

# نوآوری اجتماعی

## مفاهیم، تعاریف، مدل‌ها

### تألیف

دکتر علی مبینی دهکردی

دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

دکتر مهراڻ کشتکار هراڻکی

دکتری مدیریت راهبردی دانش دانشگاه عالی دفاع ملی



شماره مسلسل ۹۳۷۲

شماره انتشار ۳۸۹۷

انتشارات دانشگاه تهران

سرشناسه	: مبینی دهکردی، علی، ۱۳۳۴ - Mobini Dehkordi, Ali
عنوان و نام پدیدآور	: نوآوری اجتماعی: مفاهیم، تعاریف، مدل‌ها/ تألیف علی مبینی دهکردی، مهران کشتکار هرانکی.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۲۶۶ ص: مصور، جدول، نمودار.
فروست	: انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۳۸۹۷.
شابک	: 978-964-03-7162-6
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: واژه‌نامه.
موضوع	: نوآوری -- ایران -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: نوآوری -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: تحولات اجتماعی -- ایران
موضوع	: تحولات اجتماعی
شناسه افزوده	: کشتکار هرانکی، مهران، ۱۳۵۱ -
شناسه افزوده	: دانشگاه تهران. مؤسسه انتشارات
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۶ م۲/ن ۷۹/ HC
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۶۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۹۷۹۳۹۸

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود و تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.

ISBN:978-964-03-7162-6



9 789640 371626

عنوان: نوآوری اجتماعی؛ مفاهیم، تعاریف، مدل‌ها  
 تألیف: دکتر علی مبینی دهکردی - دکتر مهران کشتکار هرانکی  
 ویرایش ادبی: فاطمه شیخ‌لو  
 نوبت چاپ: اول  
 تاریخ انتشار: ۱۳۹۶  
 شمارگان: ۵۰۰ نسخه  
 ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران  
 چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلفان است»

بها: ۲۰۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرش مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران  
 پست الکترونیک: [press@ut.ac.ir](mailto:press@ut.ac.ir) - تارنما: <http://press.ut.ac.ir>  
 پخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲

# بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

## فهرست

پیشگفتار.....	ج
فصل اول - مروری بر کلیات نوآوری .....	۱
فصل دوم - طبقه‌بندی انواع نوآوری اجتماعی و فنی، اقتصادی، مدیریت، استراتژیک .....	۲۵
فصل سوم - مفاهیم نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی .....	۴۹
فصل چهارم - گونه‌شناسی نوآوری اجتماعی .....	۸۱
فصل پنجم - انواع تعاریف نوآوری اجتماعی .....	۱۰۹
فصل ششم - گفتمان‌ها و رویکردهای نوآوری اجتماعی .....	۱۳۹
فصل هفتم - مدل‌های نوآوری اجتماعی .....	۱۶۱
فصل هشتم - عوامل مؤثر بر نوآوری اجتماعی .....	۱۷۹
فصل نهم - منابع و بازیگران نوآوری اجتماعی .....	۲۰۳
فصل دهم - کارکرد نوآوری اجتماعی .....	۲۱۷
واژه‌نامه .....	۲۵۱



## پیشگفتار

امروزه، عوامل متعددی موجب شده است که جامعه، رهبران، مدیران کلان، تصمیم‌گیران، مراکز علمی و دانشگاهی و حتی سازمان‌هایی با مأموریت‌های اجتماعی به‌طور جدی به نوآوری اجتماعی توجه کنند. به‌هنگام محدودیت منابع، سیاستگذاران برای یافتن راه‌حل‌های جدید و نیز گسترش الگوهای خدمات عمومی نوآورانه، احساس نیاز می‌کنند. به‌عبارت دیگر، بسیاری از افراد، فرصت‌های فراهم‌شده حاصل از چالش‌های اجتماعی را قدرت تحرک جدید می‌دانند که می‌تواند ارزش‌افزوده ملموس و طولانی‌مدت برای جامعه، دولت و تجارت فراهم کند. نوآوری اجتماعی می‌تواند توانایی اقتصادهای بومی را بهبود دهد و قابلیت لازم برای ایجاد انواع جدید مشارکت و الگوهای تجارت را دارد. نوآوری اجتماعی، پیش‌شرط لازم برای ایجاد جامعه عادلانه و منسجم است که در آن هر فردی می‌تواند به‌صورت کامل مشارکت کند و قابلیت بالقوه خود را محقق سازد؛ از این‌رو بخشی از جذابیت فعلی نوآوری‌های اجتماعی ناشی از این واقعیت است که می‌تواند راهی برای حل و فصل چالش‌های اجتماعی به شیوه اخلاقانه و مثبت باشد.

مطالعه تجارب سازمان‌های بین‌المللی و کشورهای پیشرو نشان می‌دهد که این مهم بستر لازم را برای عملکرد فعال در شرایط رقابتی بسیار پیچیده، با استفاده از سرمایه‌های دانشی فراهم می‌کند؛ به‌گونه‌ای که عامل اساسی تقویت رشد پایدار، امنیت کار و افزایش قابلیت‌های رقابتی خواهد بود. باین‌حال، این مفهوم در راهبردها و سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران مرسوم نیست و به آن توجه نشده است.

برای کمک به پر کردن این شکاف، کتاب حاضر نخستین کتابی است که تلاش می‌کند به تبیین و ترویج مفهوم نوآوری اجتماعی و گفتمان‌های مربوط بپردازد. از آنجا که ماهیت نوآوری اجتماعی از جنس نرم، وابسته به محیط و متأثر از ارزش‌ها و هنجارهای جامعه هدف است، بدیهی است که امکان تجویز و استفاده از الگوها و مدل‌های مطرح‌شده سایر کشورها و جوامع، مؤسسات و بنیادهای جهانی و بین‌المللی وجود ندارد. ضمن آنکه ارزش‌ها و هنجارها، به‌ویژه هنجارهای اجتماعی جمهوری اسلامی ایران تفاوت بنیادی با سایر کشورها، و به‌طور مشخص جهان غرب دارد که خاستگاه ادبیات نوآوری اجتماعی است؛ در نتیجه ضرورت تدوین کتاب حاضر بیشتر نمایان می‌شود، به امید اینکه از طریق موارد زیر، مؤثر و مفید باشد:

- تقویت مبانی دانشی در ادبیات علمی و پژوهشی کشور؛
- تقویت مبانی دانشی در عرصه سیاستگذاری و اجرایی کشور؛
- تقویت مبانی دانشی در ادبیات و انگاره‌های اجتماعی جامعه؛
- کمک به جامعه سیاستگذاری، تصمیم‌گیران و اجرایی کشور برای بهره‌برداری درست و مناسب از

منابع و سرمایه‌های دانشی؛

## ح □ نوآوری اجتماعی

- کمک به گسترش روحیه نوآوری و ابتکار، باهدف بهبود مستمر و پویا در سطوح و لایه‌های مختلف جامعه؛
  - کمک به افزایش ظرفیت، توانمندسازی، یکپارچه‌سازی و مشارکت فعال و مسئولانه ذی‌نفعان برای تحقق استحکام ساخت درونی قدرت نظام؛
  - کمک به افزایش ظرفیت، توانمندسازی، یکپارچه‌سازی و مشارکت فعال و مسئولانه ذی‌نفعان برای یافتن پاسخ‌های بومی، جدیدتر و کارآمدتر برای برآورده کردن نیازهای رو به رشد اجتماعی؛
  - کمک به دانش‌بنیان کردن جامعه از طریق به‌کارگیری اصول دانشی براساس ارزش‌های اسلامی – ایرانی؛
  - کمک به شفاف‌سازی و آگاهی‌بخشی درباره حقوق و تکالیف متقابل بازیگران اصلی نوآوری اجتماعی در جامعه از طریق دسترسی آسان و ضابطه‌مند به اطلاعات صحیح.
- این کتاب که در ده فصل تدوین و تنظیم شده است، تلاش می‌کند با توجه به اهمیت نوآوری اجتماعی، با مطالعه پژوهش‌های پیشین ارزشمند محققان، و نیز تجربیات مؤلفان آن که حاصل سال‌ها تحقیق و پژوهش در این حوزه است، به جمع‌بندی و ارائه منظم، شفاف و یکپارچه مطالبی بپردازد که برای استفاده و کاربست علمی و عملی مدیران و تصمیم‌گیران سطوح راهبردی، و نیز پژوهشگران و دانشجویان مقاطع مختلف، به‌ویژه کارشناسی ارشد و دکتری مفید است.
- بی‌گمان بیش از هر چیز، استفاده از دیدگاه‌های ارزشمند خوانندگان این کتاب، ما را در ادامه کار یاری و کمک خواهد کرد.

دکتر مهران کشتکار هرانکی

دکتری مدیریت راهبردی دانش دانشگاه عالی دفاع ملی

دکتر علی مبینی دهکردی

دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران