

مفاهیم نوآوری

۱۵- نظام نوآوری



هادی نیل فروشان
عضو هیئت‌علمی دانشگاه شهید بهشتی

● در تاریخ تحولات دانش مطالعات نوآوری در ۶۰ سال گذشته، زایش برخی مفاهیم در فهم عمومی بشر از پدیده‌ای به نام نوآوری به تعبیری یک جهش ایجاد کرده است. مفهوم نظام نوآوری از این قبیل مفاهیم است. توضیح اول آن است که فهم بشر از نوآوری در این سال‌ها همواره دستخوش تغییر و تحول بوده است. شاید درباره کتاب‌های مرجع و اصلی در این حوزه بتوان روی سطر به سطر این تعابیر و مفاهیم دست گذاشت و نشان داد که چگونه فهم ما از جزیه‌به‌جزیه این مفاهیم در گذر سالیان تحول یافته است؛ برای نمونه اوایل گمان می‌شد که نوآوری یک فرایند خطی است، ولی بعدها بیشتر مشخص شد که نوآوری یک فرایند خطی نیست و بین حلقه‌های مختلف آن، بازخورد وجود دارد. توضیح دوم این است که یکی از مفاهیمی که در مسیر تبیین و توضیح نوآوری و به‌ویژه مدیریت آن مطرح شد و بسیار مورد تاکید و پذیرش جامعه علمی قرار گرفت، این بود که نوآوری پدیده‌ای و ایزوله‌ی‌بودن اتفاق نمی‌افتد. معنای این مفهوم آن بود که هیچ ینگاهی در دنیای امروز همه شایستگی‌ها و قابلیت‌هایی را که برای تحقیق و توسعه و تجاری‌سازی و بازاریابی و نفوذدادن فناوری یا نوآوری جدید لازم است، ندارد؛ در نتیجه اگر بنگاهی خیال کرده است که می‌تواند یک ایده را از نقطه شکل‌گیری تا آخرین نقطه واردکردن و نفوذدادن در بازار به‌تهایی به پیش برسد و توفیق بیابد، خیال باطلی کرده است و نتیجه چنین تفکری جز اتلاف منابع و شکست‌های پیاپی نخواهد بود. توضیح سوم آنکه ادامه تفکر مربوط به توضیح قبل، منتهی شد به اینکه ایده اولیه خلق مفهوم نظام نوآوری پیدا شد. به‌رحال نظریه سیستم‌ها، نظریه‌ای شناخته‌شده در حوزه تحلیل‌های اجتماعی بود و کاربست آن در ادبیات نوآوری به‌نوعی یک نوآوری و ابتکار محسوب می‌شد. در این استاره نوآوری به یک نظام یا سیستم تشبیه می‌شد که مانند همه سیستم‌های اقتصادی-اجتماعی دیگر ورودی‌ها و نهادهایی دارد که تحت پردازش‌های درون این نظام به برون‌دادها و خروجی‌های خاص تبدیل خواهند شد. این نظریه در آن جهت در ادامه تفکر نوآوری در تهایی‌اتفاق نمی‌افتد که ن‌نتها بر آن صحه می‌گذارد، بلکه تاکید می‌کند که افراد، سازمان‌ها و نهادهایی که درگیر نوآوری هستند، اگر در یک آرایش و نظم سیستماتیک با هم قرار نگیرند، باز هم



خروجی جذابی نخواهند داشت. استاره نظام‌های نوآوری عمدتا توسط اقتصاددانان تکاملی مانند نلسون، فریمن، لوندوال، ادکویست، دوری، انایم و نظایر ایشان توسعه یافت. آنها این استاره را از یک جهت دیگر نیز جذاب و به‌در‌بخور یافتند و آن این بود که استعاره نظام نوآوری نهایت‌به درد مدیران نوآوری سطح بنگاه می‌خورد، بلکه سیاست‌گذاران نوآوری نیز به‌خوبی می‌توانند از آن استفاده کنند و در واقع می‌تواند یک چارچوب تحلیلی برای فهم سیاست‌گذارانه از نوآوری باشد. آنها با استفاده از استعاره نظام‌های نوآوری می‌خواستند روی دو پدیده در دل فرایند نوآوری تاکید کنند:

۱- اهمیت حضور و مشارکت نهادهای مختلف برای موفقیت فرایند نوآوری؛ آنها در این زمینه روی نهادهای تأمین‌کننده زیرساخت‌ها مانند نهادهای قانون‌گذار، نهادهای پشتیبان مالکیت فکری، نهادهای تأمین‌کننده مالی، نهادهای بیمه‌گر و نظایر آنها، بازار (به‌عنوان جایی که عرضه و تقاضای نوآوری به هم می‌رسند)، نهادهای عرضه‌کننده نوآوری (شامل دانشگاه‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، پژوهشگاه‌ها و مانند آن)، نهادهای متقاضی نوآوری (عمدتا دولت و صنعت) و نهادهای واسط که وظیفه‌شان به‌هم‌رسانی عرضه و تقاضا و کم‌کردن فاصله بین این دو قطب است، تاکید کردند.

۲- شبکه‌ها که نماد ارتباطات فی‌مابین این

نهادهاست و نشان می‌دهند این عناصر نهادی بالا

اگر باشند، ولی با هم مرتبط نباشند، باز هم نخواهند

توانست نظام نوآوری را محقق کنند.

در گذر این سال‌ها مطالعات درباره نظام‌های نوآوری به یکی از چارچوب‌های تحلیلی رایج برای توضیح این مسئله تبدیل شد که چرا برخی کشورها/ مناطق جغرافیایی، صنایع از برخی دیگر هم‌قطاران خود نورتر هستند. متعاقب استفاده از این استاره برای پاسخ به سؤال یادشده در بالا مفاهیم چهارگانه نظام ملی نوآوری (NIS)، نظام منطقه‌ای نوآوری (RIS)، نظام بخشی نوآوری (SIS) و نظام فناورانه نوآوری (TIS) ابداع شدند و مورد استفاده پژوهشگران و سیاست‌گذاران قرار گرفتند. هرچند نظام نوآوری برای تبیین نوآوری یک چارچوب مفید و سودمند است، اما قفل‌شدن در این استاره و نبود زایش فکری پس از آن در سال‌های بعدی، یکی از نقدهای واردی است که ضروری است فعالان این حوزه به آن توجه کنند.

استارت آپ – ۴۴

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایام کرونا



قرار گرفته‌اند. برای نمونه شرکت‌های والمارت، مایکروسافت و اپل متعهد شده‌اند در شرایط همه‌گیری ویروس کرونا، حداقل برای دو هفته اول تعطیلی، حقوق و دستمزد همه کارگران ساعتی خود را پرداخت کنند. این نه‌تنها به‌عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت ضروری است، بلکه به‌طور درخرو توجهی هزینه‌های استخدام مجدد کارکنان را هنگام بازگشت شرایط به حالت عادی کاهش می‌دهد.

– ارائه وام یا تسهیلات مالی یا امکان استفاده از وام‌های بانکی (با بهره کم) برای کارکنان به‌خصوص آنهایی که خود یا یکی از اعضای خانواده آنها دچار این بیماری شده‌اند.

– ارائه خدمات بیمه درمانی و بیمه تکمیلی برای کارکنانی که فاقد این نوع بیمه‌ها هستند.

– ارائه خدمات مشاوره‌ای به کارکنانی که دچار تالما‌ت روحی و روانی به سبب از‌دست‌دادن عزیزان خود شده‌اند.

– ارائه کمک /مساعده‌ت‌های مالی به کارکنانی که عزیزانی را از دست داده‌اند.

حمایت از تأمین‌کنندگان کوچک

– شرکت‌های تولیدی بزرگ می‌توانند با خرید کالا و خدمات مورد نیاز و واریز رقم پیش‌پرداخت



محسن انصاری
کارشناس محیط زیست و مسئولیت اجتماعی شرکتی

ویروس کرونا مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را در معرض آزمایش قرار داده است. بدون شک یکی از جنبه‌های عمل به مسئولیت اجتماعی شرکتی، فعال‌شدن این مکانیسم در بحران‌های طبیعی و غیرطبیعی است.

در این روزهای حمایتی برای هزاران شهروندی که کار بسته‌ها‌ی حمایتی برای هزاران شهروندی که کار و شغل خود را از دست داده‌اند یا دچار ضرر مالی شده‌اند، بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد. شاید دور از انتظار نباشد که بنگاه‌های تجاری، خدماتی، شرکت‌ها و صنایع بتوانند با کم‌کردن هزینه‌ها، خود را از این شرایط بحرانی خارج کنند؛ اما افرادی که درآمد بالایی دارند، به نسبتی کم کند تا کمترین ضربه به درآمد کارکنان آن شرکت وارد شود. این از مواردی است که تا سال‌های سال در خاطره مردم باقی خواهد ماند. بدون شک مدیران بنگاه‌های تجاری، خدماتی، شرکت‌ها و صنایع در این شرایط خاص با تصمیم‌ها و اقدام‌های خود می‌توانند نقش بسزایی در کاهش اثرات اجتماعی-اقتصادی این ویروس داشته باشند. در ادامه به برخی از اقدام‌های حمایتی در حوزه کارکنان، تأمین‌کنندگان کوچک، جامعه محلی و محیط زیست که می‌تواند مورد استفاده بنگاه‌ها قرار گیرد، اشاره می‌شود:

حمایت از کارکنان

– عدم اخراج کارکنان و ادامه پرداخت حقوق و دستمزد، حتی با میزانی کمتر از پرداختی کامل به‌خصوص برای کارکنانی که به نحوی درگیر این بیماری شده‌اند و در شرایط جداسازی اجباری

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایام کرونا

به‌منظور ارائه خدمات بهداشتی- درمانی و توزیع بسته‌های حمایتی بین اقشار نیازمند، توزیع بسته‌های آموزشی- فرهنگی و حتی ایجاد هسته‌های تولیدی خرد در محلات و روستا‌ها‌ی تولید کالا‌ها و خدمات مورد نیاز.

حمایت از محیط‌زیست

اگرچه ویروس کرونا توانسته است در مدت‌زمان کوتاهی به‌عنوان چالشی جهانی بسیاری از کشورها را درگیر کند و از این رهگذر تأثیرات وسیعی در شرایط اقتصادی، اجتماعی و رفاه مردم ایجاد کند، اما دیگر چالش‌های پیش‌روی بشر نیز نباید در بوته فراموشی قرار گیرند؛ به عبارت دیگر، بحران‌هایی نظیر تغییر اقلیم و کمبود آب که به بحران‌هایی مزمن تبدیل شده‌اند، نباید قربانی شرایط حاد ناشی از کرونا شوند.

با عنایت به اهمیت و ضرورت حفاظت از منابع آب و شعار امسال «آب و تغییر اقلیم، مسئولیت اجتماعی» سازمان ملل، در شرایطی که گسترش ویروس کرونا و به تبع آن توصیه اکید سازمان بهداشت جهانی و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی بر شست‌وشوی مداوم دست با آب و صابون به مدت حداقل ۲۰ ثانیه، سبب افزایش مصرف آب شده، لازم است اقدام‌هایی هرچند ساده نظیر بستن شیر آب در زمان شست‌وشوی دست در بسته‌های فرهنگی-آموزشی به عموم مردم ارائه شود تا بتوانیم از فشار بیشتر بر منابع آبی در این شرایط جلوگیری کنیم. شاید در ظاهر هیچ‌کس از بنگاه‌های تجاری، خدماتی، شرکت‌ها و سازمان‌ها انتظار اقدام‌های خارق‌العاده برای کمک به ذی‌نفعان خود را نداشته باشد، اما گام‌های سوارانه و خلاقانه‌ای که امروز برای ارائه کمک‌های فوری برداشته می‌شود، میراث این مجموعه‌ها را فردا را تعریف می‌کند.

امید است با مشارکت همگانی و توجه به مسئولیت اجتماعی خود بتوانیم با شکست کرونا به الگویی از یک اقدام مشارکتی برای مبارزه با دیگر چالش‌های پیش‌رو شرکت/ سازمان‌ها.

– استفاده بنگاه‌های تولیدی، خدماتی، شرکت‌ها و صنایع از ظرفیت در اختیار و حوزه نفوذ خود (مجموعه‌های همکار یا پایین‌دستی که بنگاه یا شرکت به دلیل نوع رابطه کاری با آنها می‌تواند بر تصمیمات یا فعالیت‌های آنها مؤثر باشد) در راستای ایجاد هسته‌های کوچک همیار، به‌ویژه از جوامع محلی

معرفی کتاب

تقسیم عادلانه سهام بین شرکای کسب‌وکارهای نوپا

امروز انجام داده‌ایم، تقسیم سهام استاتیک (ثابت و سننتی) بوده است که در یک زمان مشخص و با فرضیات، آمار، اعداد، ارقام و توافقات آن لحظه منعقد شده و پیش‌بینی و راهکاری برای زمانی که این معیارها و عوامل تغییر می‌کنند، لحاظ نشده است. ما عمدتا به دلیل کم‌تجربگی یا مشغله و فشار زیادی که در شروع یک استارت‌اپ با آن مواجه هستیم، به نتایج تغییر شرایط نمی‌اندیشیم.

از طرفی برای برخی افراد پرداخت خرد خرد سهام به جای حقوق، تنها راه‌حل ممکن به نظر می‌رسد. اما وقتی آورده شرکا از یک جنس نباشد، وزن دهی، محاسبه درصد سهم هر فرد و تقسیم سهام، بسیار چالش‌برانگیز خواهد بود؛ لذا با یک سؤال بسیار مهم روبه‌رو می‌شویم: برای محاسبه درصد سهم هر فرد چگونه باید آورده‌های نقدی و غیرنقدی و متفاوت را وزن دهی و سهام را تقسیم کرد؟

بعد از خواندن این کتاب می‌توانید به این سؤال

و سؤالات مشابه پاسخ دهید و شیوه‌ای عادلانه را

برای تقسیم سهام بر اساس جنس آورده هر فرد

و میزان ریسکی که متحمل می‌شود، به کار ببندید.

اگرچه حین شکل‌گیری کسب‌وکارها، مؤسسان



رفتار کاربران ایرانی در ایام قرنطینه کرونا

فروردین رکورد خرید و دانلود بازی ۹ ساله اخیر بازار زده شد و کاربران ۲۲ میلیون بازی دانلود کرده‌اند. همه دسته‌های بازی در ۴۵ روز اخیر بازار رشد را تجربه کرده‌اند و این نشان می‌دهد مردم چقدر به دنبال بازی موبایلی هستند و می‌خواهند از این طریق سرگرم شوند. دو بازی ایرانی «دریفت بینهایت ۲» و «آدا بازی (پانتومیم)» با رشد‌های بسیار بالا صدرنشین میزان رشد نصب هستند.

کسب‌وکارهای موبایلی در سه دسته سروسفر، ورزشی و آب‌وهوا روند کاهشی داشته‌اند. زنگ خطر برای این کسب‌وکارها زده شده است. پیامک‌های وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی یک رکورد بزرگ در بین اپلیکیشن‌های بازار رقم زده است. روزهای اول اپلیکیشن AC19 به‌عنوان برنامه رسمی ستاد مقابله با کرونا معرفی شد که برای ارزیابی علائم کرونا در مخاطبان اپلیکیشن و اطلاع‌رسانی درباره آمار کرونا

اخبار استارت‌آپی

وام ۲میلیونی

برای رانندگان اسنپ

● به تازگی ژوبین علاقه‌بند، مدیرعامل اسنپ، از تخصیص وام دومیلیونی به پنج هزار راننده اسنپ خیر داد. وی همچنین افزود: «اقساط این وام ۱۰ماهه بوده و برای دریافت آن نیازی به ضامن نیست».

نکته قابل توجه درخصوص افراد واجد شرایط این وام، میزان فعالیت آنها در شش ماه گذشته است. چندی پیش علاقه‌بند از درنظرگرفتن وام پنج‌میلیونی برای رانندگان اسنپ مبتلا به کرونا خیر داد که جزئیات آن هنوز اعلام شده است.

سرمایه‌گذاری فیس‌بوک

در اپراتور موبایل هند



● فیس‌بوک به صورت رسمی اعلام کرد که بیش از هفت‌ونیم میلیارد دلار در Jio Platforms، بزرگ‌ترین اپراتور موبایل در هند، سرمایه‌گذاری کرده است. سرمایه‌گذاری جدید فیس‌بوک، شرکت زیرمجموعه آی‌تی‌محور شرکت کنکلمرومی و چندملیتی بزرگی با نام Reliance Industries است که در زمینه‌هایی مانند ارائه سروس‌یس پهن‌باند، سروس‌یس‌های موبایل و فراهم‌سازی بسترهای تجاری مناسب سایر شرکت‌ها مشغول به فعالیت است.

مبلغ سرمایه‌گذاری فیس‌بوک معادل ۱۰ درصد از سهام این شرکت است و همین عدد باعث شده فیس‌بوک یک سروگردن از تمام سرمایه‌داران این شرکت بالاتر باشد.

ایران رنتر، لندوشد



● ایران رنتر با سابقه پنج‌ساله در زمینه اجاره وسایل، اجاره به شرط تملیک، فروش قسطی و امکان خرید آنلاین اعتباری و با هدف ایجاد تحول در نظام اعتباری کشور، در یک اقدام کمتر دیده‌شده نام برندش را به لندو تغییر داد.

لندویی‌ها علت این تغییر نام را گسترش فعالیت و عدم هماهنگی نام سابق با فعالیت‌هایشان عنوان کردند. لند (Lend) در زبان انگلیسی به معنی قرض‌دادن است و لندو نیز نام نوعی شیرینی سنتی در استان سیستان و بلوچستان است.

جذب سرمایه ۴میلیاردی

توسط «دیدار»

● استارت‌اپ دیدار، موفق به جذب چهار میلیارد سرمایه شد. نرم‌افزار دیدار، یک سامانه ابری مدیریت مشتریان محسوب می‌شود که برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط طراحی شده است. مبلغ سرمایه‌گذاری معادل خرید ۱۹ درصد از سهام نرم‌افزار دیدار است که فرصت حضور جدی‌تر آن را در بازار فراهم می‌کند. این سرمایه‌گذاری که در شرایط نابسامان بازار داخلی صورت می‌گیرد، خبری امیدبخش محسوب می‌شود.

حمایت صندوق نوآوری

از کسب‌وکارهای کرونیایی!



● دکتر وحدت، رئیس هیئت عامل صندوق نوآوری و شکوفایی، اعلام کرد صندوق نوآوری کسب‌وکارهای کوچک و متوسطی که بر اثر کرونا خسارت دیده‌اند، حمایت مالی خواهد کرد.

شرکت‌های دانش‌بنیان برای آگاهی از جزئیات این طرح می‌توانند به سامانه فرال مراجعه کنند. گفتنی است این حمایت‌های مالی تا سقف ۵۰۰ میلیون تومان بوده که با نرخ سود ۹ درصد در اختیار شرکت‌های کوچک و متوسط قرار می‌گیرند. از دیگر نکات قابل توجه این طرح، تخصیص فرصت شش‌ماهه به شرکت‌ها پس از دریافت حمایت مالی به منظور سروسامان گرفتن مجدد و مهلت بازپرداخت یک‌ساله است.