

نوآوری اجتماعی؛ معرفی و مفاهیم اولیه

معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی
دفتر: مطالعات ارتباطات و فناوری‌های نوین

کد موضوعی: ۲۸۰
شماره مسلسل: ۱۵۸۹۵
خردادماه ۱۳۹۷

به نام خدا

فهرست مطالب

۱	چکیده
۱	مقدمه
۳	۱. نوآوری
۴	۲. نوآوری اجتماعی
۱۳	۳. حوزه‌های سیاستی کلیدی برای توسعه نوآوری اجتماعی
۱۹	جمع‌بندی و پیشنهادها
۲۰	منابع و مآخذ



نوآوری اجتماعی؛ معرفی و مفاهیم اولیه

چکیده

مسائل پیچیده و چندبُعدی طیف وسیعی از ذی‌نفعان را دربر می‌گیرند و به‌دلیل وجود چالش‌های مختلف به‌سختی حل می‌شوند. این چالش‌ها متعدّدند، ولی در این میان می‌توان از شکست دولت رفاه مدرن، شکست سرمایه‌داری بازار سنتی، کاهش منابع طبیعی و تغییرات آب و هوایی، جمعیت رو به پیری و هزینه‌های سلامتی و نگهداری ناشی از آن، آثار جهانی‌سازی، آثار افزایش شهرنشینی و... نام برد. پیچیده‌تر شدن مسائل اجتماعی، شکست راه‌حل‌های سنتی و پارادایم‌های موجود استقرار یافته را به دنبال داشته است. نوآوری‌های اجتماعی که در بستر انتخاب مسئولانه مردم، تعامل آزادانه بنگاه‌ها، نظام بازار و با ترکیبی از فعالیت‌های انتفاعی و غیرانتفاعی اتفاق می‌افتند به دنبال ارائه راهکارهای جدید برای برطرف کردن مشکلات اجتماعی هستند. این راهکارها، پاسخ‌هایی پایدارتر، اثربخش‌تر و بهینه‌تر از راهکارهای موجود برای مشکلات اجتماعی، ارائه می‌کنند. همچنین بخش اصلی ارزشی که از فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی به وجود می‌آید نصیب جامعه و نه تعداد محدود افرادی که نوآوری کرده‌اند، می‌شود.

طیف وسیعی از بازیگران می‌توانند نوآوری‌های اجتماعی ارائه کنند: سیاستگذاران، از طریق بهبود شرایط حقوقی برای ارائه نوآوری؛ مؤسسات، کارآفرینان و افراد خیر از طریق سرمایه‌گذاری یا حمایت از نوآوری؛ و سازمان‌های اجتماعی از طریق تلاش برای یافتن راه‌حل‌های نوآورانه برای نیازهای اجتماعی. دولت‌ها از طریق نوآوری اجتماعی می‌توانند کارکردشان را در جامعه بهبود بخشند و بهبودهای اجتماعی برآمده از اجتماع را حمایت کنند. بدین منظور باید حوزه‌های سیاستی کلیدی برای توسعه نوآوری اجتماعی به نحو مقتضی مورد توجه سیاستگذاران و قانونگذاران قرار گیرد که ازجمله مهمترین آنها می‌توان به اصلاحات قانونی در جهت تعریف نهادها یا شکل‌های قانونی فعالیت نوآوران اجتماعی، اقدامات قانونی برای جذب جریان‌های سرمایه‌گذاری جدید، توسعه استاندارد جامع و قابل اطمینان برای ارزیابی یک برنامه سیاستی نوآوری اجتماعی و استقرار ساختارها و فرآیندهایی برای هماهنگی و اتصال فعالیت‌های نوآورانه اشاره کرد.

مقدمه

امروزه در جهانی زندگی می‌کنیم که مسائل - مخصوصاً در بخش اجتماعی - روز به روز پیچیده‌تر می‌شوند. در هر جایی اعم از سازمان‌های خصوصی تا دولتی، در بخش‌های مختلف مانند سلامت، آموزش و

حمل و نقل، در سطح جهانی یا منطقه‌ای، سازمان‌ها با هر اندازه و نوعی با موضوعات پیچیده‌ای دست به گریبان هستند. مسائلی مانند:

- ذی‌نفعانی که حتی بر مسئله توافق ندارند، و بر راه حل کمتر.
- کارکنانی که نسبت به تغییر رفتار و پذیرفتن ریسک بی‌علاقه هستند.
- تصمیم‌گیری‌هایی که داده‌های زیادی دارند، ولی نه از نوعی که نیاز دارند.
- رهبرانی که تمام حرکات آنها توسط سرمایه‌گذاران، سیاست‌پیشگان، بروکرات‌ها و رسانه‌ها نقد و بررسی می‌شوند.

• خدمات‌گیرندگانی (دانش‌آموزان، بیماران، مصرف‌کنندگان و شهروندان) که انتظاراتشان به سرعتی که منابع در حال افول هستند، بالا می‌رود.

برای مقابله با این وضعیت، سیاستگذاران و مسئولان باید به ابزارهای جدید و نوآورانه‌ای برای حل مسئله مجهز شوند.

نظام‌های اقتصادی به‌رغم توفیق‌های فراوان خود در افزایش سطح کارایی و رقابت‌پذیری، در برخی موضوعات از جمله کاهش نابرابری‌های اجتماعی و حفاظت از محیط زیست کارنامه قابل دفاعی ندارند. این موضوعات و موارد مشابه در علم اقتصاد با کلیدواژه «عدم کارایی بازار» شناخته می‌شوند. اگرچه اقتصاد رایج در زمینه‌های متعددی دچار ضعف و مشکل است، اما همین دو مورد به قدری با اهمیت هستند که جریان اصلی اقتصاد [رویکرد نئوکلاسیک] نمره قابل قبولی در نیل به جهانی بهتر به دست نمی‌آورد. اعتراضات جنبش وال استریت به نظام سرمایه‌داری و اعتراضات مدنی نسبت به تخریب محیط زیست نشانه‌هایی از «شکست بازار» هستند و زمینه توسعه سیستم‌های جدید اقتصادی - اجتماعی را بیش از پیش مهیا می‌کنند.

مفاهیم نوپدیدي مانند اقتصاد همبسته، اقتصاد چرخه‌ای، اقتصاد مقاومتی، اقتصاد سبز و اقتصاد اجتماعی، نوآوری‌هایی در سیستم اجتماعی - اقتصادی هستند که با هدف تغییر وضع موجود و رفع ناکارایی‌های بازار در اکوسیستم اقتصادی به‌وجود آمده‌اند. البته باید توجه داشت که همه این نوآوری‌های اجتماعی از همان مکانیسم بازار برای رفع ناکارایی‌ها استفاده می‌کنند و در بستر انتخاب مسئولانه مردم، تعامل آزادانه بنگاه‌ها، نظام بازار و با ترکیبی از فعالیت‌های انتفاعی و غیرانتفاعی رخ می‌دهد.

با توجه به اهمیت مفهوم نوظهور نوآوری اجتماعی برای تصمیم‌گیری‌های کلان در سطح جامعه، در این گزارش پس از بررسی ضرورت پرداختن به موضوع نوآوری اجتماعی، مباحثی چون انواع تعاریف، سطوح و ابعاد نوآوری اجتماعی، فرآیند نوآوری اجتماعی و کاربردهای آن طرح شده‌اند. در نهایت در قسمت آخر ابزارهای سیاسی مورد استفاده در توسعه نوآوری اجتماعی به اختصار توضیح داده شده است.



۱. نوآوری

مفهوم نوآوری در ذات خود با اقتصاد پیوند خورده است. شومپیتر (۱۹۶۱) نوآوری را «کاربرد تجاری یا صنعتی چیزی جدید - محصول، فرآیند یا روش تولید جدید؛ یک بازار یا منبع تأمین جدید؛ یک شکل جدید از سازماندهی تجاری، کسب و کار یا تأمین مالی جدید» تعریف می‌کند (Schumpeter, 1961). این تعریف رابطه بین نوآوری و توانایی بنگاه‌ها را برای توسعه فرآیندهای مناسب بستر سرمایه‌داری نشان می‌دهد.

نوآوری در برخی حوزه‌های مهم دیگر مانند حوزه‌های مدیریتی و فناورانه نیز مطرح است. در مقاله سبز نوآوری (۱۹۹۶) تعریف نوآوری گسترش یافت و تبدیل یک ایده به یک محصول یا خدمت قابل فروش و یا فرآیند جدید یا بهبود یافته را هم در بر می‌گرفت. در مقاله مذکور، نوآوری چیزی بیش از یک مکانیسم اقتصادی یا یک فرآیند فنی تعریف شده است و برطبق این تعریف، نیازها و خواسته‌های جامعه در ترکیب با خلاقیت افراد می‌تواند نوآوری خلق کند؛ بنابراین نوآوری مستقیماً به فضای جامعه پیوند می‌خورد. (European Commission, 1996)

شومپیتر (۱۹۶۱) و کمیسیون اروپا (۱۹۹۶) مشخصه‌های ذیل را به‌عنوان وجه تمایز نوآوری مطرح می‌کنند:

۱. محصول یا فرآیند جدید یا بهبود یافته،

۲. کاربرد تجاری یا صنعتی آن محصول یا فرآیند.

براساس مطالعه سیمس (۲۰۰۶)، می‌توان دسته دوم را به دو زیردسته تقسیم کرد:

الف) کاربری عمومی فناوری‌های جدید: نوآوری‌های فناورانه،

ب) انتشار تجربه‌ها و فعالیت‌های اجتماعی جدید: نوآوری اجتماعی.

امروزه با ظهور مسائل پیچیده تغییر پارادایمی در نوآوری در حال ایجاد است (LIEDTKA, SALZMAN, & AZER, 2017). در نسل اول نوآوری، نوآوری درباره پیشرفت‌های بزرگ و غیرمنتظره است که به وسیله اشخاص خاص ایجاد می‌شود. طراحی در جهان نوآوری بیشتر به فناوری یا هنر مربوط است. این روزها شاهد ظهور نوآوری نسل دو هستیم که فرآیندهای نوآوری را دمکراتیزه می‌کند. نوآوری دیگر درباره پیشرفت‌های بزرگ نیست؛ بلکه درباره افزایش و بهبود ارزش برای ذی‌نفعانی است که به آنها خدمت ارائه می‌شود و هر کسی در سازمان نقشی در آن خواهد داشت. دلیل این موضوع آن نیست که نوآوری‌های بزرگ و ویرانگر اهمیتی ندارند یا به نوآوران و طراحان متخصص نیازی نیست، بلکه این است که دو واقعیت را پذیرفته‌ایم: اول اینکه تقریباً غیرممکن است که در اوایل دوره یک نوآوری، درباره بزرگی یا کوچکی آن در آینده نظر دهیم؛ و دوم اینکه مؤلفه‌های کوچک زیادی می‌توانند به یک پدیده بزرگ اضافه شوند.

نوآوری نسل دوم با کمک روش‌هایی چون تفکر طراحی^۱ به سازمان‌ها کمک می‌کند که به اهداف راهبردی کلیدی خود به‌طور کارآمدتری دست بیابند؛ چه این اهداف خروجی‌های سنتی کسب‌وکار مانند سودآوری و مزیت رقابتی باشند چه خروجی‌هایی مانند کاهش فقر یا ایجاد شغل. هنگامی که سازمان‌ها این توانمندی گسترده برای نوآوری را در خود توسعه دادند، می‌توانند با تولید خروجی‌ها و فرآیندهای نوآورانه‌تر و کارآمدتر ارزش بیشتری برای ذی‌نفعان و مشتریان خود ایجاد کنند. در ادامه تصویری از این تغییر و چگونگی تأثیر آن بر رفتار اشخاص درگیر در آن ارائه خواهد شد.

واضح‌ترین نشانه انتقال به جهان نوآوری نوع دوم پاسخ به این سؤال است که نوآوری از چه کسی خواسته می‌شود یا به عبارت دیگر چه کسانی طراح آن هستند؟ در نسل اول نوآوری، نوآوری و طراحی آن فقط در حیطه متخصصان، سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و رهبران ارشد است. درحالی‌که در نوآوری نسل دوم با کمک روش‌هایی چون تفکر طراحی، تحولی در چارچوب‌های ذهنی و رفتارها پدید می‌آید. این تحولات در افراد طراح (افراد، تیم‌ها و گروه‌های ذی‌نفعان)، روش شناسایی مسائل و جست‌وجوی راه‌حل‌ها و ماهیت گفتگو تأثیراتی می‌گذارد. همچنین تغییراتی در بافت سازمانی برای تسهیل نوآوری چه در سطح فردی و چه در سطح تیمی رخ می‌دهد (تصویر ذیل).

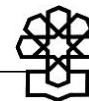
تصویر تغییر از نوآوری نسل اول به نوآوری نسل دوم

نوآوری نسل ۲	نوآوری نسل ۱		
هر کسی طراحی می‌کند	طراحان آموزش‌دیده	طراح نوآوری	اشخاص
تیم‌های متنوع که از روش‌های مشارکتی استفاده می‌کنند	متخصصان همانند	ترکیب تیم	
شریکان راهبردی	به حالت متعارف	شرکای خارجی	
مسائل به تدریج تعریف می‌شوند	مسائل شناخته شده هستند	صورتبندی مسئله	فرآیندها
سببی از ایده‌های کوچک که باید در دنیای واقعی آزمایش شوند	بهترین ایده بزرگی که می‌تواند مسئله را حل کند	انتظار از چگونگی پاسخ	
گفت‌وگو برای بینش‌ها، فرصت‌ها و یادگیری‌های جدید	رقابت راه‌حل‌های جایگزین	نوع گفتگو	

۲. نوآوری اجتماعی

نوآوری اجتماعی از منظر یک حوزه مطالعاتی به نسبت یک حوزه جدید مطالعاتی است. باین حال به‌عنوان یک پدیده، نوآوری اجتماعی علت رشد و تغییر جوامع در طول تاریخ بوده‌اند (Mulgan G. , 2006). نوآوری‌های اجتماعی شامل نظام‌های باور، مذاهب، نظام‌های قانونی و تغییرات ناشی از جهانی‌سازی

1. Design Thinking



جامعه انسانی امروزین را شکل داده است. (Simms, 2006)

ادبیات نوآوری اجتماعی، بسیار پراکنده‌تر از ادبیات نوآوری فناورانه یا نوآوری کسب‌وکار است. بخش عمده ادبیات برگرفته از حوزه‌هایی مانند اقتصاد، مدیریت دولتی، مطالعات مدیریتی و... است. مرزهای نوآوری اجتماعی به‌طور شفاف تعریف نشده‌اند و شاید نتوان به آن یک حوزه دانشی یکپارچه و مجزا اطلاق کرد. نوآوری اجتماعی یک حوزه بین‌رشته‌ای است که به بخش‌ها و حوزه‌های فعالیت‌های متفاوتی مربوط می‌شود. به همین دلیل مفهوم نوآوری اجتماعی با انواع معانی و کاربردهای متفاوت همراه است.

البته عدم وجود یک تعریف واضح از یک مفهوم تا حدی مزایای خاص خود را دارد. وجود تفاسیر مختلف یکی از دلایلی است که طیف گسترده‌ای از سازمان‌ها و بخش‌ها به راحتی این مفهوم را می‌پذیرند و در مباحث مرتبط با آن شرکت می‌کنند. با این حال در صورت بلوغ و توسعه بیشتر حوزه، دستیابی به یک درک عمومی از آن ضروری است.

به مرور و با رشد حوزه، انتظار می‌رود که مکاتب فکری مجزایی شکل بگیرند. البته نوآوری اجتماعی در قالب یک تجربه، به‌طور متفاوتی در کشورها و بخش‌های مختلف دیده می‌شود و به تدریج به نظریه‌ها، پژوهش‌ها، ادراکات تجربی و پاسخ‌های سیاستی شکل خواهد داد.

۲-۱. تعاریف نوآوری اجتماعی

عبارت نوآوری اجتماعی به شکل‌های مختلفی استفاده شده است. برخی از مراجع اولیه نوآوری اجتماعی به دهه ۱۹۶۰ میلادی برمی‌گردد، که عبارت برای اشاره به پژوهش‌های آزمایشی در علوم اجتماعی و مردم‌شناسی استفاده شده است. پس از آن عبارت به عنوان مرجعی برای بنگاه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی، نوآوری‌های فناورانه‌ای که منجر به منافع اجتماعی هستند، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نوآوری باز استفاده شده است. (The Young Foundation, 2012)

بخش اعظم ادبیات نوآوری اجتماعی در دهه اخیر شکل گرفته است. ظهور آن به دلیل عوامل متعددی از قبیل نارضایتی فزاینده از تأکید بیش از اندازه بر فناوری در ادبیات نوآوری اقتصادی و سیاست‌های نوآوری، بود. این نارضایتی به تمرکز بر نوآوری اجتماعی هم در سیاستگذاری و هم در پژوهش انجامید. برای مثال فرانک مولارت^۱ و همکارانش، این موضوع را مطرح می‌کنند که تمرکز فناورانه در سیاست‌های نوآوری و رویکرد بیش از حد تکنوکراتیک به برنامه‌ریزی شهری به استفاده از نوآوری اجتماعی به عنوان تم در نظریه‌سازی توسعه انسانی، توانمندسازی و راهبردهای توسعه محلی منجر شد.^۲

نوآوری اجتماعی به عنوان پاسخی به چالش‌های فزاینده اجتماعی، زیست‌محیطی و جغرافیایی -

1. Frank Moulaert

2. Moulaert, F Martinelli, E Swyngedouw & S Gonzalez, 'Towards Alternative Model(s) of Local Innovation', Urban Studies, vol. 42:11, pp. 1969-1990, 2005

مسائل پیچیده^۱ - ظهور کرده است. این مسائل پیچیده و چندبُعدی هستند که طیف وسیعی از ذی‌نفعان را دربر می‌گیرند و به‌سختی حل می‌شوند. این چالش‌ها متعدّدند، ولی در این میان می‌توان از شکست دولت رفاه مدرن، شکست سرمایه‌داری بازار سنتی، کاهش منابع طبیعی و تغییرات آب و هوایی، جمعیت رو به پیری و هزینه‌های سلامتی و نگهداری ناشی از آن، آثار جهانی‌سازی، آثار افزایش شهرنشینی و... نام برد. پیچیده‌تر شدن مسئله‌های اجتماعی، شکست راه‌حل‌های سنتی و پارادایم‌های موجود استقرار یافته در سه بخش مرسوم اجتماعی را نشان می‌دهد. این چالش‌ها در بخش دولتی با جزیره‌ای شدن بخش‌های مختلف، در بخش خصوصی با شکست بازار و در بخش مدنی با از بین رفتن یکپارچگی اجتماعی مشخص می‌شود. نوآوری اجتماعی راهی برای گذر از این چالش‌ها و حل آنها به‌شمار می‌آید.^۲ کومبارت دی لاوی در سال ۱۹۷۶ اولین تعریف نوآوری اجتماعی را ارائه کرده است به نقل از (Martins & Bermejo, 2015): «این فعالیت (خلق نوآوری اجتماعی) برآمده از آگاهی نسبت به تغییرات ضروری اجتماعی است و در این واقعیت ریشه دارد که فرد یا جامعه تفاوت بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب را درک می‌کند». بنابراین انگیزه نوآوری اجتماعی اغلب برخی شرایط نامطلوب است که جامعه و یا افراد را به سمت عمل هدفمند^۳ برای بهبود وضعیت هدایت می‌کند. نوآوری اجتماعی بخشی از عمل هدفمند است که در آن اشخاص و عواملی که برای رفع نیازهای قانونی بسیج شده‌اند، در تولید کالای عمومی برای تبادل دانش با یکدیگر و ایجاد تغییرات در نظام‌های اجتماعی مشارکت می‌جویند. (Cajaiba-Santana, 2013)

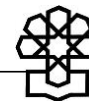
کسانی که این نوع فعالیت‌های هدفمند را انجام می‌دهند می‌توانند شیوه نگرش به دنیا را تغییر داده و روش‌های متفاوتی را برای حل مسائل توسعه دهند. به فرد ارائه‌دهنده نوآوری اجتماعی، کارآفرین اجتماعی گفته می‌شود. کارآفرین اجتماعی شخصی است که فعالیت‌های نوآورانه را نه فقط برای نفع شخصی، بلکه برای دستیابی به اهداف اجتماعی انجام می‌دهد. (Martins & Bermejo, 2015) البته طیف وسیعی از بازیگران می‌توانند نوآوری‌های اجتماعی ارائه کنند: سیاست‌گذاران، از طریق بهبود شرایط حقوقی برای ارائه نوآوری؛ مؤسسات، کارآفرینان و افراد خیر از طریق سرمایه‌گذاری یا حمایت از نوآوری؛ و سازمان‌های اجتماعی، از طریق تلاش برای یافتن راه‌حل‌های نوآورانه برای نیازهای اجتماعی. (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010)

دولت‌ها از طریق نوآوری اجتماعی می‌توانند کارکردشان را در جامعه بهبود بخشند و بهبودهای اجتماعی برآمده از اجتماع را حمایت کنند (Pol & Ville, 2009). بسیاری از دولت‌ها به‌منظور حمایت از خلق نوآوری‌های اجتماعی، انتشار اطلاعات بین خود و جامعه را بهبود داده‌اند. «برنامه جامعه بزرگ دیوید

1. 'wicked' problems

2. A Nicholls & A Murdock, Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets, Palgrave Macmillan, 2012.

3. intentionally Act



کامرون^۱ در انگلستان نمونه‌ای از فعالیت دولت‌ها برای تحریک خلق نوآوری‌های اجتماعی با انتقال مسئولیت به جوامع کوچک برای حل مسائلشان است (Chalmers, 2013). مثال دیگر دفتر نوآوری اجتماعی و مشارکت شهروندی در ایالات متحده است که در سال ۲۰۰۹ برای تشویق جوامع محلی برای حل مسائل خودشان با خلق نوآوری‌های اجتماعی است. دولت و جامعه می‌توانند برای تولید راه‌حل مسائل و نیازهای اجتماعی با هم کار کنند. مثال‌های فراوانی نشان می‌دهند که فناوری می‌تواند به ایجاد زیرساخت اطلاعاتی جهانی کمک کند که بازیگران مختلف را به هم متصل می‌کند. (Martins & Bermejo, 2015)

درواقع نوآوری اجتماعی از پیوند مفاهیم و نظریات اقتصادی و اجتماعی نشئت گرفته و کارآفرینی اجتماعی نگرشی است هم اجتماعی و هم اقتصادی. تاکنون مرسوم بوده است که خدمات رفاه اجتماعی توسط دولت ارائه شود که ناکارایی‌های بسیاری داشته و دارد. اما در نوآوری اجتماعی این خدمات به بخش مردمی سپرده می‌شود و از یک سمت، پویایی، خلاقیت و نشاطی که در سیستم اقتصادی بازار آزاد وجود دارد، در ارائه خدمات اجتماعی نیز امکان بروز و ظهور پیدا می‌کند و از سمت دیگر، عدم کارایی‌هایی که ناشی از نگاه دولتی به موضوعات اجتماعی است، حذف می‌شود.

نوآفرینان اجتماعی همزمان که از پس نیروهای رقابتی و دنیای محاسبات دو دو تا چهار تای اقتصادی برمی‌آیند، به‌آهستگی برای مسائل اجتماع پیرامون خود راهکار پیدا می‌کنند. از یک سو مردان کسب‌وکارند و از سوی دیگر نسبت به اجتماع نیز دغدغه دارند. به بهانه اداره کسب‌وکار محیط زیست را تخریب نمی‌کنند، از کنار فقر به‌راحتی نمی‌گذرند، ارزش‌های اجتماعی خود را رها نمی‌کنند، از ایدئال‌نگری دست برنمی‌دارند، درحالی‌که حرکت در مسیر دشوار دنیای واقعیت‌ها را نیز آموخته‌اند. یک سازمان اقتصادی را اداره می‌کنند، اما پولدار شدن به اندازه کافی برایشان برانگیزاننده نیست. این افراد و این سازمان‌ها در همه جای دنیا منشأ تحولات بزرگ اقتصادی و اجتماعی‌اند. کارآفرینان اجتماعی برای فعالیت‌های خود منتظر کمک خیریه‌ها و دولت نمی‌مانند و با خلاقیت دست به ارائه و اجرای الگوهای بدیعی می‌زنند که سازمان‌های اجتماعی نام دارند. این سازمان‌ها ممکن است، یک بانک، یک فروشگاه، یک شرکت خدماتی یا شبیه هر سازمانی باشد که به‌صورت روزمره با آنها سروکار داریم. اما بنیان این الگوهای به‌ظاهر ساده غالباً با جهان‌بینی‌های منحصربه‌فردی محکم شده است.

در ادامه برخی تعاریفی که از نوآوری اجتماعی ارائه شده و بعضاً با یکدیگر اختلاف‌هایی دارند، ارائه خواهد شد. مرکز نوآوری اجتماعی^۲ در مدرسه کسب‌وکار استنفورد،^۳ نوآوری اجتماعی را به این شکل تعریف می‌کند: «نوآوری اجتماعی ارائه راهکارهای جدید برای برطرف کردن مشکلات اجتماعی است؛ این راهکارها، پاسخ‌هایی پایدارتر، اثربخش‌تر و بهینه‌تر از راهکارهای موجود برای مشکلات اجتماعی،

1. David Cameron's Big Society Initiative
2. Center for Social Innovation
3. Stanford Graduate School of Business

ارائه می‌کنند. همچنین بخش اصلی ارزشی که از فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی به وجود می‌آید نصیب جامعه و نه تعداد محدود افرادی که نوآوری کرده‌اند، می‌شود». طبق این تعریف می‌توان گفت نوآوری اجتماعی، راهکارهای نوآورانه برای حل مشکلات اجتماعی است. راهکارهایی که به جای ایجاد ارزش برای عده محدودی از افراد، برای جامعه ارزش‌آفرینی می‌کنند. جامعه ممکن است گاهی جمعیت یک روستا، شهر، کشور یا تمام مردم جهان باشد.

طبق یک تعریف دیگر، می‌توان گفت نوآوری اجتماعی یعنی «اقدامات یا فعالیت‌هایی که مشکلات جامعه را بهتر از شیوه‌های قبلی برطرف کند (Ash, Cameron, & Ray, 2003)». این تعریف علاوه بر این که بر ماهیت بهبود کارایی و اثربخشی نوآوری تأکید می‌کند؛ به خلق ارزش از طریق برطرف کردن مشکلات اجتماعی نیز اشاره دارد.

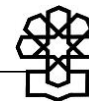
در برخی از تعاریف نوآوری اجتماعی، به اهمیت جلب مشارکت جامعه و فعالیت مشارکتی برای برطرف کردن مشکلات اجتماعی، اشاره شده است. به عبارتی نوآوری اجتماعی شکلی از نوآوری است که علاوه بر رفع مشکلات جامعه، ارتباطات اجتماعی جدیدی ایجاد می‌کند و آن روابط و مشارکت اجتماعی را برای حل بهتر مسائل اجتماعی به کار می‌گیرد. فرض کنید اقدامی در راستای برطرف کردن فقر مردم یک روستا صورت می‌گیرد. اگر این اقدام نوآورانه باشد طبق تعاریف قبلی نوآوری اجتماعی محسوب می‌شود، ولی اگر جامعه روستایی یا گروه‌های دیگر را برای برطرف کردن آن مشکل بسیج نکند و بدون جلب مشارکت گروه‌های مختلف باشد، طبق تعریف ارائه شده نوآوری اجتماعی محسوب نمی‌شود.

تعریف دیگری از نوآوری اجتماعی عبارت است از: «فعالیت‌ها و خدمات نوآورانه‌ای که با هدف اصلی برطرف کردن نیازهای اجتماعی و غالباً توسط سازمان‌هایی که هدف اصلی آنها اجتماعی است توسعه می‌یابند و اجرا می‌شوند (Moulaert & Ailenei, 2005)». طبق این تعریف نوآوری اجتماعی غالباً در ساختارهایی که کارآفرینی اجتماعی هستند شکل می‌گیرد. خواه این ساختارها، سازمان‌های مردم‌نهاد، کسب‌وکارهای اجتماعی یا بنگاه‌های اجتماعی باشند که در تعریف کارآفرینی اجتماعی قرار می‌گیرند.

یک تعریف دیگر از نوآوری اجتماعی، با دو شکل متصور برای آن عبارت است از: ۱. نوآوری‌هایی که فرآیندهای آنها اجتماعی است و ۲. نوآوری‌هایی که هدف اجتماعی دارند. طبق این تعریف یک نوآوری اگر از طریق فرآیندهای اجتماعی صورت پذیرد یا هدف اجتماعی داشته باشد، نوآوری اجتماعی محسوب می‌شود. (Simon, Murtagh, & O'Neill, 2008)

طبق توضیحات داده شده مهمترین ابعاد نوآوری‌های اجتماعی طبق تعاریف مختلف بین‌المللی عبارتند از:

۱. خلق ارزش برای جامعه نسبت به منافع شخصی اولویت بالاتری دارد.
۲. از راهکارهای جدیدی استفاده می‌کنند که در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی نسبت به وضعیت قبلی مزیت دارند.



۳. بر بازیگران، کارآفرینان و منابع محلی مبتنی است.
 ۴. راه‌حل‌های کل‌نگر و چندرشته‌ای به جای رویکردهای یکجانبه ارائه می‌دهد.
 ۵. مشکلات را مردمی‌سازی می‌کند و آنها را به مطالبه عمومی تبدیل می‌کند.
 ۶. از فناوری‌های نو، به خصوص فناوری اطلاعات بهره می‌برد.
 ۷. روش‌های تخصصی تأمین مالی در این حوزه را توسعه می‌دهد.
 ۸. راه‌حل‌هایی مبتنی بر انرژی‌های پاک و پایداری زیست‌محیطی ارائه می‌دهد.
 ۹. مشارکت بنگاه‌های بزرگ را در قالب مسئولیت اجتماعی جلب می‌نماید.
 ۱۰. توانمندی بنگاه‌های اقتصادی را با سازمان‌های غیرانتفاعی تلفیق می‌کند.
 ۱۱. از فرآیندهای اجتماعی در برطرف کردن مشکلات اجتماعی استفاده می‌کند. به این معنا که نوآوری اجتماعی باید به ایجاد روابط اجتماعی جدید یا تغییر شکل روابط اجتماعی موجود میان گروه‌های مختلفی منجر شود که در برطرف کردن مشکلات اجتماعی مؤثر هستند. جلب مشارکت اجتماعی یکی دیگر از ملزومات نوآوری اجتماعی محسوب می‌شود.
- در نهایت این تعریف را به عنوان تعریف معیار از نوآوری اجتماعی می‌پذیریم: «نوآوری اجتماعی مجموعه فعالیت‌ها و اقدامات جدیدی هستند که پاسخ‌هایی بهتر و اثربخش‌تر برای مشکلات اجتماعی فراهم می‌کنند. این امر از طریق فرآیندهای اجتماعی، یعنی ایجاد روابط اجتماعی بین گروه‌های مختلف که در حل مشکل مورد نظر مؤثر هستند و جلب مشارکت آنها، صورت می‌پذیرد».
- مولگان همین تعریف از نوآوری اجتماعی را به شکل ساده‌تری مطرح کرده است: «نوآوری‌هایی که هم در نتایج و هم در روش‌های دستیابی اجتماعی هستند» (Mulgan, 2017).

۲-۲. سطوح و ابعاد نوآوری اجتماعی

نوآوری اجتماعی می‌تواند در سه سطح اتفاق بیفتد. سطح اول نوآوری تدریجی^۱ در محصولات و خدمات برای تأمین نیازهای اجتماعی به صورت کارآتر یا مؤثرتر است. این نوآوری هدف بسیاری از خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی و برخی بنگاه‌های تجاری موسوم به «کف هرم»^۲ است. از این نقطه نظر، نوآوری اجتماعی یک فرصت کسب و کار به حساب می‌آید. سطح دوم نوآوری نهادی^۳ است که هدف آن تغییر در ساختارهای اجتماعی و اقتصادی موجود برای تولید ارزش و نتایج اجتماعی جدید است. در نمونه‌ای مانند بانکداری از طریق تلفن همراه، ساختارهای بازار موجود برای ایجاد ارزش جدید اجتماعی بهبود یافته‌اند. در نهایت هدف نوآوری اجتماعی مخرب^۴ تغییر در سیستم است. این نوع نوآوری در جهان

1. Incremental Innovation
2. Bottom of the Pyramid
3. Institutional Innovation
4. Disruptive Social Innovation

جنبش‌های اجتماعی و بازیگران، گروه‌ها و شبکه‌های سیاسی و با هدف تغییر در روابط قدرت، تغییر هرم اجتماعی و تغییر چارچوب موضوعات برای بهبود زندگی گروه‌های حاشیه‌نشین اتفاق می‌افتد. مشخصه نوآوری اجتماعی مخرب، مشارکت ساختاریافته در مجامع سیاستی یا طرح‌های عضویت رسمی در جنبش‌های اجتماعی است. کارآفرینان سیاستی می‌توانند با تمرکز بر تحول مردم‌سالارانه و افزایش نقش شهروندی در تصمیم‌گیری، نوآوری اجتماعی مخرب را در ساختار حاکمیت پیاده‌سازی کنند. این سطوح در جدول ۱ دیده می‌شود. (Nicholls, Simon, & Gabriel, 2015)

جدول ۱. سطوح نوآوری اجتماعی

سطح	هدف	تمرکز
تدریجی	حل کارآتر شکست‌های بازار شناخته شده	محصولات
نهادی	تغییر ساختارها و الگوهای بازار موجود	بازارها
تخریبی	تغییر چارچوب‌های مرجع برای تغییر نظام‌ها و ساختارهای اجتماعی	سیاست

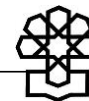
۲-۳. فرآیند نوآوری اجتماعی

فعالیت اجتماعی و تغییر اجتماعی در فرآیند نوآوری اجتماعی بنیادی هستند. توصیف چگونگی بروز و ظهور نوآوری اجتماعی مؤثر همچنان مسئله‌ساز است. نویسندگانی چون کاجایا - سانتانا (۲۰۱۳) یک مدل مفهومی برای فهم این فرآیند پیشنهاد داده‌اند. مورای و همکارانش (۲۰۱۰) نیز چشم‌اندازی دقیق‌تر برای تغییرات لازم جهت تأمین یک نیاز اجتماعی دارند. مدل آنها دارای شش گام (نه لزوماً پی‌درپی) است: (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010)

۱. شناسایی مسئله و افرادی که تمایل دارند برای حل آن بجنگند،
 ۲. تولید پیشنهادها و ایده‌های حل مسئله، از روش‌های معمول و مرسوم گرفته تا جذب ایده‌های از منابع متنوع دیگر،
 ۳. آزمون ایده‌های در عمل،
 ۴. نظارت و پشتیبانی در حین اجرای ایده،
 ۵. فاز تکثیر که در آن راهبردهای متعددی برای ترویج نوآوری به کار می‌روند،
 ۶. تغییر نظام‌مند که غایت مورد نظر نوآوری اجتماعی است.
- این مدل مورای از این جهت مهم است که فازهای تغییر را با جزئیات و مثال توضیح داده است.

۲-۴. تمایز نوآوری اجتماعی با مفاهیم هم‌خانواده

نوآوری اجتماعی با تعدادی از مفاهیم مرتبط با نوآوری مشترکاتی دارد که گاهی باعث خلط مفاهیم با



هم می‌شود. در این قسمت تفاوت‌های هر کدام از این عبارات هم‌خانواده و بعضاً همپوشان توضیح داده خواهد شد.

نوآوری باز: نوآوری‌های اجتماعی از سایر انواع نوآوری در نوع فرآیند مورد نیاز، تعاونی و همکاری^۱ و در نوع هدفگذاری، تمرکز بر نیازهای اجتماعی و خلق روابط و همکاری‌های جدید، متفاوت است (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010). همکاری همچنین یک مؤلفه اصلی از نوآوری باز نیز است. نوآوری باز رویکردی به نوآوری است که هدفش تقویت فرآیند نوآوری از طریق همکاری و جذب ایده‌ها از سایر سازمان‌ها می‌باشد. مفهوم نوآوری باز ابتدا در بخش خصوصی استفاده شد و پس از آن در حوزه‌های مختلفی از دانش به کار رفت. با وجود ارتباط این مفاهیم با هم اولین بار چالمرز (۲۰۱۳) این دو مفهوم را کنار هم به کار برد و پیشنهاد کرد که از تجربیات نوآوری باز برای نوآوری اجتماعی استفاده شود. در کل می‌توان گفت نوآوری باز بیشتر بر همکاری در فرآیند خلق نوآوری تأکید دارد، ولی نوآوری اجتماعی علاوه بر این به اهداف و نیازهای اجتماعی توجه دارد.

بنگاه اجتماعی و اقتصاد اجتماعی: نوآوری اجتماعی اغلب با مفاهیم مرتبطی چون بنگاه اجتماعی و اقتصاد اجتماعی خلط می‌شود. اگرچه اقتصاد اجتماعی میدان مهمی برای توسعه بسیاری از نوآوری‌های اجتماعی است با این حال این دو مفهوم از هم مجزا هستند. اقتصاد اجتماعی و بنگاه اجتماعی به‌طور خاص به شکل و مأموریت سازمانی اشاره دارند. بنگاه اجتماعی، سازمانی است که راهبردهای تجاری را به‌منظور پیشینه کردن اثر اجتماعی و همراه با سوددهی به کار می‌بندد. بنگاه اجتماعی جزئی از اقتصاد اجتماعی است. اقتصاد اجتماعی برای توصیف مجموعه‌ای از سازمان‌ها شامل تعاونی‌ها، سازمان‌های غیرانتفاعی، بنگاه‌های اجتماعی و خیریه‌ها به کار می‌رود. نوآوری اجتماعی نباید به اقتصاد اجتماعی محدود شود، بلکه می‌تواند و باید در بخش عمومی، بخش خصوصی، فناوری‌های جدید و فعالیت‌های جامعه مدنی قرار بگیرد.

۵-۲. کاربردهای نوآوری اجتماعی

در مرور ادبیات، نیکولاس و مورداک به این نتیجه رسیده‌اند که پژوهش‌های نوآوری اجتماعی از طرفی بر «نظام‌ها و فرآیندهای تغییر در روابط اجتماعی» و از سوی دیگر بر «نوآوری در مفهوم‌سازی، طراحی و تولید محصولات و خدمات در پاسخ به نیازهای اجتماعی و زیست‌محیطی و شکست‌های بازار» تمرکز دارد (Nicholls & Murdock, 2012). تپسی این دو کاربرد را باز کرده و پنج کاربرد را مطرح کرده است. عبارت نوآوری اجتماعی برای پنج منظور استفاده می‌شود: (The Young Foundation, 2012):

- فرآیندهای تغییر و تحول اجتماعی

- راهبرد کسب‌وکار و مدیریت سازمانی
- کارآفرینی اجتماعی
- محصولات، خدمات و برنامه‌های جدید
- حکمرانی و ظرفیت‌سازی

نخست نوآوری اجتماعی برای توصیف فرآیندهای تغییر اجتماعی و تحول کل اجتماع به کار می‌رود. این کاربرد شامل ادبیات مفصلی در نقش جامعه رفاه در تغییرات اجتماعی، نقش اقتصاد اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی در رشد اقتصادی و پیوستگی اجتماعی است. همچنین این کاربرد به نقش کسب‌وکارها در تغییرات اجتماعی نیز اشاره دارد - در یک سر طیف گفتمان‌هایی پیرامون مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها و در سر دیگر آن نقش کسب‌وکار در هدایت موج بعدی نوآوری و بهره‌وری با تمرکز بر حوزه‌های «اجتماعی» مانند آموزش، سلامت و بهداشت قرار دارند. همان‌طور که مایکل پورتر طرح می‌کند، این جریان در نهایت می‌تواند به بازتعریف اهداف بنگاه حول «ارزش مشترک» ختم شود - مثلاً نیازهای وسیع‌تر اجتماعی و محیط زیستی به جای سود صرف.

دوم برخی گفتمان‌های نوآوری اجتماعی حول راهبرد کسب‌وکار و مدیریت سازمانی شکل گرفته‌اند. در ادبیات مدیریت کسب‌وکار، نوآوری اجتماعی اغلب به آن جنبه از راهبرد کسب‌وکار اشاره دارد که به تغییر و تحول در سرمایه‌های انسانی، نهادی و اجتماعی مرتبط است که بهره‌وری سازمانی و رقابت‌پذیری را بهبود می‌بخشند. این راهبردها شامل سازماندهی مجدد، تجدید روابط صنعتی و بهبود مدیریت منابع انسانی است. به‌طور خاص در آمریکا این تأکید در مدیریت سازمان‌های غیرانتفاعی است که نوآوری اجتماعی به‌عنوان بهبوددهنده پایداری و اثربخشی غیرانتفاعی‌ها دیده می‌شود - اغلب با نگاه به توانایی‌ها و نوآوری‌های رهبری.

سومین کاربرد نوآوری اجتماعی برای توصیف کارآفرینی اجتماعی، بنگاه‌های اجتماعی و فعالیت‌های کارآفرینان اجتماعی یا رفاهی است. هوگندورن، پنینگز و توریک در مرور ادبیات خود، یک «مکتب فکری نوآوری اجتماعی» در حوزه کارآفرینی اجتماعی شناسایی کرده‌اند. این مکتب فکری در پی تأکید بر نقش افراد در توسعه روش‌های جدید و نوآورانه برای حل چالش‌های اجتماعی است.

کارآفرینی اجتماعی در این مضمون به‌عنوان مجموعه‌ای از رفتارها و نگرش‌های افرادی است که در خلق کسب‌وکارهای اجتماعی مشارکت دارند. بنگاه اجتماعی، کسب‌وکارهایی هستند که اهداف اجتماعی را دنبال می‌کنند و درآمد مازاد بنگاه را دوباره برای نیل به همان اهداف سرمایه‌گذاری می‌کنند. البته بر سر تعریف بنگاه اجتماعی بحث‌های زیادی هست چراکه این بنگاه‌ها شکل‌های حقوقی متفاوتی در کشورهای مختلف به خود گرفته و فعالیت‌های متنوعی انجام می‌دهند. نوآوری اجتماعی مفهوم وسیع‌تری از بنگاه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی است، ولی ممکن است با هر کدام از این مفاهیم یا هر دو آنها همپوشانی کند.



چهارمین کاربرد در نظر گرفتن نوآوری اجتماعی به عنوان یک توسعه و اجرای عملی محصولات، خدمات و برنامه‌های جدید برای تأمین نیازهای اجتماعی است. این تعریف ادبیات نوآوری بخش دولتی و ارائه خدمات عمومی توسط بنگاه‌های اجتماعی و سازمان‌های جامعه مدنی را دربر می‌گیرد. این تعریف در واقع به بُعد محصول در نوآوری اجتماعی تمرکز دارد و بازتولید همان مفاهیم دولت رفاه است. در نهایت گفتمان‌های دیگری بر بعد فرآیندی نوآوری اجتماعی تأکید دارند و سازوکارهای حکمرانی، توانمندسازی و ظرفیت‌سازی را در نوآوری اجتماعی مدنظر قرار می‌دهند. در این ادبیات روابط بین بازیگران مختلف مدنظر قرار گرفته و بر مهارت‌ها، شایستگی‌ها و سرمایه‌های اجتماعی ایجاد شده توسط بازیگران متفاوت در اجرا و توسعه برنامه‌ها تأکید می‌شود.

جدول ۲. خلاصه پنج کاربرد اصلی عبارت نوآوری اجتماعی

کاربردهای اصلی	مؤلفه‌های هر کاربرد
فرآیندهای تغییر و تحول اجتماعی	- نقش جامعه رفاه در تغییرات اجتماعی - نقش اقتصاد اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی - نقش کسب‌وکار در تغییرات اجتماعی
راهبرد کسب‌وکار و مدیریت سازمانی	- سرمایه انسانی، نهادی و اجتماعی - بهره‌وری، رهبری و رقابت‌پذیری سازمانی - پایداری و اثربخشی سازمان‌های غیرانتفاعی
کارآفرینی اجتماعی	- نقش افراد در شکل‌گیری فعالیت‌های اجتماعی^۱ - نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با بنگاه اجتماعی - کسب‌وکارهای متمرکز بر اهداف اجتماعی با استفاده از سود اضافی^۲
محصولات، خدمات و برنامه‌های جدید	- نوآوری بخش عمومی - ارائه خدمات عمومی توسط شرکت‌های اجتماعی و سازمان‌های اجتماعی رفاه
حکمرانی و ظرفیت‌سازی	روابط بین بازیگران و توانایی‌ها، مزیت‌ها، دارایی‌ها و سرمایه اجتماعی در برنامه‌ها و راهبردهای توسعه

۳. حوزه‌های سیاستی کلیدی برای توسعه نوآوری اجتماعی

نوآوری اجتماعی به یکی از موضوعات مورد علاقه سیاستگذاران در جهان تبدیل شده است. در دهه گذشته، تعدادی از دولت‌ها به طراحی و اجرای سیاست‌هایی برای نوآوری اجتماعی جهت دستیابی به اهداف سیاستی اقدام کرده‌اند. این کشورها شامل ایالات متحده، کانادا، فرانسه، دانمارک، استرالیا، شیلی و هند و تعداد قابل توجهی از کشورهای اروپایی هستند. رئیس‌جمهور جدید کره نیز [در کابینه خود] فردی را به عنوان دبیر نوآوری اجتماعی تعیین کرده است.

1. Social Ventures

2. With any Surpluses re-Invested

دلیل علاقه سیاستگذاران به نوآوری اجتماعی متنوع است:

- حل چالش‌های اجتماعی مزمن،
- ایجاد اشتغال، مخصوصاً برای افراد محروم،
- رشد و توسعه اقتصادی مخصوصاً توسعه فراگیر^۱،
- بهبود خدمات دولتی، ارزان‌تر و کارآتر کردن خدمات،
- مشروعیت‌بخشی بیشتر به مؤسسات دولتی،
- تسریع انعطاف‌پذیری در جوامع کوچک، توانمندسازی مردم برای حل مسئله‌های خودشان،
- تحول در روابط بین دولت و شهروندان.

در ادامه برخی از ابزارهای سیاستی کلیدی که دولت‌ها به کار بسته یا منظور کرده‌اند، به اجمال ارائه شده‌اند. این ابزارهای سیاستی فهرستی از گزینه‌ها برای کشورهای خواهان توسعه راهبردهای کلان برای نوآوری اجتماعی است که در حوزه‌های مختلفی از قانون و سرمایه‌گذاری تا مهارت و تحقیق و توسعه طرح شده‌اند. (Mulgan, 2017)

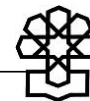
۱-۳. قوانین و مقررات

شکل‌های قانونی: تعداد به نسبت معدودی از دولت‌ها، نهادهای قانونی جدیدی برای نوآوری اجتماعی یا به عبارت دقیق‌تر برای بنگاه‌های اجتماعی که می‌خواهند در عین دنبال کردن مأموریت اجتماعی خود، سرمایه خود را بالا برده، تجارت کرده و سودآوری داشته باشند، تعریف کرده‌اند. شرکت‌های سهامی عام^۲ در انگلستان - که به کسب‌وکارهای اجتماعی اجازه افزایش سهام می‌دهند - و شرکت‌های نوع B که در سطح جهانی به عنوان یک نظام اعتباربخشی در حال گسترش مطرح است (البته می‌تواند به عنوان یک شکل قانونی مطرح شود). در حالت کلی اکثر این تغییر و تحولات برای تسهیل در افزایش سرمایه و انعطاف در فعالیت‌های نوآورانه انواع کسب‌وکارهای اجتماعی است.

اصلاحات نظارتی جامعه مدنی: بسیاری از دولت‌ها به دنبال به‌روز کردن قوانین و رویه‌ها برای نیکوکاری و جامعه مدنی هستند. برخی به دنبال کاهش وابستگی این نهادها به دولت هستند تا بتوانند منعطف‌تر عمل کنند. برخی دیگر برای منفعت اجتماعی و شفافیت بیشتر تلاش می‌کنند.

اصلاح مالیات: برخی دولت‌ها به معرفی مشوق‌های جدید برای سرمایه‌گذاری اجتماعی، مانند تخفیف مالیات بر سرمایه اجتماعی^۳ در انگلستان، مشوق‌های جدید برای اعانه‌های دریافتی و اطمینان از اینکه رفتار مالیاتی با بخش اجتماعی مانند سرمایه‌گذاری خطرپذیر و استارت‌آپ‌ها، مناسب است.

1. Inclusive Growth
2. Community Interest Companies
3. Social Investment Tax Relief (SITR)



مقررات پیش‌بینی شده: دولت‌ها مدل‌های جدید تنظیم‌گری را برای حوزه‌هایی با تغییرات سریع آزمایش می‌کنند. این کار با همکاری با نوآوران برای آزمایش ایده‌های تازه در تنظیم‌گری صورت می‌گیرد. کنیا یکی از بهترین نمونه‌ها برای استفاده از تنظیم‌گری برای پشتیبانی از نوآوری اجتماعی رادیکال است.

قوانین توانمندساز: فرمان ارزش اجتماعی انگلستان ۲۰۱۲، که برای تسهیل تدارکات مختلف برای بخش عمومی ابلاغ شده، نمونه بسیار خوبی از این نوع قوانین است.

۳-۲. منابع جدید سرمایه‌گذاری

سرمایه‌های جدید: دولت‌های معدودی، سرمایه‌های ویژه برای کسب‌وکارها و نوآوری‌های اجتماعی اختصاص داده‌اند. کاخ سفید در زمان باراک اوباما یک صندوق ویژه راه‌اندازی کرده‌اند و دولت هنگ‌کنگ «صندوق نوآوری اجتماعی» را با همین اهداف ایجاد کرده‌اند.

جریان‌های سرمایه‌گذاری جدید به کسب‌وکارهای اجتماعی و نوآوری اجتماعی: دولت‌ها می‌توانند از قانون برای راه‌اندازی صندوق‌های مستقل استفاده کنند. در انگلستان «کارگروه سرمایه‌گذاری اجتماعی» به ایجاد «سرمایه جامعه عظیم»^۱ منجر شده که سرمایه‌های آن با حساب‌های بانکی نامعلوم^۲ جمع‌آوری شد و به ۶۰۰ میلیون پوند رسید و پول بیش از دوجین صندوق‌های سرمایه‌گذاری را تأمین کرد. برخی کشورهای دیگر از حساب‌های بانکی نامعلوم و سپرده‌های بیمه نامعلوم به‌عنوان منبع جدید مالی برای اثرگذاری اجتماعی استفاده می‌کنند. صندوق مرکز رشد اجتماعی دولت انگلستان نمونه دیگری است که مسیر را برای کسب‌وکارهای اجتماعی جدید باز کرده است.

۳-۳. کاربردهای جدید ثروت

نوآوری مالی: مجموعه‌ای از ابزارهای مالی برای دولت‌هایی که به دنبال راه‌های دیگری برای پشتیبانی از نوآوری اجتماعی هستند، وجود دارد. نستا در چشم‌انداز روش‌های مالی^۳ بسیاری از ابزارهایی که هم‌اکنون قابل استفاده هستند را برشمرده است. نمونه‌های دیگری چون سرمایه‌های والز برای ذخیره بودجه^۴، اوراق قرضه اثر اجتماعی^۵ و اعتبارات ارزش اجتماعی^۶ همگی به‌منظور تبدیل نقدینگی جامعه برای خلق و تکثیر نوآوری به‌کار می‌روند.

1. Big Society Capital (BSC)
2. Unclaimed Bank Accounts
3. Landscape of Funding Methods
4. Wales Invest to Save Budget
5. Social Impact Bonds
6. Social Value Credits

باز گذاشتن تأمین و تصدی‌گری: بیشترین قدرت برخی دولت‌ها، ظرفیت آنها برای فروش خدمات است، ولی اغلب برای سازمان‌های کوچک، سازمان‌های نوآور و سازمان‌های اجتماعی رقابت و حتی حضور در قراردادهای دشوار است. به همین دلیل بعضی از دولت‌ها کل فرآیند تأمین و تصدی‌گری را برای عموم باز گذاشته و ابزارهایی چون «شهرحراج»^۱ را برای استفاده از ایده‌های جدید استفاده می‌کنند.

نوآوری اجتماعی در سرمایه‌گذاری توسعه: برخی کشورهای کمک‌کننده، نیاز به ترکیب نوآوری اجتماعی را به روش‌های کمک‌های توسعه‌ای توسط اعضای چون آژانس آمریکایی برای نوآوری دولتی،^۲ اداره توسعه بین‌المللی^۳ تا حدودی درک کرده‌اند. این سازمان‌ها برای مشارکت در نوآوری اجتماعی کُند هستند، اما در حال حرکت به سمت رویکرد مسئله‌محور و نتیجه‌محورند و با استفاده از ابزارهایی مانند DIY^۴ از توسعه ظرفیت نوآوری اجتماعی حمایت می‌کنند.

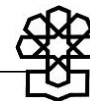
۳-۴. خدمات عمومی و نوآوری اجتماعی

بسیج فعالیت‌های داوطلبان برای ارائه خدمات عمومی: همکاری مرکز فعالیت‌های اجتماعی انگلستان^۵ با دفتر کابینه، نمونه به نسبت خوبی از رویکردهای نظام‌مند برای بسیج زمان، نیرو و منابع عمومی جهت مشارکت در خدمات عمومی مثل اداره بیمارستان‌ها، مدارس و جرائم قضایی است. این برنامه مشترک ابتکارات قابل توجه، از مدل‌های جدید مراقبت از سالمندان تا مربی‌گری در مدارس را پشتیبانی کرده است.

آزمون اجتماعی: امروزه بسیاری از دولت‌ها به اقدامات نظام‌مندتر برای اجرای آزمون‌های اجتماعی علاقه‌مند شده‌اند. فرانسه یکی از پیشروها در این زمینه با طرح اجرا شده^۶ توسط مارتین هیرش بود. اخیراً دولت فنلاند واحد کوچکی را در دفتر نخست‌وزیر برای پشتیبانی از این آزمون‌ها راه‌اندازی کرده است. کانادا با نظارت هیئت خزانه‌داری، تلاش می‌کند که همه بخش‌های دولت را برای اجرای آزمون‌های اجتماعی قبل از اجرای سیاست‌ها در سطح ملی ملزم کند.

سرمایه‌گذاری حول چالش‌ها:^۷ در بسیاری از کشورها فعالیت‌های متعددی برای فرآیند حل مسئله نوآورانه ورای فعالیت‌های سیاسی و خدمات رفاهی صورت گرفته است. دولت ایالات متحده پلتفرم challenge.gov را به کار می‌برد. نستا پلتفرم challenges.org را راه‌اندازی کرده است که برای چالش‌هایی از فناوری‌ها برای افراد ناتوان تا کشاورزی داده‌محور به کار می‌رود. اتحادیه اروپا از چالش‌ها

1. Citymart
2. US agency for Government Innovation (USAID)
3. Department for International Development (DfID)
4. DIY Toolkit
5. UK Centre for Social Action (CSA),
6. Fonds D'Experimentation Pour La Jeunesse
7. Challenge Based Funding



برای تولید ایده‌های جدید حرکت استفاده می‌کند. برخی از این فعالیت‌ها به‌وضوح چالش‌های اجتماعی چون انزوای سالمندان یا اسراف غذا را هدف قرار می‌دهند.

۵-۳. ظرفیت‌سازی در حال رشد

زیرساخت‌های بومی برای جامعه مدنی: دولت‌های ملی می‌توانند نقش مهمی در ساخت ظرفیت‌های بومی برای نوآوری، حل مسئله و خلق کسب‌وکارهای اجتماعی بازی کنند. در دهه ۹۰ میلادی ابتکارات توسعه اجتماعی آمریکا بنیان‌ها و بانک‌های بزرگ را به هم پیوند داد. با مشارکت دولت فدرال، هزاران تعاونی توسعه اجتماعی حمایت شدند که برپایه سرمایه مسکن‌سازی سایر فعالیت‌های بومی را حمایت کردند.

توسعه رهبری: در برخی کشورها، پرورش نسل جدید نوآوران بالقوه و کارآفرینان اجتماعی در اولویت قرار گرفته است. در برخی کشورها مدارس کارآفرینی اجتماعی فعالیت می‌کنند. یکی از فعالیت‌های آژانس نوآوری مالزی، حمایت از افراد جوان برای تبدیل شدن به نوآوران خلاق است.

۶-۳. توانمندی و دموکراسی

نوآوری دموکراتیک: آزمون‌های زیادی در سطح جهان، برای به کار بستن ابزارهای جدید (مخصوصاً با توسعه دیجیتال) در سیاستگذاری عمومی در حال انجام است. بسیاری از این فعالیت‌ها در سطح شهرهایی چون بارسلونا، ریکجاویک و پاریس انجام گرفته است. پلتفرم تصمیم‌گیری مادرید یکی از پیشرفته‌ترین این مدل‌هاست. تایوان هم یکی از پیشگامان دولتی در به‌کارگیری فرآیند vTaiwan برای مشارکت هرچه بیشتر مردم در قانونگذاری است.

۷-۳. نوآوری اجتماعی و تحقیق و توسعه

تغییر مسیر سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه: در برخی کشورها تأکید زیادی بر تغییر سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه برای نوآوری سخت‌افزاری و فناوری به سرمایه‌گذاری برای نوآوری اجتماعی است. در بسیاری از کشورها، این سرمایه‌ها توسط بخش‌های خاصی از علم و صنعت مثل بخش دارویی و فضایی حراست می‌شوند. البته استثناهایی هم وجود دارند، مثلاً اتحادیه اروپا کل برنامه افق ۲۰۲۰ را حول چالش‌های مهم شکل داده است و تضمین کرده که نوآوری اجتماعی یکی از اجزای حل مسئله باشد. انتظار می‌رود که برخی کشورها مشارکت مردم را در اولویت‌گذاری مسائل علمی به آزمون بگذارند. تعداد کمی از آژانس‌های نوآوری ملی - مانند SITRA و Vinnova - در به کار بستن نوآوری اجتماعی پیشرو هستند.

تحقیق و توسعه هدفمند برای چالش‌های اجتماعی: طراحی برنامه‌های خاص کاربرست توسعه فناوری برای رفع نیازهای اجتماعی یکی دیگر از رویه‌های مرتبط است. برای مثال شتاب‌بخشی به نوآوری‌هایی با کاربرد اجتماعی مانند هواپیماهای بدون سرنشین، یادگیری ماشینی و سایر فناوری‌ها از این دست برنامه‌ها هستند.

۸-۳. نوآوری اجتماعی و تیم‌های حل مسئله

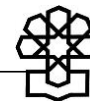
تیم‌های حل مسئله حول موضوعات مختلف: دولت‌های متعددی برای مسئله‌های دشوار و پیچیده، رویکرد نوآوری اجتماعی را در پیش گرفته‌اند. واحد محرومیت اجتماعی انگلستان،^۱ مدل خوبی است که تیم‌هایی از افراد غیردولتی برای حل مسائل اجتماعی مانند بی‌خانمانی تشکیل داده است. این رویکرد نتایج شگفت‌انگیزی مانند ۷۰-۸۰ درصد کاهش در بی‌خانمان‌ها و ۵۰ درصد کاهش در بارداری نوجوانان داشته است.

آزمایشگاه‌های نوآوری اجتماعی: امروزه صدها آزمایشگاه در سطح جهان در حال فعالیت هستند. اکثر آنها در دولت‌های ملی با وزارتخانه‌ها، رئیس‌جمهورها و نخست‌وزیرها برای شتابدهی به نوآوری در حل مسائل به‌روز کار می‌کنند. راهنمای عملی برای آزمایشگاه‌های نوآوری نسبتاً^۲ برخی از این روش‌ها را خلاصه کرده است.

۹-۳. استانداردهای جدید

اندازه‌گیری ابعاد نوآوری اجتماعی: روش‌های اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی در حال پیشرفت است. این روش‌ها طیف گسترده‌ای را دربرمی‌گیرند: انواع ابزارهای جدیدی که برای سنجش نوآوری در اقتصاد استفاده می‌شده است عبارتند از: سنجش فعالیت‌های جامعه مدنی و برخی ارزیابی‌های وسیع‌تر مانند شاخص زندگی بهتر سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (OECD)^۳ و شاخص‌های شبیه آن مانند شاخص پیشرفت اجتماعی.^۴ البته با اینکه دولت‌ها می‌توانند برای ارزیابی برنامه‌ها از استانداردهای دقیق استفاده کنند، ولی هنوز یک استاندارد جامع و قابل اطمینان برای ارزیابی یک برنامه سیاستی نوآوری اجتماعی وجود ندارد.

1. UK Social Exclusion Unit
2. Nesta's Practice Guide for Innovation Labs
3. Better Life Index
4. Social Progress Index



۱۰-۳. ساختارها

تیم‌ها، واحدها و کمیته‌های نوآوری اجتماعی: دولت‌ها باید ساختارها و فرآیندهایی را برای هماهنگی و اتصال فعالیت‌های نوآورانه انتخاب کنند. این گزینه‌ها بسیاری از اهداف متقاطع را بازتاب می‌کنند. داشتن یک ظرفیت مرکزی برای هماهنگی (مانند دفتر جامعه مدنی انگلستان) و کمیته وزارتی برای تنظیم راهبرد و اخذ بودجه معقول است. ولی اغلب دولت‌ها ترجیح داده‌اند تا جایی که امکان دارد، دخالتی نکنند. برای مثال داشتن یک بودجه واحد برای نوآوری اجتماعی می‌تواند مسئله‌ساز شود، چرا که زمان زیادی از مرکز برای فعالیت‌های اجرایی صرف می‌شود تا برای فعالیت‌های راهبردی.

جمع‌بندی و پیشنهادها

پیچیدگی روزافزون مسائل در بخش اجتماعی - برای مثال نابرابری‌های اجتماعی و حفاظت از محیط زیست - سبب شده است نظام‌های اقتصادی به‌رغم توفیق‌های فراوان خود در افزایش سطح کارایی و رقابت‌پذیری، در حل این مسائل کارنامه قابل دفاعی نداشته باشند. نوآوری اجتماعی به‌عنوان پاسخی به چالش‌های فزاینده اجتماعی، زیست‌محیطی و جغرافیایی - مسائل پیچیده - ظهور کرده است. این مسائل پیچیده و چندبُعدی طیف وسیعی از ذی‌نفعان را دربرمی‌گیرد و به‌سختی حل می‌شوند.

درواقع نوآوری اجتماعی از پیوند مفاهیم و نظریات اقتصادی و اجتماعی نشئت گرفته و کارآفرینی اجتماعی نگرشی است هم اجتماعی و هم اقتصادی. تاکنون مرسوم بوده است که خدمات رفاه اجتماعی توسط دولت ارائه شود که ناکارایی‌های بسیاری داشته و دارد. اما در نوآوری اجتماعی این خدمات به بخش مردمی سپرده می‌شود و از یک سمت، پویایی، خلاقیت و نشاطی که در سیستم اقتصادی بازار آزاد وجود دارد، در ارائه خدمات اجتماعی نیز امکان بروز و ظهور پیدا می‌کند و از سمت دیگر، عدم کارایی‌هایی که ناشی از نگاه دولتی به موضوعات اجتماعی است، حذف می‌شود. بدین ترتیب، کارآفرین اجتماعی شخصی است که فعالیت‌های نوآورانه را نه فقط برای نفع شخصی، بلکه برای دستیابی به اهداف اجتماعی انجام می‌دهد. دولت‌ها از طریق نوآوری اجتماعی می‌توانند کارکردشان را در جامعه بهبود بخشند و بهبودهای اجتماعی برآمده از اجتماع را حمایت کنند.

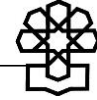
حوزه‌های سیاستی کلیدی در توسعه نوآوری اجتماعی به اجمال عبارتند از:

- اصلاحات قانونی در جهت تعریف نهادها یا شکل‌های قانونی فعالیت نوآوران اجتماعی، نظام‌های مالیاتی خاص یا رویه‌های تنظیم‌گیری جدید،
- اقدامات قانونی برای جذب جریان‌های سرمایه‌گذاری جدید،
- اتخاذ رویکردهای نظام‌مند برای بسیج زمان، نیرو و منابع عمومی،
- توسعه ظرفیت‌های بومی برای نوآوری، حل مسئله و خلق کسب‌وکارهای اجتماعی،

- استفاده از ابزارهای جدید برای جلب مشارکت مردم در سیاستگذاری عمومی،
 - تغییر سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه برای نوآوری سخت‌افزاری و فناوریانه به سرمایه‌گذاری برای نوآوری اجتماعی و طراحی برنامه‌های خاص کاربرست توسعه فناوری برای رفع نیازهای اجتماعی،
 - توسعه استاندارد جامع و قابل اطمینان برای ارزیابی یک برنامه سیاستی نوآوری اجتماعی،
 - استقرار ساختارها و فرآیندهایی برای هماهنگی و اتصال فعالیت‌های نوآورانه.
- به‌عنوان پیشنهاد برای تحقیقات آتی و به‌منظور راهکارهای تقنینی مشخص برای توسعه نوآوری اجتماعی و حل مسائل از آن طریق، لازم است در گام نخست تجربیات کشورهای دیگر درخصوص قانونگذاری و استفاده از ابزارهای سیاستی مورد بررسی و تحلیل قرار گیرند. گام بعدی بررسی شرایط ایران از لحاظ قانونگذاری و سندهای کلان در این زمینه است. در نهایت می‌توان از مجموع این داشته‌ها، پیشنهادهای مشخص برای تکمیل قوانین موجود یا تدوین قوانین جدید ارائه داد.

منابع و مأخذ

1. Ash, A., Cameron, A., & Ray, H. (2003). Placing the social economy. Routledge.
2. Cajaiba-Santana, G. (2013). (2013). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. Technological Forecasting and Social Change.
3. Chalmers, D. (2013). social innovation: An exploration of the barriers faced by innovating organizations in the social economy. Local Economy, 17-34.
4. European Commission. (1996). The Green Book on Innovation. Luxembourg: European Commission.
5. Liedtka, J., Salzman, R., & Azer, D. (2017). Design Thinking for the Greater Good, Innovation in the Social Sector. Columbia University Press.
6. Martins, T., & Bermejo, P. (2015). Open Social Innovation. In I. R. Association, Economics: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications (pp. 361-380). Business Science Reference.
7. Moulaert, F., & Ailenei, O. (2005). Social economy, third sector and solidarity relations: a conceptual synthesis from history to present. Urban studies, 2037-2053.
8. Mulgan, G. (2006). The process of social innovation. innovations. 1(2), 145-162.
9. Mulgan, G. (2017). What governments can do to support social innovation: the evolving national policy menu. NESTA.
10. Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). The open book of social innovation. National Endowment for Science, Technology and the Art.
11. Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). The open book of social innovation: National Endowment for Science. Technology and the Art.
12. Nicholls, A. & Murdock, A. (۲۰۱۲). Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets. Palgrave Macmillan.
12. Nicholls, A., Simon, J., & Gabriel, M. (2015). Introduction: Dimensions of Social Innovation. In A. Nicholls, J. Simon, & M. Gabriel (Eds.), New frontiers in social innovation research (pp. 1-28). Palgrave Macmillan.



13. Pol, E., & Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term? *Journal of Socio-Economics*.
14. Schumpeter, J. (1961). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Transaction Books.
15. Simms, J. (2006). Technical and social innovation determinants of behaviour. *Systems Research and Behavioral Science*, 23, 383-393.
16. Simon, B., Murtagh, B., & O'Neill, K. (2008). Understanding the social economy and the third sector.
17. The Young Foundation. (2012). *Social Innovation Overview: A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE)*. Brussels: European Commission: European Commission – 7th Framework Programme.



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۵۸۹۵

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: نوآوری اجتماعی؛ معرفی و مفاهیم اولیه

نام دفتر: مطالعات ارتباطات و فناوری‌های نوین (گروه فناوری‌های نو)

مدیر مطالعه: پریسا علیزاده

تهیه و تدوین: انسیه شجاعی

ناظران علمی: حسین افشین، مهدی فقیهی

منتقاضی: معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی

ویراستار تخصصی: _____

ویراستار ادبی: _____

واژه‌های کلیدی:

۱. نوآوری

۲. نوآوری اجتماعی

۳. سیاستگذاری

۴. ناکارایی بازار

۵. مسائل پیچیده



تاریخ انتشار: ۱۳۹۷/۳/۲۳