

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

امام علی علیه السلام

الْعِلْمُ سُلْطَانٌ مَنْ وَجَدَهُ صَالِحًا بِهِ، وَمَنْ لَمْ يَجِدْهُ صَيْلَ عَلَيْهِ

شرح نهج البلاغه، ابن ابی الحدید، ج ۲۰، ص ۳۱۹

حکمرانی دانش

نوآوری اجتماعی

دکتر مهراڻ کشتکار هراڻکی

عضو هیئت علمی دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و تحقیقات راهبردی

۲۳ خرداد ۱۴۰۰

Email: Mkhkmphd90@gmail.com

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِهٖ قَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

(سوره مبارکه انفال، ۵۳)

سنت خدا بر این جریان یافته که وضع هیچ قومی را دگرگون
نسازد مگر آنکه خودشان حالات روحی خود را دگرگون
سازند.

درس بزرگی که ما از این فشارهای اقتصادی دریافت کردیم، این است که هرچه می‌توانیم، باید به استحکام ساخت داخلی قدرت پردازیم؛ هرچه می‌توانیم، در درون، خودمان را مقتدر کنیم؛ دل به بیرون نبندیم. آن‌هایی که دل به بیرون ظرفیت ملت ایران می‌بندند، وقتی با یک چنین مشکلاتی مواجه شوند، خلع سلاح خواهند شد. ظرفیت‌های ملت ایران خیلی زیاد است.

بیانات در مراسم تنفیذ حکم ریاست جمهوری (۱۳۹۲/۵/۱۲)

مقدمه

جامعه نوین امروزی با موضوعهای کلیدی مواجه است:

- زیست محیطی؛
- تغییرات در ساختارهای تولید و شیوه‌ها؛
- تغییر از تولید محصول به ارائه خدمات؛
- تغییرات تکنولوژیکی؛
- بحران مالی و اقتصادی و محدودیت‌های بودجه عمومی؛
- بحران‌های ناشی از همه گیری کرونا؛
- و ...

بازار و دولت در رسیدگی به چالش‌های اجتماعی با استفاده از شیوه‌های متعارف و رویکردهای سنتی شکست خورده‌اند؛

مقدمه

- ظهور چالش‌های اجتماعی همانند فقر، محرومیت اجتماعی، پیری جمعیت، افزایش نابرابری، تغییرات جمعیتی، تهدیدی برای جوامع هستند.
- ساختارهای جدید تنظیمات خانوادگی؛
- الگوهای کاری متفاوت؛
- ارزش‌ها و مناسبات بین نسل‌ها در حال تغییر است؛
- محدودیت منابع؛
- بی‌اعتمادی بیشتر بین ارائه دهندگان و دریافت کنندگان محصولات و خدمات (در نتیجه تأکید و تمرکز بیشتر به منفعت اقتصادی و عدم توجه به مشکلات و نیازهای اجتماعی)

نیازها / مطالبات

6

- شناخته شده و پاسخ داده شده اند؛
- شناخته شده ولی پاسخ داده نشده اند؛
- شناخته نشده، طبیعتاً پاسخ هم داده نشده اند.

یک عامل کلیدی غیر قابل انکار

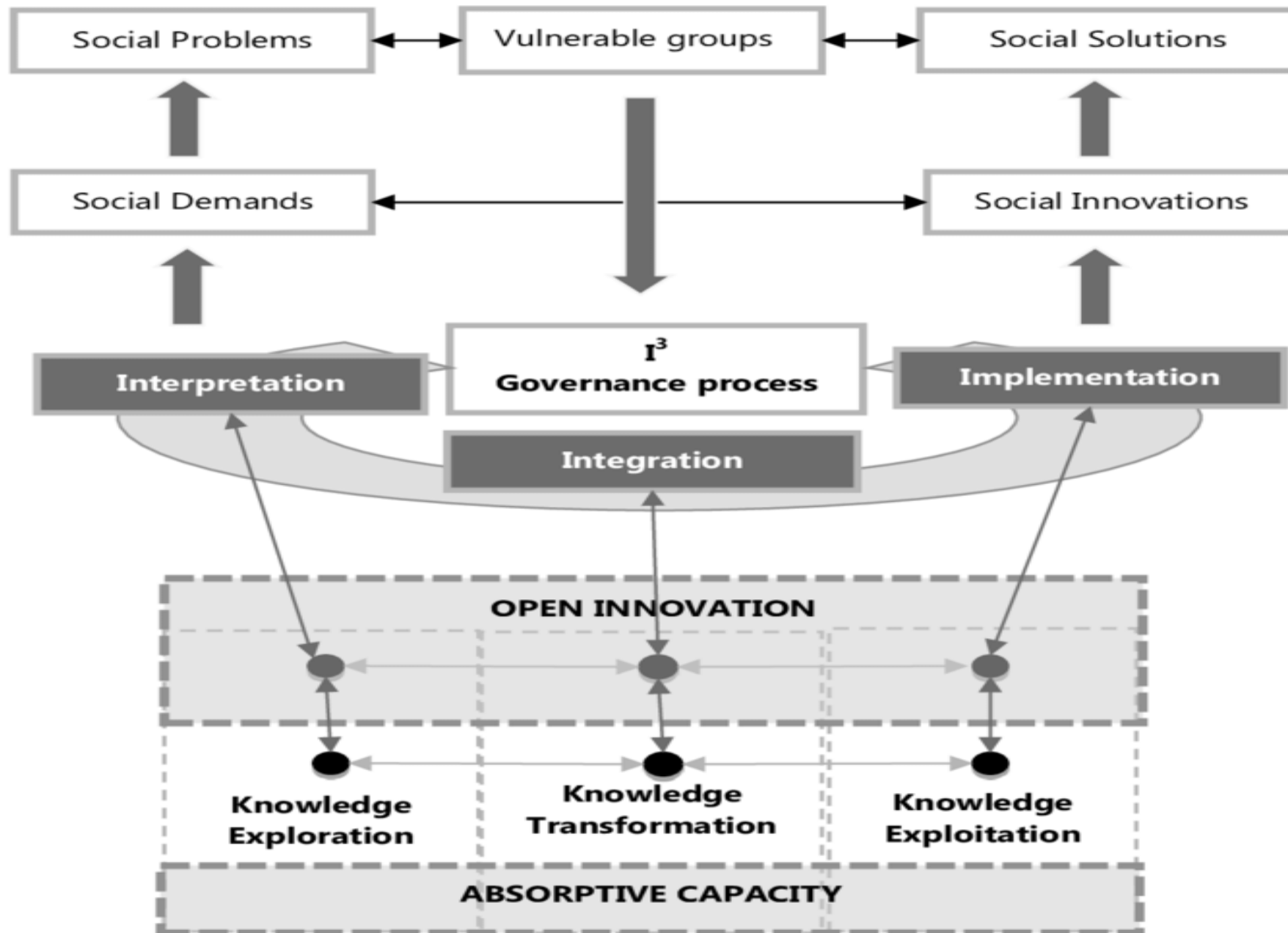
یافتن راه حل های جدید برای پاسخگویی به نیازها و تحقق منفعت جامعه، در نتیجه تعهد کلیه افراد و اعضای جامعه.

این مهم نیازمند انجام طیف وسیعی از فعالیتها با مشارکت آنها، از شناسایی نیازها، ارائه ایده های برای یافتن پاسخ، به اشتراک گذاری یافتهها، مشارکت در یافتن راه حل های جدید و یا بهبود راه حل های موجود، تا کسب نتیجه لازم مبنی بر بهبود کیفیت زندگی در یک فرآیند مداوم است.

در خدمات اجتماعی، **موانع** رسیدن به موفقیت در هر شکل و اندازه وجود دارد. این در حالی است که میزان تقاضا برای انواع گوناگون خدمات اجتماعی فراتر از آن است که حکومت یا افراد به تنهایی از پس تأمین آن بر آیند.

پس چگونه ممکن است رهبران جوامع، فضا را برای رسیدن به دستاوردهای مهم و حل مسائل اجتماعی باز کنند؟

آن‌ها می‌توانند با ترویج فرهنگ نوآوری، ارائه اطلاعات و الزام به شفافیت، خلق فرصت برای اکتشافات اجتماعی و محافظت از **کسانی** که **تلاش‌هایشان در راستای بهبود وضع موجود** است، فضا را برای رسیدن به دستاوردهای اجتماعی باز کنند.



نخستین گام در جهت بهره‌برداری آزاد و موفقیت‌آمیز، **باز کردن در به روی ایده‌های جدید** است که البته در ادامه به «تقاضای فعال» نیز نیاز است.

«انحراف مثبت»، نمونه مهمی از چگونگی مطرح شدن چنین تقاضایی است.

□ انحراف مثبت، از رفتارها یا راهبردهای غیر معمول اما موفقیت‌آمیز افراد ناشی می‌شود که آن‌ها را قادر می‌سازد در یافتن راه‌حل مشکلات، موفق‌تر از همتایان خود عمل کنند.

□ این رویکرد جذاب، همان **نوآوری اجتماعی** است که تلاش دارد تا پس از شناسایی رفتارهای استثنایی عملگران موفق، جامعه را برای به کار بستن این رفتارها در سطح وسیع و گسترده‌تر بسیج کند.

سیر تکاملی مفاهیم نوآوری در یک نگاه

صاحب نظران و دانشمندان از جنبه های گوناگون به موضوع نوآوری پرداخته اند از این رو ممکن است تعاریف ذکر شده در ظاهر با یکدیگر تفاوتی داشته باشند، هرچند محور اصلی آنها یکی است.

از نظر پیتر دراگر نوآوری بیش از نبوغ، مدیون سختکوشی و فعالیت پیگیر است و به دانش، نبوغ و تحرک و تمرکز به موضوع نیاز دارد و همانند هر فعالیت عینی در کنار نبوغ و استعداد، نیازمند دانش، توجه و سختکوشی همه دست اندرکاران می باشد.

خلاقیت و نوآوری

- **خلاقیت** پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو؛
- **نوآوری** کاربردی ساختن آن اندیشه و فکر؛

انتشار → نوآوری → خلاقیت → ایده → تصور

_____ فرآیند خلاقیت _____

_____ فرآیند نوآوری _____

نوآوری (شومپیتر)

نوآوری از دیدگاه شومپیتر به عنوان تنظیم کننده عملیات تولید محصولات تعریف می‌شود؛

□ شومپیتر در تعریف خود از نوآوری، آنرا به عنوان یک برهم زنده نظم موجود و تعادل اقتصادی برای ایجاد نظم و تعادلی جدید معرفی می‌کند؛

□ اصطلاح «تخریب خلاق» به همین موضوع اشاره دارد.

نگاهی بر سیر تکاملی فرآیند نوآوری

نگرش خطی

این مدل در حدود سالهای جنگ جهانی دوم تا قبل از دهه ۸۰ ایجاد شد. مدلهای ارائه شده برای فرآیند نوآوری مبتنی بر فرآیند خطی ساده تصور می شود که با تحقیقات پایه شروع شده و منجر به خلق ایده و در نهایت تولید کالا یا فرآیند جدید می شود. این نگرش بدان معناست که علم منجر به تکنولوژی می شود و تکنولوژی نیازهای بازار را بر طرف می نماید.

نگرش سیستمی نوآوری

□ در این نگرش نوآوری به صورت یک فرآیند سیستماتیک در نظر گرفته می شود.

□ نگرش های سیستماتیک نوآوری اغلب نگرش هایی هستند که اهمیت زیادی برای کشف بازار تقاضا قائلند و منحصرأ به عرضه تاکید نمی کنند.

□ این نگرشها ساختاری غیر خطی داشته و بر تعاملات و ارتباطات عوامل بیرونی مانند طرفهای ذینفع قوانین، مقررات، نهادها و ارزشها، بر فرآیند نوآوری نیز توجه می نماید.

نظام ملی نوآوری

- حقیقت آنست که امروزه نوآوری در حوزه بنگاههای نوآور نیز محصور نگشته، و بخش قابل توجهی از نوآوریهای فنی با همکاری بنگاههای متعدد و گاهی در قالب پروژه های مشترک و به صورت همکاریها و پیمانهای استراتژیک انجام می پذیرد. این واقعیت بیانگر آنست، نوآوری در فناوری های جدید عمدتاً در بستر سیستمهای نظامند نوآور، خلق می گردد.
- عملکرد نوآورانه هرکشوری بوسیله نظام ملی نوآوری آن کشور تعیین می گردد.
- نظام ملی نوآوری، شبکه ای از موسسات در بخش های خصوصی و دولتی است که فعالیتها و تعامل آنها باعث خلق، ورود، اصلاح و انتشار فناوری جدید می گردد.

نگاهی بر سیر تکاملی مدل‌های نوآوری

مدل فشار علم

در این مدل خطی نوآوری، کشف جدید باعث جرقه‌ای برای یک سری اتفاقات می‌شود که در نهایت منجر به کارگیری آن اختراع خواهد شد مانند رایانه ضعیف این مدل اینست که مشتری، نقش غیر فعال در فرآیند توسعه محصول است.



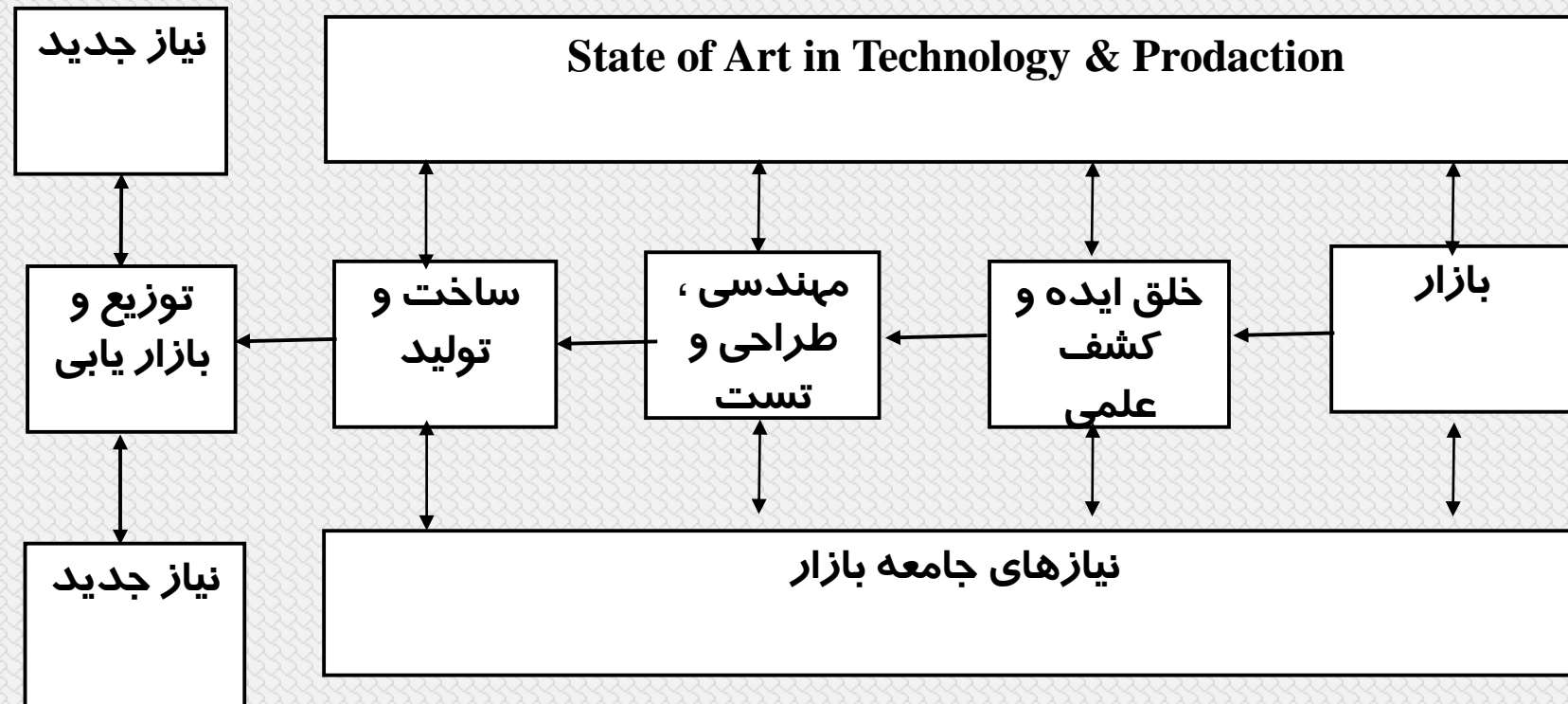
کشش بازار

با این روش در واقع نیازهای مشخص شده بازار فرصت را برای محصولات جدید بوجود می آورند که به نوبه خود تحقیق و توسعه را تحریک کرده تا مشخص کند که آیا این راه حل امکانپذیر است این مدل هم مدل خطی نوآوری می باشد



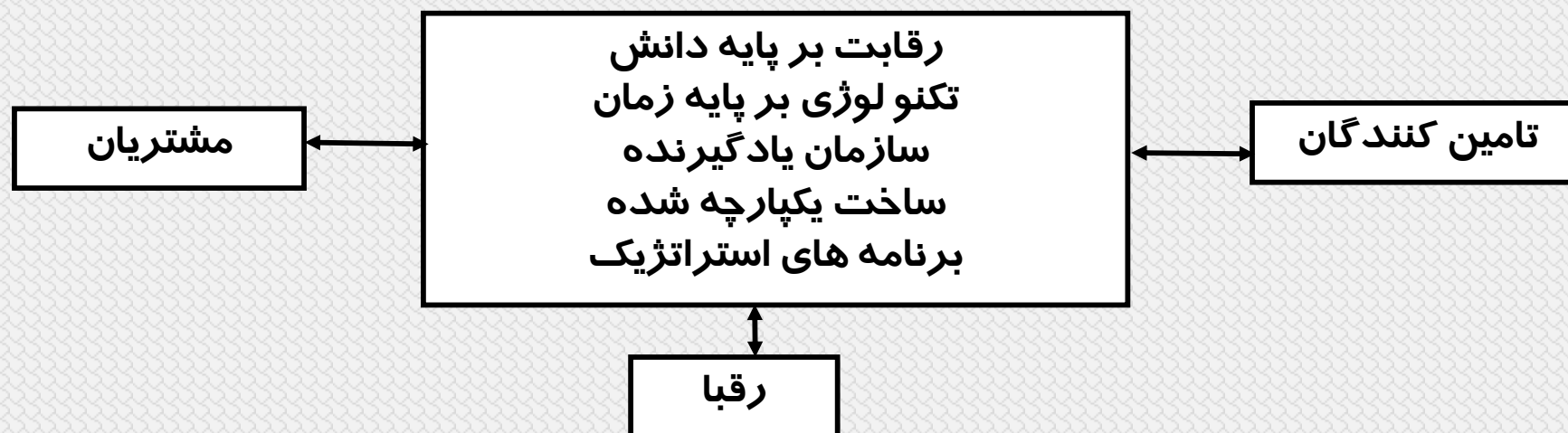
مدل ترکیبی

محققان با ترکیب دو مدل خطی فوق به نسل سومی رسیدند تا بتوانند فرآیند نوآوری را بطور شفاف بیان نمایند این مدل شامل و بازار یابی در یک فرآیند نوآوری تکراری بی پایان می شود.



مدل یکپارچه شبکه

- نسل چهارم بر روی مشتری و نیازهای مشتری تمرکز بیشتری شد؛
- نسل پنجم بیشتر هدف استراتژی های توسعه در بین سازمانهای مختلف و خارجی شرکتها بوده است؛
- تاکید این مدل بر روی انعطاف پذیری در برابر تغییرات و سرعت در توسعه می باشد و تمرکز بیشتر بر روی کیفیت است.



سه مکتب مهم مطالعات نوآوری بر اساس دیدگاه شومیتز (Tzeng, 2009)

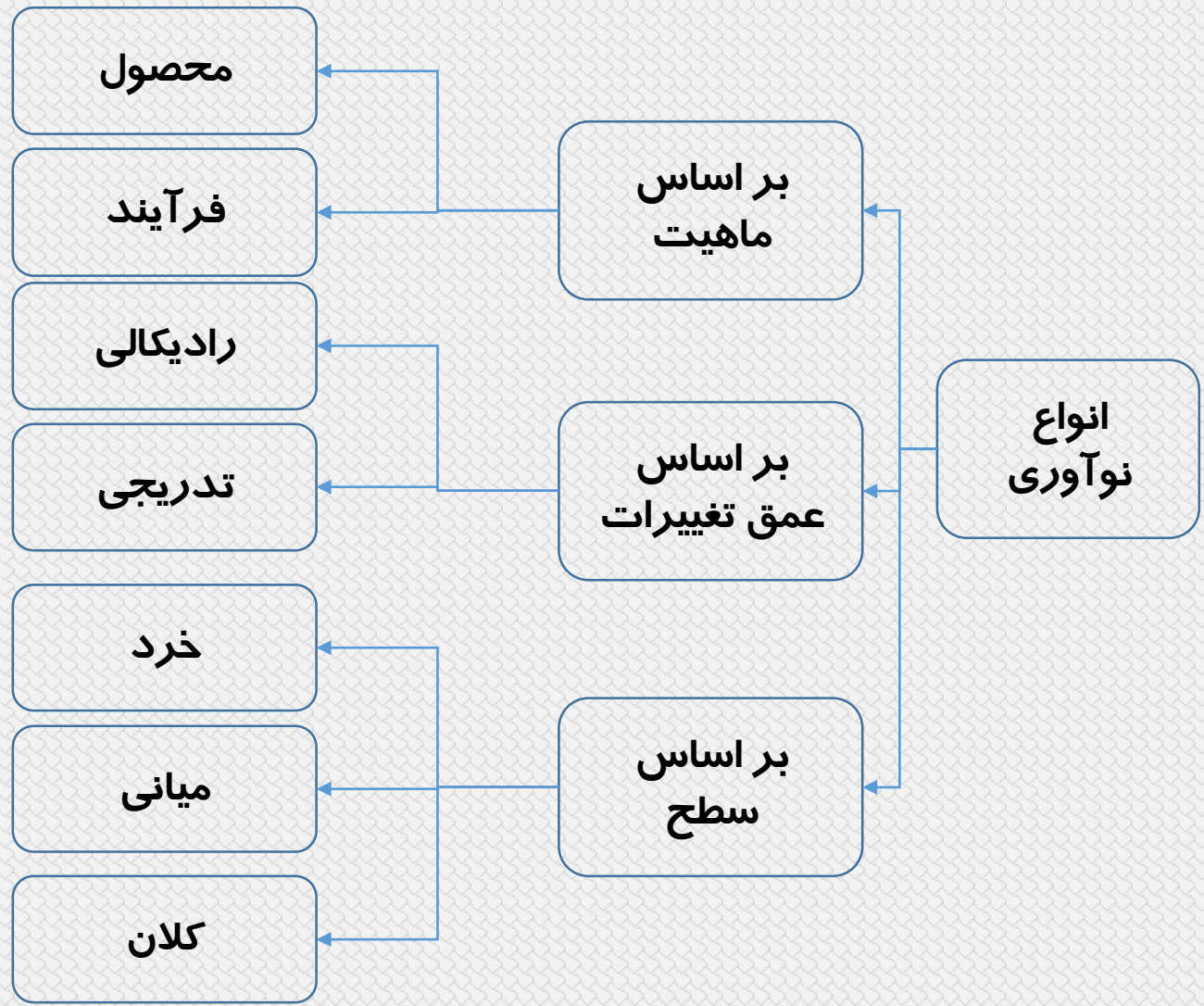
مکتب فرهنگی (دیدگاه فرهنگی)	مکتب کارآفرینی (دیدگاه اجتماعی)	مکتب توانمندی سازمانی (دیدگاه اقتصادی)	
نوآوری به مثابه مهارت عمقی	نوآوری به مانند ریشه‌های علف	توانمندی نهادی	طبیعت نوآوری
تصور و رویا	درگیر شدن	ارزیابی	منطق ذاتی نوآوری
رابطه مجتمع‌کننده	رابطه بر مبنای هویت	رابطه بر مبنای دستور	رابطه میان اعضا
شناسایی منفعل	منابع موثق	نهادهای وابسته	مرکز توجه
گذران و بی‌دوام	بهبود دهنده	وابسته به مسیر	نگاه به زمان

□ **مکتب توانمندی،** دیدگاهی اقتصادی است که نوآوری را به عنوان توانمندی نهادینه شده در سازمان‌ها برای تغییرات تکنولوژیکی قلمداد می‌کند. در این دیدگاه تصمیم برای نوآوری و یا عدم نوآوری بر اساس ارزیابی انجام می‌پذیرد. روابط درونی این سازمانها بر اساس دستورالعمل‌ها بوده و تغییرات تکنولوژیکی وابسته به مسیر (وابسته به گذشته و تجربیات) هستند؛

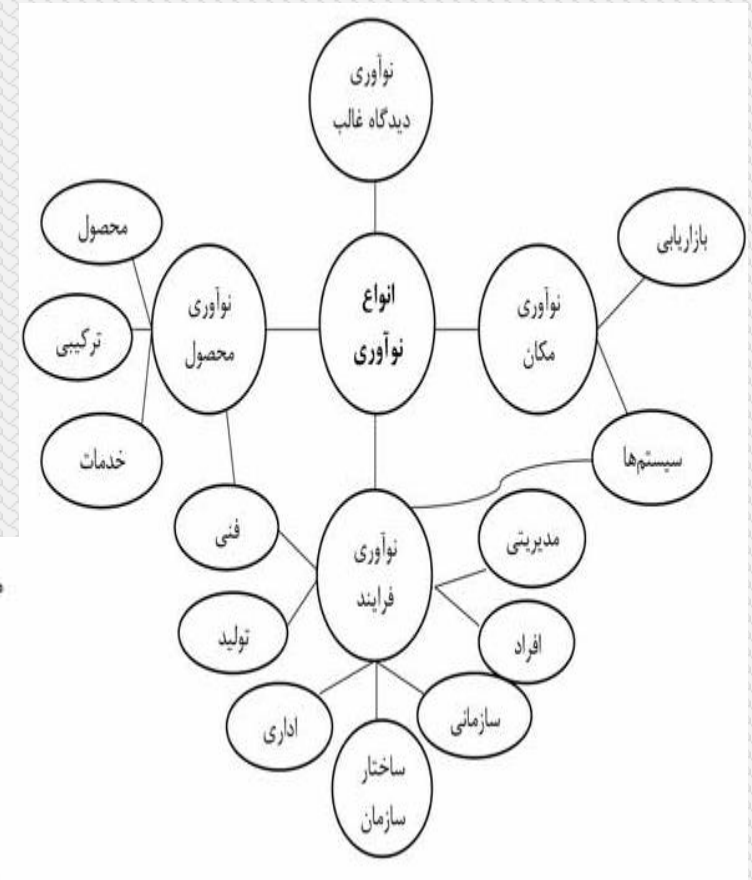
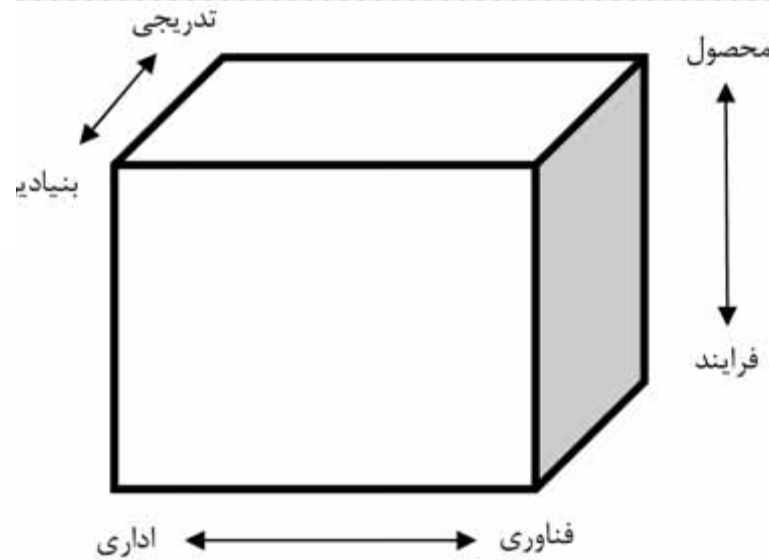
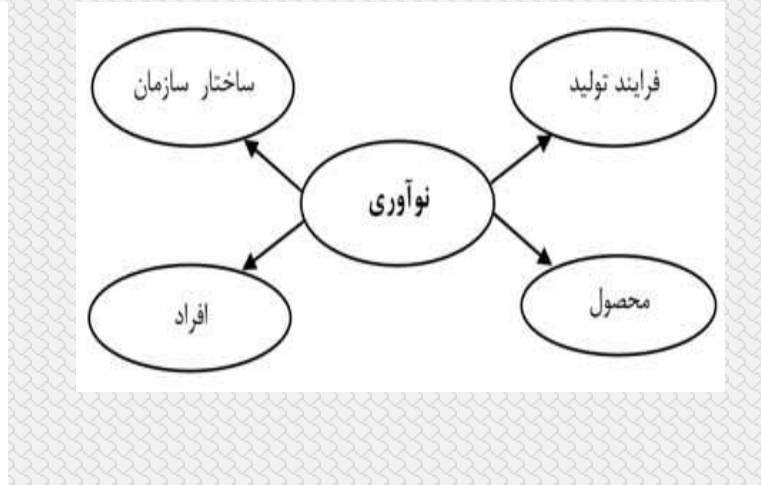
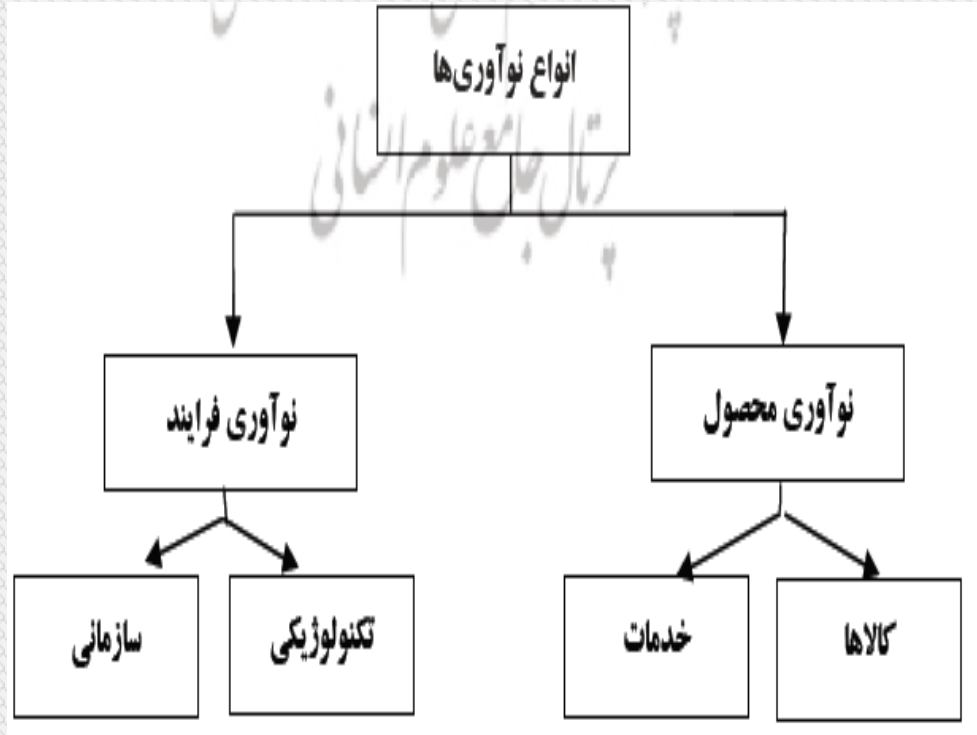
□ **مکتب کارآفرینی سازمانی،** نگاهی اجتماعی به کارآفرینی دارد و مدل ریشه علفی را برای مدل سازی نوآوری در سازمان‌ها ارائه می‌دهد. در این نگاه نوآوری‌ها بر اساس هویت اشخاص شناخته می‌شوند و نوآوری وابسته به افراد است. این نگاه بهبود از طریق عمل کردن را مد نظر دارد؛

□ **نگاه فرهنگی به نوآوری،** نوآوری را در صنایع با تکنولوژی بالا مد نظر دارد و به همین دلیل آن را به عنوان یک مهارت عمقی مطرح می‌کند. این دیدگاه تکنولوژی‌ها را گذران و بی دوام می‌داند.

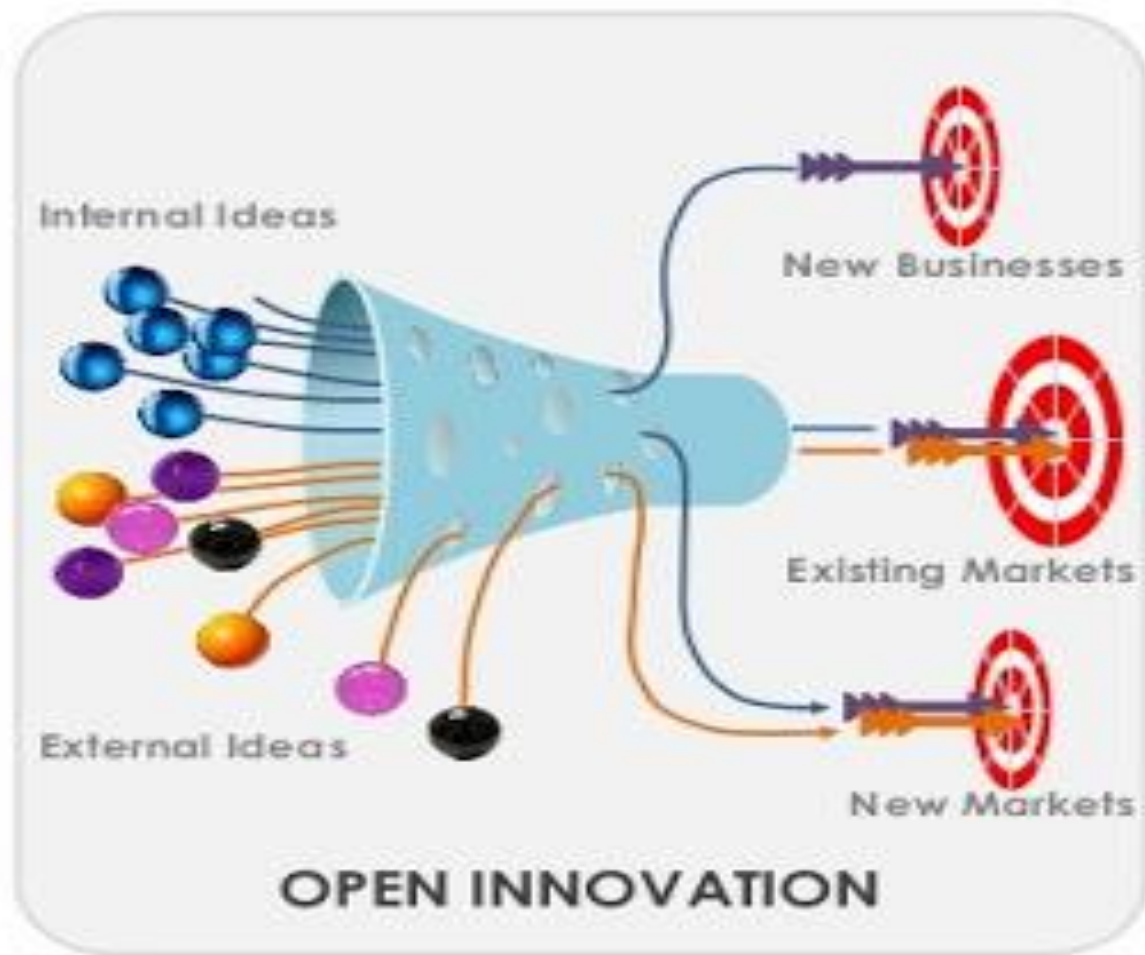
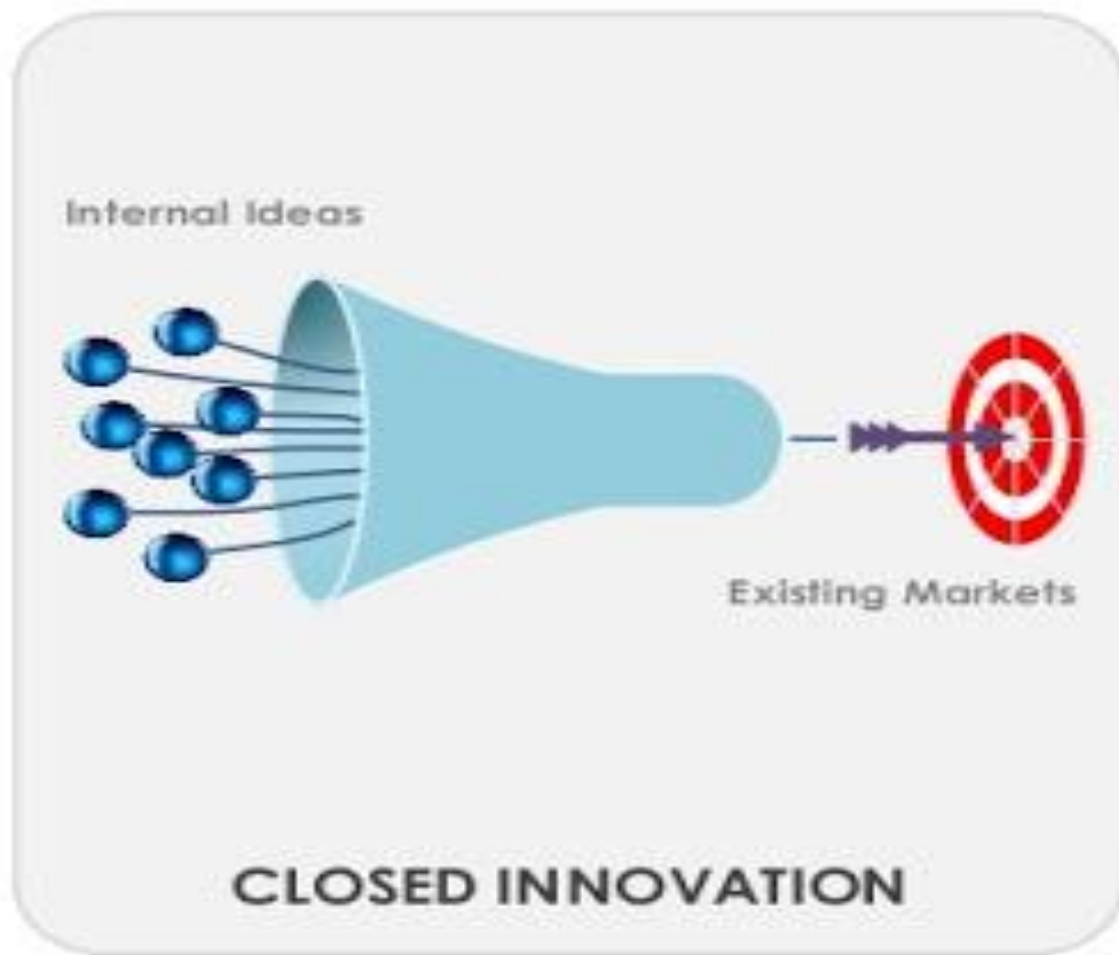
دسته بندی نوآوری



اشکال مختلف نوآوری



From Closed to Open Innovation



اشکال نوآوری (نایت، ۱۹۶۷)

- ❑ نوآوری محصول یا خدمات؛ به ارائه محصول یا خدمات جدید اشاره دارد.
- ❑ نوآوری فرآیند تولید؛ به تغییرات در نحوه انجام امور و پیشرفت‌های فناوری اشاره دارد.
- ❑ نوآوری ساختار سازمانی؛ به قدرت ارتباط سازمان، سیستم‌های ارتباطی یا سیستم‌های پاداش رسمی اشاره دارد.
- ❑ نوآوری افراد؛ به تغییرات کارکنان در سازمان که شامل تغییرات در سطح کارکنان، قوانین کار، فرهنگ و رفتار می‌باشد، اشاره دارد.

همالاینن و همکاران:

پنج نوع نوآوری شامل «تکنولوژیکی؛ اقتصادی؛ مدیریتی؛ هنجاری؛ و فرهنگی» را تعریف کرده‌اند.

□ نوآوری مدیریتی، تدوین، تصویب و اجرای قوانین و مقررات را متحول می‌نماید؛

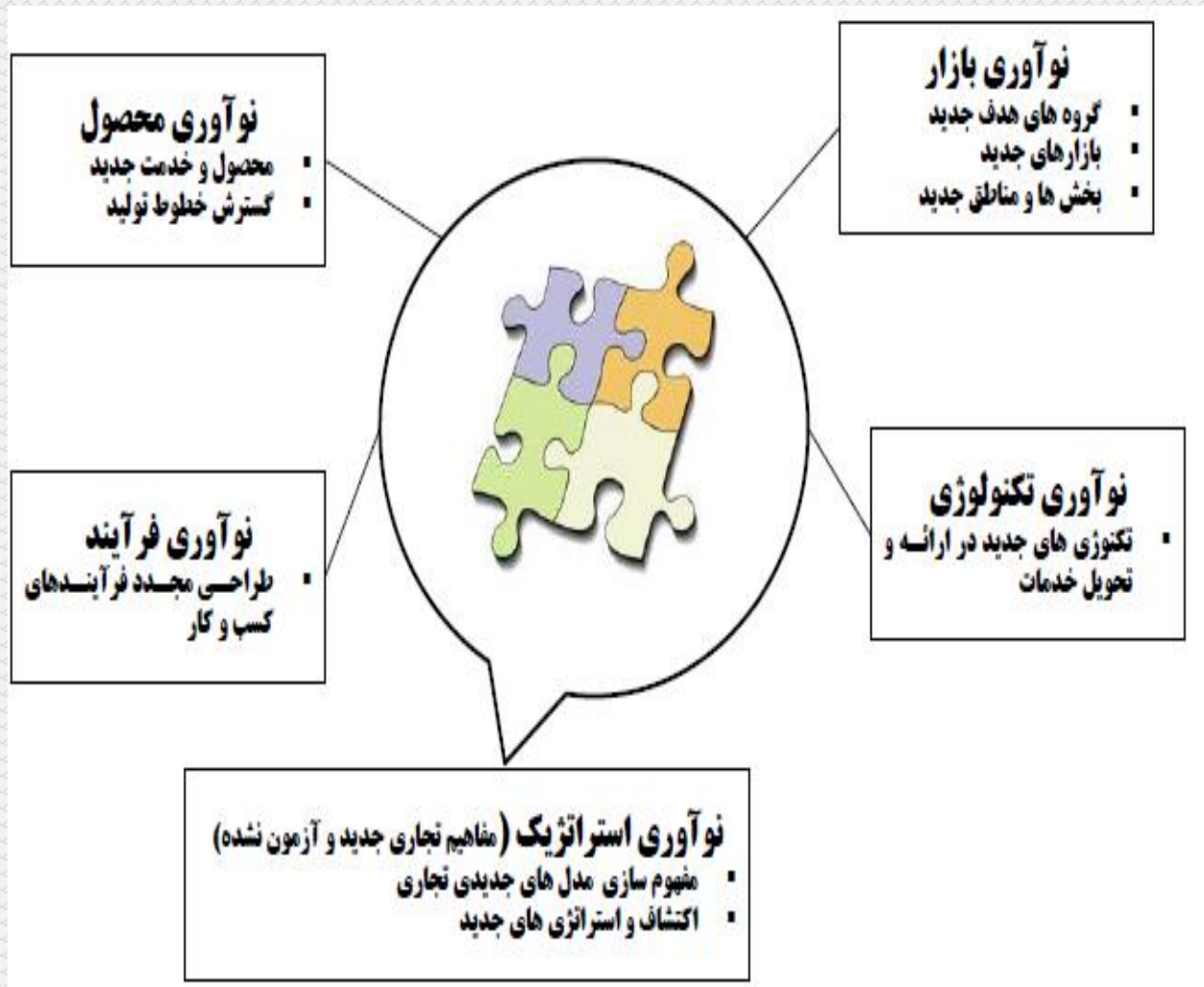
□ نوآوری هنجاری، تلاش برای تثبیت ارزش‌ها و نهادینه کردن آنها در چارچوب قوانین و هنجارهای اجتماعی است؛

□ نوآوری فرهنگی، راه‌های تطبیق رویه و سنت‌ها با واقعیت‌ها از طریق تغییر شکل پارادایم‌های ذهنی شناختی است.

نوآوری استراتژیک

- توانا ساختن یک شرکت برای ایجاد فضای صنعتی جدید و تسهیل خلق بازارهای جدید (هامل و پراهالد، ۱۹۸۹)؛
- چریتو و مارکیدز (۲۰۰۰)، نوآوری استراتژیک را به منزله یک روش کاملاً متفاوت رقابت در یک صنعت می‌داند که از طریق شکستن قوانین بازی و اندیشیدن به روش‌های جدید پدیدار می‌شود. به بیانی دیگر «نوآوری در مدل تجاری که منجر به یک روش جدید بازی کردن مسابقه می‌شود و نوآوران استراتژیک به منزله شرکت‌های حمله‌کننده که مدل‌های تجاری متفاوت را به کار می‌گیرند می‌باشند.»

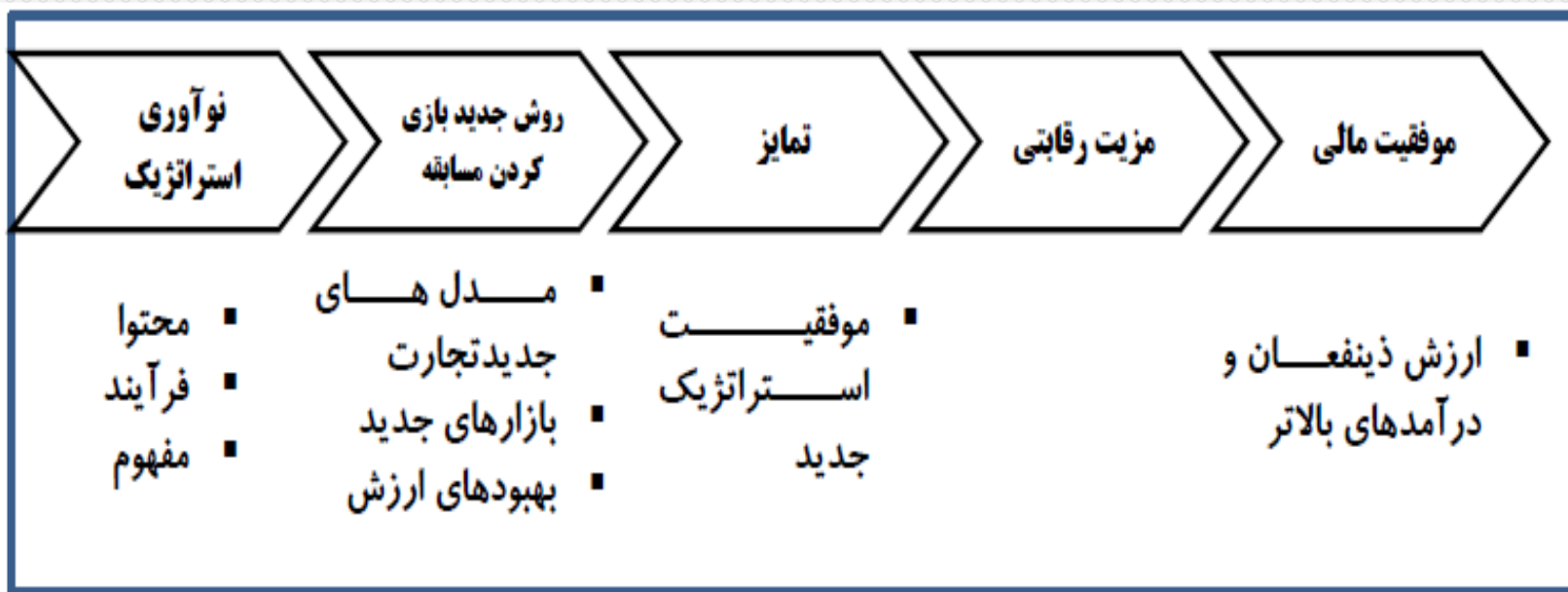
نوآوری استراتژیک



- خلق استراتژی های رشد؛
- طبقات جدید محصول؛
- خدمات و مدل های گوناگون تجاری

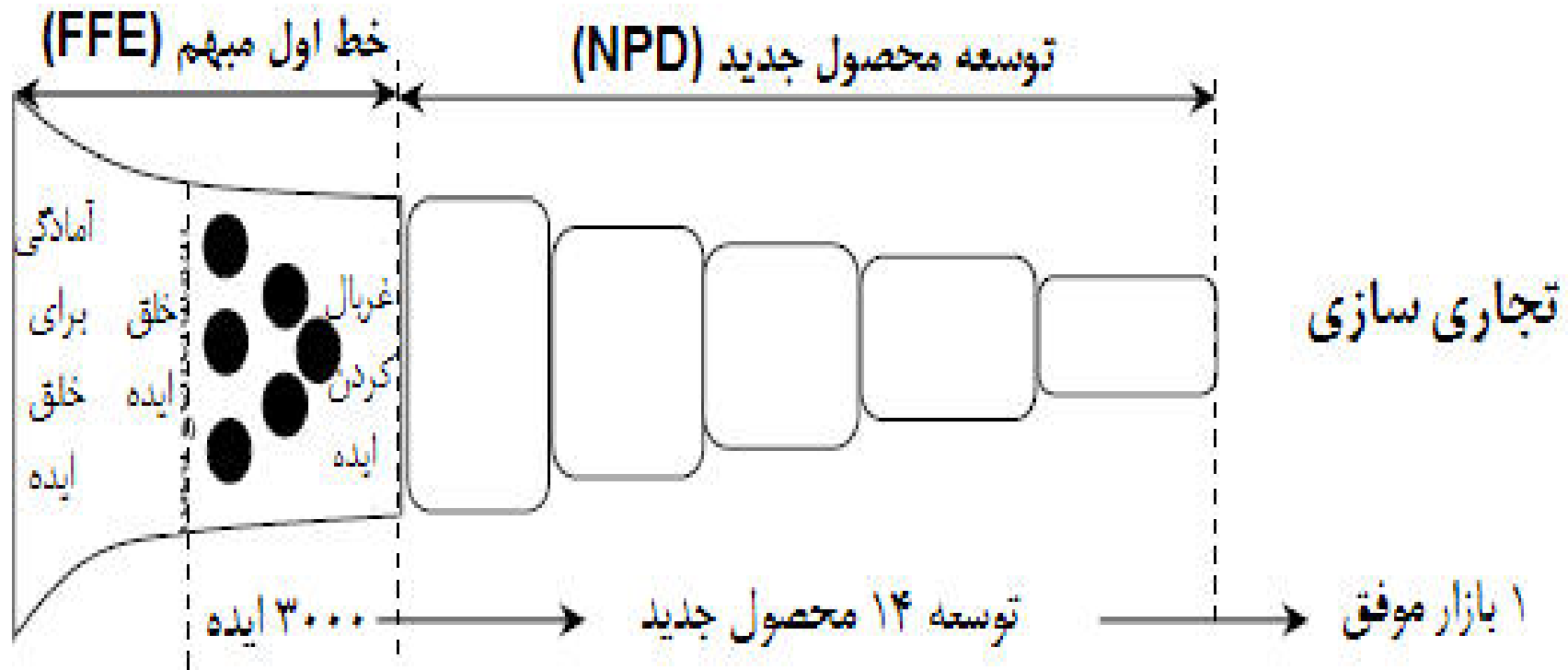
دستاورد نوآوری استراتژیک

- مدل‌های تجاری جدید (شامل معماری زنجیره ارزش جدید)؛
- بازارهای جدید (از طریق ایجاد بازارهای جدید یا شکل‌دهی مجدد بازارهای موجود)؛
- ارزش‌افزوده برای هم مشتریان و هم شرکت / بنگاه؛
- یا ترکیبی از هر سه.



مسابقه را تغییر می‌دهد

مدل کلان فرآیند نوآوری

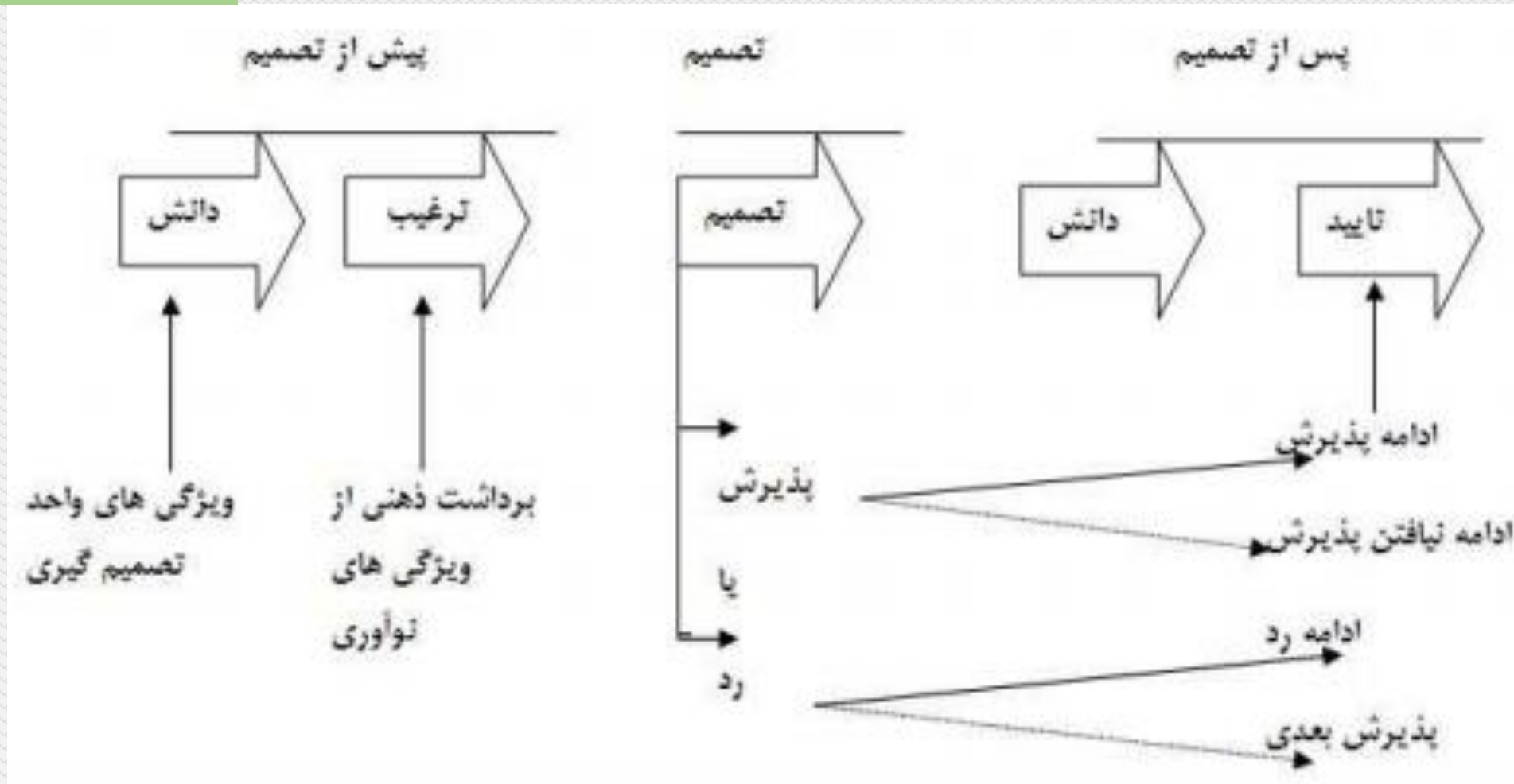


شکل ۳. فرآیند نوآوری

نظریه نشر نوآوری

- پذیرش یارد نوآوری، به آگاهی مصرف کنندگان از نوآوری بستگی دارد؛
- نوآوری، ایده، روش یا موضوعی است که از نظر یک فرد یا واحد پذیرش، نوین تلقی میشود در مقابل، نشر فرایندی است که طی آن، یک نوآوری از طریق مجراهای مشخص، در طول زمان به اعضای نظام اجتماعی منتقل میشود؛
- نظریه نشر نوآوری، انتشار نوآوری را نوع خاصی از فرایند ارتباط تلقی میکند که طی آن، پیامی درباره یک ایده جدید، از یک فرد به فرد دیگری در نظام اجتماعی منتقل میشود؛
- در این نظریه، فرض بر این است که نرخ پذیرش با توجه به برداشت افراد از خصلت نوآوری که به ویژگی‌های نوآوری معروف است، تعیین میشود.

نظریه نشر نوآوری



نظریه نشر نوآوری

- بر اساس نظریه نشر نوآوری، در مرحله پیش از تصمیم، مصرف کنندگان یا به طور فعال یا تصادفی اطلاعاتی در باره نوآوری دریافت می کنند و به این ترتیب اعتقادات مطلوب و یا نامطلوب خود را درباره نوآوری شکل می دهند.
- مرحله تصمیم گیری زمانی آغاز می شود که مصرف کنندگان درگیر فعالیت هایی می شوند که آنان را به پذیرش یا رد نوآوری هدایت می کند.

نظریه نشر نوآوری

- در مرحله پس از تصمیم، مصرف کنندگان در جستجوی تقویت کننده هایی برای تصمیمات قبلی خود هستند؛
- اگر پیام های ناهمگون دریافت کنند، ممکن است در تصمیم خود تجدیدنظر کنند.

به طور کلی در نظریه نشر نوآوری، اعتقاد بر این است که برداشت ذهنی کاربران از نوآوری و ویژگی آن، بر پذیرش آنان تاثیر می گذارد.

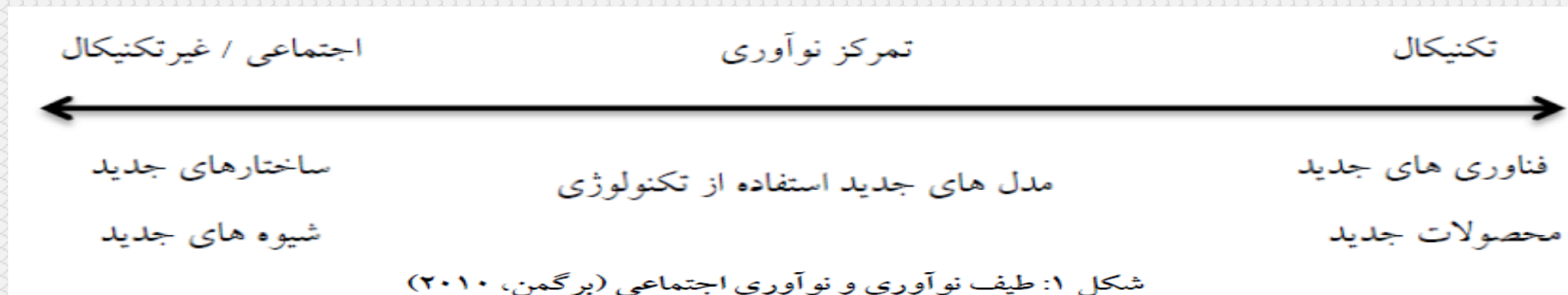
تحول در پارادایم نوآوری؟

- ۱- پارادایم جامع نوآوری در حال تحول است. اهداف از تأکید بر **اقتصادی** صرف در تعاریف اولیه نوآوری و مشخصاً شومپیتر به اهداف **اجتماعی** تغییر کرده است؛
- ۲- نوآوری‌های مبتنی بر فناوری، کفایت لازم برای پاسخ به مسائلی که از ابتناء بر **صنعتی** به **دانش** و **خدمت پایه اجتماعی** تغییر کرده‌اند، ندارند.

□ « نوآوری دیگر تنها یک مکانیسم اقتصادی یا یک فرآیند فنی نیست. آن را می‌توان در قواره یک پدیده اجتماعی دانست.

□ از طریق نوآوری، افراد و جامعه، خلاقیت خود را بروز و نیازها و خواسته‌های خود را بیان می‌دارند.

□ نوآوری در **هدف، اثر و یا روش** خود **به صورت تنگاتنگی** با شرایط اجتماعی (نرم‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و نظایر آن) که در آن تولید شده ارتباط دارد»



کاهش اعتماد تقریبا مشکل عمومی در سطح جهانی است.



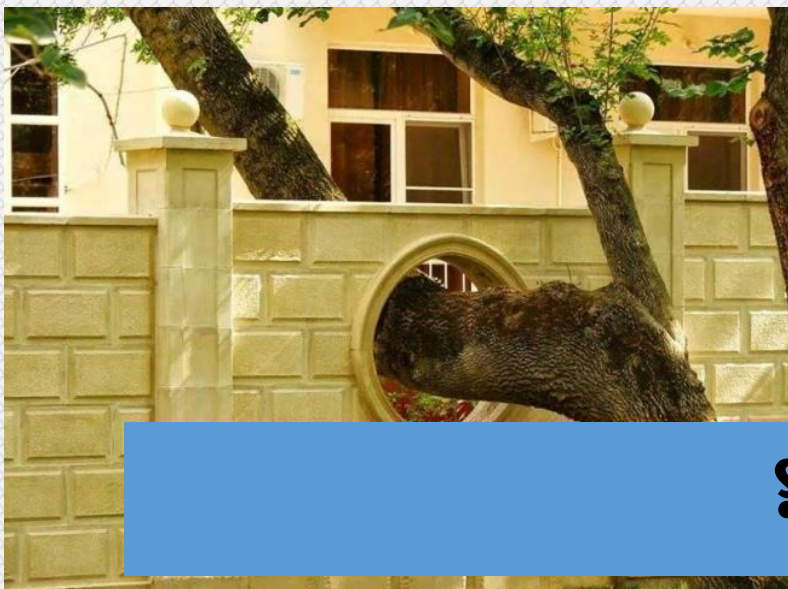
راه حل نوآورانه برای پاسخ به این مسئله چیست؟

چندین هزار رفتگر مسئول پاکسازی آثار انتخابات / اوراقی که نابود می شوند



راه حل نوآورانه برای پاسخ به این مسئله چیست؟

عکس هایی که احترام انسان به طبیعت را به تصویر می کشد



راه حل نوآورانه برای همه گیر کردن این مسئله چیست؟

کارآفرینی با وسایل دور ریز



راه حل نوآورانه برای پاسخ به این مسئله چیست؟



□ ابتکار برای درآمد زایی در مدرسه چندپایه روستا

□ مدرسه‌ای با ۳۰ دانش‌آموز و ۳ کلاس

□ تولید ۴ تن خیار در سال در مدرسه

□ تغذیه روزانه دانش‌آموزان با نان و پنیر، خیار و سبزی

□ خرید مایحتاج مدرسه با استفاده از درآمد گلخانه

چگونه؟ / آیا این یک نوآوری است؟ / در چه طبقه‌ای از نوآوری قرار می‌گیرد؟

ایده های تاثیرگذار؟



آیا دوست دارند دیده شوند؟

راه حل نوآورانه برای پاسخ به این مسئله چیست؟

تجربه واقعی محقق



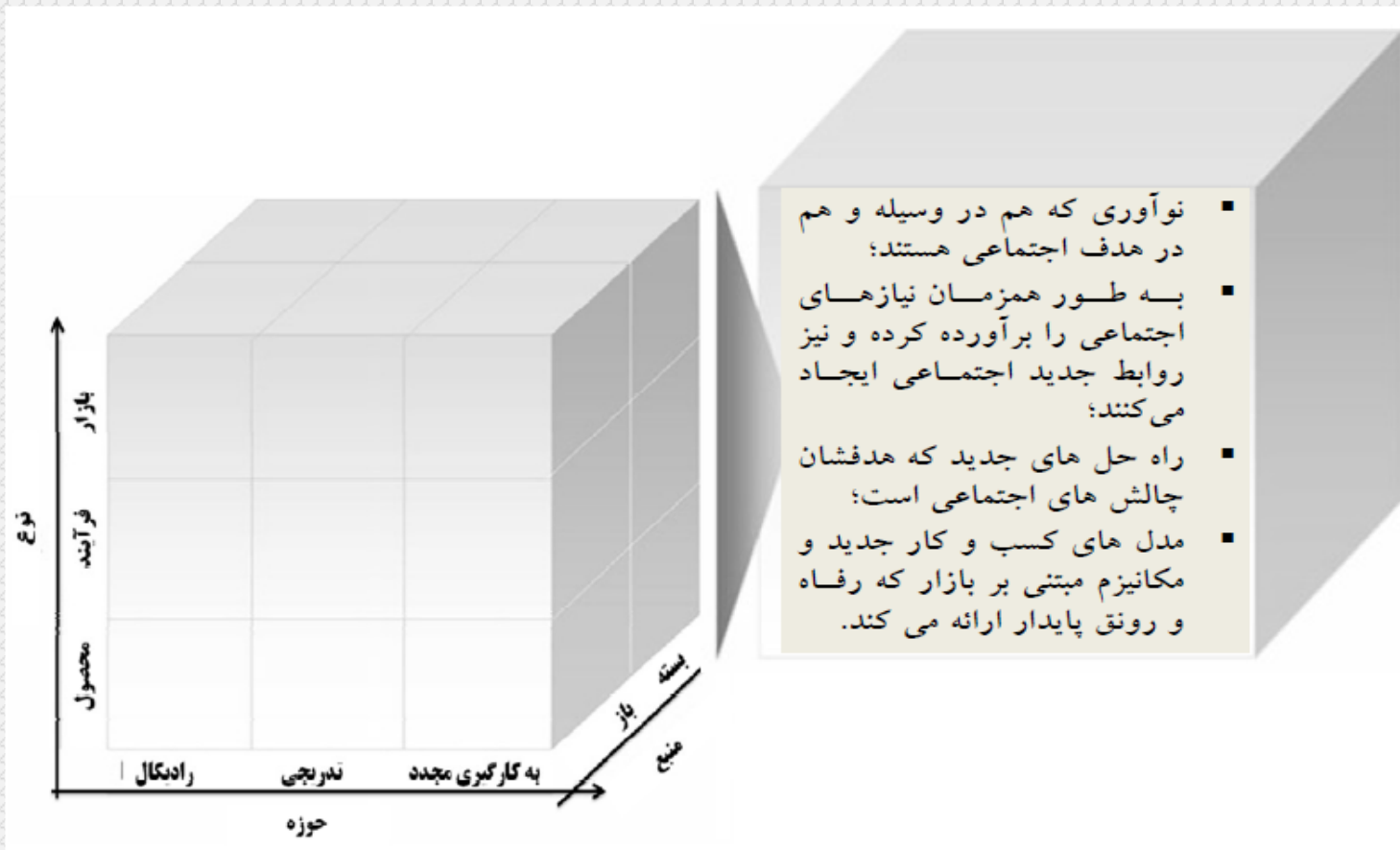
چگونه؟ / آیا این یک نوآوری است؟ / در چه طبقه ای از نوآوری قرار می گیرد؟ ...

نوآوری



اجتماعی

نوآوری
اجتماعی



- اضافه کردن عنصر اجتماعی به نوآوری، نوآوری اجتماعی را به ارمغان می آورد؛
- واژه اجتماعی در این معنا، به عنوان یک مسیر جهت دار و مورد تاکید نوآوری استنباط می گردد و مستلزم یک رویکرد هنجاری است که چیزی های مثبتی برای جامعه ایجاد می کند.

جدول ۱. برخی تعاریف منتخب از نوآوری اجتماعی (مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی، ۱۳۹۴)

منبع	تعریف
Grice et al. (2010)	نوآوری‌های اجتماعی، نوآوری‌هایی هستند که هم در روش و هم در اهداف، اجتماعی هستند.
Young Foundation (2012); Murray et al. (2010)	ایده‌های جدید (محصولات، خدمات و مدل‌ها) که به‌طور هم‌زمان نیازهای اجتماعی را مؤثرتر از جایگزین‌ها برآورده می‌کند و همکاری‌ها و روابط اجتماعی جدید را فراهم می‌سازد؛ به عبارت دیگر، نوآوری‌هایی هستند که هم برای جامعه مطلوب‌اند و هم ظرفیت جامعه را برای عمل افزایش می‌دهند.
Phillis et al. (2008)	هر راه‌حل جدید و مفید برای مسائل اجتماعی که مؤثرتر، کارآمدتر و پایدارتر از روش‌های موجود باشد و ارزش تولیدی آن در درجه اول به جامعه به‌عنوان یک کل تعلق داشته باشد نه فرد.
OECD (2016)	نوآوری اجتماعی به دنبال ارائه راه‌حل‌های جدید تأثیرگذار برای رفع نیازهای اجتماعی و در نتیجه روابط اجتماعی جدید از طریق محصولات، فرایندها و مدل است.
Ngonzi (2016)	نوآوری اجتماعی به تحقق توانایی یک جامعه از طریق توسعه و اجرای ایده‌ها و شیوه‌های جدید؛ فرایندهای اجتماعی، سیاسی یا اقتصادی جدید؛ محصولات، خدمات و سیستم‌های جدید؛ سیاست‌های جدید و... اشاره دارد.
کشتکار هرانکی (۱۳۹۵)	نوآوری اجتماعی هر نوآوری‌ای است که به مسئله اجتماعی در چارچوب نرم‌ها، ارزش‌ها و هنجاری‌های بومی با هدف توانمندسازی پاسخ می‌دهد، به گونه‌ای که تأثیر و نتیجه نهایی آن، کارآمدی و رضایتمندی حاکمیت و جامعه باشد.

سیر پدیداری نوآوری اجتماعی (هارت و همکاران، ۲۰۱۴)

مصادیق	هدف	اشاره به	
دسترسی به آب بهتر، صرفه جویی در هزینه انرژی، محصولاتی برای بهبود ارتباطات و حمل و نقل	مستقیماً با رفاه بشری و مزایای اجتماعی	محصولاتی شامل کالا و خدمات	تعاریف ابتدایی
اتحادیه‌ها و انجمن‌های کارگری، کمیته محله‌ها، احزاب محله روستایی و شیوه‌های بازاریابی و غیره	همکاری‌های اجتماعی، افزوده شدن ارزش به فعالیت‌ها و روابط بازیگران درگیر	سازمان و یا آرایش مردم در قالب تنظیمات اجتماعی (رسمی و غیررسمی)	تعاریف بعدی
دیدن شدن در نتیجه مشارکت، توانمندسازی، ظرفیت سازی و ...	برآورده کردن نیازهای اجتماعی، ایجاد همکاری‌های اجتماعی جدید	محصولات جدید، خدمات، مدل‌ها و روش‌های جدید	تعاریف اخیر

به اجمال

- برخی مفاهیم و تعاریف دلالت بر **فرآیندی بودن** نوآوری اجتماعی (مورای و همکاران، ۲۰۱۰)؛
- برخی دیگر بر **هدف و خروجی بودن** (فلیس و همکاران، ۲۰۰۸)؛
- برخی از مفاهیم و تعاریف بر **ظرفیت سازی و توانمندسازی**؛
- برخی دیگر بر **ترکیبی** از پیشران ها، فرآیندها، نتایج و دستاوردها.

قلمرو گفتمانی نوآوری اجتماعی

- social system (Cajaiba-Santana, 2013; McCarthy et al., 2014; Westley et al., 2014);
- social value (Le Ber & Branzei, 2010; Minks, 2011; Bonifacio, 2014);
- social problems (Minks, 2011);
- social challenges (The Young Foundation, 2012; EC, 2011);
- social impact (Ortega et al., 2014);
- social change / transformation (OECD, 2010; Dover, 2011; Minks, 2011; EC, 2011; Cajaiba-Santana, 2013; Westley et al., 2014);
- system change (OECD, 2010; Nichols et al., 2013; Westley et al., 2014);

- social quality (Oeij et al., 2011; Li et al., 2012);
- quality of life (Pol & Ville, 2009; OECD, 2010; Li et al., 2012; Edwards-Schachter et al., 2012; Bonifacio, 2014);
- quantity of life (Pol & Ville, 2009);
- well-being, welfare (OECD, 2010; Edwards-Schachter et al., 2012; Bonifacio, 2014);
- social action (Cajaiba-Santana, 2013; Bhatt & Altinay, 2013);
- social capital (Bhatt & Altinay, 2013);
- social practices (Oeij et al., 2011; Cajaiba-Santana, 2013; Howaldt et al., 2014; Klievink & Janssen, 2014);
- cross-sector partnership (Le Ber & Branzei, 2010; Jiménez Escobar & Morales Gutiérrez, 2011);
- relationships (OECD, 2010; Li et al., 2012; Klein et al., 2012; Nichols et al., 2013; Klievink & Janssen, 2014), etc.

دیده شدن افراد گم شده



Mission

FIND THE ROOT CAUSE!

PLAY WITH THE INSIGHTS!

SOLVE THE PROBLEM!

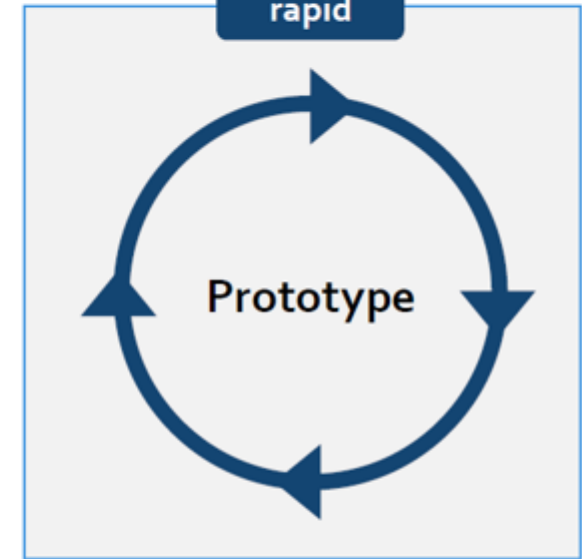
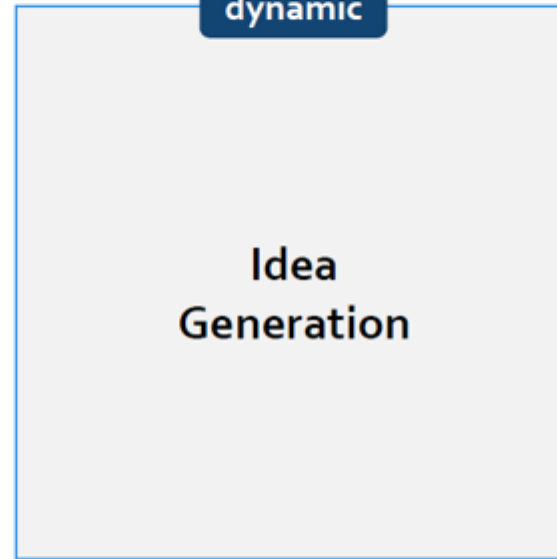
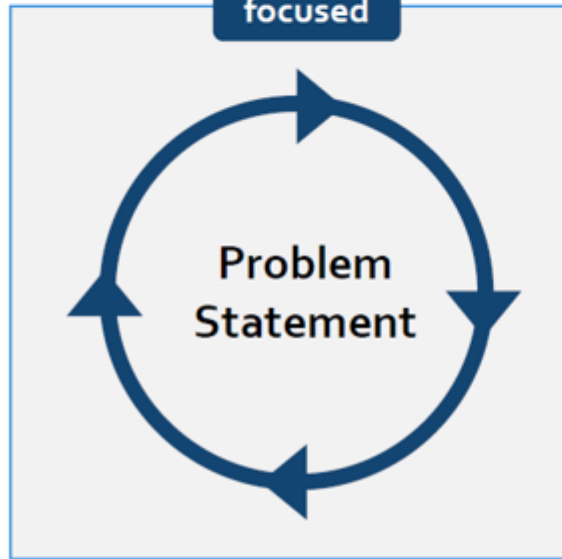
Behaviour

focused

dynamic

rapid

Process



Skill

Empathy

Creativity

Discipline

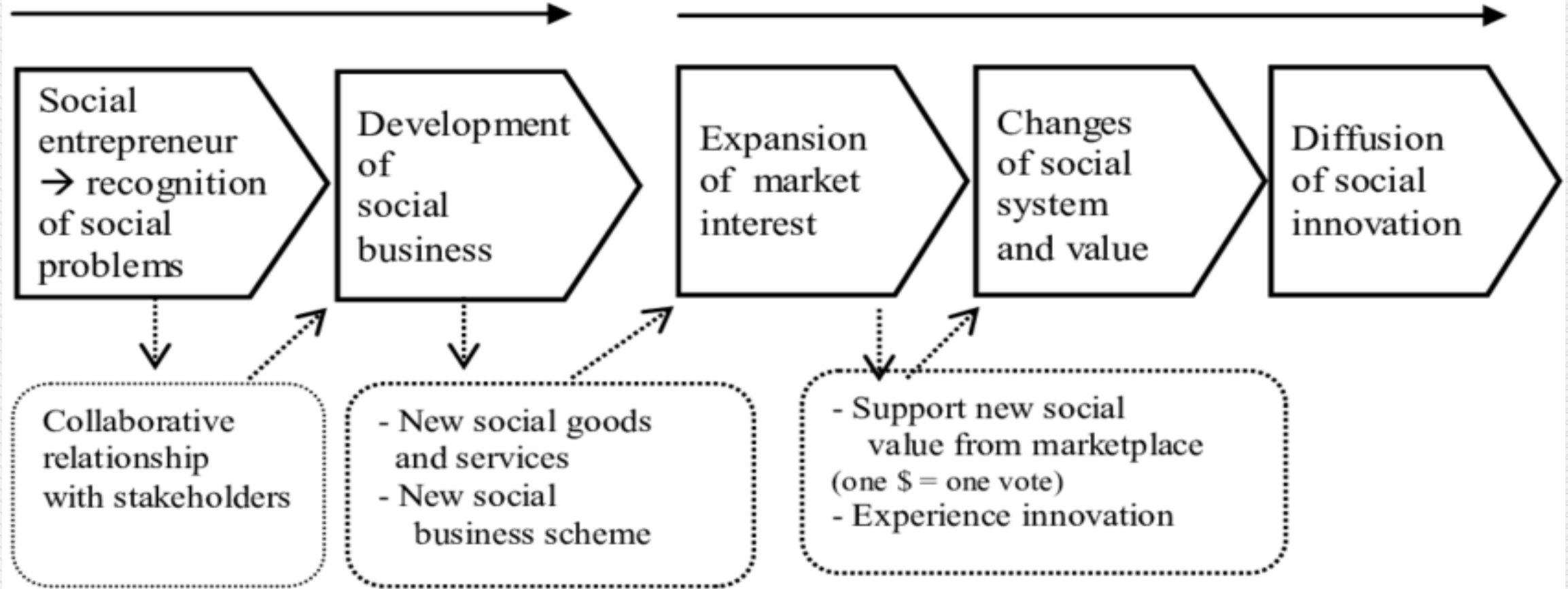
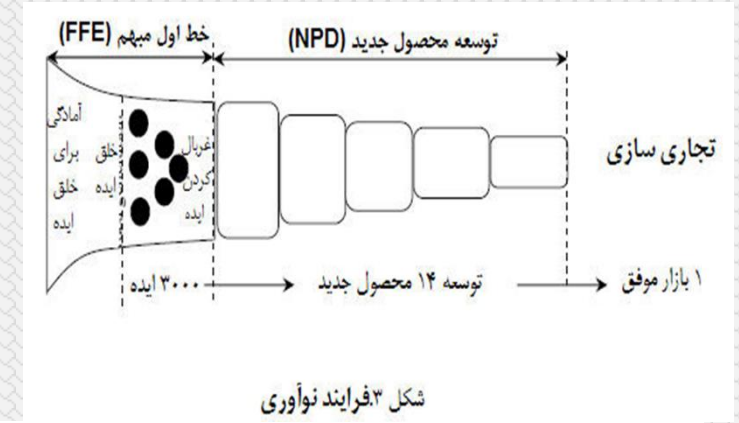
Tasks

Research
Ask the right people
Ask the right questions
Observe the response

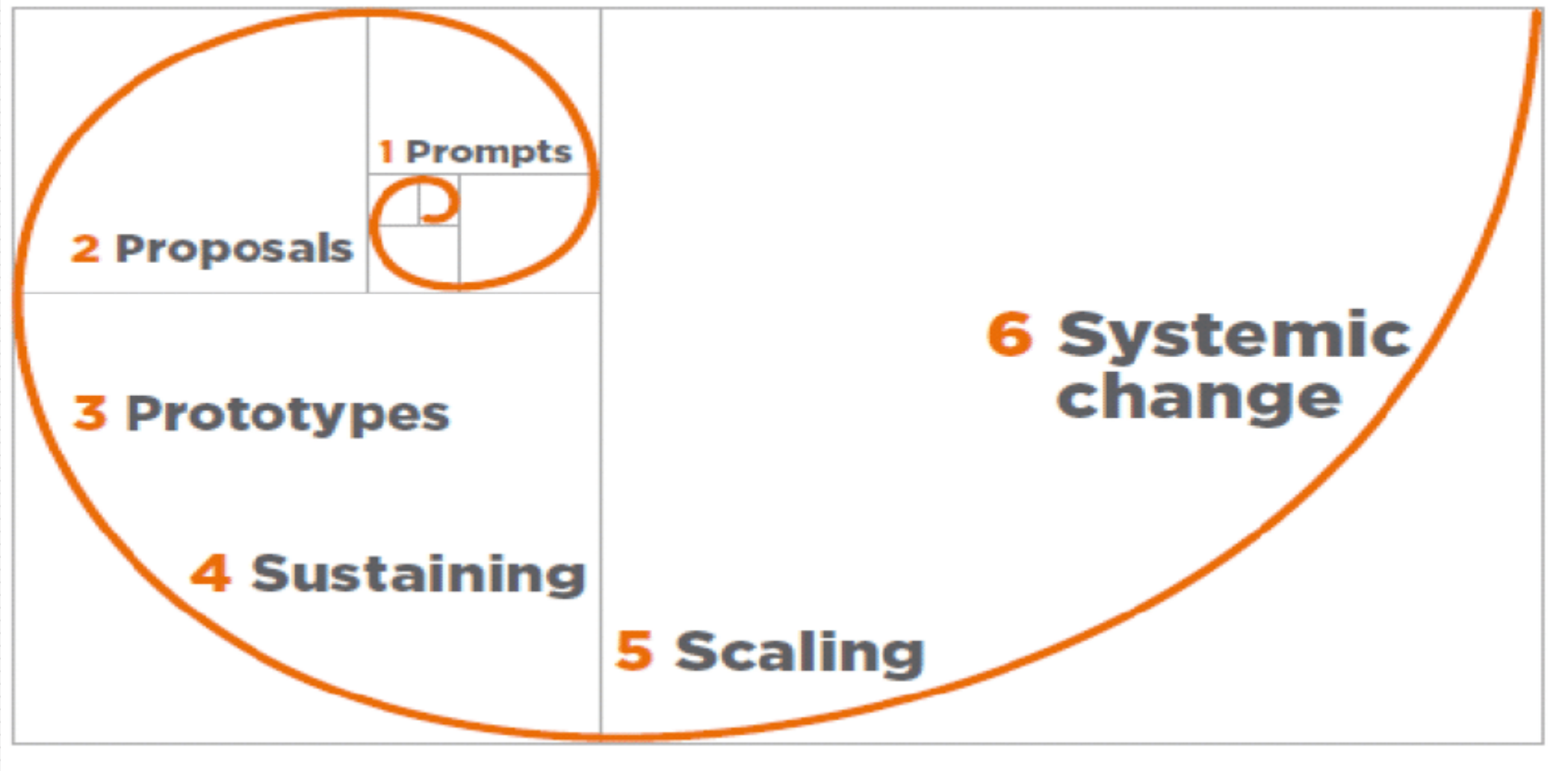
Brainstorming
Associating
Reframing
Idea Sharing

Implement
Measure
Adapt
Repeat

The process of social innovation



انواع مدل های فرآیندی



Motivation

- Reason for addressing the social problem
- Role of Entrepreneur's character or Organisation culture

Identification

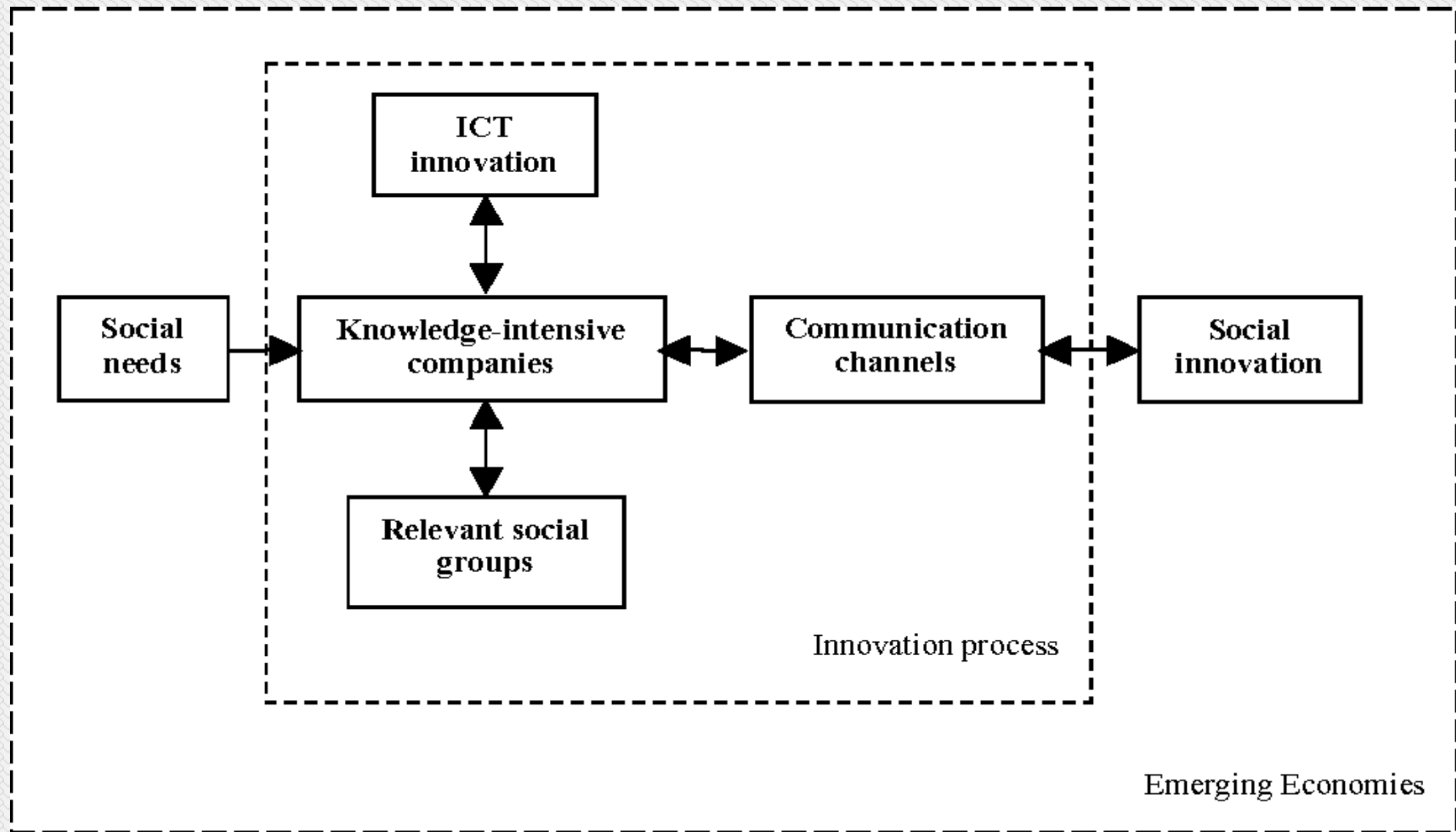
- Exclusion from the formal transactions
- Failure of non market forms of social support

Designing Social Business Model

- Creativity and inventiveness
- Social Innovation as alternative for existing non based market solutions

Creating an alliance strategy

- Providing necessary knowledge and resources
- Creating the suitable institutional conditions



□ اولین تفاوت نوآوری فناوری و نوآوری اجتماعی در «نتیجه» و هدف مدنظر آنها نهفته است. در نوآوری فناوری، سود و منفعت به عنوان ارزش تعریف می‌شود، حال آنکه در نوآوری اجتماعی، ارزش و هدف در برآورده کردن و پاسخ به نیازهای اجتماعی موردتأکید است.

□ تفاوت دیگر آنها در ساختار غیر محسوس و معنوی نوآوری اجتماعی است.

□ نوآوری اجتماعی، به ماهیتی اجتماعی هدایت می‌شود، به لحاظ اجتماعی به طور گسترده‌ای در جامعه پذیرفته شده و توسعه یافته و در نهایت بسته به شرایط به عنوان شیوه اجتماعی جدید نهادینه شده و به صورت یک روال جاری عادی می‌گردد.

□ نوآوری فناوری غالباً زائیده تفکر و ایده متخصصان بوده و توسط آنها تا تبدیل به محصول و یا خدمت هدایت می‌شود.

تعریف نوآوری اجتماعی (کشتکار، ۱۳۹۵: ۱۴۸)

نوآوری اجتماعی، هر نوآوری (رویکردها، راهبردها، فرآیندها، راه‌حل‌ها، محصولات، اشکال سازمانی و نهادی جدید و یا بهبودیافته نوآورانه) برای پاسخ به مسئله اجتماعی (نیازها، مطالبات، انتظارات، آرمان‌ها و چالش‌ها) در چارچوب نرم‌ها، ارزش‌ها و هنجاری‌های بومی با هدف **توانمندسازی** که تأثیر و نتیجه پایانی آن، **کارآمدی حاکمیت / مدیریت** (حکمرانی متعالی، ظرفیت‌سازی متوازن) و **رضایتمندی جامعه / سازمان** (اعتماد، مسئولیت‌پذیری، رفاه) است.

برخی از مهم‌ترین افتراقات نوآوری اجتماعی و نوآوری فناوری

نوآوری فناوری	نوآوری اجتماعی	معیار
سود و منفعت	برآورده کردن و پاسخ به نیازهای اجتماعی	ارزش و هدف
فنی	اجتماعی	ماهیت
در نیازها، مطالبات و آرمان‌های متخصصان و خبرگان	در نیازها، مطالبات و آرمان‌های طیف‌های مختلف	منشاء و ریشه
برای پذیرش، نیازمند جامعه تخصصی است (ساخت بخشی)	برای تبدیل به شیوه اجتماعی و روال عادی، نیازمند پذیرش در جامعه است (ساخت جمعی)	جامعه هدف
مطلوبیت فنی مبتنی بر شاخص‌های فنی و اقتصادی	مطلوبیت اجتماعی مبتنی بر هنجارها، نرم‌ها و ارزش‌ها	معیار مطلوبیت
دانش فنی مهم‌ترین سرمایه	اعتماد و مشارکت مهم‌ترین سرمایه	سرمایه

انواع نوآوری	نسبت موفقیت	مراحل نوآوری
نوآوری فناوری (تحقیق و توسعه، ICT)	تقریباً ۲۵ درصد موفقیت نوآوری	<ul style="list-style-type: none"> ■ خلق دانش جدید
نوآوری اجتماعی (مدیریت، سازمان، کارکنان)	تقریباً ۷۵ درصد موفقیت نوآوری	<ul style="list-style-type: none"> ■ شناسایی دانش؛ ■ کسب دانش؛ ■ تلفیق و به کارگیری دانش جدید

نوآوری اجتماعی و نوآوری اقتصادی

	<p>تغییر روال‌ها، منابع و جریان‌های قدرت و یا اعتقادات در هر نظام اجتماعی»</p>	<p>نوآوری اجتماعی فراتر از نوآوری اقتصادی</p>
	<p>نوآوری‌هایی عمدتاً از طریق سازمان‌هایی که اهداف اولیه آن‌ها اجتماعی</p>	<p>نوآوری اجتماعی متمایز از نوآوری اقتصادی</p>
	<p>برخی از نوآوری‌ها، متأثر از فصل مشترک جامعه، اقتصاد و کسب و کار و دولت</p>	<p>نوآوری اجتماعی، فصل مشترک بازیگران</p>

معیار	نوآوری اقتصاد قدیم	نوآوری اقتصاد جدید	نوآوری اجتماعی
محرك‌ها	ارزش سهامداران	جایگاه بازار	رفاه اجتماعی
موقعیت	شرکت‌ها	صنایع / مناطق	اماکن / مردم
رهبری	مهندسين	گروه‌های صنعت / کلاسترها	واسطه‌ها
منشأ ایده	متخصصین	شبکه‌ها	اجتماعات یا گروه‌ها
فعالیت‌ها	تحقیق و توسعه	اختراع، اشاعه، پذیرش	ایجاد شبکه‌های بین بخشی
روابط	مالکیت	منفعت دوطرفه	اعتماد
مداخله‌گرها	کمک‌های بلاعوض، معافیت مالیاتی	زیرساخت‌ها	برنامه‌ریزی، شبکه‌سازی
حکومت	مجوز، حق ثبت	مشارکت	دانش مشترک

نوآوری اقتصادی و نوآوری اجتماعی (دیوید و هس، ۲۰۱۲)

مفهوم شناسی نوآوری اجتماعی بر اساس مطالعات (گریس و همکاران)

نوع کاربری طیف	برخی مثال‌ها
فرآیندهای تغییرات اجتماعی و تحولات و دگرگونی جامعه	<ul style="list-style-type: none"> ▪ نقش جامعه مدنی در تغییرات اجتماعی؛ ▪ نقش اقتصاد اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی؛ ▪ نقش کسب‌وکار در تغییرات اجتماعی.
استراتژی کسب‌وکار و مدیریت سازمانی	<ul style="list-style-type: none"> ▪ سرمایه‌های انسانی، سازمانی و اجتماعی؛ ▪ بهره‌وری سازمانی، رقابتی و رهبری؛ ▪ ماندگاری و اثربخشی غیرانتفاعی.
کارآفرینی اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> ▪ نقش افراد در ایجاد فعالیتهای مخاطره‌آمیز اجتماعی؛ ▪ رفتارها و گرایش‌های مرتبط با موسسات اجتماعی؛ ▪ کسب‌وکارهای متمرکز بر اهداف اجتماعی.
محصولات، خدمات و برنامه‌های جدید	<ul style="list-style-type: none"> ▪ نوآوری بخش عمومی؛ ▪ تدارکات بخش عمومی از طریق موسسات اجتماعی و سازمان‌های اجتماعی.
حکومت‌داری و ظرفیت‌سازی	<ul style="list-style-type: none"> ▪ تعاملات بین بازیگران و مهارت‌های آن‌ها، قابلیت‌ها، دارایی‌ها و سرمایه‌های اجتماعی برای توسعه برنامه‌ها و استراتژی‌ها

مفهوم شناسی نوآوری اجتماعی بر اساس مطالعات (رود و لورتس)

- «... انجام کاری خوب در / برای جامعه»؛
- «... کمک به توسعه شهری و جامعه»
- «... سازمان‌دهی مجدد فرآیندهای کار»؛
- «... ملهم کردن نوآوری‌های تکنولوژیک با معنا و ارتباط فرهنگی»؛
- «... تغییر شیوه‌های اجتماعی و / یا ساختار»؛
- «... ایجاد تغییرات در حوزه و وسعت کار اجتماعی»؛
- «... ایجاد نوآوری با استفاده از ارتباطات دیجیتال»؛

مفهوم شناسی نوآوری اجتماعی بر اساس مطالعات (رود و لورتس)

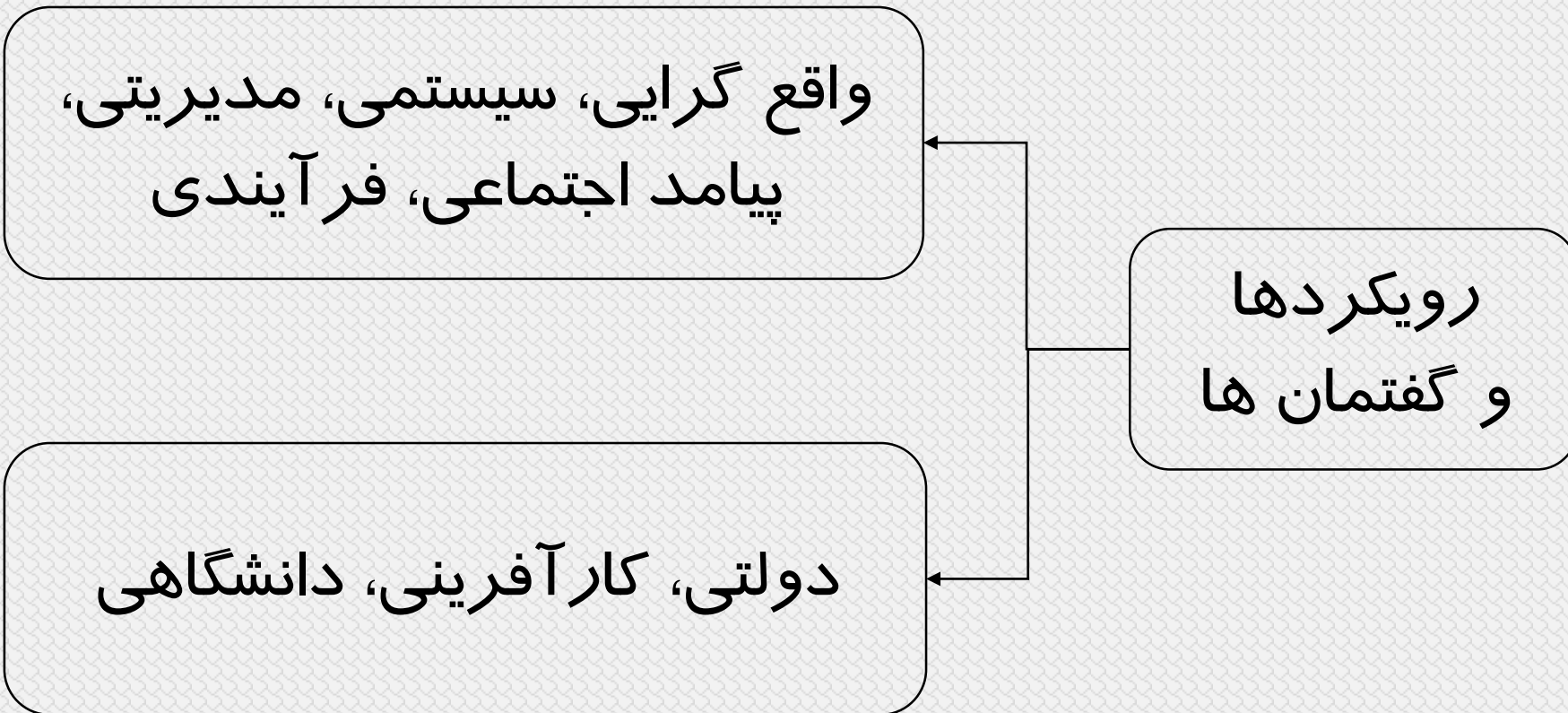
انجام کاری خوب در / برای جامعه	نام طبقه
کدام نوآوری برای یک جامعه بهتر مورد نظر است؟	سؤالات نمونه
مولارت و همکاران (۲۰۰۵)، فیلس و همکاران (۲۰۰۸)، داوسون و دانیل (۲۰۱۰)، بنیاد یانگ و SIX (۲۰۱۰)	محور ادبیات
نوآوری اجتماعی «راه‌حلی جدید برای یک مشکل اجتماعی است که مؤثر، کارآمد، پایدار از راه‌حل‌های موجود بوده و ارزش ایجاد شده در درجه اول به جامعه به‌عنوان یک کل تعلق دارد و نه به افراد خصوصی» (فیلس و همکاران ۲۰۰۸: ۳۶).	تعریف نمونه
رفاه انسان در جامعه	تمرکز اصلی
علاقه‌مندان به رفاه اجتماعی	ارتباط عملی برای
توانمندسازی ذاتی	تغییر قدرت در جامعه
ممکن است، اما روی آن تمرکز نیست.	ارتباط با نوآوری‌های انتفاعی
ممکن است	ارتباط با نوآوری تکنولوژیکی

مفهوم شناسی نوآوری اجتماعی بر اساس مطالعات (رود و لورتس)

نام طبقه	تغییر شیوه‌های اجتماعی و / یا ساختار
سوالات نمونه	تغییرات در چگونگی تعامل مردم با یکدیگر چیست؟
محور ادبیات	هوالت و شوارتز (۲۰۱۰)، زاف (۱۹۹۱)، سیمز (۲۰۰۶)
تعریف نمونه	نوآوری اجتماعی، ترکیبی جدید و / یا پیکربندی جدید شیوه‌های اجتماعی در عرصه‌های خاصی از فعالیت‌ها و یا زمینه‌های اجتماعی، با هدف رضایت‌مندی بهتر و یا پاسخ دادن به نیازها و مشکلات» (هوالت و شوارتز، ۲۰۱۰: ۱۶)
تمرکز اصلی	شیوه‌های اجتماعی

مفهوم شناسی نوآوری اجتماعی بر اساس مطالعات (رود و لورتس)

نام طبقه	کمک به توسعه شهری و جامعه
سوالات نمونه	چگونه می‌توان به توسعه در سطح جامعه رسید، زمانی که نیازهای انسانی در مقایسه با نیاز کسب‌وکار اولویت داشته باشد؟
محور ادبیات	مولارت و همکاران (۲۰۰۵)، مولارت (۲۰۱۰)
تعریف نمونه	نوآوری اجتماعی، پاسخ به نیازهای اساسی و نیز تغییرات روابط اجتماعی برای توانمندسازی فرآیندهای اجتماعی است؛ به عبارتی نوآوری اجتماعی به افراد و سازمان‌هایی برمی‌گردد که از زندگی و خدمات مناسب برخوردار نبوده و نیز از حقوق و قدرت تصمیم‌گیری محرومند (مولارت، ۲۰۱۰: ۲)
تمرکز اصلی	توسعه جامعه انسان‌محور
ارتباط عملی برای	توسعه‌دهندگان شهری
تغییر قدرت در جامعه	توانمندسازی



محولر مورد تاکید	رويکرد
فعاليت و خدمتي براي پاسخ به يك نياز اجتماعي توسط سازمان هاي با ماموريت اجتماعي	واقع گرایی
راه حلي نو در پاسخ به يك نياز اجتماعي با هدف ايجاد ارزش افزوده براي كل جامعه	سيستمي
محصول، فرآيند و برنامه هاي با هدف تغيير اساسي و عميق روال هاي اوليه، منابع؛ جريان هاي قدرت؛ باورها و اعتقادات در يك سيستم اجتماعي براي تحقق تاثير وسيع و ماندگار	مدیریتی
توسعه و پياده سازي ايداهای جديد (محصولات، خدمات و الگوها) براي رفع نيازهاي اجتماعي و ايجاد روابط اجتماعي جديد و يا همكاري مبتني بر ظرفيت هاي اجتماع و توانمندسازي	پیامد اجتماعي
داشتن رويكردي «باز» به جاي «بسته و خشك»، چند رشته اي و كل نگر براي حل مشكلات نسبت به بخشي نكري، رويکرد پايين به بالا با هدف مشاركت و توانمندسازي شهروندان، تقاضا محور به جاي عرضه محور و نهايتا «مناسب» به جاي توليد انبوه متناسب و سازگار با شرايط بومي	فرآیندی

تشریح مختصر گفتمان

گفتمان

- بطور قابل توجهی از دخالت بیشتر جامعه در فرآیندهای نوآوری اجتماعی حمایت می کنند؛
- گروه‌ها یک بازیگر فعال‌تر در فرآیند نوآوری اجتماعی می باشند؛
- زمینه کارآفرینی اجتماعی دارای دو کرانه از دو سو می باشد، یکی بیشتر تجربی با گرایش به سمت جامعه و یادگیری از تجارب، دوم نزدیک به نظریه های سنتی نوآوری های اقتصادی و تکنولوژیکی؛
- رواج **ارزش های اجتماعی** در مقایسه با **منفعت و سود مالی** در این گفتمان نسبت به گفتمان دولتی بسیار قوی تر است؛
- بر شیوه های که در آن انسجام، هویت و همکاری های اجتماعی جامعه از ویژگی های کلیدی است، تاکید دارد؛
- نوآوری اجتماعی را به مفاهیم «سرمایه گذاری اجتماعی» یا «کارآفرینی اجتماعی» در نقطه ای که با هم همپوشانی دارند پیوند می دهد؛
- سطح بالایی از مشارکت عمومی؛
- جامعه را به کار با ابزار و روش های خود و پس از آن کمک به خودشان فعال می سازند.

کارآفرینی

تشریح مختصر گفتمان	گفتمان
<p>□ درک نوآوری، وابسته به شناخت ریشه و تاثیرپذیری آن از فرهنگ دارد و اهمیت نوآوری در نهادینه شده گی فرهنگی است؛</p> <p>□ ارزیابی جنبه های فرهنگی نوآوری جهت پیدا کردن بهترین راه حل برای جامعه دفاع می کند؛</p> <p>□ مشخصه اصلی گفتمان دانشگاهی، پیوند میان نوآوری اجتماعی و نظریه «کنش اجتماعی» و «تغییر اجتماعی» است؛</p> <p>□ در گفتمان حاضر، نوآوری اجتماعی «به مفاهیم جدید، راهبردها، ابتکارات، محصولات، فرآیندها یا سازمان هایی که با نیازهای مردم سر و کار داشته و عمیقا روال های اصولی، منابع، جریان های قدرت یا باورهای سیستم اجتماعی در جایی که بوجود می آیند را تغییر می دهند، برمی گردد».</p>	دانشگاهی

تشریح مختصر گفتمان

گفتمان

□ نوآوری اجتماعی متمرکز بر تشویق و حمایت بیشتر راه حل های سیاستی یکپارچه و منسجم؛

□ نوآوری اجتماعی برحسب بهبود روش های اجرا و ارزیابی خروجی ها تفسیر می شود؛

□ نوآوری اجتماعی، روشی برای تجدید سیاست ها بمنظور کارآمدتر، موثرتر و سازگارتر کردن آن در پاسخ به نیازهای جدید اجتماعی است؛

□ نقش جامعه مدنی در فرآیند تصمیم گیری نسبتاً منفعلانه است؛ (در قالب طبقه بندی هایی مانند «شهروند»، «مصرف کننده» و «مقیم»)

دولتی



گفتمان دولتی

توانمندسازی	همکاری	دخالت	مشورت	اطلاع رسانی	نوع مشارکت
سپردن تصمیم‌گیری نهایی به دست مردم	همکاری عموم در هر جنبه از تصمیم‌گیری شامل شناسایی راه‌حل‌های بهینه و گسترش جایگزین‌ها	اقدام مستقیم با مردم از طریق فرآیندهایی برای اطمینان از اینکه نگرانی‌ها و خواسته‌ها به درستی درک و در نظر گرفته شده‌اند.	دریافت بازخورد از تحلیل‌ها، جایگزین‌ها و تصمیم‌گیری‌ها	اطلاع رسانی مردم در خصوص درک مشکلات، جایگزین‌ها، فرصت‌ها و نیز راه‌حل‌ها	اهداف مشارکت عمومی

[1] - Inform

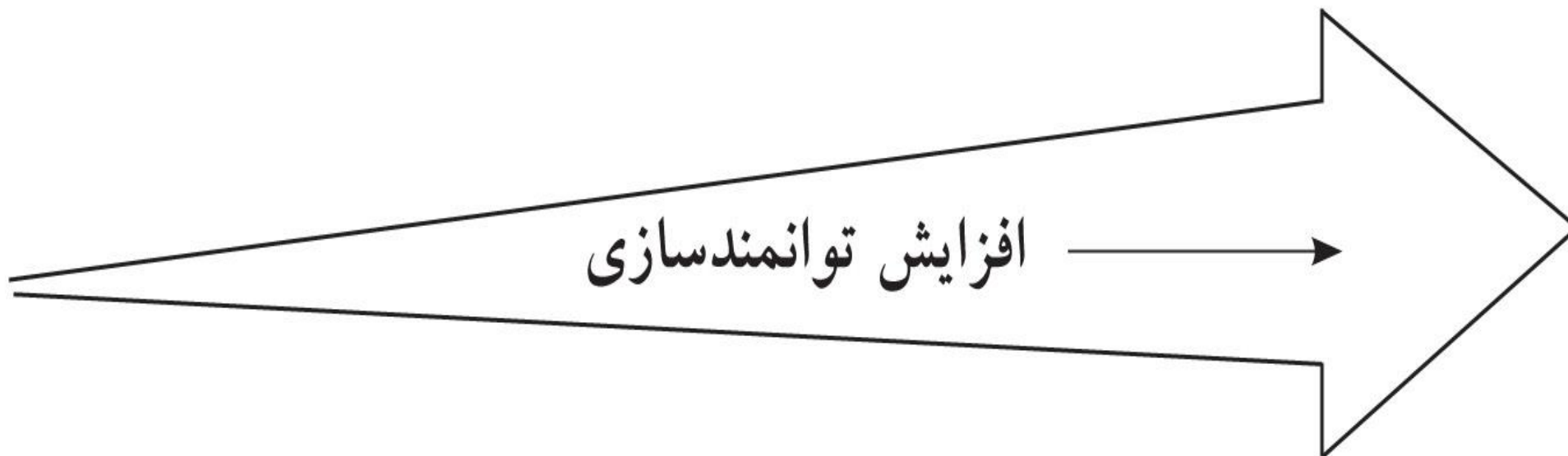
[2] - Consult

[3] - Involve

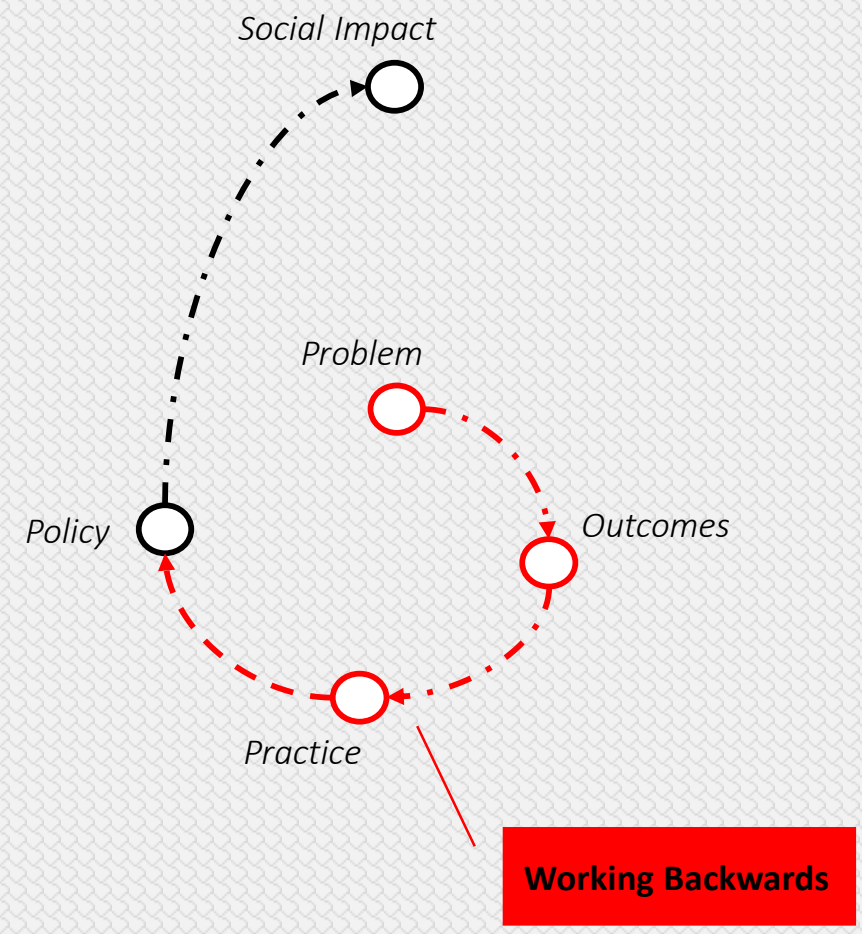
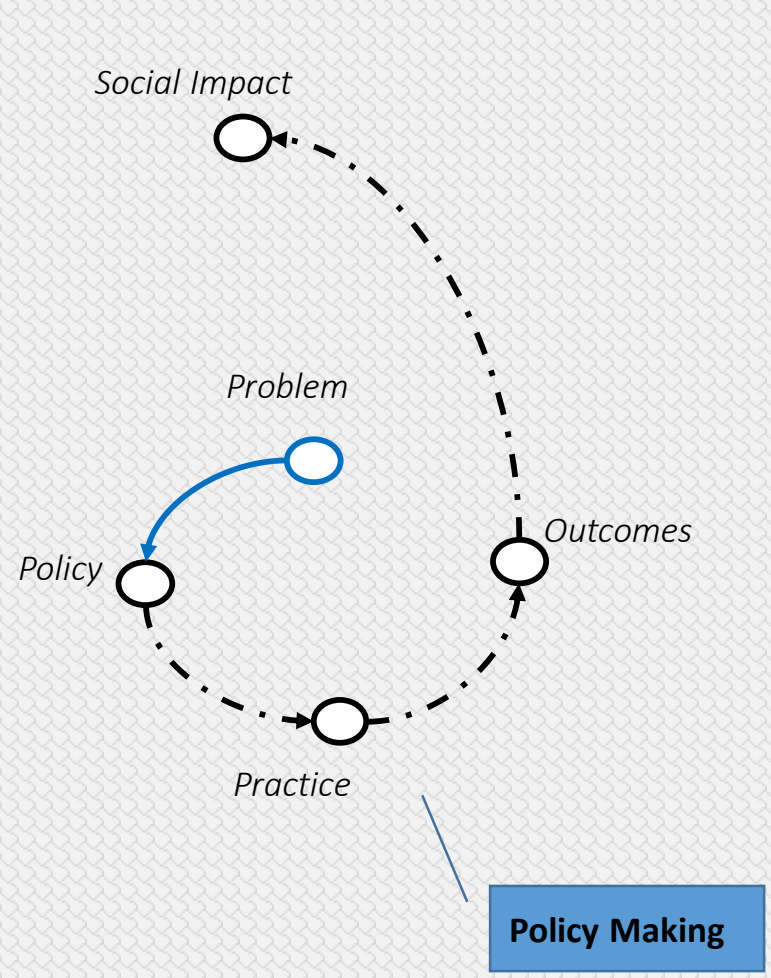
[4] - Collaborate

[5] - Empower

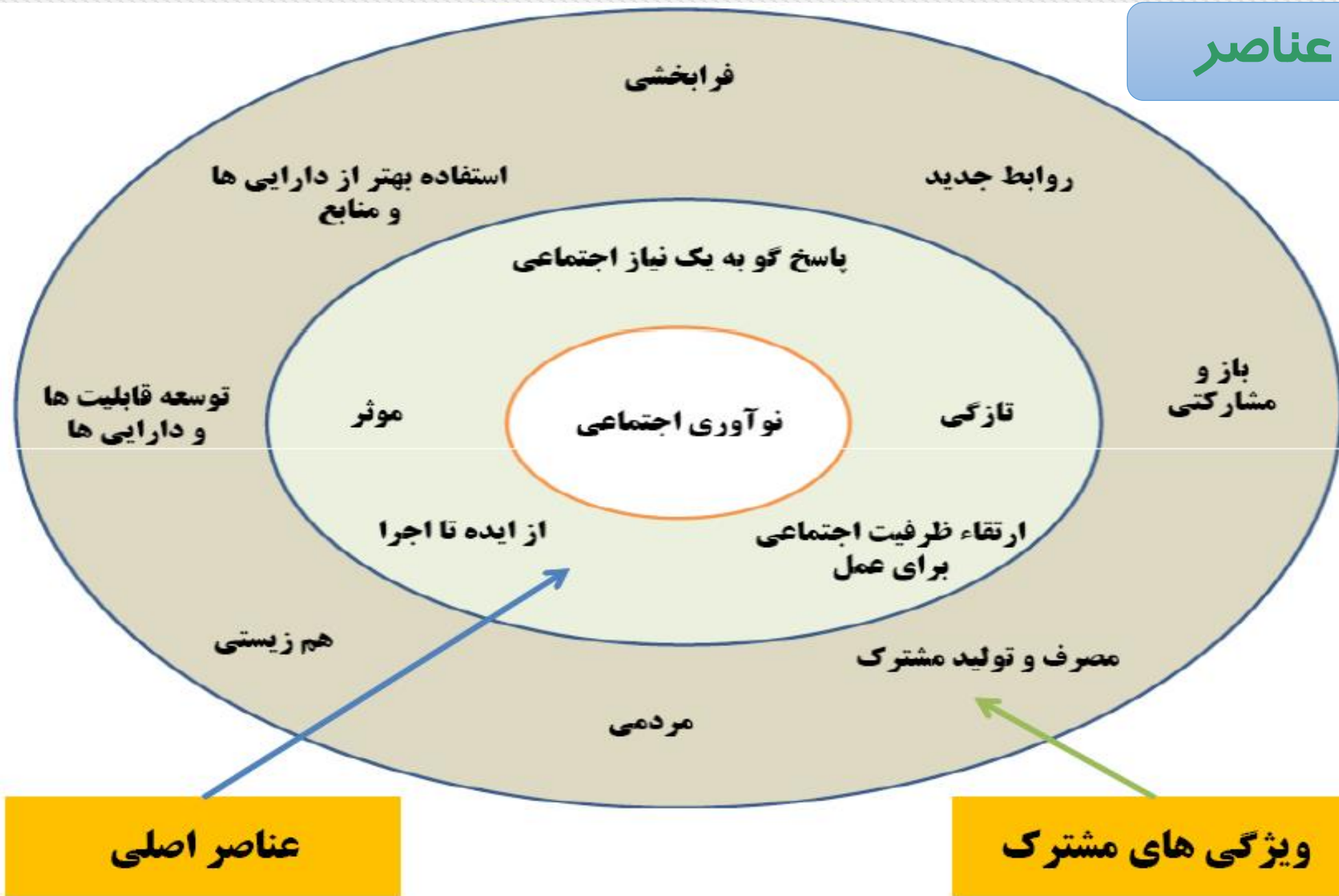
طیف مشارکت برای توانمندسازی



مسئولیت کامل → هماهنگی و همکاری → مشاوره → اشتراک اطلاعات



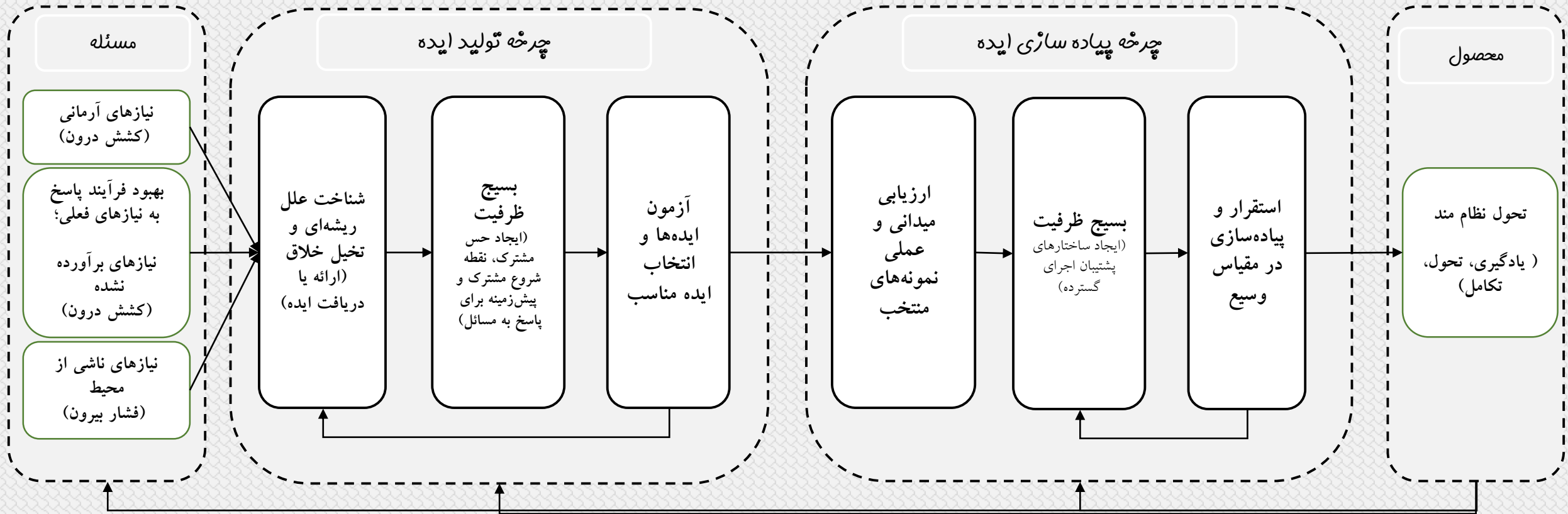
ویژگی ها، عناصر



ویژگی ها، عناصر

ویژگی های مشترک نوآوری های اجتماعی (ماخذ: پژوهشگر)

ماهیت ویژگی	عنوان و شرح ویژگی
شيوه و فرآیند	باز و مشارکتی
	نوآوری های اجتماعی اغلب به دلیل همکاری و مشارکت جمعی، فراگیر بوده و طیف گسترده ای از بازیگران را درگیر می کند
پیامد و دستاورد	مردمی و از پایین به بالا
	نوآوری های اجتماعی اغلب در سطح لایه های مردم و محلی، توسعه؛ و از پایین به بالا رشد می یابد
پیامد و دستاورد	مشارکت در تولید
	التزام و درگیر نمودن افراد به عنوان منابع پنهان در ارائه خدماتی که خود ذینفع آن هستند
پیامد و دستاورد	همزیستی
	به دلیل وابستگی متقابل در نوآوری اجتماعی، سلامت فردی و جمعی قابل حصول است
پیامد و دستاورد	ایجاد نقش ها و روابط جدید
	نوآوری های اجتماعی، با ایجاد نقش های جدیدی برای کاربران و ذینفعان و همچنین ایجاد روابط اجتماعی جدید، باعث توانمندسازی و تقویت آنها برای برآوردن نیازهای خود می شود
پیامد و دستاورد	استفاده بهتر از دارایی ها و منابع
	استفاده از دارایی ها و منابع، بویژه ناملموس و پنهان به صورت صحیح و مناسب، یکی از بنیان های نوآوری اجتماعی است
پیامد و دستاورد	توسعه دارایی ها و قابلیت ها
	هدف و منظور اصلی بسیاری از نوآوری های اجتماعی، توسعه قابلیت های ذینفعان و توانمندسازی آنها برای رفع نیازهای اجتماعی است



Phases of social innovation in the built environment:

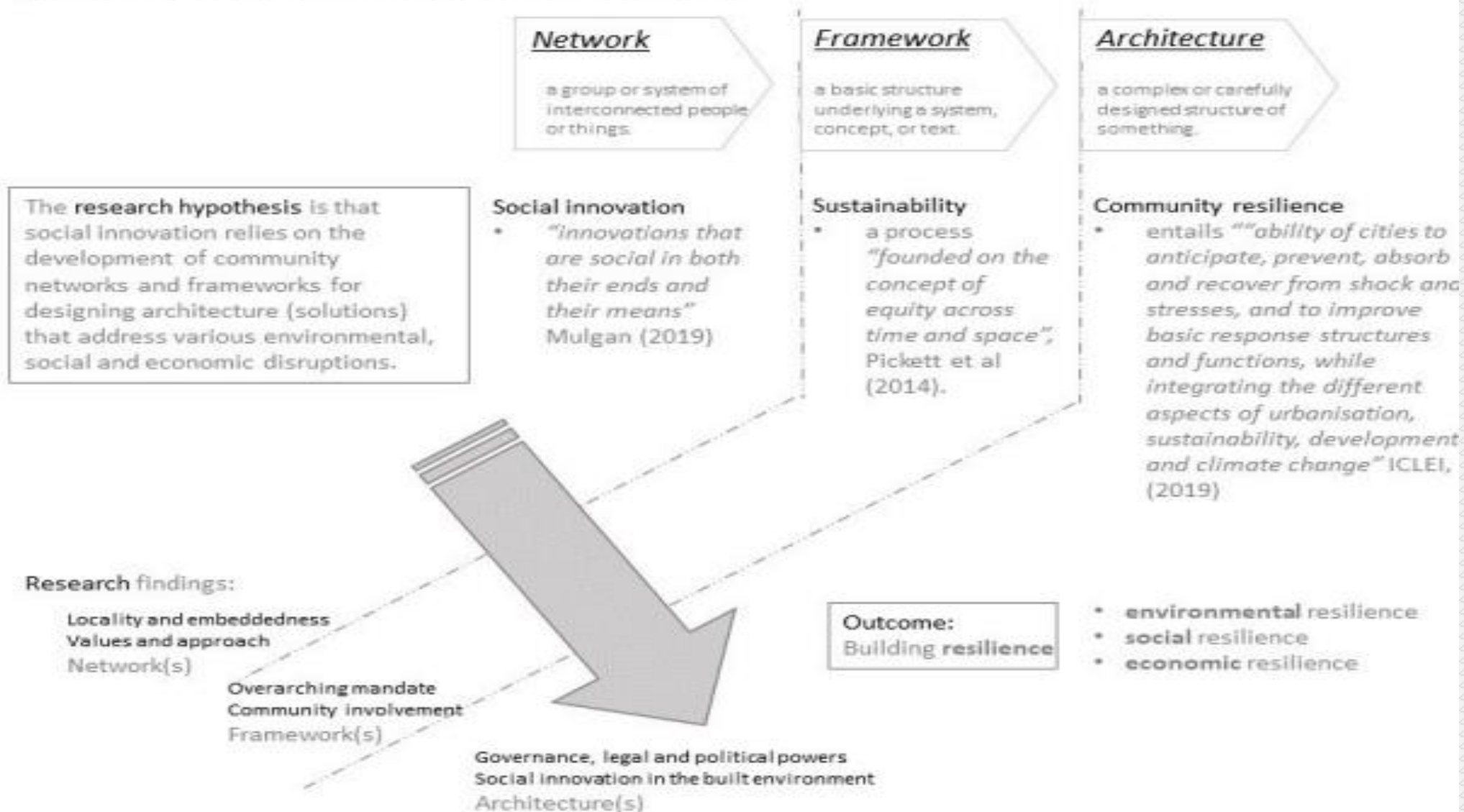


Figure 1. Conceptual framework showing phases of social innovation in the built environment

One common denominator that can be found in successful initiatives that deal about **political participation** and **engagement** is that they use ICTs to remove barriers and/or equal the **ground of participation** (leaping the knowledge gap), **create new platforms and projects shared by broad and multi-stakeholder communities** (new processes phase) whose outputs and outcomes **positively impact on the community** and, at the same time, **achieve reasonable levels of economical and especially social (self)sustainability** (leveraging quadruple helix).

حکمرانی و نوآوری اجتماعی

با تشویق به نوآوری اجتماعی، حکمرانان در تلاش برای تحقق پیروزی سه‌گانه هستند:

□ **پیروزی جامعه و افراد**، با ارائه خدماتی که از کیفیت بالا برخوردار بوده و مفید و مقرون‌به‌صرفه برای کاربران می‌باشد و برای زندگی روزانه آنان ارزش افزوده ایجاد می‌کند؛

□ **پیروزی دولت**، در ارائه این خدمات به‌صورت پایدارتر و در بازه زمانی درازمدت؛

□ **پیروزی صنعت**، با ایجاد فرصت‌های جدید کسب‌وکار و کارآفرینی.

حکمرانی و نوآوری اجتماعی

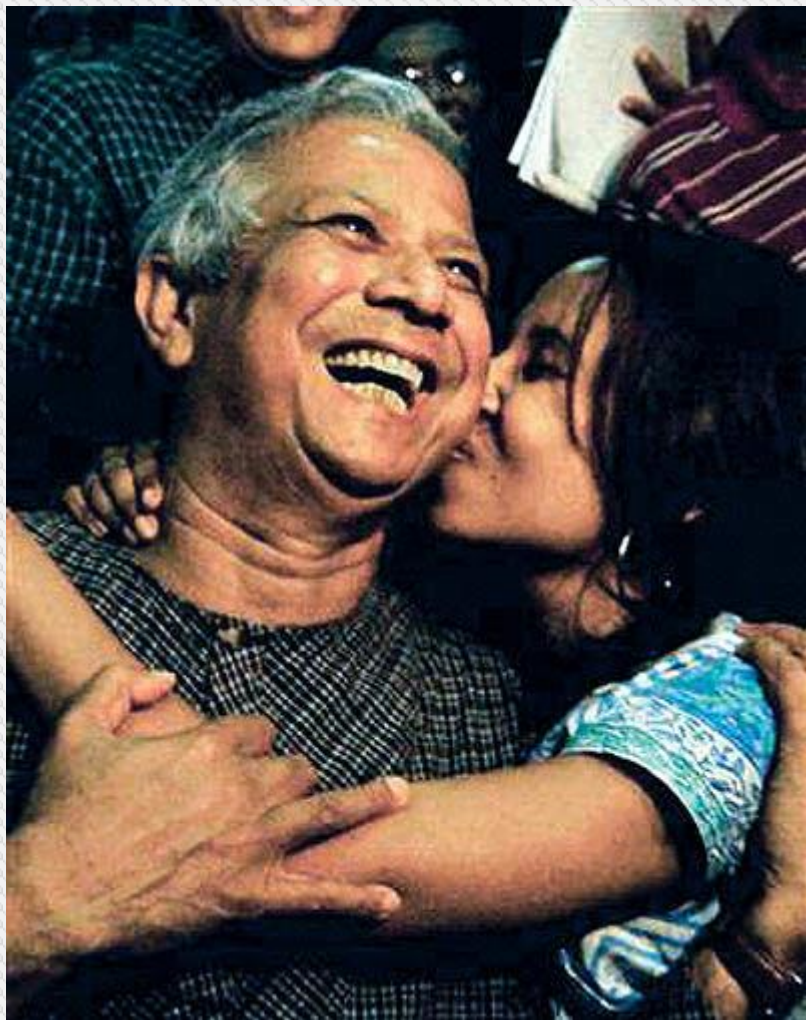
- **در سطح کلان**، محور و عنصر اصلی نوآوری اجتماعی، پاسخ به نیازهای اجتماعی و تولید ارزش اجتماعی و اقتصادی برای جامعه است؛
- **در سطح میانی**، نوآوری اجتماعی به بخش‌های عمومی معطوف است. اینکه چگونه نوآوری اجتماعی، ابزاری برای چالش‌های نظام تأمین رفاه عمومی می‌شود. در این سطح، ارتباط نوآوری اجتماعی و کارآفرین اجتماعی مطرح است؛
- **در سطح خرد**، نوآوری اجتماعی به این معطوف است که چگونه افراد خبره و داوطلب برای فعالیت‌های داوطلبانه وارد عمل می‌شوند.

حکمرانی و نوآوری اجتماعی

سه رویکرد کلیدی غالب درباره نوآوری اجتماعی (مبینی دهکردی و کشتکار، ۱۳۹۴)

- **تقاضای اجتماعی:** به مسائل اجتماعی پاسخ می‌دهند که **اول**، به‌طور سنتی، بازار یا نهادهای موجود نمی‌توانند به آن پاسخ دهند و **دوم**، هدف آن‌ها گروه‌های آسیب‌پذیر در جامعه است؛
- **چالش‌های اجتماعی:** بر نوآوری‌های اجتماعی از طریق ادغام اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی تأکید دارد؛
- **تغییرات سیستماتیک:** که به فرایند توسعه سازمانی و تغییر در روابط نهادها و ذی‌نفعان اشاره دارد. سطح سوم، به تحول در نگرش‌ها و باورها، راهبردها و خط‌مشی‌ها، ساختارها و فرایندهای سازمانی، خدمات و سیستم‌های ارائه آن و روش‌های کار، مأموریت و مسئولیت مؤسسات و پیوند میان آن‌ها و طیف مختلف بازیگران مربوط است.

رویکرد چهارم؟



محمد یونس: «برای من تدریس تئوری‌های زیبای اقتصادی در کلاس دشوار بود، وقتی که فقدان تاثیرگذاری تدریس خود را در مواجهه با فقر و گرسنگی احساس می‌کردم.»

... علاوه بر این او مشاهده کرد که **مردم فقیر فاقد توانایی نیستند**: «اعتبار دادن به فقیران به آنها اجازه می‌دهد تا توانایی‌های بالقوه خود را، سریعاً به اجرا درآورند؛ توانایی‌هایی مثل بافندگی، پرورش غلات و میوه، برنج کوبی و تولید صنایع دستی.»

پولی که از این طریق به دست می‌آورند ابزار و کلیدی است برای بروز توانایی‌های دیگر و نیز به آنها کمک می‌کند تا پتانسیل‌های خویش را کشف کنند.»



گرامین بانک

افراد بی‌سوادى که وثیقه بانكى، ضامن و نیز دیگر ویژگی‌های لازم برای گرفتن وام را ندارند، طبیعتاً باید ریسک عدم پرداخت را پذیرفت. چهار خصوصیت بارز در مواجهه با این ریسک در گرامین بانک، عبارتند از:

□ **قرض دادن پول به گروه‌های کوچک به جای افراد؛**
□ **هدف‌گذاری برای پرداخت بخش عمده وام‌ها به زنان؛**

□ **پیشنهاد اعطای وام در سطوح مختلف؛**
□ **پیشنهاد نرخ بهره‌ای بالاتر از نرخ بهره رایج.**

قرض دادن پول به گروه‌های کوچک به جای افراد؛

- تعهد جمعی به عنوان ضامن برای بانک عمل می‌کند؛
- از دیدگاه اقتصادی نیز این روش بانک را از تحت نظر گرفتن جداگانه تک تک قرض‌گیرندگان بی‌نیاز می‌کند؛ چرا که اعضای گروه، یکدیگر را تحت نظر می‌گیرند و برای این کار انگیزه لازم را دارند؛
- موجب ایجاد یک مکانیزم حمایتی اعضای گروه می‌شود؛
- سرمایه اجتماعی خود این گروه‌ها به عنوان منبع جمعی وثیقه عمل می‌کنند.

هدف گیری زنان در پرداخت وام

- تجربه کشورهای مختلف جهان نشان می دهد که زنان، به طور متوسط در بازپرداخت وام های شان صادق تر و متعهدتر از مردان عمل می کنند؛
- مساله مهم تر آن است که زنان بیشتر از مردان متعهدند که وام را برای بهبود کسب و کارشان مصرف کنند؛
- اگر به مادران و پرستارهای آنها کمک شود، نیازهای این کودکان نیز بهتر برآورده می شود؛
- اعطای وام به زنان در کشورهای جهان سوم و جوامعی که زنان از حقوق مساوی با مردان برخوردار نیستند، به تغییر تدریجی سلسله مراتب موجود در راستای بهبود عدالت جنسیتی و قدرتمندتر شدن زنان کمک می کند.

پیشنهاد اعطای وام در سطوح مختلف

- سیاست وام‌های مرحله‌ای؛
- تمامی قرض‌گیرندگان باید با وام‌های کوچک شروع کنند و با بازپرداخت منظم اقساط این وام‌ها، شایسته گرفتن وام‌هایی با مبالغ بیشتر شوند؛
- این سیاست کمک می‌کند که ظرفیت بازپرداخت هر فرد از طریق تجارب موفق قبلی او اندازه‌گیری شود؛
- متداول است که متقاضیان وام، چندین بار از گرامین بانک وام‌های با مبالغ بسیار پایین دریافت می‌کنند تا بتوانند سابقه اعتباری خوبی برای خود ایجاد نموده و به واسطه این سابقه اعتباری خوب، بتوانند وام‌های با مبالغ بیشتر و برای دوره‌های طولانی‌تر دریافت کنند.



گرامین بانک

نرخ بهره بالا

□ نرخ بهره سالانه حدوداً ۲۰ درصدی مربوط به وام‌های گرامین بانک، به نظر بسیار زیاد می‌آید در حالی که در مقایسه با روش‌های موازی موجود کاملاً پایین هستند؛

- امروزه، بیش از ۲۵۰ موسسه در ۱۰۰ کشور جهان، سیستم وام های کوچک را براساس الگوی بانک گرامین به کار می برند.
- محمد یونس از بسیاری از دانشگاه های ایالات متحده، کانادا، انگلستان و چندین کشور دیگر، **دکترای افتخاری** دریافت کرده است؛
- همچنین بانک جهانی وی را به ریاست کمیته مشاوره ای این نهاد برای گسترش ایده اش در سرتاسر جهان انتخاب کرد.
- در کنار بانک گرامین، شرکت گرامین فون و گرامین تله کام را تاسیس کرد که توانستند فناوری تلفن همراه را به روستاهای بنگلادش بیاورند.
- در سال ۲۰۰۶ موفق به دریافت جایزه صلح نوبل شد.

در یکی از مصاحبه هایش با زنی که سید می
بافت، متوجه شد او چون سرمایه ای در اختیار
ندارد، مجبور است **۹۳ درصد** از درآمدش را
به واسطه ها بدهد.

رویکرد چهارم

■ **توانمندسازی:** به مسائل اجتماعی
با هدف توانمندسازی تاکید دارد.

Phases of social innovation in the built environment:

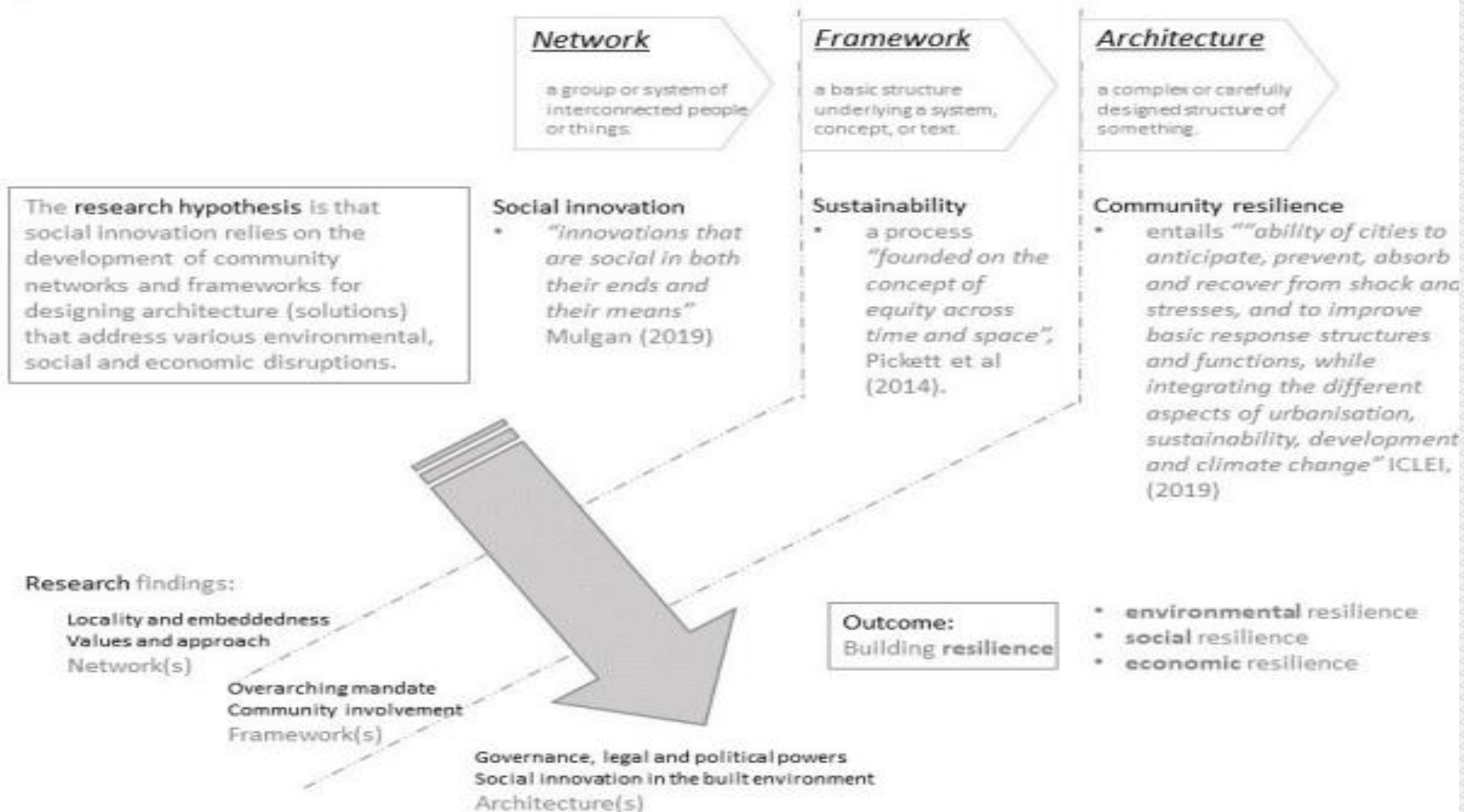
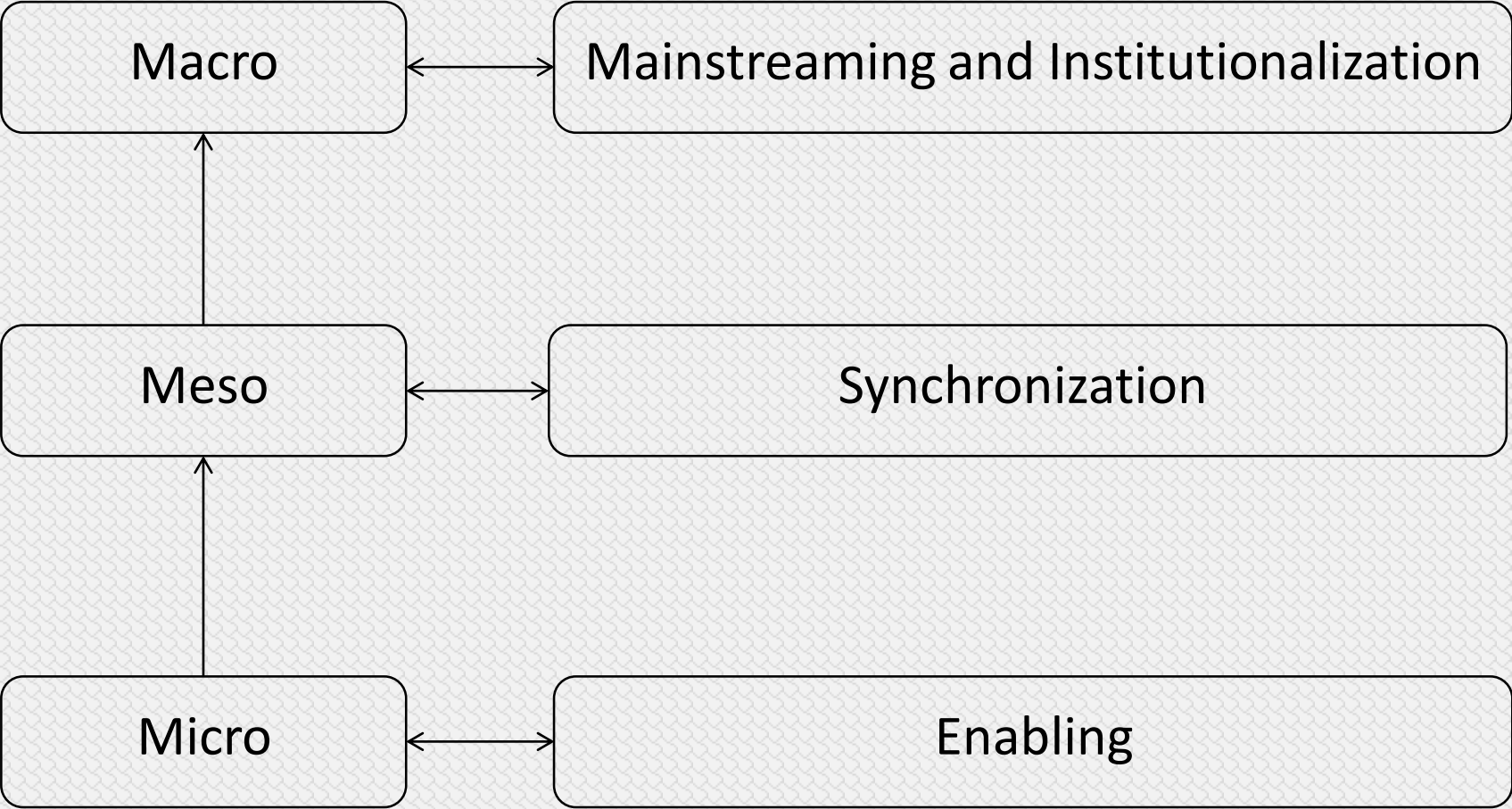


Figure 1. Conceptual framework showing phases of social innovation in the built environment



Government as a platform for open social innovation

Macro Level:
policy & regulation

Institutions

Mainstreaming

Leveraging the
quadruple helix

Meso Level:
skills & training

Networks

Capacitating

Synchronizing
multilayer spaces

Micro level:
weaving social tissue

Local
leaders &
CSO

Firms

HE &
Research

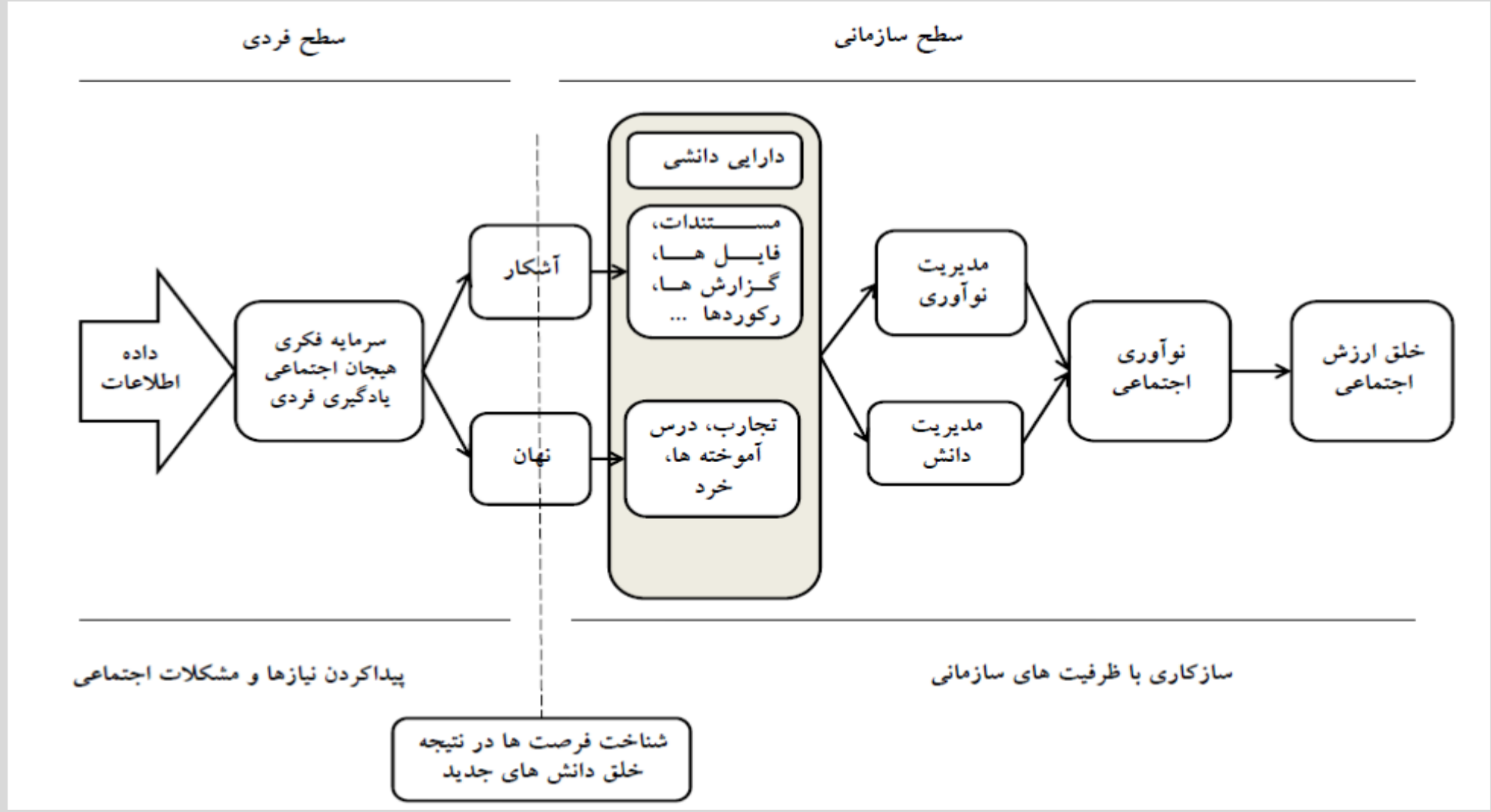
Govts.

Enabling

Leaping the
knowledge gap

Socio-economic status:
operation & resources

Individual citizens



حکمرانی دانش و نوآوری اجتماعی

نگرش مثبت حاکمیت به جامعه، آنها را
مسئولیت پذیر و قابل اعتماد می کند.

حکمرانی دانش و نوآوری اجتماعی

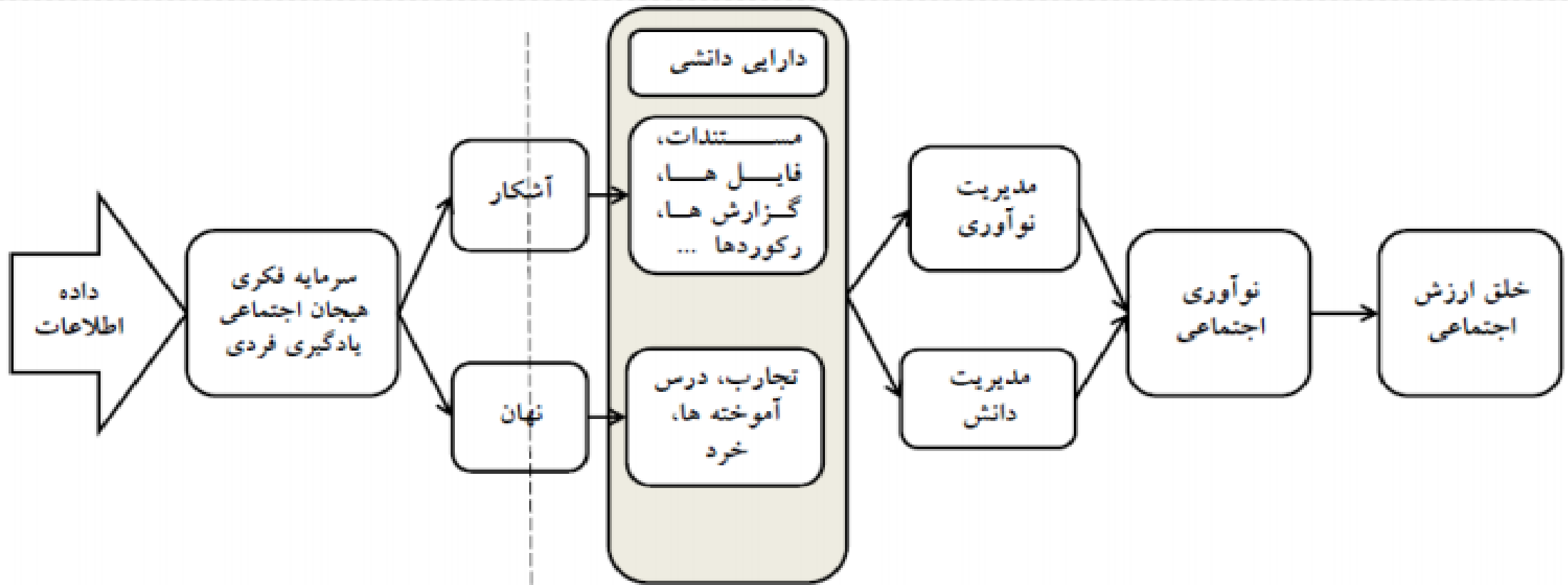
نگرش به اشتراک دانش، با گرایش به نوآوری
رابطه معنا دار دارد؛
تولید دانش و به اشتراک گذاری آن، مقدمه
نوآوری اجتماعی است.

حکمرانی دانش و نوآوری اجتماعی



حکمرانی دانش و نوآوری اجتماعی

نوآوری اجتماعی در دیدگاه فرآیندی، فرآیند جمع آوری و خلق دانش جدید است؛ این دانش، میتواند منبعی برای شکل گیری ایده دیگری برای برنامه بعدی به منظور یافتن ارزش اجتماعی باشد.



پیدا کردن نیازها و مشکلات اجتماعی

سازگاری با ظرفیت‌های سازمانی

شناخت فرصت‌ها در نتیجه خلق دانش‌های جدید

شکل ۱. رابطه متقابل نوآوری اجتماعی و سیستم اجتماعی

شکل می دهد



تاثیر می گذارد

ایده های تاثیرگذار؟



آیا دوست دارند دیده شوند؟

راه حل نوآورانه برای پاسخ به این مسئله چیست؟

تجربه واقعی محقق



چگونه؟ / آیا این یک نوآوری است؟ / در چه طبقه ای از نوآوری قرار می گیرد؟ ...



جمع سپاری



ریشه فکری اصلی جمع سپاری به
ایده خرد جمعی باز می گردد.

جمع سپاری در مقیاس حاکمیتی

زیرا اینگونه استدلال می‌کند که اگر شما جمعیتی از افراد علاقمند و مستقل را بگونه‌ای ساماندهی کنید تا به شیوه‌ای غیر متمرکز روی یک مشکل کار کنند، راه حل جمعی استخراج شده برای آن احتمالاً بهتر از هر راه حل دیگری است که افراد می‌توانستند بطور مستقل به آن دست یابند.



فریدریش هایک (۱۹۴۵) درست پس از جنگ جهانی دوم در مورد استفاده از **دانش در جامعه**، یک نمونه برجسته ضرورت های استفاده از مفهوم جمع سپاری در قرن ۲۱ می باشد.

هایک، یک متفکر بنیادی نئولیبرالیسم بود که با برنامه‌ریزی و سیاستگذاری متمرکز مخالفت می کرد.

به همین دلیل او **ایده برنامه‌ریزی رقابتی** را ابراز داشت که به معنای غیرمتمرکز کردن فرآیندهای برنامه‌ریزی و **استفاده از ظرفیت طیف گسترده‌ای از افراد** در آن بود.

این ایده بدین معناست که دانش، پراکنده است و **افراد به طور جداگانه نمی توانند تمامی ابعاد، زمینه ها و عواقب یک مشکل را در ارائه یک راه حل در نظر بگیرند** به همین دلیل باید از طیف گسترده ای از افراد استفاده کرد تا هر یک از دیدگاه خود موضوع را مورد بررسی قرار داده و از این طریق کارایی راه حل ارائه شده را ارتقاء دهند.

عدم تمرکز، طیف گسترده ای از افراد در زمینه های مختلف را قادر می سازد تا از **دانش های محلی** خود استفاده کرده و در نتیجه تخصص های ویژه در کنار یکدیگر جمع شده و محیطی گسترده و متنوع را ایجاد کنند.

به کمک عدم تمرکز، می توان به کیفیت های بالاتر در مقابل هزینه های پایین تری دست یافت.

نمونه های موفق

طرح نظام حکومتی الگو در دانشگاه عالی دفاع
ملی با پیش از یکصد و پنجاه رساله دکتری.

نمونه های موفق

پروژه ابرکلان محصولات الگوی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح.

آمیزه ای از حکمرانی دانش و نوآوری اجتماعی

نمونه های موفق



دانشگاه پابرهنگان هند

سانجیت بانکر روی، معلم هندی به این نتیجه رسیده است که دانش و خرد محلی و ابتکار عمل می‌تواند در به دست آوردن اقتدار به روستائیان کمک کند.

روی احساس می‌کند که کمبود خلاقیت نقطه ضعف حکومتهاست



یک کلاس در دانشکده پابرهنگان که تولید برق خورشیدی را آموزش می دهد

مزایای این نگاه / رویکرد

توانمندسازی اجتماعی

- احساس خوداثربخشی؛ (می توانند برای رویارویی با چالش های تازه، بیاموزند و رشد یابند)
- احساس خودسامانی؛ (می توانند حق انتخاب داشته باشند)
- احساس پذیرفتن شخصی نتیجه؛ (توانایی نفوذ در پیامدهای راهبردی)
- احساس معنی دار بودن. (تطابق بین الزامات نقش و شغل با اعتقادات، ارزش ها، رفتارهای

(فردی)

ما بیش از آنچه به زبان می آوریم، می دانیم

اما نمی دانیم که می دانیم

حکمرانی دانش و نوآوری اجتماعی

- مخازن دانش؛
- مخازن دانش؛
- جمع سپاری؛
- نوآوری باز؛
- شبکه های دانش؛
- شبکه ملی دانش؛

قدرت نوآوری اجتماعی

بهره گیری از همه ایده ها، دانش ها، ... در هر زمان، مکان، شرایط و ...
برای پاسخ به همه مسائل

پس باید امکان شناخت ظرفیت دانشی فراهم باشد

چارچوب این مهم توسط حکمرانی دانش فراهم می شود

Knowledge Creation
Knowledge Transfer
Knowledge Application



Box 1

New knowledge resource

Highly innovative products, processes
and services

Social Innovation

Box 2

Social Benefits

Economic Benefits

Technological Benefits

کشتکار، مهران، میینی دهکردی، علی (۱۳۹۵)، نوآوری اجتماعی، مفاهیم، تعاریف و مدل ها. انتشارات دانشگاه تهران

کشتکار، مهران (۱۳۹۵)، نوآوری اجتماعی، الگویی برای پیشرفت ایران. انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

کشتکار، مهران، مهدی نژاد نوری، مهدی (۱۳۹۹)، نوآوری اجتماعی سازمانی. انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

موفق باشید

دکتر مهران کشتکار هرانکی

Email: Mkhkmphd90@gmail.com

اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ
وَأَهْلِ بَيْتِهِ
وَأَهْلِكَ إِنَّكَ أَجْوَدُ
مَنْزِلًا