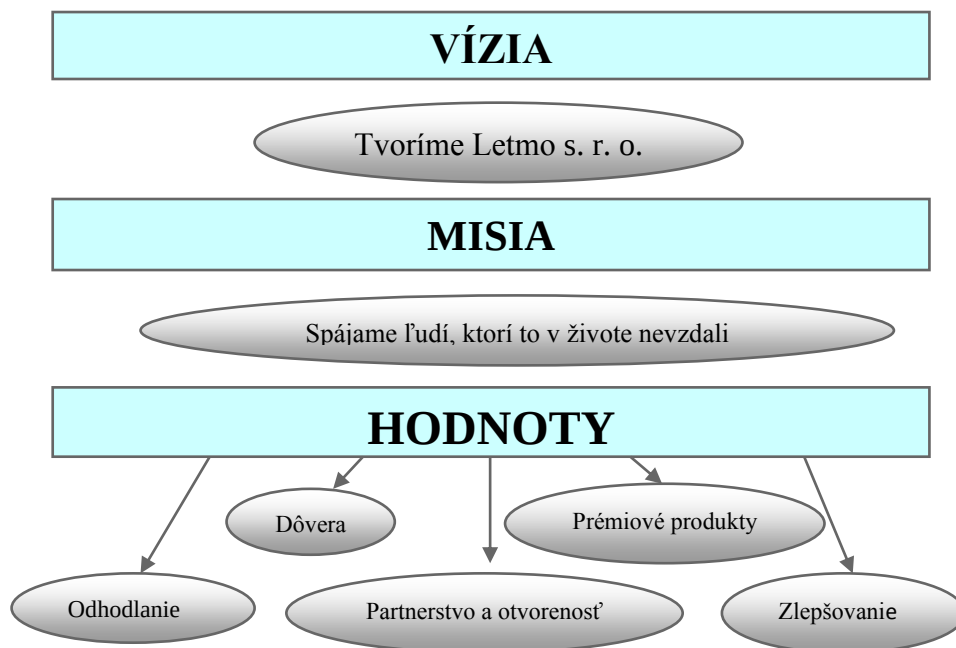


Graf 4: Prehľad o znalosti sociálnych aplikácií oslovených respondentov

Zdroj: vlastné spracovanie

Ako môžeme vidieť na grafe, oslovení respondenti sú v sociálnych aplikáciách, ktoré pomáhajú spoločnosti k lepšiemu fungovaniu veľmi pozitívne informovaní. Spomedzi všetkých možností, ktorými sú rôzne sociálne inovácie, ktoré na Slovensku fungujú už istý čas, mali respondenti vybrať tie, ktoré patria podľa nich do oblasti sociálnych inovácií. Najskôr by sme začali vyhodnocovať poznatky o aplikácii pre vodičkarov. Spomedzi 90 oslovených respondentov až 32 respondentov (36%) pozná mobilnú aplikáciu pre vodičkarov, ktorej cieľom je monitoring prístupnosti objektov či nájdenie bezbariérových objektov. Na základe týchto odpovedí môžeme dedukovať, že táto aplikácia je celkom známa a oslovení respondenti sa s ňou už v reálnom živote stretli či o nej minimálne počuli.

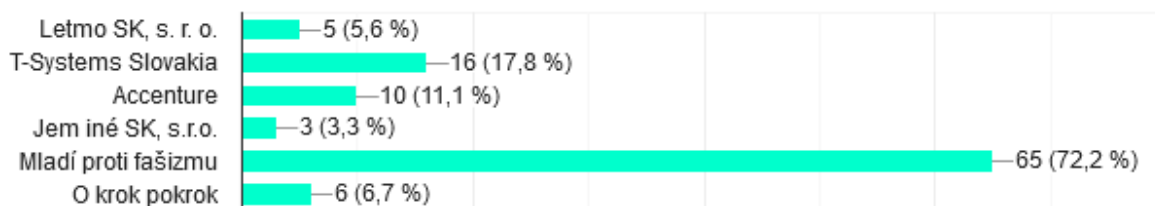
Taktiež z grafu môžeme vidieť, že veľmi známou sociálnou inováciou je aj projekt eduRoma. EduRoma je vzdelávacia mimovládna organizácia, ktorej cieľom je podporovať kvalitné vzdelávanie aj rómskym deťom a podpora k inkluzívnemu vzdelávaniu. Tento projekt najmä v súčasnom stave pandémie COVID-19 umožňuje deťom z rómskych komúnít mať prístup k vzdelávaniu.



Obrázok č. 14: Vízia, misia a hodnoty spoločnosti Letmo

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa poskytnutých informácií od spoločnosti Letmo

Na základe odpovedí respondentov, ktoré sociálne inovácie poznajú, resp. s ktorými sociálnymi inováciami sa už stretli, sme zisťovali, ktoré firmy alebo hnutia z oblasti sociálnych inovácií sú známe respondentom, či už názvom alebo znalosťou. Firma Letmo SK, s. r. o. je na základe tohto výskumu známa len 5 respondentom, teda 5,6 % respondentom. Z tohto faktu môžeme usudzovať, že spoločnosť Letmo zo svojho názvu možno nie je až tak známa, avšak je známa najmä vďaka mobilnej aplikácii vozičkár, ktorá mohla byť prezentovaná na internete, v médiách, na sociálnych sieťach či prostredníctvom videí. Keďže sme oslovili 90 respondentov najmä vo veku 21 – 30 rokov, je dosť pravdepodobné, že firmu Letmo až tak bližšie nepoznajú, ale skôr poznajú sociálnu inováciu VozickarMAP, ktorá mohla byť prezentovaná rôznymi spôsobmi. Je to argumentačne dostatočne možné, keďže mladí ľudia skôr sledujú sociálne inovácie cez sociálne siete a prostredníctvom videí.



Graf 5: Prehľad o znalosti existencie firiem z oblasti sociálnych inovácií na Slovensku u opýtaných respondentov

Zdroj: vlastné spracovanie

Ako môžeme vidieť na nasledujúcom grafe, znalosť o existencii podnikov alebo organizácií v oblasti sociálnych inovácií nie je až tak vysoká. Najznámejším iniciatívnym hnutím, ktoré sa zaoberá podnecovaním mladých ľudí uvedomovať si riziká radikalizácie a extrémistických ideológií je hnutie, resp. iniciatíva „*Mladí proti fašizmu*“. Túto iniciatívu pozná takmer 73 % opýtaných respondentov. Ide o hnutie, ktoré sa zaoberá vzdelávaním v oblasti radikalizácie a extrémistických ideológií. Toto hnutie je známe najmä preto, lebo keďže sme v dotazníku oslovili vekovú skupinu 21-30 rokov, sú to pomerne mladí ľudia a veľmi veľa informácií získavajú najmä z mediálneho prostredia či sociálnych sietí a preto je dosť pravdepodobné, že toto hnutie poznajú. Dôvodom je najmä to, že hnutie Mladí proti fašizmu sa prezentujú najmä prostredníctvom sociálnych sietí.

4.2.2 Rozhovor

Získali sme možnosť urobiť rozhovor so zakladateľom spoločnosti Letmo Miroslavom Zemanom, ktorý nám odpovedal na otázky týkajúce vzniku nápadu založiť spoločnosť Letmo a zároveň vzniku mobilnej aplikácie, ktorá má napomáhať vodičkarom v ich neľahkom živote. Taktiež nám odpovedal aj na budúci rozvoj a smerovanie podniku. Spoločnosť Letmo počas svojho pôsobenia na Slovensku získala hneď niekoľko ocenení a založila niekoľko nových aktivít. Tento rozhovor je rozdelený na dve časti.

V prvej časti sme sa venovali otázkam ohľadom vzniku podnikateľského nápadu založenia spoločnosti Letmo či dvoch významných výnimočných situácií v podniku Synergie. V druhej časti sme sa taktiež venovali rozhovoru ohľadom budúceho možného a zároveň plánovaného smerovania podniku.

Jedným z víťazov hlavnej ceny Via Bona Slovakia za rok 2018 v kategórii Zodpovedná malá/stredná firma bola spoločnosť Letmo SK, ktorá prináša špičkové invalidné vozíky, ale aj osvetu a edukáciu, ktorá podporuje imobilných ľudí v aktívnom

živote. O tom, čo pre nich ocenenie znamená, ale aj aké novinky chystajú, sme sa porozprávali so zakladateľom Miroslavom Zemanom.

Ich hlavným mottom je, že invalidný vozík je individuálna pomôcka, ako je individuálny aj jeho používateľ. Preto do ich portfólia patria špičkové vozíky prispôsobené potrebám aj tých najaktívnejších klientov. Spoločnosť Letmo SK, jeden z víťazov ocenenia Via Bona Slovakia, sa už niekoľko rokov snaží zlepšiť podmienky každodenného života vozičkarov na Slovensku. A hoci ide o mimoriadne náročnú úlohu, zakladateľ spoločnosti Miroslav Zeman neplánuje v tomto úsilí poľaviť.

Spoločnosť Letmo SK je zároveň víťazom hlavnej ceny Via Bona Slovakia za rok 2019 v kategórii Sociálne inovácie. Toto ocenenie získala najmä za aktívne rozvíjanie produktov a služieb a budovanie komunity pre ľudí so zdravotným znevýhodnením. Firma vytvorila unikátnu mobilnú aplikáciu VozickarMAP, ktorá umožňuje nájsť najbližšie bezbariérové objekty, komentovať ich stav alebo sa opýtať komunity vozičkárov. V súčasnosti je v nej zaznamenaných viac ako 4 000 objektov, napríklad WC, reštaurácie, školy alebo obchody.

4.2.1.1 Vznik podnikateľského nápadu, ocenenia a budúce smerovanie

Otázka č. 1: V rámci vašich aktivít prinášate osvetu, ktorá podporuje imobilných ľudí v aktívnom živote. Čo vás k tomu viedlo? Všimli ste si nedostatok informácií v tejto oblasti, dostali ste podnet od klienta, alebo niečo podobné?

„Za 30 rokov od revolúcie sa síce urobilo mnoho vecí pre integráciu vozičkarov, no často to vyzerá tak, že boli len „vypustení do kapitalizmu“. Trh im síce ponúka množstvo produktov a informácií, ale nevedia, s kým ich konzultovať, ako ich financovať alebo aspoň administrovať. Náš odbor je navyše špecifický ešte jednou zvláštnosťou a tou sú prázdne reči. Mnoho subjektov miňa obrovské peniaze bez akéhokoľvek výsledku. Občas si hovorím, že pod naše projekty budem dávať hashtag #VyhrnuteRukavy. Často nie je nič viac potrebné. Len menej hovoriť a viac pracovať. Málokedy to stojí len na peniazoch.“

Otázka č. 2: Ktoré ocenenie predstavovalo pre vašu spoločnosť LETMO najväčší úspech?

„Ocenenie, ktoré pre našu firmu znamenalo najväčší úspech bolo ocenenie od Nadácie Pontis v kategórii VIA BONA 2019. Smer nesmierne radi, že naša práca je pre trh

a pre spoločnosť prospešná, že sa naši partneri a klienti k našim produktom vracajú. Táto Nadácia Pontis v udeľovaní cien VIA BONA SLOVAKIA si našu firmu vybrala spomedzi všetkých nominácií v kategórii „Sociálne inovácie“. Je to pre našu firmu česť zastávať poprednú priečku za rok 2019 vo vývoji a aplikácii sociálnych inovácií. Z pomedzi všetkých sociálnych inovácií si vybrali práve nás, čo nás posúva vpred, nielen pri ďalšom zlepšovaní našich produktov, ale taktiež pri neustálom zlepšovaní nášho fungovania vo svete sociálnych inovácií.“

Otázka č. 3: Čo pre vás znamenalo získanie ocenenia VIA BONA SLOVAKIA za rok 2018 v kategórii Zodpovedná malá/stredná firma?

„Smer a filozofia spoločnosti boli rovnaké pred aj po získaní ocenenia. Veľmi nás ale teší, že naše aktivity zaujali, a to nám potvrdilo správny smer. Bola to určite morálna vzpruha. Bývajú situácie, pri ktorých si poviem, že aj keď nejdeme najľahšou cestou, nepoľavíme. Ďalšou z vecí je, že ocenenie namotivovalo celý náš tím. Zrejme každého by zahrialo vedomie, že ich desaťčlenná firma bola ocenená v tak silnej konkurencii.“

Otázka č. 4: Čo bol pre vás moment, kedy ste si uvedomili, že to, čo robíte, stojí skutočne za to?

„Máme dosť riešení, ktoré sú na Slovensku jedinečné. A keď ste jediný, kto môže, tak jednoducho musíte. Keď navyše stretávate v teréne klientov a zároveň kamarátov, ktorým ste zmenili každodenné fungovanie, je to ako droga. Výzvou teda zostáva, ako to efektívne zvládať a škálovať v rámci regiónu.“

Otázka č. 5: Aké novinky v súčasnosti existujú a zároveň aké kroky sú naplánované do budúcnosti?

„V súčasnosti bol otvorený nový showroom Letmo – Piešťany 2. Slovom klasika: „Rozšíril sa nám tu tak nešvár.“. Firmy a úrady veľmi často využívajú Covid ako výhovorku na flákanie. A pretože sme vždy boli „iní“, tak sme v poslednom roku pripravili toľko zmien, že z nich konkurencia „bude mať radosť“. Jednou z tých najviditeľnejších je, že sme zatvorili náš 1,5-ročný showroom v Piešťanoch. A to len preto, aby sme vo vedľajšom vchode otvorili úplne nový a o sto metrov väčší. Potrebovali sme sa trochu rozšíriť, pretože produktov stále pribúda. Taktiež sme trochu snívali aj o veľkom nádvorí, kde sa bude dať pripraviť exteriérová expozícia na testovacie dni. Napríklad keď pripravíme výzvu na

testovanie prídavných pohonov a Vy budete môcť vyraziť do centra Piešťan a v reálnej premávke skúšať jednotlivé typy. “

4.2.2.2 Bližšie priblíženie aplikácie VozickarMAP

Otázka č. 1: Mohli by ste nám bližšie priblížiť vašu aplikáciu VozickarMAP, za ktorú ste v roku 2019 vyhrali v kategórii „Sociálne inovácii“ v cene od Nadácie Pontis - Via Bona Slovakia 2019?

„VozickarMAP je unikátna aplikácia na monitoring prístupnosti objektov. Umožňuje nájsť najbližšie bezbariérové objekty, komentovať ich stav alebo sa opýtať komunity vodičiarov. “

Otázka č. 2: Komu môže táto mobilná aplikácia pomôcť?

„Všetkým, pre ktorých je dôležitá bezbariérovosť alebo aspoň znalosť prístupnosti pred návštevou objektu. Vodičiar si podľa toho napríklad môže zabezpečiť asistenta, ktorý mu pomôže. “

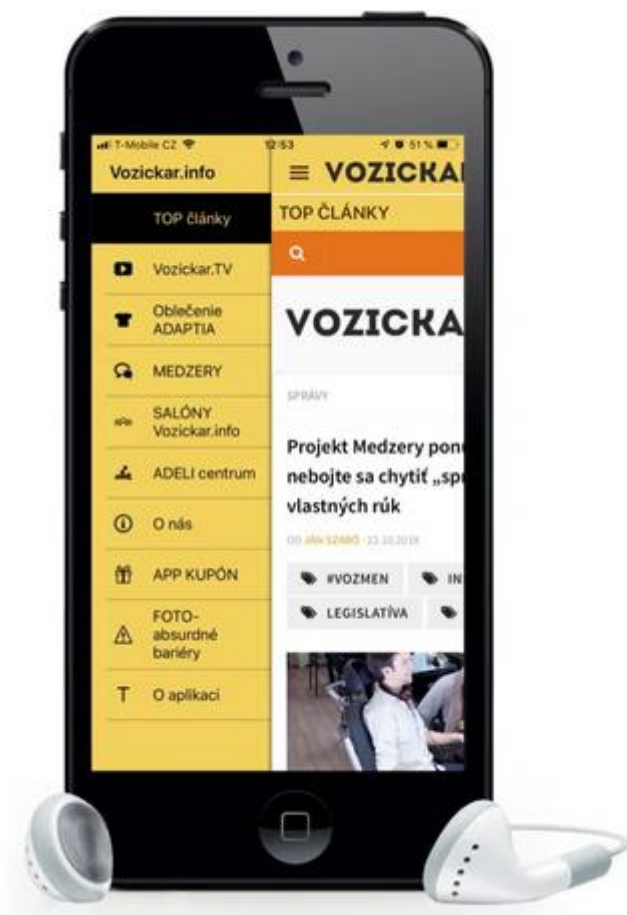
Otázka č. 3: V čom je táto aplikácia unikátna?

„Čitateľ sa môže opýtať autora objektu, zadávajúci “priznáva”, či prešiel objekt na svojom vozíku, alebo je chodiaci a pomáha (veľká vďaka za to), žijeme v česko-slovenskej realite, takže označujeme nielen “ukážkové a vyhláškové” objekty, ale aj tie, ktoré sa aspoň pokúšajú o prístupnosť a môžu byť niekedy užitočné, všetkému samozrejme napomáhajú fotky, sme partnerom projektu Euroklúč, ale takéto toalety označujeme samostatnou kategóriou, keďže nie každý, tento kľúč vlastní, naša mapa umožňuje vyfiltrovaný obsah zverejniť ako “selektívnu mapu danej kategórie”. Takže vlastne slúžime aj ako grafický podklad pre články o bezbariérových absurditách, bezbariérových toaletách alebo dostupnosti kaviarní pre vodičiarov, naše práce sú už niekoľko rokov vidieť na www.Vozickar.info alebo na akciách Salón Vozickar.info. “

Otázka č. 4: Môže do tejto mapy v aplikácii ktokoľvek pridávať informácie o daných objektoch a ich prístupe?

„Samozrejme a je to vlastne aj naše veľké želanie. Aj keď komunita okolo portálu www.Vozickar.info predstavuje niekoľko tisíc ľudí, vždy uvítame pomocnú ruku každého monitorujúceho. Aj v tomto je naša aplikácia iná. Každý vyplňujúci zadá, či prešiel

objekt na voziku, alebo je “chodiaci”. Jeho parametrom potom môže každý dať inú váhu popríade sa ho v diskusii na to opýtať.”



Obrázok č. 15: Mobilná aplikácia VozickarMAP

Zdroj: Vlastné spracovanie



Obrázok č. 16: Mobilná aplikácia VozickarMAP v praxi

Zdroj: Vlastné spracovanie

5. Diskusia a možné návrhy riešení

Návrhy zlepšení môžu prispievať k zlepšeniu procesov v podniku, taktiež môžu pozitívne vplyvať na zmenu podnikovej kultúry a komunikácie medzi zamestnancami či zlepšeniu vzťahov medzi podnikom Letmo a konkurenciou či taktiež aj so zákazníkmi. V tejto kapitole sa budeme venovať zhodnoteniu mobilnej aplikácie VozickarMAP, zhodnotíme si taktiež rozhovor so zakladateľom Letmo a taktiež sa zameriame aj na zhodnotenie dotazníka, ktorý sme aplikovali na nezávislých externých respondentov. Zároveň sa budeme snažiť navrhnúť možné návrhy riešení mobilnej aplikácie VozickarMAP, ktoré by mohli dopomôcť k jej zlepšeniu.

5.1 Zhodnotenie mobilnej aplikácie VozickarMAP

Mobilná aplikácia VozickarMAP, ktorú sme skúmali, je podľa nášho názoru veľmi prospešná. Ak by sme mali navrhnúť zmeny, ktoré by mohli priniesť do života zdravotne znevýhodnených pozitívny vplyv na ich život, boli by to najmä tieto činnosti:

Zvýšené povedomie o aplikácii

Zvýšiť povedomie o aplikácii by bolo možné zvýšením počtu reklám na internete, v médiách či rôznymi letákmi. Ľudia by sa tak viac dozvedeli o tejto aplikácii a omnoho viac ľudí by začalo na danej aplikácii pridávať miesta, ktoré sú bezbariérové, sociálne zariadenia, ktoré umožňujú prístup pre ľudí na invalidnom vozíku.

Zvýšené povedomie o aplikácii by pomohlo vo veľkej škále možností, pretože ako sme sa dozvedeli z dotazníka, len 5 respondenti z 90 oslovených respondentov poznajú túto aplikáciu. Je to veľmi nízke číslo a preto by bolo vhodné zvýšiť propagáciu tejto skvelej mobilnej aplikácie.

Projektovanie budov zamerané na zlepšovanie podmienok pre zdravotne znevýhodnených efektívnejším spôsobom

Efektívnejšie projektovanie budov by mohlo pre zdravotne znevýhodnených znamenať omnoho viac, ako si vieme predstaviť. Bol by to zrazu takmer žiaden problém. Ľudia s invalidným vozíkom by sa vedeli dostať všade, kde by sa dostať chceli. Avšak, ak by podnik Letmo spolupracoval s rôznymi firmami, ktoré by mali projektovanie zamerané najmä na bezbariérový prístup, určite by sa zvýšil ako aj počet užívateľov aplikácie, tak

najmä aj počet zdravotne znevýhodnených, pre ktorých by sa tento problém konečne vyriešil.

Spolupráca s vládou, vládnymi inštitúciami a úradmi na vyššej úrovni

Najmä pri štátnych inštitúciách nastáva problém, ktorý je oveľa väčším problémom, ako by sa nám zdalo. Je mnoho štátnych inštitúcií, ktoré nedisponujú bezbariérovými vstupmi či sociálnymi zariadeniami, ktoré by pomohli zdravotne znevýhodneným dostať sa do štátnych budov a úradov. Preto častokrát ľuďom na vozíku musia rodinní príslušníci vybavovať rôzne potvrdenia a žiadosti.

Bolo by ideálnym riešením, aby mal štát nariadené, že musí budovať a prerábať svoje vchody a priestory štátnych inštitúcií tak, aby dávali možnosť zdravotne znevýhodneným viesť plnohodnotný život. Aby títo ľudia nemali neustále pocit závislosti na niekom.

5.2 Zhodnotenie rozhovoru v podniku

V podniku Letmo SK sa nám podarilo urobiť rozhovor, v ktorom nám zakladateľ opísať vznik spoločnosti či taktiež nám bližšie priblížil ocenenia, ktoré tento podnik získal. Dôležitým medzníkom v rozhovore bolo súčasné fungovanie podniku či kroky do budúcnosti. Z uvedených informácií sme zistili, že spoločnosť má veľký konkurenčný potenciál v oblasti sociálnych inovácií. Taktiež sme zistili, že spoločnosť Letmo je veľmi ambicióznou firmou, ktorá sa snaží učiť od najlepších a zároveň sa snaží do podnikania a do všeobecného povedomia dostať aj špeciálne možnosti zisťovania dôležitých informácií, ktoré jej môžu dopomôcť k opätovnému získaniu ceny za rôzne sociálne inovácie a posunúť tak vpred daný podnik. Informácie sa týkajú najmä života znevýhodnených ľudí, ktorí sú pripútaní na invalidný vozík. Ich cieľom je vytvoriť im lepšie miesto na život prostredníctvom nielen kvalitných produktov pre vozičkarov, ale taktiež aj neustále zlepšovanie aplikácie vozičkárskej mapy, ktorá pomáha vozičkarom pri plnohodnotnom živote. Takom živote, aký má takmer každý z nás.

Tento podnik sa snaží vložiť do života vozičkarov nádej, že nie sú iní. Sú rovnakí, ako my všetci ostatní. Avšak táto spoločnosť nám dáva príležitosť, ako môžeme pomáhať aj my. Všetky tieto dôležité informácie poskytuje na svojej mobilnej aplikácii VozickarMAP. Podnik Letmo sa čoraz viac snaží byť odlišnejším v oblasti sociálnych inovácií a zároveň sa snaží zaujať všetkých potenciálnych klientov či už prostredníctvom osobného kontaktu, mobilnej aplikácie, webovej stránky a zároveň aj cez rôzne sociálne siete a iné.

V druhej časti rozhovoru nám spoločnosť Letmo poskytla informácie konkrétnej aplikácii pre vodičkarov. Z rozhovoru vyplýva, že podnik Letmo sa snaží túto aplikáciu neustále zlepšovať, o čom svedčí aj pridanie funkcie, ktorá nám umožňuje vkladať prejdenný objekt podľa toho, či sme chodiaci alebo či sme objekt prešli na vozíku. Podnik Letmo sa stáva vďaka pozitívnym výsledkom konkurenciou pre ostatné podniky, ktoré fungujú a zameriavajú sa na oblasť sociálnych inovácií. Zároveň je podnik spoločnosťou ako takou vnímaný pozitívne aj z pohľadu veľmi dobrými obchodnými vzťahmi a spolupracou s rôznymi organizáciami.

Na základe rozhovoru môžeme zhodnotiť podnik veľmi pozitívne, pretože sa snaží v čo najväčšej miere dbať na svojich klientov a snaží sa im vytvoriť čo najväčší komfort pri fungovaní v bežnom živote, ktorý nie je vždy pre vodičkara jednoduchý.

5.3 Zhodnotenie dotazníka

Prostredníctvom dotazníka pre respondentov širokej verejnosti sme zistili dôležité informácie. Až 36,7 % respondentov sa stretlo s pojmom sociálna inovácia. Iba takmer 13,3% ľudí z opýtaných 90 respondentov už v minulosti počulo o existencii Nadácie Pontis na Slovensku. Opýtaní respondenti mali z uvedených sociálnych inovácií vybrať tie, ktoré považujú za možnú sociálnu inováciu. Až 39,3 % opýtaných respondentov označilo za sociálnu inováciu aplikáciu pre zrakovo postihnutých, ktorej podstata spočíva v zvýšení samostatnosti pri pohybe a orientácii zrakovo postihnutých v priestoroch múzea. Taktiež až 34,8 % opýtaných respondentov uviedlo za sociálnu inováciu projekt eduRoma. Je to projekt, ktorý sa zameriava na zabezpečovanie funkčného dištančného vzdelávania pre žiakov z rómskych komunít, ktorí nemajú prístup k internetovému pripojeniu. Prístup k internetovému pripojeniu je najmä v súčasnosti nepredstaviteľný problém pre nás obyčajných ľudí, avšak pre rómskych občanov to je častokrát obrovský problém, ktorý nedokážu vyriešiť sami. Projekt eduRoma bol viackrát prezentovaný aj vďaka médiám a tak z tohto hľadiska môžem dedukovať, že opýtaní respondenti ho poznajú najmä vďaka médiám ako sú správy, internet, sociálne siete a pod. Taktiež veľmi známou sociálnou inováciou je aj mobilná aplikácia pre vodičkarov, ktorá umožňuje nájsť najbližšie bezbariérové objekty, komentovať ich stav alebo sa opýtať otázky, ktoré nám môže táto aplikácia zodpovedať. Medzi najznámejšie firmy alebo organizácie, ktoré respondenti vybrali z pôsobenia v oblasti sociálnych inovácií boli najmä spoločnosť Letmo SK, či firma T-Systems Slovakia. Posledná otázka sa venovala dôležitosti sociálnych inovácií zameraná najmä na zmenu správania ľudí, podnikov či organizácií. Pričom až 83,3% - 73 opýtaných

respondentov si myslí, že sociálne inovácie vedia ovplyvniť vo vysokej miere zmenu správania ľudí a podnikov. Sociálne inovácie vnímame to ako veľmi dobrý prostriedok, ktorý častokrát môže signalizovať pozitívnu zmenu v prostredí podnikania, služieb či sociálnej sféry.

Záver

V diplomovej práci sme sa venovali riešeniu konkrétnej mobilnej aplikácie VozickarMap. Riešili sme jej použiteľnosť v praxi pre zdravotne znevýhodnených, taktiež sme uskutočnili rozhovor so zakladateľom Miroslavom Zemanom, ktorý bol veľmi obohacujúci. Najmä v to, že pokiaľ podnik chce urobiť niečo dobré pre spoločnosť ako takú, nie je dôležité, koľko ľudí sa na danom vývoji zúčastní. Dôležité je, že ak niekto má cieľ, ide si za ním a dokáže aj s malým počtom ľudí dokázať veľké veci. Pri tejto práci nám výrazne pomohol aj externý pohľad nezaujatých respondentov ohľadom existencie sociálnych inovácií a taktiež aj informovanosť o podnikoch, ktoré sa snažia na trhu vyvíjať sociálne inovácie, ale taktiež aj iné ako sociálne inovácie.

Cieľom práce bolo konkrétne prehĺbenie celej problematiky, skúmanie a analyzovanie jednotlivých sociálnych inovácií v teoretickej rovine, ale taktiež aj v praktickom využití v živote každého znevýhodneného človeka. Hlavný cieľ práce bol dopĺňaný vedľajšími cieľmi, ktoré predstavovali základ pre splnenie hlavného cieľa. Sociálne inovácie sú základným pilierom pre zmenu nielen jednotlivých podnikov a ich prístupu k nim, ale taktiež aj k zlepšovaniu podmienok pre sociálnu sféru. Či už ide o znevýhodnených ľudí alebo o zlepšenie konkrétnych problémov, ktoré v súčasnosti existujú a vďaka podpore nových sociálnych a vôbec všetkých inovácií naberajú ten pozitívny a správny smer. Podnik, ktorý sa snaží vyvíjať neustále nové sociálne inovácie a taktiež aj inovácie vo všeobecnosti je dôležitým subjektom pre vypracovanie rôznych riešení.

Konkrétne riešenia, opatrenia a námety môžu predpokladať, ako a či sa zmení najmä prístup vlády a vládnych inštitúcií a úradov k spolupráci s výstavbou takých budov, ktoré budú zodpovedať bezpečnostným a zároveň použiteľným nástrojom pre znevýhodnených ľudí. V prípade, že je podnik Letmo schopný pripraviť podmienky, ktoré by pomohli vniesť osvetu aj do takéhoto ťažkého problému, ako je napríklad nedostatočný počet bezbariérových vstupov najmä vo vládnych inštitúciách a rôznych úradoch verejnej správy, mohlo by dôjsť k zmene. Efektívnym nástrojom na zlepšenie podmienok pre zdravotne znevýhodnených je taktiež aj efektívnejšie projektovanie budov, ktoré budú dbať na znevýhodnených a budú môcť zmeniť súčasnú niekedy až nedostupnú možnosť dostať sa častokrát na miesta, na ktoré sa bežne môže dostať každý.

Prílohy

Dotazník č.1

Vážený respondent,

som študentkou 2. ročníka inžinierskeho štúdia Ekonomickej univerzity v Bratislave. Dotazník je súčasťou mojej diplomovej práce na tému Ekonomika inovácií. V rámci tejto témy som si vybrala oblasť, ktorá sa venuje sociálnym inováciám. Týmto si Vás dovoľujem požiadať o jeho anonymné vyplnenie. Údaje získané z dotazníka budú použité výhradne na účel spracovania mojej práce. Za čas strávený vyplňaním dotazníka Vám veľmi pekne ďakujem.

Otázka č. 1: Uved'te Vaše pohlavie

Otázka č. 2: Aký je Váš vek?

Otázka č. 3: Uved'te samosprávny kraj, z ktorého pochádzate

Otázka č. 4: Uved'te Vaše najvyššie dosiahnuté vzdelanie

Otázka č. 5: Stretli ste sa už s pojmom sociálna inovácia?

Otázka č. 6: Nadácia Pontis sa zameriava na hodnotenie podnikov aj v rámci oblasti sociálnych inovácií na Slovensku. Počuli ste už niekedy o tejto nadácii?

Otázka č. 7: Sociálnou inováciou môže byť:

Otázka č. 8: Ktoré firmy/hnutia z oblasti sociálnych inovácií sú vám známe?

Otázka č. 9: Sú podľa vás sociálne inovácie dôležité pre zmenu správania ľudí a podnikov?

Zoznam použitej literatúry

1. BARROSO, José Manuel. Study on Social Innovation. [online]. BEPA Workshop on „Europe and Social Innovation“. [2020-12-12]. Dostupné na: <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/Study-on-Social-Innovation-for-the-Bureau-of-European-Policy-Advisors-March-2010.pdf>
2. OSLO MANUAL, 3RD EDITION. Guidelines for collecting and interpreting innovation data. OECD. [online]. Eurostat. Paris. 2015. [cit. 2020-12-12]. Dostupné na: http://www.oecd.org/document/23/0,3343,en_2649_34273_35595607_1_1_1_3_7417,00.
3. KEPING, Yu. Growing importance of social innovation. [online]. China Daily. 2012. [cit. 2020-12-12]. Dostupné na: http://usa.chinadaily.com/en/opinion/2012-02-08/content_14556711.htm
4. SPIŠÁKOVÁ, Emília. Financovanie inovačných aktivít firiem pôsobiacich na Slovensku. In: Národná a regionálna ekonomika 7: zborník príspevkov z konferencie: 1. – 3. október 2008, Herľany. Košice: TU, EkF, 2008. s. 836-843. ISBN 978-80-553-0084-9.
5. MORE, Roger. What is success in innovation. [online]. Ivey Business Journal. 2011. [cit. 2020-12-12]. Dostupné na: <https://iveybusinessjournal.com/publication/what-is-success-in-innovation/>
6. Zákon o organizácii štátnej podpory výskumu a vývoja a o doplnení zákona č. 575/2001 Z. z. o organizácii činnosti vlády a organizácii ústrednej štátnej správy v znení neskorších predpisov.
7. TUREKOVÁ, Helena. MIČIETA, Branislav. Inovačný manažment : východiská, overené postupy, odporúčania. Žilina: Žilinská univerzita v Žiline, 2003. 169 s. ISBN 80-8070-05-9.
8. Oslo manual. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 3th Edition, 2005. OECD. Dostupné na: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en
9. BUKOVOVÁ, Sylvia. Sociálne inovácie a ich význam v národnom hospodárstve. In: MAJTÁN, Štefan a kol.: Aktuálne problémy podnikovej sféry. Zborník vedeckých prác. Vydavateľstvo Ekonóm. Bratislava. 2016. s. 68-74. Dostupné na: http://fpm.euba.sk/www_write/files/veda-vyskum/Zborniky-APPS/2016.pdf

10. MULGAN, Geoff. TUCKER, Simon. ALI, Rushanara. SANDERS, Ben. Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated. Oxford. SKOLLCENTRE for social entrepreneurship. 2007. 51 s. ISBN: 978-1-905551-03-3.
11. EURÓPSKA KOMISIA. Social investment. [online] Brusel. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1044>
12. LITAO, Zhao. China's Development: Social Investment and Challenges. East Asian Inst Nus S pore. 2017. 176 s. ISBN: 978-981-3223-44-8.
13. EURÓPSKA KOMISIA. Social Innovation. [online] Brusel. Dostupné na: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social_en
14. Vyhodnotenie výskumu a vývoja v Slovenskej republike za rok 2019. Deloitte. [cit. 20-12-12] [online] Dostupné na: <https://www2.deloitte.com/sk/sk/pages/podpora-investicii/Articles/vyhodnotenie-vyskumu-a-vyvoja-v-SR-za-rok-2019.html>
15. LACKOVÁ, Alica. Podpora inovačných aktivít v slovenských podnikoch: Supporting of Innovation Activities in Slovak Enterprises, Inovácie v podnikateľskom prostredí 2015: Zborník vedeckých štatistik. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, s. 75-80. ISBN 978-80-225-4224-1.
16. Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky. [cit. 20-12-13] Dostupné na: <https://www.economy.gov.sk/aktuality/v-najnovsom-rebricku-inovacii-dosiahlo-slovensko-39-miesto-zo-131-ekonomik-sveta>
17. FERENZ, Vojtech. Inovačný marketing. 1. vyd. Košice: VÚSI, 2013. 197 s. ISBN: 978-80-89383-24-5.
18. GREEN FOUNDATION. Rozhýbme Slovensko. Sonda do ekosystému sociálnych inovácií na Slovensku. [online] Bratislava. 2018. [cit. 20-12-12] Dostupné na: <http://greenfoundation.eu/wp-content/uploads/2018/01/Sonda-do-ekosystemu-socialnych-inovacii-na-Slovensku.pdf>
19. FRANZ, Hans-Werner. HOCHGERNER, Jose. HOWALDT, Jurgen. Challenge Social Innovation. Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society. Heidelberg: Springer-Verlag, 2012. 386 s. ISBN 978-3-642-32878-7.
20. JONIAKOVÁ, Zuzana. Podstata konceptu sociálnych inovácií a ich teoretické vymedzenie. Skúmanie vzťahu sociálnych inovácií a ekonomiky podniku za účelom zvyšovania konkurencieschopnosti podnikateľského subjektu : zborník vedeckých

- statí. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2016, s. 76-82. ISBN 978-80-225-4357-6.
21. PORTAIL DU DÉVELOPPMENT DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE. Innovation sociale: de quoi parle-t-on ? [online] Paris. 2016. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://www.avise.org/decouvrir/innovation-sociale/innovation-sociale-de-quoi-parle-t-on>
 22. OSBURG, Thomas. Social Innovation to Drive Corporate Sustainability. Berlin. Vydavateľstvo Springer. 2013. 335 s. ISBN: 978-3-642-36539-3.
 23. MULGAN, Geoff. TUCKER, Simon. ALI, Rushanara. SANDERS, Ben. Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated. Oxford. SKOLL CENTRE for social entrepreneurship. 2007. 51 s. ISBN: 978-1-905551-03-3.
 24. OECD. Chapter 5: Social Entrepreneurship and Social Innovation. In: SMEs, Entrepreneurship and Innovation, 2010. 212 s. ISBN: 978-9-264-08031-7.
 25. STANFORD GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS. Defining Social Innovation. [online] [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/centers-initiatives/csi/defining-social-innovation>.
 26. PORTER, Beth. 2007. Social Innovation: An Interview with Katharine Pearson. A Human Future. Richmond Hill, Kanada. Dostupné na: https://www.larche.ca/a_human_future/ahf_social_innovation_an_interview_with_katharine_pearson.pdf
 27. GREEN FOUNDATION. Slovník. Sociálna inovácia. [online] [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://greenfoundation.eu/slovník/>
 28. OECD. Chapter 5: Social Entrepreneurship and Social Innovation. In: SMEs, Entrepreneurship and Innovation, 2010, 212 s. ISBN: 978-9-264-08031-7.
 29. BPI FRANCE. 2005. Le Guide Innovation Nouvelle Generation. [online] Paríž. 2005. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Innovation-Nouvelle-Generation-un-nouveau-regard-sur-l-innovation-9491>
 30. TEPsIE. Social Innovation. European Social Innovation Research. [online]. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://siresearch.eu/social-innovation/project/tepsie>
 31. Oznámenie Európskej komisie. Iniciatíva pre sociálne podnikanie, KOM/2011/0682 v konečnom znení z 25. 10. 2011 [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/ge-04-17-876-sk-n.pdf>

32. YOUNG FOUNDATION. This is European Social Innovation. [online] 2012. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/This-is-European-Social-Innovation.pdf>.
33. BUKOVOVÁ, Sylvia. DEÁKOVÁ, Stanislava. DUBCOVÁ, Gabriela. KISSOVÁ, Jana. KUBICA, Milan. MATUŠOVIČ, Martin. Applying Social Innovation – The Successful way to sustainable and competitive firms. 2017. Verlag Dashhofer. Ljubljana. 409 s. ISBN: 978-961-6869-48-5.
34. STANFORD SOCIAL INNOVATION REVIEW. Social Innovation Creates Prosperous Societies. [online]. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: https://ssir.org/articles/entry/social_innovation_creates_prosperous_societies
35. STANFORD SOCIAL INNOVATION REVIEW. Social Innovation Creates Prosperous Societies. [online]. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: https://ssir.org/articles/entry/social_innovation_creates_prosperous_societies
36. LIPSE. Policy Recommendations for Managing Risk in Social Innovation. European Policy Brief. [online]. Lipse. 2015. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: http://www.lipse.org/upload/publications/LIPSE%20WP4%20Policy%20Brief_20150324_ENG.pdf
37. LIPSE. Policy Recommendations for Managing Risk in Social Innovation. European Policy Brief. [online]. Lipse. 2015. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: http://www.lipse.org/upload/publications/LIPSE%20WP4%20Policy%20Brief_20150324_ENG.pdf
38. MULGAN, Geoff. TUCKER, Simon. ALI, Rushanara. SANDERS, Ben. Social Innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated. Oxford. SKOLL CENTRE for social entrepreneurship. 2007. 51 s. ISBN: 978-1-905551-03-3.
39. BUKOVOVÁ, Sylvia. DEÁKOVÁ, Stanislava. DUBCOVÁ, Gabriela. KISSOVÁ, Jana. KUBICA, Milan. MATUŠOVIČ, Martin. Applying Social Innovation – The Successful way to sustainable and competitive firms. 2017. Verlag Dashhofer. Ljubljana. 409 s. ISBN: 978-961-6869-48-5.
40. ASHOKA. Sociálnym inováciám chýbajú financie aj výmena skúseností. [online]. 2018. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: <http://ashoka-CEE.org/slovakia/2018/0129/sonda-bariery-socialnych-inovacii/>
41. VEBER, Jaromír, et. al. Management inovácií. Praha. Management Press. Albatros Media a. s., 2016, s. 88

42. ČICHOVSKÝ, Ludvik. et. al. *Moderní pojetí inovací a jejich typologii pro praxi*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2012, s. 196.
43. HOWKINS, John. *Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job*. Queensland: University of Queensland Press, 2009.

Internetové zdroje

1. ASHOKA. Sociálnym inováciám chýbajú financie aj výmena skúseností. [online]. 2018. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: <http://ashoka-CEE.org/slovakia/2018/0129/sonda-bariery-socialnych-inovacii/>
2. BPI FRANCE. 2005. Le Guide Innovation Nouvelle Generation. [online] Paríž. 2005. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Innovation-Nouvelle-Generation-un-nouveau-regard-sur-l-innovation-9491>
3. EURÓPSKA KOMISIA. Social Innovation. [online] Brusel. Dostupné na: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social_en
4. EURÓPSKA KOMISIA. Social investment. [online] Brusel. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1044>
5. GREEN FOUNDATION. Slovník. Sociálna inovácia. [online] [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://greenfoundation.eu/slovník/>
6. LIPSE. Policy Recommendations for Managing Risk in Social Innovation. European Policy Brief. [online]. Lipse. 2015. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: http://www.lipse.org/upload/publications/LIPSE%20WP4%20Policy%20Brief_20150324_ENG.pdf
7. Oslo manual. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 3th Edition, 2005. OECD. Dostupné na: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en
8. Oznámenie Európskej komisie. Iniciatíva pre sociálne podnikanie, KOM/2011/0682 v konečnom znení z 25. 10. 2011 [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-sk-n.pdf>
9. PORTAIL DU DÉVELOPPMENT DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE. Innovation sociale: de quoi parle-t-on ? [online] Paris. 2016. [cit. 2020-12-13].

- Dostupné na: <http://www.avise.org/decouvrir/innovation-sociale/innovation-sociale-de-quoi-parle-t-on>
10. PORTER, Beth. 2007. Social Innovation: An Interview with Katharine Pearson. A Human Future. Richmond Hill, Kanada. Dostupné na: https://www.larche.ca/a_human_future/ahf_social_innovation_an_interview_with_katharine_pearson.pdf
 11. STANFORD GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS. Defining Social Innovation. [online] [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/centers-initiatives/csi/defining-social-innovation>.
 12. STANFORD SOCIAL INNOVATION REVIEW. Social Innovation Creates Prosperous Societies. [online]. [cit. 2020-12-13] Dostupné na: https://ssir.org/articles/entry/social_innovation_creates_prosperous_societies
 13. TEPSIE. Social Innovation. European Social Innovation Research. [online]. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <http://siresearch.eu/social-innovation/project/tepsie>
 14. YOUNG FOUNDATION. This is European Social Innovation. [online] 2012. [cit. 2020-12-13]. Dostupné na: <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/This-is-European-Social-Innovation.pdf>.
 15. KEPING, Yu. Growing importance of social innovation. [online]. China Daily. 2012. [cit. 2020-12-12]. Dostupné na: http://usa.chinadaily.com/en/opinion/2012-02-08/content_14556711.htm