



A Model for Social Innovation Evaluation in Iran

Iman Mostashar Nezami 

Department of Business Management, Alborz Campus, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran.
imanmnezami@ut.ac.ir

Mohsen Nazari 

Department of Business Management, Faculty of Management, University of Tehran, Visiting Professor, York University, Toronto, Canada. (Corresponding author). mohsen.nazari@ut.ac.ir

Manouchehr Ansari 

Professor, Department of Technological Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. mansari@ut.ac.ir

ABSTRACT

Objective: In recent years, social innovation has been one of the most appealing subjects in management Literature. Social innovation has begun to pick up steam. The need for innovations aiming to solve wicked social problems under financial hardships and pandemics has modulated the shape of innovation initiatives. The call for a sustained impact with enduring effects on society has prompted international organizations and several scholars to conduct research and explore best practices in the impact assessment of social innovation. Hence, in the current research, we aim to provide a model for measuring social innovation regarding its characteristics and affecting factors in Iran.

Method: We thoroughly reviewed the literature to decipher the impact evaluation of social innovation and acquire the theoretical sensitivity for the grounded theory. Next, purposive sampling was applied to represent preeminent academics and professionals in social innovation. Subsequently, semi-structured interviews were carried out with the participants, casting light on their insights and comprehension of the phenomena. All interviews were documented and uploaded to the MAXQDA2022 software. After data collection, Strauss's and Corbin's versions of the grounded theory was employed to provide the model for measuring social innovation in Iran. In the coding step, we utilized open, axial, and selective coding, respectively, to classify codes into sub-categories and categories, all of which resulted in the impact evaluation of the social innovation theoretical concept.

Results: Findings of the in-depth and semi-structured interviews with 14 experts yielded a model with 22 factors. In different steps of the impact evaluation process, the recurring theme of the interviews was a sense among interviewees requiring the co-creation with all beneficiaries, in particular, the society where the social innovation is implemented. Also, it is imperative to acquire robust impact evaluation metrics and methods for the interviewees' arguments. These two phenomena are the "core category" of the current research. Moreover, categories of the open coding phase were classified as the axial coding phase under the causal conditions, context, intervening conditions, strategies, and consequences.

Conclusion: Various factors affecting co-creation formation and the evolution of the measurement process of social innovation effectiveness have been represented. It was emphasized that the measurement of social innovation impact should be performed based on the real impact. Different parts of the model and the impact measurement in different social innovation stages (Figures 1 and 2) suggest that before

commencing the work, a specific definition for social innovation and its activities should be determined. Also, it should be checked whether the activity has an opinion on the social innovation definition or not. As aforementioned, in the evaluation process, independent evaluators are of paramount importance to evaluate the work.

Keywords: social innovation, impact evaluation, social impact measurements.

Cite this article: Mostashar Nezami, I., Nazari, M., & Ansari, M (2024). A Model for social innovation evaluation in Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16 (5), 252-271. Doi: <http://doi.org/10.22059/JED.2023.352601.654108> (In Persian)

Received: 2023-06-03;
© The Author(s).

Revised: 2023-11-01;
Article type: Research

Accepted: 2023-12-31; **Published online:** 2023-03-04
Publisher: University of Tehran Press.



مدل سنجش نوآوری اجتماعی در ایران

ایمان مستشارنظامی

گروه مدیریت بازرگانی، پردیس البرز، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. imanmnezami@ut.ac.ir

محسن نظری*

گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران، استاد مدعو، دانشگاه یورک، تورونتو، کانادا. (نویسنده مسئول)

Mohsen.nazari@ut.ac.ir

منوچهر انصاری

گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. mansari@ut.ac.ir

چکیده

هدف: در سال‌های اخیر، نوآوری اجتماعی یکی از جذاب‌ترین موضوعات در ادبیات مدیریت بوده است. نیاز به نوآوری‌هایی که هدف آن‌ها حل مسائل اجتماعی بفرنج در شرایط بحران مالی جهانی و شیوع کرونا بیش از پیش دیده می‌شود، این مهم راهبردهای مرتبط با نوآوری را تغییر داده است. لذا، در تحقیق فعلی، ما قصد داریم یک مدل برای اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی با توجه به ویژگی‌ها و عوامل مؤثر آن در ایران ارائه دهیم.

روش: ابتدا به صورت جامع ادبیات تحقیق مورد بررسی قرار گرفت تا حساسیت نظری مورد نیاز برای اجرای مراحل نظریه برپایه را بدست آوریم. سپس، نمونه‌گیری هدفمند از خبرگان برجسته در حوزه نوآوری اجتماعی انجام شد و مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته با ایشان صورت گرفت و نظرات ایشان در رابطه با موضوع تحقیق روشن شد. مصاحبه‌ها ثبت شده و در نرم‌افزار MAXQDA2022 بارگذاری شدند. پس از جمع‌آوری داده‌ها، نسخه اشتراوس و کوربین نظریه برپایه برای ارائه مدل اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی در ایران استفاده شد. در مرحله کدگذاری، از کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد و کدها به زیرمقوله‌ها و مقوله‌ها مشخص شدند.

یافته‌ها: یافته‌های مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختار یافته با ۱۴ کارشناس منجر به ایجاد مدلی با ۲۲ زیرمقوله و ۶ مقوله اصلی شد. در مراحل مختلف فرایند ارزیابی تأثیر، آنچه در گفته‌های خبرگان بیشتر تکرار و تأکید شده بود، نیاز به هم‌آفرینی در فرایند اندازه‌گیری اثر نوآوری اجتماعی با تمام ذینفعان، به ویژه جامعه بود. همچنین لزوم ایجاد معیارها و روش‌های قوی ارزیابی تأثیر مورد تأکید قرار گرفت. این دو پدیده "دسته مرکزی" تحقیق فعلی هستند. علاوه بر این، کدهای مرحله کدگذاری باز، در زیرمقوله‌های شرایط علی، محیط، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها طبقه‌بندی شدند.

نتیجه: عوامل مختلفی که در شکل‌گیری هم‌آفرینی و تکامل فرایند اندازه‌گیری اثر نوآوری اجتماعی اثر دارند معرفی شده و در پایان تأکید شده است که اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی را باید با تمرکز بر تأثیر واقعی و کامل هدایت شود.

کلیدواژه‌ها: سنجش نتایج، مدل سنجش نتایج، نوآوری اجتماعی. نظریه داده بنیان.

استناد به این مقاله: مستشارنظامی، ایمان، نظری، محسن و انصاری، منوچهر (۱۴۰۲). مدل سنجش نوآوری اجتماعی در ایران. توسعه کارآفرینی، ۱۶ (۵)،

۲۵۲-۲۷۱. <http://doi.org/10.22059/JED.2023.352601.654108>



تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۸/۱۰؛ تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۳/۱۳

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان

۱. مقدمه

نوآوری به عنوان یکی از عوامل اساسی در ایجاد ارزش و تحول کسب‌وکارها، در جهت‌ها و جنبه‌های متنوعی همچون فناوری، فرایندها، محصولات، خدمات صورت می‌گیرد. به علاوه، مسیرهای مختلفی نیز برای ایجاد ارزش و شکل دادن به کسب‌وکارهای امروز و آینده در دسترس است (Lea et al., 2022). هرچند، مطالعات نشان می‌دهد که اهمیت بیشتری به مسیر ایجاد ارزش اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی برای دهک‌های پردرآمد جامعه داده می‌شود. این رویکرد، از اهمیت بالایی برخوردار است و در جهت تحقق توسعه اقتصادی و کاهش تفاوت‌های اجتماعی مؤثر است (Lukesch et al. 2020). اگرچه، نوآوریهای اجتماعی نیز به عنوان یکی از مسیرهای ایجاد ارزش در حوزه کسب‌وکار، به جایگاه خود دست یافته‌اند. این نوع نوآوری، همچنین به دنبال ایجاد درآمد و ایجاد ارزش اقتصادی است، اما در کنار آن، هدف نهایی آن ایجاد ارزش اجتماعی برای جامعه است. این نوع نوآوری‌ها، علاوه بر ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد، به ایجاد توسعه اجتماعی و کاهش نابرابری‌های اجتماعی نیز کمک می‌کنند (Novikova, 2022).

عدم تمرکز بر سنجش نتایج نوآوری‌های اجتماعی می‌تواند منجر به بی‌نتیجه شدن و عدم تحقق اهداف موردنظر در برنامه‌های جامعه نیکوکاران شود. این موضوع زمینه را برای ایجاد اثرات غیرقابل‌پیش‌بینی در جامعه فراهم می‌کند. بنابراین، اهمیت سنجش نتایج نوآوری‌های اجتماعی بسیار بالا است. سنجش نتایج، می‌تواند به عنوان یک روش پویا و هدفمند در جهت ارزیابی و ارتقای عملکرد برنامه‌های جامعه نیکوکاران مورد استفاده قرار گیرد (Bhardwaj et al., 2023). در کشورهای اروپایی، با معرفی برنامه‌های نظارت بر اثر نوآوری‌های اجتماعی، این روند قابل مشاهده است. بدین ترتیب، برای ایجاد نوآوری‌های اجتماعی مؤثر و تحقق اهداف موردنظر، لازم است تمرکز بر سنجش نتایج این نوع نوآوری‌ها قرار گیرد. این رویکرد، باعث افزایش کیفیت و اثربخشی برنامه‌های جامعه نیکوکاران و همچنین (Nazari et al., 2022).

در سال‌های اخیر، مطالعات پیرامون نتایج نوآوری‌های اجتماعی به دلیل اهمیت آن در جهت ایجاد توسعه اجتماعی افزایش یافته است (Novikova, 2022). با این حال، باید توجه داشت که در کشور ما، این مطالعات قابل توجه نبوده و فرصت‌های زیادی برای ایجاد این مهم وجود دارد. در این راستا، پرداختن به موضوع نتایج نوآوری‌های اجتماعی می‌تواند در کیفیت زندگی، رفاه و سلامتی جامعه نقش مهمی ایفا کند. بررسی نتایج نوآوری‌های اجتماعی، می‌تواند به شناسایی نقاط ضعف و قوت برنامه‌های جامعه نیکوکاران کمک کند و باعث افزایش کیفیت و اثربخشی این برنامه‌ها شود. به علاوه، سنجش نتایج نوآوری‌های اجتماعی می‌تواند به دستیابی به اهداف توسعه اقتصادی و کاهش تفاوت‌های اجتماعی کمک کند در نتیجه، باید تلاش کرد تا پژوهش‌ها و مطالعات در حوزه نتایج نوآوری‌های اجتماعی در ایران توسعه یابد و به شناسایی نقاط ضعف و قوت برنامه‌های جامعه نیکوکاران کمک کند. همچنین، این مطالعات می‌تواند به دستیابی به اهداف توسعه اقتصادی و کاهش تفاوت‌های اجتماعی در کشورمان کمک کنند و برای جامعه بهره‌مندی‌های بیشتری فراهم کنند. نوآوری اجتماعی با هم‌آفرینی ذی‌نفعان و درصد موفقیت بالاتر آن‌ها در مقایسه با نوآوری‌های فنی، اثرات مثبت فراوانی ایجاد می‌کند. با این حال برای ایجاد و اطمینان از نتایج مقبول، سنجش نتایج اهمیت زیادی دارد. عوامل فراوانی بر سنجش نوآوری اجتماعی و در به موفقیت رسیدن یا شکست نوآوری‌ها مؤثرند (Bhardwaj et al., 2023). هدف این تحقیق بررسی عواملی که منجر به لزوم سنجش نوآوری اجتماعی شده و همچنین ماهیت عواملی که این سنجش را شکل می‌دهند و شیوه انجام کار و نتایج آن است. همچنین برای شکل دادن به تحقیقات آینده چارچوب سنجش نوآوری اجتماعی در مراحل مختلف نیز معرفی می‌شود. این تحقیق با هدف ایجاد مدلی برای عوامل سازنده و مؤثر بر سنجش نتایج نوآوری اجتماعی با توجه به نقش هم‌آفرینی به دنبال ارائه مدل

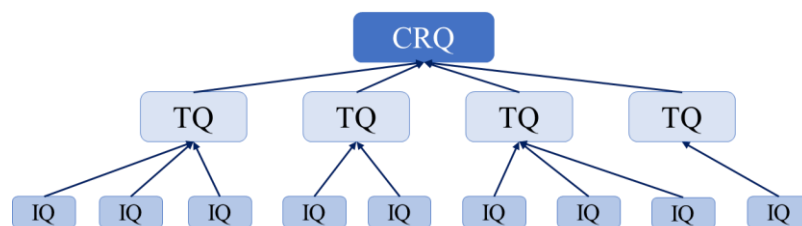
سنجش نوآوری اجتماعی است و با بهره‌گیری از نظرات خبرگان داخلی به بررسی این مهم پرداخته شده است (Lukesch et al. 2020).

با توجه به موضوع مقاله رویکرد کارآفرینی اجتماعی^۱ می‌تواند به‌عنوان چارچوب نظری مورد استفاده قرار گیرد. این رویکرد بر این اصل تمرکز دارد که کارآفرینان به‌جای تمرکز بر سود و منفعت شخصی، به حل مسائل اجتماعی و بهبود شرایط زندگی جامعه می‌پردازند. در این رویکرد، نوآوری اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر موفقیت در کارآفرینی اجتماعی مطرح شده است.

۲. روش و چارچوب انجام پژوهش

تحقیق حاضر یک تحقیق کیفی است و استراتژی تحقیق نظریه داده‌بنیاد برای به‌دست آوردن مدل نهایی است. از نظر جهت‌گیری از آنجا که تحقیق مدلی جدید ایجاد کرده است، بنیادین بوده و فلسفه پژوهش تفسیرگرایی است. از نظر رویکرد این تحقیق استقرایی-قیاسی است قلمرو زمانی پژوهش مهر ۱۴۰۰ تا مهر ۱۴۰۱، قلمرو مکانی تحقیق در ایران و قلمرو موضوعی تحقیق کارآفرینی اجتماعی و نوآوری اجتماعی است. روش جمع‌آوری اطلاعات بهره‌گیری از منابع ثانویه و مصاحبه هدفمند است.

برای بررسی ادبیات از منابع ثانویه، مقالات مرتبط با موضوع بررسی شدند. برای ایجاد حساسیت نظری لازم در محقق گردآوری داده‌ها با بررسی ادبیات محاسباتی انجام شد. سپس از ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته برای به‌دست آوردن نظر خبرگان بهره‌گرفته شد.



شکل ۱. تنظیم سؤالات

برای تنظیم سؤالات مصاحبه، سؤال اصلی تحقیق (CRQ) شناسایی شد. سپس سؤالات نظری (TQ) که رویکرد عینی‌تری برای پاسخ به CRQ دارند، مشخص می‌شوند. محققان ادبیات مربوطه را بررسی کردند تا پاسخ‌های احتمالی به سؤال اصلی و سؤالات نظری را توسعه دهند. با این حال، سؤالات نظری انتزاعی هستند و پاسخ به آن‌ها از طریق مصاحبه دشوار است. محقق در مرحله دوم سؤالات نظری را به سؤالات مصاحبه (IQ) تبدیل کرد که سؤالات نظری به سؤالات فرعی تقسیم شد و پروتکل ایجاد شد.

جامعه پژوهش مدیران شرکت‌های مرتبط با نوآوری اجتماعی، نوآوران اجتماعی در بخش دولتی و غیردولتی، هستند. به‌دلیل تازگی این حوزه در ایران، حداقل سابقه ۵ سال کار در نظر گرفته شد. برای یافتن اولین نمونه‌ها، نمونه‌گیری قضاوتی استفاده شد، برای پیدا کردن دیگر خبرگان از شیوه گلوله‌برفی استفاده شد. با ۱۴ خبره مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و عمیق انجام شد که از این تعداد چهار نفر دارای مدرک دکتری بوده و هفت نفر کارشناسی ارشد و سه نفر مدرک کارشناسی داشتند. به‌طور متوسط این خبرگان ۸ سال سابقه کار داشته و میانگین مدت زمان مصاحبه‌ها یک ساعت و سی و پنج دقیقه بود.

^۱ Social Entrepreneurship

در این تحقیق از روش اشتراوس و کوربین در رویکرد داده‌بنیاد بهره‌گرفته‌شد. برای اطمینان از اشباع نظری دو مصاحبه دیگر نیز انجام شد. جدول ۶ نمونه زیر مقولات تحقیق را نمایش می‌دهد که در آن کدهایی که برای اولین بار توسط خبرگان بیان شده‌اند با رنگ آبی و کدهای تکرار شده با رنگ زرد مشخص شده‌اند (Corbin & Straus, 2014, p314). در تحلیل مصاحبه‌ها، تعمق در دیدگاه‌ها و تجربه‌های خبرگان اجرایی و دانشگاهی، منجر به ایجاد مفاهیم شد. پس از کدگذاری باز، به کدگذاری محوری پرداخته‌شد و زیر مقوله‌ها شکل گرفتند و در مرحله آخر نیز این زیر مقوله‌ها به مقوله‌ها اختصاص یافتند. در کدگذاری نرم‌افزار مکس کیودی‌ای نسخه ۲۰۲۲^۱ استفاده شد. در تمام مراحل بازگشت به قبل و بازبینی مدل و پیرایش انجام شد و در نهایت پدیده و نظریه‌های مورد نظر مشخص شدند.

جدول ۶. نمونه اشباع نظری برای سه زیر مقوله

خبره زیر مقوله	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	
ادراک مشکلات																
حیاتی بودن نوآوری اجتماعی																
مشکلات خیریه سنتی																

در مرحله کدگذاری گزینشی لزوم فاصله گرفتن از داده‌ها به‌منظور پالایش و ایجاد نظریه برای محقق وجود دارد. تا محقق بتواند با ذهن باز، سیر داستان و شکل‌گیری روابط را دنبال کند و به پدیده‌های محوری موضوع تحقیق دست یابد. این مرحله منجر به شکل گرفتن پدیده محوری پژوهش شد. در زمان انجام مراحل، کدگذاری گزینشی، کدگذاری‌های فرایندی برای تحلیل فرایندها و ماتریس شرایط و پیامدها نیز شکل گرفتند (Farasatkah, 2016, p. 189). برای بررسی روایی و اعتبار تحقیق از روش گوبا و لینکلن بهره گرفته شد که چهار معیار اعتباربخشی، انتقال‌پذیری، تاییدپذیری و همچنین اعتمادبخشی را معرفی کرده‌است (Guba & Lincoln, 1994). برای بررسی اعتباربخشی، نظر یک نفر از خبرگان و یک نفر از همتایان، همچنین نظرات ایشان، بررسی شده‌است. برای انتقال‌پذیری تحقیق، دیدگاه‌های مختلف محققان و کارشناسان، استفاده شده‌است. در تمامی بخش‌ها، تلاش شده تا مداخله شخصی محقق و سوگیری شخصی حداقل بوده و تاییدپذیری بالایی به‌دست‌آید. همچنین، با ضبط مصاحبه‌ها و تجزیه تحلیل و تفسیر آن‌ها و نظرخواهی از دیگر محققان در پژوهش، مستندسازی انجام شد تا اعتمادبخشی و ردّ ممیزی تایید شود.

برای ارزیابی مدل به‌دست آمده از نظریه داده‌بنیاد، از دو شیوه کیفی و کمی استفاده شد. در شیوه کیفی، از نظر خبرگان بهره گرفته شد و شاخص نسبت‌محتوایی برای بررسی مدل به شیوه کمی نیز نشانگر روایی محتوایی مناسب مدل است (Lawshe, 1975). (برای ۱۲ نفر خبره)

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

پیشینه نظری

^۱ MAXQDA 2022

کسب و کارها همیشه پارادایم‌های خود را تغییر می‌دهند، به‌ویژه زمانی که بخش‌های دیگر را دارای سود یا فایده بیشتری در اهداف مورد نظر می‌بینند (Lukeschet al. 2020). با توجه به تغییرات پارادایم‌های کسب و کار با توجه به بحران‌های مختلف مالی و زیست‌محیطی و همه‌گیری‌های مختلف در جهان، بسیاری از کسب و کارهای جدید و قدیمی مسیر استراتژی خود را به سوی ایجاد ارزش اجتماعی و مالی همزمان برای رسیدن به پایداری شکل داده‌اند (Repo & Matschoss, 2019). پیزانو و همکاران^۱ به این نکته اشاره می‌کنند که در این میان سنجش نتایج این تلاش‌ها با توجه به تفاوت فراوان نتایج مالی و اجتماعی دشوار است (Pisano et al, 2015). سنجش اثر برای موفقیت در سرمایه‌گذاری، نمایش صحت و پایداری نتایج اجتماعی مهم است و تحت‌تأثیر عواملی مثل زمینه، سطح معیارها، میزان هم‌کاری ذی‌نفعان و شخصیت نوآوران اجتماعی و ارزیابان قرار می‌گیرد (Cunha et al., 2022 ; Novikova, 2022).

تمرکز رویکرد کارآفرینی اجتماعی بر حل مسائل اجتماعی بوده و کارآفرینان به‌دنبال ارائه راهکارهایی برای حل مشکلات اجتماعی هستند. هدف کارآفرینی اجتماعی، به‌دست آوردن اثرات مثبت در جامعه در کنار سود برای پایداری کسب و کار است. کلید موفقیت کارآفرینی اجتماعی، نوآوری اجتماعی است. در واقع، کارآفرینان اجتماعی برای حل مشکلات اجتماعی، روش‌های جدید و نوآورانه‌ای پیشنهاد می‌دهند (Bhardwaj et al., 2023). این رویکرد معمولاً در حوزه‌هایی مانند بهداشت و درمان، آموزش و پرورش و محیط زیست کاربرد دارد. کارآفرینی اجتماعی به‌دنبال اثرات مثبت در جامعه است و باعث شده است که تمرکز از سود به ارائه راهکارهایی برای حل مشکلات اجتماعی منتقل شود. (Akinboade et al., 2023).

جدول ۱ مبانی نظری مرتبط با دیدگاه‌های نظری نوآوری اجتماعی

نظریه	شرح	حوزه	محدودیت‌ها
کارآفرینی اجتماعی (Bhardwaj et al., 2023)	تمرکز اولیه بر افزایش تأثیر اجتماعی با رویکرد نوآورانه برای رسیدن به مأموریت.	الگوهای نوآوری اجتماعی برای ارائه راه‌حل‌های آینده‌نگر	جدایی و ناهمخوانی تعاریف منجر به تنوع تعاریف و فرآیندها شده‌است.
تغییر اجتماعی (Lukeschet et al. 2020)	تعاملات و روابط انسانی که منجر به تغییر ساختارهای فرهنگی و اجتماعی می‌شود	تغییر اجتماعی از طریق نوآوری اجتماعی ممکن است.	وجود مبانی نظری نیاز به تحقیق کاربردی
ایجاد ارزش اجتماعی (Cunha et al., 2022)	ایجاد ارزش اجتماعی در شرایط کسب و کار از طریق مأموریت سازمان‌ها	خلق ارزش از طریق رسمی سازی، فرایندهای تغییر، و پیامدهای اجتماعی	محیط کسب و کار پویا و تغییرات فرهنگی
سنجش نتایج اجتماعی (Novikova, 2022)	تفاوت با سنجش نتایج اقتصادی	موفقیت در سرمایه‌گذاری، نمایش صحت و پایداری نتایج	زمینه، سطح معیارها، میزان هم‌کاری ذی‌نفعان و شخصیت نوآوران اجتماعی

جدول ۲. تعاریف متفاوت نوآوری اجتماعی در مقالات

نویسندگان	موضوع	تمرکز تحقیق
Mulgan et al. (2007)	فعالیتها و خدمات نوآورانه توسط ارگان‌ها و سازمان‌ها با هدف اولیه ایجاد ارزش اجتماعی	نوآوری سازمانی، پاسخ به نیاز اجتماعی

^۱ Pisano et al

نویسندگان	موضوع	تمرکز تحقیق
Phills et al. (2008)	راه حل‌های پایدارتر و مؤثرتر جدید که ارزش اجتماعی را اولویت می‌دهد.	ایجاد ارزش اجتماعی
Edwards-Schachter and Wallace (2017)	تفکری نوین درباره محصول و خدمات برای حل مسائل اجتماعی با ایجاد رابطه‌های جدید در اجتماع	روابط اجتماعی، هم‌آفرینی، حل مساله اجتماعی
Schmidpeter (2013)	فرایندی نوآورانه و اجتماعی با محور کلیدی آن نوآوری و در جهت توسعه پایدار	نوآوری، توسعه پایدار
Repo and Matschoss (2019)	جنبش و تأثیر اجتماعی به عنوان گزینه ای برای رفع چالش‌های پایداری	اثر اجتماعی و پایداری
Lukesch et al. (2020)	تغییر اجتماعی و شکل‌دادن دوباره به چالش‌های اجتماعی، اقتصادی یا زیست محیطی	راهکارهای متنوع و تعریف دوباره مشکلات
Howaldt and Schwarz (2021)	ساختاری نوین از روش‌های اجتماعی در خدمت حل مسائل اجتماعی با بازیگران جدید	هم‌آفرینی، حل مساله اجتماعی

همان‌طور که در طول زمان از تغییرات در تعاریف پیداست، رفع مشکلات بفرنج جامعه به‌شکلی نوآورانه و با هم‌آفرینی جامعه هدف و تعریف مجدد چالش‌های اجتماعی با ارائه راهکارهای متنوع، اهداف جدیدترین تعاریف نوآوری اجتماعی هستند (جدول ۱). بررسی تحقیقات گذشته در مفهوم نوآوری اجتماعی و سنجش نتایج آن نشان می‌دهد که در تحقیقات انگلیسی و فارسی، مفهوم نوآوری اجتماعی و مفاهیم موثر بر سنجش نتایج آن در قالب یک تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته است. به همین دلیل تحقیق حاضر تمرکز خود را بر روی تعریفی جدید و با در نظر گرفته حلقه‌های بازخورد، ذینفعان و ایجاد اثر پایدار گذاشته است در ادامه این تعریف بیان می‌شود (Repo & Matschoss, 2019). در این تحقیق تعریف نوآوری اجتماعی، شناخت و تعریف و حل مشکلات بفرنج^۱ اجتماعی به شیوه‌ای است که راه‌حل ارائه شده برای این مشکلات و سنجش نتایج در تمام مراحل با هم‌آفرینی ذینفعان شکل گرفته و از تعریف مشکل تا پایدار شدن نتایج، سنجش، حلقه‌های بازخورد را شکل داده و پیگیری می‌کند.

پیشینه تجربی

بیشتر تحقیقات نوآوری‌های اجتماعی توسط سازمان‌های بین‌المللی و دولتی شکل گرفته‌اند. چرا که اکثر این تحقیقات به دنبال ایجاد معیاری درون‌کشوری و یا بین‌کشوری برای مشخص کردن میزان آمادگی و پیشرفت در نوآوری اجتماعی بوده‌اند. به‌طور مثال تپسی^۲، مدلی را ارائه داد که در آن مانند تحقیقات دیگر معیارهای ملی همچون شرایط چارچوبی، وقوع فرآیندهای نوآوری، فعالیت‌های کارآفرینی و خروجی‌ها و نتایج اجتماعی آورده شده‌اند.

جدول ۳. پیشینه انگلیسی

مقاله	توضیح	روش	یافته‌های اصلی	تمایز و مقوله‌های مشترک با تحقیق حاضر
(2015). Pisano et al	سیستم اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی	کیفی	تعداد زیادی شاخص در سطح ملی (بیش از ۱۲۰)	حیاتی بودن نوآوری اجتماعی و ادراک مشکلات: شباهت به شاخصهای نوآوری تکنولوژیکی. دشواری اجرا
(2015) Bund et al	اندازه‌گیری عملکرد نوآوری اجتماعی واحدهای	مطالعه کیفی	چهار عامل سیستم نوآوری: نیاز اجتماعی، منابع مالی، حمایت سیاسی،	معیار اندازه: معیارها غیرقابل تعمیم تحقیق حاضر تمرکز بر ایران

¹ Wicked

² TEPSIE

مقاله	توضیح	روش	یافته‌های اصلی	تمایز و مقوله‌های مشترک با تحقیق حاضر
Unceta et al. (2016)	اندازه‌گیری تجربی نوآوری اجتماعی در سطوح منطقه	کمی پرسشنامه	شبکه‌های اجتماعی مراکز فن‌آوری و دانشگاه‌ها برای نوآوری اجتماعی، ظرفیت‌های بالقوه‌ای بالایی دارند.	مدل کسب‌وکار، سازماندهی، مشخصات ارزیاب، شخصیت افراد همکار: مشخصات ارزیابان و مدل‌های کسب‌وکاری
Mihci (2020)	سنجش ظرفیت نوآوری اجتماعی در سطح ملی	رویکرد ترکیبی	امتیازات کشورها	دامنه محدود طرح، وابستگی شاخص‌ها به ارزیابی تحلیلگران
Unceta et al (2022)	روش‌های جدید سنجش نوآوری اجتماعی	سنجش سیستم نوآوری اجتماعی با تمرکز بر ناهنجاری‌ها و آسیب‌پذیری‌ها	پیشنهاد شاخص‌هایی و در سطوح میکرو یا مزو	نیازسنجی
Novikova (2022)	اهمیت ارزیابی تأثیرات ابتکارات نوآوری اجتماعی	رویکرد ترکیبی	چالش‌های سنجش نوآورانه اجتماعی: پیچیدگی سنجش، کمبود داده‌های مطمئن، تداخل منافع ذینفعان	هم‌آفرینی و بیان مشکلات خبریه‌ها: نیاز به رویکرد مشارکتی برای ارزیابی تأثیر، هم‌آفرینی ذینفعان
Cunha et al. (2022)	بررسی مقالات ارزیابی تأثیر نوآوری اجتماعی	بررسی ادبیات سیستماتیک	سنجش برای بهبود نوآوری، جذب بودجه و حمایت	تعریف، بافت جامعه و مکتوب کردن فرآیندها، سنجش با هم‌آفرینی ذینفعان

مدل‌های آورده شده (جدول ۳)، در کشورهای مختلف و با توجه به شرایط و زمینه آن‌ها هستند و وابسته به داده‌های موجود در کشورها مانند رتبه‌بندی‌های ملی و منطقه‌ای نوآوری در این کشورها هستند. در تمامی تحقیقات نیز تمرکز بر معیارهایی است که برای قیاس یا سنجش میزان مناسب بودن منطقه یا کشور برای نوآوری اجتماعی هستند.

جدول ۴. پیشینه فارسی

مقاله	توضیح	روش	یافته‌های اصلی	تمایز و مقوله‌های مشترک با تحقیق حاضر
(2013)Rahimian et al.,	لگوی کارآفرینی اجتماعی در ایران	روش کیفی و تحلیل تم	رفتار کارآفرینان اجتماعی تحت تأثیر عوامل فردی است	مشخصات ارزیاب، شخصیت همکاران، اعتماد و تجربه نوآوری اجتماعی
Mobin Dehkordi & (2016)Keshtkar Haranki,	راهکارهای نوین و موثر برای رفع مشکلات و نیازهای اجتماعی	کیفی، فراترکیب	نیاز به توانمندسازی و سازماندهی افراد در حل مشکلات	هم‌آفرینی، نمایش اثر، تامین مالی: مقاله به بررسی ادبیات نوآوری اجتماعی پرداخته است.
Keshtkar Haranaki, (2017)	طراحی مدل راهبردی نوآوری اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران است.	کمی پیمایشی	اثر قدرت هدایت و وابستگی، سپس مبانی ارزشی متغیر مستقل و فضای اجتماعی و ساختارها و نهادها بر نوآوری	بافت جامعه، سازماندهی، سیاست، پیگیری و مدل کسب‌وکاری
(2020)Sadabadi et al.,	ارائه چارچوب اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی دانشگاه‌ها	فراترکیب	بعد آموزش و سازمان و تحقیق و نوآوری و بین الملل و محیط زیست و ارتباط با زمینه برای سنجش.	فقط مناسب ارزیابی و رتبه‌بندی دانشگاه‌ها

Karimi et al., (2020)	ارائه مدلی برای سنجش در سطح کلان	فرا ترکیب با استفاده از اسکوپوس وب آف ساینس و گوگل اسکالر	ارائه مدل با فراترکیب از ۳۵ مقاله	نبود پشتوانه تجربی کلان بودن
Sadabadi et al., (2019)	تحقیق به دنبال تعریف نوآوری اجتماعی و عناصر سیستم ارزیابی بود.	بررسی ادبیات چندآوایی	معیارهای اندازه گیری اجتماعی، محیطی و مالی و اقتصادی	نبود پشتوانه تجربی، شاخص های کلی

بررسی ادبیات داخلی نشان می دهد مفاهیم موجود در ادبیات تحقیق نوآوری اجتماعی بیشتر از بررسی مقالات خارجی به دست آمده و مفاهیم با توجه به زمینه و شرایط موجود در ایران می تواند بسیار متفاوت باشد و ارائه مدلی که عوامل موثر بر سنجش نتایج را دربرداشته (شکل ۱) و الگویی عملی نیز برای پیشبرد مراحل ارائه می دهد (شکل ۲) می تواند در غنی شدن ادبیات و پاسخ به شکاف تحقیق بیان شده موثر باشد.

توجه به جداول شماره ۳ و ۴ نشان می دهد مدل های ارائه شده در مقالات فارسی با توجه به بررسی مقالات خارجی شکل گرفته اند و تفاوت های تعاریف اجتماعی و عدم بررسی نتایج با توجه به بافت جامعه هدف در آن ها ممکن است موجب عدم تطابق مراحل و معیارهای اندازه گیری نوآوری های اجتماعی شود. اشاره به لزوم ادراک و شناخت عوامل زمینه ای در تحقیقات نشان از اهمیت بالای این عوامل دارد (Sadabadi et al., 2019). برای تحقق این مهم، این تحقیق از نظرات متخصصان، خبرگان، مدیران و صاحب نظران بهره گرفت و با توجه به شکاف مذکور در تحقیقات، به بررسی مفهوم سنجش نوآوری اجتماعی در ایران و عوامل موثر بر آن پرداخت.

۳. یافته ها

الف) توصیف جمعیت شناختی

بر اساس معیارهای احراز خبرگی فوق و همچنین در دسترس بودن متخصصانی که در جدول ۷ توصیف شده اند به عنوان خبرگان این تحقیق انتخاب شدند. همان طور که مشاهده می شود بیشتر خبرگان سمت های اجرایی داشتند و بیشتر افراد دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند. همچنین آقایان ۸ نفر و بانوان ۶ نفر خبرگانی که با ایشان مصاحبه شد را تشکیل دادند. اکثر خبرگان بالای ۶ سال سابقه فعالیت حرفه ای در حوزه نوآوری اجتماعی دارند.

جدول ۷. مشخصات خبرگان

کد	جنسیت	تحصیلات	سابقه در نوآوری اجتماعی	شغل
خبره ۱	مرد	دکتر	۱۵ سال	مدرس دانشگاه
خبره ۲	مرد	کارشناسی ارشد	۷ سال	خبره صنعت
خبره ۳	مرد	دکتر	۱۲ سال	خبره صنعت
خبره ۴	زن	کارشناسی	۷ سال	کارآفرین اجتماعی، هنرمند
خبره ۵	زن	کارشناسی ارشد	۶ سال	کارآفرین اجتماعی
خبره ۶	مرد	کارشناسی ارشد	۸ سال	کارشناس نویسنده
خبره ۷	مرد	کارشناسی ارشد	۵ سال	نوآور اجتماعی سازمانی
خبره ۸	مرد	دکتر	۱۳ سال	رئیس اداره فرهنگی اجتماعی شهرداری
خبره ۹	زن	کارشناسی ارشد	۸ سال	مدیر خیریه
خبره ۱۰	زن	دکتر	۹ سال	کارآفرین اجتماعی
خبره ۱۱	زن	کارشناسی	۶ سال	کارشناس فرهنگی
خبره ۱۲	مرد	کارشناسی ارشد	۶ سال	کارشناس فرهنگی اجتماعی
خبره ۱۳	مرد	کارشناسی ارشد	۷ سال	طراح فرهنگی اجتماعی

کد	جنسیت	تحصیلات	سابقه در نوآوری اجتماعی	شغل
خبیره ۱۴	زن	کارشناسی	۶ سال	کارشناس شهرداری

ب) فرآیند کدگذاری

بعد هر مصاحبه، کدگذاری باز انجام شد. در تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها ۵۲۶ کد و ۲۲ زیرمقوله شکل گرفتند و زیر مقوله‌ها در پنج مقوله مدل اشتراوس و کوربین تقسیم‌بندی شدند. این تحقیق با هدف تعریف پدیده اصلی در سنجش نتایج نوآوری اجتماعی و یافتن عوامل مختلف موثر بر آن و شیوه اجرا و نتایج این پدید شکل گرفته است. در جدول ۶ نمونه‌ای از کدگذاری باز و مقولات استخراجی مشاهده می‌شود، پس از انجام ۱۲ مصاحبه و استخراج کدها و توسعه مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها، به اشباع نظری رسیدیم.

جدول ۵. نمونه مقوله، زیر مقوله، مفهوم و کد مربوطه

مقوله	زیر مقوله	مفهوم	کد
راهبردها	تامین مالی	منابع مالی مردمی به غیر از جامعه هدف	خبیره ۸: بازم می‌گم خیلی از نوآوره‌های اجتماعی در اطراف بازار تهران و بازارهای بزرگ شهرها برای تأمین مالی کارشون رو شکل می‌دن. خبیره ۹: بخش مالی را NGOها و خیرین تقبل کردند. خبیره ۹: خیرین می‌خواهند دقیق بدانند پول کجا خرج شده.
		هزینه‌های پایداری اثر از جانب جامعه هدف	خبیره ۱۳: برای کارخانه بوشهر یک ریال هم خرج نکردیم. همه با کمک مالی مردم خبیره ۹: دو سه ماه حقوق را خودمان دادیم بعد خود جامعه هدف به فرد حقوق دادند.
		کاهش هزینه‌ها به یک‌ششم	خبیره ۹: هزینه کاری که ۴ میلیارد برآورده شده بود با ۷۰۰ میلیون تومان جمع شد. ولی در ایران یک چهارم تا یک ششم است.
		تمرکز بر کمک‌های دولتی	خبیره ۷: یک سازمان بدهی‌های ما را نمی‌دهد. خبیره ۱: هزینه و امکانات را ما (سازمان دولتی) می‌دهیم و آن‌ها کار را پیش می‌برند.

کدگذاری انتخابی، نظریه را آشکار می‌کند و محققان را از توصیف داده‌ها به نظریه‌پردازی و مفهوم‌سازی هدایت می‌کند و به فرآیند تحقیق ساختاری منسجم می‌دهد. در این مرحله داده‌های اصلی، کدهای اولیه و مفهومی، یادداشت‌های تحلیلی و عملیاتی و دیدگاه تحلیلی محقق ایجاد شد. محققان با حذف موارد نامرتبط نظریه را سازماندهی کردند. برای ارتقای نوآوری‌های اجتماعی، اندازه‌گیری تأثیر آن‌ها بسیار مهم است و باید نظرات ذینفعان در نظر گرفته شود. نقش ذینفعان در سنجش نتایج در حیاتی است. در کدگذاری انتخابی اقدامات، استراتژی‌ها و فرآیندها توضیح داده شدند. هنگام تحلیل مفاهیم کنش‌ها و واکنش‌ها مشخص شدند. همچنین تعیین شد که چه فعالیت‌هایی برای سنجش تأثیرات نوآوری‌های اجتماعی، در هر مرحله از ارزیابی نتایج، قبل و در زمان و بعد از هر اقدامی انجام گردد. مدل نهایی ایجاد شده در شکل ۱ مشاهده می‌شود. اجزا مدل در ادامه آورده شده‌اند:

پدیده مرکزی

در زمان ایجاد روابط بین مفاهیم و مقولات محقق به مقولات مشترک بین مفاهیم رسید. این مقولات بر مقولات دیگر

مؤثر بوده و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرفتند. این موارد به انتزاع شامل این دو بیت شعر هستند: «کار نیکو کردن از پر کردن است» (جامی) و «نارسایی های طالع مانع است از اتحاد» (صائب تبریزی) در مصاحبه‌ها به کرات دلایل، نقایص و بهانه‌های مختلف برای عدم بهره‌گیری از نظر جامعه هدف نوآوری اجتماعی و دیگر ذی‌نفعان در سنجش مؤثر نوآوری اجتماعی بیان شدند.

شرایط علی

موجبات اصلی به وجود آمدن پدیده‌ها، شرایط علی هستند. شرایط علی برای «اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی» در چهار زیر مقوله تعریف آورده شده‌اند:

ادراک مشکلات عدم انجام سنجش اثر اجتماعی: این زیر مقوله بالاترین تعداد را در میان تعداد کدهای مقوله شرایط فعلی دارد و این نشان‌دهنده اهمیت این امر در ادراک شرایط فعلی است برای سنجش نتایج همواره با دو بعد مهم روبه‌رو هستیم: یکی ایجاد اثر نوآورانه اجتماعی و دیگری ایجاد پایداری در نوآوری اجتماعی و تأمین مالی آن. **حیاتی بودن اثر بخشی نوآوری اجتماعی:** خیره شماره ۸: "سنجش نتایج، اجباری است و بحث مرگ و زندگی است، چرا که با جان و آبرو و عزت نفس آدم‌ها مرتبط است." عدم انجام مناسب سنجش نوآوری اجتماعی منجر به ضایعات غیرقابل برگشت می‌شود.

مشکلات تفکر خیریه سنتی: در تفکر خیریه سنتی نتایجی که به دست می‌آیند، مقطعی و کوتاه مدت هستند. تغییر شرایط جامعه و نیازها و مشکلات بگرنج و چند وجهی در جامعه، نیاز به نوآوری اجتماعی و سنجش آن را مشخص کرده‌است.

الزامات سنجش نتایج: نیازسنجی باید با به‌کارگیری سنجه‌های مناسب و ادراک تعریف صحیح از نوآوری اجتماعی شکل گرفته و در یابد که کدام مشکل بگرنج اجتماعی را می‌توان با استفاده از ابزار نوآوری اجتماعی حل کرد.

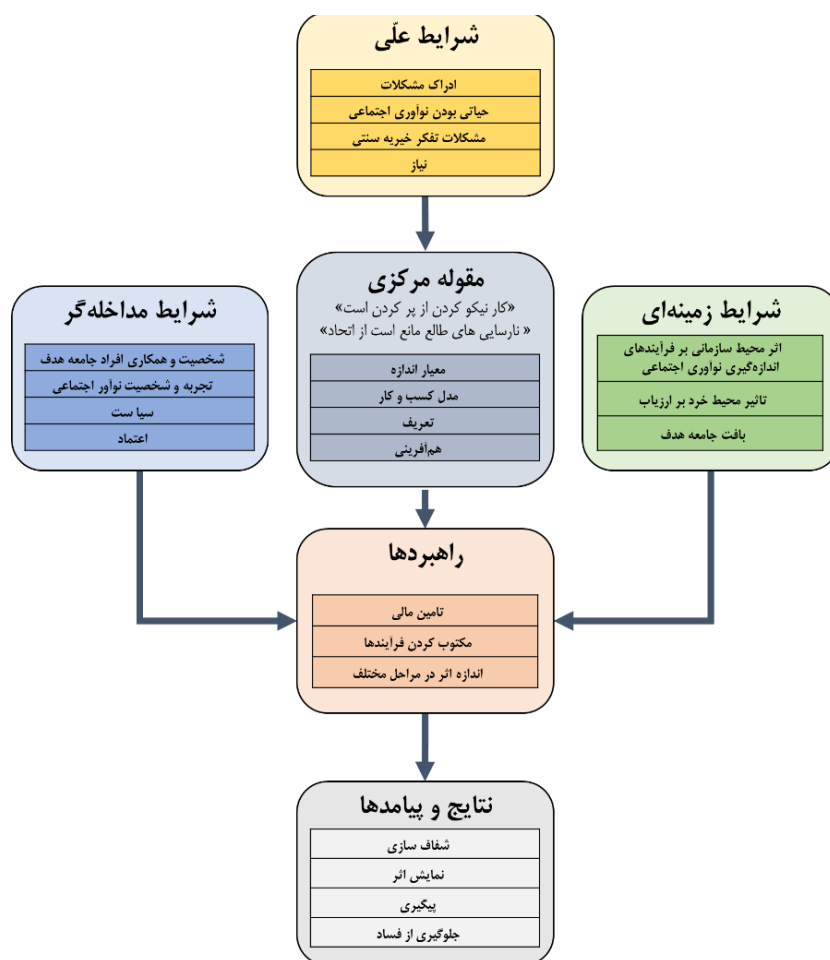
شرایط مداخله‌گر

اثر سیاست در نوآوری اجتماعی: در اینجا سیاست به معنای ترجیح دادن گروه‌های خاص آورده شده و اثر سیاست‌های ملی (مثال: Sadabadi, 2021; Mobin Dehkordi & Keshtkar Haranki, 2016). هدف این تحقیق نیست.

اصل بر اعتماد: عدم وجود اعتماد و عدم شکل‌دادن آن بر پایه اطلاعات دقیق به دست آمده از اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی، منجر به عدم پایداری و کمبود منابع مالی می‌شود.

تجربه و شخصیت نوآور اجتماعی: انگیزش قوی در ایجاد سود اجتماعی و پایدار نگاه داشتن آن از مهم‌ترین مشخصه‌های هر نوآور اجتماعی است. از این رو تواضع و تمایل به تلاش و کوشش در انجام نوآوری اجتماعی، مشخصه‌های مهم نوآور اجتماعی هستند. به‌کارگیری افراد با تجربه دقیق و متعهد به انجام کار نقش مهمی در اثربخشی نوآوری اجتماعی دارد.

شخصیت و همکاری افراد جامعه هدف: هم‌آفرینی که بخش مهمی از آن باید با جامعه هدف باشد، تا حد زیادی به مشخصه‌های این جامعه نیز بر می‌گردد. چنانچه جامعه هدف به‌راحتی با نوآور اجتماعی ارتباط برقرار کند و با ایشان همکاری کنند، سنجش نتایج دقیق کامل خواهد بود.



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی در ایران بر اساس نظریه داده بنیاد

شرایط زمینه‌ای

اثر محیط سازمانی بر فرآیندهای اندازه‌گیری نوآوری اجتماعی: نوع و شیوه شکل‌گیری و سازماندهی نوآوری اجتماعی، در سنجش نتایج آن نقش دارد. به‌طور مثال زمانی که سازمان زمینه نوآوری اجتماعی را به نوآوری فنی نزدیک فرض می‌کند و معیارهای نزدیکی را برای این دو در نظر می‌گیرد.

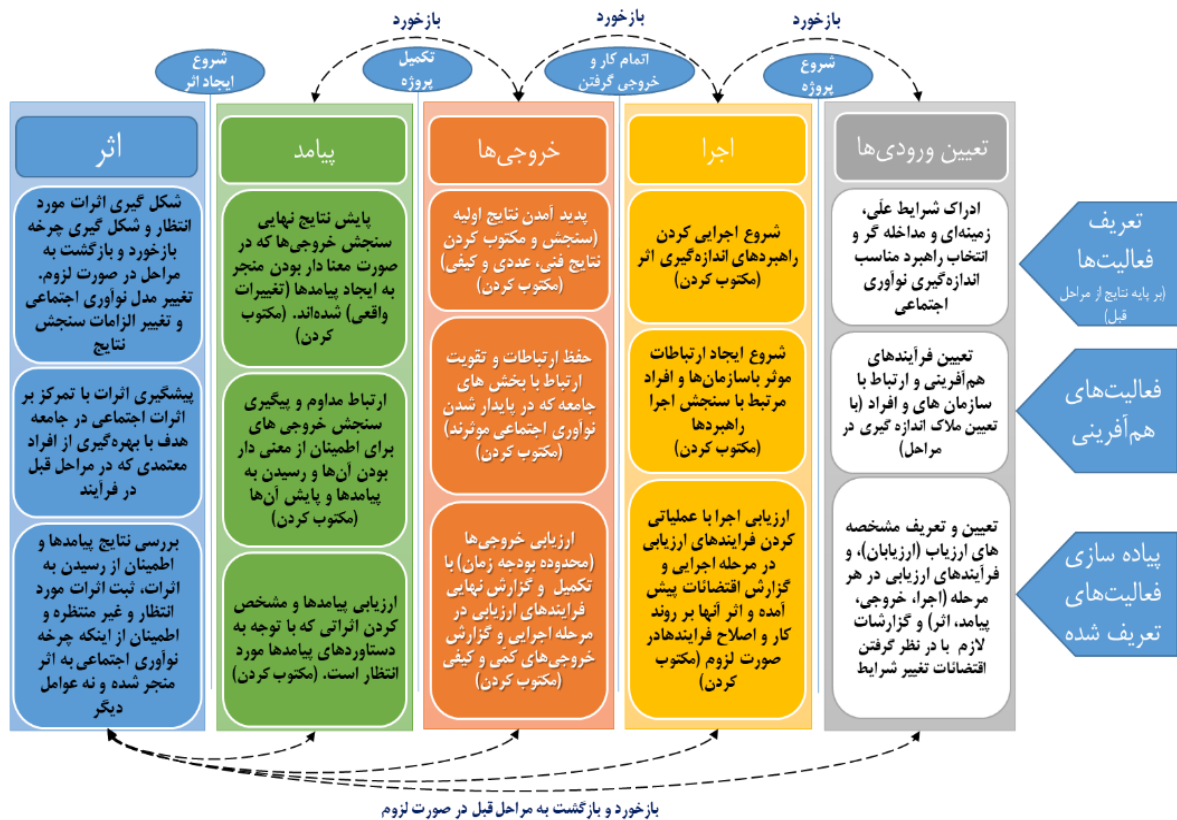
تأثیر محیط خرد بر ارزیاب: مشخصات تعریف شده برای فرد ارزیاب در سیستم‌های دولتی و غیردولتی و برای انواع نوآوری اجتماعی بسیار متنوع و با توجه به زمینه مورد نظر متفاوت است. در برخی از انواع نوآوری اجتماعی، باید ارزیابی به‌صورت مستقل صورت گیرد تا بتوان ایده درستی از آنچه اتفاق افتاده است به‌دست‌آورد.

لزوم شناخت بافت اجتماعی برای سنجش مناسب: توجه به سلیقه و نیاز جامعه مورد نظر از اصول کلیدی انجام نوآوری اجتماعی است و باید در نیازسنجی و همچنین اثرسنجی مورد توجه ویژه قرار گیرد. چرا که در بسیاری از بخش‌های جامعه نیز بررسی اثر اجتماعی فعالیت‌های نوآوری اجتماعی، به‌راحتی قابل انجام نیست.

راهنماها

تامین مالی: با سنجش نتایج مورد انتظار پیش از انجام کار و رسیدن به آن بر پایه برنامه، می‌توان حامیان را مجاب کرده و پشتیبانی مالی مناسبی را دریافت کرد. در ایران در برخی پروژه‌های اجتماعی، تمام خرج‌ها از اجتماع می‌آید. در موارد دیگر سازمان‌ها و سمن‌ها کارها را انجام می‌دهند و خیرین و یا بخش دولتی تأمین مالی می‌کند. مکتوب کردن فرآیندها: یکی از مشکلات اصلی نوآوری‌های اجتماعی، عدم سنجش در طول فرایند است. جایی که

باید در تک تک بخش‌ها، خروجی‌ها اندازه‌گیری و ثبت شوند و در پایان، پیامدها شکل گیرند و ثبت شوند تا بتوان تأثیرات منتج شده از آن‌ها را ثبت و مشاهده کرد.



شکل ۳. اندازه‌گیری نتایج در مراحل مختلف نوآوری اجتماعی (منبع: محقق)

اندازه‌گیری نتایج در مراحل مختلف نوآوری اجتماعی: نتایج نوآوری اجتماعی، از مجموعه خروجی‌ها، پیامدها و اثرات شکل می‌گیرد. نوآوری‌های اجتماعی در تمام مراحل کار نیاز به بررسی و سنجش دارند. نتایج در هر بخش، تنها با همکاری و همیاری جامعه هدف نوآوری اجتماعی قابل اندازه‌گیری هستند (شکل ۲).

تعیین ورودی‌ها: باید نیازسنجی به‌طور دقیق شکل گیرد تا مشخص شود که نیاز اجتماعی و سپس راه‌حل‌های ممکن برای آن کدام هستند. پس در سنجش راه‌حل‌های ممکن با کمک خیرگان و جامعه هدف و انتخاب راه‌حل برتر، باید معیارهای سنجش از لحاظ زمان‌بندی، کمی و کیفی و مالی و غیر مالی بودن مشخص، تعیین و تبیین شده و مورد تایید ذی‌نفعان قرار گیرند.

اجرا: فرآیندهایی که در مرحله تعیین ورودی‌ها شکل گرفتند و ملاک‌های اندازه‌گیری که مشخص شدند در این مرحله اجرا و عملیاتی می‌شوند و در هر بخش مستندات با توجه به فرایند و پیشبرد کار شکل می‌گیرد و نتایج در اختیار ذی‌نفعان تعیین شده قرار می‌گیرد.

خروجی‌ها: فرآیندهای اندازه‌گیری در این مرحله شبیه به فرآیندهای کنترل پروژه هستند که همیشه ترکیبی از اندازه‌گیری ورودی‌ها (نتایج اجرا) و خروجی‌ها را به‌دست می‌دهند. نکته مهم این است که خروجی‌ها اولین سطح از نتایج یک پروژه هستند و عموماً با فعالیت‌ها اشتباه گرفته می‌شوند.

پیامدها: در پیامدها اندازه‌گیری تا اندازه‌ای دشوارتر از خروجی‌ها است. چرا که پیامدهای مشاهده شده از فعالیت‌های

نوآوری اجتماعی، ممکن است در نتیجه نوآوری اجتماعی نباشد، که اگر همه نتایج چنین باشند، در کل معنی دار نیستند. اثر: سنجش نتایج کار دشواری است و به نوعی خاص از تحلیل نیاز دارد که در آن بتوان تأثیر پیامدها را به طور خاص بر روی ایجاد اثر مورد نظر اندازه گیری کرد. چرا که در بسیاری از موارد، عوامل فراوانی در نتایج نقش دارند که لزوماً بر پیامدهای نوآوری اجتماعی نیستند.

اعتبارسنجی مدل اندازه گیری نتایج در مراحل مختلف نوآوری اجتماعی برای تعریف ورودی، اجراء، خروجی، پیامد و اثر از ادبیات مطلب بهره گرفته شد (Gujarati et al., 2020). همچنین برای اعتبارسنجی این بخش از نظر خبرگان بهره گرفته شد. خبرگانی که مبحث سنجش نتایج در مراحل مختلف را مطرح کرده بودند (۱۰ خبره) شناسایی شده و مدل برای ایشان ارسال شد، با توجه به نظرات ایشان در بخش های مختلف مباحث تصحیح شدند تا پس از سه مرحله فرستادن شدن مدل، مدل نهایی تایید شد.

نتایج و پیامدها

ایجاد و نمایش اثر اجتماعی حقیقی: کار خیر منجر به خودشکوفایی در نوآور اجتماعی می شود. در اکثر مصاحبه ها نوآوران اجتماعی بیان کردند که انگیزه های شخصی و لذت فراوانی از نتیجه حقیقی و مؤثر نوآوری اجتماعی به دست می آورند. این افراد بر ادراک برکت در فعل اجتماعی تأکید داشتند.

جلوگیری از ایجاد فساد و سودجویی: مهم ترین اثر اندازه گیری نتایج و مستند کردن آن، جلوگیری از ایجاد فساد و سودجویی است.

رفع مشکلات پس از اتمام طرح و پیگیری: اگر پس از اتمام طرح ها، پیگیری انجام نشود، با اطمینان زیاد می توان گفت که تنها خروجی ها ایجاد و اعلام خواهند شد و تلاش ها منجر به ایجاد پیامد و اثر نخواهد شد. **شفاف سازی اثرات مالی و اجتماعی:** یکی از نتایج مهم هرگونه سنجشی، شفاف سازی فعالیت ها و نتایج است. نوآوری اجتماعی نیز با اندازه گیری صحیح نتایج و پیامدها، میزان شفافیت کار خود را در اثرگذاری اجتماعی و هزینه ها و ایجاد درآمد نمایش می دهد.

۴. دستاوردها و نتیجه گیری

در یافته های تحقیق حاضر در بخش شرایط زمینه ای زیرمقوله های بافت جامعه هدف، اثر محیط بر سنجش نتایج و اثر محیط خرد بر ارزیاب، به عنوان زیر مقوله های اصلی شناسایی شد. این یافته ها میزان اهمیت محیط را بر سنجش نوآوری اجتماعی نشان می دهد. بافت جامعه هدف بر سنجش نوآوری اجتماعی تأثیر دارد. به طور مثال، فرهنگ، اعتقادات و ارزش های موجود در جامعه، سطح تحصیلات و آگاهی جامعه، تأثیر مهمی بر سنجش نوآوری اجتماعی دارند و باید در انتخاب و بررسی شیوه سنجش نوآوری اجتماعی مورد توجه قرار گیرد. تحقیقات بوند و همکاران (۲۰۱۵) و اونچتا و همکاران ۲۰۱۶ نیز به نتیجه مشابهی دست یافته و اهمیت بررسی بافت جامعه را در سنجش اثر نوآوری اجتماعی بیان کرده اند (Bund et al., 2015; Unceta et al. 2016). اثر محیط خرد بر ارزیاب و ارزیابی های سوگیری شده که با توجه به منافع محیط و یا با در نظر گرفتن معیارهای ظاهری انجام می شود در یافته های این تحقیق بیان شده که تحقیقات دیگر به طور مستقیم به این مورد اشاره نکرده اند و در تحقیق کراسنوپولسکایا و کورنیوا (۲۰۲۰) به اثر سوگیری و اثرات مخرب آن در شکل گیری معیارهای سنجش و سنجش اثر توسط سازمان اشاره شده است (Krasnopolskaya & Korneeva, 2020).

در رابطه با شرایط علی زیر مقوله مشکلات تفکر خیریه سنتی با توجه به فرهنگ خاص خیریه در ایران و کمتر توجه کردن به اثرات بلند مدت آن در این تحقیق آورده شده و در تحقیقات دیگر تنها در یک تحقیق در کشور ترکیه در تحقیق ابراهیم و دیگران (۲۰۱۴) به این موضوع اشاره شده است که این مهم نیز با توجه به فرهنگ و بافت آن جامعه مورد توجه قرار گرفته است (Ebrahim et al., 2014). ضرورت سنجش از موارد زیر مقوله‌های مهم در شرایط علی در این تحقیق بود که تحقیقات دیگر نیز به ضرورت سنجش اثر نوآوری اجتماعی و اهمیت آن در اثربخشی واقعی این مهم پرداخته اند. در همین راستا تحقیقات مولکه و پاچ (۲۰۱۹) و اشمیدیپتر (۲۰۱۳) به ضرورت سنجش اثر نوآوری اجتماعی برای اثر بخشی اشاره کرده و نتایج مشابهی به دست آورده‌اند (Schmidpeter, 2013 ; Molecke & Pache, 2019).

در ارتباط با مقوله اصلی تحقیق، تعیین معیار اندازه، مدل کسب و کار اجتماعی، تعریف نوآوری اجتماعی و هم‌آفرینی به عنوان زیر مقولات مشخص شدند. از نکات مهم در سنجش نتایج نوآوری اجتماعی، شروع کار با داشتن ادراک مناسب از الزامات این مهم است. زیر مقولات این بخش بر اهمیت ادراک و مشخص کردن تعریف صحیح نوآوری اجتماعی پیش از شروع کار و تعیین شاخص کسب و کار و مشخص کردن معیارهای اندازه بر اساس آن و همچنین اثر بسیار مهم هم‌آفرینی بر سنجش اثر نوآوری اجتماعی تاکید دارند. تحقیقات فراوان دیگری بر اهمیت هم‌آفرینی تاکید داشته و آن را اصل بدون جانشین در اثربخشی نوآوری اجتماعی می‌دانند. کوماری (۲۰۲۰) بر اهمیت نگاه به نوآوری اجتماعی به عنوان یک اکوسیستم و نقش پر رنگ هر کدام از بخش‌ها در اثربخشی تاکید دارد و همچنین ووربرگ و بکرز (۲۰۱۵) نیز بر اهمیت تحقیق بر روی خروجی نوآوری اجتماعی و دقت بر هم‌آفرینی در این موضوع تاکید داشته‌اند (Kumari et al., 2020; Voorberg et al., 2015).

شرایط مداخله‌گر در این تحقیق شامل مشخصه‌ها و همکاری جامعه هدف، تجربه و شخصیت نوآور اجتماعی، سیاست و اعتماد هستند که در تحقیق رحیمیان و همکاران نیز بر اهمیت تجربه و شخصیت نوآور اجتماعی در سنجش موثر نتایج اشاره شده و ناراسیمهالو (۲۰۱۱) نیز بر اهمیت مشخصه‌های فرد نوآور و اثر آن در سنجش اثر نوآوری اجتماعی تاکید دارد (Narasimhalu, 2011; Rahimian et al., 2013). ایجاد اعتماد در میان جامعه هدف برای اجرا و همچنین اعتمادسازی با مکتوب کردن فرآیندها و دقت در گزارش‌ها اهمیت زیادی در دریافت سرمایه برای نوآوران اجتماعی دارد چرا که ایشان با نمایش اثر واقعی می‌توانند اعتماد سرمایه‌گذاران را جلب کنند. الهربی و همکاران (۲۰۲۲) در مقاله خود به بحث اعتماد و اهمیت آن در خرید و سرمایه‌گذاری در نوآوری اجتماعی اشاره کرده‌اند (Alharbi et al., 2022).

مقوله راهبردها شامل زیرمقولات تأمین مالی، مدل کسب و کار و اندازه‌گیری اثر در مراحل مختلف است. بوند و همکاران نیز در مقالات سال ۲۰۱۳ و سال ۲۰۱۵ خود به اهمیت توجه به مدل تأمین مالی نوآوری اجتماعی اشاره کرده‌اند و نتیجه ایشان نیز این بوده که برای اجرای اثربخش و پایدار شدن نوآوری اجتماعی مشخص کردن مدل درآمدی نوآوری اجتماعی با اهمیت است (Bund et al., 2013; Bund et al., 2015). زیرمقوله اندازه‌گیری اثر در مراحل مختلف نوآوری اجتماعی که در شکل ۳ آورده شده است از مهم‌ترین نتایج این تحقیق بوده که با توجه به نظرات خبرگان شکل گرفته و می‌تواند به عنوان یک ابزار کاربردی برای نوآوران اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد که تا جایی که در تحقیقات محققان این تحقیق مشخص شد، در ایران و ادبیات فعلی نوآوری اجتماعی چنین ابزاری که در هر مرحله بر هم‌آفرینی نیز تاکید داشته باشد، شکل نگرفته است.

مقوله نتایج و پیامدها در این تحقیق شامل زیرمقولات نمایش اثرات اجتماعی، پیگیری اثر حقیقی و جلوگیری از فساد است. کارآفرینان اجتماعی و نوآوران شرکتی و همچنین سرمایه‌گذاران و خیرین، باید معیارهایی را در جهت اطمینان از اثربخش بودن نتایج در تمام مراحل ایجاد کرده و همچنین ابزارهای لازم را برای سنجش تعیین کرده و به کار گیرند. این سنجش اثر با توجه به مراحل آورده شده و دقت نظر در شیوه انجام آن از فساد و سو استفاده جلوگیری کرده و اثرات اجتماعی واقعی را نمایش می‌دهند که می‌توان از آن در جذب اعتماد و سرمایه و پایداری نوآوری اجتماعی بهره برد و پیگیری به انجام رسیدن نوآوری اجتماعی تضمین میشود رپو و ماتس (۲۰۱۹) در تحقیق خود بر اهمیت اعتماد سازی و نتایج ارزشمند سنجش اثر اجتماعی اشاره کرده‌اند (Repo & Matschoss, 2019).

برای انجام نوآوری‌های اجتماعی اثرگذار، باید افرادی آگاه به مهارت‌ها و مراحل انجام کار و شکل دادن نوآوری اجتماعی نیز وجود داشته باشند که در این بخش با تحقیق پدرینی همخوانی وجود دارد (Pedrini et al., 2022). نوع تفکر کلاسیک کار خیر در ایران ایجاد ارزش اجتماعی موقتی می‌کند، باید با پایدار کردن اثر اجتماعی نوآوری اجتماعی با سنجش نتایج به کار گرفته شود. از سوی دیگر نوآوران اجتماعی باید با سنجش نتایج در تمام مراحل کار و ارائه و توضیح آن به تمامی ذی‌نفعان، اعتماد ایجاد کنند. در ارزیابی گاه لازم است ارزیابان مستقل به کار گرفته شوند تا سوگیری به حداقل برسد. باید ارزیابان با عملی کردن ارزیابی بی طرفانه در تمامی مراحل، به ایجاد آثار پایدار نوآوری‌های اجتماعی در جامعه یاری دهند.

۶. پیشنهادها

در جدول ذیل به پیشنهادات نظری و کاربردی و پژوهشی بر مبنای محدودیت‌ها اشاره شده است.

جدول ۶. پیشنهادات نظری و کاربردی و پژوهشی بر مبنای محدودیت‌ها

نوع	محدودیت‌های تحقیق	پیشنهادات
فنون و کاربردی	نبود تعریف مشخص و دقیق	انتخاب و تثبیت تعریف مشخص و متناسب
	مشکلات سنجش‌های اندازه‌گیری نتایج	استفاده از تعریف در سنجش‌های اندازه‌گیری و ارزیابی نتایج تحقیقات در مراحل مختلف.
	مسکن‌های موقتی به جای راه‌حل پایدار	پیشنهاد استفاده از سنجش نوآوری اجتماعی برای ایجاد راهکارهای پایدار.
	سوگیری در سنجش	تعیین معیارها با زمان‌بندی و بودجه‌بندی از ابتدا استفاده از ارزیابان بی طرف
پژوهشی	عدم شناخت جامعه هدف	پژوهش جامعه هدف ارزش اجتماعی سازگار با جامعه
	عدم دسترسی به تمام خبرگان	مطالعات تاییدی در شهرها و کشورهای دیگر
	نیود سنجش مدل به دست آمده در عمل	مطالعات کمی بر اساس مدل (شکل ۱ و ۲)
	محدود بودن ادبیات تحقیق	انجام مطالعات و غنی تر کردن ادبیات تحقیق فارسی

منابع

- Akinboade, O. O. A., Taft, T., & Weber, J. F. (2023). How the social entrepreneurship business model designs in South Africa create value: a complex adaptive systems approach. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(1), 70-95. doi.org/10.1108/JEEE-02-2021-0057
- Alharbi, A., Cantarelli, C., & Brint, A. (2022). Crowd Models for Last Mile Delivery in an Emerging Economy. *Sustainability*, 14(3), 20-28. doi.org/10.3390/su14031401
- Bhardwaj, R., Srivastava, S., Bindra, S., & Sangwan, S. (2023). An ecosystem view of social entrepreneurship through the perspective of systems thinking. *Systems Research and Behavioral Science*, 40(1), 250-265. doi.org/10.1002/sres.2835

- Bund, E., Gerhard, U., Hoelscher, M., & Mildenerger, G. (2015). A methodological framework for measuring social innovation. *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, 48-78 .
Doi:10.12759/hsr.40.2015.3
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*: Sage publications.
- Cunha, J., Alves, W., & Araújo, M. (2022). Challenges of impact measurement in social innovation: Barriers and interventions to overcome. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 23(6), 1-32.
Doi:10.1590/1678-6971/eRAMD220077.en
- Ebrahim, A., Battilana, J., & Mair, J. (2014). The governance of social enterprises. *Research in organizational behavior*, 34, 81-100. Doi: 10.1016/j.riob.2014.09.001
- Edwards-Schachter, M., & Wallace, M. L. (2017). 'Shaken, but not stirred'. *Technological Forecasting and Social Change*, 119, 64-79. Doi: 10.1016/j.techfore.2017.03.012
- Farasatkah, M. (2016). Qualitative research method in social sciences with emphasis on "grounded theory. Tehran: Agah. (In Persian)
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In Handbook of qualitative research. (pp. 105-117). *Sage Publications, Inc.*
- Gujarati, A., Karimi, R., Alzayat, S., Hao, W., Kaufmann, A., Vigfusson, Y., & Mace, J. (2020). Serving DNNs like clockwork: Performance predictability from the bottom up. In *14th USENIX Symposium on Operating Systems Design and Implementation (OSDI 20)*, 443-462.
- Howaldt, J., & Schwarz, M. (2021). Social innovation and social change. In *A Research Agenda for Social Innovation*, Edward Elgar Publishing.
- Huang, Y., Huang, B., Song, J., Xu, X., Chen, X., Zhang, Z., & Xue, B. (2021). Social impact assessment of photovoltaic poverty alleviation program in China. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125-142. Doi: 10.1016/j.jclepro.2020.125208
- Karimi, t., Karimi, a., Sadabadi, A. A., & Ramezani, s. (2020). A framework for social innovation evaluation at macro level. *Journal of Entrepreneurship Development*, 13(1), 61-79. Doi: 10.22059/jed.2020.290947.653159 (In Persian)
- Keshtkar Haranaki, M. (2017). Designing the Strategic Model of Social Innovation in the Islamic Republic of Iran with Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(4), 671-690. Doi: 10.22059/jed.2017.61550 (In Persian)
- Krasnopolskaya, I., & Korneeva, I. (2020). Social innovation measurement: a room for quantitative metrics. *International Review of Applied Economics*, 34(5), 567-587. Doi: 10.1080/02692171.2020.1776686
- Kumari, R., Kwon, K.-S., Lee, B.-H., & Choi, K. (2019). Co-Creation for Social Innovation in the Ecosystem Context: The Role of Higher Educational Institutions. *Sustainability*, 12(1), 307-311. Doi: 10.3390/su12010307
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel psychology*, 28(4), 563-575. Doi: 10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x
- Leal, W., Fritzen, B., Vargas, V. R., Paco, A., Zhang, Q., Doni (2022). Social innovation for sustainable development. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 29(4), 311-322. Doi: 10.1080/13504509.2021.2013974

- Lukesch, R., Ludvig, A., Slee, B., Weiss, G., & Živojinović, I. (2020). Social innovation, societal change, and the role of policies. *Sustainability*, 12(18), 74-82. Doi: 10.3390/su12187407
- Mihci, H. (2020). Is measuring social innovation a mission impossible? *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 33(3), 337-367. Doi: 10.1080/13511610.2019.1705149
- 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)
- Mobin Dehkordi, A., & Keshtkar Haranaki, M. (2016). Transformation of social innovation models. *Social Development and Welfare Planning*, 8(26), 101-138. (In Persian)
- Molecke, G., & Pache, A.-C. (2019). How do we know when social innovation works. In: *Handbook of Inclusive Innovation*, 83-105.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. Social Innovation: what it is, why it matters, how it can be accelerated. London: *University of Oxford*, Young Foundation. 2007.
- Narasimhalu, A. D. (2011). Agile Innovation Management. *International Society for Professional Innovation Management Innovation Symposium*, Wellington, New Zealand, 29 November - 2 December 2011. Research Collection School Of Computing and Information Systems. Available at: https://ink.library.smu.edu.sg/sis_research/1463
- Nazari, M., Mostashar Nezami, I., & Zargar, Z. H. E. (2022). The journey from Corporate Social Responsibility to Corporate Social Innovation. *Technium Business and Management*, 2(2), 27-39. Doi: 10.47577/business.v2i2.6539
- Novikova, Marina. 2022. Social Innovation Impacts and Their Assessment: An Exploratory Study of a Social Innovation Initiative from a Portuguese Rural Region. *Social Sciences* 11(3), 122-145. Doi: 10.3390/socsci11030122
- Pedrini, M., Molteni, M. M., Ciambotti, G. (eds.), Enabling the change! Social innovation and enterprises for a better future. Proceedings of the 13th International Social Innovation Research Conference, EGEA, Milano 2022, 526-570. <https://hdl.handle.net/10807/222513>
- Phills Jr., J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43. Doi: 10.48558/GBJY-GJ47
- Pisano, U., Lange, L., & Berger, G. (2015). Social innovation in Europe : an overview of the concept of social innovation in the context of European initiatives and practices, ESDN Quarterly Report 36(1) Vienna, European Sustainable Development Network.
- Rahimian, H., Ahmadpour Dariani, M., Abbaspour, A., & A'lami, F. (2013). Identifying Causal Factors of Forming Social Entrepreneurship Behavior in Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 6(1), 185-202. Doi: 10.22059/jed.2013.36256 (In Persian)
- Repo, P., & Matschoss, K. (2019). Social innovation for sustainability challenges. *Sustainability*, 12(1), 319-341. Doi: 10.3390/su12010319
- Sadabadi, A. A. (2021). Explain the logical analysis of social innovation. *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 11(1), 67-104. (In Persian)
- Sadabadi, A. A., Ramezani, S., Karimi, T., & Karimi, A. (2020). Designing a social innovation evaluation framework for universities. *Management in The Islamic University*, 9(2), 275-294. Doi: 10.22034/miu.2021.983 (In Persian)
- Sadabadi, A. A., Ramezani, S., & Fartash, K. (2019). Investigating the Social Innovation Evaluation model and providing a framework through exploration of multi-vocal literature. *Quarterly journal of Industrial Technology Development*, 17(38), 25-36. Doi: 20.1001.1.26765403.1398.17.38.3.0 (In Persian)

- Schmidpeter, R. (2013). Social innovation: A new concept for a sustainable future?. In *Social innovation: Solutions for a sustainable future* (pp. 1-9). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. Doi: 10.1007/978-3-642-36540-9
- Unceta, A., Castro-Spila, J., & Fronti, J. G. (2016). Social innovation indicators . *Innovation-the European Journal of Social Science Research*, 29(2), 192-204. Doi: 10.1080/13511610.2015.1127137
- Unceta, A., Luna, Á., Castro, J., & Wintjes, R. (2020). Social Innovation Regime: an integrated approach to measure social innovation. *European Planning Studies*, 28(5), 906-924. Doi: 10.1080/09654313.2019.1578338
- Voorberg, W. H., Bekkers, V. J., & Tummers, L. G. (2015). A systematic review of co-creation and co-production: Embarking on the social innovation journey. *Public Management Review*, 17(9), 1333-1357. Doi: 10.1080/14719037.2014.930505