

شناسایی چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در بستر یک سازمان اجتماعی (مورد مطالعه: کمیته امداد امام خمینی (ره))

علی افروزنیا^{۱*}، غلامرضا جندقی^۲، حسن زارعی متین^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۰۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۴

چکیده

در سال‌های اخیر، نوآوری‌های اجتماعی باهدف خلق ارزش اجتماعی و حل چالش‌های اجتماعی، توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است. سازمان‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین بسترهای بروز نوآوری اجتماعی هستند که شناخت موانع و مشکلات آن‌ها برای حضور اثربخش در عرصه نوآوری اجتماعی ضروری است. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) به‌عنوان یک سازمان اجتماعی است. پژوهش حاضر از نظر هدف، توسعه‌ای-کاربردی و روش پژوهش آن تحلیل مضمون است و در بازه زمانی ۹۹-۹۷ انجام گرفته است. مشارکت‌کنندگان این پژوهش، افراد باتجربه و صاحب‌نظر در کمیته امداد امام خمینی (ره) می‌باشند که با ترکیب روش‌های نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی و گلوله برفی با ۱۶ نفر از آنان مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته صورت گرفته است. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، ۱۶۶ مضمون پایه و ۲۴ مضمون سازمان‌دهنده استخراج شد که در نهایت، هشت مضمون فراگیر «چالش‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، ساختاری، قانونی، سازمانی و شناختی مؤثر بر نوآوری اجتماعی» شناسایی گردید. یافته‌های پژوهش می‌تواند به تحقق اهداف متعالی کمیته امداد امام خمینی (ره) در زمینه توانمندسازی و تأمین خوداتکایی نیازمندان و محرومان کمک کرده و گفت‌وگو نوآوری اجتماعی را در میان سازمان‌های اجتماعی گسترش دهد.

واژگان کلیدی: نوآوری اجتماعی، سازمان اجتماعی، چالش‌های اجتماعی، کمیته امداد امام خمینی (ره)، تحلیل مضمون

*-دکتری مدیریت دولتی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۲-استاد گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۳-ریاست دانشکده مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۱- مقدمه

انسان همیشه با چالش نیازهای سیری ناپذیر و منابع و امکانات محدود روبرو بوده و نوآوری سهم برجسته‌ای در حل این چالش داشته است. تا چندی پیش، نوآوری در قالب‌های معمول خود مانند ارائه محصولات تازه، روش‌های جدید تولید و یا دستیابی به بازارهای بکر مطرح می‌شد، اما امروزه، نوآوری در شکل‌های نوینی چون نوآوری اجتماعی نیز ظهور یافته است. نوآوری اجتماعی راهکارها و پاسخ‌های جدیدی هستند که چالش‌ها و مشکلات اجتماعی را بهتر از راهکارها و روش‌های گذشته برطرف می‌کنند و منافع آن، همه افراد جامعه را در برمی‌گیرد (Phills, et al., 2008).

مفهوم‌پردازی نوآوری اجتماعی در مرحله شکل‌گیری است و توجه و علاقه‌مندی بسیاری از پژوهشگران، فعالان اجتماعی، کارآفرینان اجتماعی، سازمان‌های اجتماعی، سیاست‌گذاران دولتی و مدیران اجرایی را به خود جلب کرده است، به گونه‌ای که تشکیل اداره بخش سوم در کابینه بریتانیای کبیر^۱ یا اداره نوآوری اجتماعی کاخ سفید^۲ و صندوق نوآوری اجتماعی^۳ در ایالات متحده آمریکا و یا توجه به نوآوری اجتماعی در راهبرد اروپای ۲۰۲۰ را می‌توان به نقش برجسته نوآوری اجتماعی در توسعه کشورها نسبت داد.

یکی از مهم‌ترین مراکز ظهور و بروز نوآوری اجتماعی، سازمان‌های اجتماعی است که می‌تواند نقش مؤثری در توسعه نوآوری اجتماعی، حل مشکلات و چالش‌های اجتماعی و کاهش آسیب‌های اجتماعی داشته باشد و همچنین، موتور محرک نوآوری اجتماعی در جامعه باشد. این در حالی است که سازمان‌های اجتماعی برای ایفای نقش فعال در توسعه نوآوری اجتماعی، با انواع چالش‌ها و مشکلات مختلفی روبرو هستند که ظرفیت نوآوری اجتماعی آن‌ها را کاهش می‌دهد و علاوه بر اینکه نمی‌توانند خود مبدأ خلق نوآوری‌های اجتماعی باشند، توانایی توسعه نوآوری اجتماعی در جامعه را نیز نخواهند داشت. پژوهش‌هایی که به چالش‌های نوآوری اجتماعی پرداخته‌اند (Dobele & Grinberga-Zalite, 2016; Martinez-Celorio, 2017; European Union, 2010; Dro & Therace, 2011; Nasruddin & Fahada Misaridin, 2014) عموماً از دریچه سازمان اجتماعی به پژوهش پرداخته‌اند و پژوهش‌های نوپای نوآوری اجتماعی در ایران نیز معطوف به مفهوم‌شناسی نوآوری اجتماعی (مبینی و کشتکار هرانکی، ۱۳۹۵، ۱۳۹۴، ۱۳۹۳؛ کشتکار هرانکی، ۱۳۹۵، ۱۳۹۷؛ کشتکار هرانکی و دهقان، ۱۳۹۷)، چرخه حیات نوآوری اجتماعی (سعدآبادی و همکاران، ۱۳۹۵)، الگوی شکل‌گیری نوآوری اجتماعی (روح‌اللهی و همکاران، ۱۳۹۷)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی

بر نوآوری اجتماعی (کشتکار هرانکی و پورمظاهری، ۱۳۹۷)، ابعاد مشارکت مردمی در نوآوری اجتماعی (چیت‌سازیان و صادقی کیا، ۱۳۹۸) یا مدل موفقیت نوآوری اجتماعی (جندقی و همکاران، ۱۳۹۸) بوده و تاکنون پژوهشی به چالش‌های نوآوری اجتماعی در یک سازمان اجتماعی نپرداخته است. در این میان، یکی از مراکز نوآور اجتماعی که از بدو تأسیس تاکنون، گام‌های ارزشمندی را در مبارزه با ابرچالش فقر برداشته است، کمیته امداد امام خمینی (ره) است. این سازمان اجتماعی از جمله اولین نهادهایی است که پس از گذشت مدت کوتاهی از پیروزی انقلاب اسلامی ایران توسط رهبر فقید انقلاب اسلامی، باهدف ساماندهی و رسیدگی به وضعیت معیشت امور محرومان و نیازمندان کشور تأسیس شد و آن را می‌توان، یکی از نوآوری‌های اجتماعی بزرگ انقلاب اسلامی ایران دانست. آغاز و استمرار فعالیت کمیته امداد امام (ره) با تمرکز بر امدادسانی و حمایت از افراد و خانواده‌های نیازمند با رعایت کرامت انسانی و عزت نفس آنان، حمایت هدفمند از آن‌ها و ترویج فرهنگ کار میان افراد و خانواده‌های تحت پوشش، تلاش برای پیشگیری از تولید نظام‌یافته فقر در کشور، کمک به بهبود فضای کسب‌وکار و اشتغال پایدار اقشار نیازمند، ارائه خدمات اجتماعی و حمایتی در راستای توانمندسازی نیازمندان شامل توسعه پوشش بیمه اجتماعی، فراگیر نمودن بیمه درمان و ارتقای کمی و کیفی خدمات حمایتی پایه اعم از مسکن، آموزش و معیشت نیازمندان، ترویج فرهنگ انفاق و ایثار و نیکوکاری و نشر سنت‌های حسنه اسلامی و درنهایت تلاش مستمر برای مردمی شدن فعالیت‌های مربوط به انجام حمایت‌های مادی و معنوی از محرومان صورت گرفته است^۲ و نوآوری‌های اجتماعی ارزشمندی برای خدمت به محرومان و نیازمندان جامعه انجام شده است. نویسندگان این مقاله پیش‌تر به ارائه مدل موفقیت نوآوری اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) پرداخته و در این مدل، عوامل مأموریت و راهبردها، فرهنگ‌سازمانی، سبک رهبری خدمتگزار، چابکی و چالاکي، تعاملات وسیع و مطلوب برون‌سازمانی و تسهیل شرایط مالی به‌عنوان سطح تسهیل‌کننده، عوامل انگیزه و تلاش نوآوران، محتوا و اجرای اثربخش و پذیرش نوآوری توسط مردم به‌عنوان سطح تکمیل‌کننده و عوامل برندسازی نوآوری اجتماعی، همکاری با مؤسسه‌های جهانی، ایجاد شبکه‌ای از نقش‌های حوزه نوآوری و توسعه ساختار مردمی به‌عنوان عوامل رشددهنده موفقیت نوآوری اجتماعی معرفی شده‌اند (جندقی و همکاران، ۱۳۹۸). این مقاله در راستای تکمیل جندقی و همکاران (۱۳۹۸) به شناسایی چالش‌ها و موانع نوآوری‌های اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) به‌عنوان یک سازمان اجتماعی و ارائه راهکارها و پیشنهادات برای کاهش این چالش‌ها می‌پردازد.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بررسی ادبیات نوآوری اجتماعی نشان می‌دهد که، تعاریف نوآوری اجتماعی طیف وسیعی دارد و هیچ توافقی روی تعریف عبارت "نوآوری اجتماعی" وجود ندارد. اکثریت دانشمندان عبارت "نوآوری اجتماعی" را به کار می‌گیرند، اما معنای دقیق آن نامشخص و مبهم است. (Pol & Ville, 2009)

در این پژوهش، نوآوری اجتماعی به فعالیت‌ها و خدمات نوآورانه‌ای اشاره دارد که باهدف پاسخ به یک نیاز اجتماعی برانگیخته می‌شوند و از طریق سازمان‌هایی که اهداف اولیه‌شان اجتماعی است، نشر می‌یابند (Mulgan, 2006).

سازمان اجتماعی، سازمانی است که هدفی اجتماعی را دنبال می‌کند و می‌تواند به شکل‌های مختلف مانند سازمان غیرانتفاعی، سازمان غیردولتی^۵، کسب‌وکار اجتماعی^۶، شرکت اجتماعی^۷ و ... ظهور پیدا کند. پژوهش‌های اندکی در زمینه چالش‌های نوآوری اجتماعی در سازمان‌های اجتماعی انجام شده است، بنابراین، در این بخش به پژوهش‌هایی که به چالش‌های نوآوری اجتماعی اشاره کرده‌اند و تا حدودی با موضوع پژوهش مرتبط است، پرداخته می‌شود. یکی از مهم‌ترین چالش‌های تأثیرگذار بر توسعه و گسترش نوآوری اجتماعی، عدم روشن بودن و شفافیت مفهوم است (Voorberg et al., 2015; CajaibaSantana, 2014; Pol & Ville 2009; Phills et al., 2008).

به همین دلیل، اغلب پژوهش‌ها بر مفهوم‌شناسی متمرکز است و بسیاری از سازمان‌های دنیا، تعاریف متفاوتی از اینکه نوآوری اجتماعی چیست؟ توسط چه کسانی انجام می‌گیرد؟ و چگونه آن‌ها، آن را اجرا می‌کنند؟ ارائه داده‌اند. نوآوری اجتماعی اغلب با شرکت اجتماعی اشتباه می‌شود و یا به زمینه اجتماعی محدود می‌گردد. به‌علاوه افرادی که پروژه‌های اجتماعی بزرگی را در جامعه محلی‌شان به راه انداخته‌اند، اغلب به‌عنوان نوآور اجتماعی شناخته نمی‌شوند.

نوآوری اجتماعی توسط بسیاری از افراد بخصوص اعضای دولت‌ها و یا بخش اقتصاد اجتماعی جدی گرفته نمی‌شود (European Union, 2010) به‌گونه‌ای که نهادهای که نوآوری اجتماعی به‌عنوان یک استراتژی رشد اقتصادی، اجتماعی و توسعه‌ای به علت ابهام در مفهوم و آشنایی محدود بخش دولتی با این مفهوم، محدود شده است. (Martinez-Celorrío, 2017) در همین راستا، مولگان و همکارانش (۲۰۰۷) معتقد هستند که عدم آگاهی و شناخت، مانع حمایت از نوآوری اجتماعی شده است.

از دیگر چالش‌های توسعه نوآوری اجتماعی، نبود یک شبکه قوی، متمرکز و بالغ از نوآوری اجتماعی است که یکی از دلایل آن، نبود دسترسی یکسان همه نوآوران به فناوری‌های جدید است و موجب می‌شود، دسترسی به اطلاعات نوآوری‌های اجتماعی به‌آسانی و گستردگی پخش نگردد (European Union, 2010) و نوآوران اجتماعی در شناسایی و دسترسی به شبکه‌های تسهیل‌کننده

موفقیت ناتوان باشند. (Chalmers, 2013) این موضوع، نه تنها بر روحیه نوآوران اجتماعی تأثیرگذار است، بلکه اثر منفی بر دسترسی به تأمین مالی و منابع حمایتی دارد. (Lettice & Parekh, 2010) همچنین، نوآوری‌های اجتماعی اغلب کوچک یا نوپا هستند و ابزارهای سنجش نتایج نوآوری اجتماعی توسعه‌نیافته است. (European Union, 2010)

در سطح شرکت‌های اجتماعی، سه چالش کلیدی نوآوری اجتماعی، پایداری مالی مدل کسب‌وکار شرکت‌های اجتماعی سودده^۹، آگاهی گروه هدف از مفهوم شرکت‌های اجتماعی سودده و مدیریت استعداد است. در چالش اول، شرکت‌های اجتماعی از نظر درآمد وابسته به محصولات و خدمات خود هستند که باعث می‌شود توانایی ارائه خدمات آن‌ها بدلیل محدودیت منابع کاهش یابد. چالش دوم، عدم تعریف شکل قانونی برای شرکت‌های اجتماعی است که باعث می‌شود مردم به راحتی به این شرکت‌ها بدلیل عدم ثبت شرکت اعتماد نکنند، این در حالی است که شرکت‌های اجتماعی بیشترین توجه را می‌توانند از ذی‌نفعان یا بخش عمومی جامعه مانند نخریات و جراید کثیرالانتشار دریافت کنند. چالش سوم، عدم پیشرفت حرفه‌ای کارکنان شرکت‌های اجتماعی است که به ترک کار کارکنان منجر می‌گردد، لذا استخدام استعدادها با توجه به موقعیت شرکت‌های اجتماعی و پیدا کردن افراد درست با ارزش‌های صحیح و جذب رهبران ارشد مجرب هنوز یک مشکل محسوب می‌گردد (Nasruddin & Fahada Misaridin, 2014). در پژوهشی دیگر، جدی‌ترین چالش‌ها برای توسعه نوآوری‌های اجتماعی، کمبود دانش در جذب سرمایه‌گذاری، آماده‌سازی اسناد پروژه‌های اجتماعی و جلب توجه جامعه به آن مشکل و مسئله اجتماعی بوده است. (Grin-berga-Zalite & Mazure, 2017) از نگاه برخی کارآفرینان و اقتصاددانان، مشارکت در پروژه‌های اجتماعی اعتبار کافی را ندارند. (Dobele & Grinberga-Zalite, 2016) طبق یک دیدگاه خط‌مشی محور به نوآوری اجتماعی در استراتژی ۲۰۲۰ اروپا، موانع اصلی نوآوری اجتماعی عبارتند از: شیوه‌های ممیزی نامتناسب با وظیفه و کار، فرهنگ سازمانی ریسک‌گریز و محتاط، سیستم‌های بسته‌ای که علاقمند به توسعه راه‌حل‌هایی است که خالی از شناخت دوطرفه، ارتباطات، شبکه‌سازی و اعتماد است، ظرفیت‌ها (منابع، زیرساخت‌ها و واسطه‌ها) و مهارت‌های (آموزش، ابزار طراحی و نظارت، اعتبارسنجی و ارزیابی) چندتکه شده و جدا از هم، عدم تأمین مالی پایدار و کافی در تمام مراحل چرخه نوآوری (Dro & Therace, 2011). همچنین، موانع اجرای نوآوری اجتماعی شامل رویکرد بالا به پایین در حکمرانی، عدم شفافیت، عدم درگیر شدن عموم مردم و تمایل به راه‌حل‌های الگوبرداری^۹ از بیرون در زمینه‌هایی نامناسب بوده است. (Mikhailovich Vasin et al, 2017)

از میان چالش‌های نوآوری اجتماعی، دو عامل مانع رشد نوآوری اجتماعی می‌گردد: میزان

پذیرش تغییر اجتماعی و سیاست‌های حکمرانی. تقاضا و پذیرش یک تغییر اجتماعی جدید از یک منطقه تا منطقه دیگر متفاوت است. علاوه بر این، سیاست‌های منحصربه‌فرد حکمرانی و فرهنگ‌های تجاری نیز ممکن است از ظرفیت یک نوآوری اجتماعی برای رشد جلوگیری نمایند. (Mulgan, et al., 2007) نوآوری‌های اجتماعی که بتوانند بر این موانع غلبه نمایند، بسیار موفق خواهند بود. به‌طور کلی نوآوری‌های اجتماعی به‌ندرت می‌توانند به سطوح جهانی شدن دست یابند (Hochgerner, 2013). جدول (۱) مهم‌ترین چالش‌های نوآوری اجتماعی را به‌طور خلاصه نشان می‌دهد.

جدول (۱): چالش‌های نوآوری اجتماعی (جمع‌بندی نویسندگان از مرور پیشینه)

منبع	چالش	زمینه
(European Union, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> - عدم روشن بودن و شفافیت مفهوم - عدم معرفی نوآوران اجتماعی به‌عنوان نوآور در جامعه - جدی گرفته نشدن توسط دولت‌ها - توسعه‌نیافتگی ابزارهای سنجش نتایج نوآوری اجتماعی - نبود یک شبکه قوی، متمرکز و بالغ از نوآوری اجتماعی 	کلی
(Lettice & Parekh, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> - عدم دسترسی کافی به تأمین مالی و منابع حمایتی 	
(Martinez-Celorio, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> - ابهام در مفهوم - آشنایی محدود بخش دولتی با نوآوری اجتماعی 	
(Nasruddin & Fahada Misaridin, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> - ناپایداری مالی مدل کسب‌وکار شرکت‌های اجتماعی سودده - عدم آگاهی گروه هدف از مفهوم شرکت‌های اجتماعی سودده - ناتوانی در مدیریت استعداد 	شرکت‌های اجتماعی
(Dobele & Grinberga-Zalite, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - عدم اعتبار کافی 	
(Grinberga-Zalite & Mazure, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> - کمبود دانش در جذب سرمایه‌گذاری - آماده‌سازی اسناد پروژه‌های اجتماعی - جلب توجه جامعه به آن مشکل و مسئله اجتماعی 	پروژه‌های اجتماعی

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد در میان چالش‌های نوآوری اجتماعی در زمینه‌های مختلف، به چالش‌های نوآوری اجتماعی در سازمان‌های اجتماعی توجه کمتری شده است، بنابراین پژوهش حاضر، با توجه به زمینه یک سازمان اجتماعی بزرگ، به بررسی چالش‌های نوآوری اجتماعی با دیدگاهی جامع و همه‌جانبه، در یکی از بزرگ‌ترین سازمان‌های اجتماعی کشور می‌پردازد.

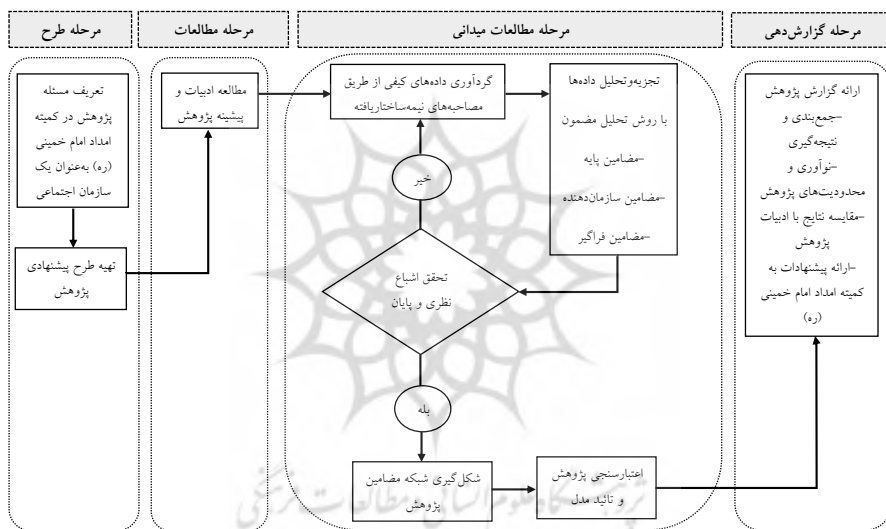
۳- روش پژوهش

تحقیق حاضر، توسعه‌ای-کاربردی است، زیرا از یک سو به شناسایی چالش‌های نوآوری اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) به‌عنوان یک سازمان اجتماعی پرداخته و از سوی دیگر، نتایج این پژوهش می‌تواند در جهت ارتقاء نوآوری‌های اجتماعی کمیته امداد استفاده گردد و الهام‌بخش سایر سازمان‌های اجتماعی مشابه باشد. روش پژوهش حاضر، تحلیل مضمون با رویکرد استقرایی (داده محور) است که یکی از ساده‌ترین و کاربردی‌ترین روش‌های تحلیل کیفی به شمار می‌رود. این استراتژی روش تحقیق، یکی از قوی‌ترین روش‌هایی است که می‌تواند قطعات گسسته و پراکنده واقعیت اجتماعی را به روشی نظام‌مند در کنار یکدیگر سازمان دهد و تصویری جامع از آن ارائه کند. در واقع تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است که داده‌های پراکنده و گوناگون را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰). مضمون، الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و حداقل معنی و مفهوم الگوی مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد. (Braun & Clarke, 2006) به‌طور کلی، مضمون، ویژگی تکراری و متمایزی است که به نظر پژوهشگر، بیانگر درک و تجربه خاصی در زمینه پرسش‌های پژوهش است. در نهایت، شبکه مضمون‌ها براساس روشی مشخص، مضمون‌های پایه (شناسه‌ها و نکات کلیدی متن)، مضمون‌های سازمان‌دهنده (مقولات ترکیب و تلخیص مضمون‌های پایه)، مضمون‌های فراگیر (مضمون‌های عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌عنوان کل) را نظام‌مند می‌کند، سپس این مضمون‌ها به‌صورت نقشه‌های شبکه تارنما رسم می‌شود (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰)

قلمرو موضوعی پژوهش حاضر، چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در یک سازمان اجتماعی است و از نظر قلمرو مکانی، این پژوهش در کمیته امداد امام خمینی (ره) به‌عنوان یک سازمان اجتماعی گسترده با مأموریت‌های اجتماعی چندمنظوره انجام شده است و معاونت اشتغال و خودکفایی، معاونت توسعه مشارکت‌های مردمی و مرکز برنامه‌ریزی و پژوهش مستقر در ستاد مرکزی کمیته امداد امام خمینی (ره) در این تحقیق مشارکت داشته‌اند. همچنین قلمرو زمانی

پژوهش در سال‌های ۹۷-۹۹ شامل طرح پژوهش تا مطالعات کتابخانه‌ای، میدانی و در نهایت ارائه گزارش نهایی به سازمان مربوطه می‌باشد.

مراحل پژوهش حاضر (شکل (۱)) از چهار مرحله طرح پژوهش، مرحله مطالعات کتابخانه‌ای، مرحله مطالعات میدانی و مرحله گزارش‌دهی تشکیل شده است. در مرحله طرح پژوهش، به مسئله‌یابی و تعریف صحیح مسئله پژوهش در سازمان اجتماعی پرداخته شد. در مرحله مطالعات کتابخانه‌ای، پژوهش‌های مرتبط خارجی و داخلی بررسی و در مرحله مطالعات میدانی با تکیه بر روش پژوهش تحلیل مضمون، داده‌های مربوطه گردآوری و تجزیه و تحلیل شد و در مرحله پایانی پژوهش، گزارش نهایی به سازمان اجتماعی مربوطه ارائه گردید تا در سیاست‌گذاری‌های سازمانی در جهت تحقق اهداف سازمان بکار گرفته شود.



شکل (۱): مراحل پژوهش حاضر

در مرحله مطالعات میدانی تحقیق با ۱۶ نفر از افراد باتجربه و صاحب‌نظر در زمینه طرح‌ها، نوآوری‌ها و فرایندهای کمیته امداد امام خمینی (ره) که در بخش‌های معاونت اشتغال و خودکفایی، معاونت توسعه مشارکت‌های مردمی و مرکز برنامه‌ریزی و پژوهش کمیته امداد فعالیت داشتند، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته انجام گرفت. از مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، ۵ نفر مدیر عالی، ۶ نفر مدیر میانی، ۳ نفر مدیر عملیاتی و ۲ نفر کارشناس هستند و از نظر مدرک تحصیلی، ۸ نفر دارای دکترای تخصصی یا دانشجوی این مقطع، ۷ نفر کارشناسی ارشد و یک نفر کارشناسی است. در این پژوهش از ترکیب روش‌های نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی و روش گلوله برفی استفاده گردیده است. با توجه به روش نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی، مشارکت‌کنندگان در پژوهش

به گونه‌ای انتخاب شده‌اند که بتوانند بیشترین اطلاعات را درباره موضوع پژوهش ارائه دهند. همچنین طبق روش گلوله برفی، از مشارکت‌کنندگان در پژوهش خواسته می‌شد تا در صورت امکان، مشارکت‌کنندگان دیگری را برای مصاحبه پیشنهاد نمایند. در مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته پژوهش حاضر، پس از آشنایی مصاحبه‌شونده با مفهوم نوآوری اجتماعی، سؤال‌های زیر به شکل کلی پرسش شده و سایر سؤال‌ها نیز با توجه به روند مصاحبه مطرح می‌شد. الف) کدامیک از فعالیت‌های کمیته امداد را نوآوری اجتماعی می‌دانید؟ چرا؟؛ ب) عمده‌ترین چالش‌های نوآوری اجتماعی در کمیته امداد را چه می‌دانید؟؛ ج) چه راهکارها و پیشنهاداتی برای حل چالش‌های نوآوری اجتماعی در کمیته امداد دارید؟.

مصاحبه‌ها با اجازه مصاحبه‌شوندگان ضبط شده و پس از پایان مصاحبه، هر یک از مصاحبه‌ها چندین بار مورد بررسی و دقت قرار گرفته و نکات کلیدی و مهم آن به‌عنوان داده‌های اولیه یادداشت می‌گردید. در روش‌های کیفی، گردآوری داده‌ها تا زمانی که پژوهش به اشباع نظری برسد، ادامه می‌یابد، یعنی زمانی که داده‌های جدید با داده‌های قبلی تفاوت خاصی نداشته باشد و در واقع، داده‌های جدیدی بدست نیاید. در این پژوهش نیز، در مصاحبه شانزدهم، مضمون‌های سازمان‌دهنده به ثبات نسبی رسیده و داده‌های جدید، تغییری در مضمون‌های سازمان‌دهنده و بالتبع، در مضمون‌های فراگیر ایجاد نمی‌کرد، بنابراین گردآوری داده‌ها متوقف گردید.

همچنین اعتبار یافته‌های پژوهش با دو روش صحت‌گذاری گردید. اول آنکه کدهای استخراج شده از هر مصاحبه به مصاحبه‌شونده ارائه گردید تا درک پژوهشگر را از نظرات خود بررسی نمایند که غالب مصاحبه‌شوندگان آن را تأیید نموده و اصلاحات موردنظر مصاحبه‌شوندگان دیگر شامل اصلاح کد، حذف یا اضافه کردن کدهای جدید صورت گرفت. دوم آنکه مدل نهایی به ده نفر از افراد باتجربه و متخصص در زمینه‌های اجتماعی که همگی دارای مدرک دکتری در رشته‌های مدیریت یا جامعه‌شناسی بودند، ارائه گردید و استنباط‌های پژوهشگر در قالب پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت.

۴- تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

در مرحله نخست از تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش، هر مصاحبه چندین بار بازخوانی شده و نکات مهم و کلیدی آن یادداشت گردید. سپس با ترکیب نکات مشابه و تلخیص آن‌ها، ۱۶۶ مضمون پایه با مفاهیم مشخص و روشن شناسایی شد که نمونه‌ای از آن‌ها در جدول (۲) ذکر شده است. در مرحله بعد، همین فرایند بر روی مضمون‌های پایه اجرا گردید به گونه‌ای که مضمون‌های پایه در قالب ۲۴ مضمون سازمان‌دهنده ترکیب و تلخیص شدند که در جدول (۳) به نمونه‌ای از آن‌ها اشاره شده است.

جدول (۲): نمونه‌ای از نکات مهم و کلیدی سازماندهی شده در قالب مضمون‌های پایه

منبع	نکات مهم و کلیدی	مضمون پایه
مصاحبه یازدهم	هر چه که نهادهایی مثل کمیته امداد بخواهند در این حوزه‌ها تصدی‌گری بکنند. نوآوری کمتر اتفاق می‌افتد، چون مردم کمتر مشارکت می‌کنند و کمتر آن را می‌پذیرند.	❖ مشارکت مردمی کمتر، نتیجه تصدی‌گری سازمان‌های اجتماعی
مصاحبه هفتم	یکی از این موضوعات بحث سیاسی است. وقتی در چارچوب اعتماد عمومی مردم و اجتماع کار می‌کنید، اگر بخواهید جریان‌ات سیاسی را وارد کنید آسیب می‌زند، باید مراقبت کنید که این سوگیری اتفاق نیافتد.	❖ انگیزه سیاسی نوآوران، عامل شکست نوآوری
مصاحبه چهارم	اگر منافع و انتفاع شخصی در نوآوری اجتماعی باشد، نوآوری اجتماعی از بین می‌رود. اگر منافع گروهی باشد، نوآوری اجتماعی نهایتاً در کوتاه‌مدت از بین می‌رود.	❖ منفعت‌های شخصی و گروهی در نوآوری اجتماعی، عامل شکست نوآوری

جدول (۳): نمونه‌ای از ترکیب و تلخیص مضمون‌های پایه در قالب مضمون‌های سازمان‌دهنده

مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه
❖ وجود جو سیاست زده در جامعه، عامل ناپودی ظرفیت‌های بالقوه	<ul style="list-style-type: none"> ❖ انگیزه سیاسی نوآوران ❖ منفعت‌های شخصی و گروهی در نوآوری اجتماعی ❖ شایعه‌سازی سیاسی و اجتماعی ❖ تهمت‌های سیاسی به نوآوران اجتماعی ❖ سیاسی بودن رهبر سازمان اجتماعی
❖ مداخله مستقیم حاکمیت و تصدی‌گری سازمان‌های اجتماعی (دولتی شدن)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ عدم توانایی نهادهای حاکمیتی در ایفای درست وظایف و فعالیت‌ها بدلیل حاکمیتی بودن ❖ کاهش مشارکت مردمی با تصدی‌گری سازمان اجتماعی ❖ از بین رفتن خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها، نتیجه مداخله مستقیم حاکمیت و نهادهای دولتی

پس از استخراج مضمون‌های سازمان‌دهنده و ارتباطدهی آن‌ها با یکدیگر، مضمون‌های فراگیر و ارتباط آن با سایر مضمون‌های سازمان‌دهنده و پایه مشخص گردید (جدول (۴)). فرایند ارتباطدهی مضمون‌های پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر، فرایندی رفت و برگشتی بوده و پس از چند مرتبه تکرار این فرایند، شبکه مضمون‌های چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) به‌عنوان یک سازمان اجتماعی (شکل (۲)) ترسیم شد.

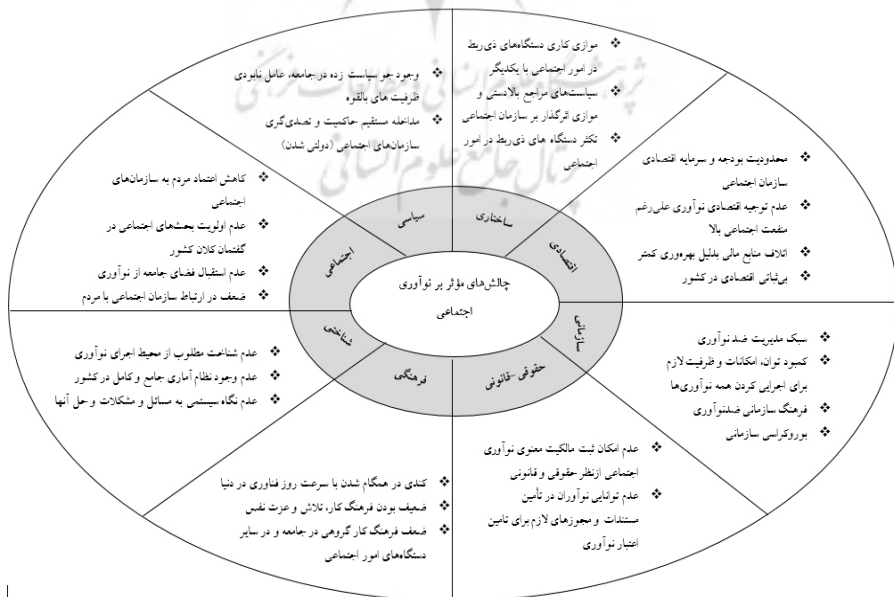
جدول (۴): مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر استخراج‌شده

از تجزیه و تحلیل داده‌ها و منشأ درون/ برون‌سازمانی مضامین

مضمون فراگیر	منشأ درون/ برون‌سازمانی	مضمون سازمان‌دهنده
چالش‌های اقتصادی مؤثر بر نوآوری اجتماعی	برون‌سازمانی	محدودیت بودجه و سرمایه اقتصادی سازمان اجتماعی
	درون‌سازمانی	عدم توجه اقتصادی نوآوری علی‌رغم منفعت اجتماعی بالا و تردید در شرایط منفعت-هزینه
	درون‌سازمانی	اتلاف منابع مالی بدلیل بهره‌وری کمتر
چالش‌های ساختاری مؤثر بر نوآوری اجتماعی	درون/ برون‌سازمانی	بی‌ثباتی اقتصادی در کشور (تورم‌های ناگهانی، افزایش سریع نرخ ارز و ...)
	برون‌سازمانی	موازی کاری دستگاه‌های ذی‌ربط در امور اجتماعی با یکدیگر
	برون‌سازمانی	سیاست‌های مراجع بالادستی و موازی الزگذار بر سازمان اجتماعی
چالش‌های حقوقی - قانونی مؤثر بر نوآوری اجتماعی	برون‌سازمانی	تکثر دستگاه‌های ذی‌ربط در امور اجتماعی
	درون‌سازمانی	عدم امکان ثبت مالکیت معنوی نوآوری اجتماعی از نظر حقوقی و قانونی
	درون‌سازمانی	عدم توانایی نوآوران در تأمین مستندات و مجوزهای لازم برای تأمین اعتبار نوآوری
چالش‌های سازمانی مؤثر بر نوآوری اجتماعی	درون‌سازمانی	سبک مدیریت ضدنوآوری
	درون/ برون‌سازمانی	کمبود توان، امکانات و ظرفیت لازم برای اجرایی کردن همه نوآوری‌ها
	درون‌سازمانی	فرهنگ سازمانی ضدنوآوری
	درون‌سازمانی	بوروکراسی سازمانی
چالش‌های فرهنگی مؤثر بر نوآوری اجتماعی	درون/ برون‌سازمانی	کندی در همگام شدن با سرعت روز فناوری در دنیا
	درون/ برون‌سازمانی	ضعیف بودن فرهنگ کار، تلاش و عزت‌نفس
	درون/ برون‌سازمانی	ضعف فرهنگ کار گروهی در جامعه و پالنبع در سایر دستگاه‌های ذی‌ربط در امور اجتماعی
چالش‌های شناختی مؤثر بر نوآوری اجتماعی	درون‌سازمانی	عدم شناخت مطلوب از محیط اجرای نوآوری
	برون‌سازمانی	عدم وجود نظام آماری جامع و کامل در کشور
	درون‌سازمانی	عدم نگاه سیستمی به مسائل و مشکلات و حل آن‌ها
	درون‌سازمانی	کاهش اعتماد مردم به سازمان‌های اجتماعی
چالش‌های اجتماعی مؤثر بر نوآوری اجتماعی	برون‌سازمانی	عدم اولویت بحث‌های اجتماعی در گفت‌وگو کلان کشور
	برون‌سازمانی	عدم استقبال فضای جامعه از نوآوری
	درون‌سازمانی	ضعف در ارتباط سازمان اجتماعی با مردم
	برون‌سازمانی	وجود جو سیاست‌زده در جامعه، عامل نابودی ظرفیت‌های بالقوه
چالش‌های سیاسی مؤثر بر نوآوری اجتماعی	برون‌سازمانی	مداخله مستقیم حاکمیت و تصدی‌گری سازمان‌های اجتماعی (دولتی شدن)

شکل (۲): شبکه مضامین چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در بستر یک سازمان اجتماعی

(بر اساس یافته‌های نویسندگان)



در ادامه، مضمون‌های فراگیر و سازمان‌دهنده چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) به‌عنوان یک سازمان اجتماعی بررسی و تشریح می‌شود که شامل هشت مضمون فراگیر "چالش‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، ساختاری، قانونی، سازمانی و شناختی مؤثر بر نوآوری اجتماعی" می‌باشد.

۱-۴- چالش‌های سازمانی

یکی از چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی، چالش‌های سازمانی است و از چالش‌برانگیزترین آن‌ها می‌توان به بوروکراسی سازمانی اشاره نمود که در نقطه مقابل نوآوری قرار دارد. یکی از مهم‌ترین پیامدهای بوروکراسی در سازمان، لختی و سستی سازمانی و طولانی شدن بررسی طرح‌های نوآوری است به‌گونه‌ای که برای بررسی، پذیرش و اجرای نوآوری در سازمان به تأیید افراد مختلفی نیاز بوده و عزم و اراده جدی در متولیان به شکل ناخودآگاهی زمان‌بر است، حتی فرایندهای مدون نیز به شکل تعریف‌شده اجرایی نمی‌گردد و سیستم بوروکراسی مثبت اداری ضعیف و کم‌توان است و نمی‌تواند حامی فرایندهای نوآوری در سازمان باشد.

از دیگر پیامدهای تأثیرگذار بوروکراسی بر نوآوری اجتماعی کاهش پویایی‌های سازمانی است. بوروکراسی به‌تدریج مانع توسعه فعالیت‌های سازمان شده و به مدیران و کارکنان اجازه تفکر، تعمق و تخیل و نهایتاً نوآوری را نمی‌دهد. سازمان به عریض و طویل شدن میل بسیار داشته و روحیه‌سازمانی در بین کارکنان رواج می‌یابد و مأموریت سازمان اجتماعی در سایه پررنگ بوروکراسی به‌تدریج محو می‌شود. نباید فراموش نمود که در سازمان‌های اجتماعی، ساختارمندی، نظارت و پایش مدیریتی بیش‌ازحد، باکار داوطلبانه و مردمی در تضاد بوده و تبدیل پدیده‌های اجتماعی به بخشنامه و دستورالعمل، عامل مخرب نوآوری محسوب می‌گردد.

از دیگر چالش‌های سازمانی مؤثر بر نوآوری اجتماعی، سبک مدیریتی ضد نوآوری در سازمان اجتماعی است. خو کردن برخی مدیران به حل مشکلات به شکل سنتی و شیوه‌های قدیمی و عدم انعطاف‌پذیری آن‌ها و پافشاری بر نظراتشان از عوامل تضعیف‌کننده نوآوری در سازمان است. این‌گونه مدیران از ایده‌های جدید استقبال نکرده و اشتیاقی برای پیشنهادات و نوآوری‌های اجتماعی کارکنان ندارند. این سبک مدیریت پس از مدتی به دلسردی کارکنان منجر شده و ریشه خلاقیت و نوآوری را در سازمان خواهد خشکاند. منشأ بی‌میلی این‌گونه مدیران می‌تواند دیدگاه‌های ارزشی افراطی مدیران و یا عافیت‌طلبی آن‌ها و یا ادراک اشتباه از پیامدهای نوآوری و تغییر باشد.

از سبک‌های مدیریت ضد نوآوری، علاقه برخی از مدیران به استفاده نمایشی و ابزاری از ایده‌ها

تا اجرای واقعی آن‌ها می‌باشد. این‌گونه مدیران اهمیت بیشتری برای داشبورد کردن نوآوری تا اجرای آن قائل هستند که می‌تواند ناشی از دغدغه‌های بعضاً سیاسی و یا منفعت‌طلبی آن‌ها باشد. از دیگر سبک‌های مدیریت ضد نوآوری، عدم رویکرد تکاملی مدیران به نوآوری است که ناشی از بی‌ثباتی مدیریتی و بالتبع تغییر سیاست‌ها و سپس بایگانی طرح‌های نوآوری قبلی و شروع نوآوری‌های جدید در دوران جدید است. گاهی نیز، این سبک مدیریتی به علاقه مدیران برای اختراع دوباره چرخ برمی‌گردد که موجب می‌شود سازمان در چرخه بیهوده نوآوری‌های تکراری گرفتار شود. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این باره می‌گوید: "بحث تدوین یک دستورالعمل بود که شش هفت ماه برایش زحمت کشیدیم و با یک تغییر و تحول زیر سؤال رفت و وقتی می‌خواستند جایگزین کنند، یک سال طول کشید..."

از چالش‌های مدیریت ضد نوآوری در سازمان، دوقطبی شدن سازمان میان مدیران و کارکنان است. برخی از عوامل مانند فاصله زیاد تحصیلات و سواد مدیران با کارکنان، تفاوت نامتناسب حقوق مدیران با کارکنان، تفاوت حرف تا عمل مدیران، عدم آگاهی مدیران از پدیده‌های اجتماعی مانند شبکه‌های اجتماعی این فاصله را عمیق‌تر می‌نماید و فضای بی‌اعتمادی بین مدیران و کارکنان را شدت می‌بخشد. در چنین فضایی مدیران و کارکنان درک درستی از نوآوری‌های پیشنهادی یکدیگر نداشته و همین عدم درک درست که ناشی از سوءتفاهم‌های گسترده میان نقش‌های سازمانی است، به اختلافات گسترده و جناح‌بندی میان مدیران و حتی کارکنان منجر می‌شود. این در حالی است که یکپارچگی و همسویی میان مدیران و کارکنان برای به ثمر نشستن نوآوری‌ها ضروری است. از چالش‌های سازمانی مؤثر بر نوآوری اجتماعی، فرهنگ سازمانی ضد نوآوری است که به شکل‌های مختلفی بروز می‌نماید. در چنین سازمانی، منافع فردی مدیران و یا کارکنان در سازمان، عامل تعیین‌کننده در پذیرش و اجرای نوآوری است و هر چه نفوذ صاحبان ایده در سازمان بیشتر باشد، احتمال پذیرش و اجرایی شدن نوآوری نیز بالاتر است. مخالفت کارکنان با تفکر حاکم به‌منزله زیر سؤال بردن مأموریت و اهداف سازمان تلقی شده و صاحبان ایده از ارتقاء سازمانی محروم می‌شوند. نوآوری به شیوه دستوری و از بالا به پایین اجرا شده و دخالت افراد ذی‌نفوذ خارج از سازمان در اجرای نوآوری مؤثر است. حسادت‌های درون‌سازمانی و رقابت‌های ناسالم میان واحدها، افراد را دچار توهم پرکاری و کم‌کاری واحدهای دیگر ساخته و به‌تدریج شایعه‌سازان سازمانی در عرصه سازمان جولان می‌دهند.

در فرهنگ سازمانی ضد نوآوری، بدنه سازمان و کارکنان قدیمی به روش‌های گذشته دلبستگی شدید داشته و با ادبیاتی توجیه‌کننده در برابر نوآوری و تغییر، مقاومت می‌نمایند. ریشه این مقاومت

را می‌توان در عدم فهم صحیح از نوآوری به دلیل ضعف در کنش‌های ارتباطی و یا عدم آگاهی آن‌ها از مزیت‌های نوآوری دانست. چراکه بعضاً آن‌ها تصور می‌کنند با نوآوری، شغل‌های خود را از دست خواهند داد، بنابراین به مقابله با آن بر خواسسته تا به‌زعم خود از هویت شغلی خود دفاع نمایند. نتیجه این فرهنگ، انحصار فکری و احتکار دانایی است که نوآوری را در نطفه خواهد کشت. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این زمینه می‌گوید: "ما افرادی داریم که صندوق صدقات را تخلیه می‌کنند و به آن‌ها مسئول امور خیرین می‌گوییم. هر وقت طرح‌هایی برای الکترونیکی کردن پرداخت صدقات و پرداخت غیر حضوری مطرح می‌شود، بعضی از این افراد احساس خطر می‌کنند و با ادبیات توجیه‌کننده با آن مقابله می‌کنند..."

چالش سازمانی دیگری که در سازمان اجتماعی بر نوآوری اجتماعی تأثیر می‌گذارد، کمبود توان و ظرفیت لازم برای حمایت از ایده‌ها و اجرایی کردن آن‌هاست. عواملی چون عدم وجود فرایند رسمی و بدون برای خلق، حفظ و نگهداری، اجرا و انتشار نوآوری اجتماعی و یا عدم سرمایه‌گذاری برای ارتباط با خبرگان دانشگاهی می‌تواند زمینه‌چینی چالشی را در سازمان ایجاد نماید. سازمان در چنین شرایطی زیرساخت‌های لازم مانند منابع انسانی موردنیاز و یا بستر الکترونیکی مطلوب را در اختیار نداشته و یا حتی از نظر منابع فیزیکی هم در مضیقه است، لذا نمی‌تواند پاسخگوی ایده‌ها و نوآوری کارکنان بوده و از ظرفیت فکری آنان بهره‌مند شوند. یکی از مصاحبه‌شوندگان، این چالش را چنین توصیف می‌کند: "مثلاً شما نمی‌توانید در سیستم وب کار کنید و وقتی خارج از وب کار کنید، هزینه‌ها چند برابر می‌شود. بستر الکترونیکی است که شما را زودتر به مقصد می‌رساند. راهی که با یک سیستم سخت افزاری - نرم افزاری بسیار طول می‌کشد را بسیار کوتاه می‌کند. این چالش ماست..."

۲-۴- چالش‌های سیاسی

از چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی، چالش سیاسی است. جامعه سیاست زده، مستعد نابود کردن ظرفیت‌های بالقوه است. در این جامعه همه‌چیز رنگ و بوی سیاست دارد، حتی نوآوری. دغدغه‌های سیاسی و منفعت‌طلبی‌های شخصی و گروهی، سیاسی بودن رهبر سازمان اجتماعی و یا انگیزه سیاسی نوآوران از عوامل شکست نوآوری اجتماعی به شمار می‌رود. در چنین فضایی، بازار شایعه‌سازی‌های سیاسی و اجتماعی گرم بوده و می‌تواند نوآوری‌های اجتماعی را نیز هدف قرار دهد. تجربه نشان داده است که نهادهای حاکمیتی بدلیل دولتی بودن در ایفای درست وظایف و مأموریت خود ناتوان بوده و به‌ویژه، مداخله مستقیم آن‌ها در امور اجتماعی به تقویت خلاقیت و نوآوری اجتماعی منتهی نخواهد شد.

یکی از مصاحبه‌شوندگان، درباره این چالش می‌گوید: "کلیدواژه نوآوری اجتماعی، اجتماع

است. باید در اجتماع شکل بگیرد و در اجتماع پذیرفته شود. باید وجه اجتماعی و مردمی‌اش را داشته باشد. هر چه که نهادهایی مثل کمیته امداد بخواهند در این حوزه‌ها تصدی‌گری داشته باشند، نوآوری کمتر اتفاق می‌افتد، چون مردم کمتر مشارکت می‌کنند و کمتر آن را می‌پذیرند. هر چه که نهادهایی مثل کمیته امداد نقش حاکمیتی و تولی‌گری داشته باشند و از ایفای نقش مستقیم پرهیز کنند، کمک می‌کنند که نوآوری ارزش بیشتری ایجاد کند."

۳-۴- چالش‌های اقتصادی

از دیگر چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی، چالش‌های اقتصادی است. سازمان‌های اجتماعی مانند کمیته امداد عموماً با محدودیت بودجه و سرمایه اقتصادی روبرو هستند که متأثر از کسری بودجه دولت و ناتوانی مردم در کمک مالی به این سازمان‌ها می‌باشد و توان سازمان اجتماعی را برای پرداختن به نوآوری اجتماعی کاهش می‌دهد. سازمان‌های اجتماعی که بخشی از هزینه خود را از بودجه دولتی کسب می‌نمایند مانند دیگر سازمان‌های دولتی بعضاً با اتلاف منابع مالی، بهره‌وری خود را کاهش داده و به شرایط نامطلوب اقتصادی خود دامن می‌زنند. این در حالی است که بی‌ثباتی اقتصادی در کشور مانند تورم‌های ناگهانی، افزایش نرخ سریع ارز و ... ناشی از تحریم‌های ظالمانه نظام سلطه، نوآوران را دچار سردرگمی و ضعف در تصمیم‌گیری می‌نماید. یکی از مصاحبه‌شوندگان در همین راستا بیان می‌دارد: "سرمایه‌گذاری‌ها لزوماً موفق نمی‌شوند و بعضاً ریزش دارند. شرایط اقتصادی متغیر است. مثلاً وامی که دادید با یک تورم در سال بعد، مبلغ وام دیگر جوابگو نیست... در شهرک‌های صنعتی، خیلی‌ها تعطیل هستند. شرایط کشور در طرح‌های ما تأثیر می‌گذارد." در این میان، حوادث غیرمترقبه طبیعی مانند زلزله، سیل و یا غیرطبیعی مانند شایعات اجتماعی نیز می‌توانند سرمایه‌گذاری اقتصادی در نوآوری‌های اجتماعی را نابود نمایند. علاوه بر این، عدم توجه اقتصادی نوآوری علی‌رغم منفعت اجتماعی بالا و تردید سازمان اجتماعی در شرایط منفعت-هزینه از دیگر چالش‌های سازمان اجتماعی در مواجهه با نوآوری‌های اجتماعی است.

۴-۴- چالش‌های ساختاری

چالش دیگر مؤثر بر نوآوری اجتماعی، چالش‌های ساختاری است. در حال حاضر، در امور اجتماعی کشور، دستگاه‌های مختلف و متنوعی حضور دارند که هر یک به نحوی در این حوزه ایفای نقش می‌نمایند که هرچند، نفس تکثر و حضور پررنگ مثبت است، اما هماهنگی مطلوب بین دستگاه‌های ذی‌ربط در امور اجتماعی را با مشکل مواجه نموده و موجب شده، بخشی از وقت این دستگاه‌ها به‌جای تمرکز بر حل مشکلات اجتماعی بر هماهنگی اختصاص یابد. یکی

از مصاحبه‌شوندگان در این باره چنین می‌گوید: "در حوزه روستایی ۳۲ دستگاه دخیل است، ولی متأسفانه وضعیت روستاهای ما باز هم قابل قبول نیست، چون بیش از اینکه به آنجا پرداخته شود، به رفع و رجوع اختلافات بین‌سازمانی و بین‌دستگاهی پرداخته می‌شود."

از دیگر چالش‌های ساختاری، موازی‌کاری دستگاه‌های ذی‌ربط در امور اجتماعی با یکدیگر است که از عدم ارتباط‌گیری سازمان‌ها و جزیره‌ای عمل کردن آن‌ها حکایت داشته و نتیجه آن به شکل عدم سازماندهی، انسجام و یکپارچگی فعالیت‌های سازمان‌های اجتماعی، مردم‌نهاد و تشکل‌های اجتماعی محور، عدم ایجاد هم‌افزایی و ائتلاف منابع و امکانات و مغفول ماندن برخی از نیازها و مشکلات اجتماعی در اثر موازی‌کاری بروز می‌نماید. همچنین، سیاست‌ها و خط‌مشی‌های نهادهای اجتماعی بالادستی نیز بر سازمان‌های اجتماعی سطوح پایین‌تر مؤثر بوده و تغییرات گسترده یا یک‌باره و گاهی متناقض آن‌ها می‌تواند نوآوری‌های اجتماعی در سازمان‌های اجتماعی را با چالش مواجه نماید. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این زمینه، مثال می‌زند: "مثلاً ما با سلبریتی‌ها داریم، کمپین‌هایی تشکیل می‌دهیم. بعضی نهادهای سنتی و موازی کمیته امداد که از گذشته روی امداد اثرگذار بوده‌اند، شاید این فضا را دوست نداشته باشند و طرح با مشکل برخورد کند...."

۵-۴- چالش‌های فرهنگی

یکی دیگر از چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی، چالش‌های فرهنگی است که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از ضعف در فرهنگ کار، تلاش و عزت‌نفس، ضعف در فرهنگ کار گروهی، کندی و اینرسی در همراهی با فناوری و نوآوری در دنیا. با آنکه کار، تلاش بسیار و عزت‌نفس در فرهنگ دینی و ملی ما مورد تأکید بسیار قرار گرفته و پیشینیان ما، سرآمدان تلاش خستگی‌ناپذیر بوده‌اند، در فرهنگ نسل امروز، میل به کار و تلاش کاهش یافته و بیشتر افراد به دنبال کارهایی با زحمت کم و نتیجه سرشار می‌گردند و متأسفانه در سال‌های اخیر، با روش‌های غلط حمایتی مانند یارانه، کارگریزی و عدم تمایل به خودکفایی نیز تشدید شده است.

از طرف دیگر، فرهنگ کار گروهی در جامعه و بالتبع در سازمان‌های اجتماعی ضعیف بوده و میل به کارهای فردی بیشتر است. به بیان یکی از مصاحبه‌شوندگان، "بیشتر نوآوری‌های امداد حاصل یک سیستم نبوده است، حاصل خلاقیت‌ها و نوآوری‌های فردی بوده است و در این میان، برخی طرح‌ها موفق بوده است و برخی ناموفق." همچنین، همراهی جامعه و سازمان‌ها با سرعت فناوری روز، کند بوده و فرایند روزآمدی و تطبیق با شرایط جدید با تعلل صورت می‌گیرد. یکی از مصاحبه‌شوندگان با اشاره به این چالش، بیان می‌دارد: "مثلاً در بحث مشارکت‌های مردمی، سرعتش

با فناوری‌های جدید هماهنگ و همسو نیست، سرعتش کم است ... روش‌های الکترونیکی، اینترنتی و ... وارد شده، اما آن اتفاقی که باید بیافتد، نیافتاده است." همه این‌ها در حالی است که نوآوری نیازمند فرهنگ کار و تلاش و همراهی با فناوری‌های روز دنیا بوده و کار گروهی چون کاتالیزوری سرعت نوآوری اجتماعی را می‌تواند افزایش دهد.

۶-۴- چالش‌های شناختی

از دیگر چالش‌های تأثیرگذار بر نوآوری اجتماعی، چالش‌های شناختی است. کلی‌ترین چالش شناختی که شاید برای دیگر موضوعات نیز عمومیت داشته باشد، عدم نگاه سیستمی و کل‌نگرانه به مسائل و مشکلات و حل آن‌هاست. مسائل و مشکلات اجتماعی عموماً بدون توجه به همه جوانب مسئله بررسی شده و راه‌حل‌ها نیز که برآمده از بررسی‌های سطحی است، همه‌جانبه نبوده و نمی‌تواند به نوآوری پایدار ختم شود. نوآوران عموماً فراموش می‌کنند که باید در ریشه‌های مشکلات تعمق نموده و به تأثیرپذیری فضای سازمان‌ها از فضای جامعه و ارتباطات درون و برون سیستمی توجه کرد. در همین زمینه، عدم تعریف استانداردهای لازم برای فعالیت‌های اجتماعی در سازمان‌های اجتماعی و مردم‌نهاد را می‌توان به همین نگاه جزئی‌نگر ارتباط داد.

چالش شناختی دیگر، عدم شناخت مطلوب محیط نوآوری است که خود را به‌صورت عدم تناسب نوآوری با استعداد و قابلیت محیط، عدم توجه به زیست‌بوم محیط و یا حتی، عدم شناخت جغرافیای سیاسی محیط نشان می‌دهد که می‌تواند با استفاده از تجربیات بومیان و یا مطلعان آشنا به محیط، این شناخت را افزایش داد. یکی از مصاحبه‌شوندگان با اشاره به این موضوع می‌گوید: "ما در طرح کپزدایی جنوب کرمان، ده هزار واحد مسکن روستایی را با بنیاد مسکن و سازمان‌های دیگر تعهد کردیم، از دیوارهای پیش‌ساخته و فناوری روز اروپا استفاده کردیم، ولی مددجویان استقبال نکردند چون در کپر عادت کرده بودند و ما بدون توجه به زیست‌بوم منطقه فناوری آورده بودیم، در حالیکه باید با شکل سنتی خودش، ولی با متریال جدید ساخته می‌شد."

همان‌طور که می‌دانیم، وجود آمار و اطلاعات صحیح و دقیق، پایه و اساس تصمیم‌گیری است و ضعف در نظام آماری جامع و کامل در کشور، زمینه چالش‌های شناختی را هموار می‌سازد. به‌طور مثال، عدم مشخص بودن توان و گردش مالی فعالیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد در کشور و یا عدم مشخص بودن اولویت نیازهای محرومین، ناشی از همین زیرساخت ضعیف بوده و احتمال خلق نوآوری، کیفیت و سپس پایداری نوآوری را کاهش می‌دهد.

۷-۴- چالش‌های اجتماعی

از چالش‌های مهم مؤثر بر نوآوری اجتماعی، چالش‌های اجتماعی است. ضعف سازمان اجتماعی در ارتباط با مردم موجب می‌شود سازمان نتواند زبان مردم که مخاطبان اصلی سازمان اجتماعی هستند را درک نماید و بالتبع، در نوآوری‌های اجتماعی مورد نیاز جامعه و یا حتی در حمایت از نوآوری‌های اجتماعی بیرونی ناتوان باشد. در چنین حالتی، نقش و جایگاه مردم در کنش‌های اجتماعی تعریف نشده و مردم نسبت به نقش و قدرت اثربخشی خود در جامعه آگاهی ندارند. ارتباطات ضعیف با مردم در قالب عدم اطلاع‌رسانی نوآوری‌های اجتماعی یا اطلاع‌رسانی بد به مخاطبان موجب خواهد شد، مردم از نوآوری‌های اجتماعی سازمان اجتماعی بی‌خبر باشند و سازمان اجتماعی در پیله نوآوری‌های اجتماعی بی‌مخاطب، بلااستفاده و نمایشی گرفتار شود. یکی از مصاحبه‌شوندگان چنین بیان می‌دارد: "اگر بخواهیم عملکرد را داشبورده کنیم مانند بورس و داشبورده ببینیم و هم‌وغم ما کمی کردن و عددی کردن نتایج باشد، موانع خواهیم داشت. در حالیکه باید ببینیم سرمایه اجتماعی چقدر اضافه شده و رفتارهای نیکوکارانه چقدر افزایش یافته است. باید بتوانیم زبان مردم را بفهمیم و رفتارهای نیکوکارانه را با توجه به اقلیم‌های متفاوت نگاه کرد."

چالش اجتماعی دیگری که سازمان اجتماعی را در نوآوری‌های اجتماعی درگیر ساخته است، کاهش اعتماد مردم به سازمان اجتماعی و اضمحلال سرمایه اجتماعی است. ریشه‌های این کاهش اعتماد را می‌توان در تخلفات سازمانی، عدم شفافیت در عملکرد، حسادت‌های برون‌سازمانی و رقابت ناسالم بین سازمان‌های ذی‌ربط در امور اجتماعی، سوءاستفاده برخی از سازمان‌های اجتماعی از اعتماد مردم، بروز منفعت‌های شخصی و گروهی در نوآوری‌های اجتماعی این سازمان‌ها و به‌طور خلاصه، در کم‌رنگ شدن زبان مشترک سازمان‌های اجتماعی با مردم جستجو نمود.

عدم استقبال فضای کلی جامعه از نوآوری، چالش دیگر نوآوری اجتماعی است. عواملی چون قناعت بیش‌ازحد، سازگاری و راضی بودن به وضعیت موجود، تمایل به هم‌رنگ جماعت شدن و شکل‌گیری همگرایی افراطی، ضعیف بودن فرهنگ انتقادپذیری، فضای جامعه را برای عادت به مشکل اجتماعی مساعد می‌نماید و نوآوری اجتماعی را به محاق می‌برد. از سوی دیگر، شکل‌گیری ساختارهای اجتماعی و بالتبع سازمانی در جهت خلاف حمایت از نوآوری به عدم زایش در سطح کلان جامعه و از جمله سازمان‌های اجتماعی منجر شده و فضای کلی جامعه را به مقاومت در برابر خلاقیت و نوآوری و در بهترین حالت، بی‌تفاوتی نسبت به آن سوق می‌دهد. در همین راستا، چالش مهم اجتماعی دیگر، عدم اولویت بحث‌های اجتماعی در گفتمان کلان کشور است و هنوز جامعه و سطوح بالای حاکمیت به چالش‌های اجتماعی به‌عنوان چالش‌های مادر نگاه نکرده و تأثیرگذاری

گسترده آن بر دیگر موضوعات را درک نکرده است و گاهی امور اجتماعی تا حد امور مهندسی تقلیل داده شده و با نگاه مهندسی و تکنیکال به دنبال حل موضوعات اجتماعی است.

۸-۴- چالش‌های حقوقی-قانونی

یکی از چالش‌های حقوقی-قانونی که نوآوران اجتماعی با آن روبرو هستند، عدم امکان ثبت مالکیت معنوی همه نوآوری‌های اجتماعی از نظر حقوقی-قانونی است. شاید بتوان برخی نوآوری‌های اجتماعی که از جنبه فنی نیز برخوردارند را ثبت مالکیت نمود، اما این امکان هنوز برای نوآوری‌های اجتماعی عاری از جنبه فنی و کاملاً اجتماعی فراهم نیست. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این زمینه معتقد است: "طرح‌ها و ایده‌های خوبی هست و در حال اجراست، ولی برند نشده و اگر کسی بخواهد کمک یا سرمایه‌گذاری کند، چه دلیلی دارد به ما رجوع کند. ما خیلی تلاش کردیم که مالکیت معنوی این‌ها را بگیریم، اما نشد. از نظر حقوقی و قانونی نمی‌شود این‌ها را ثبت کنیم." علاوه بر این، در صورت امکان ثبت مالکیت، بسیاری از نوآوران اجتماعی در پیچ‌وخم فرایند طولانی و پیچیده این فرایند گم شده و یا بدلیل عدم آشنایی با این فرایند، در تأمین مستندات و مجوزهای لازم ناتوان هستند.

۵- جمع‌بندی

در پژوهش حاضر، چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) به‌عنوان یک سازمان اجتماعی در هشت چالش "اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، ساختاری، قانونی، سازمانی و شناختی" ارائه گردید. در پژوهش‌های گذشته به‌ویژه در سازمان‌های اجتماعی چنین دسته‌بندی ارائه نشده است و ارائه دسته‌بندی هشت‌گانه، از نوآوری‌های پژوهش حاضر است که تلاش نموده تا ابعاد جامعی از چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی را در یک سازمان اجتماعی ارائه نماید. یکی از مهم‌ترین چالش‌های اقتصادی مؤثر بر نوآوری اجتماعی، محدودیت بودجه و سرمایه اقتصادی سازمان اجتماعی است که بسیاری از پژوهش‌های دیگر (Nasruddin & Fahada, Misaridin, 2014; Dro and Therace, 2011; Lettice & Parekh, 2010; Dobele & Grinberga-Zalite, 2016) نیز به چالش محدودیت بودجه و عدم اعتبار کافی برای تأمین مالی نوآوری‌های اجتماعی اشاره کرده‌اند. در چالش‌های ساختاری مؤثر بر نوآوری اجتماعی به موازی کاری و تکرر دستگاه‌های ذی‌ربط در امور اجتماعی و رویکرد بالا به پایین اشاره شده است که به نبود یک شبکه قوی، متمرکز و بالغ از نوآوری اجتماعی منتهی می‌شود که در دیگر پژوهش‌ها

(European Union, 2010; Mikhailovich Vasin et al, 2017) نیز به آن اشاره شده است.

در چالش حقوقی-قانونی مؤثر بر نوآوری اجتماعی به مشکل نوآوران در تأمین مستندات و مجوزهای لازم برای تأمین اعتبار نوآوری‌ها توجه شده است که گرینبرگ زالیت و میژر (۲۰۱۷) نیز در زمینه پروژه‌های اجتماعی به مشکل آماده‌سازی اسناد پروژه‌ها از سوی نوآوران اجتماعی اشاره کرده‌اند. همچنین، نسرودین و فهادا میسریدین (۲۰۱۴)، به عدم تعریف شکل قانونی برای شرکت‌های اجتماعی پرداخته‌اند که مشابه دیگر چالش حقوقی این بخش است.

در چالش‌های سازمانی مؤثر بر نوآوری اجتماعی به فرهنگ‌سازمانی و سبک مدیریت ضد نوآوری و بوروکراسی سازمانی پرداخته شده است که در مطالعه درو و دریس (۲۰۱۱) نیز به مؤلفه‌های مشابهی چون فرهنگ‌سازمانی ریسک‌گریز، سیستم‌های بسته، شیوه‌های ممیزی نامتناسب و ظرفیت‌های نامنسجم اشاره شده است.

یکی از مهم‌ترین چالش‌های اجتماعی مؤثر بر نوآوری اجتماعی، کاهش اعتماد مردم و یا ضعف در ارتباط با مردم است که در پژوهش‌های دیگر (Grinberga-Zalite & Mazure, 2017; Mikhailovich Vasin et al, 2017) نیز با عنوان عدم درگیر شدن عموم مردم یا چالش در جلب توجه جامعه به مسئله اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. همچنین جدی گرفته نشدن نوآوری‌های اجتماعی توسط دولت‌ها در اتحادیه اروپا (European Union, 2010) مشابه چالش عدم اولویت بحث‌های اجتماعی در کشور ما می‌باشد که حاکی از تفاوت سطح چالش ما با چالش کشورهای اروپایی در این موضوع است. در چالش‌های فرهنگی، شناختی و سیاسی مؤثر بر نوآوری اجتماعی شباهت خاصی با پژوهش‌های گذشته شناسایی نشد که دلیل آن را می‌توان به خاص بودن این چالش‌ها در کشور ما نسبت داد. نوآوری‌های اجتماعی از تناقض‌ها، تنش‌ها و نارضایتی‌ها سرچشمه می‌گیرند که ناشی از دانش جدید، تقاضاهای جدید و نیازهای جدیدی هستند که گذار از دلایل و راه‌حل‌های شخصی را به راه‌حل‌های اجتماعی هموار می‌سازند. نوآوری‌های اجتماعی به طیف وسیعی از نقش‌آفرینان شامل کارآفرینان اجتماعی، جنبش‌ها، دولت‌ها، بنیادها، تیم‌ها، شبکه‌ها، کسب‌وکارها و سازمان‌های سیاسی بستگی دارند (Mulgan, 2012, p. 34-35) که در این میان، بنیادها یا سازمان‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین بازیگران اجتماعی هستند و نقش مهمی در حل چالش‌های اجتماعی دارند.

در پژوهش حاضر تلاش گردید تا با شناسایی چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در بستر یک سازمان اجتماعی بزرگ، بر عمق مطالعات نظری و کاربردی نوآوری اجتماعی افزوده شده و با ارائه راهکارهای اثربخش، زمینه توسعه نوآوری اجتماعی در یک سازمان اجتماعی فراهم آید که در همین راستا با استفاده از روش تحلیل مضمون، ۱۸۶ مضمون پایه، ۲۴ مضمون سازمان‌دهنده

و هشت مضمون فراگیر "چالش‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، ساختاری، قانونی، سازمانی و شناختی مؤثر بر نوآوری اجتماعی" شناسایی گردید.

در زمینه چالش‌های سازمانی، ضروری است بوروکراسی و فرایندهای دست و پاگیر و زائد سازمانی به حداقل ممکن رسیده و با توجه به پدیده‌های سیال اجتماعی، فرایندهای سازمان را طراحی و اجرا نمود، به گونه‌ای که سازمان بتواند در حداقل زمان ممکن به کنش‌های سازمانی و محیطی واکنش نشان دهد. فرایندهای سازمانی باید حامی نوآوری اجتماعی بوده و روحیه نقادانه و خلاقانه کارکنان را تشویق نماید و با کمترین ساختار، نظارت و پایش مدیریتی، سازمان را به سمت مردمی بودن پیش ببرد. در مقابل فرهنگ ضدنوآوری، فرهنگ سازمانی مبتنی بر نوآوری قرار دارد که از انتقاد و پرسشگری استقبال شده و منتقدان و پرسشگران به‌منزله دلسوزان سازمان، جایگاه اجتماعی بالایی در سازمان دارند. فرهنگ مبتنی بر نوآوری به‌جای شخص نوآور به محتوا و اثربخشی نوآوری تمرکز می‌نماید و با شیوه گفتگو، اقناع و اجماع به دنبال پیاده‌سازی نوآوری در سازمان است. همچنین، سازمان اجتماعی برای ارتقاء توان و ظرفیت لازم جهت حمایت از نوآوری‌های اجتماعی باید زیرساخت‌های حداقلی همچون تعریف فرایند مدون برای به رسمیت شناختن نوآوری‌های اجتماعی درون و برون‌سازمانی، منابع انسانی شیفته نوآوری، ارتباط با خبرگان دانشگاهی، نوآوران اجتماعی باسابقه و کارآفرینان اجتماعی مجرب را فراهم آورد.

در زمینه چالش‌های سیاسی، سازمان اجتماعی باید به‌طور کامل از نزدیک شدن به فضای سیاسی دوری نماید و اجازه ندهد انگیزه‌های سیاسی جایگزین انگیزه‌های اجتماعی گردد. سازمان‌های اجتماعی که از بودجه عمومی ارتزاق می‌نمایند باید از مداخله مستقیم در امور اجتماعی پرهیز کرده و تنها به نقش سیاست‌گذاری، هدایتی، حمایتی و نظارتی اکتفا نماید و چنین اموری را کاملاً به مردم بسپارد. برای کاهش چالش‌های اقتصادی، سازمان اجتماعی باید در زمینه بهره‌وری منابع انسانی پیشرو بوده و با صرفه‌جویی در منابع مالی، شرایط لازم را برای حمایت از نوآوری‌های اجتماعی فراهم آورد و با اعلام شفاف بهره‌وری‌های صورت گرفته و اختصاص شفاف آن به نوآوری‌های اجتماعی، هم‌انگیزه کارکنان را برای صرفه‌جویی در منابع سازمانی ارتقا داده و هم‌انگیزه مردم را برای کمک به سازمان اجتماعی افزایش دهد. همچنین، ایجاد بیمه‌های اجتماعی با شکل‌های مختلف حمایتی می‌تواند نوآوران اجتماعی را در مقابل حوادث طبیعی و غیرطبیعی حمایت نماید. حتی این بیمه‌ها می‌توانند، بی‌ثباتی احتمالی اقتصادی را نیز پوشش داده و نوآوران را در تصمیم‌گیری باثبات یاری دهند. برای کاهش چالش‌های ساختاری، ضروری است سازمان‌های بالادستی با سازماندهی و ایجاد هماهنگی میان سازمان‌های اجتماعی موجود، توجه این سازمان‌ها را به چالش‌های اجتماعی مغفول

جلب نموده و هرج و مرج‌های ساختاری را حذف نمایند. در زمینه چالش‌های فرهنگی، سازمان اجتماعی می‌تواند از تیم‌های کاری نوآورانه درون و برون‌سازمانی که فناوری‌های روز را به خدمت گرفته و یا نوآوری‌هایشان از ابعاد مختلف اجتماعی، فناورانه، اقتصادی، فرهنگی و ... برخوردار است، حمایت ویژه نماید. در کاهش چالش‌های شناختی، ترویج نگاه سیستمی و کل‌نگرانه در سازمان ضرورت داشته و باید از بالای هرم سازمانی آغاز شده و به تدریج به لایه‌های پایین سازمان تسری یافته و خود را در حل چالش‌های اجتماعی و نوآوری‌های اجتماعی سازمان نشان دهد.

در زمینه چالش‌های اجتماعی، سازمان اجتماعی برای افزایش سرمایه اجتماعی سازمان در بین مردم، باید شفافیت سازمانی را در دستور کار خود قرار داده و همه فعالیت‌های خرد و کلان خود به‌ویژه موضوعات مالی را به آگاهی مردم برساند تا اعتماد آحاد جامعه جلب گردد. همچنین، واحد ارتباطات و روابط عمومی سازمان‌های اجتماعی باید از هوش اجتماعی بالایی برخوردار بوده و با درک زبان جامعه و واقعیت‌های اجتماعی زندگی مردم و انتظارات‌شان از سازمان اجتماعی و انتقال واقعیت‌ها و نه تصورات دوست‌داشتنی به رهبران سازمان، ذهنیت سازمان را به ذهنیت مردم نزدیک گرداند. برای کاهش چالش‌های حقوقی-قانونی، سازمان اجتماعی می‌تواند موضوع ثبت مالکیت معنوی نوآوری‌های اجتماعی را از مرکز مالکیت معنوی سازمان ثبت اسناد و املاک کشور پیگیری نموده تا این امکان برای همه سازمان‌های اجتماعی نوآور و دیگر نوآوران اجتماعی فراهم گردد. همچنین، سازمان اجتماعی می‌تواند با برنامه‌ریزی آموزشی مطلوب و اجرای آن به شکل مجازی، آگاهی نوآوران اجتماعی درون‌سازمانی و برون‌سازمانی را افزایش داده و یا حتی خود، مسئولیت مشاوره، راهنمایی و پیگیری ثبت مالکیت معنوی نوآوری‌های اجتماعی بیرونی را بر عهده گیرد.

در پژوهش حاضر تلاش گردید تا با شناسایی چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) به‌عنوان یک سازمان اجتماعی بزرگ، به تحقق اهداف متعالی این سازمان اجتماعی در زمینه توانمندسازی و تأمین خوداتکایی نیازمندان و محرومان کمک گردد و ارزش افزوده بیشتری در فعالیت‌ها و خدمات کمیته امداد ایجاد شود. همچنین، پژوهش حاضر تلاش نمود به گسترش گفتمان نوآوری اجتماعی در میان جامعه علمی، کارآفرینان اجتماعی، سازمان‌های اجتماعی، سیاست‌گذاران و مدیران اجرایی کشور و توسعه تحقیقات علمی-پژوهشی بیشتر در فضای اسلامی-ایرانی در راستای تبیین نوآوری اجتماعی به‌عنوان پارادایمی جدید برای پاسخ به نیازهای اجتماعی کمک نماید.

مهم‌ترین محدودیت پژوهش حاضر، تعمیم‌پذیری مدل پژوهش به سایر سازمان‌های اجتماعی، به دلیل ماهیت و ساختار ویژه کمیته امداد است. البته پژوهشگر سعی کرده است یافته‌های پژوهش

فارغ از ساختار ویژه کمیته امداد بوده و کلیت مفهوم‌پردازی مدل برای سازمان‌های اجتماعی قابل کاربرد باشد. عدم امکان بررسی جداگانه هر یک از نوآوری‌های اجتماعی کمیته امداد به‌عنوان مطالعه موردی به دلیل نبودن اطلاعات لازم برای هر یک از نوآوری‌ها از دیگر محدودیت‌های پژوهش حاضر بود. همچنین، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به بررسی تطبیقی چالش‌های نوآوری اجتماعی در دیگر سازمان‌های اجتماعی پرداخته و اثربخشی راهکارهای ارائه‌شده را ارزیابی نمایند. علاوه بر این، ارائه مطالعات موردی درباره داستان‌های موفقیت نوآوری‌های اجتماعی در سازمان‌های اجتماعی و مقایسه تطبیقی آن با کشورهای دیگر می‌تواند موضوع جذاب دیگری برای پژوهشگران علاقه‌مند به حوزه نوآوری اجتماعی باشد.



Braun, V. & Clarke, V., 2006. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), pp. 77-101.

Chalmers, D., 2013. Social innovation: an exploration of the barriers faced by innovating organisations in the social economy. *Local Economy* [Online]. pp. 17-34.

Dro, I & Therace, A., 2011. Empowering people, driving change. *Social innovation in the European Union*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Dobele L. & Grinberga-Zalite G., 2016. Opportunities of integrating social awareness in higher education to enhance the development of social innovation in Latvia. 16th International multidisciplinary scientific GeoConference SGEM 2016 : conference proceedings, Book 5 : Ecology, Economics, Education and Legislation, Vol. 3 : Environmental economics. Education and accreditation in geosciences, pp. 915-922.

European Commission., 2010. *This is European Social innovation*, Belgium: European Union

Francis, D. & Bessant, J., 2005. Targeting innovation and implications for capability development. *Technovation* [Online]. 25, pp. 171-183.

Grinberga-Zalite, G. & Mazure, G., 2017. Integration of Social Innovation Creation in Higher Education for Enhancing of Economic Development in Latvia, *Engineering for Rural Development*.

Hochgerner, J., 2013. *Social Innovations and the advancement of the general concept of innovation*. London, UK: Routledge.

Lee, H., 2014. The role of relationships in building capabilities for social innovation: The case of social enterprises. PhD, University of the West of England. Available from: <http://eprints.uwe.ac.uk/24461>

Martínez-Celorrio, X., 2017. Innovación social: Orígenes, tendencias y ambivalencias. *Sistema: Revista de Ciencias Sociales*, 247, pp. 61-88.

Murray, R., Caulier-Grice, J. & Mulgan, G., 2010. *The open book of social innovation*, The Social Innovator Series [Online], London: NESTA.

Mulgan, G., 2006. The process of social innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization* [Online]. 1 (2), pp. 145-162.

Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B., 2007. *Social Innovation: Why It Is, Why It Matters, and How It can be accelerated*. London, UK: Young Foundation

Mulgan, G., 2012. The theoretical foundations of social innovation, In: A. Nicholls and A. Murdock (Eds.) *Social Innovation*. London: Palgrave Macmillan. pp. 33-65.

Mikhailovich Vasin, S., Gamidullaeva, L. & Roštovskaya, T., 2017. The Challenge of Social Innovation: Approaches and Key Mechanisms of Development. European Research Studies Journal, 20(2B), pp. 25-45

Nasruddin, E. & Fahada Misaridin, N., 2014. Innovation for a Social Enterprise Business Model: An Analysis of Key Success Factors. International Journal of Organizational Innovation, 7, pp.149-157.

OECD, 2011. Fostering social innovation to address social challenges. Workshop Proceedings. OECD.

Phills, J. A., Deiglmeier, K. & Miller, D. T., 2008. Rediscovering social innovation. Stanford Social Innovation Review, 6 (4), pp. 34-43.

Pol, E. & Ville, S., 2009. Social innovation: buzz word or enduring term?. The Journal of Socio-Economics, 38 (6), pp. 878-885.

Von Hippel, E., 1988. The Sources of Innovation. Oxford: Oxford University Press.

جندقی، غ.، زارعی متین، ح.، طهماسبی، ر. و افروز نیا، ع.، ۱۳۹۸. طراحی الگوی موفقیت نوآوری اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) با رویکرد نظریه داده بنیاد. پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی. (۴)، ۹(۶۹)-۹۰
چیت‌سازیان، ع. و صادقی کیا، م.، ۱۳۹۸. مشارکت مردمی در نوآوری اجتماعی، مدیریت نوآوری، ۸(۱)، ۱-۲۰

عابدی جعفری، ح.، تسلیمی، م.، فقیهی، الف. و شیخ‌زاده، م.، ۱۳۹۰. تحلیل مضمون و شبکه مضمون‌ها: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی. اندیشه مدیریت. (۲)، ۵(۱۵۱)-۱۹۸
روح‌اللهی، م.، طباطبائیان، ح.، منطقی، م. و بامداد صوفی، ج.، ۱۳۹۷. الگوی شکل‌گیری نوآوری اجتماعی در جهاد سازندگی، مدیریت اسلامی، (۲)، ۲۶(۹۱)-۱۳۱

سعدآبادی، ع.، پورعزت، ع.، قانع‌راد، م.، مختارزاده گروسی، ن و الیاسی، م.، ۱۳۹۵. چرخه‌ی حیات نوآوری‌های اجتماعی، مدیریت توسعه فناوری، (۲)، ۴(۶۹)-۹۵

کشتکار هرانکی، م.، ۱۳۹۵. طراحی الگوی راهبردی نوآوری اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری، توسعه کارآفرینی، (۴)، ۶(۷۱)-۹-۶۹۱

کشتکار هرانکی، م.، ۱۳۹۷. شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های نوآوری اجتماعی در ایران، مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، (۱)، ۱(۲۴)-۱

کشتکار هرانکی، م. و پورمظاهری، ص.، ۱۳۹۷. بررسی و شناخت تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر

نوآوری اجتماعی، مدیریت راهبردی دانش سازمانی، (۳)، ۱(۱۱۷)-۱۴۵

کشتکار هرانکی، م. و دهقان، س.، ۱۳۹۷. الگوی مفهومی نوآوری اجتماعی برای تحقق استحکام ساخت درونی قدرت، مجلس و راهبرد، (۲۵(۹۴)، ۳۹-۶۸

-گلداسمیت، الف. ۱۳۹۵. قدرت نوآوری‌های اجتماعی (ترجمه: علی اصغر سعدآبادی و حسین افتخاری). تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام

مبینی دهکردی، ع. و کشتکار هرانکی، م.، ۱۳۹۳. بررسی تأثیر الگو سه‌شاخگی بر نوآوری اجتماعی: مطالعه موردی یک شرکت وابسته به صنایع خودروسازی. مدیریت نوآوری، (۳(۴)، ۷۵-۵۷

مبینی دهکردی، ع. و کشتکار هرانکی، م.، ۱۳۹۴. نوآوری اجتماعی: کنکاشی بر مفهوم‌سازی مبتنی بر تحلیل محتوای تعاریف، مدیریت نوآوری، (۲(۴)، ۱۱۵-۱۳۴

مبینی دهکردی، ع. و کشتکار هرانکی، م.، ۱۳۹۵. فراترکیب مدل‌های نوآوری اجتماعی، برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، (۷(۲۶)، ۱۰۱-۱۳

1- Office of the Third Sector

اداره بخش سوم در دولت انگلستان از سازمان‌های داوطلبانه، شرکت‌های اجتماعی، مؤسسات خیریه، تعاونی‌ها و گروه‌های اجتماعی حمایت می‌کند. (گلداسمیت، ۱۳۹۵: ۱۴۴)

2- White House Office of Social Innovation

این اداره در دولت ایالات متحده آمریکا از نوآوری‌های اجتماعی مؤثر و کارآمد حمایت می‌کند. (گلداسمیت، ۱۳۹۵: ۲۹۸)

3- Social Innovation Fund

بودجه‌ای که دولت آمریکا باهدف همکاری با سازمان‌های خیریه، شرکت‌های اجتماعی و تجارت‌خانه‌ها در سال ۲۰۱۰ تصویب کرد. (گلداسمیت، ۱۳۹۵: ۱۴۰)

4- www.emdad.ir

5- Non-Governmental Organization (NGO)

6- Social Bussiness

7- Social Enterprise

8- A For-Profit Social Enterprise Business Model

9- Cut-and-Paste

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی