



مدیریت نوآوری

نشریه علمی
مدیریت نوآوری

سال یازدهم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۱
صفحه ۲۲ - ۱

شناسایی و دسته‌بندی ابزارها و سازوکارهای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی

محمد عبدالحسین زاده، مهدی عبدالحمید^{*۲}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۴

چکیده

هم‌نوآوری اجتماعی رویکرد نوینی است که به دنبال حل مسائل جامعه و ارائه خدمات عمومی از طریق همکاری و مشارکت شهروندان است. برای تحقق و پیاده‌سازی هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی لازم است که ابزارها و سازوکارهای مناسب شناسایی شوند و با کاربست درست آن‌ها تحول و نوآوری در حل مسائل و ارائه خدمات عمومی انجام شود. پژوهش حاضر باهدف شناسایی ابزارها و سازوکارهای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی شکل گرفته است. روش پژوهش حاضر، روشی کیفی مرور نظام‌مند ادبیات است. در مرور نظام‌مند ادبیات ابتدا ۱۱۱ اثر علمی شناسایی شدند و پس از طی مراحل مختلف بررسی و پالایش منابع، ۴۹ اثر علمی انتخاب شدند و با روش ترکیب مضمونی، مفاهیم اولیه و مقوله‌ها استخراج شدند. با تجزیه و تحلیل یافته‌ها، ۵۸ ابزار هم‌نوآوری اجتماعی در چهار گونه ابزارهای سازمانی، ابزارهای قانونی، ابزارهای اقتصادی و ابزارهای اطلاعاتی (نرم و هوشمند) شناسایی و طبقه‌بندی شدند. با بررسی ابزارهای مختلف مشخص شد که برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی بایستی مجموعه ابزارها را با توجه به شرایط و اقتضانات نظام خط‌مشی‌گذاری و نظام اداری بخش عمومی استفاده کرد و از به‌کارگیری ابزارهای اقتداری و بوروکراتیک که تلازمی با هم‌نوآوری اجتماعی ندارند، اجتناب کرد و تمرکز بر ابزارهای سازمانی واسطه‌ای با مدیریت بخش خصوصی و کسب‌وکار باشد.

واژگان کلیدی: نوآوری اجتماعی، هم‌نوآوری اجتماعی، هم‌آفرینی، ابزارهای خط‌مشی، نوآوری باز، نوآوری

مشارکتی

۱-دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۲-دکتری مدیریت دولتی گرایش تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری عمومی، استادیار گروه مدیریت و فلسفه علم و فناوری، دانشگاه علم و صنعت ایران. نویسنده مسئول مکاتبات mahdi_abdolhamid@iust.ac.ir

۱- مقدمه

هم‌نوآوری و هم‌نوآوری اجتماعی یکی از موضوعات جدید مطرح شده در حوزه نوآوری اجتماعی است که هسته اصلی آن شامل همکاری، هماهنگی، هم‌آفرینی، همگرایی و مکمل یکدیگر بودن هست (Cai & et, al, 2019).

هم‌نوآوری بستری است که در آن ایده‌ها و رویکردهای جدید از منابع مختلف داخلی و خارجی به صورت متفاوت برای ایجاد ارزش یا تجربه جدید برای همه ذی‌نفعان اعم از بازیگران و دریافت‌کنندگان خدمت اعمال می‌شود (Lee, Olson, & Trimi, 2012). از سوی دیگر هم‌نوآوری اجتماعی پیوند مستحکم و نزدیکی با حکمرانی مشارکتی دارد (Paschen & et.al, 2021). ارزش‌افزوده هم‌نوآوری اجتماعی را می‌توان از منظر سیاسی و فرهنگی ارزیابی کرد که در آن نوآوری و هم‌نوآوری به عنوان فرآیندی از ایجاد درک نسبت به مسئله که در آن مشارکت شهروندان دارای ارزش سیاسی مهمی است، تعریف می‌شود (Fox & et.al, 2019). نوآوری اجتماعی و هم‌نوآوری اجتماعی که اغلب در بخش خدمات عمومی به کار می‌رود، کلید موفقیت در بخش عمومی هستند (Arundel, Bloch & Ferguson, 2019).

هم‌نوآوری اجتماعی دو هدف اصلی غلبه بر چالش‌های عمده‌ای که جامعه مدرن امروزی با آن روبه‌رو است (Nicholls & Murdock, 2012) و پاسخ به انتظارات عمومی در حوزه‌های اجتماعی را دنبال می‌کند (Ramadani & et. Al, 2020; Howaldt & Schwarz, 2010).

هم‌نوآوری اجتماعی، نوعی نوآوری خدمات انسان‌محور در خدمات عمومی است که در آن نیازها، دانش و تجربیات شهروندان به عنوان منابع نوآوری اجتماعی در نظر گرفته می‌شود (Toivonen & Saari, 2019). از سوی دیگر هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی فرآیند توانمندسازی شهروندان، ظرفیت‌سازی در بازیگران خط‌مشی، حکومت‌داری باتکیه بر قابلیت‌ها و شایستگی‌های تمام کنشگران جامعه و نهادینه‌سازی مشارکت و مسئولیت‌پذیری در اکوسیستم بخش عمومی در طراحی و پیاده‌سازی برنامه‌ها و خط‌مشی‌های عمومی را مدنظر قرار می‌دهد (Hulgård & Ferreira, 2019). بخش عمومی به دلیل ماهیت پیچیده آن و حاکم بودن نگاه‌های بوروکراتیک باعث شده است که در حل مسائل اجتماعی، اثربخش و کارآمد عمل نکند. گسترش رویکردهای مشارکتی در حکمرانی و اداره جامعه نیز در سال‌های اخیر برای کمک به دولت برای کارآمد شدن و پاسخگویی به نیازهای متنوع شهروندان در سال‌های اخیر مورد توجه بوده است. در این میان از رویکردهای مهمی که مطرح شده است گسترش نوآوری اجتماعی و هم‌نوآوری

اجتماعی در بخش عمومی است. جوهره اصلی و اساسی هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی درگیرسازی ذی‌نفعان در امور و برنامه‌های حاکمیت است تا بتوان هم در مرحله اول ایده‌ها و راهکارهای سیاستی و نظارتی از شهروندان دریافت کرد و در مرحله دوم در پیاده‌سازی راهکارها تمامی ظرفیت‌های شهروندی مورد استفاده قرار بگیرد و به عبارتی اجرای همکارانه و تعاملی صورت بگیرد. هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی به دنبال ارائه بستر و زمینه‌ای برای استفاده از افراد و گروه‌های خلاق، نوآور و فناور در جهت حل مسائل و مشکلات بخش عمومی است که بیشتر رویکرد و زمینه اجتماعی دارند. منطق حاکم بر هم‌نوآوری اجتماعی این است که شهروندان، مسائل جامعه را مسائل خودشان بدانند و برای حل مسائل به صورت خودجوش با راهکارهای نوآورانه وارد میدان شوند.

برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی می‌توان از رویکرد ابزاری در مطالعات خط‌مشی عمومی (Capano & Howlett, 2020) استفاده کرد. ابزارهای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی از مباحث مهمی هستند که مشخص می‌کند حاکمیت از چه طریق و چگونه به صورت آگاهانه و هدفمند بر فرآیندهای اجتماعی تأثیرگذار باشد تا بتواند هم‌نوآوری اجتماعی را در جامعه نهادینه سازد و اهداف مدنظر حاکمیت محقق شوند. در حوزه هم‌نوآوری اجتماعی بایستی مجموعه ابزارهایی ارائه شود تا نهاد حاکمیتی بتواند برنامه‌ها و خط‌مشی‌های مدنظرش در حوزه هم‌نوآوری اجتماعی را اجرا کند و خدمات مناسب به دست شهروندان در حوزه‌های اجتماعی برسد تا رضایت شهروندان حاصل شود و منفعت عمومی برای همگان محقق شود. مسئله و چالش اساسی که در حال حاضر کشور ما و نظام اداری ما با آن مواجه است این است که صرفاً با استفاده از دولت و ابزارهای بوروکراتیک به دنبال حل مسائل جامعه است و از ظرفیت عظیم نخبگانی و مردمی جامعه استفاده نمی‌کند. برای حل این معضل بهره‌گیری از ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی کمک شایانی برای تقویت قابلیت‌ها و توانمندی‌های دولت برای حل مسائل اجتماعی و ارائه خدمات عمومی و اجتماعی با استفاده از ظرفیت نخبگانی و مردم می‌کند. بدین منظور نیاز است که پژوهشی طراحی شود تا ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی شناسایی و طبقه‌بندی شود تا دولت‌ها و بقیه بازیگران اکوسیستم نوآوری عمومی با بهره‌گیری از آن‌ها به حل مسائل اجتماعی و بهبود خدمات اجتماعی بپردازند. در رابطه با موضوع ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی تاکنون پژوهشی متقن و جامع انجام نشده است و پژوهش حاضر از این جهت دارای نوآوری موضوعی در داخل کشور است که شناسایی و طبقه‌بندی ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی را انجام خواهد داد.

باتوجه به مطالب بیان شده هدف و سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که گونه‌های مختلف ابزارهای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی چیست. برای پاسخگویی به سؤال مذکور با مرور نظام‌مند ادبیات مجموعه ابزارهایی که برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی در ادبیات مطرح شده است، شناسایی شدند و با بهره‌گیری از گونه‌شناسی معروف ناتو (NATO) در رابطه با ابزارهای خط‌مشی (Hood & Margetts, 2007) در چهار دسته ابزارهای قانونی، اقتصادی، سازمانی و اطلاعاتی (نرم و هوشمند) قرار گرفتند.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- مفهوم‌شناسی هم‌آفرینی و هم‌نوآوری اجتماعی

نوآوری سه مرحله نوآوری بسته، نوآوری مشارکتی و نوآوری باز را طی کرده تا به مرحله چهارم یعنی هم‌نوآوری و هم‌نوآوری اجتماعی رسیده است (Lee, Olson, & Trimi, 2012). در ادبیات علمی از نظر مفهومی میان هم‌آفرینی و هم‌نوآوری اجتماعی مشابهت معنایی وجود دارد. هم‌آفرینی فرایند مشارکتی و پویا است که شهروندان و دریافت‌کنندگان خدمت را در خلق ارزش مشارکت می‌دهد. هم‌آفرینی عامل مهمی در توسعه نوآوری اجتماعی در چارچوب اکوسیستم است که تعامل پیچیده مجریان و شهروندان در تولید ایده‌های جدید را ترویج می‌کند. هم‌آفرینی را می‌توان هسته هم‌نوآوری اجتماعی دانست که مجریان را تشویق می‌کند تا دانش و دارایی‌های عمومی را در اختیار شهروندان قرار دهند که بتوانند به صورت بلندمدت به جامعه سود برسانند (Bekkers & et.al, 2014). ایده هم‌آفرینی از اقتصاد کسب‌وکار و خدمات آمده است که در آن هم‌آفرینی به مشارکت کاربر نهایی با شرکت‌های تجاری یا ارائه‌دهندگان خدمات برای ایجاد ارزش مشترک القا می‌شود و این فرایند از لحاظ اقتصادی بسیار مقرون‌به‌صرفه در نظر گرفته شده و زمان کم‌تری می‌برد (Schroer, 2021).

به‌طور خلاصه می‌توان بیان داشت که در رابطه با موضوع هم‌نوآوری اجتماعی چهار موضوع مهم هم‌آفرینی، همکاری با جامعه مدنی، فعال‌سازی کارآفرینان اجتماعی و مشارکت‌های نوآورانه دولتی - خصوصی مدنظر قرار می‌گیرد. (Scupola & et.al, 2021)

از منظری دیگر هم‌نوآوری اجتماعی به‌عنوان ساخت اجتماعی شناخته می‌شود (Jacobs, 2013). در هم‌نوآوری اجتماعی با تأکید بر توانمندسازی کاربران [شهروندان]، آن‌ها آماده حل مسائل نزدیک به منافع و اهداف خود بدون حضور بازیگران قوی دولتی می‌شوند و راه‌حل‌های نوآورانه‌تری ارائه می‌دهند. (Kallio, Lappalainen & Tammela, 2013). کاربرد و پیاده‌سازی هم‌آفرینی و هم‌نوآوری

اجتماعی در بخش عمومی نتایج و دستاوردهای زیادی همچون اثربخشی بیش تر، افزایش مشارکت شهروندان، کارایی بیشتر، جلب رضایت مشتری، تقویت انسجام اجتماعی و دموکراتیک کردن خدمات عمومی را به همراه دارد (Voorberg&et.al, 2014). در ادامه این بخش فرآیندها و مراحل تحقق هم‌آفرینی و هم‌نوآوری اجتماعی تشریح می‌شود.

۲-۲- فرآیندها و مراحل تحقق هم‌آفرینی و هم‌نوآوری اجتماعی

نوآوری‌های اجتماعی برای پاسخگویی اثربخش به مسائل اجتماعی از طریق مشارکت دادن حداکثری مردم هستند (چیت‌سازیان و صادقی کیا، ۱۳۹۸). درحالی‌که راه‌حل‌های دولت الکترونیک خدمات از بالا به پایین است و از فرآیندهای سیاسی فعلی پشتیبانی می‌کند تنوع نقش‌های کاربران در نوآوری و پتانسیل منابع آن‌ها به تدریج به منظور پاسخگویی به نیازهای پیچیده کاربران و جستجوی اثربخشی با کاهش منابع عمومی تحقق می‌یابد (collaborative-innovators, 2021).

هم‌نوآوری تعامل پویا بین گروه‌های ذی‌نفع مختلف اتفاق می‌افتد که در عمل از طریق آزمایش، تجربه مشترک و برنامه‌های ملموس رخ می‌دهد. تأکید بر کاربران به عنوان مبتکر به این معنی است که قدرت در توسعه به کاربرانی منتقل می‌شود که مالک فرآیند نوآوری هستند. (Kallio, Lappalainen & Tammela, 2013). درک نوآوری به عنوان سازه اجتماعی مشخص می‌کند که نه تنها سازمان‌ها بر فرآیند نوآوری تأثیر می‌گذارند بلکه کارمندان و سایر ذی‌نفعان نیز می‌توانند در زمینه مشارکت اجتماعی بر هویت یکدیگر تأثیر بگذارند. در رابطه با تحقق هم‌آفرینی، می‌توان مراحل تحقق هم‌آفرینی را در پنج مرحله تشریح کرد.

- شناسایی جوامع هدف: اولین گام هر نوآوری خلاقانه، انتخاب جوامع هدف و جوامع فرعی است که اعضایش در آن شرکت خواهند کرد.

- ساخت پلتفرم‌های تعامل: گام دوم این است که برای جوامع هدفمند پلتفرم‌های فیزیکی یا مجازی فراهم کنند تا اعضای جامعه بتوانند با یکدیگر تعامل داشته باشند.

- تقویت تعاملات بین ذی‌نفعان: در مرحله سوم، شرکت‌کنندگان از پلتفرم تعامل جدید برای فعال کردن انواع جدیدی از روابط استفاده می‌کنند.

- فعال کردن تجربیات جدید: مرحله چهارم شامل حصول اطمینان از این است که تعاملات جدید منجر به تجربیات ارزشمند برای همه ذی‌نفعان می‌شود. تجربیاتی که به‌طور ذاتی کیفیت زندگی آن‌ها را بهبود می‌بخشد.

- ارزیابی ارزش جدید: پنجمین و آخرین مرحله هم‌نوآوری، تأیید این است که سازمان حامی

در نتیجه تلاش خود، ارزش جدیدی - به‌ویژه ارزش اقتصادی قابل‌اندازه‌گیری - ایجاد کرده است. (ایده این است که یک سازمان باید بتواند بازده سرمایه‌گذاری انجام‌شده در پروژه هم‌نوآوری خود را محاسبه کند.) (Gouillart & Hallett, 2022)

بنیاد یونگ بر اساس تجربیات و اصول و ارزش‌های خویش چهار مرحله برای هم‌آفرینی و هم‌نوآوری اجتماعی معرفی می‌کند که به شرح زیر عبارت‌اند از:

۱. آماده‌سازی: درک چالش‌ها و مشکلات و ارائه زمان برای فکر کردن به همه راه‌حل‌های ممکن، تیم‌سازی، و ظرفیت‌سازی.

۲. تعریف مشترک: تعریف چالش‌ها، درگیری سهام‌داران جدید، تعریف مشترک فرایند.

۳. هم‌آفرینی: ارتباط با چالش‌های مشابه، منابع برای کار پایلوت، تولید جمعی راه‌حل‌ها

۴. اجرا: اجرا و تست راه‌حل (Kumari & et.al, 2020).

کوماری و همکاران (۲۰۲۰) همچنین بیان می‌کنند که فرآیند هم‌نوآوری اجتماعی می‌تواند به‌عنوان یک فرآیند چهار مرحله‌ای درک شود که عبارت‌اند از:

۱. اولین مرحله این فرایند تشخیص نیازهای جامعه، خواسته‌ها، و چالش‌هایی است که برای تشخیص مشکلات حاضر مهم است. این مرحله همانند مرحله آماده‌سازی بنیاد یونگ با هدف اصلی توسعه ظرفیت و هسته تیم است.

۲. قدم دوم شناخت ظرفیت منابع مجریان مختلف و شناسایی سهام‌داران است. این مرحله در مورد تعریف مشترک چالش‌هایی است که از رویکرد باز و با همکاری برای تشخیص بهتر چالش‌ها استفاده می‌کند.

۳. سومین مرحله توسعه دانش، آموزش مشترک، و ادغام فعالیت‌های منابع است و مانند مرحله هم‌آفرینی بنیاد یونگ است که بر تولید راه‌حل‌های جمعی تمرکز دارد.

۴. در چهارمین مرحله، مجریان با هم از دانش و منابع استفاده می‌کنند تا ایده‌های جدید را ساخته و این ایده‌ها را اجرا کنند. در همه مراحل، شرکت کردن فعال و واقعی جامعه با اختیار در سطح محلی نکته مهم موفقیت در فرایند نوآوری جامعه است. (Kumari & et.al, 2020).

در این قسمت به‌صورت خلاصه برخی از پژوهش‌هایی که مراحل و فرآیندهای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی را بیان کرده بودند مشخص شد. به‌طور خلاصه می‌توان بیان داشت که هم‌نوآوری اجتماعی فرآیندی تعاملی است که در تمامی مراحل آن از تشخیص نیاز و ارائه ایده تا برنامه‌ریزی برای اجرا به‌صورت مشارکتی و همکارانه انجام می‌شود.

۳-۲- اقتضانات و الزامات تحقق هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی

نوآوری اجتماعی، یکی از رویکردهای مهم برای ظرفیت‌سازی و توانمندسازی دولت و بخش عمومی است (مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی، ۱۳۹۴) که متأسفانه توسط بسیاری از سیاستمداران و دولتمردان جدی گرفته نمی‌شود (افروزنیا، جندقی و زارعی متین، ۱۴۰۱). منظور از بخش عمومی، کلیه نهادها و بازیگرانی هستند که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به دنبال ارائه خدمات عمومی برای تمامی شهروندان هستند. منطق حاکم بر بخش عمومی، منفعت عمومی است و کسب سود هدف و آرمان اصلی نیست. با توجه به مختصات و ابعاد بخش عمومی، هم‌نوآوری اجتماعی در ارائه خدمات عمومی همچون آموزش عمومی، مراقبت‌های بهداشتی، کسب‌وکارهای خانوادگی، آسیب‌های اجتماعی، نشاط و تندرستی جامعه و ... می‌تواند به‌عنوان یک رویکرد مهم مدنظر قرار گیرد. از مباحث مهم که قبل از بحث ابزارهای پیاده‌سازی هم‌نوآوری اجتماعی بایستی مدنظر قرار بگیرد این است که بایستی اقتضانات و الزامات تحقق هم‌نوآوری اجتماعی فراهم شود. برای تحقق نوآوری اجتماعی و هم‌نوآوری اجتماعی توجه به اصول و اقتضانات زیر مهم و اساسی است که از جمع‌بندی پژوهش‌های این حوزه به دست آمده است.

- در هم‌نوآوری اجتماعی شناسایی مسئله و تعریف مسئله مبتنی بر تجربه و زیسته شخص یا اشخاص هست؛ بنابراین تعاملات مستمر با جامعه و درک مسائل از اقتضانات اساسی و مهم در هم‌نوآوری اجتماعی است (Lee, Olson, & Trimi, 2012).

- هم‌نوآوری اجتماعی شامل اقناع کردن افراد و اجتماع است که بایستی از طریق مکانیسم‌های مختلف اعمال شود. اگر جامعه اعم از بازیگران مختلف نسبت به نوآوری اجتماعی اقناع نشوند، راهکارهای نوآورانه پذیرفته نخواهند شد و فایده‌ای نخواهند داشت. (Mulgan & et.al, 2007).

- هم‌نوآوری اجتماعی در ذات خود یک فعالیت علمی است که در دوره کوتاه‌مدت بایستی فواید آن نشان داده شود؛ بنابراین بایستی خروجی‌ها و دستاوردهای متقاعدکننده و نمایشی حتماً برای هدایت نوآوری اجتماعی در دستور کار قرار بگیرد (Paschen & et.al, 2021).

- راه‌حل‌های ارائه شده مبتنی بر هم‌نوآوری اجتماعی بایستی مناسب محیط اجتماعی باشد و انتظار تکامل و پیشرفت آن وجود داشته باشد؛ بنابراین نیاز نیست در ابتدا راهکارهای صددرصدی و مطلوب ارائه شود؛ بلکه راهکارهایی ارائه شود که در طول زمان قابلیت تکمیل و ارتقا داشته باشند (Scupola & et.al, 2021).

- هم‌نوآوری اجتماعی نیازمند ایده‌ها و راه‌حلی هستند که مبتنی بر شناسایی تعداد محدودی از علل کلیدی قابل مدیریت باشند. در یک محیط اجتماعی علل زیادی وجود دارد که همه آن‌ها

قابل کنترل و مدیریت نیستند در هم‌نوآوری اجتماعی بایستی موارد ضروری را شناسایی کرد و بر روی تعداد محدودی تمرکز کرد (Toivonen & Saari, 2019).

- هم‌نوآوری اجتماعی از تلاش‌های افرادی حاصل می‌شود که مسیرهای منحصربه‌فردی را در زندگی دنبال می‌کنند و گرفتار روزمرگی نیستند. افرادی که تجربه منحصربه‌فردی دارند دارای دیدگاه‌ها و راهکارهای متفاوتی هستند که در سطوح مختلف حیات اجتماعی تأثیرگذار است (Toivonen & Saari, 2019).

- هم‌نوآوری اجتماعی نیاز به تأمین مالی به‌ویژه در مراحل اولیه دارد. در اینجا بایستی دولت یا نهادهای دولتی بتوانند منابع مالی مستمر و پایدار برای تحقق نوآوری اجتماعی فراهم کنند. منابع درآمدی نوآوری اجتماعی می‌تواند؛ مانند تخصیص بخشی از مالیات یا جریمه‌ها برای این کار باشد (Anil & et, al, 2015).

- هم‌نوآوری اجتماعی شامل تنظیم مجدد یا بازسازی روابط اجتماعی موجود است. این نکته را بایستی در نظر بگیریم که تحقق هم‌نوآوری اجتماعی یکی از مسیرهایش تغییر روابط اجتماعی موجود در جامعه بر اساس منفعت عمومی است. (Mumford, 2002). بیکرس و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خودشان با تمرکز بر موضوعات اقتصادی و مدیریتی، ابزارها و سازوکارهایی همچون تخفیف‌های مالیاتی، مشوق‌های اشتغال و ... را برای توسعه نوآوری و هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی پیشنهاد دادند (Bekkers & et.al, 2014).

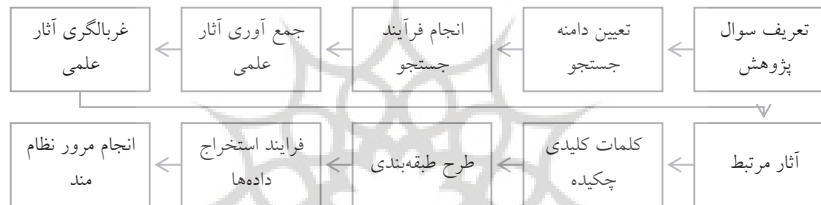
بوچیم و همکاران نیز برخی از ابزارهای ساختاری و نوآوری‌های ساختاری همچون ایجاد مراکز نوآوری اجتماعی، شتاب‌دهنده‌های اجتماعی با اهداف عمومی و ... را معرفی کردند (Buchheim & et.al, 2019).

فاکس و همکاران در پژوهشی با تمرکز بر نقش هم‌آفرینی و هم‌نوآوری در ارائه خدمات بخش عمومی، ابزارهای ساختاری و همچنین ابزارهای قانونی برای گسترش کاربرد هم‌نوآوری اجتماعی در ارائه خدمات را تحلیل کردند (Fox & et.al, 2019).

گاسکو هرناندز و همکاران (۲۰۱۷) با تمرکز بر ابزارهای ساختاری، نقش واسطه‌ها و پل زنده‌های بین بخش دولتی و بخش خصوصی و ابزارهای واسطه‌ای برای تحقق نوآوری اجتماعی را مورد تأکید قرار دادند (Gasco-Hernandez & et.al, 2017). همان‌گونه که مشاهده می‌شود در پژوهش‌های مختلف تاکنون ابزارهای متنوعی برای تحقق نوآوری و هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی معرفی شده‌اند و نیاز اساسی به یک پژوهش است که با مرور نظام‌مند ادبیات گذشته این حوزه، یک دسته‌بندی و طبقه‌بندی منسجم از ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی ارائه دهد که در پژوهش حاضر به آن پرداخته خواهد شد.

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های کیفی قرار می‌گیرد و شیوه انجام آن مرور نظام‌مند ادبیات است. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی استفاده شده است و از طریق مرور نظام‌مند ادبیات، منابع مناسب پالایش و انتخاب شده‌اند. همچنین برای دسته‌بندی و تحلیل یافته‌ها از روش ترکیب مضمونی (Thomas & Harden, 2008) استفاده شده است. انجام پژوهش به روش مرور نظام‌مند، باهدف ترکیب پژوهش‌های موجود و ارائه تصویر کلان از دانش موجود در موضوعی خاص انجام می‌شود. در پژوهش حاضر بر مبنای روش ده‌مرحله‌ای پیترسون و همکاران (۲۰۰۸) مرور نظام‌مند انجام شده است که در شکل (۱) آمده است. در مرحله تحلیل داده‌ها و دسته‌بندی یافته‌ها از روش ترکیب مضمونی که توسط توماس و هاردن (۲۰۰۸) معرفی شده، استفاده گردیده است.



شکل (۱): گام‌های مرور سیستماتیک (پیترسون و همکاران، ۲۰۰۸)

الف- تعریف سؤال پژوهش: بر اساس مسئله و هدف معین، پژوهش حاضر پاسخگویی به سؤال چيستی ابزارها و سازوکارهای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی را در دستور کار قرار دارد.

ب- تعیین دامنه جستجو: دامنه جستجوی تمامی آثار مرتبط با هم‌نوآوری اجتماعی از سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۲۰ است. همچنین بر اساس سؤالات، به دنبال بررسی دقیق دامنه برخی از استراتژی‌های جستجو (Review Scope) کلمات کلیدی مورد استفاده در شناسایی مطالعات اولیه شناسایی شد که عبارت بودند از: هم‌نوآوری، هم‌نوآوری اجتماعی، نوآوری اجتماعی، هم‌آفرینی، نوآوری مشارکتی و ...

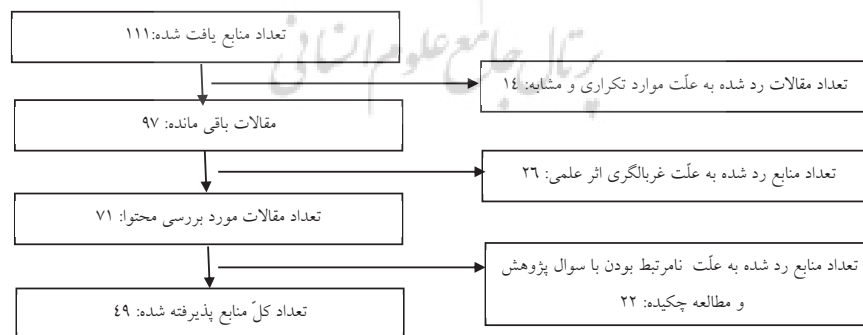
ج- انجام فرآیند جستجو: جستجوی جامع بر اساس پایگاه‌های داده آنلاین کتابخانه دیجیتال Web of Science ، Wiley ، Springer Link ، Scopus ، ScienceDirect ، IEEE Xplore ، ACM ، Jstor ، Ebsco . Proquest Elsevier صورت پذیرفت. همچنین برای شناسایی مقالات کنفرانس‌ها، پایا نامه‌ها، گزارش‌های نهادها و مؤسسات معتبر بین‌المللی و اندیشه‌ها نیز در موتورهای جستجو مثل گوگل و همچنین Google Scholar و Researchgate شناسایی صورت گرفت. لازم به ذکر است به دلیل فقدان مقاله فارسی در حیطه ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی، صرفاً مقالات لاتین و معتبر مدنظر قرار گرفتند.

د- جمع‌آوری آثار علمی: در جستجوی اولیه حدود ۱۱۱ اثر علمی شناسایی شدند که با حذف موارد تکراری و مشابه (۱۴) تعداد ۹۷ اثر علمی انتخاب شد.

ه- غربالگری آثار علمی: در این مرحله بر اساس مطالعه چکیده و همچنین امکان دسترسی و نامرتبط بودن عنوان با سؤالات پژوهش تعداد ۲۶ مقاله حذف شدند و تعداد مقالات باقی‌مانده ۷۱ اثر علمی شد.

و- آثار مرتبط: در این مرحله متن اصلی مقالات منتخب مرور شد و بر اساس معیارهایی همچون کیفیت همایش، مجله و انتشارات، مقالات مفهومی، بنیادین و نظری، مشابهت با هدف و سؤالات پژوهش، یافته‌های نظری و مفهومی و ... ارزیابی شدند. در این مرحله بر اساس معیارهای پذیرش (کیفیت همایش، مجله، انتشارات و ... پژوهش‌هایی که در عنوان یا متن به صورت تخصصی به سؤالات پژوهش پرداخته‌اند، پژوهش‌هایی با ماهیت بنیادین، نظری و کیفی، پژوهش‌های دارای یافته‌های مفهومی، نظری و سیاستی) معیارهای عدم‌پذیرش (عدم پرداختن به مفهوم هم‌نوآوری اجتماعی، تمرکز بر نوآوری در حوزه کسب‌وکار و بخش خصوصی، اکتفا کردن به عبارت نوآوری بدون در نظر گرفتن ماهیت اجتماعی آن) در این مرحله نیز ۱۴ مقاله حذف شدند و ۵۷ مقاله باقی ماندند.

ز: کلمات کلیدی چکیده: در این مرحله نیز بر اساس مرور چکیده مقالات و کلمات کلیدی چکیده و ارزیابی کیفیت منابع و همچنین مرتبط بودن با سؤالات پژوهش تعداد ۴۹ اثر علمی منتخب برای تحلیل کیفی و کدگذاری استفاده شدند. منابع منتخب به طور عمد از افراد و پژوهشگران سرشناس حوزه نوآوری اجتماعی و هم‌نوآوری اجتماعی انتخاب شدند. در شکل (۲) سیر جست‌وجو، غربالگری و انتخاب مقالات نشان داده شده است.



شکل (۲): سیر جست‌وجو و انتخاب مقالات

ح- طرح طبقه‌بندی: در این مرحله با مرور تمامی آثار علمی مشخص شد که مقالات حوزه

هم‌نوآوری اجتماعی را در سه دسته مفهوم‌شناسی، فرآیندها و مراحل تحقق و ابزارها و سازوکارهای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی قرارداد. تمرکز پژوهش حاضر بر موضوع ابزارها و سازوکارهای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی هست.

ط- فرآیند استخراج داده‌ها: در این مرحله با مرور و مطالعه مقالات داده‌ها و اطلاعات لازم استخراج شدند که یک نمونه از آن در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول (۱): نمونه‌ای از کدگذاری یافته‌ها برای استخراج مفاهیم

کد	متن	مفهوم اولیه
PA3	در پروژه‌های نوآوری اجتماعی و هم‌نوآوری اجتماعی بایستی نوع حساسی جدا از حساسی بخش دولتی استفاده شود که یک نمونه از آن حساسی منبع‌یاز (Gouillart & Hallett, 2022)	حساسی منبع‌یاز
PU7	از دیگر اقدامات و منابع مهم برای تأمین مالی پروژه‌های نوآوری اجتماعی بهره‌گیری از وقف است. با بازاریابی مناسب و جذب کردن خیران برای صرف درآمد‌های موقوفه‌ای برای نوآوری اجتماعی می‌توان منابع مالی تأمین کرد	وقف و تأمین مالی
PY2	شتاب‌دهنده‌های نوآوری: که به تسریع فرآیندهای ابتدایی نوآوری کمک می‌نمایند. (Murray Caulier-Grice & Mulgan, 2010)	شتاب‌دهنده نوآوری اجتماعی
PY8	گسترش حوزه نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در بخش عمومی نیاز به قوانین حمایت‌کننده در حوزه‌های اقتصاد خلاق دارد (Gaoqing, 2018).	قوانین حمایت‌کننده اقتصاد خلاق
PV6	طراحی انجمن‌ها و باشگاه‌هایی برای گفتگوهای چندجانبه ذی‌نفعان حول مسائل اجتماعی برای حمایت از راهکارهای نوآورانه (Anil & et. al, 2015).	گفتگوهای چندجانبه
PG'3	طراحی پلتفرم‌های بشردوستانه و داوطلبانه برای فعالیت در حوزه نوآوری اجتماعی (Sinclair, 2018)	پلتفرم‌های بشردوستانه
PO2	آزمایشگاه‌های نوآوری ایجاد شدند تا رویکردهای بین‌رشته‌ای و مبتنی بر شهروندی را فعال کنند. درحالی‌که درعین‌حال بیشتر کار خود را برای ادارات، وزارتخانه‌ها و سایر سازمان‌های دولتی تولید می‌کنند یا با ایشان دست به تولید می‌زنند (Gasco-Hernandez & et. Al, 2017).	آزمایشگاه نوآوری اجتماعی
PI'3	برای تحقق نوآوری اجتماعی در بخش عمومی بایستی به دنبال تصویب قوانینی بود که بخش عمومی را ملزم به افشای داده می‌نماید و داده‌هایی که می‌تواند به منظور استفاده سایر بخش‌ها منتشر گردد را مشخص می‌نماید. (Toivonen & Saari, 2019)	قوانین حمایت از افشای داده
PN'1	واسطه‌های نوآوری را می‌توان به‌عنوان سازمان‌ها و افراد خارجی تعریف کرد که با جمع‌آوری، توسعه، کنترل و انتشار دانش خارجی از طریق تأمین منابع مختلف و تنظیم شبکه‌های نوآوری، شرکت‌ها را در فعالیت‌های نوآورانه‌شان حمایت می‌کنند. (Fox & Grimm, 2015).	تهاد‌های واسطه‌ای نوآوری اجتماعی

ی- انجام مرور نظام‌مند: در این مرحله نیز مرور نظام‌مند انجام شد و تحلیل یافته‌ها و دسته‌بندی آن‌ها با استفاده از روش ترکیب مضمونی انجام شد که در ادامه تشریح می‌شود.

۴- تجزیه و تحلیل یافته‌ها

بامطالعه آثار منتخب و کدگذاری داده‌ها با استفاده از روش ترکیب مضمونی سرانجام مفاهیم و کدهای استخراج‌شده حول سؤال اصلی و محوری پژوهش دسته‌بندی شدند. در پژوهش حاضر مفاهیم اولیه شناسایی شده ۸۶ مورد بودند که مرتبط با ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی بودند. با بازبینی مفاهیم و جرح و تعدیل آن‌ها درنهایت ۵۸ ابزار و سازوکار هم‌نوآوری اجتماعی شناسایی شدند که ذیل چهار دسته کلان یعنی ابزارهای قانونی، اقتصادی، سازمانی و اطلاعاتی (نرم و هوشمند) قرار گرفتند.

۴-۱- ابزارهای اقتصادی برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی

ابزارهای اقتصادی، ابزارهایی هستند که دولت با استفاده از منابع عمومی و خزانه به دنبال اجرایی‌سازی برنامه‌های خود و جهت دادن جوامع هدف معین به سمت برنامه و سیاست

مدنظر است. منظور از سازوکارهای و ابزارهای اقتصادی، ابزارهایی هستند که به منظور حمایت مالی یا تشویق افراد و نهادها در راستای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی استفاده می‌شود. در ادامه برخی از مهم‌ترین ابزارها و سازوکارهای اقتصادی معرفی می‌شود. در جدول (۲) ۱۵ ابزار اقتصادی شناسایی شده برای تحقق و تثبیت هم‌نوآوری اجتماعی معرفی و تحلیل می‌شوند.

جدول (۲): ابزارهای اقتصادی شناسایی شده برای تحقق و تثبیت هم‌نوآوری اجتماعی

ردیف	نام ابزار	توضیحات
۱	مالیات‌های داوطلبانه ^{۲۱}	مالیات‌هایی که افراد یا کسب‌وکارها به صورت داوطلبانه برای ارتقای کیفیت زندگی و جامعه پرداخت می‌کنند که با تنظیم‌گری دولت می‌تواند برای گسترش هم‌نوآوری اجتماعی استفاده شود
۲	مالیات تعهدی ^{۲۲}	اختصاص درآمدهای خاص برای اهداف خاص اجتماعی برای گسترش و توسعه نوآوری اجتماعی با وضع مالیات تعهدی به کسب‌وکارها
۳	اوراق قرضه محلی ^{۲۳}	این اوراق به صورت محلی مبتنی بر ضمانت دولت منتشر می‌شود و برای بهبود کسب‌وکار و تأمین مالی فعالیت‌های هم‌نوآوری اجتماعی استفاده می‌شود.
۴	اجتماعی کردن ریسک ^{۲۴}	اشکال جدید بیمه اجتماعی برای ایجاد انگیزه برای ارائه‌دهندگان راه‌حل‌های نوآورانه که تقاضا برای خدمات دولتی را محدود می‌کند
۵	صندوق‌های نوآوری اختصاصی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری عمومی ^{۲۵}	صندوق‌هایی که با اسانسه و مرامنامه مصوب در راستای حمایت از اقدامات نوآوری اجتماعی تشکیل می‌شوند. تأسیس صندوق‌ها برای تأمین مالی پروژه‌های نوآوری اجتماعی هست.
۶	بودجه‌های مبتنی بر نتیجه ^{۲۶}	تخصیص بودجه برای تحقق نوآوری در زمانی که دستاوردها و نتایج به‌کارگیری نوآوری اجتماعی عملیاتی شده است
۷	پرداخت‌های مبتنی بر نوآوری ^{۲۷}	پرداخت‌های مبتنی بر نوآوری به معنای این است که برخی از مشوق‌ها و پاداش‌های عملکرد سازمانی و تیمی به نوآوری و نوآوری اجتماعی منوط شود
۸	تأمین مالی ترکیبی و سرمایه‌گذاری مشترک ^{۲۸}	سرمایه‌گذاری مشترک و ترکیبی به معنی همکاری دولت یا بخش خصوصی برای تعریف فعالیت مشترک در حوزه نوآوری اجتماعی و تأمین مالی و سرمایه‌گذاری مشترک است.
۹	حسابرسی منبع‌باز ^{۲۹}	به منظور تحقق پاسخگویی در پروژه‌های حوزه‌های نوآوری اجتماعی و حسابرسی نشدن مانند دیگر هزینه‌های دولتی استفاده می‌شود.
۱۰	کمک‌های بلاعوض سریع ^{۳۰}	کمک‌های بلاعوض و سریع برای برخی از نوآوری‌های اجتماعی که در راستای مقابله با چالش‌ها و بحران‌های اجتماعی محیط است.
۱۱	معافیت‌های مالیاتی و کمک‌های غیرنقدی ^{۳۱}	اعطای معافیت‌های مالیاتی بر اساس دستورالعمل مشخص به نهادها و اشخاص فعال در حوزه نوآوری اجتماعی
۱۲	امور مالی موقوفه ^{۳۲}	وقف مالی برای نوآوری اجتماعی و کاهش آسیب‌های اجتماعی
۱۳	سرمایه‌گذاری اجتماعی در راستای اهداف اجتماعی ^{۳۳}	گسترش سرمایه‌گذاری اجتماعی برای تحقق نوآوری اجتماعی با منطق اجتماعی و حسابرسی اجتماعی نه منطق حسابداری کسب‌وکار
۱۴	تأمین مالی مبتنی بر بانک برای شرکت‌های اجتماعی ^{۳۴}	طراحی ابزار مالی مناسب و منعطف برای تأمین مالی شرکت‌های اجتماعی با اقتضات خاص خودشان
۱۵	سرمایه‌گذاری بشردوستانه ^{۳۵}	سرمایه‌گذاری‌های باهدف ارتقای جامعه بشوی و حل مشکلات بشری برای گسترش نوآوری‌های اجتماعی

۲-۴- ابزارهای سازمانی برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی

ابزارهای سازمانی شامل گستره وسیعی از ابزارهای هدایتگر و جهت ده که بر کاربرد نهادهای حکومتی و کارکنان دولتی تأکید دارند. این ابزارها با توجه به دو شاخص میزان ارتباط نزدیک آن‌ها با دولت و توانایی دولت در کنترل تأثیرات نهایی آن‌ها طبقه‌بندی می‌شوند. به عبارت دیگر ابزارهای سازمانی ناظر به هرگونه نهاد و تشکیلات سازمانی هستند که چه در بخش دولتی و چه در بخش خصوصی ایجاد می‌شود تا به صورت سامان‌یافته و تشکیلاتی منجر به گسترش و توسعه نوآوری اجتماعی در جامعه شوند. در جدول (۳) ۱۷ ابزار سازمانی شناسایی شده برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی معرفی می‌شوند.

جدول (۳): ابزارهای سازمانی شناسایی شده برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی

ردیف	نام ابزار	توضیحات
۱	انجمن‌های بخش عمومی ^{۳۷}	تأسیس انجمن‌های بخش عمومی به‌عنوان ترویج‌کننده و تسریع‌کننده نوآوری اجتماعی و پذیرش آن در بخش عمومی
۲	نهادهای واسطه ^{۳۸}	طراحی واسطه‌ها و پل زنده‌ها برای تحقق نوآوری اجتماعی و حمایت‌گری دولت از آنها
۳	دفاتر‌مان‌ها واحدهای تخصصی نوآوری ^{۳۹}	ایجاد واحدهای تخصصی نوآوری و نوآوری اجتماعی در بنده دستگاه‌های اجرایی مثل دفتر نوآوری اجتماعی در کاخ سفید
۴	حلقه‌های کیفیت ^{۴۰}	ایجاد حلقه‌های کیفیت در دستگاه‌های دولتی برای ارتقای کیفیت خدمات ارائه‌شده به شهروندان یا رویکردهای نوآورانه
۵	واحدهای نوآوری سیار ^{۴۱}	ایجاد واحدهای نوآوری سیار باهدف دسترسی آنلاین و سریع برای دریافت ابتکارات نوآورانه در عرصه بخش عمومی و اجتماعی
۶	شتاب‌دهنده‌های نوآوری اجتماعی ^{۴۲}	مراکزی که با اصول و شاخص‌های مشخص سرمایه‌گذاری اولیه بر روی فعالیت‌های نوآوری اجتماعی و در اختیار گرفتن درصدی از مالکیت زمینه برای توسعه اقدام نوآوری اجتماعی انجام می‌دهند.
۷	آزمایشگاه‌های نوآوری اجتماعی ^{۴۳}	مراکزی که به‌منظور تحقیق و توسعه شواهد محور بر روی حوزه اجتماعی و ارائه راهکارهای نوآورانه فعالیت می‌کنند.
۸	بنیادهای پل زنده ^{۴۴}	بنیادهایی که هدف آن‌ها اتصال پژوهش‌های حوزه نوآوری اجتماعی به حوزه عمل است. مانند بنیاد بین‌المللی نستا (NESTA)
۹	مؤسسات و آکادمی‌های تخصصی ^{۴۵}	مؤسسات و آکادمی‌های تخصصی مجوزدار از نهادهای دولتی برای انجام فعالیت‌های آموزشی اعم از برگزاری دوره و تعریف رشته در حوزه نوآوری اجتماعی
۱۰	جوامع عملیاتی ^{۴۶}	نهادهایی که مشارکت‌کنندگان حوزه نوآوری اجتماعی را به‌صورت رسمی گرد هم می‌آورد
۱۱	شبکه‌ها و انجمن‌های نوآوری اجتماعی ^{۴۷}	شبکه‌ها و انجمن‌های داوطلبانه که فعالان حوزه اکوسیستم نوآوری اجتماعی گرد هم می‌آیند و دستور کار معین برای حوزه خود تعیین می‌کنند.
۱۲	شرکت‌های مشاور سرمایه‌گذاری اجتماعی ^{۴۸}	شرکت‌هایی که به‌طور تخصصی از منظر مالی و کسب‌وکاری مشاوره سرمایه‌گذاری به نهادهای بازیگران حوزه نوآوری اجتماعی ارائه می‌دهند.
۱۳	شرکت‌های اجتماعی ^{۴۹}	شرکت‌هایی که متعلق اجتماعی و شهروندان را بر سود ترجیح می‌دهند. این شرکت‌ها مأموریت اجتماعی دارند و سودآوری خود را در ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت پیگیری می‌کنند.
۱۴	مراکز نوآوری اجتماعی ^{۵۰}	مراکزی که باهدف تحقق نوآوری اجتماعی شکل‌گرفته‌اند و بر اساس مأموریت و حوزه تخصصی خودشان آموزش جامعه مدنی و تعریف پروژه‌های حوزه نوآوری اجتماعی را انجام می‌دهند.
۱۵	کارگزاری‌های اطلاعاتی ^{۵۱}	ایجاد کارگزاری‌های اطلاعاتی به‌منظور خریدوفروش طرح‌های نوآوری اجتماعی به‌منظور راه‌اندازی کسب‌وکارهای پیش بر نوآوری اجتماعی
۱۶	آموزش برای نوآوری ^{۵۲}	ایجاد نهادهای واسطه برای آموزش نوآوری اجتماعی مانند تأسیس آژانس بهبود و توسعه دولت مجلی با همکاری دانشگاه‌ها و مراکز دولتی
۱۷	شتاب‌دهنده‌های استعداد ^{۵۳}	کسب به کشف استعدادهای افراد، به فعالیت رساندن استعدادها با بهره و استفاده از این استعدادها به‌منظور یافتن موقعیت شغلی مناسب

۳-۴- ابزارهای قانونی برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی

ابزارهای حقوقی معمولاً متکی بر توانایی دولت در هدایت و جهت‌دهی افراد و آحاد جامعه به سمت هدف مدنظر است که این کار از طریق ابزارهای اجباری انجام می‌شود. معمولاً استفاده از ابزارهای اقتداری در مفهوم منفی یعنی جلوگیری یا عدم گسترش رفتارهایی که در راستای اهداف دولت نیستند استفاده می‌گردد. در حوزه نوآوری اجتماعی منظور از ابزارهای قانونی، ابزارهایی هستند که به‌منظور جلوگیری از تخلف و اشتباه در حوزه نوآوری اجتماعی انجام می‌شود و هم آیین‌نامه‌ها و مجوزهایی است که تسهیل‌گر به‌منظور توسعه و گسترش نوآوری اجتماعی هستند. در جدول (۴) ۱۰ مورد از ابزار قانونی به‌منظور حمایت و گسترش نوآوری اجتماعی معرفی می‌شوند.

جدول (۴): ابزارهای قانونی به‌منظور حمایت و گسترش نوآوری اجتماعی

ردیف	نام ابزار	توضیحات
۱	وضع قوانین برای کسب‌وکارها با مأموریت اجتماعی ^{۵۴}	تدوین قوانین و آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مشخص برای کسب‌وکارهای با مأموریت اجتماعی به‌منظور حمایت و تسهیل‌گری فعالیت آن‌ها در حوزه‌های اجتماعی و تحقق نوآوری اجتماعی
۲	شبه ارزها و مجوزهای زیست‌محیطی ^{۵۵}	برخی فعالیت‌های اجتماعی و نوآوری اجتماعی نیاز به مجوزهایی دارد (به‌خصوص حوزه محیط‌زیست) که دولت بایستی تسهیل آن برای نوآوران اجتماعی را فراهم کند
۳	قراردادهای خدمات اکتشافی ^{۵۶}	برای اطمینان از تأمین مالی شفاف برای کشف نوآوری اجتماعی و خروجی‌های نوآوری اجتماعی
۴	قوانین حمایت‌کننده اقتصاد خلاق ^{۵۷}	وضع قوانین برای حمایت از خلاقیت در اقتصاد
۵	قوانین مالکیت فکری و مالکیت معنوی	تقویت قوانین ناظر به مالکیت فکری و مالکیت معنوی برای حفظ انگیزه نهادها به‌منظور فعالیت در حوزه نوآوری اجتماعی
۶	قانونی شدن اشکال جدید مالکیت دارایی ^{۵۸}	وضع قانون به‌منظور پذیرفتن دارایی‌های معنوی و فکری ناظر به اقدامات نوآورانه
۷	بازطراحی عدالت کیفری ^{۵۹}	بازطراحی نظام عدالت کیفری به‌منظور به رسمیت شناخته شدن ابزارها و سازوکارهای نوآوری اجتماعی برای پیشگیری از جرم و اصلاح مجرمین
۸	تغییر قوانین استخدامی بخش عمومی برای حضور نوآوران اجتماعی	وضع قوانین و آیین‌نامه‌های حمایت‌کننده و تسهیل‌گر نوآوران اجتماعی برای حضور در بخش عمومی یا انجام فعالیت در بخش عمومی
۹	قوانین حمایت‌کننده همکاری‌های بین‌بخشی ^{۶۰}	قوانین حمایت‌کننده به‌منظور رویکرد فعال دولت برای همکاری با بخش خصوصی به‌منظور گسترش نوآوری اجتماعی
۱۰	قوانین افشای داده ^{۶۱}	قوانینی که بخش عمومی را ملزم به افشای داده می‌نماید و داده‌هایی که می‌تواند به‌منظور استفاده سایر بخش‌ها منتشر گردد را مشخص می‌نماید.

۴-۴- ابزارهای اطلاعاتی (نرم و هوشمند) برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی

ابزارهایی هستند که با استفاده از اطلاعات و داده‌های در دسترس دولت‌ها به دنبال تأثیرگذاری بر رفتار مصرف‌کننده و تولیدکننده در راستای اهداف دولت هستند. ابزارهای اطلاعاتی همچنین شامل ابزارهای رسانه‌ای و گفتگویی و رفتاری می‌شوند که به دنبال تأثیرگذاری بر افراد و همچنین ترویج نوآوری اجتماعی و گفتگومان شدن آن در سطح جامعه باشد. در جدول (۵) ابزار شناسایی شده این بخش معرفی و تحلیل می‌شوند.

جدول (۵) ابزارهای اطلاعاتی (نرم و هوشمند) برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی

ردیف	نام ابزار	توضیحات
۱	اجرای مسابقات ایده ژو رقابت برای ایده‌های فناورانه ^{۳۳}	حل چالش‌های اجتماعی و مسائل اجتماعی در قالب برگزاری مسابقات، جشنواره‌ها و رویدادهای باز به‌منظور دریافت ایده از تمامی شهروندان و فعالان تخصصی آن حوزه
۲	تأسیس بانک‌های ایده ^{۳۴}	به‌منظور مشارکت فعال مردم و جوامع مدنی برای بهبود خدمات عمومی مبتنی بر نوآوری اجتماعی بانک‌های ایده‌های نوآوری اجتماعی تأسیس می‌شوند
۳	تجارب نوآوری ^{۳۵}	ساماندهی کردن تجارب نوآوری برای برنامه‌ریزی‌های آینده و بازخورد به اقدامات در حال انجام در حوزه نوآوری اجتماعی
۴	طراحی معیارهای عملیاتی ^{۳۶}	مانند شاخص‌های اجتماعی و زیست‌محیطی شاخص‌های سلامت و تندرستی و ... طراحی معیارهای تخصصی مانند شاخص نوآوری دولتی برای سنجش سطح فعلی نوآوری
۵	گفتگوهای چندجانبه ^{۳۷}	طراحی انجمن‌ها و باشگاه‌هایی برای گفتگوهای چندجانبه ذی‌نفعان حول مسائل اجتماعی برای حمایت از راهکارهای نوآورانه
۶	پایگاه‌های داده‌های الکترونیکی ^{۳۸}	ایجاد پایگاه‌داده‌های الکترونیکی به‌منظور گردآوری تمامی اطلاعات لازم برای نوآوران اجتماعی
۷	علامت و برندهای اجتماعی ^{۳۹}	ایجاد برندهای اجتماعی برای محصولات و دستاوردهای نوآوری اجتماعی
۸	کمیته‌های جنبش اجتماعی ^{۴۰}	ایجاد کمیته‌های جنبش اجتماعی برای مطالبه‌گری در حوزه نوآوری اجتماعی از نهادهای حاکمیتی
۹	ایده‌های منبع‌باز ^{۴۱}	گسترش ایده‌های منبع‌باز به معنای ایده‌های نوین و خلاقانه برای حل مسائل اجتماعی
۱۰	پلتفرم‌های بشردوستانه ^{۴۲}	طراحی پلتفرم‌های بشردوستانه و داوطلبانه برای فعالیت در حوزه نوآوری اجتماعی
۱۱	ابزارهای شبیه‌سازی و بازی‌وارسازی ^{۴۳}	بهره‌گیری از ابزارهای شبیه‌سازی و بازی‌وارسازی برای توسعه نوآوری اجتماعی در بخش عمومی و کل جامعه
۱۲	مجلات و روزنامه‌های تخصصی حوزه نوآوری اجتماعی ^{۴۴}	طراحی و تدوین مجلات و روزنامه‌های تخصصی در حوزه نوآوری اجتماعی برای گفتگومان‌سازی و اطلاع‌رسانی این حوزه
۱۳	پلتفرم‌های هم‌آفرینی ^{۴۵}	در این پلتفرم‌ها طراحان و مصرف‌کنندگان مشترکاً دست به خلق طرح‌های نوین می‌زنند. برای مثال در شرکت‌های لباس از این رویکرد طراحی توسط مشتری استفاده می‌نمایند
۱۴	صرف زمان اختصاصی برای نوآوری اجتماعی ^{۴۶}	مانند شرکت گوگل که یک روز در هفته با افراد صرف توسعه پروژه‌های خود می‌کنند در بخش دولتی می‌تواند تعطیل کردن یک روز کار اداری برای شرکت افراد در پروژه‌های نوآوری اجتماعی باشد یا اعزام کارکنان بخش عمومی در قالب تیم‌های نوآوری برای انجام پروژه‌های نوآوری اجتماعی
۱۵	برگزاری هکاتون‌ها ^{۴۷}	برگزاری رویدادهای توسعه نرم‌افزار به‌منظور طراحی نرم‌افزارهای حوزه نوآوری اجتماعی
۱۶	برگزاری بوت‌کمپ‌ها ^{۴۸}	ایجاد دوره‌های مهارت‌افزایی به‌منظور یادگیری کلبه مهارت‌هایی که می‌تواند برای اکوسیستم نوآوری اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد. (از توانمندی‌های مدیریتی تا مهارت‌های نرم‌افزاری)

۵- جمع‌بندی

توسعه و گسترش هم‌نوآوری اجتماعی در نظام حکمرانی بخش عمومی باتوجه به پیچیده شدن جوامع و چالش‌های اجتماعی امری لازم و ضروری است. برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی بایستی اقتضائات و الزامات آن به‌طور کامل مدنظر قرار بگیرد تا کاربست هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی موفقیت‌آمیز باشد. برای پیاده‌سازی موفق هم‌نوآوری اجتماعی بایستی ابزارها و سازوکارهای مناسب آن را شناخت و باتوجه به اقتضائات و شرایط نظام حکمرانی، تحقق و پیاده‌سازی هم‌نوآوری

اجتماعی را در دستور کار قرارداد. در پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش مرور نظام‌مند ادبیات و شناسایی ۴۹ اثر علمی مرتبط با هم‌نوآوری اجتماعی و تحلیل داده‌ها با روش ترکیب مضمونی، ۵۸ ابزار هم‌نوآوری اجتماعی در چهار گونه مختلف قرار گرفتند.

نوآوری پژوهش حاضر ارائه یک دسته‌بندی و طبقه‌بندی از ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی در ادبیات مختلف علمی بر اساس چارچوب مشخص بود. در پژوهش‌های گذشته ابزارهای متنوعی ارائه شده بود. به‌عنوان مثال بیکرس و همکاران (۲۰۱۴) تمرکزشان بر ارائه ابزارهای اقتصادی و تشویقی بود، بوچیم و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهششان بیشتر بر ارائه ابزارهای سازمانی همچون تأسیس مراکز و شتاب‌دهنده‌های هم‌نوآوری اجتماعی تمرکز کردند. گاسکو هرناندز و همکاران (۲۰۱۷) تمرکزشان بر ابزارهای واسطه‌ای و پل زننده بین بخش دولتی و بخش خصوصی برای گسترش هم‌نوآوری اجتماعی بود. نوآوری پژوهش حاضر این است که تمامی ابزارهای مطرح شده در پژوهش‌های گذشته را شناسایی و تلاش شد در یک طبقه‌بندی چهارگانه تمامی ابزارها آورده شوند و یک نگاه جامع از ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی ارائه گردد تا برای تحقق آن در بخش عمومی بتوان بسته ابزار متناسب با اقتضائات و زیست‌بوم حاکمیتی و نوآورانه کشور ارائه داد. همچنین یکی دیگر از نوآوری‌های پژوهش حاضر ارائه ابزارهای اطلاعاتی (نرم و هوشمند) بود که در پژوهش‌های گذشته با چنین عنوانی برای تحقق هم‌نوآوری اجتماعی ارائه نشده بود.

ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی در هر کدام از طبقات چهارگانه مشخص شده، تفاوت‌هایی دارند. ابزارهای اقتصادی بیشتر متمرکز بر مباحث تشویقی و مشوق‌های مالی و اقتصادی برای گسترش هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی و جامعه است. ابزارهای سازمانی، جوهره اصلی‌شان طراحی ساختارهای دولتی، خصوصی یا هیبریدی به‌منظور ساماندهی کردن فرآیند هم‌نوآوری اجتماعی و هماهنگی میان بخش‌ها و بازیگران مختلف است. ابزارهای قانونی ناظر به فراهم کردن زیرساخت‌های حقوقی مناسب به‌منظور مشروعیت بخشی به فرآیند هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی است. همچنین در زمینه ابزارهای قانونی توجه به محدودیت‌ها و همچنین وضع مجازات و تعیین محدودیت به‌منظور جلوگیری از تخلفات و سوءاستفاده‌ها است. ابزارهای اطلاعاتی نیز به دنبال توسعه و گسترش هم‌نوآوری اجتماعی با تمرکز بر شیوه‌های غیرمستقیم از طریق آگاهی‌بخشی، فراهم آوردن اطلاعات و تأثیرگذاری رفتاری بر بازیگران و ذی‌نفعان مختلف به‌منظور توسعه و گسترش هم‌نوآوری اجتماعی در بخش عمومی است. تمامی ابزارهای هم‌نوآوری اجتماعی که در چهار محور طبقه‌بندی شدند برای اینکه اثربخش و کارآمد باشند بایستی در قالب بسته ابزارهای مناسب ساماندهی شوند تا با توجه به شرایط و اقتضائات محیطی، بخشی، زمانی و

مسئله و موضوع خاص به کار بسته شوند تا هم نوآوری اجتماعی به صورت نظام مند در اکوسیستم بخش عمومی کشور حاکم شود. شناسایی ابزارهای هم نوآوری اجتماعی و طبقه بندی آنها به عنوان گام اولیه برای توسعه و گسترش هم نوآوری اجتماعی امری ضروری است. پیشنهاد می شود مسیر پژوهش های آتی در این حوزه متمرکز بر پیاده سازی ابزارهای مذکور با توجه به محورهایی همچون شناخت بسترهای فرهنگی و علمی و سیاستی که ابزارهای مذکور در کشورهای دیگر به کار برده شده اند، ثانیاً شناسایی اقتضائات، الزامات و محدودیت های بخش عمومی و بخش خصوصی کشور به منظور پیاده سازی و کاربرد ابزارهای هم نوآوری اجتماعی و ثالثاً تدوین و طراحی بسته ابزارهای هم نوآوری اجتماعی متناسب با اقتضائات محیطی، زمانی و همچنین بخش های تخصصی در دولت و حاکمیت باشد.

در ادامه برخی از پیشنهادهای مهم سیاستی برای کاربست و پیاده سازی هم نوآوری اجتماعی در بخش عمومی با تمرکز بر ابزارهای شناسایی شده ارائه می شود.

- لزوم توجه به ابزارهای قانونی نرم، تشویقی و تسهیلی گر برای جهت دهی به کارآفرینان اجتماعی و نوآوران به مسائل اجتماعی و آسیب های اجتماعی
- اجتناب از به کارگیری ابزارهای مالی مستقیم دولتی برای حمایت از هم نوآوری اجتماعی و نهادینه سازی هم نوآوری اجتماعی در جامعه
- طراحی نظام تأمین مالی پایدار و چابک متصل به بخش خصوصی برای حمایت و گسترش هم نوآوری اجتماعی در بخش عمومی
- تسهیلگری به منظور راه اندازی پلتفرم ها و نرم افزارهای مشارکتی و اجتماعی برای گسترش هم نوآوری اجتماعی
- حمایت از کمپین ها و انجمن های تخصصی و گفتگوهای داوطلبانه چند ذی نفعی در حوزه هم نوآوری اجتماعی
- طراحی سازمان و نهادهای واسطه ای با کمک بخش دولتی و با مدیریت و راهبری مبتنی بر قواعد بخش خصوصی و کسب و کار برای تقویت و توسعه هم نوآوری اجتماعی در بخش عمومی

۶- مراجع

Abhari Kaveh, Elizabeth J Davidson and Bo Xiao, 2017. Co-Innovation Platform Affordances Developing a Conceptual Model and Measurement Instrument. *Industrial Management & Data Systems* 873-95. <https://doi.org/10.1108/IMDS-05-2016-0156>.

Andion, Carolina; Ronconi, Luciana; Moraes, Rubens Lima; Gonsalves, Aghata Karoliny Ribeiro; Serafim, Lilian Brum Duarte, 2017. Civil society and social innovation in the public sphere: a pragmatic perspective. *Revista de Administração Pública*, 51(3), 369–387. doi:10.1590/0034-7612143195

Anil, B. D. M. G. N. D., Zhang, T. C., Kandampully, J., & Bilgihan, A. ,2015. Motivations for customer engagement in online co-innovation communities (OCCs): A conceptual framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 6, 3, 311-328.

Arundel, A., Bloch, C., & Ferguson, B. ,2019. Advancing innovation in the public sector: Aligning innovation measurement with policy goals. *Research Policy*, 48, 3, 789-798.

Bekkers, V. J. J. M. ,2014. Innovation in the public sector: Linking capacity and leadership. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Bekkers, V.J.J.M., Edelenbos, J., Nederhand, J., Steijn, A.J., Tummers, L.G. |info:eu-repo/dai/nl/341028274, Voorberg, W.H., Edelenbos, J, ... Steijn, A.J. ,2014. The social innovation perspective in the public sector: co-creation, self-organization and meta-governance. Palgrave McMillan.

Bekkers, Victor; Tummers, Lars, 2018. Innovation in the public sector: Towards an open and collaborative approach. *International Review of Administrative Sciences*, 84(2), 209–213. doi:10.1177/0020852318761797

Buchheim, Laurin; Krieger, Alexander & Arndt, Sarah ,2019. Innovation types in public sector organizations: a systematic review of the literature. *Management Review Quarterly*, Springer, vol. 70(4), pages 509-533-. doi:10.1007/s11301-019-00174-5

Bugshan, H. ,2015. Co-innovation: the role of online communities. *Journal of Strategic Marketing*, 23, 2, 175-186.

Cai, Y., Ferrer, B. R., & Lastra, J. L. M. ,2019. Building university-industry co-innovation networks in transnational innovation ecosystems: Towards a transdisciplinary approach of integrating social sciences and artificial intelligence. *Sustainability* . 11, no. 17: 4633. <https://doi.org/10.3390/su11174633>

collaborative-innovators, 2021. Collaborative Innovation between Startups and the Public Sector. collaborative-innovators. Available at: <https://collaborative-innovators.org/assets/files/Collaborative-Innovation-between-Startups-and-the-Public-Sector.pdf>.

CORREIA, SUZANNE ÉRICA NOBREGA; OLIVEIRA, VERONICA MACARIO DE; GOMEZ, CARLA REGINA PASA ,2016. Dimensions of social innovation and the roles of organizational actor: the proposition of a framework. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 17(6), 102–133. doi:10.1590/1678-69712016/administracao.

v17n6p102-133

Dawson, P., & Daniel, L. , 2010. Understanding social innovation: a provisional framework. *International Journal of Technology Management = Journal International De La Gestion Technologique*, 51, 1, 9.

Fox, C.; Grimm, R. , 2015. The role of social innovation in criminal justice reform and the risk posed by proposed reforms in England and Wales. *Criminology and Criminal Justice*, 15(1), 63–82. doi:10.1177/1748895813511832 .

Fox, Chris; Jalonen, Harri; Baines, Sue & Bassi, Andrea , 2019. Co-creation of Public Service Innovation - Something Old, Something New, Something Borrowed, Something Tech. *Turku University of Applied Sciences*

Fraczkiewicz-Wronka, A., & Wronka-Pospiech, M. ,2018. How practices of managing partnerships contributes to the value creation-Public-social partnership perspective. *Sustainability (switzerland)*, 10, 12.)

Gaoqing, Wu ,2018. On the Status and Function of Judicial Justice in Social Governance Innovation. *Social Sciences in China*, 39(3), 130–148. doi:10.1080/02529203.2018.1483108

Gasco-Hernandez, M., Sandoval-Almazan, R., Gil-Garcia, J.R. ,2017. Open Innovation and Co-creation in the Public Sector: Understanding the Role of Intermediaries. In: , et al. *Electronic Participation. ePart 2017. Lecture Notes in Computer Science()*, vol 10429. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64322-9_12

Goldenberg, M., Kamoji, W., Orton, L., & Williamson, M. ,2009. Social innovation in Canada: An update. Ottawa: Canadian Policy Research Networks.

Gouillart, F. and Hallett, T., 2022. Co-Creation in Government (SSIR). [online] [Ssir.org](https://ssir.org). Available at: <https://ssir.org/articles/entry/co_creation_in_government#> [Accessed 8 April 2022].

Guaipatin, Carlos. , 2014. How to Promote High-Impact Innovations through Social Innovation Funds: A Call for Public-Private Partnerships. *Inter-American Development Bank*.

Hagan, Margaret , 2019. Participatory Design for Innovation in Access to Justice. *Daedalus*, 148(1), 120–127. doi:10.1162/daed_a_00544 .

Howaldt, J., & Schwarz, M. , 2010. Social innovation: Concepts, research fields and international trends. Dortmund: Sozialforschungsstelle Dortmund.

Hulgård, Lars & Ferreira, Silvia, 2019. Social Innovation and Public Policy. https://www.socialinnovationatlas.net/fileadmin/PDF/volume-2/01_SI-Landscape_Global_Trends/01_04_SI-and-Public-Policy_Hulgard-Ferreira.pdf

Jacobs, H. ,2013. Co-innovation through multiple social identity processes: The story of a South African co-op owned business. *European Business Review*, 25, 1, 42-64.

Kallio, K., Lappalainen, I., & Tammela, K. ,2013. Co-innovation in public services: Planning or experimenting with users?. *Innovation Journal*, 18, 3; 1-16.

Kallio, K., Lappalainen, I., & Tammela, K., 2013. Co-innovation in public services: Planning or experimenting with users? *The Innovation Journal*, 18(3). https://www.innovation.cc/scholarly-style/18_3_7_kallio_inovate-public-serve.pdf

Kumari, R., Lee, B.-H., Choi, K., Kumari, R., Lee, B.-H., Choi, K., & Kwon, K.-S. ,2020. Co-creation for social innovation in the ecosystem context: The role of higher educational institutions. *Sustainability (switzerland)*, 12, 1, 1-21.

Lee, S. M., Olson, D. L., & Trimi, S. , 2012. Co-innovation: convergenomics, collaboration, and co-creation for organizational values. *Management Decision London Then Bradford-*, 50, 5, 817-831.

McKinsey & Company, 2021. *New Allies: How governments can unlock the potential of social entrepreneurs for the common good*. Ashoka, Catalyst 2030, Echoing Green, Schwab Foundation and the Skoll Foundation.

Mogstad, A.K., Høiseith, M., & Pettersen, I.N. ,2018. Co-creation and co-design in Public Service Innovation : A review of how to encourage employee engagement <https://www.semanticscholar.org/paper/Co-creation-and-co-design-in-Public-Service-%3A-A-of-Mogstad-H%C3%B8iseith/6a78b150e1ac277d59d4168bc71038d4f49830fa>

MULGAN, G. ,2006. The process of social innovation. *Innovations*, 1, 2, 145-162.

Mulgan, G. ,2012. The Theoretical Foundations of Social Innovation. In: Nicholls, A., Murdock, A. (eds), *Social Innovation*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9780230367098_2

Mulgan, G., & National Endowment for Science, Technology and the Arts (Great Britain). ,2007. *In and out of sync: The challenge of growing social innovations*. London: NESTA.

Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., Sanders, B., & University of Oxford. ,2007. *Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated*. London: Young Foundation.

Mulyaningsih, H. D., Gatot, Y., & Bambang, R. ,2014. Initial conceptual model of knowledge-based social innovation. *World Applied Sciences Journal*, 30,

Mumford, M. ,2002. Social Innovation: Ten Cases From Benjamin Franklin. *Creativity Research Journal*, 14, 2, 253-266.

Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. ,2010. The open book of social innovation. London: Young Foundation.

Nicholls, A., Murdock, A. ,2012. The Nature of Social Innovation. In: Nicholls, A., Murdock, A. (eds) Social Innovation. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9780230367098_1.

OECD, 2014. Innovating the Public Sector: from Ideas to Impact. OECD Conference Centre, Paris.

Paschen, Jana-Axinja & Ayre, Margaret & King, Barbara & Reichelt, Nicole & Nettle, Ruth. ,2021. Shaking it up: The realities of ‘doing’ co-innovation in a privatised agricultural advisory and extension system. *Journal of Rural Studies*.87. 338-351. [10.1016/j.jrurstud.2021.09.003](https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.09.003).

Phills Jr., J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. ,2008. Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34–43. <https://doi.org/10.48558/GBJY-GJ47>

Ramadani, Veland; Anggadwita, Grisna; Welsh, Dianne H.B.; Permatasari, Anggraeni ,2020. Social innovation in public sector services. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 6(3), 416–. [doi:10.1504/ijpspm.2020.107770](https://doi.org/10.1504/ijpspm.2020.107770).

Schroer, A. , 2021. Social Innovation in Education and Social Service Organizations. Challenges, Actors, and Approaches to Foster Social Innovation. *Frontiers in Education*, 5.

Scupola, A., Fuglsang, L., Gallouj, F., & Vorre, H. A. , 2021. Understandings of Social Innovation within the Danish Public Sector: A Literature Review. *Administrative Sciences*, 11, 2, 49.

Sinclair, S. P. , 2018. Social innovation, social enterprise, and local public services: Undertaking transformation?. *Social Policy & Administration*, 52, 7, 1317-1331.

Toivonen, M., & Saari, E. ,2019. Human-Centered Digitalization and Services. Springer Singapore.

Unceta, A., Castro-Spila, J., & Garcia, F. J. , 2017. The three governances in social innovation. *Innovation: the European Journal of Social Science Research*, 30, 4, 406-420.

Voorberg, W. H.; Bekkers, V. J. J. M.; Tummers, L. G. ,2014. A Systematic Review of Co-Creation and Co-Production: Embarking on the social innovation journey. *Public Management Review*, (), 1–25. [doi:10.1080/14719037.2014.93050](https://doi.org/10.1080/14719037.2014.93050).

Hood, C., & Margetts, H. Z. , 2007. The tools of government in the digital age. Houndmills {etc.: Palgrave Macmillan.

Capano, G., & Howlett, M. ,2020. A modern guide to public policy. Cheltenham Northampton, MA Edward Elgar Publishing.

Thomas, J., & Harden, A., 2008. Methods for The Thematic Synthesis of Gualitative Research in Systematic Review. BMC Medical Research Methodology. 8, (45) (2008). <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>.

Mobin Dehkordi, A., Keshtkar Haranki, M., 2015. Social Innovation: An Exploration of Conceptualization Based on the Content Analysis of Definitions. Innovation Management Journal,; 4(2): 115-134(In Persian).

Afrouznia, A., Jandaghi, G., Zaraee Matin, H. , 2022. Identifying the challenges influencing social innovation in the context of a social organization (Case study: Imam Khomeini Relief Foundation). Innovation Management Journal; 11(1):35-60. (In Persian).

Chitsazian, A., Sadeghikia, M. A, 2019. Public Participation in Social Innovation. Innovation Management Journal; 8(1): 1-20. (In Persian).

افروزنیا، ع.، جندقی، غ. و زارعی متین، حسن. ، ۱۴۰۱. شناسایی چالش‌های مؤثر بر نوآوری اجتماعی در بستر یک سازمان اجتماعی (مورد مطالعه: کمیته امداد امام خمینی (ره)). مدیریت نوآوری، ۱۱(۱)، ۳۵-۶۰.

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

چیت‌سازیان، ع. و صادقی کیا، م. ، ۱۳۹۸. مشارکت مردمی در نوآوری اجتماعی. مدیریت نوآوری، ۸(۱)، ۱-۲۰.

1. Co-innovation
2. Social Co-innovation
3. collaboration
4. coordination
5. Co- creation
6. convergence
7. complementary
8. Participatory governance
9. Human-Centric Service innovation
10. Nodality- Authority- Treasure- Organization
11. closed innovation
12. collaborative innovation
13. Open innovation
14. collaboration with civil society
15. social entrepreneurs
16. public-private innovation partnerships
17. social construct
18. Prepare
19. Co-define
20. Implement
21. Thematic Synthesis



شروېشگاه علوم انساني و مطالعات فرهنگي
پرتال جامع علوم انساني