

مقاله پژوهشی

صفحات ۲۱-۵

## طراحی مدل مفهومی نوآوری اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد با رویکرد گراندتئوری

20.1001.1.24767220.1403.14.4.1.6

سمیرا لقمان استرکی<sup>۱</sup>

### چکیده

هدف اصلی این پژوهش شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد اصلی نوآوری اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد و ارائه مدل با استفاده از راهبرد گراندتئوری است. روش این تحقیق از نظر نتیجه در دسته تحقیقات کاربردی - توسعه‌ای، از نظر هدف جز تحقیقات اکتشافی و از حیث روش در زمره تحقیقات کیفی مبتنی بر راهبرد گراندتئوری است. ابزار جمع‌آوری داده‌های تحقیق مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه نوآوری اجتماعی و مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد است. برای تحلیل داده‌های پژوهش از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. پس از پیاده‌سازی و تحلیل مصاحبه‌ها، کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) انجام شد. نتایج نشان داد که نوآوری اجتماعی سمن‌ها توسط شرایط علی (کار گروهی، اعتمادسازی فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی و تفکر سیستمی)، دلایل زمینه‌ای (سیاست‌گذاری، نگرش‌ها و سرمایه‌گذاری)، عوامل مداخله‌گر (قانونی، سیاسی، سازمانی و منابع مالی)، مقوله محوری (نوآوری اجتماعی سمن‌ها)، راهبردها (حمایتی، آموزش و توانمندسازی، ارتباطات، مشارکتی و مدیریتی) و پیامدهای (توسعه سمن‌ها، تحول اجتماعی و ارتقای کیفیت زندگی) تحقق می‌یابد. نتایج نشان می‌دهد که مدل پژوهش از سطح خوبی برخوردار است.

واژگان کلیدی: نوآوری اجتماعی، سازمان مردم‌نهاد، گراندتئوری، سیاست‌گذاری اجتماعی

تاریخ پذیرش: ۸ آبان ۱۴۰۳

تاریخ بازنگری: ۸ آبان ۱۴۰۳

تاریخ دریافت: ۷ آبان ۱۴۰۳

## مقدمه

نوآوری اجتماعی مفهومی است که در دهه‌های اخیر توسعه یافته است و همچنان موضوعی برای جست‌وجو و گفت‌وگو در نشریات علمی محسوب می‌شود (Galatti and Baruque-Ramos, 2022; Hermundsottir and Aspelund, 2022; Lee et al., 2021; Lombardi, 2020). تفسیرهای متنوعی از نوآوری اجتماعی وجود دارد (Phil-), Pelka and Terstriep, 2016; (lips and Lee, 2015; Ramani, 2017; Tsai, 2015). نوآوری‌های اجتماعی به اندیشه‌ها، نهادها یا شیوه‌های کاری تازه‌ای اشاره دارد که در مقایسه با رویکردهای موجود، به شکل مؤثرتری به نیازهای اجتماعی رسیدگی می‌کند (Social Innovation Europe, 2012) و الگویی نوین از روش‌های اجتماعی برای حل مسائل اجتماعی با بازیگران جدید فراهم می‌کند (Howaldt and Schwarz, 2021). نوآوری‌های اجتماعی نقش مهمی در پرداختن به انواع مختلف مسائل اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی مردم ایفا می‌کنند (Kluvankov, 2021) و در پاسخ به حل مسائل و نیازهای اجتماعی، راه‌حل‌های نوآورانه و جدیدی ارائه می‌دهند که در مقایسه با راه‌حل‌های قبلی، مؤثرتر، کارآمدتر و یا حتی عادلانه‌تر هستند (Chitsazian and Sade, 2019). نوآوری‌های اجتماعی بازیگران متعددی دارند. با این‌که بازیگران مختلفی مانند بخش دولتی، بخش خصوصی، جامعه مدنی و یا ترکیبی از آن‌ها می‌توانند نوآوری‌های اجتماعی را رهبری کنند، (Michellini, 2012) اما این نوآوری‌ها عمدتاً از سوی سازمان‌هایی انجام می‌شوند که اهداف اجتماعی را در اولویت خود قرار داده‌اند (Mulgan, 2006). نوآوری‌های اجتماعی که از سوی این بازیگران تحقق می‌یابد، ماهیتی بشردوستانه و نوع‌دوستانه دارند (Schmidpeter and Osburg, 2013). خیریه‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد از مهم‌ترین بازیگران نوآوری‌های اجتماعی به شمار می‌روند (Chitsazian and Sadehikia, 2019). در واقع سیاست‌گذاران، نهاد‌های غیردولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد، مؤسسه‌های خیریه و کارآفرینان در سرتاسر دنیا، توجه فزاینده‌ای به نوآوری اجتماعی به مثابه ابزاری برای پرداختن به مشکلات مختلف، از فقر و بی‌خانمانی گرفته تا تخریب محیط‌زیست، نشان داده‌اند (Karimi et al., 2019). سازمان‌های مردم‌نهاد به‌طور مسالمت‌آمیز از روش‌های مختلف در سیاست عمومی تأثیر می‌گذارند. نقش این سازمان‌ها تعارض با مسئولان امور دولتی نیست، بلکه نقش آن مشاوره به‌منظور خدمت‌رسانی به عموم جامعه است (Geoffroy and Alain, 2010). بنابراین، مشارکت اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد اطلاعات مفیدی را برای سیاست‌گذاران اجتماعی فراهم می‌کند و همچنین به شناسایی علت مشکلات نیز کمک می‌کند (Leskinen, 2004). به این ترتیب، ابزاری برای قاعده‌مند کردن

رفتارهای محیط خواهد بود و به تبع آن، امکان سیاست‌گذاری اجتماعی یا برنامه‌ریزی فرایندهای اجتماعی منطبق با نیازها را فراهم خواهد کرد (Moeinian et al., 2023).

بررسی و مطالعه ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که با وجود مطالعات مختلف درباره نوآوری اجتماعی، الگو یا مدل جامعی وجود ندارد که بتواند تمامی ابعاد و مؤلفه‌های این حوزه را به‌درستی ترسیم کند و آن را بررسی نماید. از سوی دیگر، پژوهش‌های موجود نیز گاهی نتایج متناقضی ارائه داده‌اند. بنابراین، ارزیابی و پر کردن این خلأ علمی، اساسی‌ترین مسئله این پژوهش است. نوآوری مطالعه حاضر در این است که با وجود توسعه نوآوری اجتماعی و کاربردهای آن در سازمان‌ها و نهادهای مختلف، ابعاد جدیدی مطالعه و بررسی شده است که در پژوهش‌های قبلی به آن پرداخته نشده بود. به همین دلیل، شناخت الگو و مدل جامع نوآوری اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد، عوامل تأثیرگذار بر آن، طرح راهبردهای استخراج‌شده از این عوامل و همچنین شناسایی عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و پیامدهای نوآوری اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد ضروری است. بنابراین، با توجه به موارد فوق، پرسش‌های اصلی پژوهش این‌گونه مطرح می‌شود: مدل مفهومی نوآوری اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد چگونه است؟ مؤلفه‌ها و ابعاد اصلی تشکیل‌دهنده این مدل کدام‌اند؟

## ۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

حوزه نوآوری اجتماعی، مسائل پیچیده اجتماعی و نیازهای برطرف‌نشده از طریق فعالیت‌ها و خدمات جدید است که ارزش اجتماعی را افزایش می‌دهد (Dayson, 2017). نوآوری اجتماعی راهکاری مبتکرانه برای حل مشکلات اجتماعی است که به‌جای افراد، برای کل جامعه ارزش و منفعت خلق می‌کند (Schmit, 2015). همچنین، فرایندی است که منجر به تغییرات بنیادی در سطوح خرد، میانی و کلان جامعه می‌شود (Spadafora and Rappasini, 2024). تعریف نوآوری اجتماعی به‌مثابه یک فرایند، ذاتاً مفهومی بحث‌برانگیز است (Neary Dave, 2015) و هیچ تعریف واحدی که به‌طور گسترده برای نوآوری اجتماعی پذیرفته شده باشد، وجود ندارد. با این حال، تلاش‌های متعددی برای ارتقای وضوح مفهومی آن صورت گرفته است (Szijar, 2018). نوآوری اجتماعی شامل مفهوم‌های جدیدی است که به محصولات، خدمات و مدل‌های جدید مربوط می‌شود و به‌طور هم‌زمان نیازهای اجتماعی را مؤثرتر از جایگزین‌ها برآورد می‌کند و همکاری‌ها و روابط اجتماعی جدی را فراهم می‌سازد. به‌عبارت دیگر، نوآوری‌هایی هستند که هم برای جامعه مطلوب‌اند و هم ظرفیت جامعه را برای عمل افزایش می‌دهند (Murray et al., 2010). به عبارت دیگر، نوآوری اجتماعی ایده‌ای است که

سرمایه‌گذاری برای جلب مشارکت، توانایی مدیریت، توانایی شبکه‌سازی، توانایی سیاست‌گذاری کلی، زیرساخت‌های فرهنگی و آموزشی لازم، وجود سازمان‌های توانمند قانونی برای رفع مشکلات اجرایی، تسهیل هماهنگی‌ها، کنترل، مهار و کاهش آثار بحران به‌مثابه هشت عامل اصلی در نوآوری اجتماعی مبتنی بر مشارکت دولت و سازمان‌های مردم‌نهاد شناسایی شدند. محبوبی، شریعت‌پناهی و تقی‌زاده (2023) ابهام در اهداف، ضعف در همکاری نیروهای داوطلب سمن، محدودیت حوزه فعالیت، ضعف مدیریتی، آگاهی، دانش و تخصص ناکافی در حوزه خانواده‌های در معرض آسیب و ناآشنایی با مختصات کار مشارکتی اعضا را از مهم‌ترین چالش‌های درون‌سازمانی سمن‌ها می‌دانند. از سوی دیگر، برخی از چالش‌های برون‌سازمانی که مشارکت سازمان‌های مردم‌نهاد را در قبال خانواده‌های در معرض آسیب تحت تأثیر قرار می‌دهد، شامل تلقی خیره‌ای از سمن‌ها، اعتماد پایین مردم به سمن‌ها، مشارکت پایین زنان در امور داوطلبانه در حوزه آسیب، ضعف شبکه‌سازی در سمن‌ها، تلقی سیاسی از فعالیت سمن‌های حوزه آسیب، ضعف حضور در عرصه سیاست‌گذاری، نبود رویکرد یکپارچه در تعامل سمن‌ها با دولت و کاستی در شفافیت ساختار قانونی سمن‌ها است.

سعدآبادی و همکاران (2021) تحقیقی با عنوان به‌کارگیری نوآوری اجتماعی برای بهبود عملکرد مؤسسات خیریه ارائه داده‌اند. این پژوهش به روش اقدام‌پژوهی و تفکر سیستمی و با هدف افزایش اثربخشی و بهره‌وری عملکرد سازمان‌های خیریه از طریق نوآوری اجتماعی انجام شد. نتایج بررسی پیشنهادها آن‌ها در دو قالب راه‌حل‌های فوری و بنیادی ارائه گردید. راه‌حل‌های فوری شامل همکاری و جذب سرمایه جمعی و راه‌حل‌های بنیادی شامل بهبود وضعیت اقتصادی، تخصص خرده‌وام‌ها، نوآوری مقرون‌به‌صرفه و نوآوری همگانی است.

چیت‌سازبان و صادقی‌کیا (2019) با استفاده از روش تحلیل مضمون به شناسایی ابعاد مشارکت مردمی در نوآوری‌های اجتماعی پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که مضامین فراگیر آگاه‌سازی، تقویت هویت و انسجام اجتماعی جامعه، تسهیل و جذاب‌سازی مشارکت داوطلبانه، یادگیری و مهارت‌افزایی، اعتمادسازی و بهبود تعامل و ارتباط کنشگران اصلی به‌منزله ابعاد اصلی مشارکت مردمی در نوآوری‌های اجتماعی شناسایی شده‌اند.

کریستینا و گزا (2024) در مطالعه‌ای با عنوان ابتکارات نوآوری اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد مجارستان به این نتیجه دست رسیده‌اند که مشکلات پیش‌روی منطقه (مهاجرت، سالمندی، بیکاری و نابرابری‌های آموزشی) نیازمند شناسایی دقیق نیازهای محلی و مشارکت مردم در تصمیم‌گیری است. یکی از ابزارهای این ابتکارات، نوآوری اجتماعی و حمایت از تلاش‌های نوآوری

نتیجه‌اش به مصلحت عموم است (Niazi et al., 2023). طبق تعریف سازمان جهانی توسعه و همکاری‌های اقتصادی، نوآوری اجتماعی به‌دنبال یافتن پاسخ‌های جدید برای مسائل و مشکلات اجتماعی است. نوآوری اجتماعی در زمینه‌های مختلف، همچون آموزش و پرورش (Iqbal and Piwowar-Sulej, 2022; Riv-ers et al., 2015)، مراقبت‌های بهداشتی (Ahmed et al., 2021; Husebø et al., 2020)، محیط‌زیست (Galatti and Baroque-Ramos, 2021; al., 2021)، اشتغال (Szymanska, 2021; Kapoor), یکپارچگی اجتماعی (and Weerakkody, 2018 Campopiano and Bassani, 2022; Hermundsdot-tir and Aspelund, 2022; Jaeger-Erben et al., 2015) گسترش یافته است. این حوزه به مسائل پیچیده اجتماعی و نیازهای برآورده‌نشده از طریق فعالیت‌ها و خدمات نوین که ارزش اجتماعی را افزایش می‌دهند، پرداخته و از سوی سیاست‌گذاران دولتی راه‌حلی برای خلق و آزمایش خدمات جدید تلقی می‌شود (Daykhes, 2017). در این میان، سازمان‌های مردم‌نهاد یکی از محیط‌های پویا برای ایجاد نوآوری اجتماعی به‌شمار می‌آیند. سازمان مردم‌نهاد که به‌اختصار «سمن» نامیده می‌شود، سازمانی است با شخصیت حقوقی مستقل، غیردولتی، غیرانتفاعی و غیرسیاسی که به‌منظور فعالیت‌های داوطلبانه با گرایش‌های فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و بشردوستانه فعالیت می‌کند. این سازمان بر اساس قانونمندی و اساسنامه مدون، ضمن رعایت چهارچوب قوانین موضوعه کشور و مفاد آیین‌نامه‌های اجرایی آن، به فعالیت خود ادامه می‌دهد (Karami et al., 2019). به عبارت دیگر، سازمان مردم‌نهاد اصطلاحی متفاوت از بخش خصوصی و دولتی است و ماهیتی داوطلبانه و غیرسیاسی دارد. در واقع بر اساس سه مؤلفه اساسی غیردولتی بودن، غیرانتفاعی بودن و داوطلبانه بودن، می‌توان تعریفی از سازمان‌های مردم‌نهاد ارائه داد که با اهداف مشخص و آشکار پیرامون نیازهای اجتماعی مشترک گرد آمده‌اند. سازمان‌های مردم‌نهاد به‌دلیل مردمی بودن به‌سرعت نیازهای برآورده‌نشده را در سطح جامعه شناسایی می‌کنند و این سرعت، آن‌ها را قادر می‌سازد تا سریع‌تر معضلات را برطرف کنند (Park and Yoon, 2022). سازمان‌های مردم‌نهاد واسطه مطالبات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی میان دولت و مردم و همچنین عامل نوآوری و تغییر هستند.

در ادامه، مهم‌ترین فعالیت‌های پژوهشی مرتبط با نوآوری اجتماعی و سازمان‌های مردم‌نهاد، بررسی و تحلیل می‌شوند. معینیان و همکاران (2022) مطالعه‌ای با هدف کنترل بحران کوید-۱۹ با تأکید بر نوآوری‌های اجتماعی مبتنی بر مشارکت مردمی در سازمان‌های مردم‌نهاد انجام دادند. بر اساس یافته‌های پژوهش، مقوله‌های اثربخشی مشارکت‌های مردمی،

در این حوزه ارائه نشده است. بنابراین، با توجه به اهمیت نوآوری اجتماعی در سازمان‌ها و شناخت ابعاد مختلف آن، پژوهش حاضر انجام شده است.

## ۲. روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، توسعه‌ای - کاربردی است؛ زیرا از یک سو به بررسی نوآوری اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌پردازد و از سوی دیگر، نتایج آن می‌تواند در جهت ارتقای نوآوری اجتماعی سمن‌ها استفاده شود و الهام‌بخش سایر سازمان‌های اجتماعی نیز باشد. این پژوهش از لحاظ رویکرد اکتشافی است و شیوه انجام آن نیز ماهیتی کیفی دارد. در این تحقیق، از روش نظریه داده‌بنیاد با رویکرد اشتراوس و کوربین استفاده شده است که بر شناسایی شرایط علی، دلایل زمینه‌ای، مقوله محوری، عوامل مداخله‌گر، راهبردها، پیامدها و ارتباط بین آن‌ها مبتنی است. جامعه آماری این پژوهش مدیران و متخصصان سمن‌ها، کارشناسان و سایر خبرگان آگاه به حوزه نوآوری اجتماعی در کلان‌شهر تهران هستند. روش نمونه‌گیری نیز به صورت هدفمند و همراه با روش گلوله‌برفی انجام شده است و این فرایند تا دستیابی به اشباع نظری، یعنی زمانی که داده جدیدی به یافته‌های قبلی اضافه نشود، ادامه یافته است. در این پژوهش، تعداد ۱۰ مصاحبه انجام شده است که متوسط زمان مصاحبه‌ها بین ۵۰ تا ۹۰ دقیقه بوده است. در جدول شماره ۱، توصیف جمعیت‌شناختی نمونه‌های موردنظر آورده شده است. بر اساس این جدول، بیشتر خبرگان مصاحبه‌شونده دارای سمت اجرایی بودند و بیشتر افراد مدرک دکتری داشتند. همچنین، بانوان ۴ نفر و آقایان ۶ نفر از خبرگان مصاحبه‌شونده را تشکیل دادند. بیشتر خبرگان (۶ نفر از ۱۰ نفر) مصاحبه‌شونده، دارای بیش از ۱۰ سال سابقه فعالیت حرفه‌ای در حوزه مرتبط با پژوهش بوده‌اند.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی مصاحبه‌ها، از روش تحلیل محتوا مبتنی بر فرایند کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی، براساس رویکرد نظریه داده‌بنیاد استفاده شده است. بدین منظور، در گام نخست به هر عبارت یا جمله مهم موجود در مصاحبه‌ها، یک مفهوم اختصاص داده شد که به آن کدگذاری باز می‌گویند. در مرحله بعد با بررسی دقیق ابعاد مختلف مفاهیم و مقوله‌های به دست آمده و کشف ارتباط و پیوند بین آن‌ها، کدگذاری محوری انجام شد. در ادامه، طی فرایندهای لازم، مقوله‌های پالایش شده کدگذاری انتخابی شدند، ابعاد و مؤلفه‌های پژوهش و روابط میان آن‌ها شناسایی شدند و در قالب مدل مفهومی پژوهش ترسیم گردیدند. از میان ابعاد کشف شده یکی از این عناصر به منزله مقوله محوری تعیین شد و سایر مقوله‌ها در نقش شرایط علی، دلایل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر،

اجتماعی است. بازیگران کلیدی در فرایند نوآوری اجتماعی، سازمان‌های مردم‌نهاد هستند که نوآوری اجتماعی را در درجه اول یک مأموریت می‌بینند. علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد که شناسایی ذی‌نفعان در فرایند نوآوری اجتماعی، نقش ارتباطات (اطلاعات)، برنامه‌ریزی منابع مالی و نظام مراقبت اجتماعی محلی از اهمیت بالایی برخوردار است.

نتایج تحقیق باتزین و ترستریپ (2023) در بررسی بازیگران و نقش‌های نوآوری اجتماعی نشان داد که بازیگران متعددی مانند سازمان‌های غیرانتفاعی و مردم‌نهاد، بخش دولتی، شرکت‌های خصوصی و... در نوآوری اجتماعی نقش دارند. از میان این بازیگران، سازمان‌های مردم‌نهاد با ۴۶/۴ درصد در رتبه اول قرار دارند و سهم بیشتری در نوآوری اجتماعی در برابر سایر نهادها دارند.

زاجدا و همکاران (2020) تحقیقی باهدف ارائه ابزاری برای سنجش میزان اجرای نوآوری‌های اجتماعی محصول‌محور در سازمان‌های مردم‌نهاد انجام داده‌اند و در نهایت مدلی را پیشنهاد کردند که از طریق آن امکان ارزیابی کمی فعالیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد فراهم می‌گردد.

بیبو و همکاران (2012) در پژوهشی به بررسی نوآوری اجتماعی در مدیریت سازمان‌های مردم‌نهاد پرداختند. پرسش اصلی این پژوهش این بود که جنبه‌های اصلی نوآوری اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد چیست و چگونه این رویکرد می‌تواند برای این سازمان‌ها ایجاد ارزش کند؟ یافته‌ها نشان داد که جنبه‌های اصلی نوآوری اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد با عواملی همچون شکست بخش عمومی و بازار، همبستگی انسانی، نیاز به توانمندسازی جمعی، نوع بازاری که سازمان‌های مردم‌نهاد در آن خدمت می‌کنند، نیاز به مشروعیت سازمانی، کمبود سهام، هدف اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد و نحوه عملکرد ضمنی آن‌ها، ظرفیت مالی ذی‌نفعان سازمان‌های مردم‌نهاد و غیره تعیین می‌شود.

لانگ (2012) در تحقیقی با عنوان پاسخگویی سازمان‌های مردم‌نهاد در جامعه مدنی و حوزه عمومی‌شان به بررسی این موضوع می‌پردازد که سازمان‌های مردم‌نهاد در کشورهای جهان سوم به طور فزاینده‌ای به وسایل بالقوه‌ای در خدمت ایدئولوژی تبدیل شده‌اند. در پایان نتیجه می‌گیرد که دیدگاه‌های مدرن رادیکال برای اصلاح پاسخگویی در توضیح مشکلات تحقیقات تجاری مفید هستند، اما برای بررسی نقاط قوت و محدودیت سمن‌ها و اصلاح در حوزه مدنی و اجتماعی، می‌توانند توسعه یابند.

بررسی‌های انجام شده در پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه در زمینه نوآوری اجتماعی سمن‌ها، پژوهش‌هایی در داخل و خارج کشور انجام شده است، اما تاکنون مدل جامع و روشنی

جدول ۱: مشخصات خبرگی

کد	جنسیت	تحصیلات	سابقه	سمت
خبره ۱	زن	کارشناسی ارشد	۱۱ سال	کارآفرین اجتماعی
خبره ۲	مرد	دکتری	۱۰ سال	مدرس و محقق دانشگاه
خبره ۳	مرد	دکتری	۱۴ سال	خبره صنعت
خبره ۴	مرد	کارشناسی ارشد	۱۱ سال	مدیر سمن
خبره ۵	زن	کارشناسی ارشد	۹ سال	مدیر سمن
خبره ۶	زن	دکتری	۷ سال	مدیر سمن
خبره ۷	مرد	دکتری	۱۲ سال	نوآور اجتماعی - سازمانی
خبره ۸	مرد	کارشناسی	۱۳ سال	مدیر سمن
خبره ۹	زن	دکتری	۸ سال	نوآور اجتماعی-سازمانی
خبره ۱۰	مرد	دکتری	۱۵ سال	مدیر سمن

انجام شد که این مراحل شامل مطالعه و جمع‌آوری داده‌های اولیه، انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان، کدگذاری داده‌ها برای دستیابی به مفاهیم، مؤلفه‌ها و ابعاد؛ شناسایی مؤلفه‌های جدید و برقراری و شناسایی روابط بین مؤلفه‌ها و ابعاد است. در این راستا، ۳ نوع کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) صورت گرفت. سپس، از داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌شوندگان ۱۱۲ مفهوم (کدگذاری باز) استخراج شد که در مرحله بعد، با استفاده از کدگذاری محوری، این مفاهیم در قالب ۱۹ مقوله فرعی قرار گرفتند که شامل کار گروهی و تیمی، اعتمادسازی، فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی، تفکر سیستمی، سیاست‌گذاری، نگرش‌ها، سرمایه‌گذاری، قانونی، سیاسی، سازمانی، منابع مالی، حمایتی، آموزش و توانمندسازی، ارتباطات، مشارکتی، مدیریتی، توسعه سمن‌ها، تحول اجتماعی و ارتقای کیفیت زندگی هستند. درنهایت، این ۱۹ مقوله نیز در قالب پنج مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی) قرار گرفتند.

### ۳-۱. کدگذاری باز

در کدگذاری باز، پژوهشگر با ذهنی باز به نام‌گذاری مفاهیم می‌پردازد و محدودیتی برای تعداد کدها قائل نمی‌شود. هدف از کدگذاری باز، تجزیه مجموعه داده‌های گردآوری شده به

راهبردها و پیامدها در مدل جای‌گذاری شدند. برای بررسی صحت و تأیید روایی در این پژوهش از چهار معیار اعتبار، انتقال‌پذیری، اطمینان‌پذیری و تأییدپذیری لینکلن و کوبا استفاده شد (Guba and Lincoln, 2005). برای سنجش پایایی ابزار پژوهش حاضر از ضریب کاپای کوهن استفاده شده است. براین اساس، از ۳ نفر از خبرگان حوزه گردشگری سلامت درخواست شد که در مورد مدل ارائه‌شده و ابعاد مختلف آن در حوزه‌های مداخله‌گر، زمینه‌ای، علی، پیامدها و راهبردها و نیز مقوله اصلی، در یک رتبه سه‌درجه‌ای (ضعیف، متوسط، خوب) به هر یک از ابعاد و اجزای آن امتیاز دهند و نظرات خود را در مورد روایی این مورد اعلام کنند. درنهایت، مقدار شاخص کاپای به‌دست‌آمده از آزمون کاپا برابر است با  $0.7995$  (بالتر از  $0.60$ ) که در سطح توافق معتبر قرار گرفته است. لذا با توجه به آزمون ( $0.7995$ ) و سطح معناداری کوچک‌تر از  $0.05$  می‌توان ادعا کرد که پایایی مدل تأیید می‌شود.

### ۳. یافته‌ها (تحلیل داده‌های پژوهش)

در این پژوهش مراحل رویکرد گرانددتئوری<sup>۱</sup> در چهار مرحله

1. Grounded theory

کوچک‌ترین اجزای مفهومی ممکن است. کدگذاری باز شامل سه مرحله است. در مرحله اول، برای بررسی عمیق منابع اطلاعاتی پژوهش، کدهای اولیه شناسایی می‌شود و این کدها در مراحل بعدی و پس از تحلیل، ابتدا در قالب مفاهیم طبقه‌بندی می‌شوند و سپس این مفاهیم در قالب مقوله‌ها

دسته‌بندی می‌گردند. در این پژوهش، در مرحله کدگذاری باز از مجموع ۱۰ مصاحبه انجام شده، ۱۱۲ کد توصیفی استخراج شده است. کدگذاری باز حاصل از یک نمونه مصاحبه، در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: نمونه کدگذاری باز

متن مصاحبه	کدهای باز
نبود دانش حرفه‌ای در مورد سمن‌ها در ایران یکی از خلأهای بزرگ است؛ بنابراین، از طریق راهبردهای آموزشی می‌توان در حوزه‌های مختلف تولید محتوا کرد و در نتیجه، دانش تخصصی و حرفه‌ای سمن‌ها را ارتقا داد.	بهبود دانش حرفه‌ای و تخصصی سمن‌ها در حوزه‌های مختلف
سمن‌ها و خیرین می‌توانند با همکاری سازمان‌های دیگر، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی مختلف را برگزار کنند.	برگزاری کارگاه‌های مهارتی
برای پیشگیری از بروز آسیب‌های اجتماعی، ما باید از طریق شیوه‌های آموزشی و انگیزشی افراد را آماده کنیم و تغییرات مطلوبی را هم در سطح فردی و هم اجتماعی در آن‌ها ایجاد کنیم.	توانمندسازی فردی و اجتماعی

### ۲-۳- کدگذاری محوری

چهارچوب کمک می‌کند تا ارتباط سایر طبقات با طبقه محوری در این موارد گنجانده شود: زمینه، علل، شرایط مداخله‌گر و راهبردها و پیامدها. در کدگذاری محوری، مبانی و پایه‌های کدگذاری انتخابی پی‌ریزی می‌شود. در جدول ۳، نمونه کدگذاری محوری نمایش داده شده است.

پس از انجام کدگذاری باز، در کدگذاری محوری، محورهای اصلی در مجموعه داده‌ها مشخص می‌شود و در مرحله بعدی، کدگذاری حول این محورها انجام می‌گردد. نظریه، تحت کنترل یک چهارچوب مشخص ساخته می‌شود. این

جدول ۳: نمونه کدگذاری محوری

متن مصاحبه	کدهای باز
بهبود دانش حرفه‌ای و تخصصی سمن‌ها در حوزه‌های مختلف	آموزش و توانمندسازی
برگزاری کارگاه‌های مهارتی	
توانمندسازی فردی و اجتماعی	

### ۳-۳- کدگذاری انتخابی

است. گام دوم ربط‌دادن مقوله‌های تکمیلی حول مقوله محوری با استفاده از یک مدل است. در مرحله بعد، هر یک از مقوله‌ها باید

اولین گام در کدگذاری انتخابی تشریح خط اصلی داستان

به ابعادشان مرتبط شوند. گام چهارم به تأیید رساندن آن روابط با استفاده از داده‌هاست. آخرین مرحله تکمیل مقوله‌هایی است که نیاز به اصلاح و یا بسط و گسترش دارند؛ بنابراین، در این مرحله مقوله‌ها بهبود می‌یابند و در قالب یک نظریه منسجم یکپارچه می‌شوند. همچنین، مقوله‌ها و مفاهیمی که نیازمند بازنگری و بهبود بودند، اصلاح شدند که اجزای اصلی مدل نوآوری اجتماعی در سمن‌ها را تشکیل می‌دهند. این مقوله‌ها، در جدول ۴، نمایش داده شده است.

جدول ۴: نتایج کدگذاری باز، محوری و انتخابی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدها
شرایط علی	فرهنگ‌سازی و آگاهی بخشی	آگاهی مردم از حوزه فعالیت سمن‌ها
		آگاهی مردم به موقعیت نیازمندان و همدلی با آن‌ها
		توسعه آگاهی و اطلاع‌رسانی اجتماعی
		ترویج فرهنگ اراده‌گرایی و کمک‌های خیریه
		توسعه فرهنگ همدلی و مشارکت در جامعه
		استفاده از فضای مجازی برای اطلاع‌رسانی عمومی
		تبلیغات
	برندسازی نوآوری اجتماعی	
	اعتمادسازی	ارائه مشخصات جامع طرح‌های نوآوری اجتماعی به عموم
		ارائه گزارش از رسیدگی به نیازها از سوی سمن‌ها
شفافیت		
پاسخگویی		
متقاعدسازی مردم		
مسئولیت‌پذیری اجتماعی سمن‌ها		
کارگروهی و تیمی	همکاری مؤثر نیروهای داوطلب در سمن‌ها	
	تصمیم‌گیری‌های تیمی در انجام امور سمن‌ها	
	تقویت و ترویج روحیه انقلابی و تحول‌گرایی	
	ایجاد انگیزه و اعتقاد برای رشد از طریق کار تیمی در سمن	
تفکر سیستمی	نگاه سیستمی و کل‌گرایانه به مسائل و مشکلات درون سمن‌ها	
	توسعه رویکرد فرایندمحوری برای شناسایی و حل مسائل	
	استفاده از تفکر خلاق برای حل مسائل	
	رویکرد نقادانه به مشکلات	

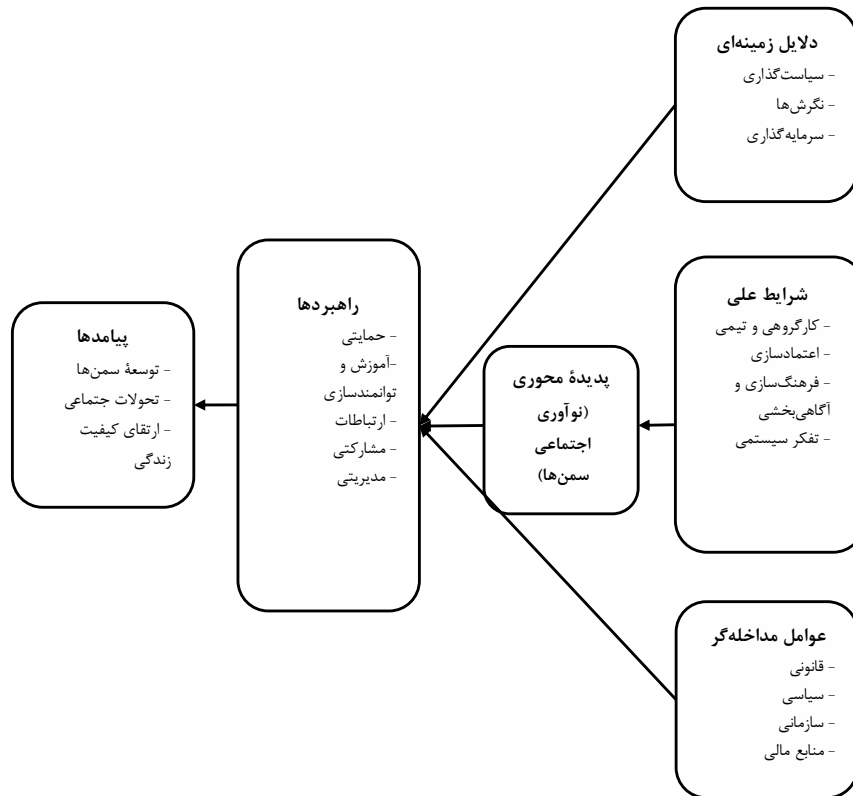
مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدها
عوامل مداخله‌گر	قانونی	نبود قوانین هدفمند در این حوزه
		نبود ضمانت اجرایی قوانین این حوزه
		پراکندگی قوانین این حوزه
		نبود قوانین حامی فعالیت سمن‌ها
		فقدان شفافیت ساختار قانونی سمن‌ها
		نبود ساختارهای حقوقی برای رسیدگی به شکایات
	سیاسی	تلقی سیاسی از فعالیت سمن‌ها
		بهره‌برداری سیاسی از سمن‌ها
		رویکرد سیاسی در تصمیم‌گیری سمن‌ها
		نبود ثبات سیاسی در برخورد با سمن‌ها
		مداخله مستقیم حاکمیت و تصدی‌گری سمن‌ها
		ابهام در اهداف و حوزه عمل سمن‌ها
	سازمانی	نبود جایگاه رسمی در ساختار اجتماعی
		نبود دانش حرفه‌ای در سمن‌ها
		فقدان فرهنگ سازمانی حامی نوآوری اجتماعی
		فقدان شبکه‌ای منسجم از نقش‌های سازمانی حوزه نوآوری اجتماعی در سمن‌ها
		نبود پویایی و چابکی سمن‌ها
		موازی‌کاری سمن‌ها با دستگاه‌های ذی‌ربط
منابع مالی	وجود قوانین و رویه‌های سازمانی دست‌وپاگیر	
	تکثر سازمان‌های ذی‌ربط در امور اجتماعی	
	پروکراسی سازمانی	
	بودجه محدود و ناپایدار سمن‌ها	
	وابستگی مالی و ضابطه‌ای سمن‌ها	
	سوءاستفاده از منابع مالی اهدایی	
سیاست‌گذاری	استفاده از منابع اهدایی برای مصارف غیرضروری سمن‌ها	
	انتلاف منابع مالی به دلیل بهره‌وری کمتر	
	ناتوانی نوآوران برای دریافت مجوزهای لازم برای تأمین اعتبار نوآوری	
	فراهم‌سازی امکان حضور سمن‌ها در عرصه سیاست‌گذاری	
	تصویب سیاست‌های مرتبط با چابک‌سازی سمن‌ها	
	تصویب سیاست‌های مالی دولت در حمایت از فعالیت سمن‌ها	
شرایط زمینه‌ای	امکان مشارکت سمن‌ها در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی	
	اولویت به بحث‌های اجتماعی در گفتمان کلان	
	ایجاد نگرش مثبت برای همکاری با سمن‌ها و امور خیرخواهانه	
	تأکید بر اعتقادات و ارزش‌های اجتماعی	
	تأکید بر هویت و دیدگاه اخلاقی به فعالیت اجتماعی سمن‌ها	
	سطح تحصیلات و آگاهی افراد جامعه	
سرمایه‌گذاری	تشکیل گروه سرمایه‌گذاری	
	تشویق سرمایه‌گذاری جمعی در امور خیرخواهانه	
	تشویق بخش خصوصی برای حمایت از سمن‌ها	
	سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناورانه برای معرفی طرح‌های اجتماعی و فعالیت‌های سمن‌ها	



مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدها
راهبردها	حمایتی	تسهیل فرایند تأسیس و صدور مجوز فعالیت سمن‌ها
		حمایت مالی دولت از سمن‌ها
		حمایت‌های حقوقی از سمن‌ها
		حمایت مالی دولت به شکل بسته‌های تشویقی
		حمایت‌های آموزشی با اتکا به متخصصان حوزه نوآوری اجتماعی
		بهبود ارتباط میان سمن‌ها و نهادهای ذی‌ربط
	ارتباطاتی	بهبود تعامل میان سمن‌ها با عموم مردم
		بهبود تعامل میان سمن‌ها با نهادهای ذی‌ربط
		تسهیل ارتباط و همکاری سمن‌ها با سازمان‌های هم‌عرض (مساجد، خیریه‌ها و..)
		ایجاد رویکرد یکپارچه در تعامل سمن‌ها با دولت
		شناسایی و ارتباط جامعه هدف با نوآور اجتماعی و سمن‌ها
		ایجاد شبکه‌های تعاملی میان نوآوران اجتماعی
		ارتباط و همکاری فعال سمن‌ها با کارآفرینان اجتماعی
		تعاملات برون‌سازمانی سمن‌ها با بخش دولتی، خصوصی، تعاونی و..
		همکاری سمن‌ها با مراکز معتبر جهانی فعال در نوآوری اجتماعی
		بهبود مشارکت مردم در امور داوطلبانه
		تشویق بانوان به مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی
		جذاب کردن مشارکت
	مشارکتی	تسهیل مشارکت برای عموم
		انسجام اجتماعی
		ارائه گزارش از مشارکت‌های الگوهای مردمی (سلبریتی‌ها و..)
		هم‌آفرینی اجتماعی
		بهبود دانش حرفه‌ای و تخصصی سمن‌ها در حوزه‌های مختلف
		برگزاری کارگاه‌های مهارتی
	آموزش و توانمندسازی	توانمندسازی فردی و اجتماعی
		تأکید سمن‌ها بر چشم‌انداز، مأموریت و اهداف مبتنی بر نوآوری اجتماعی
	مدیریتی	برنامه‌ریزی عملیاتی برای تحقق راهبردها
		اجرای اثربخش راهبردها و اهداف تعیین شده
		به‌کارگیری تجارب مدیریتی فعالان این حوزه
		به‌کارگیری مدیریت استعداد
		تقویت تعهد اجتماعی مدیران
		سبک رهبری سمن‌ها متناسب با نوآوری اجتماعی
		ایجاد ظرفیت لازم برای حمایت و اجرایی کردن ایده‌ها

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کدها
پیامدها	تحول اجتماعی	تغییر در ساختار فرهنگی
		تغییر در ساختار اجتماعی
		بهبود تعاملات اجتماعی
		تحول باورها و ارزش‌های اجتماعی
	ارتقای کیفیت زندگی	رفع فقر و محرومیت‌زدایی
		بهبود خدمات حمایتی اجتماعی
		بهبود کیفیت زندگی مردم
		رفاه عمومی
		تقویت آرمان‌های مطلوب جامعه
	توسعه سمن‌ها	توسعه پایدار جامعه
		ارتقای کمیت و کیفیت سمن‌ها
		اثربخشی اجتماعی سمن‌ها
		کارایی اجتماعی سمن‌ها
		بهبود عملکرد سمن‌ها
		افزایش مشارکت سمن‌ها در امور داوطلبانه
بهره‌برداری بیشتر از فرصت‌های اجتماعی		
توسعه خدمات و برنامه‌های سمن‌ها مبتنی بر نیاز جامعه		

بعد از کدگذاری باز، محوری و انتخابی، بر اساس ارتباط موجود میان آن‌ها و بر اساس پارادایم نظام‌مند گراند‌تئوری، مقوله‌های محوری هر بخش، به شکلی نظام‌مند به مقوله‌های دیگر مرتبط شده است و روابط در یک چهارچوب کلی شفاف گردیده است. بر اساس این روابط، مدل پژوهش حاضر ترسیم شد که این مدل روایتگر مدل نوآوری اجتماعی سمن‌ها است. مدل پارادایمی پژوهش در شکل ۱ نمایش داده شده است.



شکل ۱: مدل نهایی پارادایم، کدگذاری نوآوری اجتماعی سمن‌ها (منبع: یافته‌های محقق)

#### ۴. بحث و نتیجه‌گیری

نوآوری اجتماعی موضوع جدیدی است که بیان می‌کند سازمان‌ها همواره در تلاش‌اند تا راه‌حل‌های جدیدی برای نیازهای اجتماعی بیابند. از این‌رو، بخشی از جذابیت نوآوری اجتماعی ناشی از این واقعیت است که می‌تواند به‌منزله «چتری» برای حل‌وفصل مشکلات اجتماعی به‌شیوهٔ خلاقانه و مثبت باشد (Mobini De- hkordi and Koshtar Harandi, 2015).

نتایج حاصل از این پژوهش شامل شناسایی عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهنماها و پیامدهای نوآوری اجتماعی در سمن‌ها است که در قالب مدل پارادایمی ارائه شده است. عوامل علی شامل ۴ مقوله کارگروهی و تیمی، اعتمادسازی، فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی و تفکر سیستمی بودند. در این پژوهش، چیت‌سازیان و صادقی‌کیا (2019) به دو بعد آگاه‌سازی و اعتمادسازی به‌منزلهٔ عوامل اصلی مشارکت مردمی در نوآوری اجتماعی اشاره کرده‌اند که با نتایج پژوهش حاضر نیز هم‌راستا است. در پژوهش شریعت‌پناهی و تقی‌زاده (2023) از ناآشنایی با مختصات کار مشارکتی اعضا و اعتماد پایین مردم که یکی از مشکلات سمن‌ها بوده‌اند نام برده‌اند که با یافته‌های پژوهش حاضر نیز همخوانی دارد. از طرفی هیچ‌یک از محققان قبلی

به بعد تفکر سیستمی نپرداخته‌اند و پژوهش حاضر در این بعد دارای نوآوری است. عوامل مداخله‌گر نیز شامل ۵ مقوله قانونی، سیاسی، سازمانی و منابع مالی بودند. در پژوهش شریعت‌پناهی و تقی‌زاده کاستی در شفافیت ساختار قانونی سمن‌ها یکی از عوامل مداخله‌گر شناسایی شده است که با یافته‌های این پژوهش همخوانی دارد. کریستینا و گزا (2024) به اهمیت نقش برنامه‌ریزی منابع مالی اشاره کرده‌اند که با نتایج این پژوهش نیز همخوانی دارد. محققان قبلی به برخی از ابعاد همچون عوامل سیاسی و سازمانی نپرداخته‌اند و پژوهش حاضر در این ابعاد دارای نوآوری است. عوامل زمینه‌ای نیز شامل سیاست‌گذاری، نگرش‌ها و سرمایه‌گذاری هستند. در پژوهش معینیان و همکاران (2022) و سعدآبادی و همکاران (2021) به سرمایه‌گذاری برای جلب مشارکت به‌منزلهٔ یکی از عوامل اصلی نوآوری اجتماعی سمن‌ها اشاره شده است. همچنین در پژوهش شریعت‌پناهی و تقی‌زاده (2023) به عامل سیاست‌گذاری اشاره شده است که همسو با یافته‌های این پژوهش است. از طرفی محققان به بعد نگرش نپرداخته‌اند و پژوهش حاضر در این بعد دارای نوآوری است. در این پژوهش راهنماها شامل ۵ مقوله بودند: حمایتی، آموزش و توانمندسازی، ارتباطات، مشارکتی و مدیریتی. پژوهش

مدیران سمن‌های موفق برای انتقال تجربه‌ها به دانشجویان و علاقه‌مندان بهره‌برداری کرد. همکاری سمن‌ها با مؤسسه‌ها و مراکز معتبر فعال جهانی در نوآوری اجتماعی، زمینه‌ساز رشد و موفقیت نوآوری اجتماعی خواهد بود. ایجاد شبکه‌ای منسجم، فعال و پویا از نقش‌های مختلف تأثیرگذار در حوزه نوآوری اجتماعی، به هم‌افزایی جریان نوآوری اجتماعی منجر می‌شود و ساختار مردمی توسعه‌یافته به رشد بیشتر نوآوری اجتماعی در سمن‌ها را رقم می‌زند. از محدودیت‌های پژوهش می‌توان به نبود امکان مصاحبه با برخی از مدیران و یا محدودیت‌های زمانی در مصاحبه با برخی مدیران اشاره کرد. همچنین به دلیل ماهیت و ساختار ویژه سازمان‌های مردم‌نهاد، تعمیم‌پذیری این مدل به سایر سازمان‌های اجتماعی، نیازمند پژوهش و تحقیق دوباره است؛ بنابراین، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود تا به بررسی مدل و آزمون آن در سازمان‌های اجتماعی دیگر پردازند تا مدل مذکور در یک فرایند تدریجی علمی به بلوغ نسبی برسد.

حاضر در بعد مشارکت با یافته‌های معینان و همکاران (2022)، چیت‌سازیان و صادقی‌کیا (2019)، کریستینیا و گزا (2024) هم‌راستا است. همچنین معینان و همکاران (2022) و کریستینیا و گزا (2024) به بعد ارتباطات اشاره کرده‌اند که همسو با نتایج این پژوهش است. در پژوهش چیت‌سازیان و صادقی‌کیا (2019) به یادگیری و مهارت‌افزایی به‌منزله عامل اصلی مشارکت مردمی اشاره شده است که با یافته‌های این پژوهش همسو است. در بعد مدیریتی نیز این پژوهش با یافته‌های شریعت‌پناهی و تقی‌زاده (2023) و معینان و همکاران (2022) همخوانی دارد. در نهایت، پیامدها در این پژوهش شامل توسعه سمن‌ها، تحول اجتماعی و ارتقای کیفیت زندگی است که در هیچ‌یک از مطالعات پیشین به آن اشاره نشده است و مطالعه حاضر در این ابعاد نیز دارای نوآوری است. با توجه به مطالب فوق و بر اساس نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود تا سیاست‌هایی در راستای تقویت و تسهیل فعالیت سمن‌ها و حضور مؤثر آن‌ها در عرصه سیاست‌گذاری، در اسناد بالادستی تدوین گردد. همچنین به‌منظور اثربخشی بیشتر مشارکت‌های اجتماعی، همسویی سیاست‌های سایر سازمان‌های اجرایی با اهداف سمن‌ها و همکاری با آن‌ها الزامی شود. همچنین نهادهایی از طرف دولت برای تسهیل ارتباط با سمن‌ها ایجاد شود. پیشنهاد می‌شود قوانین حمایتی در راستای تقویت و تسهیل مشارکت‌های مردمی از طرف مراجع قانون‌گذاری وضع گردد. در بعد سازمانی نیز پیشنهاد می‌شود با شبکه‌سازی و تقویت همکاری و تعامل با دیگر نهادهای اجتماعی، بنیادهای خیریه و مراکز کارآفرینی اجتماعی، به رفتار فرانتش و نگاه به منابع و سرمایه انسانی در اکوسیستم دانشگاهی توجه شود. در این راستا، می‌توان از مشارکت سازمان‌های خصوصی و شرکت‌های دانش‌بنیان استفاده کرد. یکی از راهکارهای اجرایی، ایجاد شرکت‌ها و مجموعه‌های دانش‌بنیان مردم‌نهاد است. از طریق این شرکت‌ها کار نوآورانه با استفاده از بسیج مردمی و مشارکت حداکثری مردم و با حداکثر اثر اجتماعی انجام می‌شود. راهکار بعدی، بسترسازی دانش‌بنیان برای نهضت تولید مردمی از طریق سازمان‌های مردم‌نهاد است. برای مثال، سمن‌ها می‌توانند زیرساخت‌های لازم را برای کمک به شرکت‌های دانش‌بنیان ایجاد کنند و آن را در اختیار مردم قرار دهند و این‌گونه با ورود مردم، سرمایه و نیروی کار تأمین می‌شود. بنابراین، لازم است به مراکز رشد و خلق فرصت‌های کارآفرینانه دانش‌بنیان در حوزه‌های اجتماعی توجه بیشتری شود.

پیشنهاد می‌گردد در بعد آموزشی، با کیفیت‌بخشی به آموزش‌های نوین، آموزش مسئله‌محور و متناسب با نیازهای جامعه، به خلق ارزش‌های اجتماعی در اکوسیستم نوآوری و کارآفرینی دانشگاهی پرداخته شود؛ بدین منظور، می‌توان از ظرفیت استادان مجرب سایر دانشگاه‌ها و همچنین دعوت از

- (Eds.). The Sage handbook of qualitative research (3rd ed., pp. 191–215). Sage Publications Ltd.
- Haskell, L., Bonnedahl, K. J., and Stål, H. I. (2021). "Social Innovation Related to Ecological Crises: A Systematic Literature Review and a Research Agenda for Strong Sustainability". *Journal of Cleaner Production*, 325 (3), p. 129316. doi:10.1016/j.jclepro.2021.12931.
- Hermundsdottir, F., and Aspelund, A. (2022). "Competitive Sustainable Manufacturing - Sustainability Strategies, Environmental and Social Innovations, and Their Effects on Firm Performance". *Journal of Cleaner Production*, 370, p. 133474. doi:10.1016/j.jclepro.2022.133474.
- Howaldt, J., and Schwarz, M. (2021). "Social Innovation and Social Change". In *A Research Agenda for Social Innovation*, pp. 39-57. Edward Elgar Publishing.
- Husebø, A. M. L., Storm, M., Ødegård, A., Wegener, C., Aakjær, M., Pedersen, A. L., Østergaard, M. B. and Willumsen, E. (2021). "Exploring Social Innovation (SI) Within the Research Contexts of Higher Education, Healthcare, and Welfare Services—a Scoping Review". *Nordic Journal of Social Research*, 12(1), pp. 72–110, doi:10.7577/njsr.3455.
- Iqbal, Q., and Piwovar-Sulej, K. (2022). "Sustainable Leadership in Higher Education Institutions: Social Innovation as a Mechanism". *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 23(8), pp. 1–20. doi:10.1108/IJSHE-04-2021-0162.
- Jaeger-Erben, M., Rückert-John, J., Schafer, M. (2015). "Sustainable Consumption Through Social Innovation: a Typology of Innovations for Sustainable Consumption Practices". *Journal of Cleaner Production*, 108, pp. 784–798. doi:10.1016/j.jclepro.2015.07.042.
- Kapoor, K., Weerakkody, V., and Schroeder, A. (2018). "Social Innovations for Social Cohesion in Western Europe: Success Dimensions for Lifelong Learning and Education". *Innovation the European Journal of Social Science Research*, 31(2), pp. 1-15. doi:10.1080/13511610.2017.1419336.
- Karami, M., Sokhikian, M. A., and Farhadi, P. (2019). Ahmed, J. U., Gazi, M. A., Iqbal, R., Islam, Q. T., and Talukder, N. (2020). "Value Co-creation Through Social Innovation in Healthcare: A Case of WE CARE Solar". *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(4), pp. 341-357. doi:10.1108/WJEMSD03-2020-0024.
- Bibu, N., Lisetchi, M., and Sala, D. (2012). "Beyond the obvious: Social Innovation in the NGO Management". Proceedings of the 6th International Management Conference, Approaches in Organisational Management.
- Butzin, A., Terstriep, J. (2023). "Actors and roles in social innovation". *The Social Innovation Landscape-Global Trends*, pp. 78-81. Available in: <https://www.socialinnovationatlas.net>
- Campopiano, G., and Bassani, G. (2020). "Social Innovation: Learning from Social Cooperatives in the Italian Context". *Journal of Cleaner Production*, 291(3), p. 125253. doi:10.1016/j.jclepro.2020.125253.
- Chitsazian, A. R., and Sadeghikia, M. A. (2019). "Public Participation in Social Innovation". *Innovation Management Journal*. 8(1), pp. 1-20. {In Persian}
- Dayson, C. (2017). "Evaluating Social Innovations and Their Contribution to Social Value: The Benefits of A'blended Value'approach". *Policy and Politics*, 45(3), pp. 395-411.
- Galatti, L.G., and Baruque-Ramos, J. (2022). "Circular Economy Indicators for Measuring Social Innovation in the Brazilian Textile and Fashion Industry". *Journal of Cleaner Production*, 363, p. 132485. doi:10.1016/j.jclepro.2022.132485.
- Geoffroy, V., and Alain, R. (2010). "Strategies Used by International NGOs to Influence Public Policy. Urgence Rehabilitation Development". 2010, Newsletter N°5. pp. 6–8. Available in: <https://www.urd.org/en/review-hem/strategies-used-by-international-ngos-to-influence-public-policy/>
- Guba, E. G., and Lincoln, Y. S. (2005). *Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences*. In N. K. Denzin and Y. S. Lincoln

- “Investigating and Evaluating the Performance of Various NGOs in Iran”. *A Quarterly Journal of the Macroand Strategic Policies*, 7(27), pp. 427-499. doi: 10.32598/JMSP.7.3.8. {In Persian}
- Karimi, T., Karimi, A., Sadabadi, A. A., and Ramezani, S. (2020). “A Framework for Social Innovation Evaluation at Macro Level Using Meta Synthesis Method”. *Journal of Entrepreneurship Development*, 13(1), pp. 61-79. doi: 10.22059/JED.2020.290947.653159. {In Persian}
- Klůvankov, T., Nijnik, M., Spacek, M., Sarkki, S., Perlik, M., Lukesch, R., Melnykovich, M., Valero Lopez, D., and Brnkalakova, S. (2021). “Social Innovation for Sustainability Transformation and its Diverging Development Paths in Marginalised Rural Areas”. *Sociologin Ruralis*, 61(2), pp. 344-371, doi:10.1111/soru.12337.
- Krisztina, V., Géza, T. (2024). “Social Innovation Initiatives of NGOs in a Hungarian Disadvantaged Area”. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 21(1), pp. 115-126. doi:10.32976/stratfuz.2024.9.
- Lang, S. (2012). “NGOs, Civil Society, and the Public Sphere. Cambridge: Cambridge University Press”. doi:10.1017/CBO9781139177146
- Lang, S. (2012). “NGOs, civil society, and the public sphere. Cambridge: Cambridge University Press”. doi:10.1017/CBO9781139177146.
- Lee, E. K. M., Lee, H., Kee, C. H., Kwan, C. H., and Ng, C. H. (2021). “Social Impact Measurement in Incremental Social Innovation”. *Journal of Social Entrepreneurship*, 12(1), pp. 69-86.
- Leskinen, LA. (2004). “Purposes and Challenges of Public Participation in Regional and Local Forestry in Finland”. *All UNF Research*, 6(6), pp. 605-618. Available in: [https://digit.alcom.mons.usu.edu/unf\\_research/14](https://digit.alcom.mons.usu.edu/unf_research/14).
- Lombardi, M., Lopolito, A., Andriano, A.M., Prospero, M., Stasi, A., and Iannuzzi, E. (2020). “Network Impact of Social Innovation Initiatives in Marginalized Rural Communities”. *Social Netw.* 63, pp.11-20. doi:10.1016/j.socnet.2020.04.001.
- Michellini, L. (2012). *Social Innovation and New Business Models: Creating Shared Value in Low-Income Markets*. Springer Science and Business Media.
- Mobini Dehkordi, A., and Keshtkar Heranki, M. (2015). “Social Innovation: An Exploration of Conceptualization Based on the Content Analysis of Definitions”. *Innovation management journal*, 4(2), pp. 115-134. {In Persian}
- Moeinean, M., Khamseh, A., and Ghazavi, M. (2023). “COVID-19 Crisis Control with Emphasis on Social Innovation Based on Public Participation”. *Journal of Emergency Management*, 11(1), pp. 28-39. {In Persian}
- Mulgan, G. (2006). “The Process of Social Innovation”. *Innovations*, 1(2), pp. 145-162.
- Neary Dave, B. U., Jagger Carol (2015). “Social Innovations Promoting Active and Healthy Ageing”. Available in: <https://cordis.europa.eu/project/id/306058/reporting>
- Niazi, M., Farhadian, A., Khalaji, A., and Khoshbayani Arani, F. (2023). “The Process of Producing Social Entrepreneurial Initiatives Applying the Grounded Theory”. *Education and Management of Entrepreneurship Journal*, 2 (2), pp. 97-14. doi: 10.22126/EME.2023.9409.1040. {In Persian}
- Osburg, T. (2013). “Social innovation to drive corporate sustainability”. In *Social innovation: Solutions for a sustainable future*, pp. 13-22. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. doi:10.1007/978-3-642-36540-9\_2.
- Park, E. S., and Yoon, D. K. (2022). “The value of NGOs in Disaster Management and Governance in South Korea and Japan”. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 69, p. 102739.
- Pelka, B., and Terstriep, J. (2016). “Mapping Social Innovation Maps: the State of Research Practice Across Europe”. *European Public Social Innovation Review*, 1, pp 3-16. doi:10.31637/epsir.16-1.1.
- Phillips, P., and Lee, H., Ghobadian, A., O'Regan, N. and James, P. (2015). “Social Innovation and Social Entrepreneurship: A Systematic Review”. Group Organ. *Management*, 40(3), pp. 428-461. doi:10.1177/1059601114560063. Organization.
- Ramani, S.V., SadreGhazi, S., and Gupta, S. (2017). “Catalysing Innovation for Social Impact: The

- Role of Social Enterprises in the Indian Sanitation Sector”. *Technology Forecast Social Change*, 121, pp. 216–227. doi:10.1016/j.techfore.2016.10.015.
- Rivers, B.A., Armellini, A., Maxwell, R., Allen, S. and Durkin, C. (2015). “Social Innovation Education: Towards a Framework for Learning Design”. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 5(4), pp. 383–400. doi:10.1108/HESWBL-04-2015-0026.
- Sadabadi, A.A., Aramipour, N., and Mahmoudi, S.M. (2021). “Applying Social Innovation to Improve the Effectiveness of Charities (Case Study: Salam Bar Arezoo Charity)”. *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Science*, 17(2), pp. 191-222. doi: 10.22067/social.2021.69641.1029. {In Persian}
- Schmitt, J. (2014). “Social Innovation for Business Success: Shared Value in the Apparel Industry”. *Springer Science & Business Media*. doi:10.1007/978-3-658-05461-8
- Sharyat Panahi, N.S., and Mohammad Taghizadeh, M. (2023). “Qualitative Study of the Challenges of the Participation of Non-governmental Organizations (NGOs) in Realizing Social Support for Vulnerable Families: Tehran City”. *Women in Development and Policies*, 21(3), pp. 763-779. doi: 10.22059/JWDP.2022.350968.1008273. {In Persian}
- Social Innovation Europe, (2012). “Financing Social Impact: Funding Social Innovation in Europe Mapping the Way Forward”. Available in: <https://ec.europa.eu/newsroom/growth/items/45582/en>
- Spadafora, M., and Rapaccin, M. (2024). “Bridging the gap Between Servitization and Social Innovation”. *Journal of Cleaner Production*, 452(3), p. 142178. doi:10.1016/j.jclepro.2024.142178.
- Szijarto, B., Milley, P., Svensson, K., and Cousins, J. B. (2018). “On the Evaluation of Social Innovations and Social Enterprises: Recognizing and Integrating Two Solitudes in the Empirical Knowledge Base”. *Evaluation and Program Planning*, 66, pp. 20-32.
- Szymanska, A. I. (2021). “The Importance of the Sharing Economy in Improving the Quality of Life and Social Integration of Local Communities on the Example of Virtual Groups”. *Land*, 10(7), p. 754. doi:10.3390/land10070754.
- Tsai, K. C. (2015). “Assessing a Chinese Version of the Runco Ideational Behavior Scale”. *Social Behavior and Personality an International Journal*, 43(7), pp. 1111-1122. doi:10.2224/sbp.2015.43.7.1111.
- Zajds, K. K., Pasikowski, S., and Kretek-Kamińska, A. (2020). “The Implementation of Grassroots Product-oriented Social Innovations by Non-governmental Organisations: Proposal of a Measurement Tool”. *The European Association for the Advancement of the Social Sciences*, 36(2), pp. 301-315. doi: 10.1080/13511610.2020.1742668.



## Designing a Conceptual Model of Social Innovation in Non-governmental Organizations With a Ground Theory Approach

Samira loghman Estarki<sup>1</sup>

### Abstract

The main goal of this research is to identify the main social strategy and components in non-governmental organizations and to present a model using grand theory. Research methodology in terms of outcome is categorized as applied-development research, in terms of objective as exploratory research, and in terms of method as qualitative research based on grounded theory. The research data collection tool is a semi-structured in-depth interview with social innovation experts and managers of non-governmental organizations, and the content analysis method was used to analyze the research data. The results showed that the social innovation of cooperatives is achieved through causal conditions (group and team work, trust building, cultural development and awareness, and systemic thinking), background factors (policies, attitudes, and investments), intervention factors (Legal, Political, Organizational, and Financial resources), central concept (Social innovation of Cooperatives), Strategies (Supportive, Training and Empowerment, Communication, Participatory, and Managerial), and Outcomes (Cooperative development, Social transformation, and Improvement of quality of life). The results indicate that the research model is at an acceptable level.

**Keywords:** Social innovation, Non-governmental organization, Grounded theory, Social policy

---

1. PhD in management (system), faculty of management and accounting, Tehran University, Qom, Iran. (Correspond Author); S.loghmanestarki@gmail.com



## نقش‌نامه و فرم تعارض منافع

### الف) نقش‌نامه

پدیدآورنده	سمیرا لقمان استرکی
نگارش متن	نویسنده مسئول
ویرایش متن و ...	نگارش متن اصلی، بازنگری کلی بر اساس نظر داوران و ویرایش متن و پاسخ به کامنت‌ها
طراحی / مفهوم‌پردازی	طراحی و مفهوم‌پردازی
گردآوری داده	گردآوری داده‌ها
تحلیل / تفسیر داده	تحلیل و تفسیر داده‌ها
سایر نقش‌ها	بازبینی و پاسخ داوران

### ب) اعلام تعارض منافع

در جریان انتشار مقالات علمی تعارض منافع به این معنی است که نویسنده یا نویسندگان، داوران و یا حتی سردبیران مجلات دارای ارتباطات شخصی و یا اقتصادی می‌باشند که ممکن است به طور ناعادلانه‌ای بر تصمیم‌گیری آن‌ها در چاپ یک مقاله تأثیرگذار باشد. تعارض منافع به خودی خود مشکلی ندارد بلکه عدم اظهار آن است که مسئله‌ساز می‌شود.

بدین وسیله نویسندگان اعلام می‌کنند که رابطه مالی یا غیرمالی با سازمان، نهاد یا اشخاصی که موضوع یا مفاد این تحقیق هستند ندارند، اعم از رابطه و انتساب رسمی یا غیررسمی. منظور از رابطه و انتفاع مالی از جمله عبارت است از دریافت پژوهانه، گرنت آموزشی، ایراد سخنرانی، عضویت سازمانی، افتخاری

یا غیررسمی، اشتغال، مالکیت سهام، و دریافت حق اختراع، و البته محدود به این موارد نیست. منظور از رابطه و انتفاع غیرمالی عبارت است از روابط شخصی، خانوادگی یا حرفه‌ای، اندیشه‌ای یا باورمندانه، و غیره.

چنانچه هر یک از نویسندگان تعارض منافی داشته باشد (و یا نداشته باشد) در فرم زیر تصریح و اعلام خواهد کرد:  
مثال: نویسنده الف هیچ‌گونه تعارض منافی ندارد. نویسنده ب از شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است گرنت دریافت کرده است. نویسندگان ج و د در سازمان فلان که موضوع تحقیق بوده است سخنرانی افتخاری داشته‌اند و در شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است سهامدارند.

اظهار (عدم) تعارض منافع: با سلام و احترام؛ به استحضار می‌رساند نویسندگان مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی ندارد.

نویسنده مسئول: سمیرا لقمان استرکی

تاریخ: ۱۴۰۴/۰۱/۱۰