

مقاله پژوهشی: نظام نوآوری اجتماعی با تاکید بر توسعه کارآفرینی در شهر جدید پردیس

صدیقه رضائیان فردویی^۱، مهرا نگرانی کشتکار، منصوره حورعلی^۳، شهلا جهانگیری^۴، محمد آتش کار نصرآباد^۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۰۹

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی و ارزیابی راهکارهای توسعه کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی در شهر جدید پردیس انجام گرفته و برحسب گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی، برحسب هدف کاربردی و روش حل مسائل از نوع مدل‌سازی ریاضی و تصمیم‌گیری چند شاخصه (MADM) می‌باشد. جامعه آماری تحقیق از ۱۵ نفر خبرگان حوزه نوآوری اجتماعی و کارآفرینی تشکیل شده است. بر اساس مطالعات صورت گرفته معیارهای تحقیق از تغییرات نظام‌مند، انتشار و اجرا در مقیاس و سبب، ارزیابی عملیاتی ایده منتخب، ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها، ایده پردازی باهدف حل مشکل، و تشخیص یک مشکل که باید حل شود تشکیل شده است. در بخش تحلیل ابتدا به اولویت‌بندی و وزن‌دهی معیارها پرداخته می‌شود، سپس با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه روابط درونی بین معیارها محاسبه گردید و با استفاده از وزن‌های به دست آمده در نرم افزار سوپرد سیژن سوپرماتریس ناموزون را تشکیل داده و با محاسبه سوپرماتریس ناموزون و حد به وزن نهایی و رتبه‌بندی معیارها احصا شد، بر این اساس سه معیار ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها، تغییرات سیستماتیک، ارزیابی عملیاتی ایده منتخب از بالاترین اولویت‌ها در بین معیارهای دیگر برخوردار است که برای هر یک پیشنهادهایی ارائه گردید و با استفاده از روش دلفی یک فرایند ساختاریافته برای جمع‌آوری و طبقه‌بندی آن بررسی و اجرا گردید.

کلیدواژه‌ها: ارزیابی نوآوری اجتماعی، نوآوری، تصمیم‌گیری چند شاخصه، توسعه کارآفرینی.

۱. استادیار دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
۲. استادیار گروه مدیریت راهبردی دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران
۳. استادیار دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسؤل: hourali@pnu.ac.ir)
۴. دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
۵. دانشجوی دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

مقدمه

مفهوم نوآوری به خلق محصول، خدمت، یا فرایندی اشاره دارد که برای یک سازمان جدید باشد. (طارق، ۱۳۸۴) فرآیند نوآوری پیونددهنده نیاز پروژه، اختراع، توسعه و انتقال فناوری با یکدیگر است. در هر یک از این گام‌ها ایده‌ها و مفاهیمی آفریده می‌شود، اما فرآیند نوآوری هنگامی تحقق می‌یابد که این گام‌ها در پایان به بهره‌برداری و تجاری‌سازی یک محصول، فرآیند یا سامانه پیشرفته‌تر بینجامد (سیون و همکاران، ۱۹۹۹). نوآوری را می‌توان یک پدیده اجتماعی دانست (مبینی و کشتکار، ۱۳۹۳). نوآوری اجتماعی سازوکار جدیدی است که رفاه و آسایش افرادی که آن را اتخاذ می‌کنند، در مقایسه با وضع موجود افزایش می‌دهد (قنبری و حسینی، ۱۳۹۴).

توسعه کارآفرینی هسته برنامه توسعه بسیاری از کشورها است. در ایران نیز توسعه و ترویج کارآفرینی یکی از نیازهای جدی جامعه بوده و شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نحوه تعامل آن‌ها با یکدیگر از ضروریات است (امینی و همکاران، ۱۳۸۹). توسعه کارآفرینی نقش به‌سزایی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها دارد، به‌طوری‌که امروزه کارآفرینی به راهبردی‌ترین و مهم‌ترین ابزار اقتصادی جوامع پیشرفته تبدیل شده است (زالی و رضوی ۱۳۸۷). در شرایطی که کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور، بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت و اضافه شدن خیل تازه‌واردان به عرصه کار، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است، کارآفرینی به‌عنوان راه چاره و علاج معضل بیکاری مطرح بوده است (ون استل و همکاران، ۲۰۰۷).

همچنین چالش‌های جدید اجتماعی همانند فقر، محرومیت اجتماعی، پیر شدن جمعیت، افزایش نابرابری، ظهور ساختارهای جدید تنظیمات خانوادگی، الگوهای کاری، تغییر ارزش‌ها و مناسبات بین نسل‌ها، تغییر ماهیت از محصول به خدمت و نظایر آن، مطالبه اجتماعی جدیدی را بر جوامع تحمیل می‌کند. ظهور جامعه مدنی، کارآفرینی اجتماعی، گرایش به تحول در جوامع، ظهور ادبیاتی مانند دانش، سرمایه‌های فکری، جامعه دانشی و افزایش اهمیت دارایی‌های نامشهود (خلاقیت، سرمایه اجتماعی)، نیاز به نوسازی بخش عمومی و افزایش بهره‌وری آن، حوزه دیگری از ضرورت و اهمیت نوآوری اجتماعی است. (مبینی و کشتکار ۱۳۹۳)

در تحقیق حاضر، نوآوری‌های اجتماعی ایده‌های جدیدی (شامل محصولات، خدمات و مدل‌ها) می‌باشند که هم‌زمان نیازهای اجتماعی را (بسیار مؤثرتر و کارآمدتر از جایگزین هایشان) برآورده

^۱Cebon et al

^۲Van Stel et al

می‌کنند و روابط یا مشارکت‌های اجتماعی جدیدی را نیز به وجود می‌آورند. در میان نظام‌های نوآوری اجتماعی از مدل شش مرحله‌ای مورای^۱ و همکاران استفاده شد. این مدل برای اجرا در شهر جدید پردیس می‌تواند بسیار مفید باشد زیرا فرایندهای نوآوری اجتماعی در قالب گام‌های مختلف که ایده را از آغاز تا برخورد به هدف تبیین می‌کند، ارائه شده است. این گام‌ها به صورت فوق‌العاده، متوالی و زنجیروار هستند. نوآوری‌ها می‌توانند از گام‌ها پرش کنند؛ گام‌ها غالباً هم‌پوشانی دارند؛ حلقه‌های بازخوردی زیادی بین آن‌ها وجود دارد.

مکان‌یابی شهر جدید پردیس با توجه به شرایط طبیعی منطقه و اهداف دولت بوده که با توجه به موقعیت حساس شهر تهران به عنوان پایتخت و مرکز سیاسی و اداری کشور از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. شهر جدید پردیس در ناحیه شرقی تهران قرار دارد که از نظر جذب جمعیت حائز اهمیت بوده و توانسته نقش مهمی در این زمینه ایفا نماید. شهر جدید پردیس با قابلیت‌های گردشگری - توریستی، موقعیت طبیعی، آب و هوای مطبوع، جاذبه‌های طبیعی و امکاناتی همچون مراکز تجاری، آتشنشانی، اورژانس، پلیس انتظامی، راهنمایی و رانندگی و پارک فناوری پردیس به‌عنوان مهم‌ترین و اولین پارک فناوری بین‌المللی ایران می‌تواند بستر مناسبی برای اجرای سیاست‌های نوآوری اجتماعی و ارائه راهکارهای کارآفرینی باشد. در این راستا مهم‌ترین راهکارهای توسعه کارآفرینی بر اساس نظام نوآوری اجتماعی، شناسایی و ارزیابی خواهد شد.

پیشینه شناسی و مبانی نظری تحقیق

بایی و همکاران^(۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان باز کردن نقش دانشگاه‌ها در ظهور، توسعه و تأثیر نوآوری‌های اجتماعی دو عامل توسعه فناوری و نوآوری اجتماعی را مورد بررسی قرار دادند و بسته پیشنهادی حضور و نقش دانشگاه‌ها در توسعه نوآوری اجتماعی و تأثیر آن را ارائه دادند.

کولن و انگلیس^(۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان کارآفرینی حلقوی: چشم انداز الگوی کسب و کار بر کارآفرینی متمرکز شدند و رویکرد الگوی طرح کسب و کار آتی را پیشنهاد دادند.

کریسمن^(۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان نوآوری‌ها و تعارض‌های اجتماعی در توسعه و برنامه‌ریزی شهری، نظام نوآوری اجتماعی را مد نظر قرار داده و نظام اجتماعی نوآورانه توسعه شهری را عرضه

^۱Moray et al

^۲Bayuo et al

^۳Cullen & Angelis

^۴Christmann

داشتند.

فوتما و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان کشاورزان و نوآوری‌های اجتماعی در توسعه روستایی: ترتیبات همکاری در شرق آمازون برزیل دو عامل کارآفرینی و نوآوری اجتماعی را مبنای کار قرار داده و خروجی این پژوهش نوآوری‌های اجتماعی در صنعت کشاورزی و توسعه روستایی شد.

فولخنسی و ولی فیور^۲ (۲۰۱۶) یک بررسی پیشرفته بر روی سامانه نوآوری اجتماعی انجام دادند و با رویکرد تحلیلی مفهوم نوآوری اجتماعی را ارائه دادند.

کریمی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان ارائه چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در سطح کلان با استفاده از روش فراترکیب سه بعد (محیطی، اجتماعی و اقتصادی) بر اساس خط پایین سه گانه، ۱۶ مفهوم و ۵۶ کد در ارزیابی نوآوری اجتماعی را شناسایی کردند.

بنویت و همکاران^۳ (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان نگاشت شبکه‌های نوآوری اجتماعی: خدمات اجتماعی دانش‌پر، به عنوان سازندگان سیستم را انجام دادند. این مقاله نشان می‌دهد که فعالیت‌های ارتباطی در حال ایجاد شبکه‌های نوآوری اجتماعی در حال رشد هستند. این شبکه‌ها می‌توانند با تعامل با سایر شبکه‌های نوآوری اجتماعی از قدرت بیشتری برخوردار شوند.

کشتکار (۱۳۹۹) در تحقیقی مدل مفهومی رابطه بین نوآوری اجتماعی و مدیریت دانش با رویکرد فراترکیب را مورد بررسی قرار داده و با استفاده از روش فراترکیب، یافته‌های مطالعات صورت گرفته در خصوص رابطه و تعامل بین مدیریت دانش و نوآوری اجتماعی را به صورت نظام‌مند بررسی کرده و به تحلیل آن‌ها پرداختند.

- مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی به مفهوم توسعه و مدیریت یک فعالیت تجاری برای دستیابی به سود با انجام چندین ریسک در دنیای شرکت اشاره دارد. به عبارت ساده، کارآفرینی تمایل به شروع یک کار جدید است. کارآفرینی نقش مهمی در توسعه اقتصادی بازار جهانی در حال گسترش داشته است (هیسریچ و همکاران، ۲۰۱۴). با وجودی که کلمه کارآفرین و مفهوم کارآفرینی ساده و قابل درک به نظر می‌رسد، اما می‌توان بیان کرد که تعریف دقیقی از کارآفرین و کارآفرینی که مورد اتفاق نظر همگان

^۱Futemma et al

^۲Fulgencio and Fever

^۳Benoît

^۴Hisrich et al

باشد وجود ندارد. تعاریف کارآفرینی فراوانند و هر یک، بر جنبه‌ای از فرایند کارآفرینی و ویژگی‌های فرد کارآفرین تأکید کرده‌اند (کالن و دی آنجلیس، ۲۰۲۱). واژه کارآفرینی به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. واژه کارآفرینی دیرزمانی پیش از آن که مفهوم کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل سده ۱۶ میلادی، کسانی را که در امر هدایت مأموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند. از آن پس درباره دیگر مخاطره‌ها نیز همین واژه با اعمال محدودیت‌هایی به کاربرده شد. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، فرانسویان درباره پیمانکاران دولت که متصدی ساخت جاده، پل، بندر و غیره بودند، به کرات لفظ کارآفرین را به کاربرده‌اند (کمالیان و همکاران، ۱۳۸۹).

کارآفرینان افرادی هستند که به امید هر گونه نشانه‌ای از فرصت‌های کسب و کار، اطراف خود را مشاهده می‌کنند، هوشیاری همیشگی از ویژگی‌های آن‌ها است و هیچ چیز هم نمی‌تواند جلوی موفقیت آن‌ها را بگیرد. نقش کارآفرین عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد. شومپتر مشخصه اصلی کارآفرین را «نوآوری» می‌داندست و کار یک کارآفرین را «تخریب خلاق» تعریف نمود. وی در کتاب «نظریه اقتصاد پویا» بیان می‌دارد که تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می‌گردد و این‌ها مشخصه یک اقتصاد سالم هستند (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۲).

- کارکردهای کارآفرینی در مقیاس شهری

بستر مورد نیاز برای کارآفرینی در مقیاس مدیریت شهری جامعه بدون کمک حکومت در جهت فراهم کردن خدمات ضروری و امنیت، نمی‌تواند به اهدافش دست یابد. تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه، راهبرد مهمی برای توسعه اقتصادی پایدار است (پتراکیس، ۲۰۱۴). از سوی دیگر حکومت نیز بدون انرژی و تعهد دیگران (سازمان‌های داوطلب، سازمان‌های خصوصی و غیره)، نمی‌تواند به اهداف خود دست یابد (مقیمی، ۱۳۸۳). خواجه‌نیا و راد عوامل زمینه‌ای مرتبط با کارآفرینی در مدیریت شهری را به شرح زیر شناسایی کردند: (۱) شخص کارآفرین؛ (۲) زیربنای فیزیکی و فرهنگی شهری و منطقه‌ای که تحت اختیار مستقیم مدیریت شهری است؛ (۳) زیربنای فیزیکی و اقتصادی و سیاسی ملی که از طرف دولت بر آن‌ها مدیریت صورت می‌گیرد. در این دیدگاه، مدیریت شهری برای پرورش کارآفرینی در بستر شهر با هر یک از این سه عامل باید تعامل لازم و خاصی را برقرار کند (خواجه‌نیا و راد، ۱۳۸۹). در زمینه توسعه کارآفرینی شهری به ویژه

در شهرهای ایران باید به چند محور مهم و اساسی توجه داشت؛ یکی از مهمترین موارد آن در این زمینه ایجاد سازوکارهای تامین مالی مناسب برای رشد این حوزه است و کاهش مالیات‌ها و تقویت سیستم تخصصی بانکی که می‌تواند در نهایت منجر به جلوگیری از مرگ شهری گردد (اسکیکا سیزیوزکا و گاجکی، ۲۰۲۰).

- توسعه کار آفرینی

کارآفرینی زمانی اتفاق می‌افتد که کارآفرین به فرصت‌های سودآوری پی ببرد و از آن‌ها بهره‌برداری نماید (اکهارد و شین، ۲۰۰۳). در مدل‌های تعادلی که در اواخر قرن بیستم مدل‌های غالب در اقتصاد بودند، فرض می‌شود که در حالت تعادل همه فرصت‌های سودآوری پیش از این بهره‌برداری شده‌اند و همه عوامل تولید در کارکرد بهینه خود تخصیص یافته‌اند (فوسس و کلاین، ۲۰۱۰).

اهمیت موضوع کارآفرینی از جنبه‌های مختلفی قابل بررسی می‌باشد مثلاً کشورهای توسعه‌یافته با استفاده از فعالیت‌های خلاقانه، حیاتی دوباره به اقتصاد خود می‌بخشند و مشکلات ناشی از بیکاری را با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید ناشی از فعالیت‌های کارآفرینانه حل می‌نمایند، همچنین آن به‌صورت یک کنش‌یار بالقوه جهت پیشرفت فناورانه و نوآوری در محصول و بازار پذیرفته می‌شود (گورول و آتسان، ۲۰۰۶).

توسعه فرهنگ خلاقیت و ابتکار را محصول نظام اجتماعی و تحت تأثیر نهاد خانواده و مدرسه می‌داند که در پرتو آن، انگیزه‌کنشگران برای ایفای نقش‌های تولیدی افزایش می‌یابد. در این باره باید از شیوه جامعه‌پذیری، میزان رشد و انسجام شخصیت، استقلال فردی، طرز تلقی از کار در جامعه، سخت‌کوشی، پشتکار و وقت‌شناسی صحبت کرد (ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۵).

- مفهوم نوآوری

نوآوری تبدیل خلاقیت و ایده‌های نو به عمل و نتیجه است. پشتوانه اصلی نوآوری در همه ابعاد آن داشتن و ارائه ایده‌های نو است (وانگ و احمد، ۲۰۰۴). نوآوری‌ها بیشتر از جستجوی آگاهانه و هدفمند به دنبال فرصت‌های جدید حاصل می‌شوند و این فرایند با تحلیل این فرصت‌ها آغاز

^۱Skica, Czyżewska, & Gajecki
^۲Eckhardt & Shane
^۳Fosss & Klein
 کاتالیزور -
^۴Gürol & Atsan
^۵Wang and Ahmed

می‌شود. واژه نوآوری به تغییرات جزئی در طرز تفکر، اشیا، فرایندها یا خدمات اشاره دارد (مک کین، ۲۰۰۸). فرایند نوآوری شامل مراحل مختلفی است که بنگاه‌ها در زمینه جستجوی ایده‌های جدید و دارای ظرفیت تجاری شدن طی می‌کنند (گرین، ۲۰۰۵).

- نوآوری اجتماعی

کاهش قدرت و منابع بخش‌های دولتی و عمومی در بسیاری از کشورها حتی کشورهای پیشرفته موجب تغییر محسوس در توجه به مسائل اجتماعی شده است. تلاش سازمان‌ها و شرکت‌ها برای تعمیق نفوذ و توسعه پایدار در جامعه، به توجه ویژه به راهکارهایی فراتر از راه‌حل‌ها و اهداف سنتی در کسب حداکثری سود خود منجر شده است؛ بنابراین، آن‌ها می‌کوشند نوآوری اجتماعی را در نوآوری سازمانی و آن را نیز در هسته و محور کسب‌وکار قرار دهند. جوامع امروزی با فرصت‌هایی روبه‌رو هستند که انتخاب مناسب آن‌ها بهبود شرایط اجتماعی را به دنبال دارد (میلارد، ۲۰۱۲).

سبستووا و پالووا^۱ به نقل از دوبله بیان کرده‌اند؛ نوآوری اجتماعی، تازگی، شادابی و تحول روبه‌جلو را در جامعه به ارمغان می‌آورد، مشکلات اجتماعی را حل و منفعت و ارزش ایجاد می‌کند (سبستووا و پالووا، ۲۰۱۷). بر این مبنای، در کمیسیون اروپا در راهبرد ۲۰۲۰ توجه ویژه‌ای به نوآوری اجتماعی شده است (پلفورد و همکاران، ۲۰۱۱).

- کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی

نوآوری اجتماعی را می‌توان یک راه‌حل نوین برای یک مشکل اجتماعی دانست که موثرتر، کارآمدتر و پایدارتر از راه‌حل‌های موجود است و ارزش خلق شده توسط آن به جامعه به عنوان یک کل تعلق می‌گیرد (فلس، ۲۰۰۸). تعریف نوآوری اجتماعی به عنوان یک فرآیند، ذاتاً یک مفهوم بحث برانگیز است و هیچ تعریف واحدی که به طور گسترده برای نوآوری اجتماعی پذیرفته شده باشد وجود ندارد (کریستن، ۲۰۲۰)^۲، لذا تلاش‌های متعددی برای ارتقای وضوح مفهومی آن صورت گرفته

^۱Mckeown

^۲Green

^۳Millard

^۴Sebestova & Palova

^۵Pulford et al

^۶Phills

^۷Christmann

است (سیجارتو و همکاران؛ ۲۰۱۸).

صادق پور و صادقی بر این باورند که دو روش برای ساختار کارآفرینی اجتماعی وجود دارد: اول، نوع گسترده که کارآفرینی اجتماعی را به عنوان سرمایه‌گذاری ابتکاری اجتماعی تعریف می‌کند و نوع دوم، دقیق و محدود، کارآفرینی اجتماعی را به عنوان کاربرد فعالیت‌های اقتصادی برای نیازهای اجتماعی با ایجاد درآمد کسب‌شده تعریف می‌کند. به صورت کلی می‌توان گفت، موقعیت کنونی علاقه شدید، بین آکادمی‌ها، متخصصان و تصمیم‌گیرندگان در سازمان‌های اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی به عنوان روش احیای رفاه جامعه و ایجاد تعادل بین سه بخش "دولت، بازار و جامعه‌ی شهرنشینی" را نشان می‌دهد. یک دیدگاه دیگر نوآوری اجتماعی مربوط به اجرای مفهوم کارآفرینی اجتماعی است (صادق‌پور و صادقی، ۱۳۹۵).

اندازه‌گیری فعالیت‌های نوآوری اجتماعی و تاثیرات آن‌ها به عنوان یکی از جنبه‌های کلیدی برای پیشروی نوآوری اجتماعی در سطح منطقه‌ای و سازمانی حائز اهمیت است، با این وجود طرح‌ریزی شاخص‌های نوآوری اجتماعی، مساله‌ای بس پیچیده است (آنستا و همکاران؛ ۲۰۱۶).

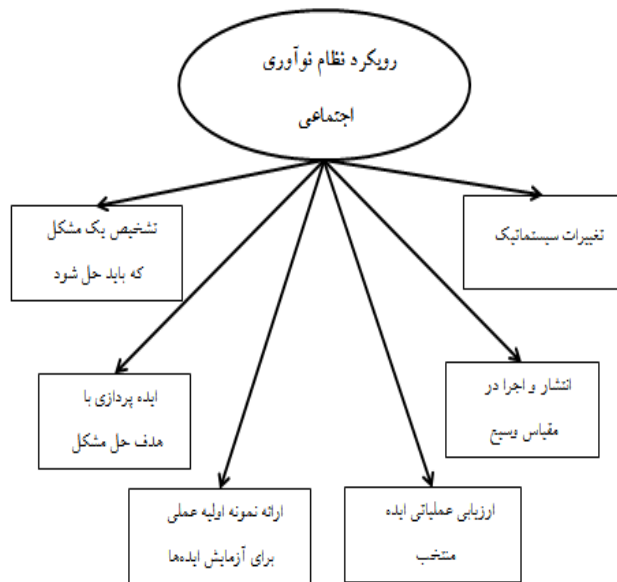
چارچوب نظری تحقیق

همانطور که در قسمت قبل توضیح داده شد طراحی مدلی که با نگاهی نظام‌مند و جامع، توسعه کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی و راهکارهای پیاده سازی آن را به عنوان زیرساخت و پیشران نشان دهد، می‌تواند به عنوان "کمبود" تحقیقات موجود مورد بحث و بررسی قرار گیرد. شایان ذکر است که مولفه‌ها و شاخص‌های توسعه کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی که از مرور پیشینه موضوع استخراج شده اند به شرح زیر می‌باشند:

تغییرات نظام‌مند، انتشار و اجرا در مقیاس وسیع، ارزیابی عملیاتی ایده منتخب، ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها، ایده‌پردازی با هدف حل مشکل و تشخیص یک مشکل که باید حل شود. اهداف تحقیق عبارت‌اند از: هدف اصلی، شناسایی و ارزیابی راهکارهای توسعه کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی در شهر جدید پردیس؛ اهداف فرعی: (۱) شناسایی شاخص‌های نظام نوآوری اجتماعی در شهر جدید پردیس؛ (۲) رتبه‌بندی شاخص‌های نظام نوآوری اجتماعی در شهر جدید پردیس؛ (۳) شناسایی راهکارهای توسعه کارآفرینی در شهر جدید پردیس.

– مدل مفهومی تحقیق

مدل مفهومی یا همان نقشه ذهنی و ابزار تحلیلی یک راهبرد جهت شروع و انجام تحقیق است، به گونه‌ای که انتظار می‌رود در حین اجرای تحقیق متغیرها، روابط و تعاملات بین آن‌ها مورد بررسی و آزمون قرار گرفته، حسب ضرورت تعدیلاتی در آن‌ها انجام شده و عواملی نیز از آن‌ها کم و یا به آن‌ها اضافه شود. در تحقیق حاضر بر اساس وزن‌های به‌دست‌آمده از شاخص مدل مورای و همکاران (۲۰۱۰) راهکارهای توسعه کارآفرینی (که با استفاده از تکنیک دلفی استخراج می‌شود) و رتبه‌بندی می‌شود (مورای و همکاران، ۲۰۱۰).



شکل ۱) مدل تحقیق (مورای و همکاران، ۲۰۱۰)

– مرحله تشخیص یک مشکل که باید حل شود: شامل عواملی چون بحران‌ها، کاهش هزینه‌های عمومی، عملکرد ضعیف و راهبردها که نیاز به نوآوری را پررنگ‌تر می‌کنند و همچنین الهام‌های انگیزه‌بخشی مانند تصور خلاقانه و یا شواهد جدید است. در این مرحله به شنا سایی مشکل و طرح سؤال به‌گونه‌ای پرداخته می‌شود که مشکل به صورت ریشه‌ای و نه فقط سطحی

برطرف گردد. با طرح پرسش درست، نیمی از راه به سوی یافتن راه‌حل صحیح پیموده شده است (مورای و همکاران، ۲۰۱۰).

- مرحله ارزیابی ایده منتخب: مرحله تولید ایده است. این مرحله می‌تواند شامل روش‌هایی رسمی مانند روش‌های طراحی یا خلاقیت برای گسترش گزینه‌های موجود باشد. بسیاری از این روش‌ها به کسب دانش و بینش و تجربه از طیف وسیعی از منابع کمک می‌کنند (مورای و همکاران، ۲۰۱۰).

- مرحله نمونه سازی و مطالعه آزمایشی: نقطه‌ای است که ایده‌ها در عمل آزمایش می‌شوند. این امر می‌تواند به سادگی و از طریق آزمون ایده‌ها انجام شود و یا از طریق آزمایش‌های رسمی‌تر، نمونه سازی‌ها و آزمایش‌های کنترل شده تصادفی صورت پذیرد. فرآیند آزمایش و تصحیح ایده‌ها در اقتصاد اجتماعی از اهمیت بالایی برخوردار است زیرا از طریق تکرار و آزمایش و خطا است که ائتلاف‌ها قدرتمند (به‌عنوان مثال پیوند کاربران با متخصصان) و درگیری‌ها و مشکلات حل می‌شوند (از جمله مبارزه با منافع متمرکز). همچنین، از طریق این فرآیندها توافق بر سر اقدامات جهت دستیابی به موفقیت حاصل می‌شود (مورای و همکاران، ۲۰۱۰).

- ایده پردازی باهدف حل مشکل: زمانی است که ایده به‌صورت عمل و عادت روزمره درمی‌آید. این مرحله شامل بکارگیری ایده‌ها (و غالباً ساده سازی آن‌ها) و شناسایی جریان درآمد برای اطمینان از پایداری و ثبات مالی بلندمدت شرکت، موسسه اجتماعی یا موسسه خیریه‌ای است که نوآوری را به‌پیش می‌برد. در بخش عمومی این قضیه به معنای شناسایی بودجه‌ها، تیم‌ها و سایر منابع مانند منابع قانون‌گذار می‌باشد (مورای و همکاران، ۲۰۱۰).

- مقیاس‌گذاری و انتشار، شامل طیف وسیعی از راهبردها برای رشد و گسترش نوآوری می‌باشد. از جمله این راهبردها می‌توان به رشد سازمانی از طریق صدور مجوز و حق رأی دادن به فدراسیون‌ها اشاره نمود. انگیزش و الهام‌های القا شده نیز نقشی حیاتی در گسترش و بکارگیری یک ایده ایفا می‌نمایند. این فرآیند مقیاس‌گذاری نامیده می‌شود به‌ویژه هنگامی که نوآوری در سرتاسر یک سازمان گسترش می‌یابد؛ اما مقیاس‌گذاری مفهومی است که از عصر تولید انبوه به جا مانده است. درحالی‌که نوآوری از طریق راه‌های دیگری از جمله بهره‌وری از الهامات و یا ارائه پشتیبانی و دانش فنی از یک فرد به فردی دیگر به شیوه‌ای پایه‌ای و سازگارتر از رشد در اقتصاد اجتماعی هدایت می‌شود (مورای و همکاران، ۲۰۱۰).

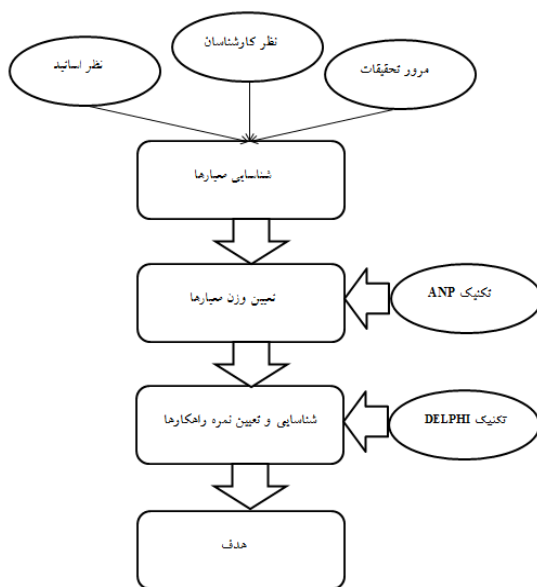
- تغییر نظام‌مند هدف نهایی نوآوری اجتماعی است. تغییر نظام‌مند معمولاً شامل تعامل بسیاری از عناصر می‌باشد: جنبش‌های اجتماعی، مدل‌های کسب‌وکار، قوانین و مقررات، داده‌ها و زیرساخت‌ها و روش‌های کاملاً جدید تفکر و اجرای کار. تغییر نظام‌مند معمولاً شامل چارچوب‌ها یا طرح‌های جدید متشکل از نوآوری‌های کوچک‌تر می‌باشد. نوآوری‌های اجتماعی معمولاً در مقابل موانع متعلق به نظام قدیمی می‌ایستند. پیشگامان ممکن است این موانع را کنار بگذارند، اما میزان پیش روی آن‌ها اغلب به مهیا نمودن شرایط جدید برای ایجاد نوآوری‌های اقتصادی قابل اجرا بستگی دارد. این شرایط شامل فن‌آوری‌های جدید، زنجیره‌های تأمین، فرم‌های سازمانی، مهارت‌ها و چارچوب‌های نظارتی و مالی می‌باشند. نوآوری‌های نظام‌مند معمولاً شامل تغییراتی در بخش دولتی، بخش خصوصی، کمک‌های مالی و بخش خانگی و معمولاً در طی مدت‌زمانی طولانی می‌باشند (مورای و همکاران، ۲۰۱۰).

- مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از لحاظ نوع هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نظر محاسباتی تحلیلی است. روش انجام تحقیق نیز به صورت پیمایشی بوده که از مهم‌ترین مزایای آن قابلیت تعمیم نتایج است. روش گردآوری اطلاعات مبتنی بر روش‌های اسنادی (کتابخانه‌ای)، مشاهده (مطالعات میدانی) و مستندسازی می‌باشد.

به منظور بررسی اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی در شهر پردیس از پرسشنامه ANP با طیف ۹ درجه ساعتی و برای انتخاب راهکارها برای هر معیار از پرسشنامه دلفی ۱۰ درجه استفاده شد. روایی پرسش‌نامه با استفاده از نظر اساتید مرتبط با موضوع پژوهش با کمک روش تحلیل مولفه‌های اصلی تعیین و مورد تأیید قرار گرفت، بدین شکل که مولفه‌های توسعه کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی بیشترین رای را آوردند. بنابراین روایی از طریق بررسی روایی محتوایی و صوری بررسی گردید. پایایی پرسشنامه برای روش ANP با استفاده از نرخ ناسازگاری و برای روش دلفی با استفاده از ضریب توافق کندال محاسبه شد.

جامعه آماری پژوهش حاضر، ۱۵ نفر از خبرگان حوزه نوآوری اجتماعی و کارآفرینی که با شهر جدید پردیس آشنا بوده‌اند، که ابزار اندازه‌گیری با استفاده از نظرسنجی در میان آن‌ها به دست آمد.



شکل ۲) روش تحقیق

– یافته های پژوهش

مرحله ۱: شناسایی معیارها و زیر معیارها و ارائه مدل شبکه ای آنها
 در این مرحله معیارهای مرتبط با توسعه کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی با مطالعه‌ی مبانی نظری و بررسی سوابق موضوع، تعیین و میان هر یک از این عوامل توسط گروهی از متخصصین مشخص می‌شود. سپس مدل شبکه‌ای این پژوهش که یک مدل ۲ سطحی می باشد، ارائه می‌شود که در سطح اول هدف پژوهش، در سطح دوم ۶ معیار قرار دارد.

جدول ۱) نمادهای مورد استفاده در شاخص‌ها

معیارها	نماد
تغییرات سیستماتیک	C1
انتشار و اجرا در مقیاس وسیع	C2
ارزیابی عملیاتی ایده منتخب	C3
ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها	C4
ایده پردازی باهدف حل مشکل	C5
تشخیص یک مشکل که باید حل شود	C6

مرحله ۲: تعیین وزن هر یک از معیارها و زیر معیارها نسبت به یکدیگر

با توجه به ارتباط میان شاخص‌ها، مقایسه‌های زوجی معیارها نسبت به یکدیگر بر اساس مقیاس ۹ کمیته ساعتی توسط متخصصین انجام می‌گیرد. پس از تعیین ضریب اهمیت معیارها نسبت به یکدیگر، ماتریس مقایسه‌های زوجی در نرم‌افزار Super Decisions وارد می‌شوند.

مرحله ۳: تحلیل یافته‌های حاصل از مدل

نتایج محاسبات حاصل از بکارگیری نرم‌افزار Super Decisions نشان می‌دهد که معیار " تغییرات نظام‌مند" با وزن نرمال شده ۰/۲۴۵ در اولویت اول، معیار "ایده پردازی باهدف حل مشکل" با وزن نرمال شده ۰/۲۰۶ در اولویت دوم، معیار "ارزیابی عملیاتی ایده منتخب" با وزن نرمال شده ۰/۱۶۳ در اولویت سوم، معیار "ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها" با وزن نرمال شده ۰/۱۵۴ در اولویت چهارم، معیار "انتشار و اجرا در مقیاس وسیع" با وزن نرمال شده ۰/۱۴۱ در اولویت پنجم و معیار "تشخیص یک مشکل که باید حل شود" با وزن نرمال شده ۰/۱۰۵ در اولویت ششم قرار دارد.

C1		0.24525
C2		0.14114
C3		0.16316
C4		0.15415
C5		0.19119
C6		0.10511

شکل ۳) خروجی نرم‌افزار سوپر دسیژن اولویت معیارهای اصلی بر اساس هدف

برای محاسبه روابط درونی میان معیارها محاسبه می‌شود که با ثابت در نظر گرفتن هر یک از معیارها، معیارهای دیگر بر یکدیگر تأثیر دارند. بر اساس محاسبات صورت گرفته و سوپر ماتریس حد، برون‌داد نرم‌افزار سوپر دسیژن تعیین اولویت نهایی زیرمعیارها مقدور است. اولویت نهایی معیارها با اقتباس از سوپر ماتریس حد در جدول ۲ به ترسیم درآمده است.

جدول ۲) اولویت نهائی زیرمعیارها

رتبه	وزن نرمال	معیار
۲	۰/۲۰۵۲	تغییرات نظام‌مند
۴	۰/۱۸۳۱	انتشار و اجرا در مقیاس وسیع
۳	۰/۲۰۱۳	ارزیابی عملیاتی ایده منتخب
۱	۰/۲۱۴۸	ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها
۵	۰/۱۰۹۹	ایده‌پردازی باهدف حل مشکل
۶	۰/۰۸۵۶	تشخیص یک مشکل که باید حل شود

بنابر محاسبه‌های انجام شده، وزن نهائی هریک از زیرمعیارهای مدل با تکنیک ANP محاسبه شده است. بر این اساس معیار "ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها" با وزن نرمال شده ۰/۲۱۴۸ در اولویت اول، معیار "تغییرات نظام‌مند" با وزن نرمال شده ۰/۲۰۵۲ در اولویت دوم، معیار "ارزیابی عملیاتی ایده منتخب" با وزن نرمال شده ۰/۲۰۱۳ در اولویت سوم، معیار "انتشار و اجرا در مقیاس وسیع" با وزن نرمال شده ۰/۱۸۳۱ در اولویت چهارم، معیار "ایده پردازی با هدف حل مشکل" با وزن نرمال شده ۰/۱۰۹۹ در اولویت پنجم، معیار "تشخیص یک مشکل که باید حل شود" با وزن نرمال شده ۰/۰۸۵۶ در اولویت ششم قرار دارد.

سپس برای هر یک از سه معیار اول دو راند دلفی انجام گرفت که طی آن راهکارهای مرتبط با هر یک از معیارها معرفی گردید.

جدول ۳) ضریب توافق کندال انتخاب راهکارها

مقدار معناداری	درجه آزادی	ضریب کندال	تعداد کارشناسان	تعداد راهکار		
۰۰۰/۰	۴	۳۴۰/۰	۱۵	۵	راند اول	ارائه نمونه اولیه
۰۰۰/۰	۳	۳۹۶/۰	۱۵	۴	راند دوم	عملی برای آزمایش ایده‌ها
۰۰۰/۰	۸	۳۱۹/۰	۱۵	۹	راند اول	تغییرات نظام‌مند
۰۰۰/۰	۷	۴۱۱/۰	۱۵	۸	راند دوم	
۰۰۰/۰	۵	۳۰۸/۰	۱۵	۶	راند اول	ارزیابی عملیاتی
۰۰۰/۰	۴	۳۹۵/۰	۱۵	۵	راند دوم	ایده منتخب

برای معیار ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها؛ ۵ راهکار ارائه شد که راهکارهایی چون "به افرادی که در شهر جدید پردیس ایده‌های نوینی برای کارآفرینی ارائه می‌دهند تسهیلاتی داده شود تا بتوانند به صورت کوچک ایده خود را آزمایش نمایند؛" "تأسیس شعبه‌ای کوچک از سازمان‌های بزرگ در رشته‌های مختلف برای ارزیابی بازار منطقه؛" "استفاده از شبیه‌سازی‌های رایانه‌ای برای شبیه‌سازی بازار هر ایده و تخمین سود و زیان آن؛" "به سازمان‌های بزرگ شهر پردیس تسهیلاتی داده شود تا ایده‌های جدید را با در نظر داشتن سرمایه محدود آزمایش نمایند." تأیید و راهکار "با استمداد از پارک‌های علم و فناوری دانشگاه‌های برتر، به عنوان پلی برای اتصال دانشگاه به صنعت، ایده‌ها مورد آزمایش قرار داده شوند" در روش حذف شد.

برای معیار تغییرات نظام‌مند نه راهکار ارائه شد؛ که راهکارهایی چون "جوان‌گرایی و استفاده از کارشناسان جوان آشنا به کارآفرینی؛" "برای تغییر تفکر افراد و آینده‌سازان شهر در مدارس از دبیران برتر و آشنا به کارآفرینی استفاده شود؛" "برگزاری همایش‌هایی با محورهای علمی و نوآوری برای ایجاد ایده کارآفرینی؛" "برگزاری کارگاه‌های آموزش خلاقیت و تکنیک‌های آن با هدف تغییر نگرش ساکنان به سمت کارآفرینی؛" "تشکیل جلساتی با خبرگان نوآوری و کارآفرینی برای شناسایی تغییرات مؤثر، با حضور جوانان و کارآفرینان شهر پردیس؛" "توجه به اهمیت اقتصاد دانش‌بنیان به عنوان زیرساخت توسعه؛" "سیاست‌گذاری مسئولان برای ارتقاء علمی و فرهنگی در راستای افزایش خلاقیت و نوآوری" تأیید و راهکار "فراهم نمودن محیط‌هایی برای تغییر نظام‌مند نگرش به کارآفرینی در باور جوانان خلاق شهر پردیس با ایجاد محیط کار آرام و غیررسمی با جو چالشی و ریسک‌پذیر" در دلفی حذف گردید.

برای معیار ارزیابی عملیاتی ایده منتخب شش راهکار ارائه شد، که "استفاده از نرم‌افزارهای اقتصادی چون COMFAR و غیره با در نظر گرفتن نرخ‌هایی چون تورم برای ارزیابی ایده منتخب؛" "تشکیل کارگروهی برای ارزیابی توجیه اقتصادی ایده‌های منتخب و مشاوره به کارآفرینان در شهر پردیس؛" "با استفاده از سامانه اطلاعاتی روزآمد ایده‌های منتخب مورد ارزیابی قرار گیرند؛" "ایجاد مراکز تحقیق و توسعه کارآمد در شهر پردیس و تقویت آن‌ها؛" "مطالعه امکان‌سنجی و اقتصادی ایده منتخب در جنبه‌های مختلف بازار، عملیات، فنی، مدیریتی و مالی" تأیید و راهکار "استفاده از اساتید و کارآفرینان برتر برای ارزیابی ایده‌های منتخب برای کارآفرینی" در روش دلفی حذف گردید.

نتیجه گیری و پیشنهادات

الف) نتیجه گیری

هدف از انجام این تحقیق شناسایی و ارزیابی راهکارهای توسعه کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی در شهر جدید پردیس می‌باشد. با اتخاذ راهکارهای عنوان شده در این تحقیق می‌توان اقتصادی بودن و کارایی ایده‌ها را مورد آزمایش قرار داد. همچنین این راهکارها سبب می‌شود رویه‌های سنتی پیشین متحول شده و سامانه منعطف با دیدی باز جایگزین سامانه معتقد به کارآفرینی‌های کم ریسک و روزمره گذشته شود؛ این مهم می‌تواند سبب تحول بنیادین در پیکره نظام کارآفرینی شده و روحی تازه بر آن بدمد. از طرفی سبب ارزیابی همه جانبه ایده منتخب در زمینه‌های فنی، توانمندی، اقتصادی و غیره و نیز محاسبه دقیق و تخصیصی درآمد و هزینه و سود ایده منتخب در آینده می‌باشد.

برای نیل به هدف تحقیق راهکارهای ارائه شده، بر این اساس می‌توان گفت به سازمان‌های بزرگ شهر پردیس تسهیلاتی داده شود تا ایده‌های جدید را با در نظر داشتن سرمایه محدود آزمایش نمایند. این راهکار، بهترین راهکار موجود برای معیار ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها می‌باشد، به‌منظور ایجاد اشتغال پایدار و کارآفرینی در شهر پردیس، باید علاوه بر تکیه به روش‌های اشتغال‌زایی مرسوم، زمینه را برای ایجاد نوآوری افراد جامعه به‌منظور ایجاد مشاغل جدید فراهم نمود. برای این کار مسئولین شهری پردیس می‌توانند با ارائه تسهیلات لازم به افراد نخبه و خلاق، راه را برای پیدایش خلاقیت و نوآوری هموار سازند و از طرح‌های جدید کارآفرینی حمایت نمایند. این امر با توجه به شرایط منطقه‌ای شهر پردیس و نیازهای ساکنین انجام می‌پذیرد؛ لذا لازم است مطالعات لازم در زمینه یافتن پتانسیل‌های اشتغال‌زایی در این شهر صورت پذیرد و واحدهایی برای تنظیم و ارائه طرح‌های توجیه اقتصادی مشاغل جدید، تأسیس گردد. یکی از موانع اصلی در امر کارآفرینی، مشکلات مالی و اقتصادی است. چراکه تأمین سرمایه اولیه برای ایجاد اشتغال همواره یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های شرکت‌های کارآفرین بوده است. لذا لازم است شهرداری شهر پردیس ضمن هماهنگی با بانک‌ها، نسبت به تأمین منابع پرداخت تسهیلات به سازمان‌هایی که توانایی ایجاد اشتغال را دارند، اقدام نماید. همچنین ایجاد بستر مناسب برای خرید و فروش سهام این شرکت‌ها و در نتیجه آن ایجاد رونق اقتصادی در آن‌ها، می‌تواند منابع مالی موردنیاز برای گسترش فعالیت و به دنبال آن اشتغال بیشتر را برای این سازمان‌ها فراهم آورد.

برگزاری کارگاه‌های آموزش خلاقیت و تکنیک‌های آن با اهداف تغییر نگرش ساکنان به سمت کارآفرینی یکی از بهترین راهکارهای موجود برای معیار تغییرات نظام‌مند می‌باشد؛ برای کارآفرین شدن، افراد باید مخاطره‌پذیر و دارای ایده‌های جدید و خلاقانه باشند؛ به عبارت دیگر، باید ذهن خود را با طرز تفکر جدید پرورش دهند. لذا برگزاری دوره‌های آموزشی از طرف شهرداری و یا اداره کار شهر پردیس، برای افراد جویای کار و یا افرادی که از بیمه بیکاری استفاده می‌نمایند، ضروری است. شرکت در این کلاس‌ها ضمن معرفی فنون مختلف کارآفرینی به شرکت‌کنندگان، با نمایش کارآفرینان موفق پیشین، مسیر رسیدن به شکوفایی را به ایشان نشان خواهد داد.

مسطح کردن سامانه اداری در قسمت‌های مرتبط با کارآفرینی برای تسهیل در ارتباطات سازمانی کارآفرینان و دسترسی بیشتر به مدیران یکی دیگر از بهترین راهکارهای موجود برای معیار تغییرات نظام‌مند است. وجود موانعی همچون بروکراسی اداری و سامانه‌های دست‌وپا گیر و زمان‌بر، اخذ مجوزهای اداری جهت ایجاد مشاغل جدید، می‌تواند باعث کاهش انگیزه کارآفرینان گردد. از طرفی هر چقدر دسترسی به مدیران شهر پردیس آسان‌تر با شد و ارتباط نزدیک‌تری با شهروندان داشته باشند، از مشکلات و موانع موجود برای کارآفرینی ایشان بیشتر اطلاع حاصل خواهد شد و برطرف کردن آن‌ها آسان‌تر خواهد بود. به‌طور کلی شهرداری پردیس از طریق حذف قوانین و مقررات دست‌وپا گیر و تسهیل ارتباط مدیران و شهروندان، می‌تواند در امر کارآفرینی از ایشان حمایت نماید.

استفاده از نرم‌افزارهای اقتصادی چون کامفار^۱ و غیره با در نظر گرفتن نرخ‌هایی چون تورم برای ارزیابی ایده منتخب یکی از بهترین راهکارهای موجود برای معیار ارزیابی عملیاتی ایده منتخب می‌باشد. این نرم‌افزار به کارآفرینان کمک خواهد کرد در ابتدای امر مسائلی از قبیل هزینه‌های اولیه، نرخ رشد اقتصادی و تورم، بازدهی سرمایه، تعداد کارکنان موردنیاز و حقوق و دستمزد متعارف آن‌ها و همچنین مواد اولیه موردنیاز برای اجرای ایده موردنظر را شناسایی نمایند و بدین ترتیب میزان سوددهی حاصل از کارآفرینی مذکور را محاسبه نمایند. این امر میزان مخاطره پیاده‌سازی ایده‌های منتخب را کاهش خواهد داد.

ایجاد مراکز تحقیق و توسعه کارآمد در شهر پردیس و تقویت آن‌ها یکی دیگر از بهترین راهکارهای موجود برای معیار ارزیابی عملیاتی ایده منتخب می‌باشد. شهرداری شهر پردیس می‌تواند با ایجاد بخش‌های تحقیق و توسعه ضمن سنجش رضایت شهروندان، به مطالعه اثرات

فعالیت‌های بهبود شهری و آسیب‌شناسی مشکلات شهری و غیره کمک نماید چراکه تحقیق و مطالعه تجربیات سایر شهرهای داخل و خارج از کشور و یافتن راه‌حل‌های ارتقای زندگی شهری، کمک می‌کند تا شهر پردیس به محلی مناسب‌تر برای زندگی شهروندان تبدیل گردد. برای این کار لازم است از افراد باتجربه و متخصص در این زمینه بهره گرفته شود و امکانات مناسب نیز در اختیار آن‌ها قرار داده شود چراکه این امر برای یافتن طرح‌ها و ایده‌های بهبود کیفیت شهرنشینی شهر پردیس حائز اهمیت است.

ب) پیشنهادات

واقعیت این است که موضوع و ادبیات نوآوری اجتماعی، مشخصاً با تمرکز و تأکید بر کارآفرینی جدید و در حال شکل‌گیری است (مبینی و کشتکار، ۱۳۹۳). در ادبیات داخلی، مطالعات و تحقیق‌های انجام‌گرفته، اولاً محدود و اندک شمارند، ثانیاً صرفاً به مفهوم و تعریف‌شناسی و یا مطالعه موردی منتهی شده است. در چنین شرایطی و با توجه به اینکه یافتن پاسخ‌های مناسب مبتنی بر معیارهای بومی برای آزادسازی پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های دانشی با حضور و مشارکت خود آن‌ها در تحقق کارآفرینی الزامی است، بررسی‌ها و مطالعات اکتشافی اولیه صورت گرفته نشان می‌دهد که تاکنون تحقیق علمی در قالب نوآوری اجتماعی صورت نگرفته است. گفتمان نوآوری اجتماعی نه تنها در سطح عام که حتی در نزد نخبگان شهر جدید پردیس غریب و نامأنوس است. به بیانی دیگر، از مفهوم نوآوری اجتماعی و کارکرد آن در کارآفرینی هیچ شناختی ندارند. از این رو، مسئله اصلی که محقق را ترغیب به انجام این تحقیق نموده، فقدان شناخت از نقش و کارکرد نوآوری اجتماعی در ارتقاء و توسعه کارآفرینی بوده است. لذا پژوهشگران آتی می‌توانند مقوله‌ی توسعه کارآفرینی با رویکرد نظام نوآوری اجتماعی در یک صنعت یا خدمت خاص دیگر مورد بررسی قرار دهند تا دامنه نتایج را افزایش داده و به‌عنوان ابزاری، مطالعات آینده را ارتقا دهند. برای رتبه‌بندی معیارها در این مطالعه از تکنیک ANP استفاده شده است. استفاده از آزمون ANP-DEMATEL، ANP-F و آزمون فریدمن و نیز تحلیل رابطه خاکستری برای رتبه‌بندی معیارها و مقایسه نتایج با یافته‌های این تحقیق پیشنهاد می‌شود.

- احمد امینی، زهرا؛ امانی تهران، محمد و سقزچی، محمدابراهیم (۱۳۸۹). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی با رویکرد زنجیره ارزش. *فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی*، شماره ۱۴، ص ۴۸-۳۵.
- خلیل، طارق (۱۳۸۴). *مدیریت تکنولوژی، رمز موفقیت در رقابت و در خلق ثروت*، ترجمه: محمد اعرابی و داود ایزدی. تهران: دفتر تحقیق‌های فرهنگی.
- خواجه‌نیا، داتیس و راد، سعید (۱۳۸۹). تدوین مدل هدایتگر مدیریت شهری برای توسعه کارآفرینی. *فصلنامه مطالعات مدیریت شهری*، سال دوم، شماره ۳، ص ۱۱۹-۱۳۱.
- زالی، محمدرضا و رضوی، مصطفی (۱۳۸۷). *موانع توسعه کارآفرینی در ایران*. دازشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی، تهران: چاپ اول.
- صادق پور، ابوالفضل و صادقی علویجه، فاطمه (۱۳۹۵). مفهوم کارآفرینی به عنوان نوآوری اجتماعی. *همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران* - تهران - موسسه پژوهشی مدیریت مدیر.
- قنبری، سلیمه و ایلاقی حسینی، مرضیه (۱۳۹۴). نوآوری اجتماعی با رویکرد شبکه اجتماعی. تعاریف و نظریات. *کنفرانس بین‌المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی*.
- کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۵). طراحی الگوی راهبردی نوآوری اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری. *توسعه کارآفرینی*، دوره ۹، شماره ۴، ص ۶۹۰-۶۷۱.
- کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۵). مدل مفهومی رابطه بین نوآوری اجتماعی و مدیریت دانش با رویکرد فراترکیب. *فصلنامه علمی مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی*، سال دهم، شماره ۳۹، ص ۴۵۲-۴۲۱.
- کریمی، آص؛ کریمی، تورج؛ رمضانی، سعید و سعیدآبادی، علی اصغر (۱۳۹۹). ارائه چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در سطح کلان با استفاده از روش فراترکیب. *توسعه کارآفرینی*، دوره ۱۳، شماره ۱، ص ۷۹-۶۱.
- کمالیان، امین‌رضا؛ یعقوبی، نورمحمد و الیاس کردی، اشکان (۱۳۸۹). مطالعه عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی و نقش آن در پیاده‌سازی استراتژی کارآفرینی سازمانی. *مجله راهبرد یاس*، شماره ۲۳، ص ۵۱-۲۹.
- مبینی دهکردی، علی و کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مدل سه شاخگی بر

- نوآوری اجتماعی (مطالعه موردی یک شرکت وابسته به صنایع خودروسازی). *نشریه مدیریت نوآوری*، سال سوم، شماره ۴، ص ۷۵-۵۷.
- مبینی دهکردی، علی و کشته‌کار هرانکی، مهران (۱۳۹۵). فراترکیب مدل های نوآوری اجتماعی، *فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، سال هفتم، شماره ۲۶، صص ۱۰۱-۱۳۸.
 - مقیمی، سید محمد و رمضان، مجید (۱۳۹۲). *مدیریت استراتژیک و کارآفرینی*، تهران: انتشارات راه دانش.
 - مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳). *کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی تحقیقی در سازمان‌های غیردولتی (NGOs) ایران*. تهران، دانشگاه تهران، چاپ دوم، ص ۲۵۷.
 - ویسی، رضا و کریم‌زاده، پریسا (۱۳۸۵). توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور استان مازندران). *دو فصلنامه برنامه‌بودجه*، شماره ۱۱۱، ص ۱۵۹-۱۸۲.

ب- انگلیسی

- Bayuo, B. B., Chaminade, C. & Göransson, B. (2020). *Unpacking the role of universities in the emergence, development and impact of social innovations—A systematic review of the literature*. Technological Forecasting and Social Change, 155, 120030.
- Desmarchelier, B., Djellal, F., & Gallouj, F. (2020). *Mapping social innovation networks: Knowledge intensive social services as systems builders*, Technological Forecasting and Social Change, 157, 120068.
- Bjuggren, C. M., Johansson, D., & Stenkula, M. (2012). *Using self-employment as proxy for entrepreneurship: some empirical caveats*. International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 17(3), 290-303.
- Cebon, P., Newton, P., & Noble, P. (1999). *Innovation in firms: towards a framework for indicator development*. Melbourne Business School, Working Paper, 99.
- Christmann, G. B. (2020). Introduction: Struggling with innovations. Social innovations and conflicts in urban development and planning. *European Planning Studies*, 28(3), 423-433.
- Cullen, U. A., & De Angelis, R. (2021). *Circular entrepreneurship: A business model perspective*. Resources, Conservation and Recycling, 168, 105300.
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349.
- Foss, N. J., & Klein, P. G. (2010). Alertness, action, and the antecedents of entrepreneurship. *Journal of Private Enterprise*, 25(2), 145-164.
- Fulgencio, H., & Fever, H. L. (2016). What is the social innovation system? A state-of-the-art review. *International Journal of Business Innovation and Research*, 10(2-3), 434-452.

- Fulgencio, H., & Fever, H. L. (2016). What is the social innovation system? A state-of-the-art review. *International Journal of Business Innovation and Research*, 10(2-3), 434-452.
- Fudemma, C., De Castro, F., & Brondizio, E. S. (2020). *Farmers and social innovations in rural development: Collaborative arrangements in eastern Brazilian Amazon. Land Use Policy*, 99, 104999.
- Green., J. (2005). *Foresight's Contribution Towards Co-Designed Future*, Keynote presentation, The 7th Annual Conference on Foresight Management in Corporations and Public Organisations, Helsinki.
- Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). *Entrepreneurial characteristics amongst university students. Education+ training*.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship. McGraw-Hill Education*.
- Millard, J. (2012). Report on the development of online networking tools (PDF). A deliverable of the project: "*The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe*" (TEPSIE), European Commission–7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation* (Vol. 24). London: Nesta.
- McKeown, M. (2008). *The truth about innovation. Pearson Education India*.
- Petrakis, P. E. (2014). The construction of opportunity entrepreneurship function. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(2), 207-230.
- Pulford, L. Nordstokka, K., Friesen, C., Sigaloff, C., Moerbeek, K., and van Loon, L. (2011). *Co-creation Guide: Realising Social Innovation Together*, London, Social Innovation eXchange.
- Phills, J. A. (2008). *Rediscovering social innovation. Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.
- Saaty, T.L. (2002). *How to make a decision: the analytic hierarchy process*", *European Journal of Operational Research*, Vol 48, 9-26.
- Šebestová, J., & Palová, Z. (2017). *Support of Social Innovations: Case of the Czech Republic*. In *Public Sector Entrepreneurship and the Integration of Innovative Business Models*, 165-187, IGI Global.
- Skica, T., Czyżewska, M., & Gajecki, L. (2020). *Local Development as a Function of Budgetary Policy and Entrepreneurship*. In *Finance and Sustainability*, 125-140, Springer, Cham.
- Szijarto, B., Milley, P., Svensson, K., & Cousins, J. B. (2018). On the evaluation of social innovations and social enterprises: Recognizing and integrating two solitudes in the empirical knowledge base. *Evaluation and Program Planning*, 66, 20-32.
- Unceta, A., Castro-Spila, J., & Garcia Fronti, J. (2016). Social innovation indicators, *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 29(2), 192-204.
- Van Stel, A., Thurik, R., Verheul, I., & Baljeu, L. (2007). *The relationship between entrepreneurship and unemployment in Japan* (No.07-080/3). Tinbergen institute Discussion paper.

- Wang, C. L. & Ahmed, P. K. (2004). *The development and validation of the Innovation*, 270-285.