

نوآوری اجتماعی، راهبردی در کارآفرینی اجتماعی (مبتنی بر تفکر سیستمی) (مورد مطالعه: سازمان‌های مردم‌نهاد شهرستان آران و بیدگل)

زهرا حسن‌زاده بیدگلی،^{۱*} محمد حامد روحانی بیدگلی،^۲ فهیمه نامور مقدم^۳

چکیده

نوآوری اجتماعی نوعی تغییر تازه و عامل مهم در نظام مدیریتی، کارآفرینی و ایجاد رقابت جهانی است. یکی از محیط‌های پویا برای ایجاد نوآوری اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد است که براساس نیازهای فردی و اجتماعی متفاوت انسان‌ها در زمان‌ها و مکان‌های شکل گرفته‌اند. هدف پژوهش حاضر بررسی نوآوری اجتماعی، به‌عنوان راهبردی در کارآفرینی اجتماعی (مبتنی بر تفکر سیستمی) در سازمان‌های مردم‌نهاد است. پژوهش حاضر از نوع هدف کاربردی و از لحاظ جمع‌آوری داده‌ها، به روش پیمایش بوده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق‌ساخته بوده که روایی آن به‌وسیله ضریب آلفای کرونباخ (بالتر از ۰/۷) تأیید شده است. جامعه آماری تحقیق ۵۷ نفر از مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد شهرستان آران و بیدگل در سال ۱۳۹۸ هستند که به‌شیوه تمام‌شماری مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

نتایج حاصل از فرضیه پژوهش نشان می‌دهد بین تفکر سیستمی با نوآوری اجتماعی رابطه مثبت و معنادار ($p < 0/001$ و $r = 0/416$) وجود دارد. یافته‌های توصیفی پژوهش حاکی از آن است هرچند اکثر پاسخ‌گویان دارای گرایش به نوآوری اجتماعی هستند، برخی دیدگاه‌های متفاوت و متضادی در مورد گرایش به نوآوری اجتماعی و تفکر سیستماتیک وجود دارد. نوآوری اجتماعی سیستماتیک (مبتنی بر روابط و ساختار منظم) به دلیل تأثیر مستقیم در رفع چالش‌های جهانی و کمک به بهبود آینده اجتماعی (توانمندسازی، ظرفیت‌سازی کسب‌وکار)، با استفاده از اهداف استراتژیک موجود در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌تواند پیشگام در عرصه کارآفرینی اجتماعی باشند.

کلیدواژه‌ها: نوآوری اجتماعی، تفکر سیستمی، کارآفرینی اجتماعی، سازمان‌های مردم‌نهاد.

۱. مدرس دانشگاه علمی کاربردی، نویسنده مسئول، zh.student1388@yahoo.com

۲. دکتری مهندسی صنایع دانشگاه علوم تحقیقات تهران؛ mhroohani82@gmail.com

۳. مدرس دانشگاه علمی کاربردی کاشان؛ fahime.namvar@yahoo.com

۱. مقدمه

امروزه سرعت و رشد تغییرات اجتماعی بالاست و مردم درصدد هم‌نوایی با تغییرات اجتماعی هستند. با دیدی وسیع‌تر و از نگاه جهانی، لازمه حضور در جامعه جهانی، توسعه و به‌کارگیری ایده‌های جدید و نوآورانه است؛ زیرا نوآوری^۱ عامل مهمی در نظام مدیریتی و ایجاد رقابت در سطح جهانی است. نوآوری را می‌توان نوعی تغییر تازه تعریف کرد که براساس اندیشه‌های جدید و سابقه انسانی ایجاد شده است. براساس تعاریف جدید، نوآوری دیگر بر واژگان اقتصادی صرف متمرکز نیست. واژگانی چون نقش، هنجار، ارزش و... نشان می‌دهند که نوآوری معطوف به اهداف اجتماعی نیز هستند (هوکوگر،^۲ ۲۰۰۹). براساس این‌گونه تعاریف، علاوه‌بر نیاز به ایجاد نوآوری در عرصه فنی، اقتصادی نیازمند تغییر و تحولات در عرصه اجتماعی نگرش، رفتار و خلق ارزش جدید، یعنی نوآوری اجتماعی هستیم. نوآوری اجتماعی^۳ راهکاری مبتکرانه برای حل مشکلات اجتماعی است که با شناسایی مشکل اجتماعی و تدوین راهکار آغاز می‌شود و با هدایت افرادی پیش برده می‌شود که اشتیاقی وصف‌ناشدنی دارند (اشتیاقی که معطوف به مشکلی است که راه دیگران را سد کرده و معمولاً با نیاز اجتماعی گره خورده، نه خواسته‌ها یا تمایلات فردی). تمرکز نوآوری اجتماعی بر مشکل است و طرز عمل اصلی از نوع آزمایشگری است که احتمالاً با چرخه تکراری شکست و بازخورد همراه است که دائماً در راه تجربه، نظر ادغام می‌شود. زمانی که مؤثر بودن و اثرگذاری احتمالی راهکار اثبات می‌شود، به مرحله بعدی، یعنی خلق مدلی پایدار و تکرارپذیر برای آن راهکار هدایت می‌شود (سعدآبادی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۶).

مفهوم نوآوری اجتماعی درحال حاضر توجه زیادی را به خود معطوف ساخته است و درزمینه بسیاری از چالش‌های پیش روی کشورها در نظر گرفته می‌شود. نوآوری اجتماعی ابزاری مفید و کامل برای برآورده ساختن این چالش‌هاست؛ زیرا نوآوری اجتماعی شامل

-
1. Innovation
 2. GernerHoco
 3. Social innovation

شبکه‌های رسمی و غیررسمی است و نقش‌های متعددی دارد؛ منابع زیادی را بسیج کرده و فرصت‌های جدیدی را ایجاد می‌کند (دیلاکو^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). در واقع، نوآوری اجتماعی گستره وسیعی از مفاهیم را با توجه به تفاوت‌های زبانی و شرایط و مقتضیات اجتماعی، اقتصادی، سنت‌های فرهنگی و نظایر آن در برمی‌گیرد (مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی، ۱۳۹۵: ۱۰۲ و ۱۰۳). نقطه شروع در ارزیابی نوآوری‌های اجتماعی این است که مشخص شود نوآوری اجتماعی متشکل از چه چیزی است. یک نوآوری اجتماعی پیچیده با مؤلفه‌های بسیار زیاد که در طول زمان تغییر می‌کند، ممکن است نیازمند طرح ارزیابی بسیار متفاوتی نسبت به نوآوری اجتماعی ساده‌ای باشد که خلال زمان ثابت است (ترابی، ۲۰۱۹). ارزیابی همچنین می‌تواند بر حمایت‌های مربوط به سیاست‌گذاری و تصمیم‌های سرمایه‌گذاری در این حوزه تأثیر گذاشته و مؤثرترین نتایج را تضمین می‌کند. یکی از کارکردهای قابل توجه نوآوری اجتماعی، خلق ارزش و توسعه کارآفرینی در بُعد اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی به‌مثابه نوعی بازنگرگی در فعالیت‌های اقتصادی جامعه است که می‌تواند خروجی‌ها و پیامدهای مثبت را در عرصه اجتماعی به دنبال داشته باشد. مدل اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی بر چهار شالوده سرمایه مالی، سرمایه انسانی، سرمایه عقلانی، سرمایه سیاسی و اجتماعی است (مؤسسه کیس، ۲۰۰۸). در واقع می‌توان گفت نوآوری اجتماعی به‌عنوان یک عامل مهم و مؤثر در کارآفرینی اجتماعی نمود دارد. کارآفرینان اجتماعی نگرش‌های خلاقانه برای حل مسائل اجتماعی را برای ایجاد ارزش اجتماعی به کار می‌برند و دارای ویژگی‌های خاص خود هستند؛ از جمله: عاملان تغییر در بخش اجتماعی، پذیرش مأموریت برای ایجاد و بقای ارزش اجتماعی، شناسایی و ترغیب فرصت‌های جدید به‌وسیله منابع در دسترس که درنهایت به ارزش‌سازی اجتماعی و بقا مؤسسه اجتماعی منجر می‌گردد (طالبیان، ۱۳۸۱).

یکی از محیط‌های پویا برای ایجاد نوآوری اجتماعی کارآفرینانه، سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی، از جمله سازمان‌های مردم‌نهاد^۲ هستند. نیازهای فردی و اجتماعی متفاوت

1. Di Iacovo

2. Non governmental Organization

انسان‌ها در زمان‌ها و مکان‌های مختلف منجر به ایجاد و شکل‌گیری سازمان‌ها و نهادهای مردم‌نهاد شده است که به واسطه همکاری با جامعه توانسته‌اند بر مشکلات اجتماعی غلبه کنند (صادقی، ۱۳۸۴: ۹۰). در واقع، سازمان‌های مردم‌نهاد واسطه مطالبات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی دولت و مردم و عامل نوآوری و تغییرند. یکی از کارکردهای مورد توجه در سازمان‌های مردم‌نهاد توسعه و شکل دادن به نوآوری‌های اجتماعی کارآفرینانه نیز هست و از آنجاکه فرایند نوآوری اجتماعی، مجموعه‌ای از استراتژی‌ها، مفاهیم، ایده‌های جدیدی است که تأمین‌کننده نیازهای اجتماعی عناصر مختلف است و می‌تواند از شرایط کاری و آموزشی تا توسعه جامعه و سلامت، جامعه مدنی را توسعه دهد، هم برای جامعه مفید است و هم قادر به تصویب مشارکت‌های اجتماعی بهتر در قوانین خدمات اجتماعی است.

عوامل اجتماعی و فرهنگی متعددی در نوآوری اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد نقش دارند. یکی از مهم‌ترین گروه‌های تأثیرگذار بر روند نوآوری‌های اجتماعی کارآفرینانه، تفکر سیستمی است. تفکر سیستمی دربرگیرنده مجموعه بزرگ و بی‌شماری از روش‌ها، ابزارها و اصولی است که همه آن‌ها متوجه روابط متقابل میان نیروها و نیز دیدن آن‌ها، در بطن یک فرایند واحد است (سنگه^۱ و همکاران، ۱۳۸۷). همچنین تفکر سیستمی، هنر ساده کردن پیچیدگی‌ها، دیدن بی‌نظمی‌ها، مدیریت وابستگی‌های متقابل و درک انتخاب‌هاست. از منظر انسان‌ها جهان پیچیده و آشفته است؛ زیرا از مفاهیم ناکافی برای توضیح آن استفاده می‌شود و زمانی که چیزی درک شود، دیگر پیچیده و بی‌نظم دیده نخواهد شد. فکر سیستمی یک توانایی شناختی برای فرد است تا بتواند تمامیت یک وجود و ارتباط علی آن با وجودهای دیگر که با آن در تعامل‌اند و نیز زیرمجموعه‌های وجودی‌اش را که آن را ایجاد می‌کنند درک کند. متفکران سیستمی قادرند سیستم‌های جهان و این را که چگونه این سیستم‌ها به‌طور گسترده‌ای باهم در ارتباط‌اند، درک کنند (مباس،^۲ ۲۰۱۸). تفکر سیستمی به رهبران کمک می‌کند تا با گسترش وسعت دید خود

1. Senge

2. Mobus

در خصوص پدیده‌های پیچیده، شناخت کافی کسب کنند و با دیدن نظم و ترتیب در آشفتگی‌ها، باعث ایجاد درک بهتری از مسائل پیچیده سازمان شوند (آکوف،^۱ ۱۹۹۹).

براساس تجربه زیسته محقق در جامعه آماری تحقیق به نظر می‌رسد مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد از استراتژی، ایده‌پردازی و مفاهیم جدید و سیستماتیک برای جامعه دور افتاده و حتی از اهداف تعریف‌شده سازمانی خود فاصله گرفته‌اند و تمام عملکردها و برنامه‌های اجتماعی مدیران این‌گونه سازمان‌ها تقلیدی و تکراری است؛ چنان‌که در جامعه آماری تحقیق شهرستان آران و بیدگل شاهد تشکیل سمن‌ها و نهادهای مردم‌نهاد متنوع اما با ماهیتی یکسان هستیم. درحالی‌که سازمان‌های مردم‌نهاد جهت‌دهنده افکار عمومی، تحولات سیاسی، اجتماعی و از همه مهم‌تر موجد ارزش جدید و تغییرات اجتماعی در جامعه خود هستند و می‌توانند بر تحول و توسعه نوآوری‌های اجتماعی اثر مثبت یا منفی بگذارند. آنچه به نظر می‌رسد، این است که مدیران عموماً آگاهی و اطلاع‌چندانی از قوانین ساختاری، اجتماعی، فرهنگی موجود در رابطه با نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در نوآوری و کارآفرینی ندارند و به نظر می‌رسد مهم‌ترین عامل کاهش نوآوری اجتماعی کارآفرینانه در سازمان‌های مردم‌نهاد تحت‌تأثیر بُعد عملکردی مدیران سازمان‌ها باشد. تفکر سیستمی و قاعده‌مند در یک سازمان منشأ تحولات و تغییرات اجتماعی می‌گردد و یک تغییر کوچک می‌تواند کل سیستم را تحت‌تأثیر قرار دهد. اگر مدیران سیستمی بیندیشند، می‌توانند به تغییرات و چالش‌ها پاسخ گویند و از فرصت‌های جدید برای توسعه، رشد و گسترش نوآوری اجتماعی استفاده کنند. درواقع در دنیای امروز توانایی ایجاد تغییر سیستماتیک در همه ابعاد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، عنصر اصلی موفقیت و بقای سازمان‌های مردم‌نهاد است و کسب این توانایی خود مستلزم توجه مدیران سازمان‌ها به نوآوری است (پرهیزگار و همکاران، ۱۳۹۲). به‌طور کلی، هرچه تأثیرپذیری و تأثیرگذاری در یک سیستم بیشتر باشد، می‌توان آن سیستم را مستعد نوآوری و ایجاد ارزش اجتماعی بیشتری دانست که تغییر در یک عنصر سیستم ممکن است بر کل سیستم

تأثیر بگذارد. بنابراین، شایسته است سازمان‌های امروزی برای حفظ حیات خود سیستماتیک بوده و مدیران این نوع سازمان‌ها افرادی نوآور باشند تا بتوانند سازمان‌ها را با تحولات اجتماعی منطبق ساخته و نیازهای جامعه را پاسخ دهند. از آنجاکه یکی از کارکردهای نوآوری اجتماعی، تغییرات در ساختار فرهنگی، هنجارها و یا مقررات جامعه است که به اعتلای منابع قدرت جمعی و بهبود عملکرد فرهنگی اجتماعی آن منجر می‌گردد (هیسکالا و همالینن،^۱ ۲۰۰۷)، پژوهش حاضر به بررسی نقش تفکر سیستمی در نوآوری اجتماعی کارآفرینانه پرداخته است.

۲. مبانی نظری

۲-۱. نوآوری اجتماعی

نوآوری اجتماعی، ایده‌های جدید شامل محصولات، خدمات و مدل‌هاست که به‌طور هم‌زمان نیازهای اجتماعی را مؤثرتر از جایگزین‌ها برآورد ساخته و همکاری‌ها و روابط اجتماعی جدی را فراهم می‌سازد. به عبارت دیگر، نوآوری‌هایی هستند که هم برای جامعه مطلوب‌اند و هم ظرفیت جامعه برای عمل را افزایش می‌دهند (مورای^۲ و همکاران، ۲۰۱۰). در تعریف سازمان جهانی توسعه و همکاری‌های اقتصادی، نوآوری اجتماعی، به دنبال یافتن پاسخ‌های جدید برای مسائل و چالش‌های اجتماعی است. هر نوآوری‌ای که به مسئله اجتماعی در چارچوب نرم‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای بومی با هدف توانمندسازی پاسخ می‌دهد، به‌گونه‌ای که تأثیر و نتیجه نهایی آن، کارآمدی و رضایت‌مندی حاکمیت و جامعه باشد، نوآوری اجتماعی است (کشتکار هراتکی، ۱۳۹۵). گرایس^۳ و همکاران (۲۰۱۱) با تمرکز بر سیستم‌ها و فرایندهای تحول در روابط اجتماعی، مفاهیم و تعریف‌های ارائه‌شده در مورد نوآوری اجتماعی را در پنج دسته طبقه‌بندی کرده‌اند (مبینی دهکردی و کشتکار هراتکی، ۱۳۹۴):

1. Heiskala & Hamalainen
2. Murray
3. Grice

۱. تحولات و دگرگونی‌های اجتماعی: نوآوری اجتماعی، فرایندهای تغییرات، تحولات و دگرگونی‌های اجتماعی است؛ به گونه‌ای که در یک سمت طیف وسیع، موضوع وحدت مسئولیت اجتماعی و در سمت دیگر نقش کسب‌وکار را به‌عنوان مرجع نوآوری و بهره‌وری از طریق تمرکز بر روی زمینه‌های اجتماعی همچون تعلیم و تربیت، بهداشت مطرح است (پورتر و کرامر،^۱ ۲۰۱۱).

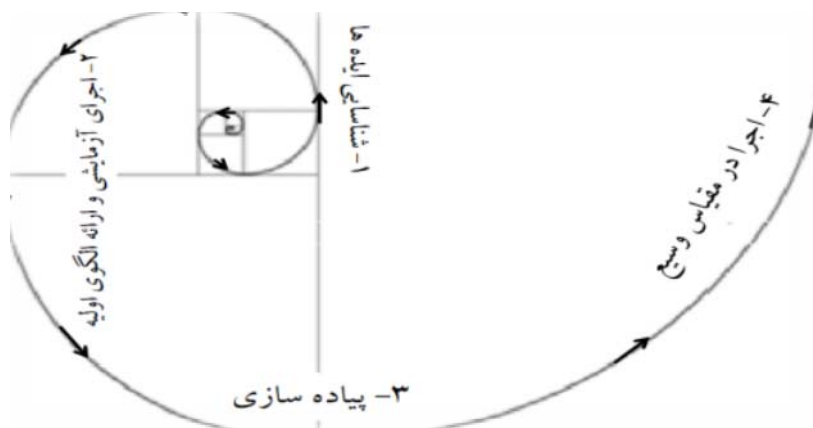
۲. مدلی برای مدیریت سازمانی: برخی مباحث مربوط به نوآوری اجتماعی، متمرکز بر راهبرد کسب‌وکار مدیریت سازمانی، تجدید ساختار و بهبود مدیریت منابع انسانی است؛ به عبارتی، نوآوری اجتماعی بیشتر جنبه‌هایی از راهبرد کسب‌وکار که مرتبط با تغییرات در سرمایه‌های اجتماعی، سازمانی و انسانی است و منجر به اثربخشی سازمانی و بهبود قابلیت‌ها می‌گردد، اشاره دارد.

۳. کارآفرینی اجتماعی: نوآوری اجتماعی، برای توصیف کارآفرینی اجتماعی، تشکیلات و مؤسسه‌های اجتماعی و کار اجتماعی و یا مدنی کارآفرینان است (دس و اندرسون،^۲ ۲۰۰۶)؛ به این معنا که تمرکز نوآوری اجتماعی بر نقش افراد در توسعه راه‌های جدید و نوآورانه برای مهار و غلبه بر چالش‌های اجتماعی است. این مکتب، تفکر در مورد کارآفرینی اجتماعی، ریشه در بدنه دانش کارآفرینی در کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌هاست (گلداسمیت،^۳ ۲۰۱۰).

۴. توسعه محصولات، خدمات و برنامه‌های جدید: نوآوری اجتماعی، یک توسعه کاربردی و پیاده‌سازی محصولات، خدمات و برنامه‌های جدید است که با نیازهای اجتماعی سروکار دارد (مورای، ۲۰۱۰). شامل نوآوری بخش عمومی و فراهم‌سازی خدمات عمومی توسط مؤسسه‌های اجتماعی و سازمان‌های اجتماعی مدنی است.

۵. مدلی از حکمرانی، توانمندسازی و ظرفیت‌سازی: مباحثی از نوآوری اجتماعی به ظرفیت‌سازی، توانمندسازی و حکمرانی اشاره دارد. این ادبیات بر روابط درون‌فردی و

مهارت، قابلیت و شایستگی‌ها، دارایی‌ها و سرمایه‌های اجتماعی بازیگران مختلف در توسعه و پیاده‌سازی برنامه‌ها و راهبردها دلالت دارد (گرایس، ۲۰۱۱). نمودار (۱)، مدل نوآوری اجتماعی (هاو و اندور، ۲۰۱۳)^۱ را نشان می‌دهد.



نمودار ۱: مدل نوآوری اجتماعی (هاو و اندور، ۲۰۱۳)

(کشتکار، ۱۳۹۷)

به‌طور کلی، نوآوران اجتماعی افرادی هستند که دغدغه حل مشکلات اجتماعی را در سر دارند. گاهی اوقات، علت این دغدغه آن است که آن‌ها با مشکلات فردی مواجه بوده یا مدتی نسبتاً طولانی را روی آن مشکل کار کرده‌اند. نوآوران اجتماعی، با رسیدگی به مشکلات مهمی که نادیده گرفته شده‌اند و پیامدهای خارجی دارند، احتمال موفقیت در ارزش‌آفرینی اجتماعی را افزایش می‌دهند (سانتوس، ۲۰۱۲)^۲.

۲-۲. تفکر سیستمی

سیستم مجموعه‌ای از اجزاست که در یک رابطه منظم با یکدیگر فعالیت می‌کنند. پیتر سنگه در کتاب پنجمین فرمان، تفکر سیستمی را قالبی می‌داند که به‌جای دیدن اشیا، روابط

1. Hahn & Andor

2. Santos

بین آن‌ها را می‌بیند و به جای مشاهده اعمال ایستا، طرح تغییرات را مشاهده و بررسی می‌کند (سنگه، ۱۳۸۷). از نظر مک نامارا^۱ (۱۹۹۱)، تفکر سیستمی تفکری است که جهان را از طریق ساختارها، وقایع و خصوصیات آن توصیف می‌کند و به پرداختن صرف به وقایع بین آن‌ها با این چشم‌انداز، دلایل واقعی پیامدها و شناخت مختصاتی که فرد در آن قرار دارد تعریف می‌شود (مک نامارا، ۱۹۹۱).

باری ریچموند^۲ (۱۹۹۱)، تفکر سیستمی را در عمل تداومی از فعالیت‌ها از ادراک به فن می‌داند. وی در تفکر سیستمی، از عوامل بنیادی و اقتضایی به‌عنوان موانع توسعه تفکر سیستمی یاد می‌کند:

الف) موانع بنیادی: موانع بنیادی، حقیقت عینی و میراث زیستی ماست. اولین مانع وجود باورها و اعتقادات شخصی است؛ دومین مانع فقدان دیدگاه فرایندی در میان افراد است و مانع سوم به عدم درک روابط میان پدیده‌ها در سیستم اشاره دارد و آخرین مانع بنیادی ماهیت عکس‌العملی رفتارها در انسان‌های توسعه‌نیافته است.

ب) موانع اقتضایی (خودساخته): موانع خودساخته به موانعی اشاره دارد که با تغییر در رفتار، رسوم و روش‌های انجام کار می‌توان آن‌ها را از سر راه برداشت. اولین مانع اقتضایی یا خودساخته، غرق شدن در مسیر هدف و دور شدن از هدف اصلی سیستم است. دومین مانع دیگران را رقیب خود دانستن و مقاومت در برابر توانایی‌های شخصی دیگران است و درنهایت آخرین مانع اقتضایی عدم پذیرش کاستی‌ها توسط خود فرد (کمبود قدرت شخصی) است (ریچموند، ۱۹۹۱). به عبارت دیگر، تفکر سیستمی چارچوب مفهومی برای حل مسائل است که از طریق تمرکز بر مشکلات در حین اجرا اتفاق خواهد افتاد. حل مسائل در این روش از طریق یافتن الگویی برای افزایش درک سازمانی و توجه به مسئله حاصل می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده از تفکر سیستمی به نحوه ایجاد سیستم بستگی دارد، زیرا تفکر سیستمی از روابط موجود بین قسمت‌های مختلف سیستم ایجاد می‌شود. تفکر سیستمی شامل ویژگی‌های متعددی است که از آن جمله می‌توان به وابستگی متقابل

1. Mcnamara
2. Baryy Richmond

بین اجزای سیستم، کل‌نگری، جست‌وجوی هدف، تبدیل داده‌ها به ستاده‌ها، آنتروپی منفی، بازخورد، هم‌پایانی، چندپایانی و هم‌افزایی اشاره کرد (امینی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸۹). به‌طور کلی، هرچه تأثیرپذیری و تأثیرگذاری در یک سیستم بیشتر باشد، می‌توان آن سیستم را مستعد نوآوری و ایجاد ارزش اجتماعی بیشتری دانست که تغییر در یک عنصر سیستم ممکن است بر کل سیستم تأثیر بگذارد.

۳-۲. کارآفرینی اجتماعی

مفهوم کارآفرینی به فرایندی اشاره دارد که طی آن شهروندان به ساخت یا تغییر نهادها می‌پردازند و با بیان راهکارهایی مفید، برای کاهش مسائل اجتماعی چون فقر، بی‌سوادی، تخریب زیست‌محیطی و... اقدام می‌کنند (بورنستین و دیویس،^۱ ۲۰۱۰). اولین نمونه مشخص کارآفرینی اجتماعی فعالیت‌های محمد یونس در بنگلادش بود. وی با تأسیس گرامین‌بانک و اعطای وام‌ها و اعتبارات خرد به زنان روستایی، توانمندسازی ایشان را تسهیل کرد و گامی در جهت فقرزدایی آن‌ها برداشت. بیل درایتون^۲ نیز مثال دیگری از کارآفرین اجتماعی در ایالات متحده آمریکا است که به قدرت نوآوری فردی در حل مشکلات اجتماعی پی برد و بنیاد آشوکا را تأسیس کرد. این بنیاد، کارآفرینان اجتماعی برجسته را که ایده‌هایی مهم برای ایجاد تغییر در جامعه خود دارند، شناسایی کرده و با سرمایه‌گذاری بر روی ایده‌هایشان، از آنان حمایت می‌کند.

سیکم^۳ نشان داد که چطور کسب‌وکارهای مدرن می‌توانند منافع و موفقیت‌های اقتصادی در بازار جهانی را با شرایط بومی ترکیب کنند و در زمینه احترام به مسائل زیست‌محیطی، رویکردی معنوی و انسانی شکل می‌گیرد. وی کسب‌وکار کشاورزی را گسترش داد و در سال ۲۰۰۳ از سوی بنیاد شوآب به‌عنوان کارآفرین اجتماعی برتر برگزیده شد. نوآوری وی مبتنی بر حمایت چندجانبه از فعالیت‌های کشاورزی-صنعتی شرکت‌ها و

1. Bornstein & Davis

2. Bill Drayton

3. Sikum

سمن‌ها بود که موجب شد تا به او «جایزه معیشت درست»^۳ را اعطا کنند که از آن به‌عنوان شبه‌جایزه نوبل یاد می‌شود (نائم،^۱ ۲۰۱۴). امروزه در ایران نیز نمونه‌های فراوانی از بنگاه‌های اجتماعی در قالب تعاونی‌ها، شرکت‌ها و... فعالیت دارند که سوای نوع ساختار بنگاه و یا نسبت آن‌ها با دولت (دولتی یا خصوصی (منافع اقتصادی ناشی از کسب‌وکار خود را در زمینهٔ تقلیل مسائل و تنگناهای اجتماعی هزینه می‌کنند. در تاریخ ایران نمونه‌های فراوانی از این دست وجود دارد. رویکرد سازمان‌ها و مدیریت کارخانه‌ها در دورهٔ رشد تکنوکراسی صنعتی پیش از انقلاب) سال‌های (۱۳۴۸-۱۳۴۱) به‌رغم برخورداری از روند غیررسمی، می‌تواند بیانگر اتخاذ رویکرد کارآفرینی اجتماعی باشد. دوره‌ای که در آن کمتر کسی به رویکرد برخی از مدیران کارخانه‌ها در استخدام معلولان به‌عنوان رویکردی کارآفرینانه در بستر اجتماعی توجه می‌کند. در آن زمان، صاحبان کارخانه‌های صنعتی موظف شدند در قبال استخدام ۵۰۰ نفر کارگر سالم از یک کارگر معلول استفاده کنند و علاوه بر تعقیب نفع شخصی خود، در مواجهه با مشکلات اجتماعی گروه‌های حاشیه‌ای چون معلولان و ناتوانان رویکردی فعال داشته باشند (سعیدی، ۱۳۹۳). امروزه نیز انواع متفاوتی از پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی در ایران، در قالب اقدامات خیرخواهانه و در اشکال مختلفی از ساختارهای سازمانی شکل می‌گیرند که نمونه‌های آشکاری از حضور مفهوم کارآفرینی اجتماعی سازمانی در بستر حیات اجتماعی‌اند.

۲-۴. سازمان‌های مردم‌نهاد

واژه سازمان مردم‌نهاد، برای اولین بار در سال ۱۹۴۹ توسط سازمان ملل مورد استفاده قرار گرفت و این اصطلاح را در مورد هر گروه غیرانتفاعی داوطلبانه از شهروندان جهانی که در سطح محلی، ملی و بین‌المللی برای اهداف متنوع فرهنگی، سازمان‌های مردمی،^۲ سازمان‌های واسطه،^۳ گروه‌های محلی، گروه‌های ریشه‌ای،^۴ گروه‌های لابی‌کننده و فعال^۵ از

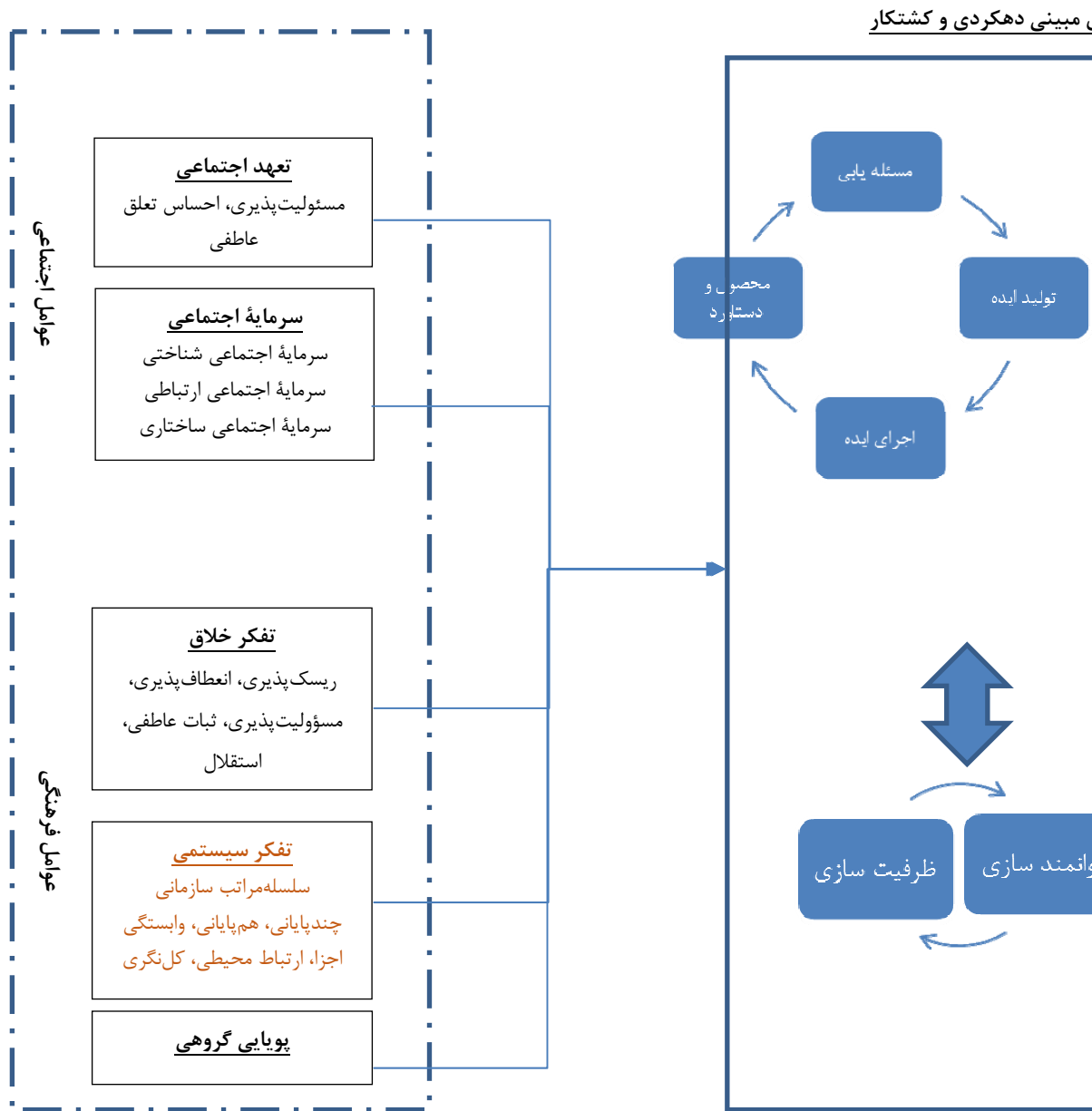
1. Naem
 2. People Organization
 3. Broker Organization
 4. Grassroots or Local Level GROUPS
 5. Activisit/Lobbyist groups

این قبیل هستند. در تعاریف سازمان سلامت جهان، سازمان‌های مردم‌نهاد،^۱ بخش مهمی از سازمان‌های جامعه مدنی^۲ را تشکیل می‌دهند (گلشن‌پژوه، ۱۳۸۶). سازمان‌های مردم‌نهاد، تشکلی از گروه‌های داوطلب مردمی، غیردولتی و غیرانتفاعی و هدف آن رفع نیاز کل جامعه یا گروه‌هایی از جامعه است. این دسته از سازمان‌ها، نهادهای مستقل، انعطاف‌پذیر، دموکراتیک، غیرانتفاعی و مردمی، به‌منظور توانمند کردن گروه‌های محروم هستند (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۲). جو دیت تدلر^۳ (۱۹۹۲) اشاره می‌کند که سازمان‌های غیردولتی اغلب خود را در مقابل مفهوم دولت تعریف می‌کنند؛ دولتی که گفته می‌شود بزرگ، سخت، غیرقابل انعطاف، بوروکراتیک، سلسله‌مراتبی و ناتوان در رسیدگی به فقیران (در معنای عام محروم) است (درزی‌نیا و امیری، ۱۳۸۸). شورای اروا،^۴ سازمان‌های غیردولتی را جمعیت‌ها، جنبش‌ها یا گروه‌هایی می‌داند که مستقل از دولت بدون منفعت‌طلبی و در جهت دفاع از منافع خاص چون مسائل شغلی، اجتماعی، فرهنگی، انسان‌دوستی و... تشکیل شده‌اند (خزایی پارسا، ۱۳۸۳). تشکل‌های مردم‌نهاد به‌عنوان حلقه‌های میانی نقش مهمی در راستای تحکیم رابطه دولت و ملت دارند. علاوه‌بر این، تشکل‌ها به‌دلیل برخورداری از ماهیتی غیرانتفاعی و داوطلبانه، نقشی مهم در حکمرانی اجتماعی دارند؛ البته این عرصه مانند سایر عرصه‌های اجتماعی در کنار فرصت‌های اجتماعی، آسیب‌هایی نیز دارد. استفاده قدرت‌های سیاسی و اقتصادی در سطح منطقه‌ای و جهانی یکی از مهم‌ترین آسیب‌های این عرصه است. اندیشمندان و سیاست‌گذاران تلاش می‌کنند تا با طراحی الگوهای مشارکتی و وضع قوانین وجهه مردمی این تشکل‌ها را حفظ کنند (غفاری و همکاران، ۱۴۰۰).

در تبیین مفهوم نوآوری اجتماعی، رویکردها و دیدگاه‌های نظری متفاوت و متنوعی وجود دارد که هرکدام نوآوری اجتماعی را از منظر و دید خاصی نظاره‌گر بوده‌اند. در این میان برخی متفکران، نوآوری را صرفاً مفهومی اقتصادی دانسته و بسط و گسترش نوآوری

1. Non Government Organization
 2. Civil Society Organizations
 3. Judith Tedler
 4. Arva

را در ایجاد محصول نوآور و گسترش بازار آن می‌دانند، و برخی دیگر نوآوری را مفهومی ذهنی و مبتنی بر شکل‌گیری فرایندی درست و مدیریت شده می‌دانند. در واقع، اندیشمندان اجتماعی نوآوری را به دسته‌های مختلفی از جمله نوآوری فنی، نوآوری اقتصادی، نوآوری اجتماعی تقسیم‌بندی نموده‌اند. آنچه در این پژوهش مورد توجه است، بررسی نقش تفکر سیستماتیک بر نوآوری اجتماعی و توسعه فرهنگ کارآفرینی اجتماعی است. بر این مبنا برای نوآوری اجتماعی از مدل نوآوری اجتماعی، مبینی دهکردی و کشتکار هرانکی (۱۳۹۶) شامل مدل فرایندی (۱). شناخت مسئله، ۲. تولید ایده، ۳. ارزیابی و پیاده‌سازی، ۴. محصول و دستاورد) و مدل عملکردی (۱). توانمندسازی، ۲. ظرفیت‌سازی) جهت بررسی مفهوم نوآوری اجتماعی و شناسایی عوامل مؤثر بر آن استفاده شده است و در مقاله حاضر رابطه تفکر سیستمی در نوآوری اجتماعی بررسی شده است.



نمودار ۲: مدل مفهومی پژوهش

۵-۲. پیشینه تحقیق

سعدآبادی و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با هدف شناسایی مشکلات کودکان کار در شهر تهران و ارائه راهکاری برای حل این معضل انجام داد. این پژوهش براساس مدل تفکر سیستمی تغییر اجتماعی چهارمرحله‌ای پیش رفت. درنهایت پیشنهادها در دو بخش راهکار فوری و راه‌حل‌های بنیادی ارائه گردید و راهکار منتخب اشتغال به کاشت و بسته‌بندی گیاهان دارویی تأیید شد و یافته‌ها حاکی از رضایت همه آن‌ها از کل فرایند و دستاوردهای مفید آن است. کشتکار (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های نوآوری اجتماعی در ایران» به رتبه‌بندی و شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کلان‌الگوی راهبردی نوآوری اجتماعی در ایران پرداخته است. یافته‌ها نشان داد حکمرانی، فضای اجتماعی، محتوا، مبانی ارزشی، خط‌مشی و سیاست‌گذاری، فرایند، منابع، ساختارها و نهادها به‌عنوان هشت بعد به الگو به‌همراه ۲۸ مؤلفه آن‌ها شناسایی شدند که معنادار بودن همگی آن‌ها تأیید شد. کشتکار هرانکی و پورمظاهری (۱۳۹۷)، تحقیقی با عنوان «بررسی و شناخت تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر نوآوری اجتماعی» انجام داده‌اند. در این پژوهش دو پرسش‌نامه شبکه‌های اجتماعی و نوآوری اجتماعی طراحی شد و یافته‌ها نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد، شبکه اجتماعی مجازی با ضریب معناداری مسیر برابر ۵/۳۴ بر ایده‌پردازی جهت حل مسئله ۴/۷۱ بر اثربخشی محصول و دستاورد نهایی، ۴/۶۶ بر شناخت و ۳/۹۶ بر پیاده‌سازی و نهادینه‌سازی ایده‌ها تأثیرگذار است.

پرهیزگار و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی با تکیه بر پارادایم نوآوری باز؛ مطالعه موردی: صنعت نشر کشور» نشان دادند که عوامل متعدد و مختلفی در ایجاد فضای نوآوری نقش دارند؛ که بیشترین اثر و نقش مربوط به متغیر شایستگی‌های محوری منابع انسانی و کمترین اثر مربوط به متغیر دستیابی به بازارهاست. پاون^۱ و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله‌ای «با رویکرد مفهومی به بررسی نقش راهبردی شبکه‌های اجتماعی»، برای ترویج نوآوری اجتماعی پرداخته‌اند. مولر و پرس^۲

(۲۰۱۸) نیز در پژوهش «تأثیر ساختار شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد نوآوری» دریافتند شبکه‌های اجتماعی بر انسجام، هم‌بستگی و شفافیت کاری تأثیرگذار است. ابعاد عملکرد نوآور از نظر آن‌ها شامل اندازه (تعداد اعضای شبکه که در نهایت نوآوری را پذیرفته‌اند)، آستانه (سطح قابل قبول تأثیر و نفوذ شبکه بر اعضا)، سرعت (زمان رسیدن به سطح معینی نفوذ)، زمان (مدت زمان لازم رسیدن به نقطه عطف)، سهم بازار و ارزش خالص است.

سیجارتو^۱ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی نوآوری‌های اجتماعی و بنگاه‌های اجتماعی: شناخت و ادغام» دو روش تنهایی در پایگاه دانش تجربی بیان کرده‌اند، نوآوری اجتماعی به‌عنوان روشی جدید برای رفع مشکلات پیچیده اجتماعی صورت‌حساب است. در دهه گذشته، علاقه به نوآوری اجتماعی شدت گرفته و به یک علاقه مهم برای ارزیابان تبدیل شده است.

سوما^۲ و همکاران (۲۰۱۸) عنوان کرده‌اند اتحادیه اروپا مفهوم رشد آبی را به‌عنوان راهکاری برای تحریک رشد اقتصادی در سال ۲۰۰۹ راه‌اندازی کرده است. نوآوری به‌عنوان تغییر رفتار گروهی از بازیگران که به یک شبکه پیوسته‌اند، تفسیر می‌شود و منجر به بهبود فعالیت‌های گروهی و فراتر از آن می‌شود که نوآوری اجتماعی می‌تواند در این امر نقش داشته باشد. براساس نتایج حاصل از تحقیق نتیجه گرفته شد که برای دستیابی به توسعه پایدار بلندمدت و کوتاه‌مدت چشم‌انداز نوآوری اجتماعی در این حوزه، به همکاری، فراگیر بودن و اعتماد اجتماعی نیازمند است.

فرانکوئیرا و گومز^۳ (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای با هدف بررسی «نقش فناوری‌های دیجیتال جدید در توسعه راه‌حل‌های نوآورانه برای مقابله با برخی از مشکلات جامعه معاصر»، به بررسی چندین پروژه نوآوری‌های اجتماعی در بازه زمانی پنج‌ساله منتهی به ۲۰۱۸، پرداخته و دریافتند تأثیر فناوری‌های دیجیتال جدید، بر افراد و سازمان‌های مردمی به‌عنوان عاملی از تغییر در انتقال به یک دنیای پایدار، قابل مشاهده است.

1. Szijarto

2. Soma

3. Franqueira & Gomes

مورای و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیق خود، «فرایندهای شش مرحله‌ای حلقوی تحقق نوآوری اجتماعی» را ارائه داده‌اند. بر این اساس، در مرحله اول نوآوری با تشخیص یک مشکل که باید حل شود آغاز می‌شود. در مرحله دوم، طرح‌ها و ایده‌هایی شامل طیف گسترده‌ای از منابع و تجارب بررسی می‌شود و توسعه می‌یابد. در مرحله سوم، نمونه‌های اولیه یا پروژه‌های آزمونه برای آزمایش ایده‌های جدید توسعه می‌یابند. آزمون ایده‌ها و اجرای آن‌ها در شیوه‌های روزمره و جاری پایدار در مرحله چهارم صورت می‌گیرد؛ این مرحله برای اطمینان از طول عمر نوآوری لازم است. انتشار و اجرا در مقیاس وسیع، مرحله پنجمی است که در آن راهبردها برای به دست آوردن تصدیق، راه‌حل‌های نوآورانه در تنظیمات دیگر در نظر گرفته شده است. در مرحله ششم، برای تحقق هدف نهایی نوآوری‌های اجتماعی یعنی همان تغییرات سیستماتیک مانند دگرگونی روابط، توازن قدرت و ایجاد رویکرد کاملاً جدید به یک مسئله اجتماعی و نظایر آن تلاش می‌شود. به‌طور کلی، پژوهش‌های داخلی و خارجی صورت‌گرفته نشان می‌دهد مفهوم نوآوری اجتماعی ابعاد و مؤلفه‌های متعددی دارد؛ از جمله ایجاد و خلق ارزش و هنجار در سازمان‌های اجتماعی، یکی از اثربخش‌ترین مؤلفه‌های نوآوری اجتماعی است. نتایج تحقیقات بیانگر این امر است که چنین مؤلفه‌ای در تحقیقات و پژوهش‌های داخلی و خارجی، چندان مورد بررسی قرار نگرفته است. ازسوی دیگر، عوامل اجتماعی و فرهنگی متعددی در نوآوری اجتماعی اثرگذار می‌باشد که از میان عوامل اجتماعی تحقیقاتی در زمینه نقش سرمایه اجتماعی صورت گرفته و سایر عوامل اجتماعی و فرهنگی کمتر مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نکته حائز اهمیت درباره تحقیق حاضر، بررسی و تأکید بر نقش برخی از عوامل اجتماعی و فرهنگی اثرگذار در نوآوری اجتماعی با تأکید بر ایجاد و خلق ارزش عمومی میان مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد است.

۳. روش‌شناسی

روش گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر به شیوه مطالعه پیمایش اجتماعی^۱ است. در این

پژوهش، برای جمع‌آوری داده‌های تحقیق از ابزار پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شده است. بدین ترتیب ابتدا بعد از مطالعه اکتشافی و شناسایی مؤثرین مؤلفه‌های نوآوری اجتماعی در میان پاسخ‌گویان، ابعاد و شاخص‌های پرسش‌نامه استخراج و طراحی گردیده است. با توجه به فرضیه‌ها و مقوله‌های شناسایی‌شده تحقیق، از متغیرهای اصلی تحقیق تعریف نظری و عملیاتی ارائه گردیده و با استفاده از مقیاس‌های متناسب برای اندازه‌گیری مفاهیم و آزمون آلفای کرونباخ (نوآوری اجتماعی عینی، ۰/۸۶۶ درصد، نوآوری اجتماعی ذهنی ۰/۹۰۵ درصد و تفکر سیستمی ۰/۷۴۲) متغیرهای اصلی تحقیق مورد سنجش و بررسی قرار گرفته است. همچنین پس از جمع‌آوری، جامعه آماری پژوهش حاضر را تمام مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد شهرستان آران و بیدگل در سال ۱۳۹۸ تشکیل می‌دهد. برای انتخاب نمونه تحقیق در بخش کیفی برای مصاحبه با صاحب‌نظران و شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری اجتماعی از نمونه‌گیری هدفمند و در بخش کمی به شیوه تمام‌شماری، همه ۵۷ مدیر سازمان‌های مردم‌نهاد شهر آران و بیدگل مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

۴. توصیف داده‌ها

براساس یافته‌های پژوهش، ۷۷/۶ درصد از مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد شهرستان آران و بیدگل را مردان و ۲۲/۴ درصد آنان را زنان تشکیل می‌دهند. ۲۰/۸۲۰ درصد پاسخ‌گویان در گروه سنی ۳۰-۳۵ سال، ۱۸/۸ درصد در گروه سنی ۳۶-۴۰ سال، ۱۶/۷ درصد در گروه سنی ۴۱-۴۵ سال، ۱۲/۵ درصد در گروه سنی ۴۶-۵۰ سال، ۲۷/۱ درصد در گروه سنی ۵۱-۵۵ سال و نزدیک به ۴ درصد آنان در گروه سنی ۵۶ سال و بالاتر بوده‌اند. بیشترین میزان تحصیلات پاسخ‌گویان کارشناسی و کارشناسی‌ارشد بوده است: ۳۸/۸ و ۳۲/۷ درصد. همچنین سطح تحصیلات ۱۲/۲ درصد دیپلم، ۱۰/۲ درصد دکتری، ۴ درصد ابتدایی و سیکل و فقط ۲ درصد آنان دیپلم داشته‌اند. ۱۸/۶ درصد از پاسخ‌گویان بین ۱-۵ سال سابقه فعالیت، ۴۶/۵ درصد بین ۶-۱۰ سال، ۱۸/۶ درصد ۱۱-۱۵ سال، ۷/۰ درصد ۱۶-۲۰ سال و ۹/۳ درصد نیز ۲۰ سال و بالاتر سابقه فعالیت در سازمان مردم‌نهاد را داشته‌اند.

جدول ۱: توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب هریک از متغیرهای اصلی پژوهش

جمع	طبقه‌ها				متغیرها	
	بی‌پاسخ	بالا	متوسط	پایین		
۵۰	۲	۱۰	۲۲	۱۶	فراوانی	نوآوری اجتماعی
۱۰۰	۴	۲۰/۸	۴۵/۸	۳۳/۳	درصد	
۵۰	۲	۱۴	۲۸	۶	فراوانی	تفکر سیستمی
۱۰۰	۴	۲۹/۲	۵۸/۳	۱۲/۵	درصد	

براساس یافته‌های جدول فوق میزان نوآوری اجتماعی ۳۳/۳ درصد از مدیران در حد پایین، ۴۵/۸ درصد در حد متوسط و ۲۰/۸ درصد آنان در حد بالاست. همچنین میزان تفکر سیستمی ۱۲/۵ درصد از مدیران در حد پایین، ۵۸/۳ درصد در حد متوسط و ۲۹/۲ درصد در حد بالا بوده است.

آزمون فرضیه پژوهش

در این بخش، ابتدا آماره‌های قابل مقایسه مفهوم تفکر سیستمی مورد اشاره و با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین تفکر سیستمی و نوآوری اجتماعی مورد آزمون قرار گرفته است.

جدول ۲: آماره‌های قابل مقایسه تفکر سیستمی

شاخص مفهوم	تعداد گویه	حداقل	حداکثر	دامنه تغییر	میانگین	انحراف معیار	ضریب کجی	ضریب کشیدگی
تفکر سیستمی	۱۵	۳۶/۰	۶۴/۰	۲۸/۰	۵۵/۰۲۰۰	۴/۶۴۸۸۵	-۱/۴۴۷	۴/۸۴۴

جدول و نمودار فوق بیانگر این امر است که نگرش به تفکر سیستمی پاسخ‌گویان با استفاده از ۱۵ گویه مورد بررسی قرار گرفته است. میانگین نمرات پاسخ‌گویان در این متغیر ۵۵/۰۲۰۰ و انحراف معیار آن ۴/۶۴۸۸۵ است؛ به گونه‌ای که کرانه پایین نمرات ۳۶/۰ و کرانه بالای آن ۶۴/۰ و دامنه تغییر در جامعه آماری مورد بررسی ۲۸/۰ است. چولگی

نمرات طیف ۱/۴۴۷- و کشیدگی آن ۴/۸۴۴ است. چولگی منفی حاکی از تجمع ارزیابی پاسخ‌گویان در سمت چپ نمودار است. به عبارت دیگر، میانگین کوچک‌تر از میانه و مد است.

با تقسیم جامعه آماری به عدد سه با فواصل برابر، توزیع فراوانی پاسخ‌گویان براساس میزان تفکر سیستمی پاسخ‌گویان به دست آمده است.

جدول ۳: توزیع فراوانی و درصدی دیدگاه پاسخ‌گویان در ارتباط با میزان تفکر سیستمی

موارد	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
پایین	۶	۱۲/۵	۱۲/۵
متوسط	۲۸	۵۸/۳	۷۰/۸
بالا	۱۴	۲۹/۲	۱۰۰/۰
بی‌پاسخ	۲	۴/۰	
جمع	۵۰	۱۰۰/۰	

براساس یافته‌های جدول فوق میزان تفکر سیستمی ۱۲/۵ درصد از مدیران در حد پایین، ۵۸/۳ درصد در حد متوسط و ۲۹/۲ درصد در حد بالاست.

جدول ۴: نتایج Pearson Correlation تفکر سیستمی و گرایش به نوآوری اجتماعی

		نوآوری اجتماعی
تفکر سیستمی	همبستگی پیرسون	۰/۴۱۶
	معناداری	۰/۰۰۱
	فراوانی	۵۰

نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای محاسبه رابطه تفکر سیستمی و نوآوری اجتماعی حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین دو متغیر است ($p < ۰/۰۰۱$ و $r = ۰/۴۱۶$). برای رابطه بین تفکر سیستمی و میزان نوآوری اجتماعی مثبت است و شدت همبستگی به دست آمده در حد متوسط می‌باشد.

نتیجه‌گیری

حلقه نوین توسعه جهان در عصر حاضر نوآوری است. نوآوری عامل مهمی در تغییرات اجتماعی از جمله کارآفرینی اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی، فرایندی است که طی آن کارآفرینان به ساخت یا تغییر نهادها در سطح اجتماع محلی می‌پردازد و با ارائه راهکارهای مفید، برای کاهش مسائل اجتماعی مانند فقر، بی‌سوادی، آموزش، مسائل زیست‌محیطی و... اقدام می‌کنند. کارآفرین اجتماعی با سامان‌دهی مجدد سرمایه‌ها و دارایی‌های انسانی و اقتصادی به نیازهای اجتماعی جوامع پاسخ می‌دهد و به‌منزله پذیرش مسئولیت اجتماعی متأثر از توسعه اجتماعی است. در واقع، همان‌طور که اشاره شد، نوآوری اجتماعی معطوف به اهداف اجتماعی است. در این میان، سازمان‌های مردم‌نهاد، مؤسسه و بنیادها می‌توانند به‌عنوان یکی از مراکز پویا در امر توسعه نوآوری اجتماعی درگیر شده و کارآفرینی اجتماعی را رقم بزنند. آنچه در پژوهش حاضر دنبال شده، نقش نوآوری اجتماعی کارآفرینانه سازمان‌های مردم‌نهاد با نگاه سیستماتیک بوده است؛ که به روش مطالعه اکتشافی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر نوآوری اجتماعی شناسایی شده و به روش پیمایش به سنجش رابطه میزان نوآوری اجتماعی مدیران و عوامل مؤثر بر آن مورد بررسی قرار گرفته است.

نتایج حاصل از تحقیق نشان داد تفکر سیستمی بر نوآوری اجتماعی تأثیر مثبت و معنادار دارد ($p < 0/001$ و $r = 0/416$). از این رو نتایج پژوهش با نتایج پژوهش پاوان و همکاران (۲۰۱۸)، سیجارتو و همکاران (۲۰۱۸)، موراوی و همکاران (۲۰۱۰) و پژوهش کشتکار (۱۳۹۷)، پرهیزکار و فروزنده دهکردی (۱۳۹۲) مبنی بر وجود رابطه بین تفکر سیستمی و نوآوری اجتماعی همسوست. نوآوری عمده تحقیق حاضر در دو مورد مهم خلاصه می‌گردد: ابتدا انتخاب موضوع تحقیق است که تاکنون در جامعه آماری تحقیق و در بین مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد صورت نگرفته بود و نکته دوم در اجرای برخی فعالیت‌های نوآورانه و ایجاد انگیزه برای مدیران این‌گونه سازمان‌هاست. تفکر سیستمی یعنی قائل بودن به نظمی ساختارمند که تعاملات شایسته شکل دهد، روند فعالیت‌ها از قاعده و نظم خاصی فراهم باشند و از همه مهم‌تر، برای رسیدن به یک هدف واحد در تلاش باشند. در درجه اول، شاغلین در حوزه سازمان‌های مردم‌نهاد باید قائل به اهداف

اجرای سازمان بوده و به نوعی اهداف فردی و اهداف سازمانی خود را همسو کنند. نظم سیستمی و تدوین شده سرعت پیشرفت اهداف سازمانی را بالا می‌برد. در رابطه با بُعد عملکردی در نوآوری اجتماعی نتایج نشان داد که یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار تفکر سیستمی است. تفکر سیستمی در حوزه توانمندسازی و ظرفیت‌سازی سازمان‌های مردم‌نهاد راهگشا بوده و به موجب قابلیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد به‌عنوان واسطه‌ای مؤثر مابین دولت و مردم، موجب نوآوری اجتماعی می‌گردد.

نتایج تحقیق، اطلاعات جامعی درخصوص خواسته‌ها و عملکرد مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد ارائه می‌دهد که می‌تواند تعامل دولت، مردم و سازمان‌ها را به‌نحو عالی در جامعه شکل دهد و به سمت نوآوری اجتماعی بیشتر و توسعه اجتماعی کارآفرینانه رهنمون سازد. همان‌طور که اشاره شد، نوآوری اجتماعی خود عاملی در توسعه کارآفرینی اجتماعی است؛ زیرا امروزه با رشد جامعه جهانی، نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی، مردم به این فکر افتاده‌اند که ایده انجام کسب‌وکارهایی در مقیاس انسانی، برای به دست آوردن پول و مفید واقع شدن در اجتماع هم، امکان‌پذیر است. کارآفرینی اجتماعی نیز به‌عنوان یک رویداد جدید و خلاق برای تعاملات اجتماعی، کسب‌وکار و خدمات اجتماعی نوآورانه مؤثر است. سازمان‌های مردم‌نهاد مانند بقیه کسب‌وکارها سودآوری دارند، اما مسئله‌ای که آن‌ها را متمایز می‌کند، به‌خاطر نحوه استفاده از سود حاصل از آن است که این سود در خدمت انجام مأموریت‌های اجتماعی به کار گرفته می‌شود. مؤسسات اجتماعی در خدمت، به فکر کسب ثروت برای مدیران خود نیستند. آن‌ها به‌منظور مشارکت در مسائل اجتماعی و بهتر شدن کیفیت زندگی مردم در جامعه فعالیت می‌کنند. در کارآفرینی اجتماعی سود حاصل، مجدداً در کسب‌وکارها سرمایه‌گذاری می‌شوند یا برای تحقق اهداف اجتماعی به کار گرفته می‌شوند؛ مانند ایجاد شغل، نیازهای فرهنگی، مراقبت‌های پزشکی، معرفی محیط‌زیست، موارد اجتماعی و...

سازمان‌های مردم‌نهاد به‌جای بالا بردن سود، اهداف اجتماعی را به‌عنوان عامل تجارت در تغییرات اجتماعی مد نظر قرار می‌دهند و به حل مشکلات اجتماعی از طریق استراتژی بازار می‌پردازند. کارآفرینی اجتماعی همچنین خواهان کاهش وابستگی خود به سیستم‌های

حمایتی بوده و در پی به دست آوردن کسب درآمد بیشتر هستند.

شروع سرمایه‌گذاری اجتماعی یک روند برای همه کسانی است که سودآوری تنها هدفشان نیست، بلکه خواهان کاری هستند که از آن احساس رضایت داشته باشند و هدفدار فعالیت کنند. نتایج تحقیق اطلاعات جامعی در خصوص خواسته‌ها و عملکرد مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد در حوزه نوآوری اجتماعی ارائه می‌دهد که می‌تواند نحوه تعامل دولت، مردم و سازمان‌ها را به نحو عالی در جامعه شکل دهد و به سمت نوآوری اجتماعی بیشتر و توسعه اجتماعی کارآفرینانه رهنمون سازد. براساس یافته‌های تحقیق پیشنهادهای ذیل در رابطه با نوآوری اجتماعی و ارتقای آن در سطح جامعه در دو حوزه سیاست‌گذاری و توانمندسازی مطرح می‌گردد.

۱. حوزه سیاست‌گذاری و ترویجگری:

- ارتقای رویکرد تفکر سیستمی و افزایش اعتبار سازمان‌های مردم‌نهاد از طریق اصلاح رویه‌ها، قوانین و مقررات در جهت ایجاد پویایی و چابک‌سازی سازمان‌ها.
- بهبود سرمایه اجتماعی و افزایش رقابت سازمان‌های مردم‌نهاد از طریق ارزیابی و رتبه‌بندی سازمان‌های مردم‌نهاد به منظور افزایش اعتماد جامعه.

۲. حوزه توانمندسازی:

- تدوین برنامه‌های راهبردی و آموزشی برای مدیران سازمان‌ها جهت افزایش هم‌افزایی آنان برای فعالیت‌های اجتماعی.
- برگزاری دوره‌های آموزشی مدون و تدوین شده مشارکتی جهت ارتقای ایده‌پردازی و خلاقیت مدیران و کارکنان سازمان‌ها.
- همکاری سازمان‌های دولتی با مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد برای افزایش همکاری‌های بین بخشی.
- بازنگری اهداف استراتژیک، نیازها، سلايق مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد با محوریت ارتقا و نوآوری سازمان.

منابع

- امینی، محمدتقی، بختیاری، لطفعلی، درگاهی، حسین، کریمی، اوژن، معمایی، هاجر، جان‌بزرگی، محمد و الهام حق‌شناس. (۱۳۹۲). سنجش تفکر سیستمی در بین مدیران ارشد، ستادی از طریق مدل گلدمن در دانشگاه علوم پزشکی تهران. *مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)*، ۷(۳)، ۳۷.
- پرهیزگار، محمدمهدی، فروزنده دهکردی، لطف‌الله، جوکار، علی‌اکبر، و درینی، ولی محمد. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی با تکیه بر پارادایم نوآوری باز؛ مطالعه موردی: صنعت نشر کشور. *مطالعات مدیریت صنعتی*، ۱۱(۳۱)، ۳۱-۳۱.
- خزایلی پارسا، فاطمه. (۱۳۸۳). *تاریخچه و ویژگی سازمان‌های غیردولتی*. تهران: سازمان بهزیستی.
- درزی‌نیا، مهدی، و امیری، زهرا (۱۳۸۸). بررسی نقش و جایگاه سازمان‌های مردم‌نهاد در توسعه روستا. *سایت جامعه‌شناسی ایران*.
- سازمان ملی جوانان. (۱۳۸۲). *گزارش ملی جوانان (بررسی وضعیت تشکلهای غیردولتی جوانان)*. تهران: اهل قلم.
- سعدآبادی، علی‌اصغر، آرامی‌پور، ندا، و فرتاش، کیارش. (۱۴۰۰). به‌کارگیری نوآوری اجتماعی جهت حل معضل کودکان کار با استفاده از تفکر سیستمی. *ترویج علم*، ۱۲(۲۱)، ۲۱-۲۱.
- سعدآبادی، علی‌اصغر، پورعزت، علی‌اصغر، قانعی راد، محمدامین، مختارزاده گروسی، نیما، و الیاسی، مهدی. (۱۳۹۵). چرخه حیات نوآوری‌های اجتماعی. *فصلنامه مدیریت*. توسعه فناوری، ۴(۲)، ۲-۲.
- سعیدی، علی‌اصغر. (۱۳۹۳). *تکنوکراسی صنعتی و سیاست‌گذاری اقتصادی در ایران به روایت دکتر رضا نیازمند*. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- سنگه، پیتر. (۱۳۸۷). *پنجمین فرمان، خلق سازمان یادگیرنده*. ترجمه حافظ مال هدایت و محمد روشن. چ ۳. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی تهران.
- صادقی، مریم. (۱۳۸۴). سازمان‌های غیردولتی در نگاه تطبیقی. *فصلنامه فقه و حقوق خانواده (ندای صادق سابق)*. شماره ۴۰.
- طالبیان، احمدرضا. (۱۳۸۱). کارآفرینی اجتماعی. *ماهنامه تدبیر*. شماره ۱۲۸.
- غفاری، سونیا، غفاری، میترا، و شیخی، سینا. (۱۴۰۰). مطالعه وضعیت تشکلهای مردم‌نهاد در فرانسه. تهران، ایران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی <https://sid.ir/paper/1047344/fa>
- کشتکار هرانکی، مهران. (۱۳۹۵). *طراحی الگوی راهبردی نوآوری اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران*. رساله دکتری. دانشگاه عالی دفاع ملی.

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

گلشن‌پژوه، محمدرضا. (۱۳۸۶). راهنمای سازمان‌های غیردولتی. تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.

مبینی دهکردی، علی، و کشتکار هرانکی، مهران (۱۳۹۵). فواترکیب مدل‌های نوآوری اجتماعی. فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۷(۲۶)، .

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

Ackoff, R. L. (1999). *Ackoff's Best: His Classic Writings on Management: John Wiley & Sons.*

Bornstein, D & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: What everyone wants to know?* Oxford University Press, Inc.p: 1-31.

Dees, J. & Anderson, B. (2006). *Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools*

Di Iacovo, F., Moruzzo, R., Rossignoli, C.(2018). "Social farming and policies in Tuscany, between social innovation and path dependency", *Italian Review of Agricultural Economics*, Vol. 73, Issue 3, pp. 107-

Goldsmith, S. (2010). *The Power of Social Innovation: How civic entrepreneurs ignite community networks for good.* Jossey-Bass, San Francisco, CA.

Grice, J.C., Davies, A., Patrik, R. & Norman, W. (2011). *Defining social innovation.* The Young Foundation. Available at: www.Youngfoundation.org.

Hahn, Johannes, Andor, Laszlo (2013). *Guide to social innovation*, European Commission.

Heiskala, R. & Hamalainen, T. J. (2007). *Social Innovation or Hegemonic change?*. Cheltenham: Elgar in Association with Sigar

Murray, Robin; Caulier-Grice; Mulgan, Geoff. (2010). *The Open Book of Social Innovation.* the Young Foundation and NESTA.

Mobus, G. E. (2018). Teaching systems thinking to general education students. *Ecological Modelling*, 373, 13-21.

Mcnamara, C., (1991). *System Thinking*, available at: www.MAP.com/display document (accessed on 2012/03/02).

Naem, M. (2014). Social Entrepreneurship: An effective mode of promoting Public Private Partnership in Middle East. *Asia Pacific Journal of Management & Entrepreneurship Research (APJMER)*, Volume 3 Issue, p: 6.

Porter, M., & Kramer, M. (2011). *Shared Value: How to reinvent capitalism - and unleash a wave of innovation* publication date: 18-Aug-2012.

Richmond, B. (1991). *System Thinking-Four Key Question.* High Performance Systems.

Santos, F.M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *J Bus Ethics*. Online

Mobus, G. E. (2018). Teaching systems thinking to general education students. *Ecological Modelling*, 373, 13-21.

Tripathi, N. (2019). Insights into startup ecosystems through exploration of multi-vocal literature. *Information and Software Technology*, Vol. 105, pp. 56-77.

ocial innovation, a strategy in social entrepreneurship (based on systemic thinking) (case study of non-governmental organizations in Aran and Bidgol cities)

Zahra Hasanzadeh,^{1*} Mohammad Hamed Rouhani Bidgoli,² Fahimeh Namvarmoqadam³

Received: 03/12/2023

Accepted: 12/03/2024

Abstract

Background and purpose: Social innovation is a kind of new change and an important factor in management system, entrepreneurship and creation of global competition. One of the dynamic environments for creating social innovation is non-governmental organizations that are formed based on the different individual and social needs of people in different times and places. The purpose of this research is to investigate social innovation as a strategy in social entrepreneurship (based on systemic thinking) in non-governmental organizations.

Methodology: The current research was of applied purpose and in terms of data collection, it was a (combined) method. In the qualitative part, using semi-structured interview and thematic analysis method, it has tried to identify the factors affecting social innovation from the point of view of senior managers of non-governmental organizations. The quantitative part was survey-correlation. The data collection tool was a researcher-made questionnaire whose validity was confirmed by Cronbach's alpha coefficient (higher than 0.7). The statistical population of the research is Δ^y people from the managers of non-governmental organizations in Aran and Bidgol cities in 2018, who were investigated in a full-count manner.

Findings: The results of the research hypothesis show that there is a positive and significant relationship between systemic thinking and social innovation ($p < 0.001$ and $r = 0.416$). The descriptive findings of the research indicate that although most of the respondents have a tendency towards social innovation, there are some different and conflicting views about the tendency towards social innovation and systematic thinking.

Conclusion: Systematic social innovation (based on relationships and regular structure) due to its direct impact on solving global challenges and helping to improve the social future (empowerment, business capacity building), by using the existing strategic goals in non-governmental organizations can Be a pioneer in the field of social entrepreneurship.

Keywords: social innovation, systemic thinking, social entrepreneurship, non-governmental organizations.

1. Lecturer at Applied Science University (Corresponding Author); zh.student1388@yahoo.com

2. PhD in Industrial Engineering, Tehran University of Research Sciences; mhroohani82@gmail.com

3. Lecturer at Kashan University of Applied Sciences; fahime.namvar@yahoo.com

Doi: [10.22052/IJCS.2024.254282.102](https://doi.org/10.22052/IJCS.2024.254282.102)