

نوآوری اجتماعی به عنوان محرک توسعه اقتصادی

/// مقدمه



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 به وجود آمده‌اند. البته 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.



دکتر عبدالحسین دانشوری نسب

عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه شهید باهنر کرمان

نوآوری / نوآوری اجتماعی

سیستم اجتماعی-اقتصادی هستند که با هدف تغییر وضع موجود و رفع ناکارایی‌های بازار در اکوسیستم اقتصادی به وجود 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 نوآوری اجتماعی برای تصمیم‌گیری‌های کلان در سطح جامعه، در این مقاله پس از بررسی ضرورت پرداختن به موضوع نوآوری اجتماعی، مباحثی چون انواع تعاریف، سطوح و ابعاد نوآوری اجتماعی، فرایند نوآوری اجتماعی و کاربردهای آن و در پایان رابطه نوآوری اجتماعی و اقتصاد طرح شده‌اند.

نوآوری ضرورت و لازمه حیات یک تمدن است. حلقه نوین توسعه جهان در عصر حاضر، شاهد وجود رقابت گسترده‌ای مبتنی بر نوآوری به منظور دستیابی به منابع کمیاب و محدودی است که مسیر رشد بلندمدت و پایدار جامعه را تضمین می‌کند. اطلاق کلمه نوآوری به یک پدیده، نیازمند آن است که وقوع آن، موجب تغییرات مشخصاً کیفی قابل ملاحظه‌ای گردد. با مطرح شدن بحث توسعه که صرفاً محدود به نوآوری فنی نیست و همچنین درهم‌تنیدگی مجموعه عواملی که به پدید آمدن یک نوآوری منجر می‌شود، تفاوت قابل توجهی از درک امروزی از مفهوم نوآوری وجود دارد. واقعیت این است که پارادایم نوآوری در حال تحول است و می‌توان تغییر در ماهیت و طبیعت نوآوری را مشاهده نمود.

مفهوم نوآوری در ذات خود با اقتصاد پیوند خورده است. شومپیتر (۱۹۶۱) نوآوری را «کاربرد تجاری یا صنعتی چیزی جدید-محصول، فرایند یا روش تولید جدید، یک بازار یا منبع تأمین جدید، یک شکل جدید از سازمان‌دهی تجاری، کسب‌وکار یا تأمین

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. برای مقابله با این وضعیت، سیاست‌گذاران و مسئولان باید به ابزارهای جدید و نوآورانه‌ای برای حل مسئله مجهز شوند. نظام‌های اقتصادی به رغم توفیق‌های فراوان خود در افزایش سطح کارایی و رقابت‌پذیری، در برخی موضوعات از جمله کاهش نابرابری‌های اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست کارنامه قابل دفاعی ندارند. این موضوعات و موارد مشابه در علم اقتصاد با کلید واژه «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 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



مرور برخی تعاریف‌های نوآوری اجتماعی

عبارت نوآوری اجتماعی به شکل‌های مختلفی استفاده شده است. برخی از مراجع اولیه نوآوری اجتماعی به دهه ۱۹۶۰ میلادی برمی‌گردد که برای اشاره به پژوهش‌های آزمایشی در علوم اجتماعی و مردم‌شناسی استفاده شده است. پس از آن به‌عنوان مرجعی برای بنگاه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی، نوآوری‌های فناورانه‌ای که منجر به منافع اجتماعی هستند، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و نوآوری باز استفاده شده است. بخش اعظم ادبیات نوآوری اجتماعی در دهه اخیر شکل گرفته است. ظهور آن به دلیل عوامل متعددی از قبیل نارضایتی فزاینده از تأکید بیش‌ازاندازه 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. تمرکز فناورانه در سیاست‌های نوآوری و رویکرد بیش‌ازحد تکنوکراتیک به برنامه‌ریزی شهری به استفاده از نوآوری

تغییرات ناشی از جهانی‌سازی جامعه انسانی امروزین را شکل داده است.

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 غیره 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 به‌راحتی این مفهوم را می‌پذیرند و در مباحث مرتبط با آن شرکت می‌کنند.

مالی جدید» تعریف می‌کند. این تعریف رابطه بین نوآوری و توانایی بنگاه‌ها را برای توسعه فرایندهای مناسب بستر سرمایه‌داران نشان می‌دهد.

نوآوری در برخی حوزه‌های مهم دیگر مانند حوزه‌های مدیریتی و فناورانه نیز مطرح است. اضافه کردن عنصر اجتماعی به نوآوری، نوآوری اجتماعی را به ارمغان می‌آورد. واژه اجتماعی در این معنا، به‌عنوان یک مسیر جهت‌دار و مورد تأکید نوآوری استنباط می‌گردد و نیازمند یک رویکرد هنجاری است که چیزی‌های مثبتی برای جامعه ایجاد می‌کند. لذا، نوآوری اجتماعی، نظریه کاربردی نوآوری است که جزء اجتماعی هنجاری به آن اضافه شده است.

نوآوری اجتماعی از منظر یک حوزه مطالعاتی، به نسبت یک حوزه جدید مطالعاتی است. با این حال به‌عنوان یک پدیده، نوآوری اجتماعی علت رشد و تغییر جوامع در طول تاریخ بوده‌اند. نوآوری‌های اجتماعی شامل نظام‌های باور، مذاهب، نظام‌های قانونی و

اجتماعی به عنوان تم در نظریه سازی توسعه انسانی، توانمندسازی و راهبردهای توسعه محلی منجر شد.

در جدول شماره (۱) برخی از تعاریف های نوآوری اجتماعی درج شده است. تاکنون در مورد نوآوری اجتماعی تعاریف های متعددی ارائه شده است. با این حال هیچ توافق قطعی و مشترک در مورد اصطلاح نوآوری اجتماعی وجود ندارد و طیف وسیعی از تعاریف ها و تفسیرها در این مورد با توجه به تفاوت های زبانی و شرایط و مقتضیات مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و نظایر آن وجود دارد.

سطوح و ابعاد نوآوری اجتماعی

نوآوری اجتماعی می تواند در سه سطح اتفاق بیفتد. سطح اول نوآوری تدریجی در محصولات و خدمات برای تأمین نیازهای اجتماعی به صورت کاراتر یا مؤثرتر است. این نوآوری هدف بسیاری از خیریه ها و سازمان های غیرانتفاعی و برخی بنگاه های تجاری موسوم به «کف هرم» است. از این نقطه نظر، نوآوری اجتماعی یک فرصت کسب و کار به حساب می آید. سطح دوم نوآوری نهادی است که هدف آن تغییر در ساختارهای اجتماعی و اقتصادی موجود

برای تولید ارزش و نتایج اجتماعی جدید است. در نمونه ای مانند بانکداری از طریق تلفن همراه، ساختارهای بازار موجود برای ایجاد ارزش جدید اجتماعی بهبود یافته اند. در نهایت هدف نوآوری اجتماعی مخرب تغییر در سیستم است. این نوع نوآوری در جهان جنبش های اجتماعی و بازیگران، گروه ها و شبکه های سیاسی و با هدف تغییر در روابط قدرت، تغییر هرم اجتماعی و تغییر چارچوب موضوعات برای بهبود زندگی گروه های حاشیه نشین اتفاق می افتد. مشخصه نوآوری اجتماعی مخرب، مشارکت

جدول شماره (۱) برخی تعاریف منتخب از نوآوری اجتماعی

منبع	تعریف
(Grice, et al., 2012)	نوآوری اجتماعی، نوآوری هایی هستند که هم در وسیله و هم در اهداف خود اجتماعی هستند.
(Mulgan, et al., 2007)	نوآوری اجتماعی، خدمات و فعالیت های نوآورانه با هدف و انگیزه پاسخ به نیاز اجتماعی است و عمدتاً توسط سازمان هایی که اهداف آن ها در اولویت نخست، اجتماعی بوده اند، گسترش و توسعه می یابد.
(Phillis, et al., 2008)	هر راه حل جدید و مفید برای مسائل اجتماعی که بهتر از روش های موجود است (مؤثرتر، کارآمدتر، پایدارتر) و ارزش تولیدی آن در درجه اول به جامعه به عنوان یک کل تعلق دارد و نه افراد خصوصی.
(OECD, 2010)	نوآوری اجتماعی، به دنبال یافتن پاسخ های جدید برای مسائل و چالش های اجتماعی از طریق: شناسایی و ارائه خدماتی جدید که منجر به بهبود زندگی افراد جامعه می شود؛ شناسایی و به کارگیری فرایندهای تلفیقی جدید بازار کار، قابلیت های جدید، مشاغل جدید و فرم جدید مشارکت بر حسب تنوع عناصر که هر کدام در بهبود موقعیت افراد در محیط های کاری نقش دارند.
(Howaldt & Schwarz, 2010)	نوآوری اجتماعی ساختار جدید از شیوه های اجتماعی در حوزه های معین کاری یا مفاهیم اجتماعی که توسط بازیگران معین یا مجموعه ای از بازیگران برای رضایت مندی بیشتر یا پاسخ به نیازها و مشکلات شیوه های موجود ارائه می شود، است.
(Hamerlinck, 2010)	نوآوری اجتماعی شکلی از فرایند نوآوری با هدف توسعه مهارت های مدیریت پویا، استفاده از فرم های انعطاف پذیر سازمان دهی و تحقق اشکال با کیفیت بالا اشتغال، به منظور افزایش بهره وری نیروی کار و کیفیت کار در سازمان است.
(Young Foundation, 2012) (Murray, et al., 2010) (Social Innovation X change 2010)	ایده های جدید (محصولات، خدمات و مدل ها) که به طور همزمان نیازهای اجتماعی را مؤثرتر از جایگزین ها برآورده ساخته و همکاری ها و روابط اجتماعی جدید را فراهم می سازد. به عبارت دیگر نوآوری هایی هستند که هم برای جامعه مطلوبند و هم ظرفیت جامعه برای عمل را افزایش می دهند.
(Grice, et al., 2012)	نوآوری اجتماعی، راه حل های جدید (محصولات، خدمات، مدل ها، کسب و کار، فرایندها و غیره) که همزمان نیازهای اجتماعی را مؤثرتر از راه حل های فعلی برآورده کرده و منجر به بهبود و یا ایجاد قابلیت ها و روابط جدید و استفاده بهتر از دارایی ها و منابع می شود. به بیان دیگر، نوآوری اجتماعی علاوه بر اینکه مطلوب جامعه است، باعث ارتقا ظرفیت اجتماعی برای عمل می گردد.
(Osburg & Schmid-peter, 2010)	نوآوری اجتماعی فرایندی است که در آن نوآوری محور بوده و به آن مجموعه ای هدف و ارزش برای ایجاد توسعه پایدار اضافه می شود.



اقتصاد اجتماعی و بنگاه اجتماعی به طور خاص به شکل و مأموریت سازمانی اشاره دارند. بنگاه اجتماعی، سازمانی است که راهبردهای تجاری را به منظور بیشینه 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 به عنوان محرک اصلی توسعه اقتصادی

اقتصاددانان تخمین می‌زنند که ۵۰ تا ۸۰ درصد رشد اقتصادی ناشی از نوآوری و دانش جدید است. هرچند معیارهای قابل اعتمادی وجود ندارد، به نظر می‌رسد نوآوری نقشی به همان اندازه تعیین کننده در پیشرفت اجتماعی دارد. افزون بر این، نوآوری اجتماعی نقشی تعیین کننده در رشد اقتصادی ایفا می‌کند. پیشرفت‌های گذشته در مراقبت‌های بهداشتی و گسترش فناوری‌های جدیدی مانند خودرو، برق یا اینترنت به همان اندازه به نوآوری اجتماعی وابسته بود که به نوآوری در فناوری یا کسب‌وکار. امروزه نشانه‌هایی وجود دارد که نوآوری اجتماعی حتی برای رشد اقتصادی مهم‌تر می‌شود. این امر تا حدی به این دلیل است که برخی از موانع رشد پایدار (مانند تغییرات اقلیمی یا پیر شدن جمعیت) تنها با کمک نوآوری اجتماعی قابل غلبه هستند و تا حدی به دلیل افزایش تقاضا برای انواع رشدی که روابط انسانی و رفاه را بهبود می‌بخشند و آسیب نمی‌زنند. به نظر می‌رسد بخش‌های کلیدی اقتصاد قرن ۲۱ شامل سلامت، آموزش و مراقبت باشند که روی هم رفته حدود ۳۰ تا ۵۰ درصد

مختلفی از دانش به کار رفت. در کل می‌توان گفت نوآوری باز بیشتر بر همکاری در فرایند 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 به طور خاص به شکل و مأموریت سازمانی اشاره دارند. بنگاه اجتماعی، سازمانی است که راهبردهای تجاری را به منظور بیشینه 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.

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 شماره (۲) دیده می‌شود.

تمایز نوآوری اجتماعی با مفاهیم هم خانواده

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 هم خانواده و بعضاً همپوشان توضیح داده خواهد شد. نوآوری باز: نوآوری‌های اجتماعی از سایر انواع نوآوری در نوع فرایند مورد نیاز، تعاونی و همکاری و در نوع هدف‌گذاری، تمرکز بر نیازهای اجتماعی و خلق روابط و همکاری‌های جدید، متفاوت است. همکاری همچنین یک مؤلفه اصلی از نوآوری باز نیز است. نوآوری باز رویکردی به نوآوری است که هدفش تقویت فرایند 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

جدول شماره (۲) 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



بخش‌های کلیدی اقتصاد قرن ۲۱ شامل سلامت، آموزش و مراقبت می‌باشند که روی هم رفته حدود ۳۰ تا ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهند و در برخی کشورها حتی بیشتر. این‌ها همگی اقتصادهای مختلط هستند که به شدت توسط سیاست عمومی شکل می‌گیرند و به مدل‌های نوآوری بسیار متفاوتی نسبت به مدل‌هایی که برای خودروها، ریزپردازنده‌ها یا زیست‌فناوری مؤثر بودند، نیاز دارند.

تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهند و در برخی کشورها حتی بیشتر. این‌ها همگی اقتصادهای مختلط هستند که به شدت توسط سیاست عمومی شکل می‌گیرند و به مدل‌های نوآوری بسیار متفاوتی نسبت به مدل‌هایی که برای خودروها، ریزپردازنده‌ها یا زیست‌فناوری مؤثر بودند، نیاز دارند. در زیر به جنبه‌هایی از نوآوری اجتماعی به عنوان محرک توسعه اقتصادی اشاره می‌شود:

– نوآوری به عنوان موتور محرک تولید و بهره‌ور

نوآوری می‌تواند روش‌های تولید را تغییر داده و بهره‌وری را افزایش دهد. فناوری‌های جدید به کاهش هزینه‌ها، بهینه‌سازی مصرف منابع و افزایش کیفیت محصولات کمک می‌کنند. به همین دلیل، کشورهایی که در تحقیق و توسعه (R&D) سرمایه‌گذاری می‌کنند، معمولاً رشد اقتصادی پایدارتری را تجربه می‌کنند.

– تأثیر فناوری‌های نوین بر بهینه‌سازی تولید

فناوری‌های جدید مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا (IoT) و رباتیک باعث کاهش وابستگی به نیروی کار سنتی و افزایش کارایی فرایندهای تولیدی شده‌اند. این امر به افزایش سرعت تولید، کاهش ضایعات و بهبود کیفیت محصولات کمک می‌کند.

– افزایش بهره‌وری از طریق دیجیتالی‌سازی اتوماسیون

دیجیتالی‌سازی و اتوماسیون، فرایندهای تجاری و تولیدی را کارآمدتر می‌کنند. به عنوان مثال، سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع انسانی و مدیریت زنجیره تأمین باعث بهینه‌سازی عملیات و کاهش هزینه‌های سرشار می‌شوند. شرکت‌هایی که این فناوری‌ها را به کار

می‌گیرند، مزیت رقابتی بیشتری دارند و سهم بیشتری از بازار را به دست می‌آورند.

– اشتغال‌زایی و ایجاد فرصت‌های جدید

با ورود فناوری‌های جدید، فرصت‌های شغلی جدیدی نیز ایجاد می‌شود. اگرچه برخی از مشاغل سنتی ممکن است کاهش یابند، اما در مقابل، حوزه‌هایی مانند فناوری اطلاعات، علوم داده، مهندسی زیستی و تجارت الکترونیک فرصت‌های شغلی گسترده‌ای به وجود آورده‌اند.

– تغییر مهارت‌های مورد نیاز در بازار کار

نوآوری باعث تغییر مهارت‌های مورد نیاز در بازار کار می‌شود. مهارت‌های مرتبط با تحلیل داده، برنامه‌نویسی، هوش مصنوعی و مدیریت فناوری اکنون بیش از گذشته اهمیت پیدا کرده‌اند؛ بنابراین، آموزش و توسعه مهارت‌های نیروی کار باید همگام با تغییرات فناوری باشد.

– افزایش رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی

شرکت‌هایی که نوآوری را در مدل کسب‌وکار خود ادغام می‌کنند، می‌توانند محصولات و خدماتی با کیفیت بهتر و هزینه کمتر ارائه دهند. این امر به آن‌ها کمک می‌کند تا در بازارهای بین‌المللی رقابت‌پذیرتر شوند و سهم بیشتری از بازار را به دست آورند.

– تأثیر تحقیق و توسعه (R&D) بر مزیت رقابتی

تحقیق و توسعه یکی از ابزارهای کلیدی در نوآوری است. شرکت‌هایی که سرمایه‌گذاری بیشتری در R&D انجام می‌دهند، معمولاً محصولات و خدمات بهتری ارائه می‌کنند و قادر به رقابت در سطح جهانی هستند.

– تأثیر نوآوری بر جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی

سرمایه‌گذاران به دنبال فرصت‌هایی هستند

که بازده بالایی داشته باشند. کشورها و شرکت‌هایی که در فناوری‌های نوین و استارت‌آپ‌های خلاق سرمایه‌گذاری می‌کنند، معمولاً جذابیت بیشتری برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی دارند. این امر موجب افزایش ورود سرمایه به اقتصاد و رشد پایدار آن می‌شود.

– نقش استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناور در رشد اقتصادی

استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناور نقش مهمی در نوآوری و ایجاد ارزش افزوده دارند. این شرکت‌ها نه تنها محصولات و خدمات جدیدی ارائه می‌دهند، بلکه فرصت‌های شغلی جدیدی نیز ایجاد می‌کنند و بازارهای جدیدی به وجود می‌آورند.

– حمایت‌های دولتی از نوآوری و تأثیر آن بر رشد اقتصادی

دولت‌ها با سیاست‌های حمایتی مناسب می‌توانند نوآوری را تقویت کنند. این حمایت‌ها شامل مشوق‌های مالی، تأمین مالی پروژه‌های تحقیقاتی، تسهیل فرایندهای قانونی برای استارت‌آپ‌ها و ایجاد زیرساخت‌های مناسب است. – مشوق‌های مالیاتی و سیاست‌های تحقیق و توسعه کاهش مالیات برای شرکت‌های نوآور، تسهیلات مالی برای استارت‌آپ‌ها و حمایت از مراکز تحقیقاتی، از جمله اقداماتی هستند که دولت‌ها می‌توانند برای تسریع رشد اقتصادی مبتنی بر نوآوری انجام دهند.

نوآوری اجتماعی در خدمت توسعه اقتصادی

اکنون که از نقش نوآوری اجتماعی به عنوان محرک توسعه اقتصادی و اجتماعی صحبت کردیم، بهتر است از نقش اقتصاد به عنوان محرک نوآوری‌های اجتماعی نیز سخنی بگوییم. اقتصاد می‌تواند نقش حیاتی در

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.

Nicholls A & Murdock, A (2012) 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.

نوآوری نه تنها رشد اقتصادی را تسریع می‌کند، بلکه موجب افزایش بهره‌وری، ایجاد مشاغل جدید، بهبود کیفیت زندگی و رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی می‌شود. برای استفاده حداکثری از پتانسیل نوآوری، دولت‌ها، شرکت‌ها و جوامع باید به‌طور هماهنگ بر تحقیق و توسعه، آموزش نیروی کار و سیاست‌گذاری‌های حمایتی تمرکز کنند. همکاری میان سه بخش کلیدی یعنی جوامع، کسب‌وکارها و دولت‌ها در تقویت نوآوری، می‌تواند به ایجاد یک اکوسیستم نوآوری قوی منجر شود که رشد پایدار اقتصادی را تضمین می‌کند. آینده اقتصاد جهانی در دستان کشورها و شرکت‌هایی است که نوآوری را به‌عنوان راهبرد اصلی خود انتخاب می‌کنند. **///**

منابع

1. Ash, A., Cameron, A., & Ray, H. (2003). *Placing the social economy*. Routledge.
2. Cajasanta, 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. Moulart, F., & Ailenei, O. (2005). *Social economy, third sector and solidarity relations: a conceptual synthesis from history to present*.

توسعه نوآوری‌ها برای خدمت به نیازهای اجتماعی، محیط‌زیستی و سایر نیازهای انسانی ایفا کند. اقتصاددانان می‌توانند به طراحی نهادهایی کمک کنند تا انگیزه‌های خصوصی در جهت نوآوری با نیازهای انسانی و محیط‌زیستی همسو شوند. می‌دانیم نوآوری محرک اصلی رشد اقتصادی است اما نوآوری فنی و اجتماعی همچنین باعث بهبود سلامت و روابط اجتماعی و کاهش نابرابری می‌شود. نوآوری‌های معاصر در زیست‌شناسی و هوش مصنوعی توان عظیمی برای کمک به رونق اقتصادی، بهبود سلامت و آموزش (شامل محروم‌ترین افراد جهان)، توجه به چالش‌های جهانی از قبیل پاندمی و تغییر اقلیم دارند. در عین حال، بسیاری نگران هستند که این نوآوری‌ها می‌تواند محیط‌زیست را به‌خطر اندازد، نابرابری را افزایش دهد و به قطبی‌سازی سیاسی بینجامد.

اقتصاددانان می‌توانند به طراحی نهادهایی کمک کنند تا انگیزه‌های خصوصی در مسیر جهت‌گیری نوآوری با نیازهای انسانی و محیط‌زیستی بهتر همسو شوند. آن‌ها همچنین با کمک به توسعه و آزمون جدی نوآوری‌های اجتماعی می‌توانند مستقیماً به فرایند نوآوری کمک کنند.

چالش‌ها و موانع پیش روی نوآوری در اقتصاد

موانع قانونی، فرهنگی و مالی؛ قوانین پیچیده و بوروکراسی می‌تواند مانعی برای رشد شرکت‌های نوآور باشد. فرهنگ سنتی و مقاومت در برابر تغییر ممکن است پذیرش نوآوری را کند کند. مشکلات تأمین مالی برای استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوآور نیز یکی از چالش‌های اساسی است. برای غلبه بر این چالش‌ها، نیاز به اصلاحات قانونی، توسعه فرهنگ نوآوری و تسهیل دسترسی به منابع مالی برای کسب‌وکارهای نوآور وجود دارد. همکاری بین دولت، بخش خصوصی و دانشگاه‌ها می‌تواند به ایجاد یک اکوسیستم نوآوری پایدار کمک کند.

نتیجه‌گیری: چگونه می‌توان از نوآوری برای رشد پایدار اقتصادی استفاده کرد؟