



Krzysztof Hauke

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Zarządzania Informatyki i Finansów
Katedra Inteligencji Biznesowej w Zarządzaniu
krzysztof.hauke@ue.wroc.pl

INNOWACJE W INSTYTUCJACH PUBLICZNYCH W PROCESIE KOMUNIKACJI INTERESARIUSZY WSPOMAGANE PRZEZ TECHNOLOGIĘ WEB 2.0

Streszczenie: Bardzo ważną rolę w rozwoju społeczeństwa informacyjnego odgrywa komunikacja pomiędzy organizacjami oferującymi dobra materialne lub niematerialne a odbiorcami. W chwili obecnej, gdy coraz częściej mówi się i obserwuje organizacje oznaczane jako 4.0, proces komunikacji nabiera szczególnego znaczenia. Organizacje o charakterze biznesowym każdy sygnał pochodzący od odbiorcy starają się uwzględnić w swojej ofercie skierowanej dla konsumenta. W przypadku instytucji publicznych takie podejście jest niemożliwe do realizacji ze względu na uwarunkowania funkcjonowania tych instytucji. W artykule zostaną przedstawione możliwości technologii Web 2.0 w prowadzeniu innowacji w instytucjach publicznych, które mogą zwiększać ich atrakcyjność i wpływać pozytywnie na odbiorców.

Słowa kluczowe: innowacje, instytucje publiczne, technologia Web.

JEL Classification: O310, O320, H830.

Wprowadzenie

Innowacje są cechą rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Organizacje, wykorzystując wiedzę i doświadczenie oraz przenosząc teorię na grunt praktyki, starają się prowadzić działania konkurencyjne. Organizacje o charakterze biznesowym realizują swój cel poprzez oferowanie nowych produktów i usług dla konsumentów, które mają spełniać jego oczekiwania. Stałe obserwowanie potrzeb i upodobań odbiorców są dla biznesu przesłankami do oferowania coraz to lepszych produktów i usług. Jest to możliwe dzięki komunikacji pomiędzy stronami procesu. Prowadzenie biznesu, który nie uwzględnia w swoich działaniach sygnałów pochodzących z otoczenia, w krótkim czasie skazuje siebie na niebyt,

nazywany bankructwem. W historii można było obserwować przypadki firm, które mimo wieloletniej tradycji, musiały zaprzestać prowadzenia działalności biznesowej. Był to wynik braku reakcji na nowe bodźce pochodzące z rynku konsumenta. Klasycznym przykładem jest firma Nokia w segmencie produkcji telefonów. Koniec XX i początek XXI w. to okres bardzo dynamicznego rozwoju tego sektora firmy. Pojawienie się nowej technologii, która w firmie Nokia nie została dostrzeżona, spowodował, że firma musiała oddać rynek innym firmom, które oferowały urządzenia w technologii dotykowej i o dużo większej funkcjonalności.

W przypadku organizacji o charakterze niebiznesowym, gdzie przykładem są instytucje publiczne, dużo trudniej jest mówić o innowacjach. Z racji struktury tych instytucji i uwarunkowań płynących z otoczenia, nie może ona w pełni prowadzić działań innowacyjnych. Instytucje publiczne, przede wszystkim z powodu misji, jaką pełnią, muszą dbać o społeczeństwo m.in. w takich obszarach, jak: edukacja, bezpieczeństwo, kultura, zdrowie, warunki egzystencjalne związane z zamieszkaniem. W przypadku jednostek administracji publicznej muszą one tworzyć warunki rozwoju danego terytorium.

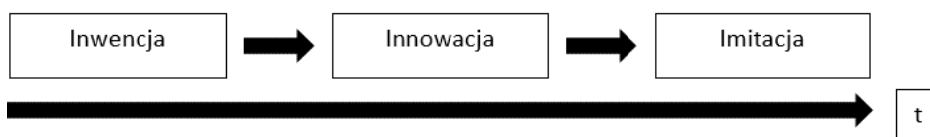
Celem artykułu jest przedstawienie możliwości technologii Web 2.0 w prowadzeniu innowacji w instytucjach publicznych, które mogą zwiększać ich atrakcyjność i wpływać pozytywnie na odbiorców. Tak postawionemu celowi odpowiada struktura artykułu odnosząca się do innowacji jako determinancie kreowania rozwoju organizacji, narzędziom komunikacji w technologii Web 2.0 oraz przykładom innowacji w komunikacji w instytucjach publicznych uzyskanych przez technologię Web 2.0.

W artykule zostaną przedstawione obszary komunikacji w instytucjach publicznych, które pozwolą im prowadzić działania innowacyjne. Takie działania mogą być możliwe dzięki zastosowaniu technologii Web 2.0. Interesariusze, widząc implementacje możliwości technologii Web, będą pozytywnie oceniali działania organizacyjne, które realizowane są w tych instytucjach publicznych. Instytucje tego typu będą określane takimi pojęciami, jak: „dobra szkoła”, „przyjazna gmina”, „nowoczesna placówka kulturalna”.

Użyta metodą badawczą jest przede wszystkim analiza różnych źródeł bibliograficznych. Na jej podstawie zostały wyciągnięte wnioski, które zostały zobrazowane odpowiednimi rysunkami i tabelą, w której określono wykorzystanie narzędzi Web 2.0 w wybranych procesach biznesowych instytucji publicznych.

1. Innowacje jako determinanta kreowania rozwoju organizacji

Organizacje w społeczeństwie informacyjnym podlegają ustawicznym przeobrażeniom i zmianom. Wynika to ze specyfiki samego społeczeństwa, które chce funkcjonować na coraz wyższym poziomie. Wszelkie pomysły ludzi wspomagane technologią są podstawą funkcjonowania organizacji. Muszą być jednak stworzone warunki do wprowadzania zmian, w których ludzie skłonni są do tworzenia nowych i doskonalenia istniejących produktów, czy procesów technologicznych. Nie może się to tylko ograniczać to podejścia twardego, czyli oferowania gotowych produktów, czy usług. Stworzenie odpowiednich warunków otoczenia to również generowanie nowych elementów związanych z procesem zarządzania, czy funkcjonowaniem organizacji. Takie podejście prowadzi do powstania nowych wartości w systemach organizacji, które będą sprzyjały rozwojowi organizacji. W literaturze przedmiotu jest to określane pojęciem innowacyjności [Marciniak, 2010, s. 27]. W innowacyjności możliwe jest tworzenie innowacji. Innowacja w ogólnym znaczeniu jest definiowana jako nowość, czy wprowadzenie czegoś nowego lub czegoś udoskonalonego [Petrozolin-Skowrońska, 1995, s. 60]. Innowacje są wynikiem pomysłowości człowieka, umiejętności odkrywania i formułowania przez niego praw, reguł, zasad rządzących światem, tworzenia nowych koncepcji, rozwiązań i pomysłów oraz ich urzeczywistnienia i rozpowszechnienia [Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010, s. 61]. Innowacją jest każda idea, postępowanie lub rzecz, która jest nowa, ponieważ jest jakościowo odmienna od dotychczasowych. Przekształcenie innowacji w produkty i działania rynkowe to rozpoczynanie czegoś całkowicie nowego, podejmowanie skomplikowanej działalności o wysokim stopniu ryzyka i niepewności. Inwestycje w biznesie obejmują produkty i usługi oraz działania mające na celu doprowadzenie ich do nabywców oraz przekonanie o ich użyteczności [Sztucki, 1998, s. 102-103]. Innowacje są jedną z faz triady Schumpetera. Oprócz tej fazy, wyróżnia się jeszcze inwencję i imitację. Innowacja stanowi bardzo krótką fazę w kreowaniu zmian w otoczeniu. Fazy według Schumpetera można określić jako „3I” (rys. 1). Faza pierwsza to inwencja. W tej fazie generowane są różne nowatorskie pomysły, które potencjalnie mogą zmienić funkcjonowanie organizacji, czy też mieć wpływ na otoczenie. Druga faza to innowacja. W tej fazie następuje zastosowanie jednej z propozycji zmian, które pojawiły się w fazie pierwszej. Innowacja odnosi się tylko do uzyskania czegoś nowego w jednym wydaniu. Każde kolejne nie jest już innowacją, stanowi powielenie tego pierwotnego. Zastosowanie nowości przechodzi w fazę imitacji. W tej fazie następuje tylko upowszechnianie się zmiany [Schumpeter, 1960, s. 104-117].



Rys. 1. „3I” Schumpetera

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Schumpeter, 1960, s. 104-117].

Podjęcie Schumpetera dotyczyło produkcji wyrobów (podejście twarde) i odnosi się do:

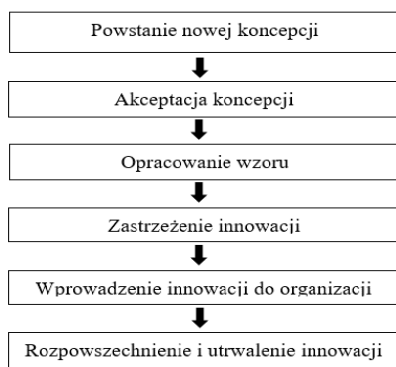
- wdrożenia do produkcji nowego albo udoskonalenia dotychczasowego produktu,
- wprowadzenia do produkcji nowej metody produkcji,
- otwarcia nowego rynku,
- zdobycia nowego źródła półfabrykatów lub surowców,
- wprowadzenia nowej organizacji danego procesu [Leszczyński, 2016, s. 212].

Innowacyjność we współczesnej literaturze jest szerzej interpretowana i obejmuje:

- zdolność do generowania i realizacji innowacji, które zdobywają uznanie wśród odbiorców dzięki wysokiemu poziomowi nowoczesności oraz konkurencyjności w wymiarze globalnym,
- zdolność do ciągłego poszukiwania, wprowadzania i rozpowszechniania innowacji,
- zdolność do tworzenia i wprowadzania zmian w różnych aspektach życia społeczno-gospodarczego,
- zdolność do tworzenia innowacji [Bal-Woźniak, 2012, s. 21-22].

Z innowacją będziemy mieli do czynienia, gdy będą spełnione określone warunki. Najważniejsze jest istnienie i pełne działanie mechanizmów rynkowych [Marciniak, 2010, s. 27], które mogą być korygowane przez państwo w celu kreowania odpowiedniego rozwoju i wskazywania kierunków, wynikających z potrzeb odbiorców. Innowację można traktować jako proces, który składa się z działań o charakterze taktycznym oraz operacyjnym i przebiega w ściśle określonej sekwencji (rys. 2):

- powstanie koncepcji innowacji,
- akceptacja koncepcji,
- opracowanie wzoru,
- zastrzeżenie innowacji,
- wprowadzenie innowacji do organizacji,
- rozpowszechnienie i utrwalenie innowacji [Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010, s. 73].



Rys. 2. Innowacje w ujęciu procesowym

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010, s. 73].

Niezależnie od charakteru prowadzonej działalności (czy jest ukierunkowana na biznes, dostarczając produkt lub usługę, czy też ma zaspokajać potrzeby odbiorców w dobra niematerialne, np. edukację, bezpieczeństwo, ochronę zdrowia, dostęp do placówek kultury), organizacja musi prowadzić działania innowacyjne. Wprowadzanie innowacji jest dobrze odbierane przez konsumentów i interesariuszy. Skutkuje to tworzeniem pozytywnej relacji pomiędzy organizacją a odbiorcą. Technologia informacyjna dostarcza coraz to nowych rozwiązań i podejść do rozwiązywanych problemów otoczenia. Potencjał technologii informacyjnej został dostrzeżony i współczesne organizacje o charakterze biznesowym bardzo szybko adaptują ją do swoich procesów biznesowych. Dzięki takiemu podejściu można oferować konsumentowi stale coś nowego, atrakcyjnego z jednej strony, a z drugiej prowadzić działania konkurencyjne pomiędzy organizacjami. W przypadku instytucji publicznych proces wprowadzania innowacji napotyka na ograniczenia ze względu na uwarunkowania, w jakich funkcjonują te instytucje. One przede wszystkim mają służyć społeczeństwu i kreować warunki do jego działania. W obszarze kreowania warunków do egzystencji społeczeństwa należy upatrywać działań mających charakter innowacji. Może to być uproszczenie procedury załatwienia sprawy na poziomie lokalnym, dostarczenie pełnych usług związanych z ochroną zdrowia, poprawa komunikacji pomiędzy instytucją publiczną a interesariuszem. Generalnie są to wszystkie działania, które poprawiają odczucia wśród członków społeczeństwa informacyjnego.

3. Narzędzia komunikacji w technologii Web 2.0

Koncepcja Web 2.0 została stworzona przez firmę O'Reilly¹. Początkiem jej budowy był 2001 r., w którym zaczął upadać rynek dot-com² w USA. Specjaliści z O'Reilly w 2004 r. przeanalizowali przedsięwzięcia internetowe, które przetrwały kryzys. Okazało się, że większość przedsięwzięć, które przynosiły wielkie dochody, mimo krachu gospodarczego, oferowały użytkownikowi jakąś formę interakcji, np.: fora, opinie, możliwość komentowania itp. Były to zazwyczaj strony internetowe nastawione na interakcję z użytkownikiem. Ich głównymi cechami wspólnymi były:

- interaktywność,
- rozwiązania przyjazne użytkownikom,
- możliwości multimedialne (audio, video, 3D),
- lojalność użytkowników,
- duże zainteresowanie i popularność strony WWW [www 1].

Technologia Web 2.0 nie jest technologią nową. Pierwsze implementacje można było zauważyć na początku XXI w. Mimo upływu wielu lat do dnia dzisiejszego jest ona bardzo popularna. Popularność wynika z samego podejścia do generowania informacji. Użytkownik nie jest biernym odbiorcą informacji, ale może czynnie uczestniczyć w zarządzaniu informacją. Technologia Web 2.0 to przejście z biernej postawy użytkownika, występującej w pierwszej fazie rozwoju WWW, do postawy czynnej, aktywnej – polegającej na wkładzie użytkowników w tworzenie globalnej sieci oraz interakcji z treściami strony. Dzięki temu globalna sieć znacznie zwiększyła swoje możliwości oraz swoją funkcjonalność [Tomaszewski, 2011, s. 429]. W procesie tworzenia informacji czynnie biorą udział dwie strony tego procesu: nadawca i odbiorca. Przy czym role w trakcie tego procesu się zmieniają. Można to określić jako dwukierunkowy przepływ informacji.

Strony i serwisy budowane na podstawie Web 2.0 pozwalają użytkownikom na współtworzenie zawartości poprzez umożliwianie im publikowania informacji (zarówno prywatnych, jak i artykułów, filmów, muzyki itp.), komentowanie i ocenę innych, nawiązywanie znajomości. Główne cechy Web 2.0 to:

- przyłączanie się nowych użytkowników,
- zwiększenie sprzedaży produktu,

¹ O'Reilly Media (poprzednio O'Reilly & Associates) – amerykańska kompania mediowa, założona przez Tima O'Reilly'ego, wydająca książki i internetowe serwisy oraz organizująca konferencje związane z komputerami [www 2].

² Firma, która wykonuje większość swojej działalności w internecie, zazwyczaj za pośrednictwem strony internetowej [www 3].

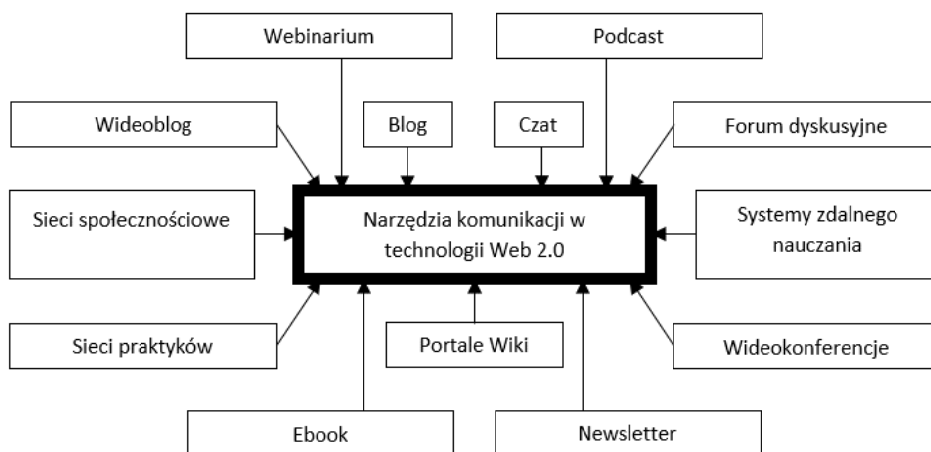
- wkład użytkowników pozytywnie wpływający na wartość serwisu,
- możliwość integracji innych serwisów i usług,
- współtworzenie serwisu przez użytkowników,
- użycie serwisu lub jego części przez użytkowników bez udziału właściciela,
- administracja częściami serwisu przez użytkowników [www 1].

Technologia Web 2.0 pozwala użytkownikom na dzielenie się treścią i rozwinęła się wraz z upowszechnieniem usługi komunikacji w sieci internetowej. Web 2.0 wymaga zastosowania narzędzi komunikacji, takich jak (rys. 3):

- blog – rodzaj internetowego dziennika, prowadzonego przez regularne publikowanie wpisów tematycznych. Blogowanie przybiera rozmaite formy, począwszy od blogów o charakterze osobistym, poprzez blogi branżowe, na których pojawiają się specjalistyczne, w pełni merytoryczne treści. Głównym celem prowadzenia bloga jest pozyskanie lojalnej, powracającej publiczności, która na bieżąco śledzi wpisy, a także wchodzi w interakcję z blogerem, dodając komentarze do publikacji [www 4];
- wideoblog – rodzaj bloga internetowego, który zamiast postów tekstowych posługuje się materiałem filmowym. Publikowane wideo to najczęściej krótkie, tematyczne realizacje o funkcji informacyjnej, edukacyjnej bądź rozrywkowej [www 6];
- forum dyskusyjne – występujące jako samodzielny serwis lub jako część istniejącej strony. Forma grupy dyskusyjnej służy do wymiany informacji, poglądów i opinii między osobami zarejestrowanymi w bazie użytkowników forum. Fora internetowe są jedną z najpopularniejszych metod komunikacji. Prowadzone są przy właściwie każdym dużym serwisie internetowym czy portalu, również jako element stron niektórych firm czy urzędów. Samodzielnie funkcjonujące fora poświęcone są najczęściej konkretnej tematyce i przeczają użytkowników mających wspólne zainteresowania [www 11];
- sieci społecznościowe – społeczności złożone z różnych stron, między którymi zachodzą powiązania. W sieci osoby mogą dzielić się informacjami i komunikować z innymi ludźmi. Zaletą sieci społecznościowych w porównaniu z sieciami tradycyjnymi jest to, że widoczne są powiązania społeczne między stronami, co ułatwia korzystanie z nich. W przeciwieństwie do forów lub blogów, które są prowadzone według tematów, sieć społecznościowa opiera się na ludziach i powiązaniach między nimi [www 12];
- społeczności praktyków – grupy społeczne utworzone w celu opracowania specjalistycznej wiedzy, udostępniania osiągniętych w trakcie nauki wspólnych przemyśleń dotyczących doświadczeń praktycznych [www 12];

- portale Wiki – strony internetowe, które można nie tylko oglądać, ale też tworzyć, edytować i zmieniać bezpośrednio przez przeglądarkę internetową przez wielu członków społeczeństwa informacyjnego;
- wideokonferencje – rozmowy grupy ludzi (co najmniej dwóch osób) znajdujących się w różnych miejscach. Do komunikacji wykorzystują one nie tylko dźwięk, ale także obrazy przesyłane za pomocą kamer wideo;
- czat – serwis internetowy lub część strony internetowej (wydzielona podstrona) umożliwiająca prowadzenie rozmów między aktualnie zalogowanymi użytkownikami. Możliwe jest prowadzenie rozmów w tzw. pokojach (najczęściej tematycznych) oraz rozmów prywatnych (między dwiema osobami znajdującymi się na tym samym czacie);
- webinarium (webinar) – inaczej internetowe seminarium, realizowane z wykorzystaniem technologii webcast. Webinaria stosuje się w celach szkoleniowych bądź informacyjnych. Transmisja audiowizualna umożliwia kontakt między prowadzącym szkolenie a jego uczestnikami: osoby widzą się wzajemnie, mogą wymieniać się informacjami, korzystać z przesyłanych sobie plików – wchodzą ze sobą w bezpośrednią interakcję, mimo odległości, która ich dzieli [www 5];
- podcast – internetowe publikacje dźwiękowe z zastosowaniem technologii RSS; nagrania głosowe, będące zwykle relacją z jakiegoś wydarzenia bądź prezentacją kompetencji mówcy [www 9];
- systemy zdalnego nauczania (SZN) – zarządzanie aktywnością szkoleniową i kompetencjami w organizacji. Z punktu widzenia użytkownika końcowego SZN zapewnia efektywny sposób śledzenia indywidualnych umiejętności i kompetencji;
- e-book – internetowa książka; publikacja elektroniczna, będąca zbiorem wiedzy na dany temat. E-booki łączą tekst z materiałami multimedialnymi w postaci obrazów, filmów, infografik, czy podcastów. Cechują się bogatą szatą graficzną, która obok tematu i wartości merytorycznej, ma pozyskiwać uwagę czytelników [www 7];
- newsletter – forma elektronicznego biuletynu, rozsyłanego za pośrednictwem internetu do prenumeratorów. Jest to informacja o charakterze językowo-graficznym, wysyłana do zadeklarowanych użytkowników, zazwyczaj w celu prezentowania nowości: nowych produktów, usług, promocji, publikowanych materiałów (np. w przypadku blogów). Korespondencja ta ma charakter cykliczny [www 8];
- white paper – oficjalny dokument, zawierający usystematyzowane dane dotyczące danego obszaru działalności firmy. Raporty mają przekazywać odbiorcy informacje, a nie służyć sprzedaży, czy promocji. White papers pisane są w sposób oficjalny, specjalistyczny – mają charakter opracowań naukowych.

Podparciem do ich tworzenia są badania i analizy. W dokumencie należy więc spodziewać się danych, ich systematyzacji i interpretacji. Dla systematyzowania danych raporty posługują się często wykresami i tabelami. Raportowane są zazwyczaj osiągnięcia firmy w danym obszarze jej działalności. Informowanie o wynikach pracy buduje wiarygodność marki i pozyskuje zaufanie klientów [www 10].



Rys. 3. Narzędzia komunikacji w technologii Web 2.0

Źródło: Opracowanie własne.

Technologia Web 2.0 daje możliwość dynamicznego kreowania zasobów informacyjnych stron WWW przez członków społeczeństwa informacyjnego. Chęć dzielenia się wiedzą, czy informacją to cecha, która w konfrontacji z prowadzeniem biznesu, wzajemnie się przeciwstawia. Jednak część społeczeństwa wbrew ogólnie funkcjonującym opiniom, że ludzie nie chcą dzielić się wiedzą w tworzeniu zasobów informacyjnych, przybiera inny wymiar [Hauke, 2016, s. 80-83].

4. Technologia Web 2.0 jako medium działań innowacyjnych w wybranych procesach biznesowych instytucji publicznych

Komunikacja to proces wymiany informacji pomiędzy dwoma podmiotami. Funkcjonujemy w takim układzie, że bez procesu komunikacji trudno jest realizować cele o charakterze twardym (produkty, usługi) i miękkim (zapotrzebowanie na np. edukację, bezpieczeństwo, kulturę, usługi administracji).



Rys. 4. Komunikacja pomiędzy organizacjami a odbiorcami

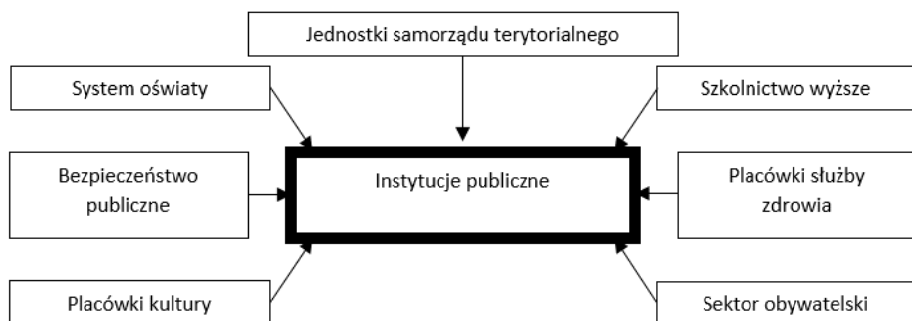
Źródło: Opracowanie własne.

Komunikację w społeczeństwie pomiędzy organizacją a odbiorcą można widzieć jako dwa strumienie (rys. 4):

- jeden strumień o charakterze biznesowym, gdzie elementem łączącym odbiorcę, który w tym przypadku jest konsumentem, z organizacją są oferowane dobra materialne lub usługi,
- drugi strumień o charakterze niebiznesowym łączy odbiorcę, którego określa się interesariuszem, z organizacją, np. instytucje publiczne, oferując mu warunki do realizacji potrzeb lub na niższym poziomie stworzenia warunków do egzystencji.

W przypadku instytucji publicznych z założenia nie mogą one mieć charakteru typowo komercyjnego. Wynika to z misji, jaką mają te instytucje do spełnienia. Dodatkowym elementem jest źródło finansowania, które pochodzi przede wszystkim ze środków budżetu lub w przypadku administracji z podatków. Jednak należy podkreślić, że administracja na poziomie jednostek samorządowych partycypuje w finansowaniu działalności innych rodzajów instytucji publicznych. Do instytucji publicznych zalicza się (rys. 5):

- jednostki samorządu terytorialnego,
- placówki oświaty,
- szkoły wyższe,
- placówki kultury,
- placówki ochrony zdrowia,
- bezpieczeństwo publiczne,
- sektor obywatelski.



Rys. 5. Obszary oddziaływania instytucji publicznych

Źródło: Opracowanie własne.

Wymienionych sześć pierwszych przykładów instytucji publicznych ma bardzo czytelny obszar oddziaływania. W przypadku sektora obywatelskiego należy uściślić, jakie organizacje wchodzą do obszaru oddziaływania. Są to:

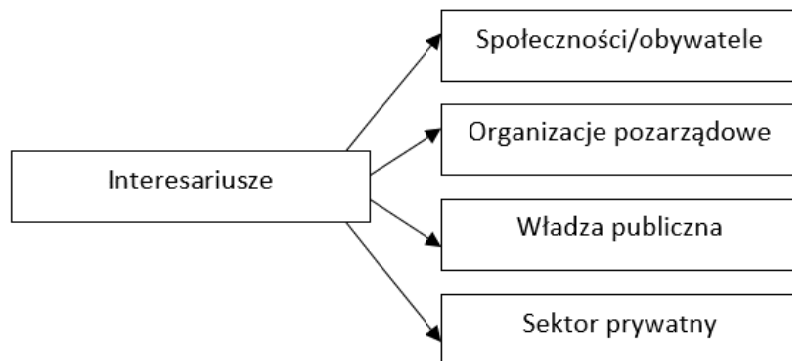
- fundacje,
- stowarzyszenia i ich związki,
- federacje, czy porozumienia stowarzyszeń i fundacji,
- partie polityczne,
- organizacje działające na mocy odrębnych przepisów, np. Polski Czerwony Krzyż, Związek Ochotniczej Straży Pożarnej, komitety rodzicielskie,
- związki zawodowe i związki pracodawców,
- organizacje samorządów różnych grup zawodowych (np. izby rzemieślnicze), z wyjątkiem tych, w których członkostwo jest obowiązkowe dla wykonywania danego zawodu (np. Rady Adwokackie),
- kółka rolnicze i koła gospodyń wiejskich,
- organizacje kościelne,
- kluby osiedlowe, grupy wsparcia [www 14].

W instytucjach publicznych, niezależnie od rodzaju, podstawowym podmiotem jest interesariusz ze swoimi potrzebami, które mają najczęściej charakter niematerialny. Do spełnienia oczekiwań tego podmiotu te instytucje zostały powołane. Interesariusze to podmioty (osoby, społeczności, instytucje, organizacje, urzędy), mogące wpływać na otoczenie, w którym funkcjonują³. Przykłady interesariuszy (rys. 6):

- społeczności/obywatele,
- organizacje pozarządowe,

³ Pojęcie zostało użyte po raz pierwszy w 1963 r. przez Stanford Research Institute.

- władza publiczna,
- sektor prywatny [www 13].



Rys. 6. Interesariusze instytucji publicznych w procesie komunikacji

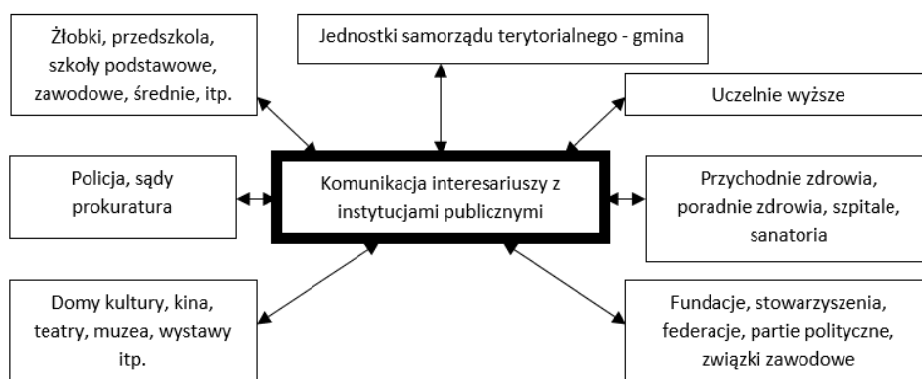
Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www 13].

Prawidłowa identyfikacja kluczowych interesariuszy jest niezbędna do tego, aby efektywnie angażować ich w działania firmy. Można wyróżnić cztery główne formy angażowania interesariuszy:

- komunikację – jest stosunkowo najprostszym i najczęściej wykorzystywanym narzędziem angażowania interesariuszy. Komunikacja może dotyczyć funkcjonowania organizacji, czy inicjatyw przez nią podejmowanych,
- konsultacje – mają na celu poznanie ich opinii w sprawie będącej przedmiotem konsultacji,
- partnerstwo – są formą tworzenia relacji z interesariuszami, która wymaga od nich największego zaangażowania. Ze względu na zazwyczaj długotrwałą i wymagającą dużego nakładu pracy relację, istotne jest by partnerzy byli świadomi wzajemnych oczekiwań i byli w stanie spełnić powzięte zobowiązania,
- dialog – bezpośrednia wymiana opinii pomiędzy nadawcą a odbiorcą w procesie komunikacji.

W instytucjach publicznych interesariusze pełnią kluczową rolę. Problemy interesariuszy wynikające z ich potrzeb, związanych z egzystencją, są rozwiązywane przez instytucje do tego powołane. Interesant poprzez proces komunikacji rozwiązuje problemy w instytucji publicznej, z którymi ma do czynienia. Jeśli interesariuszem jest członek społeczeństwa informacyjnego, to w ciągu swojego życia musi kontaktować się z tymi instytucjami (rys. 7). W miarę jego potrzeb liczba tych kontaktów może być zmienna. W tradycyjnym kontakcie z wybraną instytucją publiczną podstawowym mankamentem jest jej dostępność. Dostępność określona poprzez np. odległość od miejsca zamieszkania, godziny

pracy, czy też czas oczekiwania na rozwiązanie problemu. To zniechęca wielu interesariuszy tego typu do bezpośredniego kontaktu z wybraną instytucją publiczną lub zmusza ich tylko do niezbędnego minimum. Organizacje o charakterze biznesowym, w szczególności wirtualne, mają zaimplementowane narzędzia komunikacji technologii Web 2.0, które nie wymagają bezpośredniego kontaktu. W przypadku instytucji publicznych nie są one podatne na zmiany. Często zaszczości historyczne, nierozumienie potrzeb interesariuszy, utrzymanie przyzwyczajzeń, utrzymywanie wartości swojej jako pracownika instytucji publicznej to tylko niektóre przyczyny braku zainteresowania jakimikolwiek zmianami.



Rys. 7. Interesariusz w procesie komunikacji z instytucjami publicznymi

Źródło: Opracowanie własne.

Trudno dzisiaj sobie wyobrazić członka społeczeństwa informacyjnego, który w swoich działaniach nie korzystałby z możliwości technologii Web 2.0. Ten potencjał został wykorzystany przez organizacje biznesowe, które posiłkują się kreatywnością społeczeństwa. W przypadku instytucji publicznych potencjał, jaki daje technologia Web 2.0, nie jest wykorzystany. Potwierdzają to badania przeprowadzone przez autora. Analizując procesy biznesowe realizowane w instytucjach publicznych bezpośrednio z interesariuszem, można zaproponować zmiany, wspomagane technologią Web 2.0, które będą miały charakter innowacji. Propozycja zostanie przedstawiona w układzie: rodzaj instytucji publicznej, zadania (procesu biznesowego) i narzędzia technologii Web 2.0, za pomocą którego można uzyskać innowację (tabela 1).

Tabela 1. Przykłady innowacji w instytucjach publicznych uzyskane poprzez narzędzia Web 2.0

Rodzaj instytucji publicznej	Przykładowe nazwy zadań (procesów biznesowych), dla których można zastosować innowacje	Przykładowe narzędzie technologii Web 2.0
1	2	3
Jednostki samorządu terytorialnego	Atrakcje na terenie gminy	Blog
	Atrakcje kulturalne realizowane na terenie gminy	Wideoblog
	Realizacja inwestycji na terenie gminy	Forum dyskusyjne
	Integracja interesariuszy mieszkających na tym samym obszarze	Sieci społecznościowe
	Rozwiązanie przypadku wynikającego z uwarunkowań gminy	Społeczności praktyków
	Budowa bazy wiedzy specyficznej dla danej gminy	Portale Wiki
	Prowadzenie narad pomiędzy interesariuszami instytucjonalnymi	Wideokonferencje
	Rozmowa z pracownikiem urzędu gminy	Chat
	Prowadzenie spotkań z zakresu funkcjonowania gminy	Webinarium
	Krótkie filmy z atrakcjami gminy dla interesariuszy	Podcast
	Ustawiczne kształcenie i podnoszenie kwalifikacji pracowników	Zdalne nauczanie
	Wydawnictwa elektroniczne o charakterze np. historycznym	e-book
	Publikacje z zakresu osiągnięć gminy	Newsletter
Statystyki określające poziom życia w gminie dla interesariuszy	White paper	
Placówki oświaty	Działalność koła naukowego, sekcji w domu kultury	Blog
	Relacje z imprez kulturalnych w placówce oświaty	Wideoblog
	Rozwój placówek oświaty na danym terytorium (struktura)	Forum dyskusyjne
	Integracja w ramach danej placówki oświaty	Sieci społecznościowe
	Rozwiązywanie problemów w placówce oświaty	Społeczności praktyków
	Budowa wiedzy specyficznej dla placówek oświaty	Portale Wiki
	Konferencje tematyczne dla nauczycieli	Wideokonferencje
	Kontakt rodzica z nauczycielem, wychowawcą	Chat
	Seminaria, narady w placówkach oświatowych	Webinarium
	Krótkie filmy promujące działania placówki oświatowej	Podcast
	Wspomaganie procesu kształcenia i wychowania	Zdalne nauczanie
	Lektury szkolne	e-book
	Relacje z życia danej placówki oświatowej	Newsletter
Statystyki określające poziom danej placówki oświatowej	White paper	
Szkoły wyższe	Relacje tematyczne z życia akademickiego	Blog
	Medialna forma relacji z realizacji projektu	Wideoblog
	Wymiana wiedzy dla pracowników i studentów	Forum dyskusyjne
	Nawiązywanie kontaktów pomiędzy studentami	Sieci społecznościowe
	Współpraca z partnerami biznesowymi uczelni	Społeczności praktyków
	Budowa bazy wiedzy specyficznej dla uczelni	Portale Wiki
	Wymiana wiedzy, przedstawianie nowych trendów w nauce	Wideokonferencje
	Zdalna obsługa studenta	Chat
	Zajęcia ze studentami na odległość w czasie rzeczywistym	Webinarium
	Udostępnianie różnego rodzaju filmów na zajęciach	Podcast
	Wspomaganie procesu dydaktycznego	Zdalne nauczanie
	Podręczniki akademickie dla studentów	e-book
	Redakcja cyklicznych publikacji z życia uczelni	Newsletter
Materiały do współpracy dla podmiotów gospodarczych	White paper	

cd. tabeli 1

1	2	3
Placówki kultury	Informacje związane z artystą, np. malarzem, muzykiem, aktorem	Blog
	Własne odczucia piękna w postaci multimedialnej	Wideoblog
	Opinie na temat filmu, przedstawienia teatralnego, koncertu	Forum dyskusyjne
	Łączenie ludzi interesujących się danym artystą	Sieci społecznościowe
	Wspólne działania w zakresie np. układów tanecznych	Spoleczności praktyków
	Rozbudowa bazy wiedzy związanej z kulturą	Portale Wiki
	Konferencje tematyczne związane np. z profilami muzeów	Wideokonferencje
	Rozmowa ze znanym aktorem, autorem książki	Chat
	Robocze spotkania osób odpowiedzialnych za rozwój kultury	Webinarium
	Filmy z zakresu np. gry na gitarze	Podcast
	Doskonalenie umiejętności np. gry w szachy	Zdalne nauczanie
	Propagowanie wydawnictw w formie elektronicznej	e-book
	Nowości (imprezy kulturalne) w nadchodzącym okresie	Newsletter
Statystyki potencjału placówek kultury	White paper	
Placówki ochrony zdrowia	Tematyczny zakres informacji ograniczony do jednej choroby	Blog
	Filmy z zakresu własnej rehabilitacji (własne doświadczenia)	Wideoblog
	Kształtowanie opinii na temat danej placówki służby zdrowia	Forum dyskusyjne
	Integracja pacjentów o podobnych schorzeniach, dolegliwościach	Sieci społecznościowe
	Doświadczenia różnych lekarzy w zakresie danej choroby	Spoleczności praktyków
	Rozbudowa bazy wiedzy dotyczącej zdrowia pacjentów	Portale Wiki
	Konferencje dla lekarzy w celu podnoszenia ich kwalifikacji	Wideokonferencje
	Rozmowa pacjenta z lekarzem – porady	Chat
	Spotkania lekarzy konsultantów w trudnej jednostce chorobowej	Webinarium
	Filmy z zakresu rehabilitacji pacjenta	Podcast
	Ustawiczne podnoszenie wiedzy związanej z profilaktyką	Zdalne nauczanie
	Poradniki, przedmiotowa literatura fachowa	e-book
	Nowości w zakresie ochrony zdrowia	Newsletter
Stan służby zdrowia w różnych przekrojach	White paper	
Bezpieczeństwo publiczne	Sposoby poprawy bezpieczeństwa interesariuszy	Blog
	Filmy z przypadków naruszania bezpieczeństwa	Wideoblog
	Dyskusja na temat naruszania zasad bezpieczeństwa	Forum dyskusyjne
	Łączenie ludzi, którzy dzielą się przypadkami zagrożeń	Sieci społecznościowe
	Działania profilaktyczne z zakresu bezpieczeństwa	Spoleczności praktyków
	Budowa bazy wiedzy (interpretacji) zapisów prawnych	Portale Wiki
	Szkolenia pracowników zajmujących się bezpieczeństwem	Wideokonferencje
	Bezpośrednie rozmowy interesariuszy ze „stróżami prawa”	Chat
	Robocze spotkania pomiędzy sędziami, prokuratorami	Webinarium
	Filmy realizowane przez interesariuszy	Podcast
	Ustawiczne kształcenie pracowników	Zdalne nauczanie
	Zbiory przepisów prawa	e-book
	Publikacje z problemami wymiaru sprawiedliwości	Newsletter
Statystyki kreujące opinię publiczną z zakresu bezpieczeństwa	White paper	
Sektor obywatelski	Akcje humanitarne Polskiego Czerwonego Krzyża	Blog
	Manifestacje związków zawodowych w obronie praw pracownika	Wideoblog
	Wymiana opinii na temat działań poszczególnych fundacji	Forum dyskusyjne

cd. tabeli 1

1	2	3
	Łączenie ludzi o tych samych poglądach politycznych	Sieci społecznościowe
	Wymiana doświadczeń w ramach izb rzemieślniczych	Spoločności praktyków
	Rozbudowa bazy wiedzy związanej z sektorem obywatelskim	Portale Wiki
	Konferencje merytoryczne związane z działaniem stowarzyszeń	Wideokonferencje
	Rozmowy pomiędzy członkami komitetu rodzicielskiego	Chat
	Spotkania robocze dla członków stowarzyszeń	Webinarium
	Filmy instruktażowe, np. ochrona przed żywiołem (Straż Pożarna)	Podcast
	Ustawiczne podnoszenie wiedzy – Rady Adwokackie	Zdalne nauczanie
	Wydawnictwa elektroniczne dla sektora obywatelskiego	e-book
	Informacje z działalności stowarzyszenia lub fundacji	Newsletter
	Sprawozdania z działalności partii politycznych	White paper

Źródło: Opracowanie własne.

Są to tylko wybrane przykłady implementacji technologii Web 2.0 w procesach biznesowych instytucji publicznych. Przedstawione propozycje procesów biznesowych powinny zainteresować decydentów instytucji publicznych. Wdrożenie narzędzi do wspomagania przedstawionych procesów biznesowych instytucji publicznych będzie stanowiło działania innowacyjne. Dzięki temu instytucje publiczne będą mogły ze sobą konkurować, ale nie w takim zakresie, jak organizacje biznesowe, czyli w kategoriach ilościowych, a w kategoriach jakościowych, np. atrakcyjność, dobra instytucja, lepszy poziom obsługi klienta. Oczywiście w późniejszym etapie nic nie stoi na przeszkodzie, aby określenia jakościowe zmienić na cechy ilościowe. Będzie to można widzieć jako kierunek zainicjowanych badań. Po jakimś czasie należałoby jeszcze raz przeprowadzić kolejne badania. Ich wyniki pozwolą odpowiedzieć, czy implementacja innowacji przyczyniła się do podniesienia kultury pracy w instytucjach publicznych.

Podsumowanie

Technologia Web przechodzi proces ewolucji (Web 3.0, Web 4.0). W założeniach opracowana jest już technologia Web 5.0. Jednak obecnie nawet organizacje o charakterze biznesowym prawie nie wykorzystują możliwości tej technologii. W przypadku instytucji publicznych implementowane są dopiero możliwości technologii Web 2.0. W instytucjach publicznych, mimo bardzo dużych ograniczeń wynikających z ich specyfiki, można wprowadzać innowacje, przede wszystkim dzięki determinacji osób, które sprawują w nich władzę. Ich rozumienie potrzeb społeczeństwa w połączeniu z możliwościami technologii Web 2.0. pozwoli na usprawnianie kontaktu interesariuszy z daną instytucją

publiczną. Implementacja wszystkich dostępnych kanałów komunikacji w ramach technologii Web 2.0. pozwoli wypełnić lukę w gromadzeniu informacji pochodzących bezpośrednio od interesariuszy. Będzie to mogło stanowić innowacje w instytucjach publicznych. Korzyści z wdrożenia tych innowacji będą dobre dla obu stron, które muszą się ze sobą komunikować. W przypadku niektórych segmentów instytucji publicznych będzie można mówić o ich ocenie w kategoriach atrakcyjności. Na przykład szkoły publiczne, których jest wiele na danym obszarze, już dzisiaj dzielą się na atrakcyjne lub nieatrakcyjne. Podobnie może być z publicznymi placówkami służby zdrowia. Są to miary typowo jakościowe. Ich uszczegółowienie następuje poprzez wskaźniki ilościowe, które określają rankingi poszczególnych instytucji w ramach tego samego segmentu. Interesariusz będzie mógł dokonać wyboru i zachować się podobnie jakby miał do czynienia z organizacją o charakterze biznesowym. W przypadku instytucji na przykład zajmującej się szeroko rozumianym bezpieczeństwem publicznym taki wybór z racji uwarunkowań prawnych nie jest już możliwy. Nie oznacza to wcale, że ten segment nie może wprowadzać innowacji. W tym przypadku będą one wpływały na emocje, czy odczucia interesariusza.

Literatura

- Bal-Woźniak T. (2012), *Innowacyjność w ujęciu podmiotowym. Uwarunkowania instytucjonalne*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Duraj J., Papiernik-Wojdera M. (2010), *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Difin, Warszawa.
- Hauke K. (2016), *Koncepcja zarządzania wiedzą 2.0 w kreowaniu zasobów informacyjnych przedsiębiorcy* [w:] P. Pyplacz, D. Dudek (red.), *Rozwój i doskonalenie funkcjonowania organizacji. Determinanty rozwoju współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
- Leszczyński M. (2016), *Innowacyjność gospodarki jako czynnik postrzegania państwa w środowisku międzynarodowym – casus Unii Europejskiej* [w:] K. Pająk (red.), *Innowacyjność wyzwaniem dla współczesnej gospodarki*, CeDeWu, Warszawa.
- Marciniak S. (2010), *Innowacyjność i konkurencyjność gospodarki*, C.H. Beck, Warszawa.
- Petrozolin-Skowrońska B. (1995), *Nowa encyklopedia powszechna PWN*, t. 3, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Schumpeter J.A. (1960), *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa, 1960.
- Sztucki T. (1998), *Encyklopedia marketingu*, Wydawnictwo Placet, Warszawa.

Tomaszewski M. (2011), *Rozwój globalnej sieci komputerowej w kierunku WEB 3.0* [w:] R. Knosola (red.), *Komputerowo zintegrowane zarządzanie*, Oficyna Wydawnicza Polskiego Towarzystwa Zarządzania Produkcją, Warszawa.

[www 1] <http://www.eioba.pl/a/1ox8/co-to-jest-to-web-2-0> (dostęp: 11.03.2018).

[www 2] https://pl.wikipedia.org/wiki/O%E2%80%99Reilly_Media (dostęp: 12.03.2018).

[www 3] https://en.wikipedia.org/wiki/Dot-com_company (dostęp: 13.03.2018).

[www 4] <https://www.semtec.pl/sloownik-seo/blog/> (dostęp: 14.03.2018).

[www 5] <https://www.semtec.pl/sloownik-seo/webinarium/> (dostęp: 14.03.2018).

[www 6] <https://www.semtec.pl/sloownik-seo/wideoblog/> (dostęp: 14.03.2018).

[www 7] <https://www.semtec.pl/sloownik-seo/ebook/> (dostęp: 14.03.2018).

[www 8] <https://www.semtec.pl/sloownik-seo/newsletter/> (dostęp: 14.03.2018).

[www 9] <https://www.semtec.pl/sloownik-seo/podcast/> (dostęp: 14.03.2018).

[www 10] <https://www.semtec.pl/sloownik-seo/white-paper/> (dostęp: 15.03.2018).

[www 11] <https://sloownik.intensys.pl/definicja/151/forum-dyskusyjne> (dostęp: 15.03.2018).

[www 12] https://www.wseip.edu.pl/dniw/images/pliki/pelne_teksty_ksiazek/Marcin%20K%C5%82ak_M_Zarz_wiedza_w_przeds.pdf (dostęp: 16.03.2018).

[www 13] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Interesariusz> (dostęp: 16.03.2018).

[www 14] https://www.prezydent.pl/download/gfx/prezydent/pl/defaultopisy/2467/4/1/trzeci_sektor.pdf (dostęp: 17.03.2018).

INNOVATION IN PUBLIC INSTITUTIONS IN THE PROCESS OF COMMUNICATION OF STAKEHOLDERS ASSISTED BY WEB 2.0 TECHNOLOGY

Summary: communication between organizations offering tangible or intangible goods and recipients plays a very important role in the development of the information society. At the moment, when organizations indicated as 4.0 are being talked about more and more often, the communication process becomes particularly important. Organizations with a business type every signal coming from the recipient try to include in its offer targeted at the consumer. In the case of public institutions, such an approach is impossible to implement due to the conditions of functioning of these institutions. The article presents the possibilities of Web 2.0 technology in innovation in public institutions, which may increase their attractiveness and positively influence the recipients.

Keywords: innovations, public institutions, Web technology.