

تسامر

لريادة الأعمال الاجتماعية

منشورات تسامي

الابتكار

الاجتماعي

يونيو ٢٠٢٠



مقدمة

الكثير من الأمور التي تعد من البديهيات في وقتنا الحاضر بدأت كعملية ابتكار بحثة في الماضي. مثلاً قبل قرن من الزمان، كان قلة يعتقدون أنه يمكن الوثوق بالناس العاديين لقيادة السيارات، وكان يُنظر إلى فكرة الخدمة الصحية المتاحة مجاناً على أنها فكرة خيالية ولا يمكن تطبيقها على أرض الواقع. لكن مع تحليل المشكلات بشكل أعمق وإيجاد حلول جديدة ومبتكرة، كثير مما كان مستحيلاً في الماضي أصبح ممكناً الآن. في الماضي لم يحظى مجال الابتكار الاجتماعي باهتمام كبير مقارنة بنظيره الابتكار التجاري والابتكار التقني. في الوقت الذي كثرت فيه الاستراتيجيات الوطنية لدعم الابتكار في مجال الأعمال و التكنولوجيا، لم توجد استراتيجيات مماثلة على المستوى الوطني لفهم الابتكار الاجتماعي ودعمه. لكن مع تزايد المشكلات والتحديات الاجتماعية في عدة جوانب، كالصحة والتعليم والفقر والتلوث البيئي، وجدنا أنفسنا أمام مشكلات عويصة أو ما تعرف بـ (wicked problem) وهي المشكلات المعقدة التي يستحيل حلها بالطرق التقليدية أو من قبل جهة واحدة من المجتمع بل تتطلب أفكاراً جديدة إبداعية للقضاء عليها كما تتطلب مشاركة عدة أطراف من المجتمع لإيجاد و تنفيذ الحلول المناسبة.

لقد حقق الابتكار الاجتماعي نتائج مذهلة من حيث تلبية احتياجات الناس. وخير مثال ما حققته "ويندي كوب-Wendy Kopp"، التي أسست منظمة "علم من أجل أمريكا- Teach for america"، وهي مؤسسة لا تستهدف الربح وتسعى إلى تطوير التعليم في الأحياء الفقيرة في الولايات المتحدة. أو ما حققته "جاكلين نوفوغراتس-Jacqueline Novogratz" التي أسست "صندوق أكيومن-Acumen fund" وهو صندوق استثماري اجتماعي يدعم رواد الأعمال الاجتماعيين في المناطق الفقيرة حول العالم.



ما هو الابتكار الاجتماعي؟

الاجتماعي

يشكل علاقة
تعاونية
ومتراصة

يصب في
مصلحة
المجتمع

الابتكار

شيء فريد
من نوعه

شيء
متجدد

تعريف الابتكار الاجتماعي

يعرّف الابتكار الاجتماعي على أنه استراتيجيات وأفكار ومفاهيم وأنظمة جديدة تسعى إلى تعزيز عمل مؤسسات المجتمع المدني من خلال تلبية الاحتياجات الاجتماعية، وإيجاد حلول مبتكرة ومستدامة للتحديات والمشكلات الاجتماعية المعقدة، لتحسين جودة حياة أفراد المجتمع بشكل تعاوني ومتراصة بين مختلف الجهات في المجتمع الواحد.





لماذا الابتكار الاجتماعي؟

فهم أعمق للمشاكل

عن طريق طرح الأسئلة المناسبة في الوقت المناسب والمكان المناسب، أصبحت المجتمعات التي تستخدم الابتكار الاجتماعي قادرة على وصف جذور المشكلة الحقيقية وليس أعراض المشكلة فحسب، والتعرّف على الأطراف الحقيقية في حلها وكيفية تطبيق تلك الحلول.

إشراك المستفيدين

تعتمد منهجيات الابتكار الاجتماعي على إشراك ودمج المستفيدين في إيجاد الحلول والتركيز على فهمهم أكثر وإعطائهم مساحة للتعبير عن آرائهم لتكون هي خارطة الطريق لتصميم الحلول.

حلول ابتكارية بأقل موارد

يتميز الابتكار الاجتماعي بإيجاد حلول أفضل للتحديات باستخدام أقل موارد ممكنة وذلك ينعكس إيجابياً على عدة عوامل كالبينة وقلّة الموارد في بعض الدول.

حل المشكلات المعقدة

يحل الابتكار الاجتماعي المشاكل المعقدة والمتداخلة والتي يصعب حلها بالطرق التقليدية حيث أنّ المعلومات والتكنولوجيا الحديثة ساعدت بشكل كبير في حلّها، وأصبحت الأفكار المبتكرة طريقة ووسيلة فعّالة في هذا العصر لحل المشكلات.

إشراك جميع الأطراف في الحل

المشكلات التي يتم حلها عن طريق الابتكار الاجتماعي يصعب، إن لم يستحيل، حلها من جهة واحدة. ولكن يجب تكاتف وإشراك المجتمع بكافة قطاعاته في الحل؛ لأنّ التنمية والتطوير يجب أن تكون شاملة لجميع قطاعات المجتمع وجهاته، وذلك لتفعيل الحلول الابتكارية.

تغيير بعض الأنظمة والقوانين

برهنت بعض التطبيقات العالمية للابتكار الاجتماعي قدرتها على تغيير بعض القوانين والأنظمة كالنظام التعليمي، أو كيفية التعامل مع البيئة.

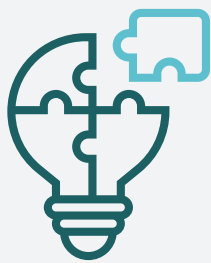
التركيز على كل ما هو جديد

يركز الابتكار الاجتماعي على نواحي متعددة من أهمها كيفية دمج التكنولوجيا والإنترنت والذكاء الاصطناعي في إيجاد حلول مبتكرة للتحديات الاجتماعية.

المشكلات التي يحلها الابتكار الاجتماعي

يصب تركيز الابتكار الاجتماعي على المشاكل الاجتماعية المعقدة أو ما يعرف بالمشكلات العويصة أو “wicked problem”

ما هي المشكلات العويصة؟



مشاكل ذات طبيعة مترابطة مع عدة مشاكل أخرى حيث يعتمد حلها على إيجاد حلول للمشكلات الأخرى أيضًا



العدد الكبير من الأفراد المرتبطين بالمشكلة والحل



العبء الاقتصادي الكبير الذي تتطلبه الحلول

خصائص المشكلات العويصة



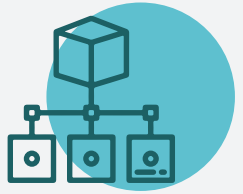
لا يوجد لها تعريف محدد



لا يوجد لها حل واضح



المشكلات مترابطة مع بعضها البعض



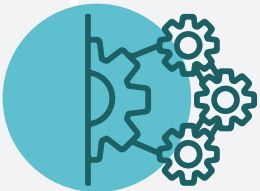
كل مشكلة تتجزأ إلى مشاكل فرعية



لا تقاس الحلول كحل صحيح وحل خاطئ
بل كحل أفضل وحل أسوأ للمشكلة



تستغرق الكثير من الوقت لحلها



لا يمكن حلها بشكل جذري (مثل الفقر)

القطاعات التي يركز عليها الابتكار الاجتماعي

الفقر وقلّة الموارد



التعليم



التلوث البيئي



الطاقة



الزراعة



الصحة



التقنية



الإدماج المجتمعي



الإدماج المالي



التقنية المالية



انترنت الأشياء



الذكاء الاصطناعي



أشكال الحلول التي يقدمها الابتكار الاجتماعي



خدمات مبتكرة



استراتيجيات ومنهجيات جديدة



طريقة تفكير جديدة



أسواق جديدة ومبتكرة



أنظمة وقوانين جديدة



منتجات مبتكرة

أنواع الابتكار الاجتماعي

جذري

الابتكار الاجتماعي الجذري هو الذي يصمم وينشئ نماذج جديدة لم يكن لها وجود من قبل

تدريجي

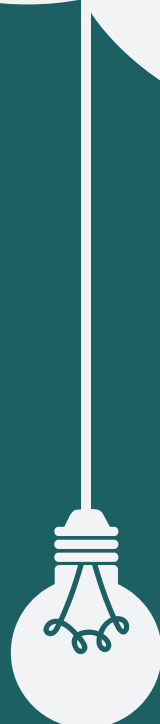
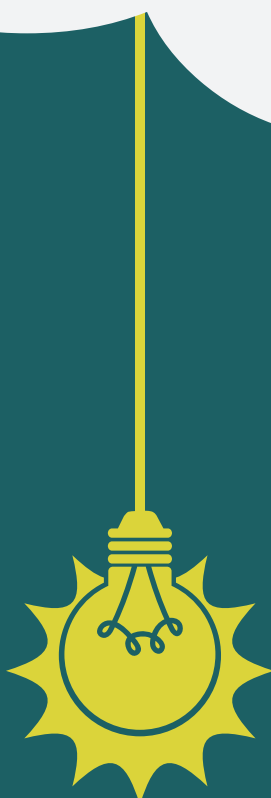
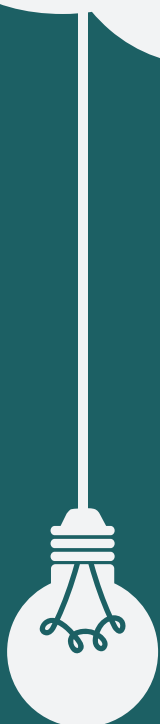
الابتكار الاجتماعي التدريجي هو الذي يبنى على الابتكارات والأعمال الموجودة مسبقاً

تغييرى

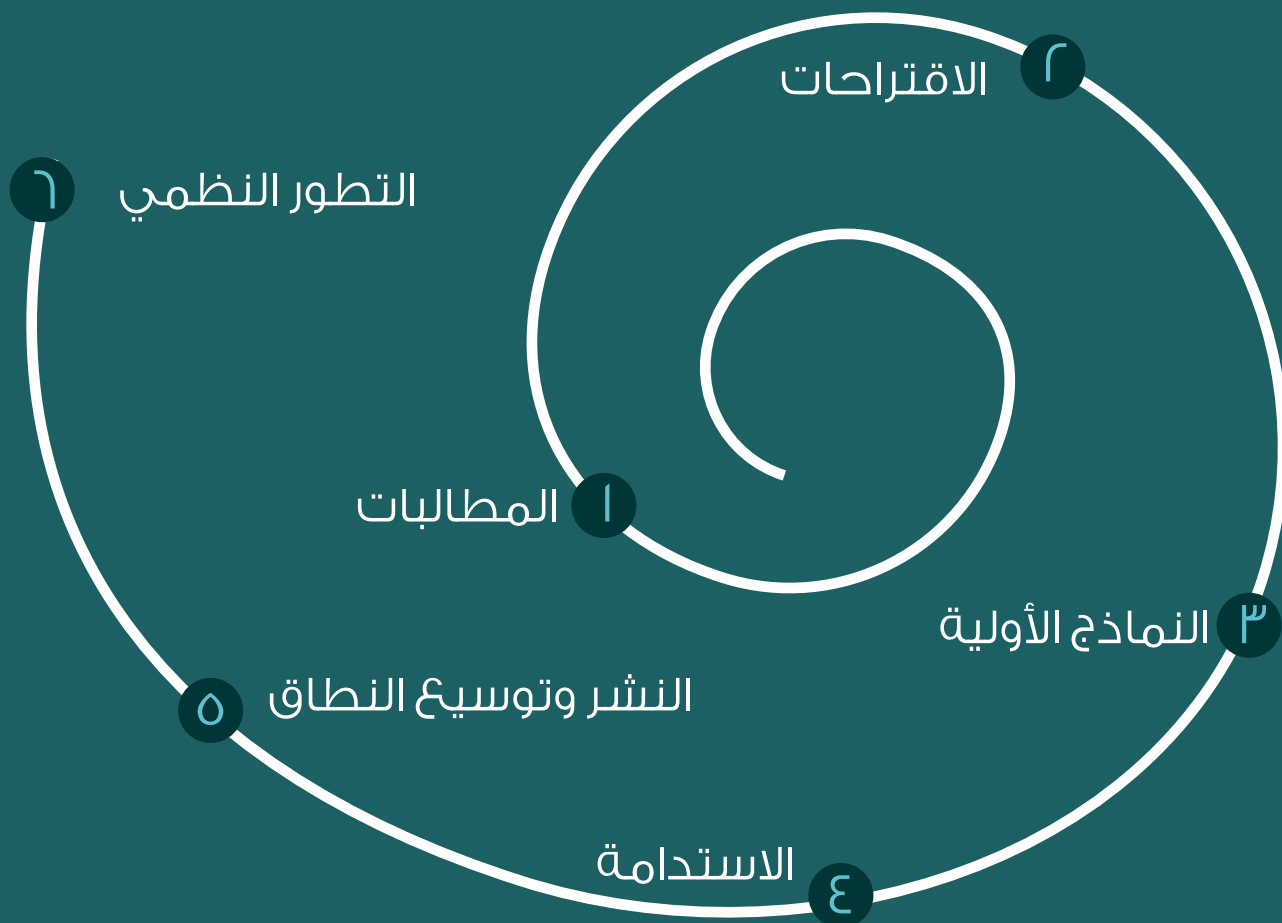
الابتكار الاجتماعي التغييرى هو الذي يغير أنماط الاستهلاك والإنتاج القديمة المتبنية من قبل المجتمع بأنماط ونماذج أكثر حداثة واستدامة

توليدي

الابتكار الاجتماعي التوليدي هو الذي يعزز على توليد سلسلة الأفكار الإبداعية الأخرى المبنية عليه



مراحل الابتكار الاجتماعي



المطالبات وتشخيص المشكلة

في هذه المرحلة، ندرج جميع العوامل التي تسلط الضوء على الحاجة إلى الابتكار. كما تتضمن هذه المرحلة تشخيص المشكلة وتأطير السؤال بطريقة تعالج الأسباب الجذرية للمشكلة، وليس فقط أعراضها. طرح الأسئلة الصحيحة هو منتصف الطريق لإيجاد الحل الصحيح. وهذا يعني تجاوز الأعراض الناتجة عن المشكلة وتحديد المسببات لإيجاد جذر المشكلة الحقيقي.

الأفكار والاقتراحات

المرحلة الثانية هي مرحلة توليد الأفكار، حيث يمكن أن يتضمن ذلك عدة طرق مثل التصميم الفكري أو الإبداع لتوسيع قائمة الخيارات المتاحة. هنا تطرح الأفكار كمقترحات أولية للحل، وكلما زادت الأفكار كلما كان النطاق أوسع وهذا هو المطلوب من هذه المرحلة، وهو توسيع النطاق والإمكانات، وخلق سبل وطرق إبداعية ومتنوعة للحل.

النماذج الأولية والاختبار

في هذه المرحلة يتم اختبار الأفكار عملياً، ويمكن القيام بذلك من خلال بناء النماذج الأولية المبسطة للأفكار السابقة أو من خلال تطوير مرحلة تجربة Pilot للمنتج أو الخدمة. بعد عملية تصميم النماذج الأولية يجب اختبار وتحسين الأفكار لأننا لن نصل إلى الشكل النهائي الأنسب للفكرة إلا من خلال التكرار والتجربة والخطأ. تتم كل العملية السابقة عن طريق إشراك جميع أصحاب المصلحة والتعاون بين مختلف الأطراف للاتفاق على مقاييس النجاح.

الاستدامة

في هذه الخطوة يتم تحديد مصادر الدخل لضمان الاستدامة المالية طويلة المدى للشركة أو المؤسسة الاجتماعية أو المؤسسة الخيرية والتي ستدفع الابتكار إلى الأمام

النشر وتوسيع النطاق

يتم التركيز في هذه المرحلة على توسيع نطاق الأعمال لتمكين ودعم نمو الابتكار داخل وخارج المنظمة. هناك العديد من الاستراتيجيات لتنمية ونشر الابتكار، منها النمو المؤسسي مروراً بالترخيص والامتياز. كما يجب عدم إغفال المشورة ونقل الخبرة والإلهام لما لها من دور فاعل في دفع نشر الابتكار.

التغيير التنظيمي

التغيير على مستوى الأنظمة هو الهدف النهائي للابتكار الاجتماعي، وعادة ما يحتوي على تفاعل العديد من العناصر وطرق التفكير الجديدة. وعادة ما ينطوي على تغييرات في القطاعين العام والخاص على مدى فترات طويلة من الزمن.





الابتكار الاجتماعي

وريادة الأعمال الاجتماعية

يوجد في كل المجتمعات فجوات لا يستطيع كل من القطاعين الخاص والحكومي سدها. تقوم المشروعات الاجتماعية عادةً بدور القطاع الثالث الذي يمكنه سد تلك الفجوات التي تركها القطاعين الأساسيين، وتتمثل ريادة الأعمال الاجتماعية في طابع الابتكار والإبداع وتوجيه هذا الطابع نحو تقديم حلول تتبنى أساليب تجارية لعلاج المشكلات الاجتماعية والبيئية. تعد العلاقة بين الابتكار وريادة الأعمال علاقة ذات منفعة متبادلة، فالابتكار يتم تمويله وتسويقه من خلال ريادة الأعمال، وبدون ظهور الابتكارات التكنولوجية الجديدة، ستصل ريادة الأعمال إلى طريق مسدود، وبدون ريادة الأعمال، سيبقى الابتكار مجرد أفكار مخزنة في عقل المبتكر. لذلك فإن المؤسسة الاجتماعية هي الوسيلة التي يتم من خلالها تحقيق الابتكار الاجتماعي. فكما ينظر رواد الأعمال الاجتماعيين للتحدي الاجتماعي كفرصة لتطوير مشروع جديد، يُنظر للمشروع كحل محتمل للتحدي الاجتماعي. لذلك تعتبر ريادة الأعمال الاجتماعية ورواد الأعمال الاجتماعيين هم المحرك الأساسي للابتكار الاجتماعي.



الجهات الرائدة في الابتكار الاجتماعي

الجهات المحلية



توفر مسك للابتكار البيئة المناسبة التي يزدهر فيها الابتكار والارتقاء بالمملكة العربية السعودية إلى صدارة الابتكار العالمي وتطوير إمكانات الأفراد وتمكين الجيل القادم من المبتكرين السعوديين ليكونوا مبدعين ومشاركين في إيجاد الحلول للتحديات التي تواجه المجتمع وخلق مشاريع مبتكرة ذات مكانة عالمية وتنمية الأعمال التجارية المستدامة التي يمكنها تحويل الاقتصاد الوطني.



مركز الابتكار الاجتماعي
SOCIAL INNOVATION CENTER

مركز الابتكار الاجتماعي لجامعة الملك عبد العزيز والذي يعد الأول من نوعه على مستوى الجامعات السعودية. يساهم المركز في التنمية المستدامة في المملكة ووضع حلول وأفكار تخدم المجتمع، حيث يشمل المركز جميع التخصصات العلمية. كما يهدف المركز إلى تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ الهادفة إلى تعزيز الابتكار وتفعيله، وتهيئة بيئة ابتكارية وحيوية من التبادل المعرفي والمهاري بما يحقق المكاسب التنموية، وصناعة المبتكرين ورعاية رواد الأعمال الاجتماعيين.

الجهات العالمية

HITACHI
Inspire the Next

تم تأسيس شركة Hitachi للعمل على ابتكار حياة جديدة في الفترة المقبلة باعتبارها (أفضل شريك للحلول)، وذلك للوصول إلى مجتمع مريح متطور. افتتحت هيتاتشي أول مكتب في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عام ١٩٥٩ في القاهرة، وفرعها الأساسي في اليابان. كرست جهودها في تطوير البنية التحتية الاجتماعية لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. تساعد شركة هيتاتشي من خلال الابتكار الاجتماعي جعل المدن في المنطقة أكثر أماناً وكفاءة وتطوراً عن طريق إنشاء حلول مخصصة لتلبية الأهداف وتحقيق مجتمع مستدام.

 **THE YOUNG FOUNDATION**

تتمثل The Young foundation اليوم في تطوير مجتمعات أفضل تواصلاً واستدامة. حيث تعتبر منظمة أبحاث مستقلة معتمدة من UK Research and Innovation ومستثمر اجتماعي، ومستثمر اجتماعي وممارس في تنمية المجتمع، كما أن لها سجل حافل في إنشاء ودعم توسيع الابتكارات الاجتماعية التي تحدث أثراً حقيقياً في حياة الناس، وتقع في المملكة المتحدة.

nesta 

هي مؤسسة للابتكار الاجتماعي ومدعومة من قبل وقف مالي. تركز شركة nesta على المناطق التي توجد بها تحديات اجتماعية كبيرة كالرعاية الصحية وتطوير المدن الذكية والاقتصاد المبتكر والتعليم والحكومة الذكية وغيرها. وتهدف nesta إلى إضفاء الحيوية على الأفكار الجريئة والابتكارات ذات الأثر الاجتماعي الأكبر لتحويلها إلى واقع لتغيير العالم إلى الأبد وجعله مكاناً أفضل للعيش، وتقع في المملكة المتحدة.

SOCIAL INNOVATION ACADEMY

هي أول أكاديمية في العالم تقدم برنامجاً دولياً متكاملًا عبر الإنترنت حيث أنها تابعة للبرنامج التعليمي للاتحاد الأوروبي إيراسموس، ويصب تركيزه على محتوى للابتكار الاجتماعي.

أمثلة على الابتكار الاجتماعي

THE CLIMATE GROUP

هي مؤسسة غير ربحية متخصصة في مبادرات المناخ والطاقة النظيفة حول العالم لخلق أعلى أثر اجتماعي وبيئي ممكن.



تقدم دراسة مرنة بدوام جزئي وتدعم التعليم عن بعد والتعليم المفتوح بدون مقابل مادي للطلاب حول العالم.

COMPANY SHOP GROUP

ينصب تركيزها على توفير حلول مرنة ومستدامة للفائض من الطعام الناتج من عمليات الزراعة. من خلال القيام بذلك، تساعد الشركة المصنعين وتجار التجزئة والعلامات التجارية الكبرى على تحويل النفايات إلى فوائد مالية واجتماعية، دون المساس بسلامة علاماتهم التجارية.



تقدم قروضاً صغيرة لرواد الأعمال الاجتماعيين في جميع أنحاء العالم مقابل ٢٥ دولاراً أمريكياً وهي أول منصة إقراض عبر الإنترنت في العالم تربط المقرضين برواد الأعمال الاجتماعيين ذوي الدخل المحدود.



dailyhunt

هو تطبيق هاتفي يوفر محتوى الكتب والجرائد بـ ١٤ لغة هندية محلية وأكثر من ١٠٠ مزود محتوى. جلبت الفكرة مجموعة واسعة من المحتوى إلى السكان الهنود غير الناطقين باللغة الإنجليزية الذين يعانون من نقص الخدمات والمعلومات المتوفرة بلغتهم الأم.



توفر أنظمة طاقة شمسية عالية الجودة وبأسعار معقولة للأشخاص الذين لا تتوفر لديهم إمكانية الحصول على طاقة نظيفة ومستدامة وبسعر مقبول.



المصادر

- social innovation what it is, why it matters and how it can be accelerated. Geoff Mulgan with Simon Tucker, Rushanara Ali and Ben Sanders, University Of Oxford, (2007).
- The Process of Social Innovation .Geoff Mulgan, (2006).
- The open book of social innovation. Robin Murray Julie Caulier-Grice Geoff Mulgan, The young foundation , (March, 2010)
- Designing Social Innovation, Overview of Social Innovation. (2012) the Young Foundation, Tepsie.
- Why innovation processes need to support traceability. In Workshop on traceability in emerging forms of software engineering, Beyhl T, Berg G, Giese H (2013), San Francisco.



منشورات تسامي

شكرًا

لكم