

نوآوری اجتماعی در مدیریت شهری

تألیف

دکتر کرامت‌اله زیاری (استاد دانشگاه تهران)

سعید جوی‌زاده (دانشجوی دکتری دانشگاه خوارزمی)

الناز امینی (کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شیراز)

سارا کاویانی آهنگر (دانشجوی دکترای دانشگاه هرمزگان)



شماره مسلسل ۱۰۳۳۵

شماره انتشار ۴۱۳۰

انتشارات دانشگاه تهران

عنوان و نام پدیدآور	نوآوری اجتماعی در مدیریت شهری / تألیف کرامت‌اله زیاری... (و دیگران)؛ ویرایش ادبی داود رمضانی.
مشخصات نشر	تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	ط، ۲۸۳ص:؛ مصور (بخش رنگی)، جدول، نمودار.
فروست	انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۴۱۳۰.
شابک	978-964-03-7395-8
وضعیت فهرست‌نویسی	فیفا
یادداشت	تألیف کرامت‌اله زیاری، سعید جوی‌زاده، الناز امینی، سارا کاویانی آهنگر.
یادداشت	کتابنامه: ص. ۲۷۷.
موضوع	نوآوری - جنبه‌های اجتماعی
موضوع	Technological Innovations - Social Aspects
موضوع	شهرداری - نوآوری
موضوع	Municipal Government - Technological Innovations
موضوع	زندگی اجتماعی - نوآوری
موضوع	Community Life - Technological Innovations
شناسه افزوده	زیاری، کرامت‌اله، ۱۳۳۲ -
شناسه افزوده	دانشگاه تهران. مؤسسه انتشارات. University of Tehran. Press.
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۸ T۱۷۳/۸
رده‌بندی دیویی	۶۲۰ ۹۲۱
شماره کتابشناسی ملی	۶۲۰ ۹۲۱

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق معنای و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، ان‌انویسی، ر وایلاگها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود. حق ناشر محفوظ است.
(این کتاب با کاغذ حمایتی به چاپ رسیده است.)



عنوان: نوآوری اجتماعی در مدیریت شهری
تألیف: دکتر کرامت‌اله زیاری - سعید جوی‌زاده - الناز امینی - سارا کاویانی آهنگر
ویرایش ادبی: داود رمضانی
نوبت چاپ: اول
تاریخ انتشار: ۱۳۹۸
شمارگان: ۲۰۰ نسخه
ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلفان است»

بها: ۳۸۰۰۰۰ ریال

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست مطالب

مقدمه.....	ش
پیشگفتار.....	ض

فصل اول: خلافت و نوآوری.....	۱
۱-۱ مقدمه.....	۱
۲-۱ خلاقیت.....	۲
۱-۲-۱ تعریف خلاقیت از دیدگاه روان‌شناسی.....	۴
۲-۲-۱ ویژگی‌های افراد خلاق.....	۴
۳-۲-۱ عوامل بازدارندهٔ خلاقیت.....	۶
۳-۱ نوآوری.....	۷
۱-۳-۱ تعریف‌های نوآوری از دید چند سازمان.....	۹
۴-۱ انواع نوآوری.....	۱۱
۱-۴-۱ نوآوری باز.....	۱۲
۵-۱ سازمان‌های نوآور.....	۱۳
۶-۱ خلاصهٔ فصل اول.....	۱۴
۷-۱ تفکر کنید.....	۱۵
۸-۱ مطالعهٔ بیشتر.....	۱۵

فصل دوم: نوآوری اجتماعی.....	۱۷
۱-۲ نوآوری اجتماعی.....	۱۷
۲-۲ نوآوری اجتماعی از گذشته تا حال.....	۲۰
۳-۲ مفهوم نوآوری اجتماعی بر اساس مطالعات مختلف.....	۲۱
۴-۲ زمینهٔ نوآوری اجتماعی.....	۲۵
۵-۲ اقتصاد اجتماعی در حال ظهور.....	۲۶
۶-۲ چه وجه تمایزی در رابطه با نوآوری اجتماعی وجود دارد؟.....	۲۷

۳۰	۷-۲ روش‌ها
۳۱	۸-۲ پخش و گسترش نوآوری اجتماعی
۳۱	۱-۸-۲ پخش و گسترش در قلمرو ادبیاتی مربوط به نوآوری اجتماعی
۳۳	۲-۸-۲ پخش و گسترش در قلمرو ادبیاتی مربوط به نوآوری سیستمی
۳۵	۹-۲ بازبینی حیاتی از نوآوری اجتماعی
۳۶	۱۰-۲ خلاصه فصل دوم
۳۷	۱۱-۲ تفکر کنید!
۳۷	۱۱-۲ مطالعه بیشتر
۴۱	فصل سوم: فرایند نوآوری اجتماعی
۴۱	۱-۳ فرایند نوآوری اجتماعی
۴۳	۲-۳ علل، الهام‌ها و تنخیر
۴۳	۱-۲-۳ چارچوب‌بندی روش
۴۴	۲-۲-۳ محرک‌ها و الهام‌ها
۴۶	۳-۲-۳ شناسایی مشکلات
۴۹	۴-۲-۳ جریان اطلاعات
۵۰	۵-۲-۳ نگرش‌های جدید
۵۳	۶-۲-۳ آشکارسازی و ملموس‌سازی مشکلات
۵۴	۷-۲-۳ جلب توجه
۵۶	۸-۲-۳ از علائم تا علل
۵۷	۳-۳ پیشنهادها و ایده‌ها
۵۷	۱-۳-۳ یافتن پاسخ صحیح
۵۷	۲-۳-۳ تصور راه‌حل
۶۲	۳-۳-۳ تفکر متفاوت
۶۴	۴-۳-۳ نوآوری باز
۶۶	۵-۳-۳ مشارکت
۶۸	۶-۳-۳ تسهیل مشارکت
۷۲	۷-۳-۳ نهادها
۷۲	۴-۳ نمونه‌های آزمایشی

۷۳	۱-۴-۳ نمونه‌های اولیه
۷۶	۲-۴-۳ مسائل مالی برای ایده‌های در حال ظهور
۷۹	۵-۳ پایداری
۸۰	۱-۵-۳ ایجاد یک کسب‌وکار
۸۲	۲-۵-۳ مالکیت و شکل سازمانی
۸۶	۳-۵-۳ مدیریت
۸۷	۴-۵-۳ مدل‌های سازمانی و مدیریتی
۸۸	۵-۵-۳ عملیات‌ها
۹۰	۶-۵-۳ سرمایه‌ارتباطی
۹۴	۷-۵-۳ مدل‌های کسب‌وکار
۹۶	۸-۵-۳ حفظ نه‌آنها از طریق بخش دولتی
۹۶	۶-۳ مقیاس‌بندی
۹۸	۱-۶-۳ الهام‌گیری
۹۸	۲-۶-۳ الهام
۹۹	۳-۶-۳ رواج تقاضا
۱۱۰	۴-۶-۳ سازماندهی و اندازه‌گیری
۱۱۶	۷-۳ تغییر سیستمی
۱۱۹	۱-۷-۳ ایده‌هایی که به نوآوری‌های سیستمی اثر می‌دهد
۱۲۱	۲-۷-۳ زیرساخت‌ها و ساختارهای بینابینی برای حمایت از سیستم‌های جدید
۱۲۳	۳-۷-۳ شکل‌گیری کاربران و تولیدکنندگان
۱۲۳	۴-۷-۳ حرکت‌های راهبردی که تغییرات سیستم‌ها را تسریع می‌کند
۱۲۴	۵-۷-۳ تغییرات مقرراتی و مالی
۱۲۶	۶-۷-۳ اطلاعات، حسابداری و آمار
۱۲۷	۷-۷-۳ ائتلاف‌های پیشرو و جنبش‌های اجتماعی
۱۲۸	۸-۷-۳ مسائل مالی سیستمی
۱۲۹	۸-۳ خلاصه فصل سوم
۱۲۹	۹-۳ تفکر کنید
۱۲۹	۱۰-۳ مطالعه بیشتر

۱۳۱	فصل چهارم: مرتبط کردن مردم، ایده‌ها و منابع
۱۳۱	۱-۴ واسطه‌ها
۱۳۲	۲-۴ حمایت از نوآوری
۱۳۴	۳-۴ تیم‌های نوآوری
۱۳۵	۴-۴ مراکز نوآوری
۱۳۷	۵-۴ نهادهای محرک نوآوری
۱۴۱	۶-۴ شبکه‌های نوآوری
۱۴۳	۷-۴ با مردم برای نوآوری
۱۴۴	۸-۴ خلاصه فصل چهارم
۱۴۵	۹-۴ تفکر نینا
۱۴۵	۱۰-۴ مطالعه بیشتر
۱۴۷	فصل پنجم: روش‌های حمایت از نوآوری اجتماعی
۱۴۷	۱-۵ ایجاد شرایطی برای نوآوری اجتماعی
۱۴۷	۲-۵ اقتصاد اجتماعی
۱۴۹	۱-۲-۵ مرزها
۱۵۰	۲-۲-۵ ساختارها و محرک‌های نوآوری
۱۵۰	۳-۵ حمایت در بخش عمومی
۱۵۱	۱-۳-۵ مسائل راهبردی
۱۵۳	۲-۳-۵ مسائل مالی عمومی: روش‌های ایجاد نوآوری داخلی
۱۵۵	۳-۳-۵ مسئولیت‌پذیری توزیعی و نوآوری دموکراتیک
۱۵۷	۴-۳-۵ اشکال جدید افزایش مالیات و هزینه‌های عمومی
۱۵۸	۵-۳-۵ واسطه‌های عمومی تبدلات و ابزار پرداخت
۱۶۰	۶-۳-۵ سرمایه‌گذاری عمومی
۱۶۲	۷-۳-۵ حرکت‌های مالی برای ارتقای سطح نوآوری اجتماعی
۱۶۳	۸-۳-۵ قانون‌گذاری و مقررات
۱۶۳	۹-۳-۵ افزایش محرک‌ها برای نوآوری
۱۶۵	۱۰-۳-۵ نیروی کار نوآور
۱۶۶	۱۱-۳-۵ هماهنگی داخلی و خارجی

۱۶۷	۴-۵ حمایت در اقتصاد حمایتی
۱۶۸	۱-۴-۵ مسائل مالی
۱۷۰	۲-۴-۵ بهبود روابط هدایا
۱۷۱	۳-۴-۵ سرمایه‌گذاری مرتبط با مأموریت
۱۷۲	۴-۴-۵ حکومت و مسئولیت‌پذیری
۱۷۳	۵-۴-۵ بسته‌های حمایتی
۱۷۳	۶-۴-۵ آموزش و شکل‌گیری
۱۷۵	۷-۴-۵ قانون‌گذاری و مقررات
۱۷۵	۸-۴-۵ شبکه‌ها
۱۷۶	۵-۵ حمایت در اقتصاد بازار
۱۷۶	۱-۵-۵ مدل‌های کسب و کار اجتماعی
۱۷۸	۲-۵-۵ شراکت‌های کسب و کارهای اجتماعی
۱۸۰	۳-۵-۵ مسائل مالی
۱۸۰	۴-۵-۵ مسائل مالی اجتماعی
۱۸۲	۵-۵-۵ نهادهای مالی اجتماعی
۱۸۴	۶-۵-۵ اطلاعات
۱۸۴	۷-۵-۵ کارت‌ها و پول‌های رایج
۱۸۵	۸-۵-۵ آموزش و شکل‌گیری
۱۸۶	۹-۵-۵ بازارهایی برای هنجارهای اجتماعی
۱۸۷	۶-۵ حمایت در اقتصادهای غیررسمی یا خانواری
۱۸۸	۱-۶-۵ پلتفرم‌های آنلاین برای اقدام‌های جمعی
۱۹۰	۲-۶-۵ مالکیت بخشی به جای خصوصی‌سازی
۱۹۰	۳-۶-۵ تشویق داوطلبی‌ها
۱۹۱	۴-۶-۵ سیستم‌های معاملاتی و پول‌های رایج غیررسمی
۱۹۲	۵-۶-۵ فضاهای عمومی برای نوآوری اجتماعی
۱۹۳	۶-۶-۵ تولید و مصرف
۱۹۴	۷-۶-۵ خانوارهای سازمان‌یافته به‌عنوان مکان‌هایی برای نوآوری
۱۹۶	۸-۶-۵ روابط دوجانبه غیررسمی
۱۹۶	۹-۶-۵ جنبش‌های اجتماعی

- ۷-۵ خلاصه فصل پنجم..... ۱۹۷
- ۸-۵ تفکر کنید!..... ۱۹۷
- ۹-۵ مطالعه بیشتر..... ۱۹۸

فصل ششم: نوآوری اجتماعی در شهرها..... ۲۰۱

- ۱-۶ مقدمه..... ۲۰۱
- ۲-۶ حل مسائل شهری با رویکردی جدید..... ۲۰۲
- ۳-۶ نوآوری اجتماعی به عنوان فرصتی برای شهرها..... ۲۰۲
- ۱-۳-۶ نوآوری اجتماعی ارتقایافته در اروپا..... ۲۰۳
- ۲-۳-۶ پژوهش بر زمینه نوآوری اجتماعی در شهرهای اروپایی..... ۲۰۵
- ۴-۶ نوآوری اجتماعی از طریق URBACT..... ۲۰۵
- ۱-۴-۶ ویژگی‌های اصلی حمایت Urbact برای همکاری با شهروندان چیست؟..... ۲۰۶
- ۲-۴-۶ URBACT III به دنبال چه می‌رود؟..... ۲۰۷
- ۵-۶ نوآوری اجتماعی چه رابط‌هایی با ایجاد شغل برای جوانان دارد؟..... ۲۰۷
- ۱-۵-۶ اشتغال جوانان چگونه با موسوع نوآوری اجتماعی ارتباط دارد؟..... ۲۰۸
- ۲-۵-۶ ظرفیت اصل نوآوری برای آینده‌شناسی جوانان چیست؟..... ۲۰۸
- ۶-۶ دو نمونه از شهرهای اروپایی که نوآوری اجتماعی را آزمایش می‌کنند..... ۲۰۹
- ۷-۶ آرمزفورت: طراحی سیستم اجرایی همکاری شهروندان..... ۲۰۹
- ۱-۷-۶ فعالیت‌های عمومی در مشکلات..... ۲۱۰
- ۲-۷-۶ مدل جدید همکاری با شهروندان..... ۲۱۰
- ۳-۷-۶ توسعه شهری توسط شهروندان..... ۲۱۱
- ۴-۷-۶ قدرت‌دهی اجتماعی برای غذای پایدار..... ۲۱۲
- ۵-۷-۶ سال تغییر..... ۲۱۳
- ۶-۷-۶ اعتماد ایجاد شده و آزاد نگه داشتن مردم..... ۲۱۴
- ۷-۷-۶ اتصال مجدد مدیران شهرداری با شهر..... ۲۱۴
- ۸-۷-۶ افزایش همکاری با افراد انتخاب شده..... ۲۱۵
- ۹-۷-۶ چالش‌هایی برای موضع جدید شهرداری..... ۲۱۵
- ۱۰-۷-۶ تعریف بهتری از همکاری‌های جدید..... ۲۱۶
- ۱۱-۷-۶ طراحی مدل‌های همکاری جدید..... ۲۱۶

۲۱۷.....	۱۲-۷-۶ ایجاد مسئولیت مشترک.....
۲۱۸.....	۱۳-۷-۶ درس‌هایی برای دستگاه اجرایی شهری.....
۲۲۰.....	۸-۶ گدانسک: گام‌های اولیه به سمت به اشتراک‌گذاری مسئولیت.....
۲۲۱.....	۱-۸-۶ بررسی نیاز به نوآوری اجتماعی.....
۲۲۳.....	۲-۸-۶ پایلوت کردن فعالیت‌ها در حوزه‌های مختلف.....
۲۲۴.....	۳-۸-۶ به سمت قدرت‌دهی به شهروندان.....
۲۲۶.....	۴-۸-۶ شهرها چه درس‌هایی می‌توانند از تجربه گدانسک داشته باشند؟.....
۲۲۷.....	۵-۸-۶ گدانسک: مدلی برای ارتقای نوآوری.....
۲۲۷.....	۹-۶ بررسی نقاط مشترک و تفاوت‌ها.....
۲۲۸.....	۱۰-۶ چه تغییراتی در دستگاه اجرایی شهری برای تسهیل همکاری با شهروندان.....
۲۲۹.....	۱-۱۰-۶ شهرها یاد می‌گیرند همکاری کنند.....
۲۲۹.....	۲-۱۰-۶ شهرها یاد می‌گیرند که شنیده باشند.....
۲۳۱.....	۳-۱۰-۶ شهرها به‌عنوان مدل واسطه.....
۲۳۱.....	۴-۱۰-۶ سرمایه‌گذاری روی موفقیت شهرت.....
۲۳۲.....	۵-۱۰-۶ آزادی عمل دادن و کارآمدی.....
۲۳۳.....	۱۱-۶ ایجاد خدمات عمومی همکارانه.....
۲۳۴.....	۱-۱۱-۶ فزادگی به نوآوری اجتماعی و همکاری با شهروندان.....
۲۳۵.....	۲-۱۱-۶ حمایت از همکاری بین شهروندان و خدمات‌رسانان مدنی.....
۲۳۶.....	۳-۱۱-۶ توازن در مشارکت‌ها بین شهروندان و شهرداری‌ها.....
۲۳۷.....	۴-۱۱-۶ اطمینان از توزیع و برابری در خدمات عمومی همکارانه.....
۲۳۸.....	۱۲-۶ مدل‌های ارزش‌گذاری جدید که سبب ایجاد تغییرات الگویی در عملکرد شهری می‌شوند.....
۲۳۹.....	۱-۱۲-۶ چه شباهت‌هایی بین کار خود در اقتصاد جدید شهری و.....
۲۳۹.....	۲-۱۲-۶ چگونه شهروندان در ایجاد مدل‌های جدید مشارکت کرده‌اند؟.....
۲۴۰.....	۱۳-۶ همسایگی پایدار به‌عنوان ابزار ایجادکننده نوآوری اجتماعی.....
۲۴۰.....	۱-۱۳-۶ چگونه جنبش‌های نوآوری اجتماعی و جوامع خلاق می‌توانند.....
۲۴۲.....	۱۴-۶ ایجاد محیط مناسب برای نوآوری اجتماعی در شهرها.....
۲۴۵.....	۱۵-۶ ایجاد فضا برای آزمایش.....
۲۴۶.....	۱-۱۵-۶ مشکل اصلی آزمایش‌ها.....

- ۲۴۶-۱۵-۶ عامل اصلی آزمایش در شهرها چیست؟.....
- ۲۴۷-۱۵-۶ فضاهای آزمایش برای شهرها در کجا هستند؟.....
- ۲۴۸-۱۵-۶ شهرها چگونه ظرفیت‌ها و فرهنگ آزمایش را ایجاد می‌کنند؟.....
- ۲۴۹-۱۶-۶ یک کردن دوستانه دستگاه اجرایی دولتی.....
- ۲۴۹-۱۶-۶ آزمایشگاه‌های نوآوری عمومی چه هستند؟.....
- ۲۵۰-۱۶-۶ چرا این مسئولان شهری اشکال جدید نوآوری را اجرا می‌کنند؟.....
- ۲۵۱-۱۶-۶ شهرها چه انتظاری می‌توانند از آن‌ها داشته باشند؟.....
- ۲۵۱-۱۶-۶ شما چگونه یک آزمایشگاه نوآوری عمومی را تأسیس می‌کنید؟.....
- ۲۵۱-۱۷-۶ شهرهایی که از قدرت خرید خود برای تسهیل نوآوری اجتماعی استفاده می‌کنند.....
- ۲۵۱-۱۷-۶ مدل اولیه برای آغاز ابتکارات.....
- ۲۵۲-۱۷-۶ تمایز ساماندهای عمومی به سمت حمایت از نوآوری اجتماعی.....
- ۲۵۳-۱۷-۶ اشکال دیگر آمیزش برده و تحریک نوآوری اجتماعی در شهرها.....
- ۲۵۵-۱۷-۶ بودجه‌رسانی ابتدیه اروپا برای ارتقای نوآوری اجتماعی در شهرها.....
- ۲۵۵-۱۸-۶ واکنش سیاست: تجمیع مسائل.....
- ۲۵۵-۱۸-۶ چگونه شهرها می‌توانند پتانسیل خود را عملی کنند؟.....
- ۲۵۶-۱۸-۶ ظرفیت تطبیقی شهرها.....
- ۲۵۷-۱۹-۶ فعالیت URBACT «نوآوری اجتماعی در شهرها».....
- ۲۵۸-۲۰-۶ خلاصه فصل ششم.....
- ۲۵۹-۲۱-۶ تفکر کنید!.....
- ۲۵۹-۲۲-۶ مطالعه بیشتر.....

۲۶۱- فصل هفتم: جامعه پرثمر.....

- ۲۶۱-۱-۷ جامعه پرثمر.....
- ۲۶۳-۲-۷ شهر پرثمر (و شهردار کارآفرین).....
- ۲۶۳-۳-۷ رهبری قوی عموم.....
- ۲۶۴-۴-۷ رهبری غیرانتفاعی که نوآوری محلی را بارور می‌کند.....
- ۲۶۴-۵-۷ سرمایه مخاطره‌آمیز مصلحتی.....
- ۲۶۵-۶-۷ تمایل به تفکر مجدد دربارهٔ مأموریت.....
- ۲۶۵-۷-۷ اجرای داده‌محور.....

فهرست □ ز

۲۶۵	اعتماد به شهروند	۸-۷
۲۶۶	کارآفرینان مدنی و اصلاح مدرسه	۹-۷
۲۷۳	خلاصه فصل هفتم	۱۰-۷
۲۷۴	تفکر کنید!	۱۱-۷
۲۷۴	مطالعه بیشتر	۱۲-۷

۲۷۷	منابع	
-----	-------	--

www.ketab.ir

مقدمه

کتاب پیش رو حاوی روش‌هایی است که به وسیله آنها، افراد پاسخ‌های جدیدتر و کارآمدتری را به بزرگ‌ترین چالش‌های عصر حاضر ارائه می‌دهند: چگونه اثر کربن را برش دهیم، چگونه مردم را سالم نگاه داریم و چگونه به فقر پایان دهیم. بدین منظور، روش‌ها و ابزار مورد استفاده برای نوآوری در دنیا و بخش‌های مختلف (از جمله بخش‌های خصوصی و دولتی، جامعه مدنی و نظام خانواده) در حوزه‌های اقتصاد اجتماعی، کارآفرینی و کسب‌وکار اجتماعی را تشریح می‌کند. این کتاب اطلاعاتی را از صدها سازمان جمع‌آوری کرده است تا روش‌های متعدد کنونی در دنیا را به ثبت برساند. اطلاعاتی که در اینجا جمع‌آوری شده‌اند با هدف حمایت از تمامی افرادی است که در نوآوری اجتماعی نقش‌آفرینی می‌کنند؛ سیاست‌گذاران که می‌توانند به ایجاد شرایط مناسب کمک کنند، بنیادها و انسان‌دوستانی که می‌توانند حمایت و تأمین بودجه کنند. سازمان‌های اجتماعی که سعی در رفع نیازهای اجتماعی به شیوه‌های کارآمدتری دارند و کارآفرینان اجتماعی و نوآوران. در برخی حوزه‌ها، روش‌های نوآوری کاملاً قابل درک‌اند. در پزشکی، علوم و به‌مثابه کمتری در کسب‌وکار، ایده‌ها، ابزارها و رویکردهای پذیرفته‌شده‌ای در سراسر دنیا وجود دارد. افراد قدرتمندی وجود دارند که شغلشان ایجاب می‌کند مهارت زیادی در گرفتن ایده‌های بدیع داشته باشند. به‌رغم غنا و لزوم نوآوری اجتماعی، موارد قابل مقایسه کمی در این زمینه وجود دارد. بیشتر افرادی که درصدد نوآوری‌اند تنها از بخش کوچکی از روش‌های قابل استفاده برای خود آگاهی دارند. همچنین، کسانی که در این کتاب بررسی نشده‌اند، آگاهی کامل داریم. حوزه‌ای که به آن پرداخته‌ایم، بسیار گسترده است. نوآوری اجتماعی مرزهای ثابتی ندارد؛ نوآوری اجتماعی در تمامی بخش‌ها از جمله بخش‌های دولتی، غیرانتفاعی و خصوصی وجود دارد. در واقع، بسیاری از اقدام‌های خلاقانه در مرزهای بین‌بخشی رخ می‌دهند. بسیار متنوع‌اند، مانند تجارت عادلانه، یادگیری از راه دور، بیمارستان‌ها، کشاورزی، شهری، کاهش زاد زائد و... به هر حال تعاریف جایگاه خاص خود را خواهند داشت. در این کتاب تمرکز بر نوآوری‌هایی است که از لحاظ اهداف و همچنین ابزار، اجتماعی‌اند. به‌طور خاص، ما نوآوری اجتماعی را به‌عنوان ایده‌های جدیدی تعریف می‌کنیم که به‌طور هم‌زمان نیازهای اجتماعی را رفع و روابط اجتماعی جدیدی را خلق می‌کند. این نوآوری‌ها برای جامعه و ارتقای ظرفیت آن در راستای اقدام‌های خود مناسب‌اند.

دکتر کرامت‌اله زیاری - سعید جوی‌زاده