



University of
Sistan and Baluchestan



Iranian Academy of
Management Sciences

The Model of Creating Social Innovation in Imam Khomeini Relief Foundation with the Classical Grounded Theory Approach

Ali Afrouznia^{*1}, Gholamreza Jandaghi², Hassan Zarei Matin³,
Seyedmehdi Morshedi Estahbanati⁴

1. PHD in Public Administration, University of Tehran (College of Farabi), Qom, Iran.(Corresponding Author). Email: ali.afrouznia@ut.ac.ir
2. Professor, Public Administration Group, University of Tehran (College of Farabi), Qom, Iran.
3. Professor, Public Administration Group, University of Tehran (College of Farabi), Qom, Iran.
4. PHD in Sociology, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran.

Abstract

Social innovation as a new paradigm in the field of innovation creates social value, promotes greater welfare and develops capacities and capabilities and solves social challenges and social organizations are one of the most effective actors in creating social innovation. The main purpose of this study is to present the model of creating social innovation and its antecedents and consequences in the Imam Khomeini Relief Foundation as an innovative social organization. The present research is developmental-applied in term of purpose and its strategy is classical grounded theory. In this research, by snowball sampling method, 16 semi-structured interviews with experienced and expert individuals in the plans and processes of Imam Khomeini Relief Foundation were conducted. Data analysis was performed in the form of open coding, selective coding and theoretical coding with about 150 primary codes in qualitative data analysis software, Atlas.ti 8. Finally, the model of creating social innovation in Imam Khomeini Relief Foundation was identified with three major categories such as environmental facilitators of social innovation, creation of social innovation and social development and with the focus on the category of social innovation creation.

Introduction

The concept of social innovation is a new paradigm that has emerged in the field of innovation and although it has attracted the attention of many researchers, but its conceptualization has not yet reached maturity and

theorizing continues in this field. Due to the importance of this concept in solving social problems and issues, valuable research (Mobini & Keshtkar, 2015, 2016; keshtkar, 2017, 2018; Keshtkar & Dehghan, 2018; Sadabadi, Pourezzat, Ghaneirad, Mokhtarzadeh, & Elyasi., 2016; Roohollahi, Tabatabaeiyan, Manteghi, & Bamdad Sufi., 2018; keshtkar & Pourmazaheri, 2019; Chitsazian & Sadeghikia, 2019; Jandaghi, Zareimatin, Tahmasebi, & afrouznia., 2020; Sadabadi & Rahimi, 2020; Sadabadi, Aramipour, & Fartash., 2021) has been done in Iran, which requires more attention from interested researchers in this field. The Imam Khomeini Relief Foundation as a social organization that has carried out innovative and valuable activities in the field of deprivation relief and poverty alleviation, according to the definitions from Social innovation of Mulgan (2006: 146) and Phills, Deiglmeier and Miller (39: 2008) can be considered an innovative social organization. Therefore, in this research, on the one hand, using the innovative experiences of Imam Khomeini Relief foundation, a model is presented for creating social innovation and its antecedents and consequences in a social organization, and on the other hand, according to the research model, Suggestions provided for promoting social innovation in the Imam Khomeini Relief foundation.

Theoretical framework

Research on social innovation has grown over the past forty years, but studies of social innovation have not matured, and the understanding of social innovation is ambiguous and its conceptualization continues (Voorberg, Bekkers, Tummer, 2015, p. 1333; CajaibaSantana, 2014, p. 45; Pol & Ville, 2009, p.878).

In this study, social innovation refers to innovative activities and services that are motivated to respond to a social need and are disseminated through organizations whose primary goals are social (Mulgan, 2006, p. 146) or a new solution to a social problem that is more effective and efficient than existing solutions, and the value created belongs primarily to society as a whole, rather than to specific individuals. Social innovation can either emerge as a product, a production process, or a technology, and it can be a source, an idea, a rule of law, a social movement, or a social intervention, or a combination of these (Phills et al., 2008, p. 39).

Methodology

The present study is developmental-applied in terms of purpose and research strategy is classic Grounded Theory (Glaser& Strauss, 1967). In this study, has been done 16 semi-structured interviews with experts on the Imam Khomeini Relief Foundation's plans and processes by the method of snowball sampling, along with related documents were reviewed. Data analysis was performed with more than 150 initial codes in "Atlas.ti 8" software.

Discussion and Results

The main category in the research model is the creation of social innovation that can be emerged with two factors: unmet needs and the presence of social innovators with special characteristics. Creating social innovation by social organizations such as the Imam Khomeini Relief Foundation in society can help improve the quality of life, increase social security, promote social justice and gain public trust and increase social capital, and ultimately lead to the promotion of social development. On the one hand, social development strengthens the environmental facilitators of social innovation, and on the other hand, the environmental facilitators of social innovation provide the grounds for the emergence of social innovation in society and social organizations. Because human needs never end and new needs and challenges constantly arise in the evolution of needs, and consequently, social development is also promoted and never reaches its end, the cycle of creating social innovation is a dynamic process and is always ongoing.

Conclusion

Social organization is one of the most important social actors for creating social innovation that can play an effective role in solving social challenges. In this research, the model of creating social innovation and its precedents and consequences were presented in the Imam Khomeini Relief Foundation as an innovative social organization and Based on the classic grounded theory, three major categories of research model were identified, which are the creation of social innovation, environmental facilitators of social innovation and social development.

Keywords: social innovation, Social development, Classical Grounded Theory, Imam Khomeini Relief Foundation

Article Type: Research Article

Cite this article: Afrouznia, A., Jandaghi, Gh.R., Zarei Matin, H., Morshedi Estahbanati. S.M. (2022). The Model of Creating Social Innovation in Imam Khomeini Relief Foundation with the Classical Grounded Theory Approach, *Public Management Researches*, 15 (56), 103-130. (In Persian



DOI: 10.22111/JMR.2022.39526.5569

Received: 13 Aug. 2021 **Revised:** 28 Jun. 2022 **Accepted:** 29 Jun. 2022

© The Author(s). **Publisher:** University of Sistan and Baluchestan

ارائه‌ی مدل خلق نوآوری اجتماعی در کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) با رویکرد نظریه‌ی داده بنیاد کلاسیک

علی افروزنیا*^۱ - غلامرضا جندقی^۲ - حسن زارعی متین^۳ -
سید مهدی مرشدی اصطهباناتی^۴

۱. نویسنده‌ مسئول، دکتری مدیریت دولتی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران ali.afrouznia@ut.ac.ir

۲. استاد گروه مدیریت دولتی و امور عمومی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران.

۳. استاد گروه مدیریت دولتی و امور عمومی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران.

۴. دکتری جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران.

چکیده

نوآوری اجتماعی به عنوان یک پارادایم جدید در عرصه‌ی نوآوری، به خلق ارزش اجتماعی، ارتقای رفاه بیشتر و پرورش ظرفیت‌ها و قابلیت‌ها و حل چالش‌های اجتماعی می‌پردازد و سازمان‌های اجتماعی، یکی از موثرترین بازیگران عرصه‌ی اجتماعی در خلق نوآوری اجتماعی به شمار می‌روند. هدف اصلی این پژوهش، ارائه‌ی مدل خلق نوآوری اجتماعی و پیش‌بینی‌ها و پسا‌بینی‌های آن در کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) به عنوان یک سازمان نوآور اجتماعی است. پژوهش حاضر از نظر هدف، توسعه‌ای - کاربردی و روش پژوهش آن، نظریه‌ی داده بنیاد کلاسیک است. در این پژوهش، با روش نمونه‌گیری گلوله برفی، ۱۶ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با افراد باتجربه و صاحب‌نظر در زمینه طرح‌ها و فرایندهای کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) انجام شده است. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در قالب کدگذاری باز، کدگذاری انتخابی و کدگذاری نظری با حدود ۱۵۰ کد اولیه در نرم افزار تحلیل داده‌های کیفی Atlas.ti 8 انجام شد که در نهایت، مدل خلق نوآوری اجتماعی در کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) با سه مقوله‌ی کلان تسهیل‌کننده‌های محیطی نوآوری اجتماعی، خلق نوآوری اجتماعی و توسعه‌ی اجتماعی و با محوریت مقوله‌ی خلق نوآوری اجتماعی شناسایی گردید.

واژه‌های کلیدی: نوآوری اجتماعی، توسعه‌ی اجتماعی، نظریه‌ی داده بنیاد کلاسیک، کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره)

مقاله مستخرج از رساله دکتری آقای علی افروزنیا است.

استناد: افروزنیا، علی؛ جندقی، غلامرضا؛ زارعی متین، حسن؛ مرشدی اصطهباناتی، سیدمهدی (۱۴۰۱). ارائه‌ی مدل خلق نوآوری اجتماعی در کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) با رویکرد نظریه‌ی داده بنیاد کلاسیک، پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۵(۵۶)، ۱۳۰-۱۰۳.

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۰۴/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۰۸

DOI: 10.22111/JMR.2022.39526.5569

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۲

نوع مقاله: علمی پژوهشی

حق مؤلف © نویسندگان

ناشر: دانشگاه سیستان و بلوچستان



مقدمه

آنچه که رشد، بالندگی و زایش زندگی انسان را در پی داشته است، تغییرات کوچک و بزرگی بوده که به دنبال ایده‌های ساده و یا پیچیده بوجود آمده است، ایده‌هایی که به دنبال نه گفتن به وضعیت موجود و کشف افق‌های روشن متولد شده‌اند و در پس چراغ‌های بی‌پایان، توانسته‌اند دریچه‌های جدیدی را به روی زندگی بشر باز کنند. تا چندی پیش، نوآوری در ارائه‌ی محصولات جدید و پیشرفت‌های فناورانه متمرکز بود و محدوده‌ی نوآوری فراتر از روش‌های تولید جدید، بازارهای جدید و یا منابع جدید تولید تعریف نمی‌شد، اما در حال حاضر، تحولی ژرف در حوزه‌ی قلمرو تعریف نوآوری رخ داده است، به گونه‌ای که دیگر نوآوری محدود به نوآوری‌های فناورانه نبوده و با عنوان "نوآوری اجتماعی" سعی دارد از زاویه‌ای جدید به حل مسائل و مشکلات پیرامون زندگی انسان بپردازد و با ارائه‌ی راهکارها و پاسخ‌های اثربخش‌تر نسبت به روش‌ها و راه‌حل‌های قبلی، کیفیت زندگی انسانی را ارتقا بخشد.

مفهوم نوآوری اجتماعی پارادایم جدیدی است که در حوزه‌ی نوآوری ظهور یافته است و با آنکه توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده است، اما مفهوم‌پردازی آن، هنوز به بلوغ خود نرسیده است و نظریه‌پردازی در این زمینه ادامه دارد. با توجه به اهمیت این مفهوم در حل مشکلات و مسائل اجتماعی، در ایران نیز پژوهش‌های ارزنده‌ای (Mobini & Keshtkar Haranaki, 2015, 2016; keshtkar Haranaki, 2017, 2018; Keshtkar Haranaki & Dehghan, 2018; Sadabadi, Pourezzat, Ghaneirad, Mokhtarzadeh & Elyasi., 2016; Roohollahi, Tabatabaeiyan, Manteghi, & Bamdad Sufi., 2018; keshtkar Haranaki & Pourmazaheri, 2019; Chitsazian & Sadeghikia, 2019; Jandaghi, Zareimatin, Tahmasebi & afrouznia., 2020; Sadabadi & Rahimi, 2020; Sadabadi, Aramipour & Fartash., 2021) هر چند اندک انجام شده است که توجه بیشتر پژوهشگران علاقمند به این حوزه را می‌طلبد. در این میان، کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) به عنوان یک سازمان اجتماعی، فعالیت‌های نوآورانه و ارزشمندی را در زمینه محرومیت‌زدایی و رفع فقر انجام داده است، به گونه‌ای که با توجه به مهمترین تعاریف از نوآوری اجتماعی، کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) را می‌توان سازمان نوآور اجتماعی دانست. از دیدگاه مولگان^۱ (۲۰۰۶) نوآوری اجتماعی عبارت است از فعالیت‌ها

^۱. Mulgan

و خدمات نوآورانه‌ای که با هدف پاسخ به یک نیاز اجتماعی برانگیخته می‌شوند و از طریق سازمان‌هایی که اهداف اولیه‌شان اجتماعی است، نشر می‌یابند. همچنین، از نظر فیلیس^۱ و همکاران (۲۰۰۸)، نوآوری اجتماعی، یک راه حل جدید برای یک مشکل اجتماعی است که موثرتر و کارا تر از راه‌حل‌های موجود است و ارزش ایجاد شده به جای تعلق به افراد خاص، در درجه‌ی اول متعلق به جامعه به عنوان یک کل است. بنابراین در این پژوهش، از یک سو با استفاده از تجربیات نوآورانه‌ی کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره)، مدلی در زمینه‌ی خلق نوآوری اجتماعی و پیشایندها و پسایندهای آن در یک سازمان اجتماعی ارائه شده است و از سوی دیگر، با توجه به مدل پژوهش، پیشنهادهای برای ارتقای نوآوری اجتماعی در کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) ارائه گردیده است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

نوآوری اجتماعی

تحقیقات در زمینه نوآوری اجتماعی در طول چهل سال گذشته رشد یافته است، با این حال هنوز مطالعات نوآوری اجتماعی به بلوغ خود نرسیده است و شناخت نوآوری اجتماعی مبهم است و مفهوم‌سازی آن ادامه دارد (Arocena & Sutz, 2021).

مفاهیم مرسوم نوآوری اغلب با کارایی بالاتر، رقابت جهانی، پیشرفت فناوری و سودآوری مرتبط هستند. در حالیکه، نوآوری اجتماعی به عنوان یک حوزه‌ی نوظهور با نگاهی «اجتماعی» به تفسیر بازتوزیع اقتصادی^۲، توانمندسازی سیاسی و ظرفیت اجتماعی^۳ و هماهنگی بیشتر آنها می‌پردازد (Thompson, 2019: 1168).

نوآوری اجتماعی متمایز از نوآوری اقتصادی است، زیرا نوآوری اجتماعی درباره معرفی انواع جدید تولید یا کشف بازارهای جدید نیست، بلکه درباره ارضای نیازهای جدیدی است که توسط بازار پاسخ داده نشده است یا ایجاد روش‌های جدید یا رضایت بخش بیشتر در زندگی مردم یک منطقه است. تمایز اصلی در این است که نوآوری اجتماعی با بهبود رفاه

1. Phills

2. Economic Redistribution

3. Social Inclusion

افراد و جوامع از طریق استخدام، مصرف و مشارکت ارتباط دارد و هدف روشن آن فراهم کردن راه‌حلهایی برای مشکلات فرد و جامعه است (OECD, 2011: 21).

نوآوری اجتماعی اشاره دارد به ظرفیت جامعه (سازمان‌های غیرانتفاعی^۱، خیریه‌ها، جنبش‌های اجتماعی و گروه‌های جامعه و همچنین شرکت‌های انتفاعی^۲) برای تامین نیازهایی که به سبب شکست یا فقدان بازارها یا امکانات دولتی برآورده نشده است. ماهیت نوآوری می‌تواند در محتوا (چه عملی رخ می‌دهد) یا فرایند تهیه (چگونه نیازها برآورده می‌گردند) باشد (Baglioni & Sinclair, 2014: 409). مفهوم نوآوری اجتماعی فرایندهایی است که جستجو برای توسعه راه‌حل‌های چالش‌های اجتماعی را تسهیل نموده و با ویژگی بدیع بودن به دنبال بهبود کیفیت زندگی و کاهش آسیب‌پذیری جوامع است (Ortiz, 2016: 9). در این مفهوم، فعالیت‌ها به طراحی و خلق راه‌حل‌های کاربردی برای پاسخ به مسائل اجتماعی اختصاص می‌یابد (Parton, 2017: 31).

در بسیاری از موارد، نوآوری اجتماعی را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از راه‌حل‌های خلاقانه برای نیازهای اجتماعی که از جامعه مدنی ناشی شده و منجر به پروژه‌های تقاضامحور می‌شود، در نظر گرفت (Martens, Wolff & Hanisch, 2021: 220). در جوامعی که دارای سرمایه انسانی و اجتماعی فراوانی هستند، نوآوری اجتماعی با پاسخ به فرصت‌های محلی و چالش‌های گسترده، پتانسیل زیادی برای پرداختن به آمال و آرزوهای مردم و توسعه بیشتر جوامع دارد (Nordberg, Mariussen & Virkkala, 2010: 157).

برخی از دانشمندان نوآوری را یک فرایند اجتماعی می‌دانند که با شبکه‌سازی و یادگیری اجتماعی کسب می‌شود. به بیان دیگر، نوآوری اجتماعی فراتر از بخش‌ها و سطوح تحلیل است و مشارکت و ائتلاف میان بخش‌های مختلف به عنوان یک جزء اصلی نوآوری اجتماعی می‌باشد. فیلس و همکارانش (۲۰۰۸) تاکید می‌کنند که شناخت نقش پویایی‌های بین‌بخشی^۳ ضروری است. آنها معتقدند تبادل ایده‌ها، ارزش‌ها و انتقال نقش‌ها در ارتباطات از طریق پیوند بخش‌های عمومی، خصوصی و خیریه و منابع آنها، مفهوم بسیار مهمی برای نوآوری اجتماعی محسوب می‌گردد و بسیاری از فعالیت‌های خلاقانه در مرزهای بین‌بخشی

¹. Not-For-Profit Organisations

². For-Profit Enterprises

³. Cross-Sector Dynamics

اتفاق می‌افتد. آنها برای ایجاد رویکردها و راه‌حل‌های جدید و بهبود یافته برای خلق ارزش اجتماعی و نوآوری اجتماعی، از ترکیب کردن سرمایه‌ی خصوصی با حمایت بشردوستانه و عمومی و جریانی آزاد از تبادل دانش و تسهیم منابع در اشتراکات بخشی طرفداری می‌نمایند. در واقع نوآوری اجتماعی به عنوان "فرایند دربرگیرنده‌ی تعاملات اجتماعی" (Edwards-Schachter, Matti & Alcántara, 2012: 678) و "فرایند کاربر محور مبادله و یادگیری" (lee, 2014: 61) درک می‌شود که مشابه با مفهوم "نوآوری باز" (Chesbrough, 2004: 23-26) است. در نتیجه، می‌توان گفت نوآوری‌های اجتماعی ناشی از تعاملات بین نقش‌آفرینان مختلف درون سیستم اجتماعی است و از طریق تعاملات و یادگیری جمعی^۳ توسعه می‌یابد (Neumeier, 2012: 48). یادگیری جمعی می‌تواند به عنوان ابزاری در جهت دسترسی به منابع و قابلیت‌های مورد نیاز برای بهره‌برداری از موقعیت اجتماعی محسوب گردد (Selsky & Parker, 2010: 21).

طبق نظر زیگلر^۴ (۲۰۱۰) نوآوری اجتماعی درباره "بهره‌برداری از ترکیبات جدید قابلیت‌هاست" که نشان از اهمیت پرورش روابطی دارد که ارزش اجتماعی می‌آفریند، همان ارزش اجتماعی که مزیت‌های آن به عموم مردم به عنوان یک کل تعلق دارد. پژوهشی دیگر (Parada Camargo, Francisco Anibal & Yordaly Yaneth, 2017: 563) بر روی روابط اجتماعی تاکید می‌کند، به گونه‌ای که نقش آفرینان در ساخت جمعی بخش‌ها^۵ مشارکت نمایند و زمینه‌ای را برای تولید نتایج بهتر فراهم آورند. براساس این دیدگاه، نوآوری به عنوان یک فرایند تغییر و مشارکت جدید در زمینه‌های مشخص به مشکلات و ضرورت‌های محیط اجتماعی-فرهنگی پاسخ می‌دهد (Kohler & Henry, 2019: 356).

لیون^۶ (۲۰۱۲) در پژوهشی درباره نیاز به روابط بین‌سازمانی در شرکت‌های اجتماعی، بر شناسایی شبکه‌ها و روابط موجود و فرصت ایجاد کار گروهی به عنوان یک عامل کلیدی

1. Social Interactions

2. User-Driven Processes of Exchange and Learning

3. Collective Learning

4. Ziegler

5. Collective construction of sectors

6. Lyon

برای نوآوری اجتماعی تاکید کرده است. در همین راستا، سازمان‌ها تمایل دارند که منابع جدیدی را شناسایی نمایند و برای اثرگذاری بیشتر به مهارت‌های پیچیده‌ای چون مهارت بسیج منابع بپردازند (Westley, Antadze, Riddell, Robinson & Geobey, 2014: 234).

علاوه بر این، استفاده از فناوری‌های ICT در اجرای نوآوری اجتماعی باید به عنوان یک مکانیسم کلیدی در نظر گرفته شود. مکانیسم بعدی، استفاده از واسطه‌گری^۱ در اجرای نوآوری‌های اجتماعی است. این مکانیسم قابلیت‌های نوآوران اجتماعی را تقویت می‌کند و از نوآوران اجتماعی در مقیاس کوچک حمایت می‌کند تا سطح مشارکت آنان در حل مشکلات اجتماعی در سطح بالاتر و همچنین تسریع، تکثیر و مقیاس نوآوری‌های بنیادی اجتماعی افزایش یابد (Mikhailovich Vasin, Gamidullaeva & Rostovskaya, 2017: 25).

بیگز^۲ و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهشی پیشنهاد می‌دهند که عواملی مانند حمایت مالی از فعالیت‌های نوآورانه، فرایندهای دوره‌ی اولیه رشد^۳ برای پرورش نوآوری‌های امیدبخش در مراحل اولیه، مشوق‌ها و پاداش‌های آشکار برای نوآوری‌های موفق از طرف رهبران نوآوری اجتماعی، ارتقای تعاملات بین‌سازمانی، بین‌بخشی یا بین‌رشته‌ای، توانمندسازی کاربران و ذی‌نفعان برای به پیش راندن نوآوری به طور مستقل، بازگشایی بازارها و فرایندهای حکمرانی به روی گروه‌های استفاده‌کننده و سازمان‌های خصوصی و تجاری، نوآوری اجتماعی را به میزان زیادی تسهیل می‌نماید.

همچنین، کمیسیون اروپا، پیشنهادهایی را برای پرورش و گسترش نوآوری‌های اجتماعی در جهت اصلاح و بهبود طرح اجتماعی اروپا^۴ ارائه نموده است. این تعهد باید از نوآوران در سه سطح حمایت نماید:

۱- حمایت از نوآوران و نوآوری‌های فردی: نخست باید از پروژه‌های فردی و نوآوران فردی حمایت گردد. شبکه‌های نوآوری اجتماعی قوی‌تر، نه فقط به نوآوران اجتماعی کمک خواهد کرد تا یکدیگر را بشناسند، بلکه آنها خواهند توانست به صورت متقابل و درون یک

1. Mediation

2. Biggs

3. Incubation processes

4. European Social Agenda

محیط حمایتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، از یکدیگر بیاموزند و یافته‌هایشان را با همتایانشان تسهیم کنند.

۲- ایجاد محیطی برای رشد و پیشرفت نوآوری اجتماعی: باید شرایط توانمندسازی برای پیشرفت و رونق نوآوری اجتماعی ایجاد شود که یکی از آنها تامین مالی مناسب با فرایند بوروکراتیک کم است. به علاوه، جوّ سیاسی باید حمایت کننده و پشتیبان باشد، نه فقط از طریق خط‌مشی‌ها و ماموریت‌های امیدبخش و مطلوب، بلکه افراد بانفوذ و نهادهای تاثیرگذار از پروژه‌های نوآورانه اجتماعی حمایت نمایند.

۳- نمایش و ارائه بهترین موردها از طریق انتشار مطالعه‌های موردی و داستان‌های موفقیت: پذیرش گسترده نوآوری اجتماعی بدون حمایت دولت، کسب‌وکار، سازمان‌های جامعه مدنی و شهروندان اتفاق نمی‌افتد. در واقع، نوآوری‌های اجتماعی باید قابلیت ظهور و بروز داشته باشند تا از طریق نشان دادن مثال‌های واقعی از پروژه‌های نوآوری اجتماعی در شکل‌ها و در میدان‌های مختلف، درک بهتری از نوآوری اجتماعی میان همه نقش‌آفرینان بدست آید (European Union, 2010: 28).

در میان پژوهش‌های داخلی مرتبط با پژوهش حاضر می‌توان به دو پژوهش اشاره کرد. سعدآبادی و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی "چرخه‌ی حیات نوآوری اجتماعی" پرداخته و پنج مرحله‌ی شناسایی مشکل، مدل کسب‌وکار، تغییر مقیاس عمودی، متداول‌سازی و متغیر همه‌جانبه‌ی مهارت‌های رهبری به عنوان مراحل پیشنهادی چرخه‌ی نوآوری اجتماعی معرفی شده‌اند. در این پژوهش، نوآوران اجتماعی افرادی هستند که دغدغه‌ی حل مشکلات اجتماعی را دارند. گاهی اوقات، علت این دغدغه آن است که آنها با مشکلات فردی مواجه بوده‌اند یا مدت نسبتاً طولانی را روی آن مشکل کار کرده‌اند. آنها به دنبال کسب ارزش برای خود یا سازمان خود نیستند، بلکه می‌خواهند اوضاع جهان را بهبود دهند. آنها متعهد و مصمم هستند و به علل اجتماعی اشتیاق زیادی نشان می‌دهند و انتظار نفع مالی چشمگیر را نادیده می‌گیرند. در پژوهش دیگری، روح‌اللهی و همکاران (۲۰۱۸) با ارائه‌ی "الگوی شکل‌گیری نوآوری اجتماعی در جهاد سازندگی"، این الگو را فرایندی توصیف نموده‌اند که با "ایجاد اضطرار محرک بر محوریت ولی" شروع شده و با "شکل‌گیری اولیه‌ی مبتنی بر نیت‌مندی جهادی و تربیت نوین اسلامی" ادامه یافته و بر بستر "ساختاری

جهادی" و در فرهنگی با "کنش جهادی" توسعه و قوام پیدا کرده و در نهایت، موجب "بسیج عمومی و احیای فرهنگ یاریگری" به منظور رفع نیازهای جامعه توسط آحاد مردم شده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر، توسعه‌ای - کاربردی است، زیرا این تحقیق با ارائه‌ی یک مدل جدید در زمینه خلق نوآوری اجتماعی و نتایج آن، تلاش دارد تا تبیین علمی روشنی از این موضوع ارائه دهد و همچنین فعالیت‌های اجرایی کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) و دستاوردهای این سازمان اجتماعی را در قالب نوآوری اجتماعی تبیین نماید. همچنین، با توجه به اینکه این پژوهش به دنبال درکی جدید از خلق نوآوری اجتماعی است، استراتژی آن، نظریه‌ی داده بنیاد انتخاب شد و از میان رویکردهای اصلی آن، از رویکرد گلیزری (Glaser & Strauss, 1967) استفاده گردید.

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، ۱۶ نفر از افراد باتجربه و صاحب‌نظر در زمینه طرح‌ها، نوآوری‌ها و فرایندهای کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) می‌باشند که در بخش‌های معاونت اشتغال و خودکفایی، معاونت توسعه مشارکت‌های مردمی و مرکز برنامه‌ریزی و پژوهش کمیته‌ی امداد فعالیت دارند. از مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، ۵ نفر مدیر عالی، ۶ نفر مدیر میانی، ۳ نفر مدیر عملیاتی و ۲ نفر کارشناس هستند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده گردید و مشارکت‌کنندگان در پژوهش به گونه‌ای انتخاب شدند که بتوانند بیشترین اطلاعات را درباره موضوع پژوهش ارائه دهند و سپس از مشارکت‌کنندگان در پژوهش خواسته می‌شد تا مشارکت‌کنندگان دیگری را برای مصاحبه پیشنهاد نمایند. همچنین، فرایند انجام مصاحبه براساس مدل وال (kvale, 1996) و طی مراحل تعیین موضوع، طراحی مصاحبه، موقعیت مصاحبه، یادداشت برداری، تحلیل، تأیید و گزارش‌دهی صورت گرفت.

در پژوهش حاضر، طبق نمونه‌گیری نظری (Glaser & Strauss, 1967: 65) گردآوری داده‌ها ادامه یافت و پس از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۶ نفر و تجزیه و تحلیل همزمان آن در نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی Atlas.ti 8 و اطمینان از اشباع نظری و کفایت مقوله‌ها و نظریه، نمونه‌گیری متوقف گردید.

یافته‌های پژوهش

کدگذاری باز: در این مرحله از پژوهش، به کدگذاری نکات و مفاهیم کلیدی به جای تحلیل جزء به جزء و خرد پرداخته شد تا تمرکز بیشتری روی مفهوم اصلی پژوهش صورت گیرد. همچنین در این مرحله، مقایسه مستمر داده‌ها به شکل مداوم در طول فرایند پژوهش صورت گرفت و به رفت و برگشتی بودن فرایند توجه گردید. علاوه بر این، به دلیل اهمیت یادداشت‌های نظری در رویکرد کلاسیک، در طی فرایند کدگذاری باز، نکات مهم و کلیدی در بخش یادداشت‌های نرم‌افزار Atlas.ti ثبت می‌شد تا پرورش مفاهیم و شکل‌گیری روابط آنها به خوبی صورت گرفته و در نهایت، نظریه‌ی اصلی از غنای نظری مطلوبی برخوردار باشد. شکل زیر کدگذاری یکی از مصاحبه‌ها را در نرم‌افزار Atlas.ti نشان می‌دهد.



شکل شماره ۱: نمونه کدگذاری یکی از مصاحبه‌ها در نرم‌افزار Atlas.ti 8

کدگذاری باز تا زمان پیدایش مقوله‌ی اصلی ادامه می‌یابد. معیارهای انتخاب مقوله‌ی اصلی عبارتند از: محوری بودن، ارتباط داشتن با سایر مقوله‌ها، اتفاق افتادن به صورت مکرر در داده‌ها و نیاز به زمان بیشتر برای اشباع شدن. در پژوهش حاضر، سه مقوله‌ی کلان تسهیل‌کننده‌های محیطی نوآوری اجتماعی، خلق نوآوری اجتماعی و توسعه‌ی اجتماعی، فرایند کلی پژوهش را تبیین می‌کنند و در این میان، مقوله‌ی اصلی مدل، خلق نوآوری اجتماعی است، زیرا این مقوله محور مدل بوده و دو مقوله‌ی دیگر نیز، در راستای تبیین خلق نوآوری اجتماعی شکل گرفته‌اند.

کدگذاری انتخابی: پس از مشخص شدن مقوله‌ی اصلی، کدگذاری انتخابی انجام می‌شود به گونه‌ای که مقوله‌ی اصلی، کدگذاری را هدایت می‌نماید و به عنوان راهنمایی برای گردآوری و تحلیل داده‌های بعدی به شمار می‌رود (Glaser, 1978: 61). کدگذاری انتخابی تا زمانی ادامه می‌یابد که مقوله‌های فرعی، مقوله‌ی اصلی و مقوله‌های مرتبط به اشباع برسند. جدول ۱ مقوله‌های فرعی اشباع شده تشکیل‌دهنده مقوله‌های کلان را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱: مفاهیم و مقوله‌های فرعی استخراج شده از تجزیه و تحلیل داده‌ها

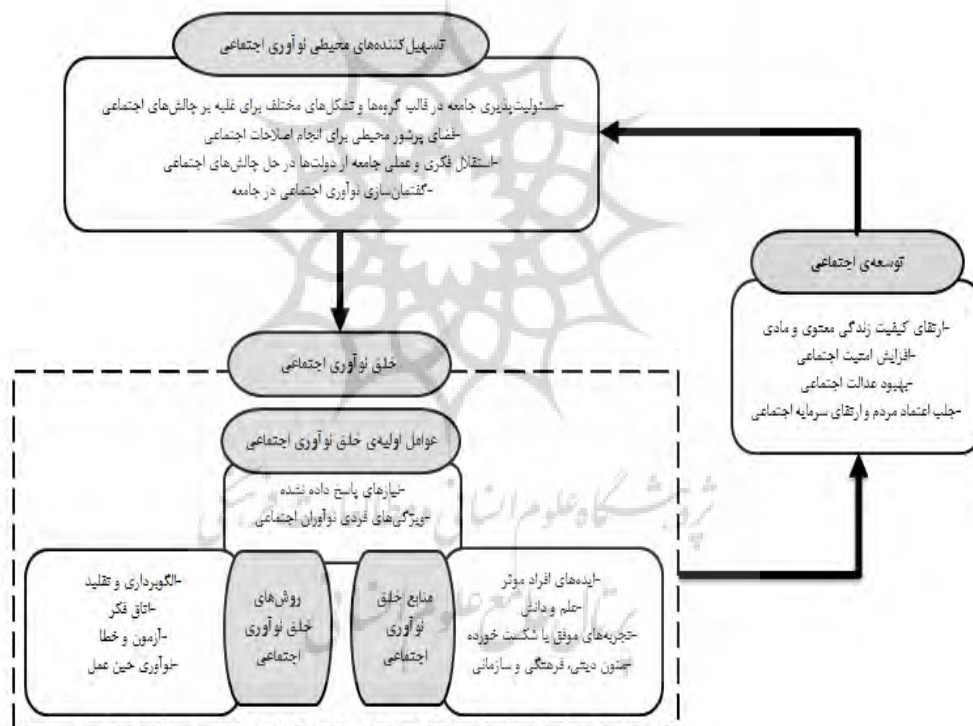
مقوله‌ی فرعی	مفهوم
مسئولیت‌پذیری جامعه در قالب گروه‌ها و تشکلهای مختلف برای غلبه بر چالش‌های اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ایجاد احساس تعلق، انسجام، مودت و دوستی بین افراد جامعه در نوآوری‌های اجتماعی ❖ ایجاد هم‌افزایی و سینرژی، نتیجه نوآوری اجتماعی ❖ احساس مسئولیت مردم، جبران‌کننده کاستی‌های نقش دولت در مسائل اجتماعی
فضای پرشور محیطی برای انجام اصلاحات اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> ❖ حمایت و پشتیبانی رهبران سیاسی، فرهنگی و اجتماعی جامعه از نوآوری اجتماعی ❖ انتظار مردم برای حل چالش‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ❖ اهداف متعالی جامعه و دولت برای حل چالش‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی
استقلال فکری و عملی جامعه از دولت‌ها در حل چالش‌های اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> ❖ حرکت سازمان‌های اجتماعی جهت جبران کاستی‌های دولت ❖ استفاده از ظرفیت جامعه با توان‌های مختلف مردم
گفتمان‌سازی نوآوری اجتماعی در جامعه	<ul style="list-style-type: none"> ❖ مستندسازی داستان‌های موفقیت نوآوران اجتماعی ❖ گفتمان‌سازی نوآوری اجتماعی در بین سازمان‌های اجتماعی، صاحب‌نظران و دانشمندان ❖ جاری شدن خلاقیت و نوآوری در میان مردم

مفهوم	مقوله‌ی فرعی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ توانمندسازی در همه ابعاد اعم از اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ❖ کمک به ارتقای سلامت جسمی و روحی کلیه اقشار جامعه ❖ یادگیری اجتماعی 	ارتقای کیفیت زندگی معنوی و مادی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ توجه به گروه‌های در حاشیه ❖ پیشگیری از بروز آسیب‌های اجتماعی 	ارتقای امنیت اجتماعی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ پرورش کارآفرینان موفق در بین اقشار آسیب پذیر (محرومان) جامعه ❖ افزایش نرخ اشتغال اقشار آسیب پذیر جامعه ❖ توزیع ثروت به شکل شرافتمندانه در جامعه 	بهبود عدالت اجتماعی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ نقش موثر سازمان اجتماعی دولتی یا نیمه‌دولتی در ایجاد تعلق عاطفی به حاکمیت ❖ افزایش روحیه‌ی همکاری ❖ تولید ارزش اجتماعی، نتیجه نوآوری اجتماعی ❖ افزایش مشارکت مردم با نوآوری اجتماعی 	جلب اعتماد مردم و ارتقای سرمایه اجتماعی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ نقطه شروع نوآوری، وجود نیاز و سپس درک و احساس نیاز ❖ وجود کارکردهای مغفول مانده (عدم انجام توسط دولت) در بستر جامعه ❖ محدودیت‌ها و محرومیت‌ها در جامعه 	نیازهای پاسخ داده نشده
<ul style="list-style-type: none"> ❖ داشتن هدف در زندگی و امید به آینده روشن ❖ تجربه تحمل سختی، محدودیت و محرومیت اجتماعی ❖ ایمان و اعتقادات قلبی نوآوران اجتماعی ❖ توانمندی ذاتی یا اکتسابی در خلاقیت و نوآوری ❖ روحیه‌ی تحول‌گرایی، اصلاح طلبی و اصلاح‌گری ❖ تعهد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی 	ویژگی‌های فردی نوآوران اجتماعی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ ایده‌های افراد تاثیرگذار در جامعه مانند رهبران ❖ علم و دانش ❖ تجربه‌های موفق یا شکست خورده ❖ متون دینی، فرهنگی و سازمانی 	منابع خلق نوآوری اجتماعی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ الگوبرداری و تقلید از نوآوری‌های اجتماعی ❖ ایجاد اتاق فکر برای خلق نوآوری اجتماعی ❖ آزمون و خطا ❖ نوآوری حین عمل 	روش‌های خلق نوآوری اجتماعی

کدگذاری نظری: هنگامی که یادداشت‌ها و کدها انباشته شدند، درک روابط آنها آغاز می‌شود. این فرایند که کدگذاری نظری نامیده می‌شود، روابط کدهای باز را به وسیله تولید فرضیه‌هایی، مفهوم‌سازی می‌کند تا این کدها به صورت یک نظریه‌ی یکپارچه ارائه شوند.

یکپارچه شدن مفاهیم، فعالیتی منعطف است که تصاویر کلی و چشم اندازهایی نو را ارائه می‌دهد. مدل نهایی پژوهش در شکل ۲، حاصل ارتباط بین مقوله‌های فرعی و شکل‌گیری مقوله‌های کلان و اصلی است.

همچنین اعتبار مدل پژوهش با استفاده از پرسشنامه خبرگی توسط ده نفر از افراد با تجربه و متخصص در زمینه‌های اجتماعی با مدرک دکتری در رشته مدیریت یا جامعه‌شناسی، مورد ارزیابی و تأیید قرار گرفت، به گونه‌ای که استنباط‌های پژوهشگران در قالب مدل و روابط بین مقوله‌های مختلف صحت‌گذاری گردید.



شکل شماره ۲: مدل خلق نوآوری اجتماعی و پیشایندها و پسایندهای آن در کمیته امداد امام خمینی (ره)

تفسیر مدل پژوهش

مقوله‌ی اصلی در مدل پژوهش، خلق نوآوری اجتماعی است که با دو عامل نیازهای پاسخ داده نشده و حضور نوآوران اجتماعی با ویژگی‌های خاص، قابلیت ظهور می‌یابد. خلق نوآوری اجتماعی توسط سازمان‌های اجتماعی مانند کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) در جامعه می‌تواند به ارتقای کیفیت زندگی، افزایش امنیت اجتماعی، ارتقای عدالت اجتماعی و جلب اعتماد مردم و افزایش سرمایه اجتماعی کمک نماید و در نهایت به ارتقای توسعه‌ی اجتماعی منجر شود. از یک سو، توسعه‌ی اجتماعی، تسهیل‌کننده‌های محیطی نوآوری اجتماعی مانند مسئولیت‌پذیری جامعه، فضای پرشور محیطی برای انجام اصلاحات اجتماعی، گفتمان‌سازی نوآوری اجتماعی و استقلال فکری و عملی جامعه از دولت‌ها در حل چالش‌های اجتماعی را تقویت می‌نماید و از سوی دیگر، تسهیل‌کننده‌های محیطی نوآوری اجتماعی زمینه‌های بروز نوآوری اجتماعی در جامعه و سازمان‌های اجتماعی را فراهم می‌نماید. چون نیازهای انسان هیچگاه تمام نمی‌شود و در مسیر تکامل نیازها، دائما نیازهای جدید و چالش‌های جدیدی بوجود می‌آید و بالتبع، توسعه‌ی اجتماعی نیز در حال ارتقا است و هیچ‌گاه به نقطه غایی نمی‌رسد، چرخه خلق نوآوری اجتماعی یک فرایند پویاست و همیشه در جریان است. حال به بررسی مقوله‌های تسهیل‌کننده‌های محیطی نوآوری اجتماعی، خلق نوآوری اجتماعی و توسعه‌ی اجتماعی که مقوله‌های کلان پژوهش می‌باشند، می‌پردازیم.

تسهیل‌کننده‌های محیطی نوآوری اجتماعی

محیط پیرامونی سازمان نوآور اجتماعی می‌تواند رشد و توسعه نوآوری اجتماعی را تسهیل نماید. در جامعه‌ی تسهیل‌کننده‌ی نوآوری، افراد نسبت به یکدیگر احساس مسئولیت می‌کنند و در قالب گروه‌ها و تشکل‌های مختلف برای حل چالش‌های اجتماعی با یکدیگر همکاری دارند و با ایجاد هم‌افزایی و سینرژی، گام‌های موثری را به سوی اهداف مشترک اجتماعی برمی‌دارند. از شبکه‌های اجتماعی محلی نیکوکارانه می‌توان به عنوان تبلور مسئولیت‌پذیری جامعه در قالب گروه‌های اجتماعی نام برد.

استقلال فکری و عملی جامعه از دولت‌ها و حاکمیت در حل چالش‌های اجتماعی، از دیگر ویژگی‌های جامعه با زمینه مساعد برای نوآوری اجتماعی است. در چنین جامعه‌ای،

مردم برای حل مشکلات اجتماعی منتظر دولت‌ها نمی‌مانند و خود ابتکار عمل را برای حل چالش‌ها و نوآوری‌های اجتماعی به دست می‌گیرند. شبکه‌های اجتماعی نمونه‌ای از نتایج بکارگیری ظرفیت‌های اجتماعی برای حل چالش‌های اجتماعی است.

گفتمان‌سازی نوآوری اجتماعی از دیگر تسهیل‌کننده‌های محیطی نوآوری اجتماعی است. جامعه از خلاقیت و نوآوری استقبال نموده و در بین مردم جاری و ساری است و با آموزش‌های عملی در دوران کودکی، نسل آینده را با نوآوری و به ویژه نوآوری اجتماعی آشنا کرده و این مفهوم را به تدریج در جامعه درونی‌سازی می‌نمایند.

فضای پرشور جامعه که به دنبال اصلاحات اجتماعی است، محیط را برای نوآوری‌های بنیادی اجتماعی مساعدتر می‌نماید. نمونه‌ی آن، تحولات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ناشی از انقلاب اسلامی ایران بود که با توجه به اهداف عالی انقلاب اسلامی در رسیدگی به مستضعفین و کوخ‌نشین‌ها و انتظار جامعه برای حل چالش‌های اجتماعی، سازمان‌های اجتماعی مانند کمیته‌ی امداد پا به عرصه اجتماع گذاردند. همچنین، جشن‌های مختلفی که کمیته‌ی امداد در ایام سال مانند ماه مبارک رمضان، ابتدای سال تحصیلی و انتهای سال در قالب جشن رمضان، جشن عاطفه‌ها و جشن نیکوکاری برگزار می‌نماید را می‌توان در همین راستا به شمار آورد که توانسته است به فضای پرشور جامعه کمک نماید. حمایت و پشتیبانی رهبران سیاسی، فرهنگی و اجتماعی جامعه از اصلاحات اجتماعی، نقش بسزایی در ایجاد فضای مناسب برای خلق و توسعه نوآوری‌های اجتماعی موثر ایفا می‌نماید. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این باره می‌گوید: "اساس کار امداد، محرومیت‌زدایی است و یکی از شاخص‌های آن توانمندسازی اقتصادی است و حضرت امام عبارتشان این بود که کار امداد، مدد به کار است، مدد به حیات است، به خاطر همین هم، از اولی که امداد تاسیس شد، حوزه‌ی خودکفایی هم تاسیس شد."

خلق نوآوری اجتماعی

خلق نوآوری اجتماعی می‌تواند به علل فراوانی وابسته باشد، اما مهمترین و اساسی‌ترین علت ایجاد نوآوری اجتماعی نیاز است، نیازی که توسط جامعه درک شده و تا به حال پاسخ مطلوبی به آن داده نشده است. توضیح آنکه، جوامع همیشه با محدودیت‌ها و محرومیت‌ها و نیازهای مختلف روبرو هستند، اما همه نیازها و مسائل برانگیزاننده نیستند، تنها نیازهایی

برجسته می‌شوند که جامعه احساس نماید که نیازمند آن است و نبود آن یک خلاء اساسی در زندگی اجتماعی ایجاد می‌نماید. در واقع، درک و احساس نیاز، عامل پاسخ به نیاز است و نه صرفاً خود نیاز. در کنار نیازهای پاسخ داده نشده، نوآوران اجتماعی نقش علت تامه را در خلق نوآوری اجتماعی بر عهده دارند و با پاسخ به نیاز، عامل شکل‌گیری نوآوری اجتماعی هستند. همه افراد جامعه برای پاسخ به نیازها برانگیخته نمی‌شوند، بلکه تنها برخی از افراد جامعه که از ویژگی‌های خاصی برخوردار هستند، به دنبال نیازهای پاسخ داده نشده و خلق نوآوری اجتماعی می‌روند. نوآور اجتماعی در درجه اول، یک مسئله‌یاب ماهر است و با شناخت و تعریف درست مسئله، ایده‌های ناب را ارائه می‌دهد که منطبق با نیاز مخاطب نوآوری است. همچنین، نوآوران اجتماعی عموماً سختی، محدودیت و محرومیت‌های اجتماعی را تجربه کرده‌اند و از موهبت‌های اجتماعی بهره‌ی کمی برده‌اند، بنابراین از انگیزه فراوانی برای مبارزه با چالش‌های اجتماعی و خلق نوآوری اجتماعی برخوردار هستند. نوآوران اجتماعی با ایمان و اعتقاد قلبی و روحیه‌ی کمک‌رسانی و خدمت به مردم، از تعهد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی بالایی برخوردار بوده و تا به ثمر رساندن نوآوری، دست از تلاش و مجاهدت برنمی‌دارند. آنها هدف‌مدارند و به آینده‌ی روشن امید دارند، روحیه‌ی انقلابی و اصلاح‌گری داشته و به دنبال ساختن جامعه‌ای با اهداف متعالی اجتماعی هستند. از مهمترین منابع خلق نوآوری اجتماعی، تجربه است. تجربیات موفق یا ناکامی که افراد در گذشته آن را آزموده‌اند و در آینده، از آن برای خلق نوآوری اجتماعی بهره می‌برند. نمونه آن، تجربیات اولین سرپرست فقید کمیته‌ی امداد^۱ در قبل از انقلاب است که با دستور امام خمینی (ره) به کمک و دستگیری از خانواده‌های مبارزان در بند رژیم شاه پرداخته و تشکیلات کوچکی در این زمینه ایجاد کرده بودند و همین تجربیات قبل از انقلاب، الهام‌بخش فعالیت‌های نوآورانه‌ی کمیته‌ی امداد در بعد از انقلاب شد.

منابع دینی، فرهنگی و سازمانی از دیگر منابع خلق نوآوری اجتماعی محسوب می‌گردند. سنت‌های پویا مانند گلریزان و یا اسناد بالادستی سازمان مانند چشم‌انداز، خود می‌تواند در ایجاد نوآوری‌های اجتماعی جدید موثر باشند. به طور مثال، در اسناد بالادستی کمیته‌ی امداد به عنوان "امداد محله" اشاره شده است که بعدها تبدیل به ایده‌ی مراکز

^۱. مرحوم حبیب الله عسگراولادی

نیکوکاری در کمیته‌ی امداد گردید. یکی از مصاحبه‌شوندگان درباره ریشه قرآنی طرح اکرام ایتم که خیرین می‌توانند بدون واسطه به یتیم کمک کنند، می‌گوید: "در قرآن و دین ما به یتیم خیلی سفارش شده و از آن طرف، خیر دنبالش هست و (با بی‌واسطه بودن) می‌توان اعتماد مردم را به دست آورد و از آن طرف، نیازمند داریم و ما ارتباط این دو را برقرار کردیم..."

علاوه بر این، ایده‌های افراد تاثیرگذار و کاریزماتیک در سطح جامعه مانند رهبران اجتماعی و یا در سطح سازمان می‌تواند از منابع خلق نوآوری اجتماعی برای پیروان باشد. تاثیرگذاری سخن امام خمینی(ره) در دیدار سرپرست وقت کمیته‌ی امداد، در هنگام ارائه‌ی کار یکی از مددجویان به ایشان که فرمودند: "کار امداد، مدد به حیات است، مدد به کار است، مدد به زندگی شرافتمندانه است." و سپس اقدام کمیته‌ی امداد در گسترش اشتغال و خودکفایی مددجویان و توسعه‌ی آن به شکل امروزی را می‌توان از نمونه‌های موفق چنین منبعی دانست.

از ساده‌ترین روش‌های خلق نوآوری اجتماعی، الگوبرداری و تقلید از نوآوری‌های اجتماعی دیگران است. نوآور اجتماعی به طور عینی نوآوری اجتماعی را بررسی کرده و دقیقاً همان نوآوری را پیاده‌سازی می‌کند و یا با تطبیق شرایط محیطی و اصلاح و تغییر در نوآوری اجتماعی، نوآوری جدیدی بوجود می‌آورد. به طور نمونه، در نظام ملی خیر و احسان که از برنامه‌های در دست اجرای کمیته‌ی امداد است، از تجربیات کشورهای دیگر مانند ترکیه، مکزیک و .. استفاده شده است.

نوآوری در حین عمل یا نوآوری عملی روش دیگر خلق نوآوری اجتماعی است، به گونه‌ای که نوآور با مشاهده‌ی ملموس مسائل و مشکلات و درگیر شدن با آنها، با حس شهودی به پیش رفته و به تدریج و حین عمل، نوآوری پدیدار می‌شود. شاید بسیاری از افراد خلق چنین ایده‌هایی را تجربه کرده و باز شدن گره‌های متعدد مسئله در حین حل مشکل و با ایده‌های خلاقانه را لمس کرده‌اند. طرح پزشک خانواده برای خانواده‌های محروم و بی‌بضاعت در کمیته‌ی امداد، نتیجه درگیری مددکاران کمیته‌ی امداد با چالش‌های این خانواده‌ها و همچنین الگوبرداری از کشورهای دیگر بوده است.

توسعه‌ی اجتماعی

پیامد اصلی توسعه‌ی نوآوری اجتماعی، توسعه‌ی اجتماعی است و پیامدهای فرعی آن، ارتقای کیفیت زندگی معنوی و مادی، افزایش امنیت اجتماعی، بهبود عدالت اجتماعی و ارتقای سرمایه اجتماعی است که همان مولفه‌های توسعه‌ی اجتماعی می‌باشند.

با رشد نوآوری اجتماعی در جامعه، شاهد توانمندسازی مردم در همه ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خواهیم بود و توانایی، دانایی، مهارت و بینش جامعه با نوآوری‌های اجتماعی ارتقا یافته و به توسعه فردی، گروهی، سازمانی و در نهایت توسعه اجتماع کمک خواهد کرد. به طور نمونه، شبکه‌های اجتماعی نیکوکارانه، دانایی و بینش جامعه را تحت تاثیر قرار داده و انزوا و گوشه‌گیری را کاهش می‌دهد و می‌تواند آگاهی‌دهنده و مروج خیر و احسان باشد و یا طرح همسفره (رفع سوء تغذیه کودکان زیر ۶ سال) که می‌تواند به سلامت جسمی نسل آینده کمک کند.

یکی دیگر از پیامدهای توسعه نوآوری اجتماعی، افزایش امنیت اجتماعی است. نوآوری‌های اجتماعی می‌تواند از بروز آسیب‌های مختلف اجتماعی جلوگیری کرده و علاوه بر کاهش هزینه‌های فردی و اجتماعی آسیب‌های اجتماعی، امنیت اجتماعی را افزایش دهد. کمک به خودکفایی فکری اقشار آسیب پذیر و توانمندسازی آنان برای حل مسائل یکی از عوامل جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی است. در نوآوری‌های اجتماعی به گروه‌های در حاشیه که مستعد پذیرش آسیب‌های اجتماعی هستند، توجه شده و با رفع بسیاری از مسائل و مشکلات آنان، امنیت عینی و ذهنی جامعه بهبود می‌یابد. از دستاوردهای کمیته‌ی امداد در این زمینه می‌توان به تبدیل شدن مددجویان کمیته‌ی امداد به افراد برجسته و تاثیرگذار حتی در سطوح سیاسی مانند نماینده‌ی مجلس شورای اسلامی اشاره نمود.

یکی از مهمترین پیامدهای توسعه نوآوری اجتماعی، بهبود عدالت اجتماعی است. نوآوری اجتماعی می‌تواند جریان اقتصادی را در لایه‌های پایین جامعه به گردش درآورده و فقر مطلق را از میان بردارد. حق طبقات پایین جامعه در بهره‌مندی از منابع و ثروت‌های کشور، لزوماً به شکل مستمری و یارانه نیست، بلکه این منابع مالی می‌تواند در خدمت بهره‌مندی از فرصت‌های نوآورانه اجتماعی قرار گرفته و علاوه بر حل چالش‌های اجتماعی، زمینه تولید ثروت اقتصادی و اجتماعی را فراهم آورد و به تدریج به توسعه منطقه‌ای و

روستایی منجر شده و به توزیع شرافتمندانه ثروت در جامعه کمک نماید. رشد نوآوری اجتماعی می‌تواند نرخ اشتغال به ویژه در میان اقشار آسیب‌پذیر جامعه را افزایش دهد. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این زمینه می‌گوید: "اشتغال امداد تقریباً یکی از پویاترین و موفق‌ترین اشتغال‌های کشور است و دلیلش هم این است که یک خط مشخص را دنبال می‌کند. از بدو ورود افراد، استعدادسنجی شروع می‌شود، سپس فرد تحت آموزش‌های مهارتی قرار می‌گیرد. بعد از آن، یا تسهیلات می‌گیرد و شغلی را راه‌اندازی می‌کند یا از طریق کارایی به شرکت‌های موفق معرفی می‌شود..." سازمان‌های اجتماعی با رویکرد جهاد اقتصادی می‌توانند به توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی طبقات پایین جامعه پرداخته و نوآوری‌های اجتماعی موثری را خلق نمایند. اصلاح نگاه جامعه به اقشار آسیب‌پذیر، ورود به الگوهای نوین کسب‌وکار در اشتغال‌زایی و ارتباط با بازارهای مطرح ملی می‌تواند کارآفرینان و نوآوران موفق را در بین اقشار فرودست جامعه خلق نماید و جامعه را به سمت عدالت اجتماعی پیش ببرد.

یکی دیگر از نتایج رشد نوآوری اجتماعی، ارتقای سرمایه اجتماعی است. با رشد و توسعه نوآوری اجتماعی در جامعه، مشارکت مردم در رفع چالش‌های اجتماعی بیشتر شده و روحیه‌ی همکاری و تعاون مردم با هم‌افزایی گروه‌ها و تشکل‌های اجتماعی افزایش می‌یابد. در نتیجه‌ی نوآوری‌های اجتماعی، ارزش‌های جدید اجتماعی خلق شده و قدرت اجتماعی جامعه توسعه می‌یابد. سازمان‌های اجتماعی دولتی و نیمه‌دولتی با عملکرد مردمی خود در خدمت‌رسانی به جامعه، در نزدیک شدن مردم به دولت و حاکمیت نقش موثری ایفا می‌نمایند. یکی از نمونه‌های موفق سازمان‌های اجتماعی، کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) است که با فعالیت‌های نوآورانه اجتماعی به محرومین جامعه رسیدگی نموده و با جبران نقش دولت در این زمینه، نقش بال عاطفی نظام جمهوری اسلامی ایران را بر عهده دارد. با توجه به پررنگ بودن ولایت‌مداری کمیته‌ی امداد و عدم استفاده از کمک‌های مردمی در تامین حقوق کارکنان، اعتماد مردم به کمیته‌ی امداد بیشتر جلب شده و می‌تواند کمک‌های مردمی به این سازمان را افزایش دهد.

پیامدهای توسعه نوآوری اجتماعی که در ارتقای امنیت اجتماعی، سرمایه‌ی اجتماعی، کیفیت زندگی و عدالت اجتماعی تبلور می‌یابد، در نهایت جامعه را به سمت

توسعه‌ی اجتماعی پیش می‌برند و در آینده، زمینه توسعه‌یافتگی اجتماعی جامعه را فراهم می‌آورند.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعات و مدل‌های تحلیلی، مفهوم نوآوری اجتماعی را به عنوان یک مفهوم جدید در جامعه که از بازیگران اجتماعی مختلف مانند بخش خصوصی، عمومی و بخش سوم تشکیل شده است، مطرح می‌نماید. با پیوستن این بازیگران اجتماعی به یکدیگر و ایجاد عمل جمعی^۱ و انسجام اجتماعی^۲، راه‌حلهایی برای مسائل اجتماعی بوجود خواهد آمد، راه‌حلهایی که روابط اجتماعی و توانمندی افراد را تغییر می‌دهد و محیط (شرکت، منطقه، شهر، روستا) را به یک مکان پایدار تبدیل می‌نماید که افراد می‌توانند کیفیت زندگی بهتری در آن کسب نمایند. این نوآوری‌های اجتماعی باید در محیط‌های دیگر نیز تکرار گردد تا به تدریج یک ارزش اجتماعی^۳ شکل بگیرد (Murray, Caulier-Grice & Mulgan, 2010). سازمان اجتماعی یکی از مهمترین بازیگران اجتماعی برای خلق نوآوری اجتماعی است که می‌تواند نقش تاثیرگذاری در حل چالش‌های اجتماعی ایفا نماید. در پژوهش حاضر به خلق نوآوری اجتماعی و پیشایندها و پسایندهای آن در کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) به عنوان یک سازمان نوآور اجتماعی پرداخته شد و با تکیه بر نظریه‌ی داده بنیاد کلاسیک، سه مقوله‌ی کلان مدل پژوهش که عبارتند از خلق نوآوری اجتماعی، تسهیل‌کننده‌های محیطی نوآوری اجتماعی و توسعه‌ی اجتماعی شناسایی گردید.

با توجه به مدل پژوهش، سازمان‌های اجتماعی مانند کمیته‌ی امداد می‌توانند با برنامه‌های آموزشی، فرهنگی و اجتماعی احساس مسئولیت‌پذیری مردم به یکدیگر را افزایش دهند. هر چند این موضوع در یک فرایند تدریجی و عمیق قابل افزایش است، اما تبلیغات فرهنگی و القای مسئولیت‌پذیر بودن به جامعه و اینکه مردم مسئولیت‌پذیر هستند، در این فرایند تاثیرگذار است. دیدار مسئولان، مدیران و کارکنان کمیته‌ی امداد با رهبری و رئیس جمهور، حضور در مرقد امام راحل در روز تاسیس کمیته‌ی امداد، ارتباطات گسترده

1. Collective Action

2. Social Cohesion

3. Social Value

با وزارتخانه‌ها یا سازمان‌های خصوصی و ارائه‌ی نتایج آن در قالب کلیپ‌های کوتاه می‌تواند در حس حضور همیشگی کمیته‌ی امداد در صحنه کشور برای از بین بردن چالش فقر تاثیرگذار باشد و مردم باور نمایند که کمیته‌ی امداد عزم جدی برای اصلاحات اجتماعی داشته و در نهایت، اعتمادشان به این سازمان دوچندان گردد. اصلی‌ترین وظیفه سازمان‌های اجتماعی مانند کمیته‌ی امداد توانمندسازی همه جانبه است که نوآوری اجتماعی در این زمینه نیز می‌تواند کارگشا بوده و به یادگیری اجتماعی افراد جامعه کمک نماید. به طور نمونه، کمیته‌ی امداد می‌تواند با توسعه شبکه‌های محلی نیکوکاری که در بستر اجتماعی و نظام ملی خیر و احسان به دنبال توانمندسازی مددجویان است، کیفیت زندگی کل جامعه را بهبود دهد. سازمان‌های اجتماعی مانند کمیته‌ی امداد می‌توانند از نوآوری اجتماعی درون‌سازمانی و برون‌سازمانی در ارتقای وضعیت گروه‌های در حاشیه و پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی بهره گرفته و زمینه بهبود امنیت اجتماعی را فراهم آورند. سازمان‌های اجتماعی مانند کمیته‌ی امداد می‌توانند زمینه کارآفرینی بخصوص کارآفرینی اجتماعی را در بین اقشار آسیب‌پذیر جامعه فراهم آورند و با همکاری خیرین کارآفرین، اشتغال را در لایه‌های پایین جامعه گسترش داده و جامعه را به سمت رهایی از فقر مطلق سوق دهند. با توجه به اینکه امور خیریه در کشور گردش مالی بالایی دارد، این منابع عظیم مالی می‌تواند به اشتغال‌زایی اختصاص یابد تا اینکه به صورت نقدی پرداخت گردد و به توسعه منطقه‌ای و روستایی کمک نماید که مطمئناً در درازمدت به ریشه‌کنی فقر مطلق کمک کرده و عدالت اجتماعی را در جامعه بهبود خواهد داد. کمیته‌ی امداد آنچنان که در گذشته نشان داده است، قابلیت ایجاد موج‌های اجتماعی را دارد، بنابراین می‌تواند از این توان و ظرفیت بالای خود در جهت جلب توجه جامعه به سمت نوآوری‌های اجتماعی و مفاهیم مشابه آن مانند کارآفرینی اجتماعی، بازاریابی اجتماعی و... استفاده کرده و با حمایت از نوآوری‌های اجتماعی درونی و بیرونی که فقر را به چالش می‌کشند، ارزش‌های اجتماعی جدیدی را به جامعه معرفی نموده و سرمایه اجتماعی سازمان و جامعه را ارتقا بخشد.

در مقایسه با پژوهش‌های گذشته، در بخش تسهیل‌کننده‌های محیطی نوآوری اجتماعی، می‌توان به مواردی چون حمایت و پشتیبانی جو سیاسی و افراد بانفوذ و نهادهای تاثیرگذار و همچنین نمایش و ارائه‌ی بهترین موردها از طریق انتشار مطالعه‌های موردی و

داستان‌های موفقیت (European Union, 2010) اشاره نمود. پژوهش روح‌اللهی و همکاران (۲۰۱۸) نیز با عنوان "ایجاد اضطراب محرک با محوریت ولی" به شرایط مطلوب محیط شکل‌گیری نوآوری اجتماعی پرداخته است. در بخش خلق نوآوری اجتماعی، نیازهای پاسخ داده نشده در بسیاری از پژوهش‌های گذشته (Mulgan, 2006; Martens, Wolff & OECD, 2011; Hanisch, 2020; Baglioni & Sinclair, 2014) به عنوان یکی از مهمترین عوامل اولیه خلق نوآوری اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. در پژوهش سعدآبادی و همکاران (۲۰۱۶) نوآوران اجتماعی با عناوینی چون "داشتن دغدغه حل مشکلات اجتماعی"، "متعهد و مصمم" و "باور ناخودآگاهانه به جهان برتر" توصیف شده‌اند. در بخش پیامدهای خلق نوآوری اجتماعی، مفهوم یادگیری اجتماعی و جمعی در پژوهش‌های گذشته (Neumeier, 2012; Lee, 2014; Selsky & Parker, 2010) مورد اشاره قرار گرفته است، به گونه‌ای که یادگیری اجتماعی و نوآوری می‌توانند قرین یکدیگر باشند. همچنین به نتایجی چون بهبود رفاه اجتماعی (OECD, 2011)، ارتقای کیفیت زندگی و کاهش آسیب‌پذیری جوامع (Ortiz, 2016)، ارزش اجتماعی (Ziegler, 2010; Phills, 2010) افزایش سطح مشارکت جامعه (Kohler & Henry, 2019; Deiglmeier & Miller, 2008) پرداخته شده است. (Parada Camargo, Francisco Anibal & Yordaly Yaneth, 2017)

همچنین به پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد به بررسی مدل و آزمون آن در دیگر سازمان‌های اجتماعی مشابه و یا دیگر انواع سازمان‌های اجتماعی مانند سازمان غیردولتی اجتماعی، سازمان غیرانتفاعی اجتماعی، شرکت اجتماعی، کسب‌وکار اجتماعی و ... پرداخته تا مدل مذکور در یک فرایند تدریجی علمی به بلوغ نسبی دست یابد. با توجه به قضایای بدست آمده از مدل داده بنیاد پژوهش کیفی حاضر، می‌توان فرضیه‌هایی را تدوین کرده و پژوهش‌هایی کمی با هدف آزمون این فرضیه‌ها انجام داد.

منابع فارسی

- جندقی، غلامرضا، زارعی متین، حسن، طهماسبی، رضا و افروزنیا، علی (۱۳۹۸). طراحی الگوی موفقیت نوآوری اجتماعی در کمیته‌ی امداد امام خمینی (ره) با رویکرد نظریه‌ی داده بنیاد. *پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*. ۹(۴)، ۶۹-۹۰
- چیت‌سازیان، علیرضا و صادقی‌کیا، محمدعلی (۱۳۹۸). مشارکت مردمی در نوآوری اجتماعی، *فصلنامه مدیریت نوآوری*، ۸(۱)، ۱-۲۰

روح‌اللهی، مهدی، طباطبائیان، حبیب‌الله، منطقی، منوچهر و بامداد صوفی، جهانیار (۱۳۹۷). الگوی شکل‌گیری نوآوری اجتماعی در جهاد سازندگی، فصلنامه مدیریت اسلامی، (۲) ۲۶، ۹۱-۱۳۱

سعدآبادی، علی‌اصغر، پورعزت، علی‌اصغر، قانع‌راد، محمدامین، مختارزاده گروسی، نیما و الباسی، مهدی (۱۳۹۵). چرخه‌ی حیات نوآوری‌های اجتماعی، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، (۲) ۴، ۶۹-۹۵

سعدآبادی، علی‌اصغر و رحیمی راد، زهره (۱۳۹۸). فهم تاثیر اقدام پژوهی مشارکتی بر توانمندسازی حاشیه‌نشینان شهر تهران با رویکرد نوآوری اجتماعی (محلله‌های فرحزاد و خاورشهر). پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، (۲۰) ۶، ۴۳-۸۱

سعدآبادی، علی‌اصغر، آرامی پور، ندا و فرتاش، کیارش. (۱۳۹۹). اقدام پژوهی برای ایجاد نوآوری اجتماعی در اشتغال افراد توانیاب: با استفاده از تفکر سیستمی (مورد مطالعه: مرکز نوآوری اجتماعی سلام). توسعه‌ی اجتماعی، (۲) ۱۵، ۳۳-۶۰

کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۵). طراحی الگوی راهبردی نوآوری اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری، فصلنامه توسعه کارآفرینی، (۴) ۶۷۱-۹، ۶۹۱

کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۷). شناسایی ابعاد و مولفه‌های نوآوری اجتماعی در ایران، مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، (۱) ۱۰۱-۲۴

کشتکار هرانکی، مهران و پورمظاهری، صدیقه (۱۳۹۷). بررسی و شناخت تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر نوآوری اجتماعی، فصلنامه مدیریت راهبردی دانش سازمانی، (۳) ۱۱۷-۱۴۵

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

مبیینی دهکردی، علی و کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۳). بررسی تأثیر الگو سه شاخگی بر نوآوری اجتماعی: مطالعه موردی یک شرکت وابسته به صنایع خودروسازی. فصلنامه مدیریت نوآوری، (۴) ۳، ۵۷-۷۵

مبیینی دهکردی، علی و کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۴). نوآوری اجتماعی: کنکاشی بر مفهوم سازی مبتنی بر تحلیل محتوای تعاریف، فصلنامه مدیریت نوآوری، (۲) ۴، ۱۱۵-۱۳۴

مبیینی دهکردی، علی و کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۵). فراترکیب مدل‌های نوآوری اجتماعی، برنامه ریزی رفاه و توسعه‌ی اجتماعی، (۲۶) ۷، ۱۰۱-۱۳

References

- Arocena R & Sutz J. (2021). Universities and social innovation for global sustainable development as seen from the south. *Technological Forecasting and Social Change*. 162
- Baglioni, S. & Sinclair, S. (2014). Introduction: social innovation and social policy. *Social Policy and Society* [Online]. 13 (3), 409-410.
- Biggs, R., Westley, F. R. & Carpenter, S. R. (2010). Navigating the back loop: fostering social innovation and transformation in ecosystem management. *Ecology and Society* [Online]. 15 (2), 9-23.

- Chitsazian, A., Sadeghikia, M. (2019). Public Participation in Social Innovation. *Innovation Management Journal*, 8(1), 1-20. (In Persian)
- Chesbrough, H. (2004). Managing open innovation. *Research-Technology Management* [Online]. 47 (1), 23-26.
- Edwards-Schachter, M. E., Matti, C. E. & Alcántara, E. (2012). Fostering quality of life through social innovation: a living lab methodology study case. *Review of Policy Research* [Online]. 29 (6), 672-692.
- European Commission. (2010). *This is European Social innovation*, Belgium, European Union.
- Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*, Chicago, Aldine Publishing Company.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*. San Francisco, Sociology Press.
- Jandaghi G, Zareimatin H, Tahmasebi R, afrouznia A. (2020). Designing Social Innovation Success Modelin Imam Khomeini Relief Foundation: Grounded Theory Approach. *ORMR*. 9 (4), 69-90. (In Persian)
- Keshtkar Haranaki, M. (2017). Designing the Strategic Model of Social Innovation in the Islamic Republic of Iran with Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(4), 671-690. (In Persian)
- keshtkar Haranaki, M. (2018). -Identifying the dimensions and components of social innovation in Iran. *Innovation Management in Defense Organizations*, 1(1), 1-24. (In Persian)
- keshtkar Haranaki, M., Pourmazaheri, S. (2019). Examining and Understanding the Impact of Social Networks on Social Innovation. *Scientific Journal of Strategic Management of Organizational Knowledge*, 1(3), 117-145. (In Persian)
- Keshtkar Haranaki, M., Dehghan, S. (2018). Conceptual Model of Social Innovation to Achieve Power Strength. *Majlis and Rahbord*, 25(94), 39-68. (In Persian)
- Kohler, T. & Henry, C. (2019). From collaborative community to competitive market: the quest to build a crowdsourcing platform for social innovation. *RandD Management*, 49, 356-68.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage
- 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.
- Lyon, F. (2012). Social innovation, co-operation, and competition: inter-organizational relations for social enterprises in the delivery of public

- services In: A. Nicholls and A. Murdock (Eds.) *Social Innovation*. London, Palgrave Macmillan, 139- 161.
- Martens, K., Wolff, A. & Hanisch, M. (2021), "Understanding social innovation processes in rural areas: empirical evidence from social enterprises in Germany", *Social Enterprise Journal*, Vol. 17 No. 2, pp. 220-239
- Mulgan, G. (2006). The process of social innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization* [Online]. 1 (2), 145-162.
- Murray, R., Caulier-Grice, J. & Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*, The Social Innovator Series [Online], London, NESTA.
- Mikhailovich Vasin, S., Gamidullaeva, L. A. & Rostovskaya, T. K. (2017). The Challenge of Social Innovation: Approaches and Key Mechanisms of Development. *European Research Studies Journal*, 20 (2B), 25-45
- Mobinidehkordi, A., Keshtkar Haranaki, M. (2015). Analyzing the Effects of Three-Dimensional Model on Social Innovation: A Case Study of a Company in Iran's Automotive Industry. *Innovation Management Journal*, 3(4), 57-75. (In Persian)
- Mobindehkordi, A., Keshtkar Haranaki, M. (2015). Social Innovation: An Exploration of Conceptualization Based on the Content Analysis of Definitions. *Innovation Management Journal*, 4(2), 115-134. (In Persian)
- Mobenidekordi, A., Keshtkar Haranaki, M. (2016). Transformation of social innovation models. *Social Development & Welfare Planning*, 8(26), 101-138. (In Persian)
- Neumeier, S. (2012). Why do social innovation in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research? Proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research. *Sociologica Ruralis* [Online]. 52 (1), pp. 48-69.
- Nordberg, K., Mariussen, Å. & Virkkala, S., (2020). Community-driven social innovation and quadruple helix coordination in rural development. case study on LEADER group aktion "osterbotten. J. *Journal of Rural Studies*. 79, 157–168.
- OECD. (2011). *Fostering social innovation to address social challenges*. Workshop Proceedings, OECD.
- Ortíz, J. (2016). Designing change: Social innovation and its challenges. *Economía Creativa*. 6, 9–35.
- Parada Camargo, J. E., Francisco Anibal, G. C. & Yordaly Yaneth R. J. (2017). State of the art of social innovation: A look at Europe and Latin America. *Opción*. 33, 563–587.
- Parton, N. (2017). Post-theories for practice: Challenging the dogmas. In *Social Work in a Corporate Era*. London, Routledge, 31–44.

- Phills, J. A., Deiglmeier, K. & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review* [Online]. 6 (4), 34-43.
- Roohollahi, M., Tabatabaeiyan, H., Manteghi, M., Bamdad Sufi, J. (2018). The Pattern of the Formation of Social Innovation in the Jihad-e-Sazandegui. *Scientific Journal of Islamic Management*, 26(2), 91-131. (In Persian)
- Sadabadi, A., Pourezzat, A., Ghaneirad, M., Mokhtarzadeh, N., Elyasi, M. (2016). The Life Cycle of Social Innovations. *Journal of Technology Development Management*, 4(3), 69-95. (In Persian)
- Sadabadi, A., Aramipour, N., Fartash, K. (2021). Action Research for Creating Social Innovation in the Employment of People with Disabilities: Using Systems Thinking (Case Study: Salam Social Innovation Center). *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 15(2), 33-60. (In Persian)
- Sadabadi, A., Rahimi Rad, Z. (2020). Understanding the effect of participatory action research on empowerment of marginalized people in Tehran with a social innovation approach (Farahzad and Khavarshahr). *A Research Journal on Social Work*, 6(20), 43-81. (In Persian)
- Selsky, J. W. & Parker, B. (2010). Platforms for cross-sector social partnerships: prospective sensemaking devices for social benefit. *Journal of Business Ethics* [Online]. 94 (1), 21-37.
- Thompson, M. (2019). "Playing with the Rules of the Game: Social Innovation for Urban Transformation." *International Journal of Urban and Regional Research*, 43 (6): 1168-1192.
- Westley, F., Antadze, N., Riddell, D. J., Robinson, K. & Geobey, S. (2014). Five configurations for scaling up social innovation case examples of nonprofit organizations from Canada. *The Journal of Applied Behavioral Science* [Online]. 50 (3), 234-260.
- Ziegler, R. (2010). Innovations in doing and being: capability innovations at the intersection of Schumpeterian Political economy and human development. *Journal of Social Entrepreneurship*. 1 (2), 255-272.