

طراحی شبکه مضامین تصمیم‌گیری در مدیریت جهادی مبتنی بر تجربه دفاع مقدس

محسن رضایی میر فائد^۱
سید علی اکبر افجه^۲
حامد دهقانان^۳
حسین اصلی پور^۴
میثم دهقان توران پشته^۵

چکیده

هدف: تصمیم‌گیری در مدیریت به منزله کلید مهم پیچیدگی‌های سازمان است. هدف پژوهش حاضر، شناسایی الگوی تصمیم‌گیری مدیریت جهادی بود. **روش:** رویکرد این پژوهش، کیفی و راهبرد آن، تحلیل مضمون است. روش جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختارمند بود. نوع انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر مبتنی بر هدف یا نظری بوده است. **یافته‌ها:** پس از طی فرایند تحلیل داده‌ها، مدل پژوهش در پنج قسمت، منابع حمایت‌کننده مؤلفه‌های بعد محیط تصمیم‌گیری، ظرفیت و توان تصمیم‌گیری، ماهیت تصمیم، فرایند تصمیم‌گیری و تصمیم‌گیرنده به دست آمد. **نتیجه‌گیری:** الگوی ارائه‌شده قابلیت تطبیق با شرایط تصمیم‌گیری در هر نظام مدیریتی را دارد و به عنوان الگوی مبتنی بر مدیریت جهادی و نظام ارزشی اسلام، می‌تواند در سازمانهای نظامی و غیر نظامی کشور استفاده شود.

واژگان کلیدی: تصمیم‌گیری، مدیریت جهادی، دفاع مقدس، تحلیل مضمون، مدیریت اسلامی.

♦ دریافت مقاله: ۹۹/۰۹/۱۸؛ تصویب نهایی: ۰۰/۰۱/۲۰.

۱. دکترای اقتصاد، استاد دانشگاه جامع امام حسین (نویسنده مسئول). نشانی: تهران؛ دانشگاه جامع امام حسین، دانشکده فرماندهی ستاد. نمابر:

Email: rezaee@ihu.ac.ir / ۰۲۱-۲۶۴۰۶۶۴۸

۲. دکترای رهبری و رفتار انسانی و مدیریت و توسعه سازمانی، استاد گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی.

۳. دکترای رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی.

۴. استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی.

۵. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبایی.

الف) مقدمه

جهانی‌سازی باعث علاقه‌ وافر به دو موضوع به ظاهر متفاوت در سرتاسر جهان شده است: دانشگاهها به عنوان موتورهای نوآوری و مناطق به عنوان موتورهای رشد اقتصادی. دانشگاه نهادی است که قرن‌ها وجود داشته و از زمان آغاز فعالیت، همواره مأموریت خود را تغییر داده و به روز کرده است و در این راستا، اهداف و فعالیتهای خود را با نیازهای نوآورانه فعلی (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، فناوری و نهادی) در سطح جهانی و محلی تطبیق داده است (کاسترو اسپیلا^۱، ۲۰۱۸). مؤسسات دانشگاهی با تولید و انتشار دانش به عملکرد سیستم‌های نوآوری کمک می‌کنند (فیش و اسلاچف^۲، ۲۰۰۷). اقتصادهای دانش‌محور، مبتنی بر نوآوری‌اند (اسمیت^۳، ۲۰۰۷). اگرچه دانشگاهها در تحریک تغییرات فناوری و نوآوری نقش داشته‌اند، اما از آنجا که تمرکزشان بر تجاری‌سازی دانش فنی بوده، سهم آنها در نوآوری‌های اجتماعی کاملاً ناشناخته است. نوآوری‌های فناوری منشأ رشد اقتصادی‌اند، اما اذعان می‌شود که رشد اقتصادی، بسیاری از مشکلات اجتماعی از جمله نابرابری را حل نمی‌کند. (ستیندامار و بیهان^۴، ۲۰۱۷)

در طول سالیان اخیر، مفهوم نوآوری اجتماعی، به عنوان رویکردی بدیع در زمینه‌های دانشگاهی در حال کسب اهمیت بوده است که برای بررسی مشکلات اجتماعی نوپدید در جوامع کنونی استفاده می‌شود (مورای و کانولیر گرایس^۵، ۲۰۱۰). یک درخواست در حال رشد را می‌توان در سیاستهای عمومی برای توسعه نوآوری اجتماعی و ابزارهای آن مشاهده کرد، که دلیل خیزش آن، میزان بزرگی بحرانهای مالی و اقتصادی فعلی است (پل و ویل^۶، ۲۰۰۹). به طور کلی، بحران مالی و اقتصادی باعث ایجاد خلاقیت و نوآوری می‌شود و نوآوری اجتماعی به طور خاص برای رواج رشد پایدار، شغل‌های ایمن و افزایش رقابت اهمیت بیشتری پیدا کرده است. (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۷، ۲۰۱۰)

از ابتدای سال ۲۰۰۰، نوآوری اجتماعی در سازمانهای دولتی، تجاری، مدنی و شهری به عنوان وسیله‌ای جدید برای حل مشکلات اجتماعی و بهبود خدمات اجتماعی، توجه بسیاری را به خود جلب کرده است (آدامس و هس^۸، ۲۰۱۰). اصطلاح «نوآوری اجتماعی»^۹ از دو کلمه کاملاً نامربوط تشکیل شده است؛ اما هنگامی که با هم استفاده می‌شوند، بعد جدیدی را به وجود می‌آورند که در معنای ساده، ایده‌ها و رویکردها یا فرایندهای جدید برای رفع نیازهای اجتماعی است (بلايوتام^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۹). اگر ما مفهوم دانشگاه را به عنوان نقش آفرینی راهبردی در چندین سطح بیان

۱. Castro Spila

۲. Fritsch & Slavtchev

۳. Smith

۴. Cetindamar & Beyhan

۵. Murray & Caulier-Grice

۶. Pol & Ville

۷. OECD

۸. Adams & Hess

۹. SI

۱۰. Belayutham

کنیم، می‌توانیم به لحاظ تجربی مشاهده کنیم که رهبران سازمانی ارشد و گروه‌های تحقیقاتی در دانشگاهها، صلاحیتهایی را طراحی می‌کنند و به فشارهایی در جهت تغییر پاسخ می‌دهند (مک‌کلوی و زارینگ، ۲۰۱۸). دانشگاهها به جای مؤسسات اجتماعی، در حال تبدیل شدن به کسب‌وکارهای علمی‌اند. در گفت‌وگوهای رایج اجتماعی، احتمال کمتری می‌رود که دانشگاهها تأثیر خود را بر جامعه مدنی بیان کنند، بلکه دستاوردهای خود را از لحاظ تجاری برجسته می‌کنند. این گفت‌وگوها به نوبه خود فشار بیشتری بر دانشگاهها و توانایی آنها در کسب منابع (که می‌تواند آن را به شکل خروجی‌های قابل اندازه‌گیری درآورد) وارد می‌کند. دانشگاهها را می‌توان در حال سازگاری تدریجی در فرایندی که در آن، فراهم‌آوری خدمات به طور مشترک با مشتریان گوناگون انجام می‌شود، تصور کرد (همان). ادبیات نوآوری بیش از حد به نوآوری‌های فناوری علاقه‌مند است. بنابر این، بحث درباره انتقال فناوری در تجاری‌سازی دانش متمرکز است (گریمالدی و همکاران، ۲۰۱۱). دانشگاهها به منظور جذب یا حمایت از کارآفرینان برای انتقال فناوری از دانشگاهها؛ شتاب‌دهنده‌ها، انکوباتورها (مراکز رشد) و پارکهای علم و فناوری را ایجاد می‌کنند. این شرکتها، شرکتهای انتفاعی‌اند و علم را به سمت کسب‌وکار و تجارت می‌برند (ستیندامار و بیهان، ۲۰۱۷). دانشگاهها یکی از بازیگران مهم در تولید دانش پیشرفته‌اند. با انتقال دانش به استفاده اجتماعی، دانشگاهها می‌توانند مزایای بسیاری برای جامعه به وجود آورند (پالاری^۲ و همکاران، ۲۰۱۵). با این حال، فعالیتهای انتقال فناوری با این منطق ثبت اختراع انجام می‌شود که هدف نهایی درآمدهای حاصل از مجوز یا ایجاد استارت‌آپ‌های سودآور است (ستیندامار و بیهان، ۲۰۱۷). از لحاظ تجربی و نظری، دانشگاهها به دلیل موقعیت رقابتی خود، (۱) می‌توانند به دلیل فرایند تمایز، راهها یا جهت‌گیری‌های مختلفی را انتخاب کنند؛ (۲) می‌توانند با امکان انتخاب در خصوص انواع و تعداد خدماتی که باید ارائه دهند، روبه‌رو شوند و (۳) به روابط و شبکه‌هایی با دیگر بازیگران (مثل شرکتها) شکل دهند که بر جاگیری آنها تأثیر می‌گذارد (مک‌کلوی و زارینگ، ۲۰۱۸). در مقابل این پس‌زمینه، اندازه‌گیری فعالیتهای نوآوری اجتماعی و تأثیرات آنها، به عنوان یکی از جنبه‌های کلیدی برای پیشروی نوآوری اجتماعی در سطح منطقه‌ای و سازمانی، برجسته و حائز اهمیت است (اوئیج و کراان، ۲۰۱۰). با این وجود، طرح‌ریزی شاخصهای نوآوری اجتماعی، کاری دشوار و پیچیده است. از این رو، در حال حاضر توسعه شاخصهای نوآوری اجتماعی یک کار آزمایشی است که نیاز به تنظیم رویکردها و مفاهیم، اندازه‌گیری‌های سریالی (سالانه یا دو بار در سال) و مطالعه‌های تطبیقی با مناطق و موارد مطالعه‌ای دیگر دارد تا یک سیستم از شاخصهای نوآوری اجتماعی تثبیت شود (ویلاته تکسا، ۲۰۱۳). با وجود رشد نیازهای اجتماعی و افزایش تقاضا برای نوآوری اجتماعی، چشم‌انداز پژوهش در زمینه نوآوری اجتماعی همچنان

1. McKelvey & Zaring

۲. Grimaldi, Kenney, Siegel, & Wright

۳. Paleari

۴. Oeij & Kraan

۵. Villate Txema

۶۲ ✦ طراحی چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در دانشگاهها

پاره‌پاره و پراکنده و فاقد توافق است. یکی از انتقادهای محوری در این بحث، فقدان داده‌های تجربی است که حداقل تا حدی، نتیجه فقدان رویکردهایی برای سنجش نوآوری اجتماعی است. (باند، ۲۰۱۳)

هدف اصلی پژوهش حاضر، طراحی چارچوبی برای سنجش و ارزیابی نوآوری‌های اجتماعی دانشگاههاست تا با وجود این سیستم ارزشیابی، نقش و تأثیر دانشگاهها در تولید و اشاعه نوآوری‌های اجتماعی، سنجش شود. سؤال اصلی در پژوهش حاضر، چگونگی چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در سطح دانشگاههاست که با اکتشاف کدها، مفاهیم و ابعاد (مضامین)، پشتیبانی خواهد شد. برای پاسخگویی به سؤالات پژوهش، پژوهش با بحث درباره مفاهیم نوآوری اجتماعی و ارزیابی آن با تمرکز بر دانشگاهها و مراکز آموزشی آغاز می‌شود؛ سپس با استفاده از روش فراترکیب و بررسی نظام‌مند پژوهشهای پیشین، کدهای مشابه از مجموعه پژوهشهای منتخب، گردآوری و با دسته‌بندی آنها و کمک از خبرگان موضوع، مفاهیم و ابعاد چارچوب شکل گرفته و در نهایت، چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در دانشگاهها ایجاد می‌شود.

ب) مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱. نوآوری اجتماعی

ایده‌های توسعه اجتماعی، هنگامی به نوآوری‌های اجتماعی تبدیل می‌شوند که مؤثرتر از مفاهیم دیگر باشند (مبینی و کنتکار، ۱۳۹۵). نوآوران اجتماعی افرادی‌اند که دغدغه حل مشکلات اجتماعی را در سر دارند. کارآفرینان اجتماعی به کسب ارزش برای خود یا سازمان خود توجهی ندارند، بلکه بر بهبود اوضاع جهان و ارزش‌آفرینی در حوزه‌های خاص جامعه که برای بهبودشان اشتیاق دارند، متمرکزند (سعدآبادی و همکاران، ۱۳۹۵). نوآوری اجتماعی یک چتر واژه (اصطلاح فراگیر) است که طیف گسترده‌ای از فعالیتها را پوشش می‌دهد؛ از نوآوری‌های اجتماعی مبتنی بر بازار، مانند محصولات تجارت منصفانه و انرژی تجدیدپذیر گرفته تا نوآوری‌هایی که نمی‌توانند در بازارهای رقابتی منظم، مانند بخشهای وسیعی از زمینه‌های فرهنگ، کمک به جوانان و سایر خدمات اجتماعی عملیاتی شوند (لی^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). بنیاد جوان، نوآوری اجتماعی را این گونه بیان کرده است: «هر راه حل جدید و مفید برای رفع یک نیاز یا یک مشکل اجتماعی، که بهتر از رویکردهای موجود است (یعنی مؤثرتر، کارآمدتر، پایدارتر یا منصفانه‌تر است) و برای آن، ارزش (منافع) ایجاد شده، در درجه اول به افراد جامعه به عنوان یک کل تعلق می‌گیرد تا به افراد» (فیلز،^۲ ۲۰۰۸). با توجه به این تعاریف، ادغام نوآوری اجتماعی در دستور کار دانشگاه ممکن است با دو مشکل اساسی روبه‌رو شود: پیچیدگی نوآوری‌های اجتماعی و دشواری ارزیابی آنها (ستیندآمار و بیهان، ۲۰۱۷). با توجه به تعریف تغییر اجتماعی به عنوان هرگونه فعالیتی که منجر به تغییر پیامدهای خاص می‌شود، خواه این فعالیت پیش‌رونده باشد خواه

1. Bund

2. Lee

3. Phills

پس‌رونده، خواه نتیجه‌بخش باشد یا نه، می‌توان با قاطعیت نشان داد که نوآوری اجتماعی (یعنی تغییرساز بودن) مستلزم استفاده از یک رویکرد پایدار در بهبود جامعه با انجام یک اقدام مثبت در راستای مرتفع ساختن مشکلات اجتماعی است. (ریورز^۱ و همکاران، ۲۰۱۵)

۲. مروری بر رویکردهای ارزیابی

دولتها، سازمانهای غیر دولتی، دانشگاهیان اروپا و سایر نقاط جهان در حال توسعه راهبردها، برنامه‌ها، پروژه‌های آزمایشی و انجام مطالعات درباره نوآوری‌های اجتماعی‌اند. سازمانهای مختلف مانند سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، بنیاد ملی علوم، فناوری و هنر،^۲ برنامه ارزیابی دانشجویان بین‌المللی،^۳ مرکز نوآوری‌های اجتماعی^۴ و دیگران، به دنبال مشخص کردن نیازهای اصلی اجتماعی، شناسایی معیارهای مناسب، شاخصها و ساخت چارچوبهای اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی و ابزارند (داینه و داجیلین،^۵ ۲۰۱۵). اقدامات توسعه‌یافته برای نوآوری‌های تجاری به دلیل تفاوت‌های آنها برای نوآوری‌های اجتماعی، قابل اجرا نیستند. برای مثال، چند مدل اندازه‌گیری شناخته‌شده مانند جدول امتیازی اتحادیه نوآوری، نوآوری‌های اجتماعی را مد نظر قرار نمی‌دهند. برخی از معیارها نظیر سیستم شاخصهای اجتماعی اروپا، به ویژه برای جذب ابعاد اجتماعی مناسب‌اند؛ اما هدف آنها، درک نوآوری اجتماعی نیست. به همین ترتیب، اقدامات دارای تأثیر اجتماعی نوآوری (تولید، سودمندی، جامعیت، ثروت، برابری و شمول) را باید شناسایی کرد، که از این نظر که نوعی چک‌لیست از اهداف سیاست/مدیریت نوآوری اجتماعی ارائه می‌دهند که در آن می‌توان اهداف خاص یک سیاست خاص را با یکدیگر مقایسه کرد، می‌تواند راهنمایی‌های مفیدی را برای سیاستگذاران، محققان دانشگاه و دست‌اندرکاران ارائه کنند (ستیندامر و بیهان، ۲۰۱۷). رویکردهای ارزیابی استفاده‌شده در ارزیابی تأثیر تحقیق و پژوهش، در چهار گروه طبقه‌بندی می‌شوند: کتاب‌شناسی، مطالعات موردی، تجزیه و تحلیل اقتصادی و بررسی هم‌تاهمان). بر اساس چارچوب تعالی تحقیقات در انگلستان، تحقیق و پژوهش در دانشگاهها بر اساس سه معیار اصلی ارزیابی می‌شود: کیفیت نتایج و خروجی‌های تحقیق، سرزندگی و انرژی محیط تحقیق و تأثیر گسترده‌تر پژوهش (ریف،^۶ ۲۰۱۴). مؤسسه نوآوری اجتماعی تپسی (۲۰۱۳) در سال ۲۰۱۴ چارچوبی برای ارزیابی نوآوری اجتماعی در سطح کلان ارائه کرد که این چارچوب بین سه سطح مختلف توانمندسازها، فعالیت‌های کارآفرینی و خروجی‌ها تمایز قائل می‌شود.

1. Rivers

2. NESTA

3. PISA

4. CSI

5. Dainienė & Dagilienė

6. REF

۶۴ ♦ طراحی چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در دانشگاهها

بیرز^۱ (۲۰۱۵) در پژوهش خود بر راه‌هایی برای گروه‌های حاشیه‌نشین و بر اثر نوآوری‌های اجتماعی بر این گروه‌ها تمرکز دارد. اسپیلا^۲ و همکاران (۲۰۱۶) در طرح پژوهشی بین‌المللی سیمپکت به جنبه‌های تأثیرگذاری بر اثر نوآوری‌های اجتماعی برای جامعه و اقتصاد و نیز توانایی آن برای توانمندسازی گروه‌های آسیب‌پذیر در جامعه پرداخته است. داو^۳ (۲۰۱۵) در پژوهش ایننویج بر توانایی نوآوری‌های اجتماعی در حمایت از سالهای زندگی سالم^۴ متمرکز است و یک فرایند برای ارزیابی نوآوری اجتماعی بر اساس کارت امتیازی متوازن با تمرکز بر چهار معیار تأثیر اجتماعی و اقتصادی، پایداری، تحمل و پیاده‌سازی، دو عنصر برای هر معیار معرفی کرده است.

۳. اندازه‌گیری و سنجش عملکرد دانشگاه درباره نوآوری

یکی از ملزومات عملکرد موفق سازمانها و دانشگاهها در دنیای رقابتی امروز، داشتن نوآوری و ایجاد مزیت رقابتی است (شاهین و شفعی، ۱۳۹۵). نوآوری در آموزش عالی عبارت است از: «یک محصول، فرایند، روش جدید سازمانی یا روش بهبودیافته قابل توجهی که فرصتها را به بهره‌برداری عملی برای ذی‌نفعان مؤسسات آموزش عالی تبدیل می‌کند» (برزگر و همکاران، ۲۰۱۹). دانشگاهها به منظور جذب یا حمایت از کارآفرینان برای انتقال فناوری از دانشگاهها، شتاب‌دهنده‌ها و انکوباتورها (مراکز رشد) و پارکهای علم و فناوری را ایجاد می‌کنند. این شرکتها، شرکتهای انتفاعی‌اند و علم را به سمت کسب‌وکار و تجارت می‌برند (ستندآمار و بیان، ۲۰۱۷). دانشگاهها برای دهه‌های متوالی، دانشجویان خود را تشویق می‌کردند تا از طریق فعالیتهای اجتماعی و خیریه، در اجتماع محلی خود مشارکت داشته باشند. این فعالیتهای عمدتاً خیریه‌اند و سبب تقویت نوآوری اجتماعی نمی‌شوند. اخیراً بسیاری از دانشگاهها سعی می‌کنند نوآوری اجتماعی را تشویق کنند؛ برای مثال، از راه تأسیس مراکز اختصاصی نوآوری اجتماعی و تقویت آموزش و مشارکت دانشجویان. (مک‌کلوی و زارینگ، ۲۰۱۸)

۴. دانشگاه و نوآوری اجتماعی

امروزه عوامل متعددی موجب شده است مراکز علمی و دانشگاهی به طور جدی به نوآوری اجتماعی توجه کنند (مبینی و کشتکار، ۱۳۹۶). دولتها و بازیگران در جوامع علمی، نوآوری اجتماعی را راهی برای تشویق تولید مشترک نتایج^۵ و توسعه یک «اقتصاد اجتماعی»^۶ می‌بینند (میلی و زیجارتو، ۲۰۱۸). در نتیجه اعلانهای یونسکو (۱۹۹۸-۲۰۰۹) در سالهای اخیر، آگاهی جهانی به مسئولیت مؤسسات آموزش عالی در استفاده دانش و منابع‌شان برای خدمت به کل جامعه افزایش یافته است.

^۱ Beers

^۲ Spila

^۳ Dave

^۴ Healthy Life Years (HLY)

^۵ Co-Production of Outcomes

^۶ Social Economy

^۷ P. Milley & Szijarto

اعلامیه جهانی یونسکو درباره آموزش عالی قرن بیست و یکم، در ماده ۶.ب. اظهار می‌دارد: «آموزش عالی باید نقش خود را در خدمت‌رسانی به جامعه، به ویژه فعالیتهای خود با هدف فقرزدایی، تحمل‌پذیری، خشونت، بی‌سوادی، گرسنگی، تخریب محیط زیست و بیماری را عمدتاً از طریق یک رویکرد بین رشته‌ای در تحلیل مشکلات و موضوعات تقویت کند» (باس و گویلو، ۲۰۱۵). دانشگاهها معمولاً نقش مهمی در تحریک تغییرات فناوری و نوآوری برای تجاری‌سازی از طریق همکاری دانشگاه و صنعت داشته‌اند؛ هر چند متأسفانه جامعه اغلب مورد غفلت واقع شده است (سیندامار، ۲۰۱۶). بسیاری از حوزه‌های فعلی در دانشگاهها روی جلسات کلاس درس تمرکز دارند که این امر، دانشجویان را از دنیای واقعی بیرون می‌کشد. این در حالی است که مشارکت جامعه دانشگاهی در شیوه‌های نوآوری اجتماعی، نقش مهمی در ترسیم آینده از طریق تقویت پتانسیلهای خلاقانه ایفا می‌کند (یلدریم و آنسال، ۲۰۱۷)؛ به طوری که نقش معمول دانشگاهها باید تغییر کند و آنها باید نقش خود را در تولید و انتشار نوآوری‌های اجتماعی به درستی ایفا کنند. دانشگاهها می‌توانند این کار را از طریق فعالیتهای تحقیقاتی و با ایجاد راههای انتقال نوآوری اجتماعی از مسیر ارتباط با سازمانهای مختلف انجام دهند (سیندامار، ۲۰۱۶). از جمله تلاشهای شناخته‌شده، ابتکار عمل دولت ژاپن است که بر تولید مهندسان جهانی از طریق مراکز بین‌المللی تأکید دارد. دانشجویان کشورهای مختلف برای حل مشکلات واقعی که جوامع جنوب شرقی آسیا با آن مواجه‌اند، از طریق یک برنامه بین‌المللی نوآوری اجتماعی همکاری می‌کنند (ماتسوشیتا^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). چندین دانشگاه دیگر نیز برای آموزش رهبران آینده در موضوع تغییرات اجتماعی و محیطی، برنامه‌های مشخصی را مانند استنفورد در بنیادها و مسئولیت اجتماعی شرکتی^۲، فو کو در کارآفرینی اجتماعی و هاروارد در نوآوری در حکمرانی آغاز کرده‌اند (مولگان^۳ و همکاران، ۲۰۰۷). مشارکت دانشگاهها در زمینه اجتماعی نیز در مدل مسئولیت نوآوری اجتماعی دانشگاه^۴ قابل مشاهده است که به عنوان الگویی برای دانشگاهها برای پاسخگویی به مسئولیتهای اجتماعی با استفاده از کارکردهای اساسی‌شان مانند تدریس، تحقیق، مدیریت و دسترسی اجتماعی به نوآوری اجتماعی است. یک پژوهش مسئولانه و نوآوری اجتماعی می‌تواند از تقاطع بین سه عنصر اصلی برنامه درسی، تحقیق و تعامل اجتماعی، به دست آید. (ون رنسبورگ^۵ و همکاران، ۲۰۱۶)

ج) روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهشهای اکتشافی است و محقق در تلاش است تا با استفاده از روش فراترکیب، مقولات (ابعاد)، مفاهیم (مؤلفه‌ها) و کدها (شاخصها)ی چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی را از طریق مرور نظام‌مند

۱. Bas & Guillo

۲. Yildirim & Ansal

۳. Matsushita

۴. CSR

۵. Mulgan

۶. RUSL

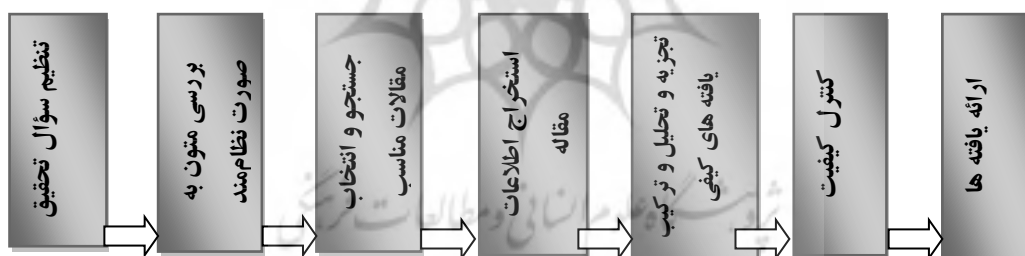
۷. Van Rensburg

۶۶ ♦ طراحی چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در دانشگاهها

مباحث نظری استخراج کند. فراترکیب نوعی مطالعه کیفی است که مطالعات و نتایج استخراج شده از مطالعات کیفی دیگر با موضوع مرتبط و مشابه را بررسی می‌کند. نمونه مد نظر برای فراترکیب، از مطالعات کیفی منتخب و بر اساس ارتباط آنها با سؤال پژوهش تشکیل می‌شود. هدف اصلی این پژوهش، دستیابی به چارچوب جامعی برای در بر گرفتن تمام ابعاد ارزیابی نوآوری است. در نتیجه، روش فراترکیب برای به دست آوردن دیدگاهی جامع از پژوهشهای صورت پذیرفته در این حوزه می‌تواند روش مناسبی باشد و تعمیم‌پذیری بیشتری را در مطالعات مبتنی بر مدارک فراهم سازد.

(د) مراحل پژوهش

فراترکیب مستلزم این است که محقق، بازنگری دقیق و عمیقی را انجام داده و یافته‌های تحقیق کیفی مرتبط را ترکیب کند. به واسطه بررسی یافته‌های مقاله‌های اصلی تحقیق، محققان واژه‌هایی را آشکار و ایجاد می‌کنند که نمایش جامع‌تری از پدیده مورد بررسی را نشان می‌دهند. مشابه نگرش نظام‌مند، استفاده از فراترکیب نتیجه‌ای را حاصل می‌کند که بزرگ‌تر از مجموع بخشهایش است. به منظور تحقق این هدف، از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو^(۲۰۰۷؛۲۰۰۳) استفاده شد که خلاصه مراحل آن در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱: گامهای فراترکیب

گام اول: تنظیم سؤال پژوهش

سؤال پژوهش این است که: چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی چگونه است؟ ابعاد، مضامین و شاخصهای آن کدامند؟

گام دوم: مرور ادبیات به شکل نظام‌مند

در این پژوهش، پایگاههای داده، مجلات علمی و موتورهای جستجوی مختلفی بین سالهای ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۹ بررسی شده است. همچنین واژگان کلیدی متنوعی از جمله: نوآوری اجتماعی^۱، ارزیابی^۲ نوآوری اجتماعی، ارزشیابی^۳ نوآوری اجتماعی، سنجش^۴ نوآوری اجتماعی و ترکیبی از آنها با واژه دانشگاه یا تحصیلات عالی برای جستجوی مقالات تحقیق به دو زبان فارسی و انگلیسی استفاده شده است.

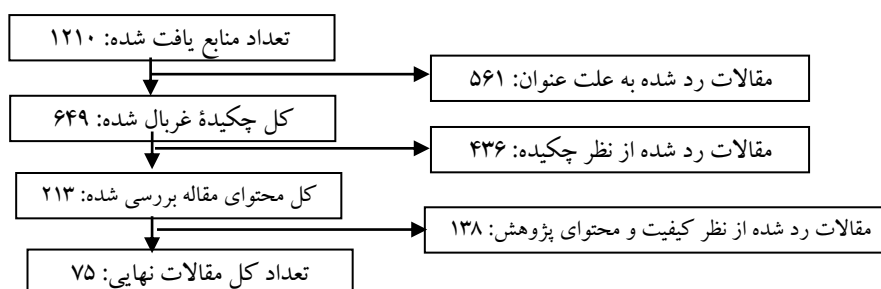
گام سوم: جستجو و انتخاب مقالات مناسب

در فرایند جستجوی مقالات، مؤلفه‌های مختلفی از جمله: عنوان، چکیده، محتوا و جزئیات مقاله همچون: نام نویسنده، سال انتشار و ... در نظر گرفته شدند و پژوهشهای نامتناسب با پرسش و هدف این پژوهش حذف شدند. معیار پذیرش و رد مطالعات، شامل زبان پژوهش، بازه زمانی، شرایط و نوع مطالعه بوده است. در این فراترکیب، از مقالات و پژوهشهایی که ملاک درون گنجی داشته‌اند، استفاده شده است. معیارهای درون گنجی^۵ این اثر عبارتند از: ۱. ثبت در پایگاههای علمی معتبر؛ ۲. تهیه شده توسط مؤسسات معتبر بین‌المللی در زمینه نوآوری اجتماعی؛ ۳. ذکر عوامل مؤثر بر ارزیابی یا سنجش تأثیر نوآوری اجتماعی و مفاهیمی از این دست؛ ۴. پژوهشهای مرتبط با ارزیابی در دانشگاهها. در نهایت با توجه به موضوع، چکیده، پرسش، هدف و زمینه ارزیابی، ۱۲۱۰ پژوهش اولیه برای بررسی عمیق انتخاب شدند.

کیفیت پژوهشهای منتخب از طریق فهرست «کورگک ۳۲-آیتم»^۶ که ابزاری برای ارزیابی منابع مورد بررسی در روشهای کیفی است (تائگ و همکاران، ۲۰۰۷)، با کمک گروه کانونی شامل پنج نفر از اساتید داخلی رشته مدیریت و سه نفر از مدیران بنگاههای اجتماعی صاحب نظر و تألیف در زمینه نوآوری اجتماعی، ارزیابی و در سه دسته کیفی بالا، متوسط و ضعیف دسته‌بندی شد. در نتیجه این ارزیابی، ۲۴ مقاله بیش از ۲۸ امتیاز (سطح بالا)، ۵۱ مقاله بین ۲۲ تا ۲۷ امتیاز (سطح متوسط) و بقیه کمتر از ۲۲ امتیاز (سطح پایین) کسب کردند و برای استخراج اطلاعات، ۷۵ مقاله دارای دو سطح بالا و متوسط انتخاب شدند. در شکل ۲، خلاصه‌ای از فرایند ارائه شده، به همراه نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر ذکر شده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

-
1. Social Innovation
 ۲. Assessment
 ۳. Evaluation
 ۴. Measurement
 ۵. Inclusive Criteria
 6. COREQ 32-item
 7. Tong, Sainsbury & Craig



شکل ۲: فرایند انجام شده در فراترکیب

گام چهارم: استخراج اطلاعات مقالات

محقق در سراسر فراترکیب، به طور پیوسته مقالات منتخب و نهایی شده را به منظور دستیابی به یافته‌های درون محتواهای مجزایی که در آنها مطالعات اصلی و اولیه انجام شده‌اند، چند بار مطالعه کرده است. محقق در پژوهش حاضر، ۱۶۵ کد را شناسایی و سپس بر اساس مراجع یافت‌شده، نام و نام خانوادگی نویسنده و سال انتشار مقاله، در جدولی ارائه کرده و در اختیار خبرگان قرار داده و در نهایت، پس از دریافت نظرات خبرگان، کدهای نهایی را فهرست کرده است.

گام پنجم: تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌های کیفی

در پژوهش حاضر، ابتدا تمام عوامل استخراج‌شده از مطالعات را به عنوان کد در نظر می‌گیریم. سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از کدها، آنها را در یک مفهوم مشابه دسته‌بندی می‌کنیم و به این ترتیب، مفاهیم تحقیق را شکل می‌دهیم. در تجزیه و تحلیل موضوعی روی ۷۵ پژوهش نهایی انتخاب‌شده، شش مقوله و ۱۸ مفهوم اصلی به عنوان عناصر اصلی مهم در چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی تشکیل شد. این مضامین اصلی از ۶۹ کد و زیرعناصر اصلی گرفته شده‌اند. اطلاعات مندرج در جدول ۱، تقسیم‌بندی کدهای نهایی پژوهش حاصل از مرحله اول را نشان می‌دهد. شش بُعد کلی در نظر گرفته شده برای تقسیم‌بندی کدها، نشان‌دهنده اهمیت عوامل تأثیرگذار بر مأموریت اصلی دانشگاه؛ یعنی تعلیم و تربیت و نوآوری اجتماعی است.

گام ششم: کنترل کیفیت

در این مرحله، محقق برای ارزیابی کیفیت، از روش کسپ^۱ استفاده کرده است. محقق در این گام به منظور اطمینان از حفظ کیفیت در مطالعه خود، به گامهای قبل بازمی‌گردد تا از انجام صحیح آنها اطمینان پیدا کند. در این تحقیق، برای کنترل مفاهیم استخراجی، از مقایسه نظرات محقق با یک خبره دیگر نیز استفاده شده است. برای حصول این منظور، تعدادی از متون انتخابی در اختیار یکی از خبرگان گروه قرار گرفت و نتایج حاصل، از طریق شاخص کاپا^۲ ارزیابی شد که $k=0/596$ و با توجه به عدد معناداری $0/001$ ، این شاخص پذیرفته شد. شاخص کاپا بین صفر تا یک

1. CASP
2. Kappa

محسن رضایی میرقائد و همکاران ♦ ۶۹

نوسان دارد و هرچه مقدار سنججه به عدد یک نزدیکتر باشد، نشان می‌دهد بین رتبه‌دهندگان توافق وجود دارد و در اینجا توافق در سطح متوسط به بالاست. (جنسن و آلن، ۱۹۹۶)

گام هفتم: ارائه یافته‌ها

چارچوب ارزیابی نهایی پس از طی مراحل روش فراترکیب در شش مقوله اصلی، ۱۸ مفهوم و ۶۹ کد ارائه شد. بعد اول به ارزیابی برنامه‌های درسی و آموزشی می‌پردازد و علاوه بر آموزش، به به کارگیری آموزشها و توسعه نیز توجه دارد و لازمه آن، ادغام رویکرد یادگیری و تقویت کارآفرینی اجتماعی در کنار بهبود کیفیت زندگی گروههای اجتماعی است. باید توجه داشت که توسعه، مبتنی بر تحلیل انتقادی موضوعات اجتماعی باشد. بعد دوم، بعد سازمان است که به مدیریت و تحول دانشگاه از نظر چشم‌انداز، سیاستها، راهبردها، برنامه‌ها و فرایندها مربوط است و مبتنی بر فرهنگ سازمانی‌ای است که نوآوری اجتماعی را پشتیبانی می‌کند. بعد سوم، در زمینه تحقیق و توسعه به همراه اجرا و مشارکت در نوآوری‌های اجتماعی است که در رابطه با توسعه جامعه داخلی و خارجی دانشگاه است. تحقیق، توسعه و نوآوری به عنوان عملی که دانشگاهها برای حل مسائل اجتماعی جدید از آن استفاده می‌کنند، می‌بایست مورد سنجش و ارزیابی قرار گیرند. بعد چهارم یا رابطه با زمینه (بافت)، به ارزیابی نحوه تعامل دانشگاه با محیط و نهادهای پیرامونی اشاره دارد. این رابطه و تعامل می‌بایست در اشتراک‌گذاریها، تنظیم اهداف مشترک و ارائه راه‌حلهای مربوط به چالشهای اجتماعی سنجیده شود. در بعد پنجم و زیست محیطی، توانایی‌ها دانشگاه در به عهده گرفتن نقش خود در سیستم اجتماعی - زیست محیطی بررسی و عملکرد آن در توسعه پایدار نقد می‌شود. در بعد ششم، زمینه‌های شبکه‌سازی فرامرزی و ارتقای نوآوری اجتماعی از طریق نشستهای چند فرهنگی ارزیابی می‌شود.

جدول ۱: چارچوب نهایی ارزیابی نوآوری اجتماعی دانشگاه

مقوله	مفهوم	کد	برخی منابع
آموزش	آکسپ، جذب، ارتقای دانش	میلی و همکاران، ۲۰۱۸؛ ویلانه تکسما، ۲۰۱۳.	
	آموزش دانشجویی	یادگیری متقابل و ظرفیتهای یادگیری	میلی و همکاران، ۲۰۱۸؛ میشل، ۲۰۱۵.
	توسعه حرفه‌ای کارکنان	توانمندسازی فردی و اجتماعی	دانیل و گوجکو، ۲۰۱۵؛ چن، ۲۰۱۶؛ نیاری داو، ۲۰۱۵؛ ایگر، ۲۰۱۵.
		آموزش و ابتکارات آموزشی	دانیل و داجیلینه، ۲۰۱۵؛ ۲۰۱۶؛ فرازانو و همکاران، ۲۰۱۵.
		آگاهی از نیازها و نوآوری اجتماعی	اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ کاسترو اسپیلا، ۲۰۱۶.
		رفاه (کیفیت زندگی کاربران)	مولگان، ۲۰۱۰؛ واحد ارتباطات علمی، ۲۰۱۴؛ ماجومدار، ۲۰۱۵.
مدیریت و ارزیابی نهادی	ایجاد نقشها و روابط جدید	دانیل و گوجکو، ۲۰۱۵؛ میلی و همکاران، ۲۰۱۸.	
	توسعه دارایی‌ها و توانایی‌ها	توسعه دارایی‌ها	ویلانه تکسما، ۲۰۱۳؛ نیاری داو، ۲۰۱۵.
		خودسازماندهی	ریفلد و ترستریپ، ۲۰۱۷؛ ایگر، ۲۰۱۵.
		اجتماعی کردن داخلی	میلی و همکاران، ۲۰۱۸.
	فرهنگ سازمانی	مدارا (تحمل)	اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ ایگر، ۲۰۱۵.
		همبستگی	اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ فرانسیسکا، ۲۰۱۲.
ارزشها / نگرشها / هنجارها		ریفلد و ترستریپ، ۲۰۱۷؛ ریدر و همکاران، ۲۰۱۲؛ پرسکیل و	

۷۰. طراحی چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در دانشگاهها

			بیر، ۲۰۱۲؛ باند، ۲۰۱۳.
	ذهنیت خطرپذیری		ایکر، ۲۰۱۵؛ چن، ۲۰۱۴؛ میلی و همکاران، ۲۰۱۸.
	تمایل به کارآفرینی		ایکر، ۲۰۱۵؛ چن، ۲۰۱۴.
	اراده‌گرایی (کار داوطلبانه)		داینه و داجیلینه، ۲۰۱۵؛ ۲۰۱۶.
	رشد اقتصادی		کاسترو اسپیلا، ۲۰۱۶؛ نیاری داو، ۲۰۱۵.
	جریانهای درآمد		اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ نیاری داو، ۲۰۱۵؛ ایکر، ۲۰۱۵؛ مارتینز، ۲۰۱۷.
	تنوع در منابع سرمایه‌دهی و تأمین مالی		اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ کرف و همکاران، ۲۰۱۴.
	هزینه‌های اجتماعی عمومی و خصوصی		باند، ۲۰۱۵؛ ایکر، ۲۰۱۵؛ اکونومیست، ۲۰۱۳؛ اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳.
	هزینه تحقیقات نوآوری اجتماعی		هوبرت، ۲۰۱۰؛ اکونومیست، ۲۰۱۳؛ اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ ایکر، ۲۰۱۵؛ باند، ۲۰۱۳؛ ۲۰۱۵.
	تأثیر پروژه‌های نوآوری اجتماعی		دایلینه و داجیلینه، ۲۰۱۵؛ ۲۰۱۶؛ فرازانو و همکاران، ۲۰۱۵؛ مولگان، ۲۰۱۰.
	ترویج تحقیق در موضوعات اولویت‌دار		تعداد اقدامات اجتماعی نوآورانه و میزان نوآوری
	مشارکت و ظرفیت اتصال		ایکر، ۲۰۱۵؛ چن، ۲۰۱۴؛ میلی و همکاران، ۲۰۱۸. اومونوف و ورتینوکوف، ۲۰۱۶؛ اکونومیست، ۲۰۱۳؛ چن، ۲۰۱۴.
	جامعه پژوهش و شبکه‌های تولید دانش		کرف و همکاران، ۲۰۱۴. واحد ارتباطات علمی، ۲۰۱۴؛ اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳.
	درجه کنترل اجتماعی		میلی و همکاران، ۲۰۱۸؛ اکونومیست، ۲۰۱۳.
	اکتساب، جذب، ارتقای دانش		فرانسیسکا، ۲۰۱۲؛ واحد ارتباطات علمی، ۲۰۱۴؛ فرازانو و همکاران، ۲۰۱۵.
	یادگیری متقابل و ظرفیتهای یادگیری		کیولا و آفونسو، ۲۰۱۷؛ آنتا و همکاران، ۲۰۱۶.
	پیاپی سازی و انتشار دانش ترکیبی		ویلا نه تکسما، ۲۰۱۳؛ کاسترو اسپیلا، ۲۰۱۶؛ میشل، ۲۰۱۵؛ فرانسیسکا، ۲۰۱۲.
	مقیاس‌پذیری، انتقال و/یا انتشار نوآوری و توسعه		میشل، ۲۰۱۵؛ فرانسیسکا، ۲۰۱۲؛ ریدر و همکاران، ۲۰۱۲؛ لین، ۲۰۱۶.
	انتقال و انتشار		اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ کرف و همکاران، ۲۰۱۴. لین، ۲۰۱۶؛ اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳.
	پذیرش و استقرار با شهروندان و دولت		کاسترو اسپیلا، ۲۰۱۶؛ فرازانو و همکاران، ۲۰۱۵.
	درجه پایداری پروژه‌های اجتماعی		میلی و همکاران، ۲۰۱۸؛ اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳.
	جهت‌گیری اجتماعی		کرف و همکاران، ۲۰۱۴؛ اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ میلی و همکاران، ۲۰۱۸.
	راه‌اندازی و تدارکات و فعالیتهای سرمایه‌گذاری		اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ کرف و همکاران، ۲۰۱۴؛ میلی و همکاران، ۲۰۱۸.
	سرمایه‌گذاری در نوآوری توسط سازمانهای اقتصادی اجتماعی		دایلینه و داجیلینه، ۲۰۱۵؛ ۲۰۱۶؛ ویلا نه تکسما، ۲۰۱۳؛ لین، ۲۰۱۶.
	تأثیر پروژه‌های نوآوری اجتماعی		مارتینز، ۲۰۱۷؛ گرزسیک و کلیمک، ۲۰۱۸.
	تعداد اقدامات اجتماعی نوآورانه و میزان (نوآوری) فعالیت		کارآفرینی
	کارآفرینی		میلی و همکاران، ۲۰۱۸؛ چن، ۲۰۱۴؛ ایکر، ۲۰۱۵؛ اکونومیست، ۲۰۱۳.
	سرمایه‌گذاری در نوآوری توسط سازمانهای دولتی		نیاری داو، ۲۰۱۵؛ اومونوف و ورتینوکوف، ۲۰۱۶.
	فناوری اطلاعات		کاسترو اسپیلا، ۲۰۱۶؛ واسین و همکاران، ۲۰۱۷.
	زیرساخت کلی		اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ واسین و همکاران، ۲۰۱۷.
	رابطه با جامعه، پروژه‌ها		لین، ۲۰۱۶؛ میلی و همکاران، ۲۰۱۸؛ باند، ۲۰۱۵.
تحقیق، توسعه و نوآوری			

محسن رضایی میر قائد و همکاران ♦ ۷۱

	تعامل و روابط اجتماعی	میشل، ۲۰۱۵؛ آنتسا و همکاران، ۲۰۱۶.
	سرمایه اجتماعی	باند، ۲۰۱۵؛ چن، ۲۰۱۴.
	اعتماد	دانیچل و گوجکو، ۲۰۱۵؛ اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳.
	رضایت ذی نفعان و رضایت اجتماعی	گلدنبرگ و همکاران، ۲۰۰۹.
مشارکت در توسعه	سبک کردن بودجه عمومی	کاسترو اسپیلا، ۲۰۱۶؛ نیاری داو، ۲۰۱۵.
	نرخ اشتغال و تعداد مشاغل ایجاد شده یا حفظ شده	اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ ایگر، ۲۰۱۵.
	تغییر نظام مند	باند، ۲۰۱۳؛ نیاری داو، ۲۰۱۵.
شبکه با جامعه و گروه‌های مختلف علاقه مند	عضویت در سازمانهای جامعه مدنی	ایگر، ۲۰۱۵؛ اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳.
	تنوع در نوع مداخلات اجتماعی	باند، ۲۰۱۳؛ ایگر، ۲۰۱۵.
	تولید دانش علمی و مشترک	آنتسا و همکاران، ۲۰۱۶؛ ایگر، ۲۰۱۵.
تأثیر گذاری بر سیاستهای عمومی	شبکه و تشریک مساعی	ریفلد و ترستریپ، ۲۰۱۷.
	رفاه و آسایش	ماجومدار، ۲۰۱۵؛ فرانسیسکا، ۲۰۱۲.
	فرصتهای برابر/ نابرابری	اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۳؛ ایگر، ۲۰۱۵؛ فلورمن و همکاران، ۲۰۱۶.
	جهت گیری اجتماعی	میلی و همکاران، ۲۰۱۸.
	حکم قانون	کاسترو اسپیلا، ۲۰۱۶؛ اکونومیست، ۲۰۱۳.
	تسهیم قدرت	ماجومدار، ۲۰۱۵.
فرهنگ محیطی	تعداد اقدامات اجتماعی نوآورانه	اکونومیست، ۲۰۱۳؛ میلی و همکاران، ۲۰۱۸.
	آسیب پذیری و خطرات زیست محیطی	کاسترو اسپیلا، ۲۰۱۶؛ چن، ۲۰۱۴.
	بهبود رفاه زیست محیطی	دایلینه و داجیلینه، ۲۰۱۵؛ ۲۰۱۶.
	اصلاح محیطی	فرازانو و همکاران، ۲۰۱۵؛ مارتینز، ۲۰۱۷.
	سیاستها و سیستم‌های مدیریت محیطی	دایلینه و داجیلینه، ۲۰۱۵؛ ۲۰۱۶؛ مارتینز، ۲۰۱۷.
	پایداری محیطی و انتشار آلاینده‌ها	دایلینه و داجیلینه، ۲۰۱۶؛ فرانسیسکا، ۲۰۱۲.
شبکه‌های اجتماعی بین المللی	گواهینامه و اختراعات بهداشت و محیط	بالاژن و همکاران، ۲۰۱۶.
	شبکه و تشریک مساعی	چن، ۲۰۱۴؛ آنهیر و همکاران، ۲۰۱۴.
	توسعه خوشه‌ها	ایگر، ۲۰۱۵؛ فرازانو و همکاران، ۲۰۱۵.

هـ) بحث و نتیجه گیری

دانشگاهها می‌توانند به کمک رسالت خود که عبارت است از ایجاد تحول در زندگی افراد و القای تغییر در اذهان، موجبات رشد متفکران قدرتمندتر و جوامع قوی‌تر را فراهم کند. جهت گیری دانشگاه در زمینه آموزش نوآوری اجتماعی به طرق مختلفی منعکس کننده پیچیدگی جهانی است که در آن زندگی می‌کنیم. دانشگاهها با ایجاد و انتشار نوآوری‌های اجتماعی، موجب ارتقای رویکردهای نظام مند و پایداری بهسازی جامعه خواهد شد. موضوع نوآوری دیگر تنها در آزمایشگاههای تحقیقاتی یا دانشگاهها بررسی نمی‌شود، بلکه به طور گسترده‌ای به حوزه جامعه مدنی و افراد راه پیدا کرده است. اهمیت در حال رشد نوآوری اجتماعی در جوامع سیاسی و دانشگاهی، کشف روشهایی را برای سنجش و ارزیابی نوآوری‌های اجتماعی ضروری ساخته است. با توجه به رشد روزافزون نوآوری اجتماعی در حل چالشهای جهانی و اهمیت ارزیابی آن به سبب تحقق اهداف و رفع نیازهای اجتماعی، پژوهشهای دانشگاهی در دنیا بسیار محدود و در داخل کشور نیز به نظر می‌رسد تاکنون پژوهشی برای

۷۲ ♦ طراحی چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در دانشگاهها

ارزیابی و سنجش نوآوری اجتماعی به انجام نرسیده باشد. چارچوب حاضر به عنوان اولین چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی داخلی، با بررسی تمامی پژوهشهای پیشین و رفع کمبودهای الگوهای پیشین، به عنوان رویکردی برای آگاهی‌بخشی به بازیگران دانشگاهی و مراکز علمی، به درک بهتر و عملی‌تری از مفهوم نوآوری اجتماعی منجر خواهد شد و تصمیم‌گیری بر اساس شواهد را برای محققان این حوزه میسر خواهد ساخت. اغلب تحقیقات پیشین از نوع مطالعات فنی و دانشگاهی نبوده و طرح شاخص و چارچوبی بر اساس معیارهای معین ارزیابی ارائه نداده‌اند؛ در حالی که در پژوهش حاضر با تکیه بر روش‌شناسی کیفی، به گردآوری و ترکیب شاخصهای موجود در ارزیابی نوآوری اجتماعی پرداخته شده است.

با بررسی مطالعات پیشین در عرصه بین‌الملل، به نظر می‌رسد مدل ارزیابی بر اساس نوآوری اجتماعی در سطح دانشگاهها ارائه نشده است. برای مثال، پژوهش ستیندامار و بیهان (۲۰۱۷) تنها به ارائه برخی شاخصهای مؤثر بر نوآوری اجتماعی پرداخته است و هیچ معیار واقعی که بتوان برای تعیین کمیت ارزیابی از آن استفاده کرد، ارائه نمی‌دهد؛ ریورز و همکاران (۲۰۱۵) فقط ارتباط میان نوآوری اجتماعی و دانشگاه را مطرح کرده‌اند؛ در پژوهش مک کلوی و همکاران (۲۰۱۸) نیز به نقشهای جدید دانشگاهها و ارتباط عمیق‌تر با جامعه در حل چالشهای اجتماعی اشاره شده است. در مقایسه با مدلها و چارچوبهای ارزیابی نوآوری اجتماعی که دارای خاستگاه خارجی و غیر بومی‌اند و با توجه به اینکه نوآوری‌های اجتماعی از جنس نرم و وابسته به زمینه‌اند، چارچوب ارائه‌شده در این پژوهش با کمک خبرگان داخلی، مبنای مناسبی برای ارزیابی نوآوری‌های اجتماعی دانشگاهی و رشد و توسعه این حوزه در عرصه دانشگاهی و جامعه مدنی کشور عزیزمان ایران خواهد بود. برای مثال، مؤسسه تپسی در سال ۱۴-۲۰۱۳ به طراحی مدل ارزیابی نوآوری اجتماعی در سطح کلان و در بافت اتحادیه اروپا پرداخته، یا پژوهش مؤسسه سیمپکت که در سال ۲۰۱۵ مدلی برای ارزیابی در سطح میانی و با توجه به بستر اروپایی مطرح کرده است. با بررسی مدل‌های اینجینی برای استفاده بومی، به نظر می‌رسد تمامی آنها نیازمند تغییر و بومی‌سازی بر اساس هنجارهای داخلی و سایر مؤلفه‌های فرهنگی و اجرایی کشورمان خواهند بود. با مرور سایر پژوهشهای پیشین باید اذعان داشت که طرح چارچوب شاخصها و ارائه چارچوب جامع ارزیابی نوآوری اجتماعی در سطح دانشگاهها از دیگر نوآوری‌های پژوهش کنونی است.

شاخصها، عوامل قابل اندازه‌گیری یا شواهدی‌اند که میزان پیشرفت، موفقیت یا دستاوردها را نشان می‌دهند. در پژوهش حاضر سعی شده است با مطالعه نظام‌مند ادبیات، به جمع‌آوری و طبقه‌بندی تمامی شاخصهای مؤثر بر ارزیابی نوآوری اجتماعی پرداخته شود و در ادامه، با کمک خبرگان داخلی، چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی در دانشگاهها طراحی و ارائه شود. چارچوب ارزیابی نوآوری اجتماعی پژوهش حاضر، تمام ابعاد مأموریت دانشگاه (پژوهش، آموزش و تعامل اجتماعی) و اهداف نوآوری اجتماعی (شغل، آموزش و پرورش، مشارکت مدنی، رضایت از زندگی، تعادل کار و زندگی، درآمد، جامعه، محیط زیست، سلامت و ایمنی) را در بر می‌گیرد.

چارچوب ارائه‌شده در شش مقوله آموزش، سازمان، تحقیق، توسعه و نوآوری، رابطه با بعد زمینه و محیط زیست طبقه‌بندی شده است. در بعد آموزش به هر دو گروه مشتریان داخلی و خارجی پرداخته شده و توانمندسازی دانشجویان و کارکنان توأمان مد نظر قرار گرفته است. مفاهیمی همچون: مدیریت، فرهنگ و مالی، پوشش‌دهنده

بعد سازمانی‌اند و از کدهای تشکیل دهنده، به توسعه‌ دارایی‌ها، اجتماعی‌سازی و رشد اقتصادی می‌توان اشاره کرد که پایداری دانشگاهها را به دنبال خواهند داشت. تحقیق و توسعه و نوآوری از دیگر ابعاد چارچوب و در بر دارنده ورودی‌ها و خروجی‌های نوآوری در دانشگاه‌اند. رابطه با زمینه و بافت نیز اشاره به تأثیرگذاری دوجانبه دانشگاه و جامعه بر همدیگر دارد. با توجه به اهمیت مسائل زیست‌محیطی در نوآوری‌های اجتماعی، بعد زیست‌محیطی به نقش مؤثر دانشگاه در این حوزه می‌پردازد و در انتها، دانشگاه در بعد بین‌الملل به شبکه‌سازی جهانی و توسعه خوشه‌ها خواهد پرداخت. این‌گونه چارچوبها می‌توانند ابزاری معتبر برای ارزیابی تأثیر تحقیقات در هر مؤسسه آموزش عالی در جهان باشند؛ به ویژه هنگامی که نوآوری‌های اجتماعی مد نظر قرار می‌گیرند. این‌گونه ارزیابی‌ها ممکن است برای به دست آوردن ارزش اجتماعی نوآوری‌های تولید شده در دانشگاهها بسیار مهم تلقی شوند و ارزشگذاری بیرونی روی آنها صورت گیرد. چنین چارچوبها و مدل‌های ارزیابی، پوشش دهنده مواردی همچون: گروههای بهره‌مند از نوآوری‌های اجتماعی، موقعیت جغرافیایی تأثیر، نوع نوآوری‌های اجتماعی از نظر خروجی آنها و منافع اجتماعی که نوآوری به همراه خواهد داشت، خواهد بود.

با مترهای اینچنینی علاوه بر هدایت دانشگاهها در شکل دادن به سیاست عمومی و کاهش چالشهای اجتماعی، امکان مقایسه دانشگاههای مختلف بر اساس اهداف نوآوری اجتماعی به وقوع خواهد پیوست و نقش پررنگ مسئولیت اجتماعی دانشگاهها برای جامعه روشن‌تر خواهد شد. محققان و فرهیختگان دانشگاهی با به کارگیری و ارزیابی این چارچوب، به اعتبارسنجی آن کمک شایانی خواهند داشت. به نظر می‌رسد تحقیقات درباره نوآوری اجتماعی در حال تسریع است. بنابر این، محققان ممکن است به منظور کشف ارزیابی نوآوری‌های اجتماعی در دانشگاهها، برنامه‌ای برای ادغام طیف گسترده‌ای از نظریه‌ها در زمینه مدیریت فناوری و کارآفرینی اجتماعی داشته باشند. همچنین توسعه معیارهای این موضوع، نیازمند پیگیری است که با مطالعات میدانی تجربی به تکامل خواهد رسید.



منابع

- برزگر، نادر؛ نادرقلی قورچیان و علی تقی‌پورظهير (۱۳۹۸). «آسیب‌شناسی خلق ظرفیتهای نوآوری در مدیریت دانشگاهی ایران (مورد: دانشگاه آزاد اسلامی)». رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ش ۱۰ (۳۷): ۳۱۰-۲۹۱.
- سعدآبادی، علی اصغر؛ علی اصغر پورعزت، محمدامین قانع راد، نیما مختارزاده و مهدی الیاسی (۱۳۹۵). «چرخه حیات نوآوری‌های اجتماعی». مدیریت توسعه فناوری، ش ۴ (۳): ۶۹-۹۵.
- شاهین، آرش و محمدعلی شفیعی (۱۳۹۵). «نوآوری باز در دانشگاه: مفاهیم، چالشها و توانمندسازها». دومین کنفرانس بین‌المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری. شیراز.
- مبینی دهکردی، علی و مهران کشتکار هرانکی (۱۳۹۵). «فرا ترکیب مدل‌های نوآوری اجتماعی». برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ش ۷ (۲۶): ۱۰۱-۱۳۸.
- مبینی دهکردی، علی و مهران کشتکار هرانکی (۱۳۹۶). نوآوری اجتماعی (مفاهیم، تعاریف و مدلها). تهران: دانشگاه تهران.

- Adams, D. & M. Hess (2010). **"Social Innovation and why it has Policy Significance**. SAGE Publications Sage UK: London, England
- Anheier, H.K.; G. Krlev, S. Preuss, G. Mildenerger, R. Bekkers, W. Mensink, ... A. Hernandez (2014). **Social Innovation as Impact of the Third Sector**.
- Balaton, K.; J. Benedek, G. Kocziszky & M.V. Somosi (2016). **"Generating and Measuring Regional Social Innovation"**. Theory, Methodology, Practice, 12(SI): 14.
- Barzegar, N.; N. Ghorchian & A. Taghipur Zahir (2019). **"Pathology of Innovation Capabilities creation in Iranian University Management (Case: Islamic Azad University)"**. Journal of New Approaches in Educational Administration, 10(37): 291-310.
- Bas, E. & M. Guillo (2015). **"Participatory Foresight for Social Innovation. FLUX-3D Method (Forward Looking User Experience), a Tool for Evaluating Innovations"**. Technological Forecasting and Social Change, 101: 275-290.
- Belayutham, S.; C.K.I. Che Ibrahim, A.R. Zulkifli & N. Ibrahim (2019). **"A Dual-Functional Social Innovation Process Model for Low-Cost Houses through University-Enabled Initiative"**. Construction Innovation, 19(2): 126-148.
- Bund, E. (2013). **Blueprint of Social Innovation Metrics: Contributions to an Understanding of Opportunities and Challenges of Social Innovation Measurement**.
- Bund, E. (2015). **"A Methodological Framework for Measuring Social Innovation"**. Historical Social Research, 40(3): 48-78.
- Castro Spila, J. (2016). **"Social Innovation Regimes: An Exploratory Framework to Measure Social Innovation"**. Retrieved from: Javier Castro Spila, L.Á.U.A. Social Innovation Regimes, An Exploratory Framework to Measure Social Innovation.
- Castro Spila, J. (2018). **"Social Innovation Excubator: Developing Transformational Work-Based Learning in the Relational University"**. Higher Education, Skills and Work-Based Learning, 8(1): 94-107.
- Castro Spila, Javier; C.P. Dhondt Steven, Anna Kaderabkova, Luna Alvaro & Saman Saeed Moghadam (2016). **Social Innovation Evaluation Toolbox. Simpect**.
- Cetindamar, D. & B. Beyhan (2017). **Social Innovation Assessment at the University Level**.
- Cetindamar, D. (2016). **A New Role for Universities: Technology Transfer for Social Innovations**. Paper Presented at the 2016 Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET).
- Chen, J. (2014). **"Measuring Social Innovation ES+ Methodology"**. European Barcamp.
- Cipolla, C.M. d. O.S. Bibiana & R. Afonso (2017). **"Design for Social Innovation between University and the Broader Society: A Mutual Learning Process"**. Mix Sustentável, 3(4): 109-118.

- Dainienė R. & L. Dagiliene (2016). **Measurement of Social Innovation at Organisation's Level: Theoretical Issues**. Economics and Business.
- Dainienė, R. & L. Dagilienė (2015). "A TBL Approach Based Theoretical Framework for Measuring Social Innovations". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213: 275-280. At: doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.537>.
- Danijel, B. & B. Gojko (2015). "(Social) Innovation Impact - Review of Research". *Simpact*.
- Ecker, B. (2015). "I3U Project Meeting & Technical Workshop". Retrieved from Economist. (2013). *Old problems, New Solutions: Measuring the Capacity for Social Innovation across the World*. In: London: Economist Intelligence Unit.
- Florman, M.; R. Klingler-Vidra & M.J. Facada (2016). **A Critical Evaluation of Social Impact Assessment Methodologies and a Call to Measure Economic and Social Impact Holistically through the External Rate of Return Platform**.
- Francesca, B. (2012). "Growing a Digital Social Innovation Ecosystem for Europe DSI Final Report". Retrieved from.
- Frazão, N.; I.L. Carvalho & F. Carlos (2015). **Social Innovation in Cidadania Ativa Programme Projects**. Lisboa: Calouste Gulbenkian Foundation.
- Fritsch, M. & V. Slavtchev (2007). "Universities and Innovation in Space". *Industry and Innovation*, 14(2): 201-218.
- Goldenberg, M.; W. Kamoji, L. Orton & M. Williamson (2009). **Social Innovation in Canada: An update**: Citeseer.
- Grimaldi, R.; M. Kenney, D.S. Siegel & M. Wright (2011). "30 Years after Bayh-Dole: Reassessing Academic Entrepreneurship". *Research Policy*, 40(8): 1045-1057.
- Grzeszczyk, T.A. & D. Klimek (2018). "The Model of Social Innovation Project Evaluation". Paper presented at the Asia-Pacific Social Science and Modern Education Conference (SSME 2018).
- Hubert, A. (2010). "Empowering People, Driving Change: Social Innovation in the European Union". Bureau of European Policy Advisors (BEPA). Available Online: http://ec.europa.eu/bepa/pdf/publications_pdf/social_innovation.pdf.
- Jensen, L.A. & M.N. Allen (1996). "Meta-Synthesis of Qualitative Findings". *Qualitative Health Research*, 6(4): 553-560.
- Krlev, G.; E. Bund & G. Mildemberger (2014). "Measuring what Matters Indicators of Social Innovativeness on the National Level". *Information Systems Management*, 31(3): 200-224.
- Lin, C.Y. & Jeffrey Y. Chen (2016). **The Impact of Societal and Social Innovation**. Ebook.
- Majumdar, S.; Samapti Guha & Nadiya Marakkath (2015). **Technology and Innovation for Social Change**.

- Martinez-Conesa, I.S.; Palacios A. Pedro & Mercedes Manzano (2017). **Corporate Social Responsibility and its Effect on Innovation and Firm Performance: An Empirical Research in SMEs**". Journal of Cleaner Production, 142: 2374-2383.
- Matsushita, O.; A. Tsuda, M. Sakamoto, K. Fujii & S. Ota (2015). "Effects of Design Thinking on Transnational Collaborative Projects in Engineering". Paper Presented at the 2015 IEEE 7th International Conference on Engineering Education (ICEED).
- McKelvey, M. & O. Zaring (2018). "Co-Delivery of Social Innovations: Exploring the University's Role in Academic Engagement with Society". Industry and Innovation, 25(6): 594-611.
- Michel, S. (2015). "Performance Monitoring Report of the European Union Programme on Employment and Social Innovation (EaSI)".
- Milley, P. & B. Szijarto (2018). "The Evaluation of Social Innovation: A Review and Integration of the Current Empirical Knowledge base". Evaluation, 24(2): 237-258.
- Milley, P.S.; B. Svensson, K. Cousins, J.B. (2018). "The Evaluation of Social Innovation: A Review and Integration of the Current Empirical Knowledge Base". Evaluation, 24(2), 237-258. At: doi: 10.1177/1356389018763242
- Mobini Dehkordi, A. & M. Keshtkar Haranki (2016). "A Meta-Synthesis of Social Innovation Models". Social Development and Welfare Planning, 7(26): 101-138.
- Mobini Dehkordi, A. & M. Keshtkar Haranki (2017). **Social Innovation: Concepts, Definitions, Models**. Tehran: University Tehran Press.
- Mulgan, G. (2010). "Measuring Social Value". Stanford Soc Innov. Rev., 8(3): 38-43.
- Mulgan, G.; S. Tucker, R. Ali & B. Sanders (2007). **Social Innovation: What it is, why it Matters and how it Can be Accelerated**.
- Murray, R. & J. Caulier-Grice (2010). **The Open Book of Social Innovation**: National Endowment for Science, Technology and the Art London.
- Neary Dave, B.U. & Jagger Carol (2015). "Innovage Social Innovations Promoting Active and Healthy Ageing". Young Foundation.
- OECD (2010). **OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship: SMEs, Entrepreneurship and Innovation**. Paris.
- Oeij, P. & K.O. Kraan (2010). **Impact of Social Innovation on Organisational Performance and Sickness Absence**.
- Omonov, Z.K. & A.Y. Veretennikova (2016). "Quantitative Scaling of Social Innovations 1". Montenegrin Journal of Economics, 12(4): 77.
- Paleari, S.; D. Donina & M. Meoli (2015). "The Role of the University in Twenty-First Century European Society". The Journal of Technology Transfer, 40(3): 369-379.
- Phills, J.A. (2008). "Rediscovering Social Innovation". Stanford Social Innovation Review, 6(4): 34-43.

- Pol, E. & S. Ville (2009). "Social Innovation: Buzz Word or Enduring Term?" The Journal of Socio-Economics, 38(6): 878-885.
- Preskill, H. & T. Beer (2012). **Evaluating Social Innovation**. In: Washington DC: Center for Evaluation Innovation.
- Reeder, N.; C. O'Sullivan, S. Tucker, P. Ramsden & G. Mulgan (2012). "Strengthening Social Innovation in Europe: Journey to Effective Assessment and Metrics". Enterprise and Industry, European Commission.
- REF, R.E.F (2014). **Assessment Framework and Guidance on Submissions**. Higher Education Funding Council for England.
- Rehfeld, D. & J. Terstriep (2017). "A Theoretical Framework for the Economic Underpinnings of Social Innovation". Retrieved from.
- Rivers, B. Alden; A. Armellini, R. Maxwell, S. Allen & C. Durkin (2015). "Social Innovation Education: Towards a Framework for Learning Design". Higher Education, Skills and Work-Based Learning, 5(4): 383-400.
- Sadabdi, A.A; A.A. Poorezat, M.A. Ghanei Rad, N. Mokhtarzadeh & M. Elyasi (2016). "The Life Cycle of Social Innovations". Journal of Technology Development Management, 4(3): 69-95.
- Schmitz, B.; T.E.S.I. Research, G. Krlev, G. Mildenerger, E. Bund & D. Hubrich (2013). **Paving the Way to Measurement: A Blueprint for Social Innovation Metrics**. A Short Guide to the Research for Policy Makers: TEPSIE.
- Science Communication Unit, U.o.t. W.o. E.B. (2014). "Science for Environment Policy In-depth Report: Social Innovation and the Environment". In: University of the West of England Bristol.
- Shahin, A. & M.A. Shafiei (2016). "Open Innovation at the University; Concepts, Challenges and Enablers". Second International Conference on Entrepreneurship, Creativity and Innovation. Iran: Shiraz.
- Smith, H.L. (2007). "Universities, Innovation, and Territorial Development: a Review of the Evidence". Environment and Planning C: Government and Policy, 25(1): 98-114.
- Tong, A.; P. Sainsbury & J. Craig (2007). "Consolidated Criteria for Reporting Qualitative Research (COREQ): A 32-Item Checklist for Interviews and Focus Groups". International Journal for Quality in Health Care, 19(6): 349-357.
- Unceta, A.; J. Castro-Spila & J. García Fronti (2016). "Social Innovation Indicators". Innovation: The European Journal of Social Science Research, 29(2): 192-204.
- Van Rensburg, N.J.; J. Meyer & H. Nel (2016). "Social Innovation, Research and Community Engagement: Managing Interdisciplinary Projects for Societal Change". Paper Presented at the 2016 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM).
- Vasin, S.M.; L.A. Gamidullaeva & T.K. Rostovskaya (2017). "The Challenge of Social Innovation: Approaches and Key Mechanisms of Development". European Research Studies, 20(2): 25.

- Villate Txema, U.A. (2013). "A **Regional Index to Measure Social Innovation**". Retrieved from.
- Yildirim, N. & H. Ansal (2017). **First Domino Tile in the Social Innovation Process: Idea Creation of University Students**.
- Cipolla, C. M. d. O. S., Bibiana, & Afonso, R. (2017). **Design for social innovation between university and the broader society: a mutual learning process**. *Mix Sustentável*, 3(4), 109-118.
- Dehkordi, A. M., & Haranki, M. K. (2015). **Social Innovation: An Exploration of Conceptualization Based on Content Analysis of Definitions**. *Innovation Management Journal*, 4(2), 115-134.
- Lee, H., Ghobadian, A., O'Regan, N., & James, P. (2015). **Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review**. *Group & Organization Management*, 40(3), 428-461.
- Reeder, N., O'Sullivan, C., Tucker, S., Ramsden, P., & Mulgan, G. (2012). **Strengthening social innovation in Europe: journey to effective assessment and metrics**: Enterprise and Industry, European Commission.
- Sandelowski, M., Barroso, J., & Voils, C. I. (2007). **Using qualitative metasummary to synthesize qualitative and quantitative descriptive findings**. *Research in nursing & health*, 30(1), 99-111.
- Schmitz, B., Research, T. E. S. I., Krlev, G., Mildenerger, G., Bund, E., & Hubrich, D. (2013). **Paving the Way to Measurement: A Blueprint for Social Innovation Metrics; a Short Guide to the Research for Policy Makers: TEPSIE**.
- van Beers, C. (2015). **Overview of Existing Innovation Indicators-CrESSI Working Papers**.
- Barzegar, nader and others (2020). "**Pathology of Innovation Capabilities creation in Iranian University Management (Case: Islamic Azad University)**". *Journal of new approaches in educational administration*: N:10(37): 291-310.
- Mobini dehkordi , ali and keshtkar haranaki, mehran (2016). "**Meta-Synthetizing of social innovations models**". *Social development and welfare planning*: N: 7(26): 101-138
- Mobini dehkordi , ali and keshtkar haranaki, mehran (2017). "**Social innovations (concepts, definitions and models)**". Tehran: Tehran University
- Sadabadi , aliasghar and others (2016). "**Life circle of social innovations**". *Technology development Management*: N: 4(3): 95-69
- Shahin, , arash ; shafiee , Mohammad ail (2016). "**Open innovation in universities; definitions, challenges and Empowerments**". *Second international conference on Entrepreneurship, creation and innovation*; Shiraz

