



Examining the Development of Innovative Social Startups in Deprived Areas and the Role of Intellectual Property Rights in Supporting Digital Technology-Based Social Innovation

Mostafa Khajeh Dargi

Ph.D. Student in Science, Technology and
Innovation Governance, Tehran University,
Tehran, Iran

Ali Babapour*

M.A in Private Law, Tabriz University, Tabriz,
Iran

Abstract

In recent decades, increasing attention has been paid to start-ups, particularly those engaged in social innovation, as an effective tool for economic and social development in deprived regions. This study aims to analyze policies related to the development of start-ups based on social innovation and to examine the role of intellectual property rights in supporting and strengthening social innovation in digital start-ups operating in deprived areas of Iran. Social innovation, through creating structural changes, promoting social justice, and strengthening public participation, can provide the foundation for sustainable and long-term impacts in society. Start-ups operating in deprived regions can also rely on local needs and utilize available resources to design and establish sustainable business models. The scalability and institutionalization of such businesses are among the key factors in creating systemic and sustainable change, and their realization requires flexibility, effective participation of local communities, and a focus on creating social value. In addition to examining the development of social start-ups, this study also explains the role of intellectual property rights in supporting and strengthening these innovations. The analysis of successful start-up cases in deprived regions and the evaluation of the impact of the intellectual property system on their growth and sustainability show that the existence of an efficient legal framework can facilitate the innovation process and strengthen entrepreneurial motivation in these areas. The intellectual property system, as a fundamental component of the innovation cycle, also plays a significant role in fostering creativity, enhancing knowledge, and advancing technology. The research method adopted in this study is library-based and relies on descriptive content analysis. It has been conducted through inference and examination of authentic scientific sources, including books, articles, documents, and reliable records. The study seeks to explain the connection between the fields of management and law in the context of social innovation and to answer the question of how intellectual property rights can support innovation in digital technologies.

Keywords: social innovation, startups, deprivation alleviation, deprived areas, intellectual property rights

بررسی توسعه کسب و کارهای نوپا نوآور اجتماعی در مناطق محروم و نقش حقوق مالکیت معنوی در حمایت از نوآوری اجتماعی فناوری‌های دیجیتالی

مصطفی خواجه درگی | دانشجوی دکتری حکمرانی علم فناوری و نوآوری، تهران، ایران

علی باباپور* | کارشناس ارشد حقوق خصوصی، تبریز، ایران

چکیده

در دهه‌های اخیر، توجه به کسب و کارهای نوپا، به‌ویژه در حوزه‌ی نوآوری اجتماعی، به‌عنوان ابزاری کارآمد برای توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی در مناطق محروم، به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. پژوهش حاضر با هدف تحلیل سیاست‌های مرتبط با توسعه‌ی کسب و کارهای نوپای مبتنی بر نوآوری اجتماعی و بررسی نقش حقوق مالکیت معنوی در حمایت و تقویت نوآوری اجتماعی استارت‌آپ‌های دیجیتالی در مناطق محروم ایران نگاشته شده است. نوآوری اجتماعی از طریق ایجاد تغییرات ساختاری، ارتقای عدالت اجتماعی و تقویت مشارکت عمومی می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری آثار پایدار و بلندمدت در جامعه گردد. کسب و کارهای نوپای فعال در مناطق محروم نیز قادرند با اتکا بر نیازهای بومی و بهره‌گیری از منابع موجود، به طراحی و استقرار الگوهای پایدار کسب و کار اقدام کنند. مقیاس‌پذیری و نهادینه‌سازی این نوع کسب و کارها از عوامل اساسی در ایجاد تغییرات سیستمیک و پایدار محسوب می‌شود و تحقق آن مستلزم انعطاف‌پذیری، مشارکت مؤثر جامعه‌ی محلی و تمرکز بر خلق ارزش اجتماعی است. این پژوهش، علاوه بر بررسی توسعه‌ی کسب و کارهای نوپای اجتماعی، به تبیین نقش حقوق مالکیت معنوی در حمایت و تقویت این نوآوری‌ها می‌پردازد. تحلیل نمونه‌های موفق کسب و کارهای نوپا در مناطق محروم و ارزیابی تأثیرات نظام مالکیت فکری بر رشد و پایداری آن‌ها نشان می‌دهد که وجود چارچوب حقوقی کارآمد می‌تواند فرایند نوآوری را تسهیل کرده و به تقویت انگیزه‌های کارآفرینانه در این مناطق کمک کند. نظام حقوق مالکیت فکری نیز به‌عنوان بخشی بنیادین در چرخه‌ی نوآوری، نقش مهمی در توسعه‌ی خلاقیت، ارتقای دانش و پیشرفت فناوری ایفا می‌کند. روش تحقیق پژوهش حاضر، کتابخانه‌ای و مبتنی بر تحلیل محتوای توصیفی است که از طریق استنتاج و بررسی منابع اصیل علمی، شامل کتب، مقالات، اسناد و مدارک معتبر، انجام شده و تلاش دارد پیوند میان دو حوزه‌ی مدیریت و حقوق را در زمینه‌ی نوآوری اجتماعی تبیین کند و به این پرسش که چگونه حقوق مالکیت معنوی می‌تواند از نوآوری فناوری‌های دیجیتالی حمایت کند، پاسخ دهد.

کلیدواژه‌ها: نوآوری اجتماعی، کسب و کارهای نوپا، محرومیت‌زدایی، مناطق محروم، حقوق مالکیت فکری

مقدمه

کسب و کارهای نوپا به‌عنوان رویکردی نوین در حل مسائل پیچیده‌ی اجتماعی، از جمله محرومیت‌زدایی، در سال‌های اخیر مورد توجه سیاست‌گذاران، پژوهشگران و فعالان حوزه‌ی کسب و کار قرار گرفته است. کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) در این حوزه با بهره‌گیری از خلاقیت، فناوری و مدل‌های کسب و کار پایدار، توانایی ایجاد تغییرات مثبت و پایدار در جوامع محروم را دارند. این کسب و کارها نه تنها به رفع نیازهای اساسی جوامع کمک می‌کنند، بلکه با ایجاد فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی، به توانمندسازی افراد و کاهش نابرابری‌ها یاری می‌رسانند.

توسعه‌ی کسب و کارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق محروم نیازمند راهکارهای چندوجهی است که هم به توانمندسازی جوانان و هم به حل چالش‌های اجتماعی-اقتصادی توجه داشته باشد. این راهکارها شامل ایجاد بسترهای آموزشی برای تقویت مهارت‌های کارآفرینی اجتماعی، حمایت مالی از طریق ارائه‌ی وام‌های کم‌بهره یا کمک‌هزینه‌های دولتی برای استارت‌آپ‌های جوانان در مناطق محروم و تقویت شبکه‌های همکاری بین کارآفرینان، سازمان‌های غیردولتی و نهادهای محلی است.

توسعه‌ی کسب و کارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق محروم نیازمند رویکردی تحول‌آفرین است که بر هم‌آفرینی با جوامع محلی و استفاده از دانش بومی تمرکز دارد. ایجاد انکوباتورهای تجاری که آموزش‌های تخصصی در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی، مدیریت منابع و طراحی مدل‌های کسب و کار پایدار ارائه می‌دهند، می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا نیازهای برآورده‌نشده‌ی جوامع را شناسایی و برطرف کنند. استفاده از پلتفرم‌های نوآوری باز، مانند فضاهای دیجیتال مشارکتی، می‌تواند ذی‌نفعان حاشیه‌ای، مانند ساکنان روستاها، را به فرایند طراحی محصول متصل کند و نوآوری‌های بومی را تقویت کند. تأمین مالی خرد از طریق مشارکت با تعاونی‌ها و سازمان‌های غیردولتی، همراه با دسترسی به وام‌های کم‌بهره، می‌تواند سرمایه‌ی اولیه مورد نیاز را فراهم کند. برگزاری رویدادهای محلی، مانند هاکاتون‌های اجتماعی برای حل مسائل منطقه‌ای، می‌تواند خلاقیت را در میان جوانان تحریک کند.

همان‌طور که ذکر شد، تمرکز بر مدل‌های کسب و کار پایدار که اصول "سه‌گانه‌ی سود، اجتماع و محیط‌زیست" را در بر می‌گیرند، به کاهش اثرات زیست‌محیطی و ایجاد ارزش اجتماعی کمک می‌کنند. ایجاد شبکه‌های منطقه‌ای برای تبادل دانش و منابع بین کارآفرینان و جوامع محلی می‌تواند به مقیاس‌پذیری کسب و کارها کمک کند. در نهایت، تقویت فرهنگ کارآفرینی اجتماعی از طریق برنامه‌های آگاهی‌بخشی و حمایت از فناوری‌های سبز، مانند انرژی‌های تجدیدپذیر، می‌تواند به توسعه‌ی پایدار این کسب و کارها در مناطق محروم منجر شود. از اهداف مهم این پژوهش می‌توان به شناسایی و بررسی مهم‌ترین موانع شکل‌گیری کسب و کارها در مناطق محروم و بررسی و شناسایی راهکارهای توسعه‌ی کسب و کارهای نوپا نوآور اجتماعی در مناطق محروم اشاره نمود.

از سوی دیگر، نظام مالکیت معنوی به یکی از مسائل اساسی سیاست‌های نوین اقتصادی در سطح بین‌المللی تبدیل شده و به‌عنوان بستری برای توسعه‌ی پایدار در کشورها مطرح است. در هزاره‌ی سوم، با جهانی شدن اقتصاد و گسترش ارتباطات، رقابت جهانی افزایش یافته است. در این میان، فرایند تحقیق و توسعه، نوآوری تکنولوژیک و دستیابی به فناوری‌های برتر، نقش کلیدی در کسب مزیت رقابتی در جوامع مختلف پیدا کرده است. به بیان دیگر، حقوق مالکیت معنوی مجموعه‌ای از قوانین و مقررات است که از نتایج فکر، خلاقیت و نوآوری انسانی حمایت می‌کند و در این راستا، مجموعه‌ای از حقوق مالی محدود به زمان و حقوق معنوی دائمی به خالق اثر اعطا می‌نماید. از این رو، لازم است به نقش حقوق مالکیت معنوی در حمایت از نوآوری اجتماعی نیز بپردازیم.

پیشینه پژوهش

نمونه‌های داخلی

سازش و همکاران (۱۴۰۳) به ارائه الگوی نوآوری اجتماعی با رویکرد توسعه‌ی کارآفرینی در اداره‌ی کل راه و شهرسازی استان‌های شمالی پرداخته‌اند. بر اساس نتایج تحقیقات انجام‌شده و ادبیات نظری موجود در زمینه‌ی نوآوری اجتماعی، این پژوهش هفت دسته‌ی کلی را شناسایی کرده است: اهداف اجتماعی، تحول اجتماعی، ظرفیت‌سازی، مدیریت سازمانی، کارآفرینی اجتماعی، تحول نهادی و خدمات عمومی. در این الگو، شاخص‌های عوامل ساختاری، مهارتی، محیطی و رفتاری از اولویت بالاتری برخوردار هستند. همچنین، شاخص‌های کارآفرینی اجتماعی، ظرفیت‌سازی، تحول اجتماعی، مدیریت سازمانی، تحول نهادی، اهداف اجتماعی و خدمات عمومی نیز اولویت بالایی دارند.

نیک‌منش و صفابخش (۱۴۰۳) تأثیر جهت‌گیری پایه هرم بر عملکرد صادراتی با میانجی‌گیری نوآوری اجتماعی و تعدیلی شیوه‌های پایداری محیطی (مورد مطالعه: صادرکننده صنایع دستی سنتی ایرانی) را مطالعه نمودند. جامعه‌ی آماری شامل مدیران و کارشناسان شرکت‌های کوچک و متوسط در شهرک صنعتی خوارزمی بوده که ۱۲۶ نفر از آن‌ها نمونه‌گیری شدند. نتایج نشان دادند که جهت‌گیری پایه هرم به‌طور مثبت بر شیوه‌های پایداری محیطی تأثیر دارد و این تأثیر زمانی تقویت می‌شود که نوآوری اجتماعی بالا باشد. همچنین، شیوه‌های پایداری محیطی رابطه‌ی بین جهت‌گیری پایه هرم و عملکرد صادراتی را میانجی‌گری می‌کند. در نهایت، شیوه‌های پایداری محیطی، نقش تعدیلی مثبتی در تأثیر جهت‌گیری پایه هرم بر نوآوری اجتماعی ایفا می‌کند.

جدول ۱. خلاصه پیشینه داخلی

مؤلف و سال	عنوان پژوهش	خلاصه پژوهش	نقد پژوهش	تفاوت با پژوهش حاضر
سازش و همکاران (۱۴۰۳)	ارائه الگوی نوآوری اجتماعی با رویکرد توسعه‌ی کارآفرینی در راه و شهرسازی استان‌های شمالی	شناسایی ۷ دسته کلیدی در نوآوری اجتماعی (اهداف اجتماعی، تحول اجتماعی، ظرفیت اجتماعی، مدیریت سازمانی، کارآفرینی اجتماعی، تحول نهادی و خدمات عمومی) با تأکید بر عوامل ساختاری، مهارتی، محیطی و رفتاری.	تمرکز محدود بر بخش دولتی (راه و شهرسازی) و دولتی، بر نقش کسب‌وکارهای نوپا در محوریت‌زدایی تمرکز اداره کل راه و شهرسازی استان‌های شمالی	پژوهش حاضر به‌جای نهادهای اجتماعی با رویکرد توسعه‌ی کارآفرینی در راه و شهرسازی استان‌های شمالی
نیک‌منش و صفابخش (۱۴۰۳)	تأثیر جهت‌گیری پایه هرم بر عملکرد صادراتی با میانجی‌گیری نوآوری و تعدیلگری پایداری محیطی	بررسی رابطه مثبت جهت‌گیری پایه هرم با عملکرد صادراتی از طریق نوآوری اجتماعی و پایداری محیطی در صنایع دستی.	محدودیت جامعه آماری (صنایع دستی) و عدم تعمیم‌پذیری به سایر حوزه سیاست‌های حمایتی از استارت‌های محرومیت‌زدایی. آپ‌های اجتماعی تمرکز دارد.	پژوهش حاضر به‌جای صنایع دستی و صادرات، بر معیشت محلی و میانجی‌گری نوآوری و تعدیلگری پایداری محیطی

نمونه‌های بین‌المللی

بریدلیو و رضا (۲۰۲۴) هم‌افزایی ذی‌نفعان در نوآوری اجتماعی: تلاش برای کاهش تأثیر فقر در اندونزی را مطالعه نمودند. این پژوهش از شش بعد نوآوری اجتماعی برای تحلیل تأثیرات فقر در اندونزی استفاده کرده است. علاوه بر این، پژوهش به نقش ذی‌نفعان از طریق مفهوم پنج‌ضلعی هلکس می‌پردازد که در آن توازن مداوم میان دولت و جامعه مورد توجه قرار می‌گیرد. این پژوهش از نوع کیفی بوده و شامل ۵۰ اطلاع‌رسان پژوهشی است که بر اساس پنج معیار انتخاب شده‌اند. پژوهشگران از طریق مصاحبه‌های عمیق با فعالان اجتماعی، اطلاعات ملموس‌تری درباره‌ی مشکلات

موجود کسب کردند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که سیاست‌های دولت اندونزی در مدیریت فقر توانسته‌اند با تمرکز بر استفاده از مشارکت‌های اجتماعی، از گرفتار شدن در جنبه‌های صرفاً بوروکراتیک و تکنیکی جلوگیری کنند و جامعه را به‌عنوان همکاران و داوطلبان فعال درگیر سازند.

بارنت و همکاران (۲۰۲۴) پژوهشی با عنوان تقویت شهرهای ما: کاوش در تقاطع اخلاق، تنوع و شمول و نوآوری اجتماعی در احیای محیط‌های شهری را مطالعه نمودند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که مواجهه با این چالش‌ها نیازمند رویکردی چندجانبه است که شامل سیاست‌های مناسب، رهبری مؤثر و مشارکت فعال جامعه باشد. همچنین، تنوع، شمول و نوآوری اجتماعی نقش مهمی در فرایند احیای محیط‌های شهری ایفا می‌کنند. با توجه به مباحث مطرح‌شده، روشن می‌شود که برای تقویت شهرها باید از اصول اخلاقی و همکاری‌های مبتنی بر ارزش‌های انسانی بهره برد.

جدول ۲. خلاصه پیشینه خارجی

مؤلف و سال	عنوان پژوهش	خلاصه پژوهش	نقد پژوهش	تفاوت با پژوهش حاضر
بریدلو و رضا هم‌افزایی‌زی‌نفعان (۲۰۲۴)	در نوآوری اجتماعی: تلاش هلکس). یافته‌ها نشان می‌دهند که مشارکت برای کاهش تأثیر چندذی‌نفعی و سیاست‌های دولتی به کاهش فقر در اندونزی	تحلیل تأثیرات فقر با ۶ بعد نوآوری اجتماعی و نقش ذی‌نفعان (پنج‌ضلعی) یافته‌ها نشان می‌دهند که مشارکت برای کاهش تأثیر چندذی‌نفعی و سیاست‌های دولتی به کاهش فقر در اندونزی	تمرکز بر اندونزی و عدم تعمیم‌پذیری به سایر بافت‌ها؛ محدودیت در بررسی موانع ساختاری بلندمدت.	پژوهش حاضر بر محوریت‌زدایی در چارچوب کسب‌وکارهای نوپا تمرکز دارد، نه فقط مشارکت ذی‌نفعان کلان.
بارنت و همکاران (۲۰۲۴)	تقویت شهرها: تقاطع اخلاق، تنوع‌رهبری و مشارکت جامعه در احیای شهری. نوآوری اجتماعی و شمولیت به‌عنوان عوامل کلیدی شناسایی شدند.	تأکید بر نقش سیاست‌های چندجانبه، عملیاتی برای پیاده‌سازی سیاست‌ها در بافت‌های محروم؛ تمرکز صرف بر محیط‌های شهری توسعه یافته.	عدم ارائه‌ی چارچوب عملیاتی برای پیاده‌سازی سیاست‌ها در بافت‌های محروم؛ تمرکز صرف بر محیط‌های شهری توسعه یافته.	پژوهش حاضر کسب‌وکارهای نوپا را به‌عنوان موتور محرک محوریت‌زدایی در مناطق روستایی/شهری بررسی می‌کند.

روش تحقیق

این پژوهش بر اساس مبانی فلسفی تفسیری و با هدف اکتشافی برای درک عمیق معانی ذهنی و واقعیت‌های اجتماعی شکل گرفته است و جهت‌گیری کاربردی آن در راستای شناسایی راهکارها و موانع موجود در یک زمینه‌ی مشخص است. برای نیل به این مقصود، رویکردی استقرایی اتخاذ شده که در آن نظریه و الگوها به‌جای آزمون فرضیه‌های پیشین، مستقیماً از دل داده‌ها پدیدار می‌شوند.

این رویکرد به‌طور طبیعی با روش‌شناسی کیفی هم‌راستاست؛ زیرا بر تحلیل داده‌های غیر عددی برای دستیابی به فهمی غنی از تجارب انسانی تکیه دارد. داده‌های مورد نیاز از طریق روش‌های میدانی و کتابخانه‌ای و به‌طور مشخص با استفاده از ابزارهای مصاحبه (برای کسب دیدگاه‌های مستقیم) و مطالعات کتابخانه‌ای (برای ایجاد بستر مفهومی) گردآوری می‌شوند. در نهایت، داده‌های کیفی به‌دست آمده با به‌کارگیری راهبرد تحلیل محتوا به شیوه‌ای نظام‌مند و دقیق تفسیر خواهند شد تا مضامین و الگوهای کلیدی شناسایی شوند.

به‌طور خلاصه، روش پژوهش حاضر با اتکا به منابع کتابخانه‌ای و مبتنی بر تحلیل محتوای توصیفی است که از طریق استنتاج و بررسی منابع اصیل علمی، شامل کتب، مقالات، اسناد و مدارک معتبر، انجام شده است.

۱- نوآوری اجتماعی و محرومیت‌زدایی

۱-۱- نوآوری اجتماعی

نوآوری اجتماعی با رویکردهای نوآورانه‌ای که برای حل چالش‌های اجتماعی با تمرکز بر اهداف اجتماعی اتخاذ می‌کند، جایگاه قابل توجهی در حوزه‌ی دانشگاهی یافته است. آنچه نوآوری اجتماعی را از سایر انواع نوآوری متمایز می‌سازد، تأکید آن بر ایجاد ارزش اجتماعی به جای تمرکز صرف بر منافع اقتصادی است. مطالعات انجام شده در این حوزه عمدتاً بر تعریف نوآوری اجتماعی، تدوین گونه‌شناسی‌ها و مدل‌هایی جهت درک بهتر اشکال مختلف آن تمرکز داشته‌اند. این نوآوری می‌تواند شامل ایده‌ها، اقدامات، مدل‌ها، فرایندها و اشکال سازمانی نوینی باشد که با هدف بهبود روابط اجتماعی یا پاسخ به نیازهای برآورده‌نشده‌ی اجتماعی شکل می‌گیرند (Adamaco et al., 2024). نوآوری اجتماعی به عنوان یک پاسخ نوآورانه به نیاز اجتماعی که منجر به مزایای ملموس می‌شود، تعریف می‌شود. این نوع نوآوری اغلب با فرایندهایی مانند همکاری، هم‌سازی و ایجاد ظرفیت‌های جدید برای پاسخ به چالش‌های اجتماعی همراه است (Kelly & Kelly, 2025).

نوآوری اجتماعی به استفاده‌ی نوآورانه و مستقل از منابع اجتماعی مختلف توسط نهادهایی مانند دولت، شرکت‌ها و سازمان‌های مدنی برای حل مشکلات اجتماعی یا تأمین نیازهای اجتماعی از طریق شیوه‌ها یا ابزارهای جدید اطلاق می‌شود. جی گوانگشین و بیان تائو این تعریف را ارائه داده‌اند و تأکید دارند که نوآوری اجتماعی نه تنها به دنبال حل مشکلات موجود است، بلکه در پی ارائه‌ی راه‌حل‌هایی خلاقانه برای بهبود شرایط زندگی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی افراد و جوامع مختلف است (Ding et al., 2025).

نوآوری اجتماعی شامل توسعه‌ی راه‌حل‌های نوین برای مسائل اجتماعی با همکاری و خلاقیت است. این فرایند تغییرات رفتاری ایجاد کرده و به ایجاد شیوه‌های اجتماعی جدید و تقویت فعالیت‌های اقتصادی منجر می‌شود. نوآوری اجتماعی، همچنین، به عنوان روشی نو برای ساختاردهی کسب و کارها، شرکت‌ها یا محیط‌های کاری به منظور تقویت فعالیت‌های اقتصادی با هدف نهایی ایجاد ایده‌های جدید که به تحولی اجتماعی منجر شود، شناخته می‌شود. این فرایند فراتر از مرزهای سنتی حرکت کرده و با تشویق همکاری‌های نو و رویکردهای جدید به حل مسائل قدیمی، ارزش افزوده‌ای برای جامعه ایجاد می‌کند (Sampaio & Sebastião, 2024).

از سویی دیگر، نوآوری‌های اجتماعی به عنوان مداخلاتی بالقوه برای پاسخ به نیازهای جمعیت‌ها در نظر گرفته شده‌اند و می‌توانند نقش مؤثری در کاهش نابرابری‌های بهداشتی در کشورهای با درآمد کم و متوسط ایفا کنند. ویژگی متمایز نوآوری اجتماعی، رویکرد مشارکتی آن است که به ترویج گنجاندن اجتماعی کمک می‌کند. این نوآوری‌ها شامل فرایندهایی هستند که به طور مستقیم با مشارکت جامعه در ارتباطند و به پیوند بهبود سلامت با تغییرات اجتماعی می‌پردازند، به طوری که از نقاط قوت متنوع افراد و نهادهای محلی بهره می‌برند (Mier et al., 2025).

نوآوری اجتماعی با تمرکز بر مسائلی مانند فقر، نابرابری اجتماعی، تغییرات اقلیمی و عدم دسترسی به خدمات اساسی، راه‌حل‌هایی متناسب با نیازهای خاص اکوسیستم‌های محلی ارائه می‌دهد که از طریق مشارکت فعال ذی‌نفعان و با رویکردی پایین به بالا شکل می‌گیرند. این فرایند بر ادغام رشته‌های مختلف نظیر اقتصاد، جامعه‌شناسی، علوم محیطی و فناوری استوار است تا درک جامعی از مشکلات فراهم کرده و راه‌حل‌های مؤثری طراحی کند.

با وجود چالش‌هایی، مانند تأمین مالی، اندازه‌گیری تأثیر و موانع فرهنگی، نوآوری اجتماعی با بهره‌گیری از فناوری‌هایی، مانند هوش مصنوعی و بلاک‌چین، همکاری‌های بین‌المللی و مشارکت جوانان، فرصت‌هایی برای توسعه‌ی پایدار و نوآوری بیشتر فراهم می‌آورد (Jareh, 2025). از سوی دیگر، نوآوری اجتماعی به عنوان عاملی

مؤثر برای تحول جوامع و تقویت سیستم‌های اجتماعی شناخته می‌شود. این فرایندها می‌توانند به بهبود وضعیت کلی، تغییر روابط اجتماعی و پاسخ‌گویی به چالش‌های اجتماعی کمک کرده و به تحولات اساسی در شیوه‌های زندگی پایدارتر منجر شوند.

با این حال، نوآوری اجتماعی از طریق فرایندهای مشارکتی می‌تواند تغییراتی در سیستم‌های اجتماعی ایجاد کرده و منجر به تحولات در شیوه‌های اجتماعی، تقویت جمعی، تغییرات سیاسی و یا فرایندهای حکمرانی شود. این تغییرات به‌طور کلی نیازمند تحول سیستماتیک و تغییرات بنیادی هستند که از پتانسیل تحول‌آفرین نوآوری اجتماعی به وقوع می‌پیوندند. نوآوری اجتماعی تحول‌گرا قادر است به تغییر در دستور کارها، نهادها و روش‌های انجام کارها منتهی شده و در نهایت، به شکل‌گیری شیوه‌های زندگی پایدارتر و مقاوم‌تر کمک کند (Meyer & Hartmann, 2025).

۲-۱- محرومیت‌زدایی

مناطق محروم در کشورهای با درآمد کم و متوسط به‌عنوان مناطقی شناخته می‌شوند که با چالش‌های متعددی از جمله مسکن نامناسب، کمبود زیرساخت‌های اساسی و کیفیت پایین محیطی مواجه‌اند. این مناطق اغلب با تراکم بالای جمعیت، دسترسی محدود به آب سالم، سیستم‌های فاضلاب ناکافی و ناامنی مالکیتی مشخص می‌شوند (UN-Habitat, 2016).

این مناطق به دلیل نابرابری‌های اجتماعی-اقتصادی و ظرفیت محدود مدیریت شهری، با مشکلات مداومی مانند افزایش بیماری‌ها، آسیب‌پذیری در برابر بلایای طبیعی و موانع دسترسی به خدمات عمومی مواجه‌اند. علاوه بر چالش‌های فیزیکی، مناطق محروم با خطرات اجتماعی و زیست‌محیطی متعددی نیز مواجه‌اند که سلامت و رفاه ساکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ برای مثال، ازدحام ساختمان‌ها، آلودگی‌های محیطی مانند فاضلاب‌های روباز و انبوه زباله‌ها و افزایش جرم و جنایت از جمله ویژگی‌های این مناطق هستند (Lilford et al., 2017). این شرایط نه تنها ساکنان خانوارهای زاغه‌ای، بلکه افرادی را که در مجاورت این مناطق زندگی می‌کنند نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

مناطق محروم در کشورهای با درآمد کم و متوسط به سرعت در حال گسترش هستند و با رشد بی‌سابقه‌ای در شهرها مواجه‌اند. این مناطق معمولاً با مسکن نامناسب، کیفیت پایین محیطی، کمبود خدمات اساسی و زیرساخت‌های ضعیف شناخته می‌شوند. پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۵۰، حدود ۵/۲ میلیارد نفر به جمعیت جهان اضافه شود که ۹۰ درصد این رشد در شهرهای آسیایی و آفریقایی رخ خواهد داد (Kuffer et al., 2020).

محرومیت‌زدایی و فقر یکی از اهداف اصلی توسعه‌ی پایدار در سطح جهانی است. فقر همچنان مسأله‌ای فراگیر است که بسیاری از کشورها در سراسر جهان را تحت تأثیر قرار داده است. بر اساس گزارش اخیر بانک جهانی (۲۰۲۲)، نرخ فقر افزایش نگران‌کننده‌ای داشته است. این گزارش به‌طور خاص افزایش درصد افرادی که کمتر از ۲/۱۵ دلار در روز درآمد دارند از ۸/۴٪ در سال ۲۰۱۹ به ۹/۳٪ در سال ۲۰۲۲ را نشان می‌دهد که عمدتاً تحت تأثیر بحران پاندمی کووید ۱۹ بوده است. این وضعیت نیاز به توجه و اقدام فوری دارد، زیرا بی‌توجهی به آن می‌تواند مانع پیشرفت در جهت دستیابی به هدف توسعه‌ی پایدار سازمان ملل برای ریشه‌کن کردن فقر شدید تا سال ۲۰۳۰ شود و عواقب سنگینی برای افراد و جوامع جهانی به همراه خواهد داشت (Sun et al., 2025).

۱-۲-۱- محرومیت‌زدایی و چالش‌های پیش روی آن

دولت‌ها پس از موفقیت در مبارزه با فقر، با چالش‌های تثبیت دستاوردهای محرومیت‌زدایی و احیای روستاها مواجه هستند. ارتباط مؤثر بین این دو تلاش به اولویت‌کلیدی تبدیل شده است. محرومیت‌زدایی بر حذف فقر مطلق از طریق

کمک‌های هدفمند تمرکز دارد، در حالی که احیای روستاها به توسعه‌ی جامع و پایدار توجه می‌کند. این دو رویکرد تفاوت‌های قابل توجهی دارند، در حالی که محرومیت‌زدایی بیشتر به خانه‌های خاص توجه می‌کند. احیای روستاها علاوه بر تأمین رفاه، بر اهمیت کارایی نیز تأکید می‌کند. در این زمینه، کمک‌های صنعتی به‌عنوان یک عامل مهم در برقراری ارتباط بین محرومیت‌زدایی و احیای روستاها ظاهر می‌شود؛ زیرا تأثیر زیادی بر رشد و توزیع درآمد دارد. در نهایت، مسئله‌ی مهم برای سیاست‌گذاران این است که چگونه سیاست‌های مؤثر حمایتی طراحی کنند که نیاز به افزایش سطح درآمد را با هدف کاهش تفاوت‌های درآمدی هماهنگ کرده و به‌طور هم‌زمان دغدغه‌های کارایی و رفاه را مورد توجه قرار دهند (Sun et al., 2025).

۱-۲-۲- کسب و کارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق محروم

کسب و کارهای نوپا در مناطق محروم با استفاده از نوآوری‌های اجتماعی، به بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی این مناطق کمک می‌کنند. این استارت‌آپ‌ها با ایده‌های خلاقانه و فناوری‌های نوین، به حل مشکلاتی مانند فقر و بیکاری می‌پردازند. به‌عنوان مثال، استارت‌آپ‌های فعال در حوزه‌ی آموزش آنلاین و کشاورزی هوشمند می‌توانند با ارائه‌ی راه‌حل‌های کم‌هزینه، به توانمندسازی جوامع محلی کمک کنند و معمولاً با سازمان‌های غیردولتی همکاری می‌کنند که نه تنها به توسعه‌ی اقتصادی کمک می‌کند، بلکه باعث تقویت حس همبستگی و خودباوری در میان ساکنان مناطق محروم می‌شود. با این حال، این استارت‌آپ‌ها با چالش‌هایی مانند کمبود زیرساخت‌های فناوری، محدودیت‌های مالی و نبود نیروی انسانی متخصص روبه‌رو هستند. برای موفقیت، آن‌ها نیاز به حمایت‌های دولتی و سرمایه‌گذاری‌های هدفمند دارند تا بتوانند مقیاس فعالیت‌های خود را گسترش دهند. علاوه بر این، ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین استارت‌آپ‌ها و جوامع محلی می‌تواند به انتقال دانش و تجربه کمک کند و اثربخشی این نوآوری‌ها را افزایش دهد. در نهایت، این کسب و کارها با تمرکز بر نیازهای واقعی مردم و استفاده از راه‌حل‌های بومی‌سازی‌شده، می‌توانند به‌عنوان موتور محرکه توسعه‌ی پایدار در مناطق محروم عمل کنند (Smith & Stevens, 2010).

اشتغال به‌عنوان معیار کلیدی توسعه‌ی جوامع، به‌ویژه در مناطق محروم و روستایی، مهم است. بیکاری باعث فقر و مسائل اجتماعی می‌شود. راهبردهای توسعه شامل تقویت کشاورزی، کارآفرینی، گردشگری و صنایع روستایی است که موجب ایجاد شغل و بهبود شرایط زندگی می‌شود. کسب و کارهای نوپا با استفاده از ظرفیت‌های محلی و فناوری جدید، فرصت‌های خلاقانه ایجاد می‌کنند و به کاهش وابستگی اقتصادی و تقویت پایداری اجتماعی کمک می‌کنند. در این راستا، کسب و کارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی می‌توانند با بهره‌گیری از ظرفیت‌های محلی و فناوری‌های نوین، فرصت‌های شغلی خلاقانه‌ای ایجاد کنند که نه تنها به کاهش بیکاری کمک می‌کنند، بلکه با تمرکز بر نیازهای خاص مناطق محروم، پایداری اقتصادی و اجتماعی را تقویت می‌کنند. این راهبردها در مجموع می‌توانند با تقویت توانایی‌های کارآفرینان و ایجاد ساختارهای اقتصادی مناسب، به کاهش مهاجرت، بهبود تولیدات محلی و کاهش وابستگی اقتصادی به خارج کمک کنند (خورسند و همکاران، ۱۴۰۰).

کسب و کارهای خانگی در مناطق محروم با بهره‌گیری از نوآوری باز، می‌توانند ضمن ایجاد اشتغال پایدار و تولید ثروت، به رشد و بقای خود در فضای رقابتی کمک کنند. این رویکرد، با ایجاد جریان‌های دانش و همکاری با شرکای خارجی، موجب تزریق ایده‌های نوآورانه می‌شود. به‌رغم ریسک‌پذیری پایین این مشاغل، نوآوری باز می‌تواند هزینه‌های تحقیق و توسعه را کاهش داده و مزیت رقابتی ایجاد کند. همچنین، ایجاد ارتباطات مؤثر می‌تواند چالش‌های محدودیت منابع را جبران کرده و به بهبود معیشت و کاهش فقر کمک نماید (فلاح و همکاران، ۱۴۰۳).

۱-۳- نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در توسعه نوآوری اجتماعی

برای رشد کسب‌وکارهای نوپا در مناطق محروم با بهره‌گیری از نوآوری‌های اجتماعی و همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد، می‌توان از راهبردهای چندجانبه استفاده کرد که به پیچیدگی‌های فقر چندبعدی پاسخ می‌دهند. یکی از راهکارهای اصلی، تقویت پیوند میان کسب‌وکارهای نوپا و سازمان‌های مردم‌نهاد برای دسترسی به منابع مالی، آموزشی و شبکه‌سازی است. این سازمان‌ها می‌توانند با برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی در زمینه‌هایی مانند مدیریت مالی، بازاریابی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، توانایی‌های کارآفرینان محلی را بهبود بخشند. برای نمونه، این سازمان‌ها می‌توانند کارگاه‌های عملی ترتیب دهند که به کارآفرینان کمک کند نیازهای محلی را شناسایی کرده و محصولاتی متناسب با فرهنگ و اقتصاد منطقه ارائه دهند. این کسب‌وکارها با تمرکز بر نیازهای محلی، مانند تولید محصولات کشاورزی پایدار یا ارائه خدمات آموزشی ارزان‌قیمت، به بهبود زندگی جوامع محروم کمک می‌کنند. راهکار دیگر، بهره‌مندی از توان سازمان‌های مردم‌نهاد برای ایجاد شبکه‌های ارتباطی میان کسب‌وکارهای نوپا، سرمایه‌گذاران و نهادهای دولتی است. این شبکه‌سازی می‌تواند دسترسی به بازارهای جدید را آسان کرده و فرصت‌های تجاری را برای کارآفرینان محلی گسترش دهد (Ipinnaiye & Olaniyan, 2023).

برای کاهش پایدار فقر در مناطق محروم، ابتکارات محلی هماهنگ با فرهنگ و نیازها ضروری است. پشتیبانی از تعاونی‌های محلی می‌تواند شغل‌های پایدار ایجاد کند. سازمان‌های مردم‌نهاد با تأمین بودجه و وام‌های کم‌بهره می‌توانند این تعاونی‌ها را تقویت کنند. فناوری‌های ساده مانند برنامه‌های موبایلی نیز کمک به بازارهای بزرگ‌تر را تسهیل می‌کند. سیاست‌گذاری برای ایجاد چارچوب‌های نهادی قوی و فراهم کردن مشوق‌های مالیاتی برای کسب‌وکارهای اجتماعی از دیگر راهکارهاست. همکاری بین سازمان‌های غیردولتی، دانشگاه‌ها و نهادهای دولتی و آموزش‌های محلی نیز برای تقویت ظرفیت‌ها و اجرای نوآوری‌های اجتماعی اهمیت دارد. راهکار دیگر، تمرکز بر تقویت ظرفیت‌های محلی از طریق آموزش و توانمندسازی است. سازمان‌های غیردولتی می‌توانند با ارائه برنامه‌های آموزشی برای معلمان و فعالان محلی، مهارت‌های لازم برای اجرای نوآوری‌های اجتماعی را تقویت کنند. در نهایت، حمایت‌های دولتی از سوی دولت نقش کلیدی در موفقیت این کسب‌وکارها ایفا می‌کند. سیاست‌های دولتی می‌توانند با ارائه مشوق‌های مالی، تسهیل دسترسی به منابع و ایجاد چارچوب‌های قانونی برای همکاری بین سازمان‌های غیردولتی و سایر نهادها، به توسعه نوآوری‌های اجتماعی کمک کنند. این راهکارها، با ترکیب دانش محلی، همکاری‌های بین‌نهادی و حمایت‌های دولتی، می‌توانند به توسعه پایدار کسب‌وکارهای نوپا در مناطق محروم کمک کنند (Parthasarathy et al., 2021).

۲- موانع و چالش‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق محروم توسعه کسب‌وکارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق محروم با چالش‌های متعددی روبه‌رو است که می‌تواند مانع تحقق اهداف اجتماعی و اقتصادی آن‌ها شود. یکی از مهم‌ترین موانع، محدودیت دسترسی به منابع مالی و سرمایه‌گذاری است که در مناطق محروم به دلیل نبود زیرساخت‌های مالی و کمبود سرمایه‌گذاران، شدت بیشتری دارد. این محدودیت، توانایی کارآفرینان برای راه‌اندازی و گسترش پروژه‌های مبتنی بر مدل کسب‌وکار اجتماعی را کاهش می‌دهد. برای نمونه، در یک پروژه مشترک بین یک شرکت بزرگ و یک نهاد مالی، سرمایه‌گذاری اولیه برای ایجاد زیرساخت‌های لازم، با وجود مشارکت یک سازمان بزرگ، همچنان چالش‌برانگیز بود؛ زیرا مدل "بدون زیان، بدون سود" جذابیت مالی را برای سرمایه‌گذاران سنتی کم می‌کند.

چالش دیگر، نبود آگاهی و پذیرش اجتماعی در جوامع محلی است. در مناطق محروم، ساکنان به دلیل عادات سنتی و عدم آگاهی از خطرات سلامتی، مانند آلودگی‌های زیست‌محیطی، تمایلی به استفاده از خدمات جدید نشان نمی‌دهند. این مسئله در پروژه‌ای که آب سالم با قیمت مناسب ارائه می‌کرد، مشهود بود؛ جایی که مصرف تنها به ۱۰ درصد پیش‌بینی‌ها رسید. کمبود مشارکت فعال جامعه در طراحی و اجرای پروژه‌ها نیز این مشکل را تشدید می‌کند؛ زیرا رویکردهای از بالا به پایین اغلب نیازهای واقعی جامعه را به درستی شناسایی نمی‌کنند.

فقدان زیرساخت‌های فیزیکی و فناوری، مانند شبکه‌های توزیع یا دسترسی به فناوری‌های ساده، نیز مانعی است که کارآفرینان را در ارائه خدمات پایدار محدود می‌کند. علاوه بر این، نبود حمایت‌های دولتی و سیاست‌گذاری‌های منسجم، مانند مشوق‌های مالی یا برنامه‌های آموزشی، کارآفرینان را در برابر ریسک‌های اقتصادی و اجتماعی آسیب‌پذیر می‌کند (Duckin et al., 2011). لذا، تلاش‌های دولتی برای حل مشکلات زیست‌محیطی ناکافی بوده و چالش‌های فرهنگی، مانند مقاومت در برابر تغییر و ارزش‌های سنتی، نیز مانع پذیرش نوآوری‌های اجتماعی شده و باعث شکل‌گیری جوامع فقیر می‌شود. مدل کسب‌وکار اجتماعی با بهره‌وری از منابع محدود و تمرکز بر نیازهای اساسی، می‌تواند به توسعه پایدار و کاهش فقر کمک کند. در این راستا، موفقیت نیازمند حمایت و همکاری همه‌جانبه است (Yunus et al., 2012).

۲-۱- فرایندهای توسعه کسب‌وکارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق محروم

توسعه کسب‌وکارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق محروم به منظور حل مشکلات اجتماعی و اقتصادی نظیر فقر و بیکاری، با تأکید بر کارآفرینی اجتماعی، صورت می‌گیرد. این کسب‌وکارها با شناسایی نیازهای خاص جوامع، مدل‌های نوآورانه‌ای طراحی می‌کنند که به خودکفایی مالی و حل مشکلات محلی کمک می‌کند. از طریق تقویت نوآوری و استفاده‌ی خلاقانه از منابع موجود، کارآفرینان اجتماعی به ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار و انسجام اجتماعی کمک می‌کنند. یکی از فرایندهای کلیدی در توسعه این کسب‌وکارها، ایجاد محیطی برای تقویت نوآوری‌های علمی، فنی، فناوری و اطلاعاتی است که هزینه‌های نوآوری را کاهش داده و کارایی فناوری‌های جدید را افزایش می‌دهد. کارآفرینان اجتماعی با شناسایی فرصت‌های جدید، از منابع موجود به صورت خلاقانه استفاده می‌کنند و از طریق تعامل و تبادل بین افراد، ارزش‌های اجتماعی را خلق و حفظ می‌کنند. برای مثال، در مناطق محروم، این کسب‌وکارها ممکن است با آموزش مهارت‌های شغلی به گروه‌های آسیب‌پذیر، مانند زنان یا جوانان، فرصت‌های شغلی پایدار ایجاد کنند. این فرایند نه تنها به کاهش بیکاری کمک می‌کند، بلکه با تقویت اعتماد به نفس و خودباوری، به انسجام اجتماعی نیز منجر می‌شود. بنابراین، چالش‌های قانونی و مالی موجود نیازمند استراتژی‌های ملی هماهنگ و حمایت‌های مناسب هستند.

کارآفرینی اجتماعی در مناطق محروم به عنوان پلی بین خیرخواهی و کسب‌وکار عمل می‌کند؛ جایی که دولت به دلیل کمبود منابع و بخش خصوصی به دلیل سودآوری پایین وارد نمی‌شوند. این کسب‌وکارها با تمرکز بر خودکفایی، نوآوری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، نه تنها مشکلات محلی را حل می‌کنند، بلکه به توسعه اقتصادی پایدار نیز کمک می‌کنند. تجربه نشان داده است که حمایت‌های محلی، مانند تشکیل تعاونی‌های کوچک یا شبکه‌سازی بین کارآفرینان، می‌تواند تأثیر این کسب‌وکارها را چند برابر کند. این رویکرد، با ایجاد شرایطی برای دسترسی گروه‌های محروم به منابع مالی و سیاسی، آینده‌ای بهتر را نه تنها برای این گروه‌ها، بلکه برای کل جامعه رقم می‌زند (Kostetska & Bereznyak, 2014).

در مجموع، توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق محروم فرایندی چندمرحله‌ای است که با شناسایی نیازها و چالش‌های محلی آغاز می‌شود. ابتدا، از طریق تعامل با جوامع محلی و تحلیل داده‌های منطقه‌ای، مشکلات کلیدی مانند کمبود دسترسی به خدمات، آموزش یا زیرساخت‌ها مشخص می‌گردد. سپس، ایده‌پردازی و طراحی راه‌حل‌های نوآورانه با مشارکت ذی‌نفعان محلی انجام می‌شود تا اطمینان حاصل شود که راه‌حل‌ها با فرهنگ و نیازهای منطقه هم‌خوانی دارند. در مرحله‌ی بعد، مدل کسب‌وکار پایدار، مانند تعاونی‌ها یا کسب‌وکارهای اجتماعی، تدوین شده و منابع مالی از طریق سرمایه‌گذاری‌های محلی، کمک‌های دولتی یا خیریه‌ها تأمین می‌شود. اجرای آزمایشی (پایلوت) پروژه، مرحله بعدی است که امکان ارزیابی و اصلاح ایده را فراهم می‌کند. در نهایت، با گسترش مقیاس عملیات و ایجاد شبکه‌های همکاری با سازمان‌های محلی و بین‌المللی، کسب‌وکار به پایداری و تأثیرگذاری اجتماعی بلندمدت می‌رسد. این فرایند نیازمند انعطاف‌پذیری، مشارکت فعال جامعه و تمرکز بر ایجاد ارزش اجتماعی و اقتصادی توأمان است.

۲-۲- چرخه عمر کسب‌وکارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق محروم

چرخه‌ی عمر کسب‌وکارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی، به‌ویژه در مناطق محروم، مسیری پویا و چندمرحله‌ای است که از ایده‌پردازی تا تأثیرگذاری گسترده‌ی اجتماعی را در بر می‌گیرد. در مرحله‌ی نخست، شناسایی مسئله و ایده‌پردازی، کارآفرینان اجتماعی با انگیزه‌ای عمیق و هدفمند، مشکلی اجتماعی را شناسایی کرده و راه‌حلی خلاقانه برای آن پیشنهاد می‌دهند. این مرحله اغلب با آزمون و خطا همراه است؛ جایی که ایده‌ها در معرض آزمایش قرار می‌گیرند و با بازخوردهای دریافتی بهبود می‌یابند. در مناطق محروم، این مرحله به دلیل کمبود منابع و زیرساخت‌ها چالش‌برانگیزتر است، اما شور و اشتیاق هدفمند کارآفرینان می‌تواند انگیزه‌ای برای غلبه بر این موانع باشد.

در مرحله دوم، آزمایش و توسعه‌ی مدل کسب‌وکار و راه‌حل‌های اولیه به مدل‌های پایدار و قابل تکرار تبدیل می‌شوند. در این مرحله، تمرکز بر طراحی یک مدل کسب‌وکار است که نه تنها مشکل را حل کند، بلکه قابلیت ادامه‌داری در شرایط سخت مناطق محروم را نیز داشته باشد. این فرایند شامل معماری مداوم و توسعه است، به‌گونه‌ای که منابع محلی بهینه‌سازی شده و مشارکت جامعه تقویت شود. برای مثال، در مناطق محروم، استفاده از منابع بومی و ایجاد شبکه‌های محلی می‌تواند به پایداری مدل کمک کند.

در مرحله سوم، گسترش و مقیاس‌پذیری، زمانی رخ می‌دهد که مدل کسب‌وکار به بلوغ رسیده و آماده‌ی گسترش به جوامع دیگر یا حتی در سطح ملی و بین‌المللی است. در این مرحله، تمرکز بر سازمان یا شبکه‌ای است که از راه‌حل پشتیبانی می‌کند. مدیریت رشد در این مرحله حیاتی است، زیرا نیاز به هماهنگی بین منابع، شرکا و ذی‌نفعان محلی در مناطق محروم می‌تواند پیچیدگی‌های خاصی ایجاد کند. برای مثال، ایجاد شراکت با سازمان‌های محلی یا دولتی می‌تواند به تسریع این فرایند کمک کند. در نهایت، مرحله نهادینه‌سازی و تأثیرگذاری گسترده، زمانی است که راه‌حل به بخشی از ساختار اجتماعی تبدیل شده و تغییرات سیستمیک ایجاد می‌کند. در این مرحله، راه‌حل از طریق استراتژی‌های مختلف و بازیگران متعدد در جامعه منتشر می‌شود. در مناطق محروم، این مرحله می‌تواند شامل تغییر سیاست‌های محلی یا ایجاد الگوهای جدید فرهنگی باشد که به بهبود پایدار شرایط زندگی منجر شود. نمونه‌هایی مانند میکروفاینانس، نشان‌دهنده‌ی موفقیت این مرحله در ایجاد بازارها و حرکت‌های اجتماعی جدید هستند (Santos et al., 2013).

۲-۳- نقش شتاب‌دهنده‌ها در چرخه عمر کسب‌وکارهای نوپا در بستر نوآوری‌های اجتماعی در مناطق

محروم

چرخه عمر کسب‌وکارهای نوپا در مناطق محروم با چالش‌هایی مانند کمبود منابع مالی و زیرساخت‌های ضعیف مواجه است. شتاب‌دهنده‌های تأثیر اجتماعی، نقش حیاتی در حمایت از این کسب‌وکارهای پایدار دارند. این شتاب‌دهنده‌ها از طریق فعالیت‌هایی مانند پیش‌بینی و نقشه‌راه، جمع‌آوری و انتشار اطلاعات، تقویت شبکه‌سازی و شراکت، نمونه‌سازی اولیه، مشاوره فنی، بسیج منابع، تجاری‌سازی و برندسازی، به توسعه‌ی مدل‌های کسب‌وکار پایدار کمک می‌کنند.

شتاب‌دهنده‌های تأثیر اجتماعی، برخلاف شتاب‌دهنده‌های سنتی که بر کسب‌وکارهای با رشد بالا در بخش فناوری متمرکز هستند، بر ایجاد تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی همراه با بازده مالی تأکید دارند. این شتاب‌دهنده‌ها با ارائه‌ی آموزش‌های رسمی و غیررسمی، مانند یادگیری مبتنی بر مربی، کارگاه‌ها و برنامه‌های گروهی، به کسب‌وکارهای نوپا کمک می‌کنند تا نیازهای دانشی خود را در توسعه‌ی مدل‌های کسب‌وکار پایدار برطرف کنند. در مناطق محروم، این شتاب‌دهنده‌ها می‌توانند با ایجاد دسترسی به منابع مالی و شبکه‌های محلی، شکاف‌های موجود در اکوسیستم را پر کنند و به کسب‌وکارها کمک کنند تا با چالش‌های منطقه‌ای مانند فقر و نابرابری مقابله کنند. این حمایت‌ها شامل کمک به کسب‌وکارها برای غلبه بر محدودیت‌های منابع، افزایش مشروعیت و برندسازی برای جذب سرمایه است.

برای مثال، شتاب‌دهنده EIT Climate-KIC RIS به‌عنوان یک نمونه‌ی موفق، با ارائه‌ی برنامه‌های آموزشی و پشتیبانی، به کسب‌وکارهای نوپا کمک کرده تا مدل‌های کسب‌وکار سه‌لایه‌ای (اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی) را توسعه دهند. توسعه‌ی مدل‌های کسب‌وکار پایدار نیازمند دانش خاص در هر یک از سه لایه‌ی سود، محیط‌زیست و مردم است. در لایه اقتصادی، کسب‌وکارها باید بتوانند تأثیرات مالی خود را سنجیده و مدل‌های درآمدی پایدار ایجاد کنند. در لایه‌ی زیست‌محیطی، استفاده از روش‌هایی مانند ارزیابی چرخه حیات و تحلیل ردپای کربن برای کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی ضروری است. در لایه اجتماعی، کسب‌وکارها باید تأثیرات خود بر جامعه را ارزیابی کرده و اطلاعات شفافی در اختیار مشتریان قرار دهند تا تصمیم‌گیری آگاهانه‌ای داشته باشند. در مناطق محروم، این دانش باید با توجه به نیازهای خاص جامعه محلی، مانند بهبود کیفیت زندگی یا ایجاد فرصت‌های شغلی، بومی‌سازی شود. شتاب‌دهنده‌های تأثیر اجتماعی با ارائه‌ی ابزارهای ارزیابی کمی و کیفی به کسب‌وکارها کمک می‌کنند تا این دانش را به کار گیرند و مدل‌های کسب‌وکار خود را بهبود بخشند. با این حال، موفقیت این شتاب‌دهنده‌ها در مناطق محروم به توانایی آن‌ها در تطبیق برنامه‌ها با فرهنگ و محدودیت‌های محلی بستگی دارد، که نیازمند همکاری نزدیک با جوامع بومی و نهادهای محلی است (Bergmann & Utikal, 2021).

۳- مدل‌های موفق کسب‌وکارهای نوآور اجتماعی در مناطق محروم

۳-۱- بررسی مدل‌های مون‌دراگون و گرامین بانک

۳-۱-۱- مون‌دراگون^۱

مدل مون‌دراگون از طریق ساختار تعاونی خود، سیاست‌هایی را برای توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپا در حوزه‌ی نوآوری اجتماعی و محرومیت‌زدایی ارائه می‌دهد. مون‌دراگون بر آموزش و توسعه‌ی مهارت‌های کارآفرینان تأکید دارد که یکی از سیاست‌های کلیدی آن برای حمایت از کسب‌وکارهای نوپا در حوزه نوآوری اجتماعی است. این سیاست به

افراد در مناطق محروم امکان می‌دهد تا با کسب مهارت‌های لازم، کسب و کارهای نوآورانه‌ای راه‌اندازی کنند که به حل مسائل اجتماعی مانند بیکاری و فقر کمک کند.

یکی از سیاست‌های کلیدی مون‌دراگون در توسعه‌ی کسب و کارهای نوپا، ایجاد نهادهای مالی مانند بانک تعاونی (Caja Laboral) است که به تأمین سرمایه برای استارت‌آپ‌ها و تعاونی‌های جدید کمک می‌کند. این سیاست به کسب و کارهای نوپا امکان می‌دهد تا با تمرکز بر نوآوری اجتماعی، مانند تولید محصولات پایدار یا خدمات محلی، به محرومیت‌زدایی کمک کنند، بدون اینکه در دام بدهی‌های سنگین گرفتار شوند.

۳-۱-۲- گرامین بانک

گرامین بانک، تأسیس شده توسط محمد یونس در بنگلادش در سال ۱۹۸۳، یک نهاد پیشرو در حوزه‌ی تأمین مالی خرد^۱ است که با هدف فقرزدایی از طریق ارائه‌ی وام‌های کوچک بدون نیاز به وثیقه به اقشار کم‌درآمد، به‌ویژه زنان، فعالیت می‌کند. این بانک از مدل گروه‌های همبستگی استفاده می‌کند که در آن وام‌گیرندگان در گروه‌های کوچک سازمان‌دهی شده و مسئولیت بازپرداخت وام‌ها را به‌صورت جمعی بر عهده می‌گیرند.

گرامین بانک از طریق سیاست تأمین مالی خرد، کسب و کارهای نوپا را در حوزه‌ی نوآوری اجتماعی و محرومیت‌زدایی حمایت می‌کند. این بانک با ارائه‌ی وام‌های کوچک بدون نیاز به وثیقه، به افراد فقیر، به‌ویژه زنان، امکان می‌دهد تا کسب و کارهای خردی مانند تولید صنایع‌دستی یا کشاورزی محلی راه‌اندازی کنند. این سیاست با تبدیل افراد محروم به کارآفرینان خرد، به کاهش فقر و توانمندسازی اقتصادی جوامع محلی کمک می‌کند و نمونه‌ای موفق از نوآوری اجتماعی است.

۳-۱-۳- شباهت‌های مون‌دراگون و گرامین بانک

هر دو مدل مون‌دراگون و گرامین بانک بر توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی افراد در جوامع محروم تمرکز دارند و از طریق نوآوری اجتماعی به محرومیت‌زدایی کمک می‌کنند. هر دو به آموزش و توسعه‌ی مهارت‌های کارآفرینی اهمیت می‌دهند و با ایجاد ساختارهای مالی (بانک تعاونی در مون‌دراگون و تأمین مالی خرد در گرامین) به کسب و کارهای نوپا کمک می‌کنند تا موانع مالی را پشت سر بگذارند. همچنین، هر دو مدل بر همکاری و مشارکت جمعی تأکید دارند؛ مون‌دراگون از طریق تعاونی‌ها و گرامین از طریق گروه‌های همبستگی. این دو مدل با ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار و ترویج کارآفرینی، به کاهش نابرابری و فقر در جوامع هدف خود کمک کرده‌اند و الگوهایی موفق در نوآوری اجتماعی هستند.

۳-۱-۴- تفاوت‌های مون‌دراگون و گرامین بانک

مون‌دراگون بر ساختار تعاونی‌های کارگری متمرکز است که مالکیت و مدیریت جمعی را ترویج می‌کند، در حالی که گرامین بانک بر تأمین مالی خرد برای افراد فقیر، به‌ویژه زنان، تمرکز دارد بدون تأکید بر مالکیت جمعی. مون‌دراگون در حوزه‌های متنوعی مانند صنعت، آموزش و خدمات فعالیت می‌کند، در حالی که گرامین بانک عمدتاً بر کسب و کارهای خرد و کشاورزی متمرکز است. همچنین، مون‌دراگون در یک منطقه‌ی توسعه‌یافته (اسپانیا) شکل گرفته و بر ایجاد ثبات اقتصادی در سطح منطقه‌ای تأکید دارد، در حالی که گرامین بانک در یک کشور در حال توسعه (بنگلادش) فعالیت می‌کند و هدف اصلی آن فقرزدایی در جوامع بسیار محروم است. در نهایت، مون‌دراگون بر

دموکراسی اقتصادی و تصمیم‌گیری جمعی تأکید دارد، در حالی که گرامین بانک بر مسئولیت جمعی در بازپرداخت وام‌ها تمرکز می‌کند.

۴- نوآوری اجتماعی در مالکیت معنوی

نوآوری اجتماعی به‌عنوان یک حوزه‌ی مطالعاتی جدید شناخته می‌شود. با این حال، به‌عنوان یک پدیده، نوآوری اجتماعی همواره به رشد و تحول جوامع در طول تاریخ کمک کرده است. نوآوری‌های اجتماعی شامل نظام‌های اعتقادی، مذاهب، نظام‌های قانونی و تأثیرات جهانی شدن هستند که جامعه‌ی انسانی معاصر را شکل داده‌اند (شجاعی، ۱۳۹۷).

بر اساس تعریف سازمان جهانی توسعه و همکاری‌های اقتصادی، نوآوری اجتماعی بر یافتن راه‌حل‌های جدید برای مسائل و چالش‌های اجتماعی تمرکز دارد. هر نوآوری که در راستای حل مسائل اجتماعی از طریق نرم‌افزارها، ارزش‌ها و هنجارهای بومی با هدف توانمندسازی پاسخ می‌دهد، به‌نحوی که نتیجه‌ی نهایی آن افزایش کارآمدی و رضایت‌مندی در حاکمیت و جامعه باشد، به‌عنوان نوآوری اجتماعی شناخته می‌شود (کشتکار، ۱۳۹۷).

نوآوری اجتماعی به‌عنوان پاسخی به چالش‌های اجتماعی، جغرافیایی و پیچیدگی‌های موجود مطرح شده است. این مسائل، پیچیده و چندوجهی هستند و گروه گسترده‌ای از ذی‌نفعان را درگیر کرده و به سختی قابل حل هستند. این چالش‌ها فراوانند، اما می‌توان به مواردی همچون ناکارآمدی سرمایه‌داری بازار سنتی، کاهش منابع طبیعی، تغییرات آب و هوایی و تأثیرات جهانی‌سازی اشاره کرد (شجاعی، ۱۳۹۷). مفهوم نوآوری به‌طور بنیادین با اقتصاد در هم تنیده است. عده‌ای نوآوری را به‌عنوان استفاده تجاری یا صنعتی از یک محصول جدید، فرایند یا روش تولید نو، بازار یا منبع تأمین جدید و یا شکلی نوین از سازمان‌دهی تجاری، کسب‌وکار یا تأمین مالی جدید تعریف می‌کنند (شجاعی، ۱۳۹۷).

فناوری‌های دیجیتال در راستای نوآوری‌های اجتماعی چندین نقش کلیدی را ایفا می‌کنند. آن‌ها بستر ایجاد اقدامات مدنی را در فضای دیجیتال برای نوآوری اجتماعی فراهم می‌آورند. از طریق این مکانیزم‌ها، نوآوری اجتماعی دیجیتال به یک پدیده‌ی مؤثر تبدیل شده و تغییرات اجتماعی را در حوزه‌های مختلف به دنبال دارد. گام مهم در فرایند نوآوری اجتماعی، تبدیل ایده به محصولی است که توسط جامعه پذیرفته شود. بسیاری از ایده‌ها به دلیل عدم دریافت منابع و حمایت‌های لازم، هرگز به محصول تبدیل نمی‌شوند. در این راستا، توجه به منابع مالی، انسانی و دیگر منابع مشابه ضروری و غیرقابل انکار است (کشتکار، ۱۳۹۷).

نوآوری اجتماعی دیجیتال از نظر هدف اجتماعی و تأکید بر تغییرات در شیوه‌های اجتماعی که توسط فن‌آوری دیجیتال امکان‌پذیر شده است با انواع دیگر نوع‌آوری اجتماعی متفاوت است (Weber, 2019). نتایج تحلیل‌ها نشان می‌دهند که پیوند محکمی میان توسعه‌ی اکوسیستم، فناوری‌های دیجیتال و نقش فعال سرمایه‌گذاری‌های جدید وجود دارد که یک فرایند تکاملی پیچیده را تجسم می‌کنند. همچنین، در مورد نقش سرمایه‌گذاری‌های دیجیتالی که به‌صورت پیشگام، مختل‌کننده و تقلیدکننده عمل می‌کنند و تأثیرشان بر رشد اکوسیستم‌ها بحث شده است. مطالعات موردی نشان می‌دهند که جمع‌سپاری می‌تواند تأثیر چشمگیری بر استراتژی‌های نوآوری و قابلیت اقتصادی آن‌ها در توسعه‌ی اقتصادی داشته باشد. اشغال جایگاه‌های نوآوری برتر برای شرکت‌ها در راستای دستیابی به نوآوری موفق در اکوسیستم‌های نوآوری باز ضروری است (مودب و همکاران، ۱۴۰۲). ویژگی کلیدی نوآوری دیجیتال در مقایسه با نوآوری اجتماعی مرسوم عملکرد توانمندسازی مبتنی بر فن‌آوری برای شیوه‌های اجتماعی جدید تأملی یا

مشارکتی است. با فن‌آوری‌های دیجیتال این شیوه‌های اجتماعی را می‌توان در سطح کیفی جدید انجام داد و منجر به تغییر متناظر در عملکردهای مهم اجتماعی شد (Weber, 2019).

حقوق مالکیت فکری به دنبال حمایت از نوآوری است. نوآوری نیازمند سرمایه‌گذاری است و سرمایه‌گذاری به انگیزه بستگی دارد. در دنیای داده و کلان‌داده و یا به عبارت دیگر، در اقتصاد مبتنی بر داده، تولید داده‌های بیشتر نیازمند انگیزه و ترغیب به سرمایه‌گذاری بیشتر در این زمینه است. این انگیزه ممکن است در فرایند ایجاد، تولید و جمع‌آوری داده و کلان‌داده یافت شود یا می‌تواند با هدف تجاری‌سازی داده‌ها حاصل شود (عطار، ۱۴۰۰).

محدودیت، عامل مهمی است که مانع تعمیم و گسترش نوآوری اجتماعی دیجیتال می‌شود. سرمایه‌گذاران خصوصی و دولتی اغلب برای حمایت از نوآوری اجتماعی فراخوانده می‌شوند، اما بخش دیجیتال، به‌ویژه در ابداع مدل‌های مالی و کسب‌وکار جدید، از این فراخوان محروم هستند. طرح‌های نوآوری اجتماعی دیجیتال از سیاست‌ها و مقررات برای تسهیل دسترسی به مدل‌های تأمین مالی جایگزین و حمایت از پذیرش راه‌حل‌ها به منظور پیشبرد اهداف نوآوری اجتماعی دیجیتال بهره می‌برد. علی‌رغم چندین نمونه موفق و خوشایند، تأثیر نوآوری اجتماعی دیجیتال در جامعه تاکنون محدود بوده است؛ چراکه از پتانسیل نوآوری اجتماعی دیجیتال به‌طور کامل استفاده نشده است. لذا، دلایل عدم تمایل به مشارکت در نوآوری اجتماعی دیجیتال را می‌توان در سرعت سریع تغییر در فن‌آوری‌های دیجیتال پیدا کرد (Weber, 2019).

حقوق مالکیت معنوی، نوآوری دیجیتال را از سطح «ایده» و «تلاش فکری» به سطح یک دارایی حقوقی قابل شناسایی و ارزش‌گذاری ارتقا می‌دهد. در استارت‌آپ‌های فناوری، بخش عمده‌ای از ارزش شرکت نه در دارایی‌های فیزیکی، بلکه در کد نرم‌افزار، برند، الگوریتم‌ها، پلتفرم و پایگاه‌های داده نهفته است. ثبت این دارایی‌ها در قالب حق مؤلف، علائم تجاری یا پتنت، امکان ارزش‌گذاری رسمی و استفاده از آن‌ها به‌عنوان پشتوانه برای جذب سرمایه‌گذار، مشارکت تجاری و حتی ادغام و تملیک شرکت‌ها را فراهم می‌کند (Hall, 2010). در فناوری‌های دیجیتال، هزینه‌ی خلق یک نوآوری، مانند توسعه‌ی نرم‌افزار، پلتفرم، الگوریتم یا پایگاه داده، معمولاً بالاست، در حالی که هزینه‌ی تکثیر آن بسیار ناچیز است. این عدم تقارن، در صورت نبود سازوکارهای حمایتی، می‌تواند انگیزه‌ی نوآوران را برای ورود به فعالیت‌های پرریسک تحقیق و توسعه کاهش دهد. حقوق مالکیت معنوی با اعطای نوعی انحصار موقت و قانونی تلاش می‌کند این شکاف را جبران و انگیزه‌ی لازم برای نوآوری را تقویت کند.

حقوق مالکیت معنوی از طریق ایجاد سازوکارهای حمایتی مؤثر، نقشی اساسی در تقویت نوآوری در حوزه‌ی فناوری‌های دیجیتال ایفا می‌کند. این نظام با فراهم کردن امکان ثبت اختراع، علامت تجاری و حمایت از نرم‌افزارهای تحت شمول حق مؤلف، زمینه‌ی حفاظت از ایده‌ها، الگوریتم‌ها و محصولات دیجیتالی را در برابر کپی‌برداری و بهره‌برداری غیرمجاز فراهم می‌سازد و در نتیجه، انگیزه‌ی نوآوران برای سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه را افزایش می‌دهد. اعطای انحصار موقت ناشی از حقوق مالکیت فکری نیز به شرکت‌ها اجازه می‌دهد که هزینه‌های توسعه‌ی فناوری را جبران کرده و مدل‌های اقتصادی پایدارتری ایجاد کنند. علاوه بر این، وجود چارچوب حقوقی شفاف اعتماد سرمایه‌گذاران را تقویت کرده و از طریق امکان صدور مجوزهای بهره‌برداری، بستر همکاری‌های فناورانه و تجاری‌سازی گسترده‌تر فناوری‌های دیجیتال را مهیا می‌سازد؛ امری که در مجموع به ارتقای کیفیت نوآوری‌ها و توسعه‌ی رقابت سالم در اکوسیستم فناوری منجر می‌شود.

نتیجه گیری

نوآوری اجتماعی به عنوان یکی از رویکردهای نوین توسعه، ظرفیت قابل توجهی برای مواجهه با چالش های ساختاری مناطق محروم دارد. این نوع نوآوری با تمرکز بر خلق ارزش اجتماعی و پاسخ گویی به نیازهای برآورده نشده ی جوامع، می تواند از طریق طراحی راهکارهای خلاقانه، مشارکتی و بومی محور به بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی مناطق کمتر توسعه یافته کمک کند. در این میان، کسب و کارهای نوپای مبتنی بر نوآوری اجتماعی به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر تحقق این هدف مطرح می شوند، زیرا با بهره گیری از ظرفیت های محلی، فناوری های نوین و رویکردهای کارآفرینانه قادرند فرصت های شغلی پایدار ایجاد کرده و به کاهش فقر، بیکاری و نابرابری های اجتماعی کمک نمایند.

یافته های پژوهش نشان می دهند که توسعه ی این کسب و کارها در مناطق محروم فرایندی چندمرحله ای و پیچیده است که از شناسایی نیازهای محلی و طراحی راهکارهای نوآورانه آغاز شده و با ایجاد مدل های کسب و کار پایدار، اجرای آزمایشی و در نهایت، گسترش و نهادینه سازی در سطح جامعه ادامه می یابد. در این مسیر، مشارکت فعال جامعه ی محلی، استفاده از دانش بومی و ایجاد شبکه های همکاری میان کارآفرینان، نهادهای دولتی، سازمان های مردم نهاد و سرمایه گذاران نقش تعیین کننده ای در موفقیت و پایداری این کسب و کارها ایفا می کند. تجربه ی مدل های موفق همچون مون دراگون و گرامین بانک نیز نشان می دهند که ترکیب سازوکارهای مالی مناسب، آموزش کارآفرینان و تقویت همکاری های جمعی می تواند به شکل گیری الگوهای موفق نوآوری اجتماعی در راستای محرومیت زدایی منجر شود.

با این حال، توسعه ی کسب و کارهای نوپای نوآور اجتماعی در مناطق محروم با چالش های متعددی مواجه است. محدودیت دسترسی به منابع مالی، ضعف زیرساخت های فیزیکی و فناوری، کمبود نیروی انسانی متخصص، نبود آگاهی و پذیرش اجتماعی و نیز فقدان سیاست گذاری های حمایتی منسجم از جمله مهم ترین موانعی هستند که می توانند روند شکل گیری و گسترش این کسب و کارها را با دشواری مواجه سازند. در چنین شرایطی، نقش نهادهای حمایتی مانند شتاب دهنده های کسب و کار، سازمان های مردم نهاد و سیاست های حمایتی دولت اهمیت ویژه ای پیدا می کند؛ زیرا این نهادها می توانند از طریق ارائه ی آموزش های تخصصی، تسهیل دسترسی به منابع مالی، تقویت شبکه های ارتباطی و ایجاد چارچوب های نهادی مناسب، زمینه ی رشد و پایداری این کسب و کارها را فراهم سازند. در این میان، فناوری های دیجیتال به عنوان یکی از مهم ترین ابزارهای توانمندسازی نوآوری اجتماعی، امکان ارائه ی راهکارهای کم هزینه، مقیاس پذیر و قابل دسترس برای جوامع محروم را فراهم می آورند.

استفاده از ابزارهای دیجیتال، پلتفرم های آنلاین، داده های بزرگ و سایر فناوری های نوین می تواند کارایی خدمات اجتماعی را افزایش داده و زمینه ی مشارکت گسترده تر شهروندان در فرایندهای نوآوری اجتماعی را فراهم کند. با این حال، تحقق کامل ظرفیت های نوآوری اجتماعی دیجیتال نیازمند وجود چارچوب های حمایتی مناسب، به ویژه در حوزه ی تأمین مالی و سیاست گذاری های فناورانه است. در همین راستا، نظام حقوق مالکیت معنوی به عنوان یکی از زیرساخت های حقوقی مهم در اکوسیستم نوآوری، نقش اساسی در حمایت از نوآوری های اجتماعی مبتنی بر فناوری های دیجیتال ایفا می کند. این نظام با ایجاد امکان ثبت و حمایت قانونی از دارایی های فکری همچون نرم افزارها، الگوریتم ها، پایگاه های داده و علائم تجاری، از یک سو انگیزه ی لازم برای سرمایه گذاری در فعالیت های تحقیق و توسعه را تقویت می کند و از سوی دیگر، بستر لازم برای تجاری سازی فناوری ها و جذب سرمایه گذاران را فراهم می آورد.

حمایت حقوقی از نوآوری‌های دیجیتال، همچنین موجب افزایش اعتماد در روابط تجاری، تسهیل انتقال فناوری و گسترش همکاری‌های فناورانه در سطح ملی و بین‌المللی می‌شود. بر این اساس، توسعه‌ی موفق کسب‌وکارهای نوپای نوآور اجتماعی در مناطق محروم مستلزم اتخاذ رویکردی جامع و هماهنگ است که در آن ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فناورانه و حقوقی به‌طور هم‌زمان مورد توجه قرار گیرند.

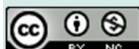
تقویت زیرساخت‌های دیجیتال، ایجاد سازوکارهای تأمین مالی پایدار، حمایت از کارآفرینان اجتماعی، توسعه‌ی همکاری‌های بین‌نهادی و استقرار نظام کارآمد حمایت از حقوق مالکیت معنوی، می‌توانند زمینه‌ی شکل‌گیری اکوسیستمی پویا برای نوآوری اجتماعی را فراهم آورند. در چنین چارچوبی، هم‌افزایی میان نوآوری اجتماعی، فناوری‌های دیجیتال و نظام حقوقی مالکیت معنوی می‌تواند به‌عنوان الگویی مؤثر برای کاهش محرومیت، توانمندسازی جوامع محلی و تحقق توسعه پایدار و عدالت اجتماعی در مناطق کمتر توسعه‌یافته عمل کند.

منابع

- خورسند، ا.، ملک، آرام، و کوثری، ک. (۱۴۰۰). راهکارهای توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی در مناطق محروم. *نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری*، ۵(۱۶)، ۱۱۴-۱۲۰.
- شجاعی، انسیه. (۱۳۹۷). نوآوری اجتماعی، معرفی و مفاهیم اولیه، مطالعات ارتباطات و فناوری‌های نوین، شماره مسلسل: ۱۵۸۹۵.
- عطاری، شیمایا. (۱۴۰۰). جایگاه داده و کلان داده در نظام حقوق اموال و مالکیت در ایران و فرانسه. رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران.
- فلاح، محمدرضا، عباسی، رسول، و شیرازی، زهرا. (۱۴۰۳). ارائه سکوی شکل‌گیری نوآوری باز در کسب‌وکارهای خانگی. *فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی*، ۱۵(۵۹)، ۱۵۱-۱۷۰.
- کشتکار، مهران. (۱۳۹۷). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های نوآوری اجتماعی در ایران. *فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی*، (۱)۱.
- مودب، سروش، و ضیاء، بابک. (۱۴۰۲). نقش نوآوری در توسعه کسب‌وکارها؛ شکاف نوآوری و نوآوری‌های اکتشافی در کسب‌وکارها، *نشریه پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری*، (۳).
- Bergmann, T., & Utikal, H. (2021). How to support start-ups in developing a sustainable business model: The case of an European social impact accelerator. *Sustainability*, 13(6), 3337.
- Ding, W., Zeng, Z., Zhuo, Y., & Wang, C. (2025). Social innovation perspective on regional design and sustainable development research. *Sustainability*, 17(3), 1175.
- Hall, B. H. (2010). The financing of innovative firms. *Review of Economics and Institutions*, 1(1).
- Hart, S., Sharma, S., & Halme, M. (2016). Poverty, business strategy, and sustainable development. *Organization & Environment*, 29(4), 401-415.
- Ipinnaiye, O., & Olaniyan, F. (2023). An exploratory study of local social innovation initiatives for sustainable poverty reduction in Nigeria. *Sustainable Development*, 31(4), 2222-2239.
- Jareh, A. (2025). Sustainable social innovation as a solution for systemic change and resilience. *Sustainability*, 17(4), 1583.
- Kelly, R., & Kelly, U. (2025). Readiness assessment in flood risk management and climate adaptation: A mechanism for social innovation?. *Journal of Flood Risk Management*, 18(1), e12915.
- Kostetska, I., & Berezyak, I. (2014). Social entrepreneurship as an innovative solution mechanism of social problems of society. *Management Theory & Studies for Rural Business & Infrastructure Development*, 36.
- Kuffer, M., Thomson, D. R., Boo, G., Mahabir, R., Grippa, T., Vanhuyse, S., ... & Kabaria, C. (2020). The role of earth observation in an integrated deprived area mapping "system" for low-to-middle income countries. *Remote Sensing*, 12(6), 982.

- Lilford, R. J., Oyeboode, O., Satterthwaite, D., Melendez-Torres, G. J., Chen, Y. F., Mberu, B., ... & Ezeh, A. (2017). Improving the health and welfare of people who live in slums. *The Lancet*, 389(10068), 559-570.
- Meyer, H., & Hartmann, T. (2025). The FLOODLABEL as a social innovation in flood risk management to increase homeowners' resilience. *Journal of Flood Risk Management*, 18(1), e12962.
- Mier, A. R., Echavarria, M. I., Awor, P., del Pilar-Labarda, M., Kharel, C., & del Barrio, M. O. (2025). Exploring gender and intersecting social stratifiers at a community level: insights from three social innovation research hubs in Colombia, the Philippines and Uganda. *BMJ Innovations*, bmjinnov-2024.
- Parthasarathy, B., Dey, S., & Gupta, P. (2021). Overcoming wicked problems and institutional voids for social innovation: University-NGO partnerships in the Global South. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121104.
- Sampaio, C., & Sebastião, J. R. (2024). Social innovation and social entrepreneurship: uncovering themes, trends, and discourse. *Administrative Sciences*, 14(3), 53.
- Santos, F., Salvado, J. C., De Carvalho, I. L., & Schulte, U. G. (2013). The life cycle of social innovations. In *Social Innovation: Solutions For a Sustainable Future* (pp. 183-195). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Smith, R. B., Stevens E. C. (2010). Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value. *Entrepreneurship and Regional Development*. 18.
- Sun, B., Yee Whah, C., & Wang, Y. (2025). A systematic review of significant research on poverty alleviation by social organizations: comparing distinctive approaches in China and the world. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2484468.
- Sun, J., Zhang, C., & Wang, B. (2025). Consolidating poverty alleviation and rural revitalization from the perspective of industrial assistance: China. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 9, 1419410.
- UN-Habitat. (2016). Slum almanac 2015-2016: Tracking improvement in the lives of slum dwellers. *United Nations Human Settlements Programme*.
- Weber, K. M. (2019). Creating and exploiting a digital space for social innovation. in J. Howaldt (Ed.)
- Yunus, M., Sibieude, T., & Lesueur, E. (2012). Social Business and big business: innovative, promising solutions to overcome poverty?. *Field Actions Science Reports. The Journal of Field Actions*, (4).

استناد به این مقاله: خواجه درگی، مصطفی، و باباپور، علی. (۱۴۰۵). بررسی توسعه کسب و کارهای نوپا نوآور اجتماعی در مناطق محروم و نقش حقوق مالکیت معنوی در حمایت از نوآوری اجتماعی فناوری‌های دیجیتالی. فصلنامه تحقیقات نوین میان‌رشته‌ای حقوق، ۶(۱)، ۶۰-۷۷.



Modern Interdisciplinary Research in Law is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.