

ارایه الگوی بومی توانمندسازی سازمان‌های مردم نهاد نوروز حاجی‌بابایی^۱ علی‌اکبر رضایی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۲/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۴/۱۶

چکیده

امروزه دولت‌ها به ظرفیت اجرایی سازمان‌های مردم نهاد و اثرگذاری اجتماعی آنان پی برده و در بسیاری از کشورها به توسعه و حمایت از این قبیل سازمان‌ها روی آورده‌اند. برخلاف گذشته، امروزه سازمان‌های مردم نهاد علاوه بر فعالیت‌های اجتماعی، می‌توانند در فعالیت‌های اقتصادی و تجاری نیز فعالیت کرده و به درآمدزایی و در قالب کسب و کارهای کوچک و متوسط به اشتغال‌زایی برای جامعه محلی بپردازند. هدف مطالعه حاضر، ارایه الگوی بومی توانمندسازی سازمان‌های مردم نهاد با تأکید بر عوامل کلیدی کسب و کار می‌باشد. این مطالعه به روش کیفی و از طریق مصاحبه با ۱۰ نفر از مدیران و کارشناسان سازمان‌های مردم نهاد شهر تهران صورت پذیرفت. تکنیک تحلیل مصاحبه به روش کدگذاری و با استفاده از نظریه داده بنیاد صورت گرفت. در پایان از مجموع ۲۵۵ کد باز، ۳۴ مقوله‌ی محوری استخراج و در ۱۳ مقوله‌ی گزینشی دسته‌بندی گردید. این ۱۳ مقوله عبارتند از: عوامل مدیریتی و کلان‌سازمانی؛ عوامل اجتماعی و حمایتی؛ بازاریابی و اطلاع‌رسانی؛ حوزه‌های جامعه‌محور؛ حوزه‌های کسب و کاری؛ عوامل درون‌سازمانی؛ عوامل برون‌سازمانی؛ توانمندسازی الکترونیکی؛ بسترسازی الکترونیکی؛ توسعه تجاری سمن‌ها؛ کمک‌های رسانه‌ای؛ کمک‌های پشتیبانی؛ کمک‌های بنیادین.

واژه‌های اصلی: سازمان‌های مردم نهاد، توانمندسازی، کسب و کار

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت برنامه ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوارسگان

^۲ عضو هیأت علمی گروه برنامه ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی علوم تحقیقات

بیان مسأله

ظرفیت‌های حکومت‌ها و به ویژه مدیریت اجرایی برای توسعه‌ی سیاست‌های مناسب برای مشارکت و همکاری با سازمان‌های غیر دولتی^۱ (NGOs) از اساسی‌ترین اقدامات در زمینه‌ی توسعه‌ی اجتماعی - فرهنگی است. بنا به گفته‌ی تمبو^۲ (۲۰۰۸)، استفاده از ظرفیت‌های محلی سازمان‌های غیر دولتی نقش مهمی در کسب آثار و نتایج مثبت توسعه خواهد داشت. در حوزه‌های دیگر مدیریت کلان نیز این الگو کارساز و کارگشاست. امروزه سازمان‌های غیردولتی در جامعه‌ی مدنی نقش‌های چندگانه‌ای بازی می‌کنند که بسیاری از این نقش‌ها در انطباق و هماهنگی با وظایف مدیریت اجرایی است (سلیانی و وثوقی، ۱۳۹۵). امروزه سازمان‌های غیردولتی در زمینه‌های مختلف اجتماعی در سطوح محلی، ملی، منطقه‌ای و جهانی در حال فعالیت می‌باشند که برخی از این زمینه‌های فعالیت عبارتست از: کودکان، جوانان، وضعیت زنان، حقوق بشر، خلع سلاح و صلح، پناهجویان، امداد رسانی، بهداشت و سلامت، مبارزه با اعتیاد و مصرف مواد مخدر، تنظیم خانواده و کنترل جمعیت، حوزه‌های فرهنگی، فعالیت‌های هنری، فعالیت‌های ورزشی، علم و فناوری، آموزش، اطلاع‌رسانی و ارتباطات، مذهب، فقرزدایی، اسکان بشر و سکونت‌گاه‌های انسانی، حفاظت محیط‌زیست و توسعه پایدار، حمایت از حیوانات و اقتصاد، آموزش‌های حقوق و تکالیف شهروندی، دفع و تفکیک زباله، بهداشت و سلامتی، حمل و نقل و ترافیک و کاهش آلودگی‌های صوتی و هوایی و ... که در همه این موارد احتیاج به منابع مالی می‌باشد. برای تأمین این منابع مالی، بایستی این سازمان‌های مردم نهاد دارای توانایی برای راه‌اندازی کسب و کار مناسب باشند (سلیانی و وثوقی، ۱۳۹۵). این سازمان‌ها می‌توانند نقش واسط (تسهیلگری^۳ و حمایت) برای ظرفیت‌سازی، مشارکت و همکاری با بخش خصوصی، ارائه‌دهنده‌ی خدمات مناسب دولتی و نظارت بر اقدامات بخش دولتی و شفاف‌سازی این اقدامات را بازی کنند (مولر هیث^۴، ۲۰۱۹).

بدون شک آنچه که تا چند دهه پیش به عنوان یک امتیاز اقتصادی تلقی می‌شد، عبارت بود از برپایی و فعال نگهداشتن شرکت‌های بزرگ و به تبع آن دولتی شدن اغلب سازمان‌ها و چنین استدلال می‌شد که هر چه این شرکت‌ها بزرگ‌تر باشند، اقتصاد پویاتر و قدرتمندتر می‌گردد. اگرچه این تفکر طی چندین دهه رونق گرفت و برپایه‌ی آن شرکت‌های غول‌پیکری پدیدار شدند، ولی تحولات اخیر و به ویژه فشارهای جمعیتی، نوآوری‌های لحظه به لحظه، پیچیده‌تر شدن فرآیندهای مدیریتی و تصمیم‌گیری، و نیاز به تصمیم‌گیری‌های آنی موجب به وجود آمدن تغییرات اساسی در ساختار این سازمان‌های غول‌پیکر گردیده است. به همین جهت امروزه اصلاحات

1 Non-Governmental Organizations (NGOs)

2 Tembo

3 Facilitation

4 Mueller-Hirth

اقتصادی از نوع تشکیل و راه‌اندازی بنگاه‌های کوچک و متوسط غیردولتی در بسیاری از کشورها و به ویژه کشورهای در حال توسعه به عنوان یک رویکرد راهبردی محسوب می‌شود. بنگاه‌های کوچک و متوسط مردم نهاد در کاهش فقر و توانمندسازی افراد، ارتقای درجه رقابت‌پذیری، ایجاد فرصت‌های شغلی مولد، توسعه صادرات غیرنفتی، توسعه بخش خصوصی و به‌طور کلی رشد و توسعه و اشتغال پایدار اقتصادی نقش و اهمیت ویژه‌ای ایفاء می‌کنند. در واقع فقدان نظام پشتیبانی منسجم و گسترده از بنگاه‌های کوچک و زودبازده، برای ایجاد پیوندهای ساختاری آن‌ها با یکدیگر و پیوند این بنگاه‌ها با بنگاه‌های بالادستی یا پایین‌دستی خود یکی از ضعف‌های اصلی پیش‌روی بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران است. امروزه کسب و کارهای کوچک و متوسط مردم نهاد با رویکردهای کارآفرینانه به بخش عمده‌ای از اقتصاد ملت‌ها مبدل شده است؛ به طوری که تقریباً در عمده کشورها درصد بالایی از اشتغال و رشد ناخالص داخلی توسط آن‌ها تأمین شده و از این رو منابعی جهت توسعه و تحول اقتصادی، اشتغال‌زایی، نوآوری و رقابت در هر بازاری محسوب می‌شوند (سیمپسون^۱، ۲۰۰۸). یافته‌های محققان حاکی از این واقعیت است که موفقیت این کسب و کارها به شدت به فنون و فرآیندهای تصمیم‌گیری مدیران آن‌ها وابسته است (گیبکاس و هویزل^۲، ۲۰۰۸). در واقع تصمیماتی که توسط مالکان کسب و کارهای کوچک و متوسط کارآفرین‌گیر وابسته به سازمان‌های دولتی اتخاذ می‌شود جوهره و قلب کارآفرینی در این کسب و کارها به شمار می‌روند (دوکورت و ورمولن^۳، ۲۰۱۰).

امروزه کسب و کارهای مردم نهاد سهم قابل توجهی در پیشرفت اقتصادی اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه بر عهده دارند. نرخ رشد این کسب و کارها در سال‌های اخیر بسیار سریع بوده به طوری که در حال حاضر ۹۹/۷ درصد از کارفرمایان کشورهای امریکای شمالی در حوزه این کسب و کارها در حال فعالیت هستند که از این میان ۹۰ درصد آن‌ها نیز با کمتر از ۲۰ نفر پرسنل فعالیت‌های خود را به انجام می‌رسانند. مهم‌تر آنکه بنگاه‌های مذکور بالغ بر ۵۰ درصد از درآمد و ۵۴ درصد از مشاغل بخش خصوصی این کشورها را به خود اختصاص داده‌اند. شواهد یادشده گویای مشارکت قابل توجه این شرکت‌ها در رشد اقتصادی و افزایش روند اشتغال و نوآوری هستند. به تعبیر روان‌تر کسب و کارهای مردم نهاد با بهره‌مندی از ویژگی‌هایی از قبیل نوآوری، گرایش‌های کارآفرینانه و اعمال فرایندهای خلاقانه داوطلبانه پدیده‌های بسیار ارزشمندی در اقتصاد دانش محور کنونی تلقی می‌شوند. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع و خلاء مطالعات در این زمینه، این پژوهش بر آن است تا ضمن بررسی جامع پیشینه و دیدگاه‌های نویسندگان و محققانی که در این حوزه فعالیت داشته‌اند، مدلی بومی سازی شده را در زمینه‌ی عوامل توانمندسازی سازمان‌های مردم نهاد بر اساس عوامل کلیدی کسب و کار، طراحی و ارایه نماید تا از طریق کارکردها و پیامدهای ناشی از آن، بتوان به ارتقاء شایستگی‌های موردانتظار در حوزه کسب و کارهای سازمان‌های مردم نهاد دست یافت.

مبانی نظری

1 Simpson

2 Gibcus & Hoesel

3 De Kort & Vermeulen

سازمان‌های مردم نهاد

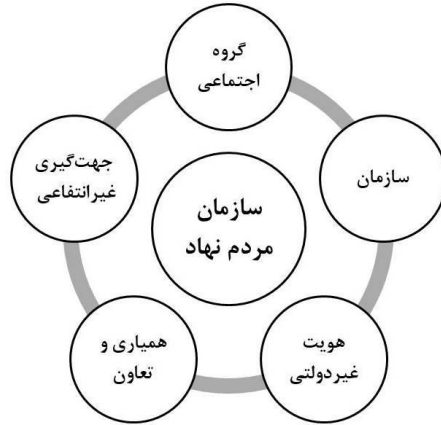
واژه NGO یک واژه جهانی است که در اوایل دهه‌ی ۱۹۴۰ میلادی در «کتاب سال» سازمان‌های بین‌المللی اتحادیه انجمن‌های بین‌المللی گنجانیده شده است. این واژه همچنین به بند ۷۱ منشور ملل متحد اشاره دارد. اینکه چه نوع نهادهایی می‌توانند به عنوان سازمان‌های مردم نهاد به شمار روند، هنوز اتفاق نظری وجود ندارد. مجموعه‌ی متنوعی از نهادها می‌توانند بیانگر جامعه مدنی در چارچوب سیاسی جوامع باشند. بعضی صاحب‌نظران در غرب همه سازمان‌های غیرانتفاعی را در این جایگاه قرار می‌دهند. در این دیدگاه، موزه‌ها، مدارس، بنیادهای خیریه، اتحادیه‌های تجاری، سازمان‌های مردم نهاد بین‌المللی (آن‌هایی که در کشورهای توسعه‌یافته تشکیل شده‌اند ولی در نقاط دیگر جهان فعالیت می‌کنند) و سازمان‌های مردمی و محلی وابسته به توده‌ی عوام می‌توانند تحت عنوان سازمان‌های مردم نهاد مورد ملاحظه قرار گیرند. گروهی از صاحب‌نظران دیدگاه محدودتری دارند و تنها سازمان‌هایی همچون سازمان‌های وابسته به توده‌ی مردم و سازمان‌های حمایتی از توده‌ی مردم را که خارج از سطح محلی فعالیت می‌کند را سازمان‌های مردم نهاد می‌نامند (موحد و همکاران، ۱۳۹۲). سازمان مردم نهاد (سمن) به سازمانی اطلاق می‌شود که با شخصیت حقوقی مستقل، غیردولتی، غیرانتفاعی، غیرسیاسی، برای انجام فعالیت داوطلبانه با گرایش فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و بشردوستانه و بر اساس قانون‌مندی و اساسنامه‌ای مدون، رعایت چارچوب قوانین موضوعه کشور و مفاد آیین‌نامه‌های اجرایی آن فعالیت می‌کند. این سازمان‌ها، طیف گسترده‌ای از مسائل پیش‌روی انسان امروزی را چون آموزش در سطوح مختلف، مسائل دینی، مذهبی، فرهنگی، هنری، محیط‌زیست، مبارزه با فقر و اعتیاد و سایر مسائل به جهت تلاش در بهبود امور و ایجاد پیشرفت‌های مردمی شامل می‌شوند. وجود سمن‌ها با توجه به نوع مسئولیت‌ها و اهدافی که پیش‌رو دارند و توجه به فرآیند جهانی‌سازی در هر جامعه‌ای، دارای اهمیت بوده و می‌تواند سبب پیشبرد چشم‌اندازهای مهمی را فراهم آورد (مبشر راد و غنبر طهرانی، ۱۳۹۷). سمن توسط سازمان ملل اینگونه تعریف شده است: «هر گروه غیرانتفاعی داوطلبانه از شهروندان جهانی در سطح محلی، ملی و بین‌المللی برای اهداف متنوع فرهنگی، اجتماعی، خیریه، تخصصی و صنفی تشکیل شده باشد». تاکنون اصطلاحات مختلفی برای توصیف این سازمان‌ها به کار رفته است که مؤسسات داوطلبانه، مؤسسات غیرانتفاعی، سازمان‌های توسعه غیردولتی، سازمان‌های جنبش اجتماعی جدید، سازمان‌های حمایت از مردم عادی، سازمان‌های مردمی، سازمان‌های عامل، گروه‌های محلی، گروه‌های ریشه‌ای و گروه‌های لابی‌کننده و فعال از این قبیل هستند (دماری و همکاران، ۱۳۹۳).

سازمان مردم نهاد به شکل‌های مختلف در سراسر جهان استفاده می‌شود و با توجه به بافت کلامی که در آن استفاده شده است، به انواع گوناگون سازمان‌ها اشاره می‌کند. به زعم کلر^۱ (۲۰۰۱) سازمان مردم نهاد در کلی‌ترین معنایش، به سازمانی اشاره دارد که مستقیماً بخشی از دولت محسوب نمی‌شود؛ اما نقش بسیار مهمی به عنوان واسطه بین فرد فرد مردم، قوای حاکم و حتی خود جامعه ایفا می‌کند. پیرو تعاریف متعدد و کلی سازمان

1 Clare

مردم نهاد در سطح بین‌المللی، آنچه در اصطلاح در کشور ما «سازمان غیردولتی» خوانده می‌شود و درباره آن داوری می‌گردد، نزد همگان تصویر دقیق و روشنی ندارد. هرچند در متون علمی رشته‌های علوم اداری یا جامعه‌شناسی نیز از تعاریف مشخصی تبعیت نمی‌شود. علت آن است که موضوع آن (یعنی سازمان غیردولتی) در فرآیند رشد خود از بسترهای گوناگونی نشأت گرفته و عملکردهای متفاوتی نیز داشته است. با این وجود مرور تاریخ گذشته کشورمان نشان می‌دهد ایران سرشار از الگوهای مشارکت اجتماعی بوده است. به طور مثال، می‌توان از تشکل‌های سنتی مانند وقف و نذر، گروه‌های همشیر یا واره، بنه و صحرا و غیره نام برد که از بطن همکاری مردم برای رفع نیازهای اقتصادی و ارائه خدمات اساسی ظاهر شده‌اند (جوانی و همکاران، ۱۳۹۶).

بر طبق تقسیم‌بندی دیگری که دیوید کورتن در کتاب ورود به قرن بیست و یکم، از NGO انجام می‌دهد آن‌ها را شامل ۴ بخش می‌داند. بدین ترتیب: ۱- سازمان‌های داوطلبانه که مأموریتی اجتماعی را با استفاده از تعهدی که به ارزش‌های مشترک دارند تعقیب می‌کنند. ۲- پیمانکاران خدمات عمومی که وظیفه دارند به عنوان کسب و کارهای غیرانتفاعی بازارمدار به اهداف عمومی خدمت کنند. ۳- سازمان‌های مردمی که تجلی بخش منافع اعضاءشان بوده و دارای رهبری پاسخگو به اعضا می‌باشند و اساساً دارای ویژگی خوداتکایی هستند. ۴- سازمان‌های غیردولتی حکومتی که به وسیله حکومت ایجاد شده‌اند و به عنوان ابزار خط‌مشی‌های حکومت ایفاء نقش می‌کنند. این طبقه‌بندی‌ها و تقسیمات به هیچ وجه انحصاری نیستند و صرفاً برای فهم بهتر ساختار NGO بکار می‌روند. به عنوان مثال یک NGO می‌تواند در زمینه مذهبی، در سطح ملی با پیگیری اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت صرفاً به شکل حمایتی فعالیت کند. NGOها با هر نوع فعالیتی به طرق و شیوه‌های مختلفی کار می‌کنند. گاهی فقط جنبه مشاوره‌ای و برنامه‌ریزی دارند گاهی فعالیت‌های آن‌ها جنبه اجرایی می‌یابد و آن‌ها پروژه‌هایی را پیاده می‌کنند و گاهی نیز در هر دو زمینه فعالیت می‌کنند و در هر حال باید از ارتباطات عمومی قوی برخوردار باشند چرا که هدف اصلی آن‌ها عامه مردم است (مقیمی، ۱۳۸۷). سازمان‌های غیردولتی را بر اساس معیارهای گوناگون از جمله موضوع فعالیت و سطح فعالیت به گونه‌های مختلفی تقسیم‌بندی می‌کنند. بانک جهانی این سازمان‌ها را به دو گونه اجرایی و ترویجی طبقه‌بندی کرده است. سازمان‌های اجرایی یا عملیاتی بر اساس گستره فعالیت به چهار دسته سازمان‌های غیردولتی محله‌محور، شهرمقیاس، ملی و بین‌المللی تقسیم می‌شوند. اصطلاح سازمان ترویجی به موضوع فعالیت سازمان‌ها اشاره دارد. همچنین بر اساس فعالیت، سازمان‌های غیردولتی به شش گروه سازمان‌های رفاهی، سازمان‌های فعال در زمینه نوآوری‌های فنی، پیمانکاران خدمات دولتی، سازمان‌های توسعه که حول محور خودیاری، توسعه اجتماعی و ایجاد دموکراسی فعالیت دارند، سازمان‌های حمایت از فقرا و گروه‌ها یا شبکه‌های حمایتی تقسیم شده‌اند. بر اساس موضوع فعالیت، سازمان‌های غیردولتی را می‌توان به چهار دسته تبلیغاتی، تخصصی، عام و بشردوستانه طبقه‌بندی کرد. به لحاظ جهت‌گیری نیز سازمان‌های غیردولتی در چهار گروه، جهت‌گیری خیریه، جهت‌گیری خدماتی، جهت‌گیری مشارکتی و جهت‌گیری توانمندسازی طبقه‌بندی می‌شوند (جوانی و همکاران، ۱۳۹۶). سازمان‌های مردم نهاد از ۵ مؤلفه در تعریف خود تشکیل شده است که در شکل زیر قابل مشاهده می‌باشد.



شکل (۱): مؤلفه‌های پنج‌گانه سازمان مردم نهاد

توانمندسازی از منظر مدیریت

سازمان‌های قرن ۲۱، شکلی متفاوت از سازمان‌های سنتی پیدا کرده‌اند. در این سازمان‌ها علاوه بر انرژی، نیروی فکر و خلاقیت کارکنان نیز مدیریت می‌گردد. تحت این شرایط نه تنها روش‌های سلسله‌مراتب دستوری - کنترلی، مناسب نخواهد بود، بلکه کارکنان باید خودشان ابتکار عمل نشان دهند و برای حل مشکلات به سرعت اقدام و در تیم‌های کاملاً خودگردان ایفای نقش کنند. همین امر، نگاهی نو را به منابع انسانی و اختیار آن طلب می‌کند. لزوم پرورش کارکنانی که دارای توانایی خودمدیریتی باشند، باعث شده است که توانمندسازی نیروی انسانی به عنوان یک پارادایم جدید، توجه بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت را به سوی خود جلب نماید (قربانی-زاده و آقاوردی، ۱۳۹۲). به دیگر بیان، در محیط کاملاً رقابتی همراه با تحولات شگفت‌انگیز همراه است، کارکنان زمانی می‌توانند به خوبی از عهده‌ی وظایف محوله برآیند که مهارت، دانش، توانایی و انگیزه لازم را داشته باشند. ابزاری که می‌تواند در این زمینه به کمک مدیران بیاید، فرآیند توانمندسازی می‌باشد (فونگ و اسنپ^۱، ۲۰۱۵). مفهوم توانمندسازی همزمان با تخصصی شدن مشاغل، ظهور پیدا کرد. سازمان‌ها به تدریج بر ضرورت و اهمیت شناسایی شایستگی‌های مورد نیاز منابع انسانی و تدوین هدفمند و سریع الگوهای شایستگی توجه کردند و دریافتند که موفقیت هر سازمانی مدیون دو امر اساسی است: نخست، انتخاب صحیح و آموزش کارکنان و دوم، کارکرد و عملکرد کاری آنان، که هر دو مرتبط با توانمندسازی است (فیاضی و حق‌شناس، ۱۳۹۶). منابع انسانی درافزایش توانمندسازی سازمان، نقش کلیدی دارد و به یکی از دغدغه‌های مدیران تبدیل شده است (مورین^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). امروزه تمام سازمان‌ها به نوعی از پیشرفت سریع تکنولوژی تأثیر پذیرفته‌اند و برای حفظ و ادامه حیات خویش ناگزیرند دگرگونی‌های همسو با این پیشرفت را در همه ابعاد سازمان خود، به وجود آورند؛ زیربنا و نقطه آغاز همه این تغییر و تحولات، توانمندساختن نیروی انسانی و بکارگیری صحیح منابع انسانی است. کانگر و کانانگو^۳ (۱۹۸۸)، بیان می‌دارند که ریشه مفهوم توانمندشدن، یعنی قدرت و کنترل، باید تجزیه و

1 Fong & Snape

2 Morin

3 Conger & Kanungo

تحلیل شود. توانمندشدن باعث می‌شود هر یک از کارکنان کاری که انتخاب کرده یا به او واگذار شده است را بدون نظارت و کنترل دیگران، به نحو شایسته‌ای به انجام برسانند. در واقع توانمندشدن یعنی متمایل شدن به تجربه خودکنترلی، به خود اهمیت دادن و احساس آزادی داشتن که موجب کاهش بیماری، کاهش غیبت، کاهش نقل و انتقال و کاهش فشار عصبی می‌شود (امینی و همکاران، ۱۳۹۶). توانمندسازی کارکنان، به معنای تشویق آنان برای مشارکت بیشتر در تصمیم‌گیری است؛ یعنی، فضایی برای افراد فراهم شود تا بتوانند ایده‌های خوبی را بیافرینند و آن‌ها را به عمل آورند (جاود^۱ و همکاران، ۲۰۱۷).

توانمندسازی به کارکنان، فرصت بیشتری برای آزادی، توسعه و بکارگیری مهارت‌ها، دانش و ظرفیت‌های بالقوه در جهت اهداف سازمانی اعطا می‌نماید (آندراده^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). توانمندسازی، فرآیند توسعه است؛ فرآیندی که موجب افزایش توان کارکنان برای حل مسائل سازمان‌ها و ارتقای بینش سیاسی و اجتماعی کارکنان می‌شود و آنان را قادر می‌سازد تا عوامل محیطی را شناسایی کنند و به کنترل خود درآورند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۴). فعالیت‌های سازمانی در قالب توانمندسازی، به عنوان فرآیندی مستمر و دائمی نگریسته می‌شود که در محیط‌های پویا و سطوح متفاوتی قابل تجزیه و تحلیل می‌باشد (جهاری^۳ و همکاران، ۲۰۱۷). هرسی^۴ و همکاران (۲۰۰۸) توانمندسازی را آزادکردن توان و قابلیت‌های درونی افراد، برای کسب موفقیت‌های شگفت‌انگیز می‌دانند. از منظر آنان، توانمندسازی یعنی قدرت بخشیدن به افراد، برای کمک به آن‌ها در جهت افزایش اعتماد به نفس و غلبه بر ناتوانی و ایجاد شور و شوق برای اجرای وظایفی که به آن‌ها واگذار شده است. بعضی از منافع توانمندسازی عبارتند از: بهبود کیفیت محصولات و خدمات، افزایش تعهد کارکنان و قدرت مدیریت، ارتقای اثربخشی، هم‌افزایی، حس پاسخگویی و در نتیجه، افزایش مزیت رقابتی در بازار جهانی (طاهری و همکاران، ۱۳۹۳). لاور^۵ (۱۹۹۴)، مفهوم توانمندسازی را هم معنای مشارکت کارکنان در محل کار مد نظر قرار داده است (اخوان خرازیان و مقدسی، ۱۳۹۶). کوپرگ (۱۹۹۹)، بر این باور است که مدیران و کارکنان هر دو از مزایای توانمندسازی بهره‌مند خواهند شد. توانمندسازی با پرورش احساس کفایت‌نفس و با به وجود آوردن آزادی عمل برای کارکنان، این فرصت را به وجود خواهد آورد تا توانایی‌ها و مهارت‌ها، بهبود و موجبات اثربخشی سازمان فراهم گردد. از سوی دیگر، توانمندسازی با پرورش کارکنانی با انگیزه و توانا به مدیران امکان خواهد داد تا در برابر پویایی محیط رقابتی از خود عکس‌العمل سریع‌تر و مناسب‌تری نشان دهند (قربانی‌زاده و آق‌اوردی، ۱۳۹۲).

کسب و کار

با گسترش بازار و کوچک شدن نقش دولت‌ها امروزه، مفاهیم کسب و کاری توجه بسیار زیادی را به خود در بین محققین ایجاد نموده‌اند. البته این موضوع به این معنی نیست که کسب و کارها مربوط به سده گذشته است

1 Javed
2 Andrade
3 Jauhari
4 Hersey
5 Lawer

بلکه کسب و کار با زندگی اجتماعی انسان‌ها در بین عموم ایجاد شده است اما به صورت علمی، برای بهبود کسب و کار شرکت‌ها امروزه با عوامل متغیر تأثیرگذار متعددی رو به رو هستند (بلیوا^۱، ۲۰۱۸). پترسن^۲ و همکاران (۲۰۱۲) بر این باورند که هر تبادلی که در آن خرید و فروش صورت گیرد، کسب و کار نیست، بلکه کسب و کار، هر نوع تبادل تکراری و تجدیدشونده‌ی خرید و فروش است (پترسن و همکاران، ۲۰۱۲). باور عمومی این است که تنها هدف کسب و کار، به دست آوردن سود اقتصادی است، در حالی که این امر، واقعیت ندارد. آرویک معتقد است همان طور که انسان تنها با هدف خوردن زندگی نمی‌کند، تنها هدف کسب و کار هم، کسب سود نیست (بوتسمن و راجرز^۳، ۲۰۱۱). بنابراین، کسب و کارها هم دارای اهداف اقتصادی و هم اهداف اجتماعی‌اند. با این تعریف می‌توان دریافت که در هر کسب و کاری می‌تواند با توجه به نقشی که در جامعه دارند و همچنین شدت رقابت این اهداف با وزن بالا و پایینی وجود داشته باشد (گوپالاکریشنان و متیوز^۴، ۲۰۱۸). یکی از نقاط چالشی برای مدیران کسب و کارها، راه‌اندازی و نفوذ در بازار است. بسیاری از شرکت‌ها در زمینه نفوذ در بازار با مشکلات عدیده‌ی روبرو هستند و مشکلاتی از قبیل عدم توانمندی در کسب سرمایه نخست، رقابت بالا در بازار، برندسازی، استراتژی ورود به بازار و مواردی از این دست رو به رو هستند که این نیاز را برای توجه بیشتر به همراهی و همگامی بخش‌های دارای قدرت برای تسهیل ورود کسب و کارهای جدید و نوپا به بازار را بیش از پیش آشکار می‌سازد (والش^۵، ۲۰۱۱). دولت‌ها و بخش‌های قانون‌گذار در زمینه بهبود کسب و کار نقش بی‌بدیلی دارند و با تقویت و بهبود فضای کسب و کاری و تسهیل ورود کارآفرین‌ها می‌تواند نقش مهم و اثرگذار در بهبود کارآفرینی داشته باشد (بلیوا، ۲۰۱۸).

اهمیت کسب و کارهای کوچک و متوسط

بررسی سهم کسب و کارهای کوچک و متوسط در میزان اشتغال، ایجاد ارزش افزوده و تولید ناخالص داخلی کشورها در جهان حاکی از آن است که بیش از ۹۵ درصد کل اشتغال ایجاد شده متعلق به این نوع کسب و کارها است. به عنوان مثال، تا سال ۱۹۹۸، در ۲۱ کشور عضو پیمان اپک حدود ۴۰ میلیون کسب و کار کوچک و متوسط وجود داشتند که بین ۳۰ تا ۶۰ درصد تولید ناخالص داخلی این کشورها و بیش از ۸۰ درصد اشتغال را ایجاد می‌نمودند (حاجی و پاسبانی^۶، ۲۰۰۹). در اروپا، بیش از ۱۶ میلیون شرکت وجود دارد که کمتر از یک درصد آن‌ها را شرکت‌های بزرگ تشکیل می‌دهند و بقیه شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشند. شرکت‌های کوچک و متوسط ستون فقرات اقتصاد منطقه آسیا و اقیانوسیه بوده و ۹۰ درصد شرکت‌ها بین ۳۲ تا ۴۸ درصد اشتغال و بین ۶۰ تا ۸۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشورهای این منطقه مختص شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشند. عملکرد اقتصاد ایالات متحده در سال‌های اخیر تا حد زیادی مدیون ایجاد کسب و کارهای کوچک و

1 Belyaeva

2 Peterson

3 Botsman & Rogers

4 Gopalakrishnan & Matthews

5 Walsh

6 Haji & Pasebani

متوسطی است که ۴۳ درصد از شاخص اشتغال‌زایی را به خود اختصاص داده‌اند. این کسب و کارها در ترکیه، ۹۹٫۸ درصد از کل بنگاه‌ها را تشکیل می‌دهند. ۷۶٫۷٪ از کل اشتغال ۳۸ درصد از سرمایه‌گذاری را به خود جذب کرده ولی تنها ۵ درصد از اعتبارات بانکی را استفاده می‌کنند (کارپاک و توپکوا، ۲۰۱۰). در ایران نیز طی مطالعه‌ای که مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در سال ۱۳۹۴ صورت داده بود مشخص گردید که ۹۹ درصد از بنگاه‌های کسب و کاری که در کشور فعالیت دارند تنها ۲۱ درصد ارزش افزوده صنعت را یدک می‌کشند که این نشان از ضعف این بخش در ایران می‌باشد که نیازمند توجه بیشتر برای بهبود و افزایش نقش عوامل مهم در پیاده‌سازی این کسب و کارها می‌باشد (.....). در مجموع می‌توان گفت توسعه‌ی اقتصادی هر کشوری تا حد زیادی به موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط آن کشور وابسته است (پارانل و همکاران، ۲۰۱۵). در یک جمع‌بندی کلی می‌توان فعالیت این بنگاه‌ها را در چند بعد مهم و ارزشمند تلقی کرد: در بعد اجتماعی، بنگاه‌های کوچک و متوسط راه پیشرفت افراد را باز می‌گذارند. در بعد سیاسی، این کسب و کارها ساختار سیاسی را اصلاح می‌کنند و از تمرکز قدرت در شهرهای بزرگ جلوگیری به عمل می‌آورند. از لحاظ اقتصادی، کسب و کارهای کوچک و متوسط از عمده عوامل ایجاد اشتغال محسوب می‌شوند. از نظر فردی نیز، کسب و کارهای کوچک و متوسط زمینه را برای توسعه فردی و تخصصی و ایجاد افق‌های روشن حرفه‌ای فراهم می‌آورند. بدین ترتیب این گروه از بنگاه‌ها سهم بسزایی به اقتصاد رقابتی، پویا، مبتنی بر دانش و نیز توانایی رشد مداوم، ایجاد شغل و تحکیم انسجام را دارند (حسین‌زاده و نصرتی، ۱۳۹۳).

پیشینه تحقیق

❖ بوذرجمهری و جوانی (۱۳۹۹)، در مطالعه خود به نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در توانمندسازی زنان روستایی جهت حفاظت از محیط‌زیست در روستاهای شهرستان رشتخوار خراسان رضوی پرداختند. محققان اشاره داشتند که سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حیطه فعالیت زنان به عنوان سازمان‌های غیررسمی در هر نظام اجتماعی با هدف جلب مشارکت زنان در تعیین سرنوشت خود از طریق توانمندسازی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی آنان، توانسته‌اند نقش مؤثری ایفاء کنند. بر اساس یافته‌های تحقیق، سازمان‌های مردم‌نهاد در روستاهای مورد مطالعه صرفاً یک نهاد غیررسمی ترویجی و میانجی میان افراد و دولت محلی نیست. بلکه همزمان از کارکردهای اجرایی فعال در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، و زیست‌محیطی نیز برخوردار است. از جمله قابلیت‌های این سمن‌ها جوان‌گرایی و استقبال جوانان و زنان و دختران تحصیل‌کرده روستایی است که از نقطه قوت و ماندگاری و کارآمدتر شدن برنامه‌های آموزشی - ترویجی سمن در روستا محسوب می‌گردد. وضعیت سازمان‌های مردم‌نهاد در مناطق روستایی بسان یک فرآیند است که شکل‌گیری و تداوم آن در مناطق روستایی از همگرایی و هم‌افزایی نظام‌های

مختلف در یک بستر معین با اهدافی مشخص است که ماندگاری جوانان در روستا، استفاده از تمام ظرفیت-ها و توانمندسازی زنان و جوانان روستایی را به همراه دارد.

❖ کریمی دهناشی (۱۳۹۹)، در مطالعه خود به بررسی موضوع تلنگرهای برای جلب مشارکت نیکوکاران در تأمین مالی مؤسسات، بنیادهای خیریه و سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن) پرداخت. وی عنوان داشت که در سال‌های اخیر سازمان‌های مردم‌نهاد و نیکوکاری بسیاری در کشور تأسیس شده‌اند. این موضوع سبب ایجاد رقابت میان آن‌ها برای جذب منابع شده است. با وجود اینکه ایران از نظر شاخص‌های نیکوکاری جزو ۳۰ کشور نخست به شمار می‌آید، اما بهره‌گیری از شیوه‌های سنتی تأمین مالی سبب شده است که از این ظرفیت به درستی استفاده نشود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بکارگیری یافته‌های اقتصاد رفتاری که تلنگر نام دارد، می‌تواند آثار درخور توجهی در افزایش مشارکت‌های خیرخواهانه داشته باشد. از این رو، در پژوهش حاضر سه تلنگر پرکاربرد شامل «ساده‌سازی»، «ارائه‌ی بازخورد» و «استفاده از هنجارها» معرفی و کاربردهای آن در ایران نیز بیان شده است تا علاوه بر بیشتر شدن پرداخت‌های نیکوکارانه، این کمک‌ها استمرار یابند. تلنگرهای گفته شده بر جلب مشارکت حامیان تکانشی، که عمدتاً کمک‌های کوچکی می‌کنند، تأکید دارد. این گروه از حامیان، بیشتر بر پایه‌ی شکل‌گیری احساسات لحظه‌ای کمک می‌کنند. در مقابل خیران کنکاشگر هستند که پس از تحقیق بسیار حمایت می‌کنند و بیشتر نیکوکاران بزرگ را شامل می‌شوند؛ هرچند که این تلنگرها به حامیان بزرگ نیز تعمیم می‌یابد.

❖ گنجلو و سعیدی مفرد (۱۳۹۸)، در مطالعه خود به بررسی نقش سازمان‌های مردم‌نهاد و تشکلهای محلی در توانمندسازی اجتماعی سکونتگاه‌های غیررسمی پرداختند. این پژوهش در نظر دارد که به این سؤال پاسخ دهد که سازمان‌های مردم‌نهاد و تشکلهای محلی چه جایگاهی در توانمندسازی اجتماعی سکونتگاه‌های غیررسمی دارند. این مطالعه کیفی به روش داده بنیاد، در سال ۱۳۹۶ در اعضای سازمان‌های مردم‌نهاد و تشکلهای محلی هسته جمعیتی جاده قدیم قوچان انجام شد. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۱ نفر از اعضای فعال انجام شد تا به مرز اشباع رسید. در مرحله کدگذاری باز با تحلیل خط به خط تعداد ۴۰۳ داده خام، ۲۰ مفهوم و ۷ مقوله به دست آمد. سه مقوله اعتماد اجتماعی به سازمان، محدودیت در درآمد سازمان و توانایی کاری محدود در سازمان به عنوان پدیده‌های مرکزی انتخاب شدند. سازمان‌های مردم‌نهاد تمایل بالایی به اعتماد اجتماعی و پذیرش توسط ساکنین محلات دارند اما بنا به دلایل مسایل اقتصادی و مالی و عدم توانایی در تأمین هزینه‌ها به منظور رفع مشکلات محلات و نیازهای ساکنین و به طور کلی توانمندسازی محلات محدوده، جایگاه قانونی ندارند و خواسته‌هایشان به رسمیت شناخته نمی‌شود.

❖ رضانی بیگدلی و روحانی (۱۳۹۷)، در مطالعه خود به بررسی شناسایی شیوه‌های تأمین و جذب مشارکت مالی برای سازمان‌های خیریه و مردم‌نهاد پرداختند. برای استفاده از نظر نخبگان، از روش مصاحبه عمیق با ۱۳ نفر از متخصصین و کارشناسان امور مالی، روابط عمومی، فعالین امور خیریه و مدیران سمن‌ها به روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. نتیجه شناسایی ۴۵ شیوه تأمین مالی برای خیریه‌ها و سمن‌ها بود که در ۱۴ دسته دریافت حق عضویت از اعضا، دریافت بودجه از دولت، تأمین مشارکتی هزینه‌ها، استفاده از افراد

متخصص جذب (رایزن جذب)، خیرین متمدول و عمده، تأسیس صندوق مالی حمایت از خیریه‌ها، جمع‌آوری کمک‌های خرد، استفاده از وجوهات شرعی، کارآفرینی و ایجاد شغل برای مددجویان، درآمدزایی، فروش محصولات، فروش خدمات، اجاره و فروش دارایی‌ها و سایر طبقه‌بندی شدند. پس از آن نیز، ۱۴ دسته یادشده، در ۴ گونه شیوه‌های بودجه‌ای، شیوه‌های درآمدزایی، شیوه‌های همگون و شیوه‌های ناهمگون نوع-شناسی و تقسیم‌بندی شدند.

❖ رازقی و لطفی خاچکی (۱۳۹۷)، در مطالعه خود به تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های بقاء و پایداری سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه آسیب‌های اجتماعی؛ با تأکید بر رابطه آن‌ها با دولت پرداختند. داده‌های این پژوهش با روش گراند تئوری و از طریق مصاحبه عمیق نیمه‌ساخت‌یافته با ۲۵ نفر از فعالان و مؤسسان سمن‌های فعال در حوزه آسیب‌های اجتماعی به شیوه نمونه‌گیری نظری و هدفمند جمع‌آوری شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد فقدان روندهای پایدار برای تولید منابع مالی، چالش‌های جذب و مدیریت منابع انسانی، کمبود سرمایه اجتماعی و نبود انگیزه‌های مشترک واقعی، چالش‌های برنامه‌ریزی و نظارت، نگاه حداقلی و نبود دید کلان و جامع نسبت به مسائل اجتماعی از مهم‌ترین چالش‌های درونی سمن‌ها بوده است. همچنین نتایج پژوهش نشان داد مقوله‌های رابطه با جامعه و شهروندان، رابطه با سایر سمن‌ها، و رابطه با دولت از چالش‌های برون‌سازمانی سمن‌ها بوده است. نتایج پژوهش نشان داد پیامد ضعف قوانین تأسیس سمن و ناهماهنگی دستگاه‌های دولتی متولی، وابستگی مالی و عدم استقلال از دولت، بی‌اعتمادی دوطرفه میان دولت و سمن‌ها، فقدان رویکرد منسجم و یکدست سمن‌ها به دولت، عدم گشودگی نهادهای دولتی و ضعف سیستم اداری و مشخص نبودن معیارها و سازوکار نظارتی دولت منجر به چالش در رابطه بین سمن‌ها با دولت شده است.

❖ عمرانی دهکهان (۱۳۹۳)، در مطالعه خود به بررسی نقش سازمان‌های مردم‌نهاد NGO در حفاظت از محیط‌زیست پرداختند. نتایج تحقیق نشان دادند که سازمان‌های غیردولتی زیست‌محیطی به عنوان جنبش‌های اجتماعی با استفاده از بسیج منابع موجب تقویت مشارکت و اخلاق زیست‌محیطی می‌شوند و همچنین می‌توانند مانع سیاست‌های منفی دولت نسبت به تخریب‌های زیست‌محیطی باشند و با نقش واسط بین مردم و دولت این دو را به حفظ محیط‌زیست ترغیب کنند.

❖ عباسی و همکاران (۱۳۹۱)، در مطالعه خود به بررسی میزان برخورداری سازمان‌های مردم‌نهاد زیست‌محیطی شهر تهران از ویژگی‌های یک سازمان یادگیرنده پرداختند. با توجه به نتایج، سازمان‌های مردم‌نهاد زیست‌محیطی سازمان‌هایی یادگیرنده هستند. از میان ابعاد هفت‌گانه موردبررسی، بعد پرسشگری و گفت‌وشنود در رتبه اول و بعد نظام خلق و تسهیم یادگیری در رتبه آخر قرار گرفته است. براساس نتایج آزمون مقایسه میانگین گروه‌ها، بین زنان و مردان درباره‌ی سطوح مختلف یادگیری (فردی، گروهی و سازمانی) تفاوت معناداری وجود ندارد، ولی بین اعضای دارای رشته‌های مرتبط با محیط‌زیست و رشته‌های غیرمرتبط با محیط‌زیست در هر سه سطح یادگیری تفاوت معناداری وجود دارد

❖ لاهیجانیان و همکاران (۱۳۸۹)، در مطالعه خود به بررسی ساختار و عملکرد سازمان‌های غیردولتی زیست-محیطی و نقش آن‌ها در فرآیند توسعه شهری استان تهران پرداختند. محققان با جمع‌بندی دیدگاه‌های مدیران و اعضای سازمان‌ها نتیجه‌گیری می‌کنند که این سازمان‌ها در فرآیند توسعه شهری استان تهران اثرگذار هستند. لیکن این اثرگذاری بسیار محدود است و میزان اثربخشی فعالیت‌ها به هیچ وجه با اهداف و رسالت واقعی این سازمان‌ها مطابقت نداشته است.

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف از دسته پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود و از نظر شیوه جمع‌آوری اطلاعات در زمره پژوهش‌های کیفی قرار می‌گیرد. راهبرد پژوهش کیفی، شامل روش‌های مختلفی است. یکی از این روش‌ها، روش برخاسته از داده‌هاست. در روش نظریه داده بنیاد، پژوهشگران با استفاده از شیوه‌های منظم گردآوری داده‌ها، به تشخیص مقوله‌ها و مفهوم‌ها و برقراری رابطه میان آن‌ها می‌پردازند و نظریه‌ای را برای تبیین فرآیند عرضه می‌کنند. از آنجا که این نظریه برخاسته از داده‌هاست با موقعیت مورد مطالعه تناسب دارد و تبیین بهتری از نظریه‌های موجود را بازنمایی می‌کند (امینی و فتاحی، ۱۳۹۷). تئوری برخاسته از داده‌ها، روند کیفی و نظام‌مندی برای تولید نظریه‌ای است که فرآیند، کنش یا برهم‌کنشی را درباره یک موضوع خرد واقعی در سطح مفهوم کلی تشریح می‌کند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۳). بنابراین برای طراحی الگوی بومی توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد با تأکید بر عوامل کلیدی کسب و کار این روش انتخاب شد. داده‌هایی که برای تشریح فرآیندها جمع‌آوری می‌شوند، انواع بسیاری از داده‌های کیفی را دربردارند، از جمله مشاهده‌ها، گفت و شنودها، مصاحبه‌ها، سندهای دولتی، خاطره پاسخ‌دهندگان و تعامل‌های شخصی خود نویسنده که در پژوهش حاضر بیشتر تلاش شده است از روش مصاحبه با کارشناسان و مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد شهر تهران استفاده شود. با توجه به کیفی بودن این تحقیق، از شیوه **نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی** بهره گرفته شد. ممکن است گاهی ضروری باشد به جای کسب اطلاعات از کسانی که در دسترس هستند، اطلاعات را از افراد خاص به دست آوریم، یعنی افرادی که قادر خواهند اطلاعات مطلوب را ارائه دهند. به این دلیل که یا آن‌ها تنها کسانی هستند که می‌توانند اطلاعات لازم را بدهند یا افرادی هستند که با معیار خاصی که پژوهشگر در نظر دارد وفق دارند. چنین روش نمونه‌گیری را هدفمند می‌نامند. نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی مستلزم انتخاب آزمودنی‌هایی است که بهترین شرایط را برای ارائه اطلاعات مورد نیاز، دارند (سکاران، ۱۳۹۵). به همین منظور، محقق با جستجویی که در زمینه‌ی سازمان‌های مردم‌نهاد هم از ستاد سمن‌های شهر تهران و هم آشنایی که خود از پیش نسبت به سمن‌ها دارا بود، به انتخاب نمونه‌ها مبادرت ورزید. در این تحقیق، مجموعاً ۱۰ مصاحبه به صورت عمیق صورت گرفت و با توجه به اشباع نظری در مصاحبه دهم به واسطه‌ی تحلیل مصاحبه‌های پیشین، مشخص شد که با افزودن نمونه‌ی بیشتر، بر تعداد مقوله‌های به دست آمده و شناخت فرآیند مورد مطالعه اضافه نخواهد شد. تکنیک اصلی در تجزیه و تحلیل داده‌ها، کدگذاری است که در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی انجام گردید. در مرحله کدگذاری باز، ابتدا متن مصاحبه‌ها برای یافتن گزاره‌های مفهومی و مقوله‌ها به دقت بررسی شد. مصاحبه‌نامه دارای ۵ سؤال در محورهای چگونگی تأمین مالی سازمان‌های مردم

نهاد (۱)؛ مقوله‌ها و ابعاد حوزه‌های فعالیت سازمان‌های مردم نهاد (۲)؛ اقدامات توانمندساز سمن‌ها در راستای ارتقای کسب و کار (۳)؛ ارزیابی سیستم مدیریت یادگیری الکترونیکی سازمان‌های مردم نهاد (۴)؛ و کمک‌های دولت در راستای ارتقای کسب و کار سازمان‌های مردم نهاد (۵)، بوده است. در محور ۱ از مجموع ۱۰ مصاحبه‌ی انجام‌شده ۶۰ کد باز؛ در محور ۲ از مجموع ۱۰ مصاحبه‌ی انجام‌شده ۴۶ کد باز؛ در محور ۳ از مجموع ۱۰ مصاحبه‌ی انجام‌شده ۶۱ کد باز؛ در محور ۴ از مجموع ۱۰ مصاحبه‌ی انجام‌شده ۳۷ کد باز؛ و در محور ۵ از مجموع ۱۰ مصاحبه‌ی انجام‌شده ۵۱ کد باز؛ و مجموعاً ۲۵۵ کد باز استخراج گردید که به آن‌ها گزاره‌های کلامی گفته می‌شود. در ادامه، گزاره‌های کلامی با توجه به اشتراکات موجود، دسته‌بندی شدند و در نهایت ۳۴ مقوله‌ی محوری پدید آمد. در قسمت یافته‌های تحقیق، ارتباط میان کدها نمایش داده شده است.

جدول (۱): مشخصات مصاحبه‌شوندگان در تحقیق

ردیف	جنسیت	سن	تحصیلات	سمت شغلی
۱	مرد	۴۰-۵۰ سال	فوق لیسانس	کارشناس
۲	مرد	۴۰-۵۰ سال	لیسانس	مدیر
۳	مرد	۳۰-۴۰ سال	لیسانس	کارشناس
۴	مرد	۳۰-۴۰ سال	لیسانس	کارشناس
۵	مرد	۴۰-۵۰ سال	فوق لیسانس	مدیر
۶	مرد	۳۰-۴۰ سال	فوق لیسانس	کارشناس
۷	زن	۳۰-۴۰ سال	دکتری	کارشناس
۸	زن	۳۰-۴۰ سال	فوق لیسانس	کارشناس
۹	مرد	۴۰-۵۰ سال	لیسانس	مدیر
۱۰	مرد	۳۰-۴۰ سال	دکتری	مدیر

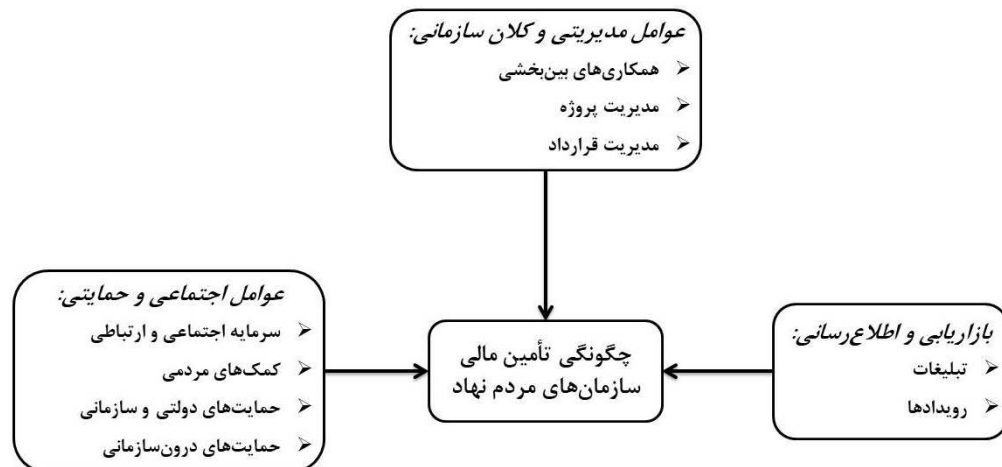
یافته‌های تحقیق

تحلیل خرد از کدگذاری باز و محوری تشکیل می‌شود. تحلیل خرد متضمن بررسی و تفسیر داده‌ها به صورت بسیار دقیق، و اغلب جزءبه‌جزء است. منظور از داده‌ها متن مصاحبه‌ها می‌باشد (سیلورمن^۱، ۱۹۹۳). کدگذاری به فرآیند استخراج مفاهیم از داده‌های خام برحسب محتواها و ابعاد گفته می‌شود که در نهایت به کشف مقوله‌ها می‌انجامد. مفاهیم برچسب‌های ذهنی جداگانه‌ای هستند که محقق به وقایع، حوادث و پدیده‌ها نسبت می‌دهد که از طریق فرآیند انتزاعی‌سازی شکل می‌گیرند. مقوله نیز در اصل مفهومی است که از سایر مفاهیم انتزاعی‌تر است. از دل مفاهیم اولیه، مقوله‌های مقدماتی در ارتباط با پدیده مورد بررسی از طریق سوال کردن درباره داده‌ها، مقایسه موارد، رویدادها و دیگر حالات پدیده‌ها، برای کسب شباهت‌ها و تفاوت‌ها استخراج می‌شوند. این مرحله «باز» نامیده می‌شود چرا که محقق بدون هیچ محدودیتی به نامگذاری مقوله‌ها می‌پردازد. به بیان دیگر

¹ Silverman

در کدگذاری باز، محقق با ذهنی باز به نامگذاری مقوله‌ها می‌پردازد و محدودیتی برای تعداد کدها و مقوله‌ها قائل نیست (مقیمی، ۱۳۹۴). به لحاظ عملی، کدگذاری محوری عمل مرتبط کردن مقوله‌ها با زیرمقوله‌ها در راستای ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها می‌باشد. کدگذاری محوری به چگونگی تلاقی مقوله‌ها با یکدیگر و به نحوه‌ی اتصال آن‌ها نظر دارد. مقوله در واقع معادل «پدیده» است و آن عبارت است از مسأله، موضوع، امر، یا رویدادی که پذیرفته‌ایم برای پاسخگویان اهمیت دارد. یک زیرمقوله نیز یک مقوله است. اما زیرمقوله‌ها به جای آنکه نمایانده‌ی خود پدیده باشند، تنها پاسخ پرسش‌هایی را می‌دهند که درمورد آن پدیده طرح می‌شود، و در نهایت، کدگذاری گزینشی فرآیند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌ها برای تشکیل یک آرایش نظری بزرگتر می‌باشد (استراوس و کربین، ۱۳۹۰).

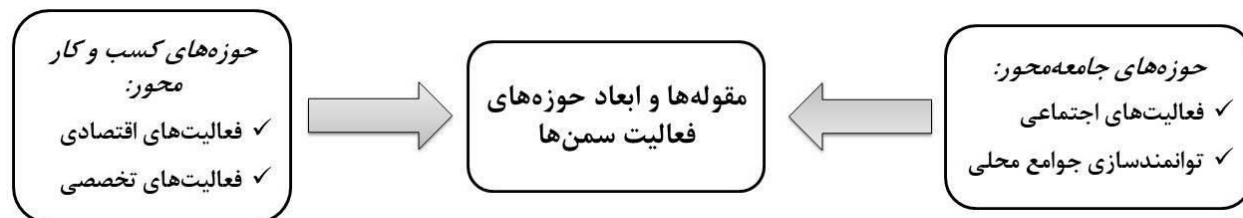
کدگذاری محوری و گزینشی سؤال اول: چگونگی تأمین مالی سازمان‌های مردم نهاد از مجموع کدهای باز استخراج شده، ۹ مقوله‌ی محوری شامل همکاری‌های بین‌بخشی؛ مدیریت پروژه؛ مدیریت قرارداد؛ سرمایه اجتماعی و ارتباطی؛ کمک‌های مردمی؛ حمایت‌های دولتی و سازمانی؛ حمایت‌های درون-سازمانی؛ تبلیغات و رویدادها دسته‌بندی گردید. در مرحله‌ی بعد یعنی تعیین مقوله‌های گزینشی، سه مقوله با نام‌های عوامل مدیریتی و کلان سازمانی (شامل همکاری‌های بین‌بخشی، مدیریت پروژه، مدیریت قرارداد)؛ عوامل اجتماعی و حمایتی (شامل سرمایه اجتماعی و ارتباطی، کمک‌های مردمی، حمایت‌های دولتی و سازمانی، حمایت‌های درون سازمانی)؛ و بازاریابی و اطلاع‌رسانی (شامل تبلیغات، رویدادها)؛ شناسایی و دسته‌بندی شدند. در شکل (۲)، به صورت شماتیک، مقوله‌ها و ابعاد تأمین مالی سازمان‌های مردم نهاد ترسیم شده است.



شکل (۲): مقوله‌ها و ابعاد تأمین مالی سازمان‌های مردم نهاد

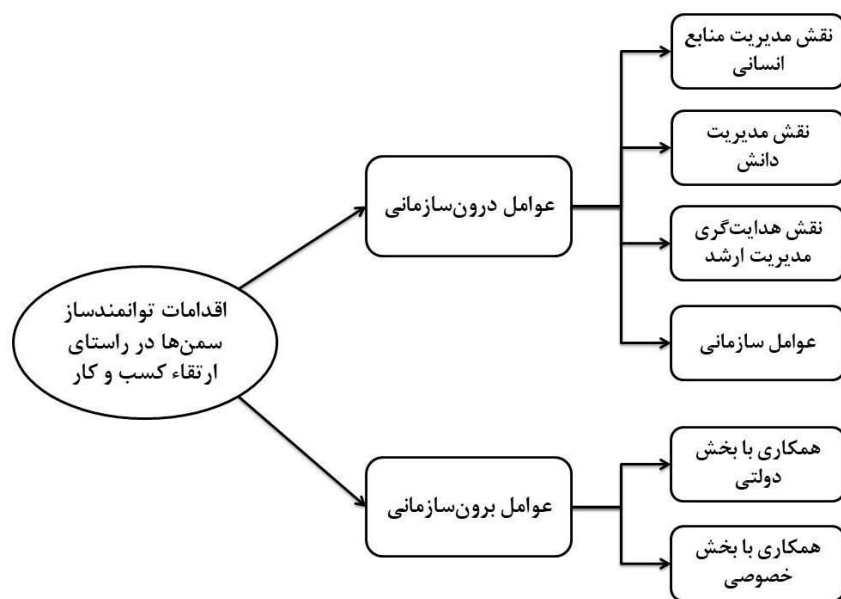
کدگذاری محوری و گزینشی سؤال دوم: مقوله‌ها و ابعاد حوزه‌های فعالیت سازمان‌های مردم نهاد از مجموع کدهای باز استخراج شده، ۴ مقوله‌ی محوری شامل فعالیت‌های اجتماعی؛ توانمندسازی جوامع محلی؛ فعالیت‌های اقتصادی؛ و فعالیت‌های تخصصی دسته‌بندی گردید. در مرحله‌ی تعیین مقوله‌های گزینشی، دو مقوله‌ی گزینشی با نام‌های عوامل حوزه‌های جامعه‌محور (شامل فعالیت‌های اجتماعی، توانمندسازی جامعه محلی)؛ و حوزه‌های کسب و کارمحور (شامل فعالیت‌های اقتصادی، فعالیت‌های تخصصی)؛ شناسایی و دسته-

بندی شدند. در شکل (۳)، به صورت شماتیک، مقوله‌ها و ابعاد حوزه‌های فعالیت سازمان‌های مردم نهاد ترسیم شده است.



شکل (۳): مقوله‌ها و ابعاد حوزه‌های فعالیت سازمان‌های مردم نهاد

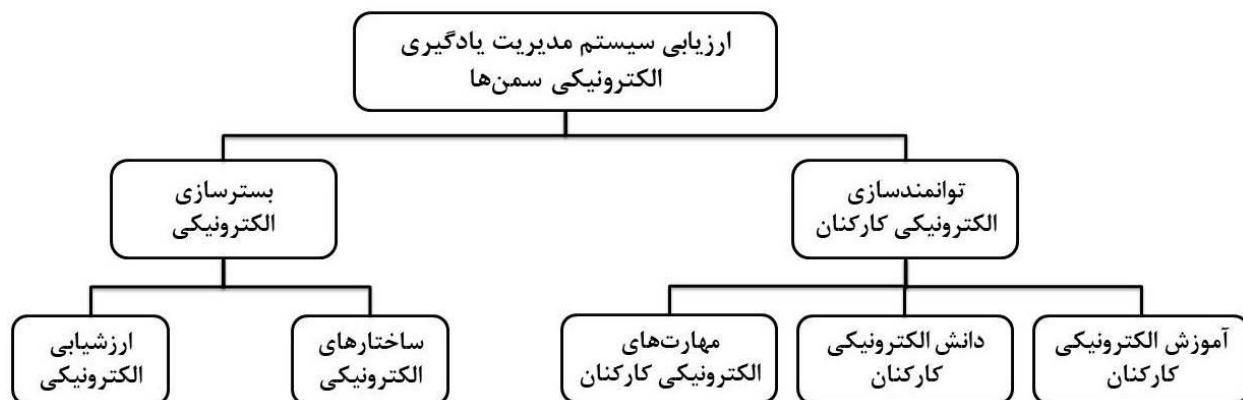
کدگذاری محوری و گزینشی سؤال سوم: اقدامات توانمندساز سمن‌ها در راستای ارتقای کسب و کار از مجموع کدهای باز استخراج شده، ۶ مقوله‌ی محوری شامل نقش مدیریت منابع انسانی؛ نقش مدیریت دانش؛ نقش هدایت‌گری مدیریت ارشد؛ عوامل سازمانی؛ همکاری با بخش دولتی؛ و همکاری با بخش خصوصی دسته‌بندی گردید. در مرحله‌ی تعیین مقوله‌های گزینشی، دو مقوله‌ی گزینشی با نام‌های عوامل درون‌سازمانی (شامل نقش مدیریت منابع انسانی، نقش مدیریت دانش، نقش هدایت‌گری مدیریت ارشد، عوامل سازمانی)؛ و عوامل برون‌سازمانی (شامل همکاری با بخش دولتی، همکاری با بخش خصوصی)؛ شناسایی و دسته‌بندی شدند. در شکل (۴)، به صورت شماتیک، مقوله‌ها و ابعاد اقدامات توانمندساز سازمان‌های مردم نهاد در راستای ارتقاء کسب و کار ترسیم شده است.



شکل (۴): مقوله‌ها و ابعاد اقدامات توانمندساز سازمان‌های مردم نهاد در راستای ارتقاء کسب و کار

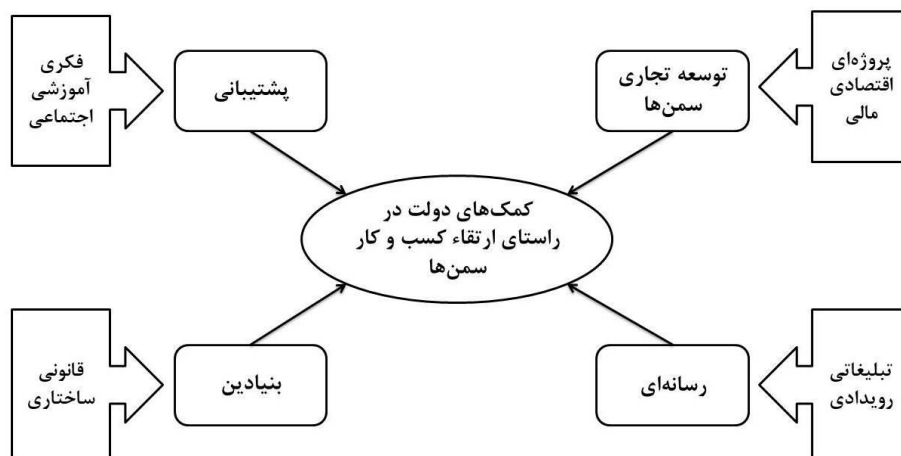
کدگذاری محوری و گزینشی سؤال چهارم: ارزیابی سیستم مدیریت یادگیری الکترونیکی سازمان‌های مردم نهاد از مجموع کدهای باز استخراج شده، ۵ مقوله‌ی محوری شامل آموزش الکترونیکی کارکنان؛ دانش الکترونیکی کارکنان؛ مهارت‌های الکترونیکی کارکنان؛ ساختارهای الکترونیکی؛ و ارزشیابی الکترونیکی دسته‌بندی گردید. در مرحله‌ی تعیین مقوله‌های گزینشی، دو مقوله‌ی گزینشی با نام‌های توانمندسازی الکترونیکی کارکنان (شامل

آموزش الکترونیکی کارکنان، دانش الکترونیکی کارکنان، مهارت‌های الکترونیکی کارکنان؛ و بسترسازی الکترونیکی (شامل ساختارهای الکترونیکی، ارزشیابی الکترونیکی)؛ شناسایی و دسته‌بندی شدند. در شکل (۵)، به صورت شماتیک، مقوله‌ها و ابعاد ارزیابی سیستم مدیریت یادگیری الکترونیکی سازمان‌های مردم نهاد ترسیم شده است.



شکل (۵): مقوله‌ها و ابعاد ارزیابی سیستم مدیریت یادگیری الکترونیکی سازمان‌های مردم نهاد

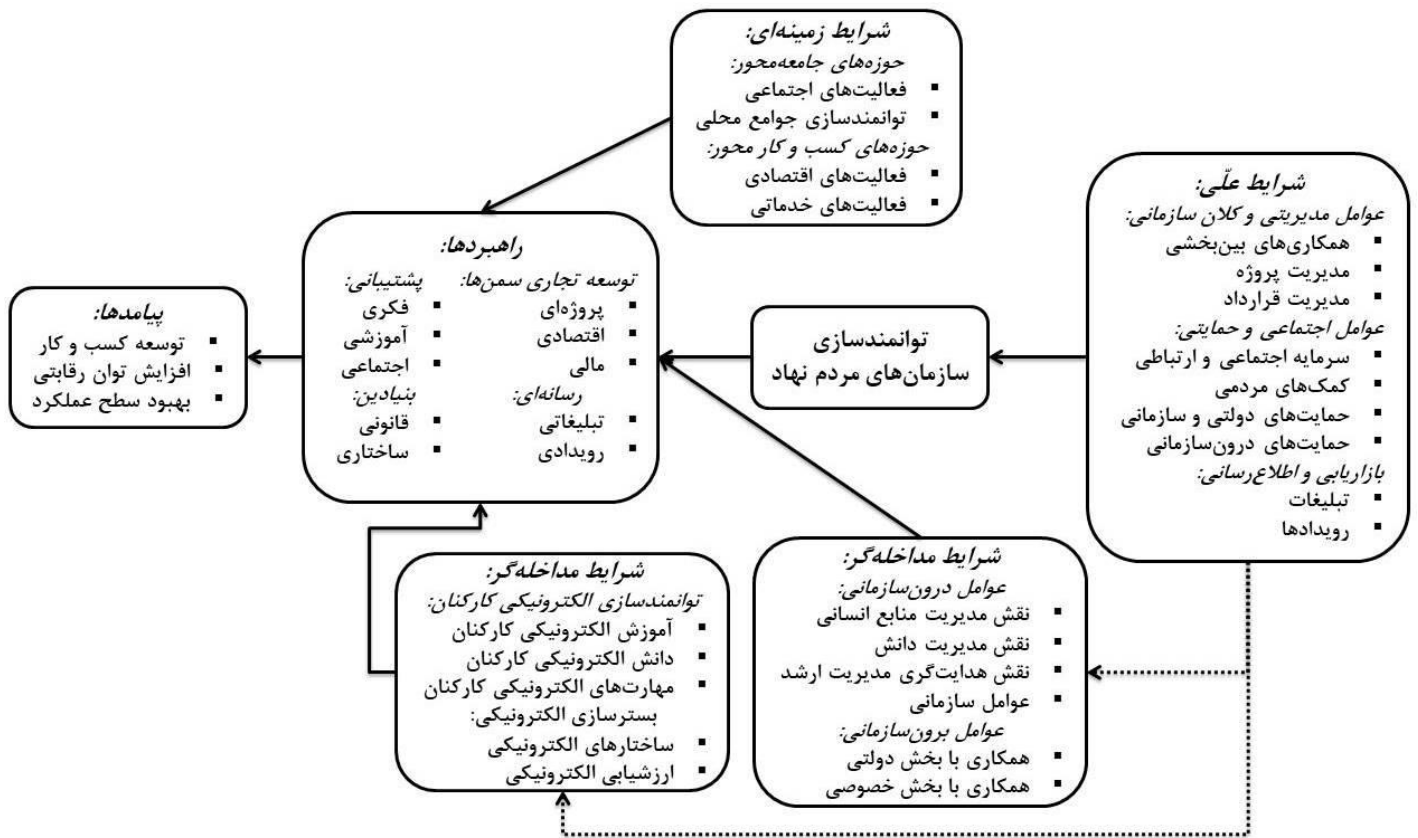
کدگذاری محوری و گزینشی سؤال پنجم: کمک‌های دولت در راستای ارتقای کسب و کار سازمان‌های مردم نهاد از مجموع کدهای باز استخراج شده، ۱۰ مقوله‌ی محوری شامل کمک‌های پروژه‌ای؛ کمک‌های اقتصادی؛ کمک‌های مالی؛ کمک‌های تبلیغاتی؛ کمک‌های رویدادی؛ کمک‌های فکری؛ کمک‌های آموزشی؛ کمک‌های اجتماعی؛ کمک‌های قانونی؛ و کمک‌های ساختاری دسته‌بندی گردید. در مرحله‌ی تعیین مقوله‌های گزینشی، ۴ مقوله‌ی گزینشی با نام‌های کمک به توسعه تجاری سمن‌ها (پروژه‌ای، اقتصادی، مالی)؛ کمک‌های رسانه‌ای (تبلیغاتی، رویدادی)؛ کمک‌های پشتیبانی (فکری، آموزشی، اجتماعی)؛ و کمک‌های بنیادین (قانونی، ساختاری)؛ شناسایی و دسته‌بندی شدند. در شکل (۶)، به صورت شماتیک، مقوله‌ها و ابعاد کمک‌های دولت در راستای ارتقاء کسب و کار سازمان‌های مردم نهاد ترسیم شده است.



شکل (۶): مقوله‌ها و ابعاد کمک‌های دولت در راستای ارتقاء کسب و کار سازمان‌های مردم نهاد

مدل کلی تحقیق

باتوجه به اینکه هدف این تحقیق، ارایه الگوی بومی توانمندسازی سازمان‌های مردم نهاد با تأکید بر عوامل کلیدی کسب و کار بوده است و نه یک نظریه جهان‌شمول، در شکل (۷)، شبکه روابط میان مقوله‌های استخراج‌شده در مراحل قبلی، بر اساس نظریه داده بنیاد ارائه شده است.



شکل (۷): مدل پارادایمی توانمندسازی سمن‌ها مبتنی بر نظریه داده بنیاد

- **شرایط علی:** رویدادها و عواملی هستند که باعث ایجاد و توسعه پدیده یا مقوله محوری می‌شوند. در واقع، منظور از شرایط علی، رویدادها و اتفاق‌هایی است که بر پدیده اثر گذاشته و به بروز آن منجر می‌شوند.
- **شرایط مداخله‌گر:** منظور از شرایط مداخله‌گر، مجموعه عواملی است که در حین فرآیند توانمندسازی کسب و کاری سازمان‌های مردم نهاد بر راهبردها و اقدامات پیش‌روی آنان تأثیر خواهند گذاشت.
- **شرایط زمینه‌ای:** شرایط زمینه‌ای تسهیل‌کننده یا محدودکننده راهبردها هستند. این شرایط یا اجرای راهبردها را تسهیل کرده و به آن سرعت می‌بخشند یا همچون مانعی در اجرای آن‌ها خلل ایجاد کرده و به صورت نامنظم و غیرمستقیم بر راهبردها اثر می‌گذارند.
- **راهبردها:** راهبردها و اقدامات، طرح‌ها و کنش‌هایی هستند که به اجرای فرآیند توانمندسازی کسب و کاری سازمان‌های مردم نهاد کمک می‌کنند، که در اینجا راهبردها برای سمن‌ها بهره‌مندی از کمک‌های دولتی در این زمینه می‌باشد.

▪ **پیامدها:** پیامدها و نتایج، شامل عوامل مشهود و نامشهودی می‌شود که بعد از بروز فرآیند توانمندسازی کسب و کاری سازمان‌های مردم نهاد به وجود می‌آید.

بررسی مدل پارادایمی توانمندسازی سمن‌ها مبتنی بر نظریه داده بنیاد

اولین محوری که در ارتباط با توانمندسازی سازمان‌های مردم نهاد در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت، موضوع چگونگی تأمین مالی سازمان‌های مردم نهاد می‌باشد، به رغم اینکه از پشتوانه‌ی مالی دولتی نیز برخوردار نیستند. مطابق با یافته‌های تحقیق در بخش کیفی، از منظر مصاحبه‌شوندگان، سه مقوله‌ی کلی در قالب مقوله‌های گزینشی بر مبنای مقوله‌های محوری و باز، شناسایی گردید. این مقوله‌های گزینشی عبارتند از: عوامل مدیریتی و کلان‌سازمانی؛ عوامل اجتماعی و حمایتی؛ و بازاریابی و اطلاع‌رسانی.

مصاحبه‌شوندگان در بعد عوامل مدیریتی و کلان‌سازمانی سه محور همکاری‌های بین‌بخشی، مدیریت پروژه، مدیریت قرارداد را به عنوان راه‌حل‌های تأمین مالی جهت تقویت بنیه مالی سازمان‌های مردم نهاد در نظر داشتند. مقصود از عوامل مدیریتی و کلان‌سازمانی مسائلی است که در سطح مدیریت ارشد سازمان و هیأت مدیره به بحث گذاشته می‌شود و درمورد خط‌مشی سازمانی، چگونگی همکاری با بخش‌های مختلف اعم از دولتی و خصوصی، و بررسی منابع در اختیار مانند برخورداری از نیروی انسانی ماهر و متخصص با تکیه بر رویکردهای مبتنی بر منابع و بررسی مسائل حقوقی با هدف تأمین مالی و بودجه‌ای برای کسب و کار، تصمیم‌گیری و مراحل اجرایی آن مشخص می‌گردد. هر کسب و کاری برای بقاء و پایداری در فضای صنعت؛ چه تولیدی و یا چه خدماتی؛ نیازمند تأمین منابع مالی برای عملیات کسب و کاری خود می‌باشد. موضوعات مربوط به تأمین مالی، در بخش‌های مختلف صنایع اعم از کشاورزی، صنایع غذایی، ساختمان‌سازی، صنایع فلزی و ... دائماً مطرح بوده است. تأمین مالی کسب و کار از آن جهت اهمیت پیدا می‌کند که سازمان را در رسیدن به اهداف کمک کرده و بسته به میزان سطح حمایت مالی انجام‌شده و منابع درگیر در فرآیندهای کسب و کار، این موضوع را تسریع می‌بخشد. سازمان‌های مردم نهاد، با توجه به ورود به حوزه‌ی کسب و کاری، بیش از سایر بخش‌های صنعتی و یا خدماتی نیازمند منابع مالی می‌باشند چرا که ابتدا آنان با رویکرد اقتصادی و تجاری شکل نگرفته‌اند، اما به واسطه‌ی توسعه اجتماعی و نقش مؤثری که می‌توانند در ساختار اقتصادی به عنوان یک کنشگر اقتصادی ایفاء کنند، عرصه‌ی ورود آنان به فعالیت‌های تجاری اما با رویکرد حمایت از اجتماع، فراهم گردیده است. در همین راستا و در کنار عوامل مدیریتی و کلان‌سازمانی به عنوان یکی از عوامل مهم و مؤثر در تأمین مالی کسب و کارهای مردم نهاد، عامل دیگری که از نقطه نظرات مصاحبه‌شوندگان استخراج گردید، عوامل اجتماعی و حمایتی می‌باشد. در درون چارچوب عوامل اجتماعی و حمایتی، چهار مؤلفه‌ی سرمایه اجتماعی و ارتباطی، کمک‌های مردمی، حمایت‌های دولتی و سازمانی، و حمایت‌های درون‌سازمانی مطرح گردیده است. بر مبنای این نظرات، می‌توان چنین استدلال نمود که عوامل اجتماعی و حمایتی مانند سرمایه اجتماعی و ارتباطی می‌تواند در نقش یک کاتالیزوری برای عوامل مدیریتی و کلان‌سازمانی به ویژه در ارتباط با همکاری‌های بین-بخشی عمل نماید. در واقع، کسب و کارهای سازمان‌های مردم نهاد برای اینکه بتوانند در ایجاد منابع مالی و آن هم به صورت پایدار دست یابند، مسلماً با تقویت بخش سرمایه اجتماعی و ارتباطی با نهادها و ارگان‌های مختلف

که البته در ابتدا از سرمایه اجتماعی مؤسسان سازمان‌های مردم‌نهاد نشأت می‌گیرد، بهره ببرند. مقصود از عوامل اجتماعی و حمایتی آن دسته از موضوعات مبتنی بر جذب و مشارکت‌های مردمی و سازمانی بر اساس گسترش ارتباطات می‌باشد که می‌تواند منجر به اخذ حمایت‌هایی در جهت جذب سرمایه‌ها و منابع مالی برای توسعه کسب و کارهای سازمان‌های مردم‌نهاد گردد. بایستی در نظر داشت که از آنجایی که نگاه جامعه به سازمان‌های مردم‌نهاد به عنوان نهادهایی جامعه‌یار است و هدف اولیه آنان کمک به توسعه اجتماعی جامعه در وجوه مختلف می‌باشد، بنابراین، در ابتدا می‌بایست تلاش نمایند تا مؤلفه‌های اجتماعی و حمایتی خود را تقویت و گسترش دهند و به واسطه‌ی جذب این حمایت‌هاست که می‌تواند موانع جذب تأمین مالی برای کسب و کار خود را از میان برداشته و به سوی رشد و توسعه در کسب و کار خود بپردازند. همچنین، یکی دیگر از مواردی که از گفتگوهای صورت‌گرفته با مصاحبه‌شوندگان به دست آمد، مقوله‌ی گزینشی بازاریابی و اطلاع‌رسانی است. مقصود از این مؤلفه فعالیت‌ها و اموری است که سازمان‌های مردم‌نهاد به واسطه‌ی حضور فعال و مؤثر هم در بستر اجتماعی و مواجهه با مردم و نهادها و هم در بستر مجازی با رویکرد بازاریابی و تبلیغات، سعی در شناساندن و معرفی فعالیت‌ها و حوزه‌های تخصصی خود به قصد جذب مشارکت افراد و نهادها با اهداف گوناگون به ویژه جذب منابعی جهت تأمین مالی برای کسب و کار صورت می‌دهد. این حضور مؤثر می‌تواند در رویدادهای مختلف و در قالب برگزاری سمینارها، بازارچه‌های خیریه‌ای، حضور نمایشگاهی، کنسرت و یا حتی در فضای مجازی پرداختن به برندسازی مجازی شکل اجرایی به خود بگیرد. آنچه که فرض مسلم است، کسب و کارهای سازمان‌های مردم‌نهاد می‌بایست از تمامی ظرفیت‌ها و منابع موجود در راستای جذب تأمین مالی برای توسعه کسب و کار خود بهره ببرد.

دومین محوری که در ارتباط با توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت، موضوع حوزه‌های فعالیتی سازمان‌های مردم‌نهاد می‌باشد که از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شده بود که چه حوزه‌هایی اگر سازمان‌های مردم‌نهاد بدان ورود کنند می‌توانند در آن موفقیت بیشتری را به دست آورند. مطابق با یافته‌های تحقیق در بخش کیفی، از منظر مصاحبه‌شوندگان، دو مقوله‌ی کلی در قالب مقوله‌های گزینشی بر مبنای مقوله‌های محوری و باز، شناسایی گردید. این دو مقوله‌ی گزینشی عبارتند از: حوزه‌های جامعه‌محور و حوزه‌های کسب و کار (تجاری). به عبارتی، مصاحبه‌شوندگان هم قائل به حضور سازمان‌های مردم‌نهاد در فعالیت‌های اجتماع‌محور بوده‌اند و هم فعالیت‌های تجاری. مقصود از فعالیت‌های جامعه‌محور آن دسته از اقدامات و اموری است که هم جنبه‌ی داوطلبانه و خیریه‌ای دارد و هم با هدف ارتقای سطح رفاه اجتماعی صورت می‌گیرد. در واقع، جنس فعالیت‌های آن به گونه‌ای است که منافع آن یا مستقیم به جامعه هدف مورد نظر می‌رسد و یا کلیت ساختار عمومی جامعه از آن منتفع می‌گردد. در واقع، نفع اینگونه اقدامات مستقیماً متوجه جامعه می‌باشد. از جمله این فعالیت‌های جامعه‌محور می‌توان به توانمندسازی اقشار ضعیف و حاشیه‌نشین، تسهیل‌گیری اجتماعی، حل معضلات و ناهنجاری‌های اجتماعی، مددکاری، آموزش عمومی و مانند آن نام برد که مؤلفه‌ی حوزه‌های جامعه‌محور در دو دسته‌ی فعالیت‌های اجتماعی و توانمندسازی جوامع محلی طبقه‌بندی شدند. همچنین، از منظر مصاحبه‌شوندگان، یکی دیگر از مؤلفه‌های فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد، حوزه‌های کسب و

کارمحور یا همان حوزه‌های فعالیت‌های تجاری می‌باشد. در ذیل مؤلفه‌های کسب و کارمحور، دو مقوله‌ی فعالیت‌های اقتصادی و فعالیت‌های تخصصی اشاره شده است. منظور از مؤلفه‌های کسب و کارمحور، حوزه‌های فعالیت‌های اقتصادی و فعالیت‌های تخصصی است که سازمان‌های مردم‌نهاد می‌توانند هم به عنوان یک بنگاه اقتصادی در زمینه‌ی مشاغل کارگاهی، تعاونی‌ها، کارآفرینی، طرح‌های اشتغال‌زایی و هم به عنوان یک بنگاه تخصصی و مهارت‌افزایی در زمینه‌ی هنر، گردشگری، حقوق شهروندی و آموزش‌های تخصصی ورود پیدا کند، که رویکرد تمامی این فعالیت‌های کسب و کاری علاوه بر اینکه درآمدزایی‌هایی برای خود سمن‌ها ایجاد می‌کند، می‌بایست سهمی را از منافع حاصله برای جامعه در نظر داشت.

سومین محوری که در ارتباط با سازمان‌های مردم‌نهاد در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت، موضوع توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد در راستای ارتقای کسب و کاری‌شان بوده است. مطابق با یافته‌های تحقیق در بخش کیفی، از منظر مصاحبه‌شوندگان، دو مقوله‌ی کلی در قالب مقوله‌های گزینشی بر مبنای مقوله‌های محوری و باز، شناسایی گردید. این دو مقوله‌ی گزینشی عبارتند از: عوامل درون‌سازمانی و عوامل برون‌سازمانی می‌باشد. عوامل درون‌سازمانی ناظر بر آن دسته از مؤلفه‌های سازمانی است که می‌تواند در هدایت یک سازمان در زمینه‌ی کسب و کاری خود منجر به نتایج مطلوب و دستیابی به اهداف از پیش تعیین‌شده می‌باشد. از منظر مصاحبه‌شوندگان از جمله عوامل درون‌سازمانی در موضوع توانمندسازی کسب و کار سمن‌ها، می‌توان به مقوله‌هایی از قبیل نقش مدیریت منابع انسانی، نقش مدیریت دانش و نقش هدایت‌گری مدیریت ارشد سازمان اشاره نمود. بایستی توجه داشت که امروزه بسیاری از سازمان‌ها بر این عقیده که برای دستیابی به نتایج مطلوب سازمانی و موفقیت در کسب و کار، داشتن نیروی انسانی ماهر و توانمند بسیار می‌تواند تعیین‌کننده باشد. چنانچه در بسیاری از سازمان‌ها و در حوزه‌های مختلف اعم از نفت، خودروسازی، گردشگری، بانکداری، آموزشی و دانشگاهی و امثالهم بر رویکردهای توانمندسازی کارکنان به عنوان یکی از وظایف واحد منابع انسانی در سازمان تأکید و اقدام می‌کنند. سایر نقش‌ها و وظایف مدیریت منابع انسانی اعم از کار تیمی، مباحث مربوط به انگیزش کارکنان و علی-الخصوص آموزش کارکنان از دیگر مواردی است که می‌تواند به توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد کمک نماید. همچنین، رویکرد دانشی در سازمان به عنوان یک دیدگاه منبع‌محور و حتی استراتژیک در عملیات سازمانی در توسعه توانمندی‌های کارکنان اعم از ارتقای سطح دانش، خلاقیت و نوآوری نیز می‌تواند در راستای توانمندسازی کلان‌سازمانی مثمر ثمر واقع گردد. در کنار این موارد طبیعتاً، رویکرد مدیریتی و رهبری سازمان به عنوان سکان‌داران کسب و کار در بخش‌های مختلف اعم از رسد تغییر و تحولات بازار و جامعه و تصمیم‌گیری مبتنی بر اطلاعات گردآوری‌شده از فضای صنعت، گسترش و توسعه ارتباطات سازمانی، جذب حمایت‌های اجتماعی و مالی و ... از جمله موارد مهم و تأثیرگذار در قرار گرفتن کسب و کار سمن‌ها در مسیر درست می‌باشد. اما عوامل برون‌سازمانی به عنوان دیگر مؤلفه‌ی شناسایی‌شده در تحقیق در ذیل توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد، ناظر بر همکاری‌ها و تشریک مساعی‌هایی است که رهبران سازمانی مبتنی بر خط‌مشی و سیاست‌های سازمان بدان پرداخته و در راستای دستیابی به اهداف سازمانی از آن بهره می‌برند. از منظر مصاحبه‌شوندگان در تحقیق، دو مقوله‌ی همکاری با بخش دولتی در مواردی از قبیل استفاده از امکانات دولتی، همراهی با سیاست‌های دولتی،

توسعه روابط نهادی و غیره و همکاری با بخش خصوصی در مواردی از قبیل مشاوره گرفتن از بخش خصوصی و همکاری‌های متقابل با آن می‌تواند در توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد نقش بنیادی ایفاء نمایند.

چهارمین محوری که در ارتباط با توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت، موضوع سیستم مدیریت یادگیری الکترونیکی کارکنان سازمان‌های مردم‌نهاد در ارتباط با موضوع آموزش کارکنان بوده است. مطابق با یافته‌های تحقیق در بخش کیفی، از منظر مصاحبه‌شوندگان، دو مقوله‌ی کلی در قالب مقوله‌های گزینشی بر مبنای مقوله‌های محوری و باز، شناسایی گردید. این دو مقوله‌ی گزینشی عبارتند از: توانمندسازی الکترونیکی کارکنان و بسترسازی الکترونیکی. مؤلفه‌ی توانمندسازی الکترونیکی کارکنان ناظر بر ارتقای سطح توانمندسازی کارکنان در سازمان‌های مردم‌نهاد مبتنی بر فضای مجازی و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی می‌باشد. از منظر مصاحبه‌شوندگان، سه مقوله‌ی آموزش الکترونیکی کارکنان، دانش الکترونیکی کارکنان و مهارت‌های الکترونیکی کارکنان در چارچوب توانمندسازی الکترونیکی کارکنان قرار گرفته است. امروزه فناوری اطلاعات بیش از پیش توسعه پیدا کرده و فرآیندها و ساختارهای سازمانی را نیز دچار تغییر و تحول نموده است. این تغییرات را هم می‌توان در وظایف شغلی کارکنان، ماهیت فرآیندها و حتی تغییرات جدی در ماهیت کسب و کارها مشاهده نمود. بنابراین، بسیاری از سازمان‌ها در سطح جهانی اقدام به سازگاری عملیات و فرآیندهای سازمانی چه در بعد زیرساختی و چه در بعد نیروی انسانی پرداخته‌اند. سازمان‌های مردم‌نهاد به منظور بهره‌وری بیشتر از نیروی انسانی خود و کسب منافع فزاینده در فضای صنعت ناگزیر می‌بایست به سمت اینگونه مهارت‌ها و قابلیت‌ها برود و بدین طریق قابلیت رقابت‌پذیری سازمانی خود را افزایش دهد تا بتواند بدین طریق نیز به مزیت رقابتی دست یابد. مسلماً، هرچه سطح مهارت‌های نیروی انسانی در سازمان افزایش یابد (که پایه و اساس آن آموزش می‌باشد)، سطح بهره‌وری و کارآمدی سازمانی نیز افزایش می‌یابد و رابطه‌ی مستقیمی میان آموزش کارکنان و افزایش سطح عملکرد سازمانی به واسطه‌ی عملکرد فردی و تیمی کارکنان می‌باشد. بدین رو، از منظر مصاحبه‌شوندگان، برای اینکه بتوان یک سیستم مدیریت یادگیری الکترونیکی در سازمان پیاده نمود، پیش از آن می‌بایست بستر لازم فراهم گردد. این بسترسازی می‌تواند در ابعاد ساختارهای الکترونیکی از قبیل به روزرسانی تجهیزات، الکترونیکی‌سازی وظایف و فعالیت‌ها، ایجاد نظام اطلاعاتی الکترونیکی و همچنین ارزشیابی الکترونیکی از قبیل نظام مدیریت عملکرد الکترونیکی و نظام پاداش الکترونیکی پرداخته شود. سپس می‌توان با در پیش گرفتن رویکرد توانمندسازی کارکنان در زمینه‌ی الکترونیکی به مباحث آموزشی (فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، ماشین‌های هوشمند)، دانشی (تقویت سواد IT، تحلیل رسانه‌های الکترونیکی)، و مهارتی (تدوین محتوا، مدیریت صفحه کسب و کار، انجام وظایف شغلی مبتنی بر یادگیری‌های الکترونیکی) آنان همت گمارد.

پنجمین و آخرین محوری که در ارتباط با توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت، موضوع کمک‌های دولتی در راستای ارتقای کسب و کارهای سازمان‌های مردم‌نهاد می‌باشد. مطابق با یافته‌های تحقیق در بخش کیفی، از منظر مصاحبه‌شوندگان، چهار مقوله‌ی کلی در قالب مقوله‌های گزینشی بر مبنای مقوله‌های محوری و باز، شناسایی گردید. این مقوله‌های گزینشی عبارتند از: کمک به توسعه تجاری

سمن‌ها، کمک‌های رسانه‌ای، کمک‌های پشتیبانی، و کمک‌های بنیادین. دولت‌ها به عنوان یکی از کنش‌گران اصلی در ساختار سیاسی کشورها فعالیت می‌کنند و چون بازیگری قدرتمند می‌باشند می‌توانند به در نقش تسهیل‌کننده و یا محدودکننده در هر امری وارد شوند. اگر در اندیشه‌ی سیاسی دولت‌ها و بر اساس اولویت‌های سیاسی نظام حاکمیت، امری با اهمیت تلقی گردد، مسلماً در توسعه و پیشبرد آن تلاش خواهند نمود. به همین منظور، اگر در اندیشه‌ی سیاسی دولت‌ها امری از قبیل سازمان‌های مردم نهاد پذیرفته شده باشد، طبیعتاً دولت‌ها حمایت‌های لازم را از آن به عمل می‌آورند. حال اینکه دولت‌ها سوای پذیرش یا عدم‌پذیرش سازمان‌های مردم نهاد به عنوان کنش‌گران عرصه اجتماعی چگونه می‌توانند به آنان در حوزه‌های کسب و کاری‌شان کمک نمایند، موارد مختلفی از منظر مصاحبه‌شوندگان مطرح گردیده است. از جمله می‌توان به کمک‌هایی در زمینه‌ی توسعه تجاری سمن‌ها در ابعاد اقتصادی، پروژه‌ای، و مالی؛ کمک‌های رسانه‌ای در ابعاد تبلیغاتی و رویدادی؛ کمک‌های پشتیبانی در ابعاد فکری، آموزشی و اجتماعی؛ و کمک‌های بنیادین در ابعاد قانونی و ساختاری اشاره نمود. در واقع، چنانچه مشاهده می‌شود، دولت‌ها می‌توانند به مثابه‌ی یک ساختار حمایتی در پیشبرد نه تنها سمن‌ها، بلکه در بسیاری از امور عمل کنند که البته تمامی این موارد به اولویت‌های سیاسی هم از منظر سیاست خارجی و هم از منظر سیاست داخلی بستگی دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه در بسیاری از کشورها به ویژه در کشورهای توسعه‌یافته از ظرفیت‌های سازمان‌های مردم نهاد در جهت توسعه اقتصادی، توسعه اجتماعی، توسعه سیاسی و حفاظت زیست‌محیطی بهره می‌برند و به این قبیل سازمان‌ها نه به دید سازمان‌های محل نظام اداری، بلکه به عنوان سازمان‌های کمک‌کننده و حمایتی نگریسته می‌شوند و به طرق مختلف سعی در تقویت و ارتقای حوزه‌ی فعالیت سازمان‌های مردم نهاد می‌باشند. اگرچه در ابتدای شکل‌گیری سازمان‌های مردم نهاد ماهیت اصلی فعالیت آنان صرفاً اجتماعی بوده است؛ بدون هیچگونه چشم‌داشت مالی از انجام فعالیت‌های خود، اما رفته‌رفته و با توجه به اثرگذاری مطلوب سازمان‌های مردم نهاد در فضای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جامعه، حوزه‌ی فعالیت آنان گسترش پیدا کرده و می‌توانند به عنوان بنگاه‌های تجاری در بخش‌های مختلف و با ساختارهای متفاوت فعالیت نمایند. هرچند، نگاه اجتماعی سازمان‌های مردم نهاد از بین رفته است و صرفاً به توسعه حیطة فعالیت گرایش پیدا کرده‌اند و آن هم با تأکید بر سودرسانی حداکثری به جامعه. یعنی علی‌رغم اینکه سمن‌ها وارد فعالیت‌های تجاری و اقتصادی شده‌اند، اما نبایستی از هدف اصلی خود که اجتماع‌محور بوده است دور شوند و اساساً تبدیل به یک بنگاه تجاری صرف شوند. به عبارت دیگر، منافع حاصل از فعالیت‌های اقتصادی‌شان مجدداً در بستر اجتماعی نشر پیدا کرده و بسترسازی لازم جهت اشتغال‌زایی برای عموم مردم را فراهم سازند. مطابق با یافته‌های تحقیق، از منظر مدیران و کارشناسان سازمان‌های مردم نهاد که پیرامون چگونگی تأمین مالی پرسیده شده بود، بسیار بر همکاری‌های بین‌بخشی با سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی تأکید شده بود. چرا که می‌توان با توسعه همکاری‌ها با بخش‌های دولتی و خصوصی چه در قالب فعالیت‌های پیمانکاری و یا مشارکت در پروژه و درآمد حاصله از محل این فعالیت‌ها جهت تأمین مالی اقدام نمایند. یکی از دلایل این امر، برخورداری سازمان‌ها به ویژه بخش دولتی از امکانات و تسهیلات

قدرتمندی است که می‌توان سازمان‌های مردم‌نهاد با نیروی انسانی داوطلبی که در اختیار دارد به این فعالیت‌ها ورود پیدا کرده و برای تأمین مالی هزینه‌های جاری و خدمت‌رسانی به جامعه هدف خود از این منابع بهره‌بردار. اگر چه در این محور بر مدیران و کارشناسان بر فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات و نیز توسعه سرمایه اجتماعی و جذب حمایت‌های عمومی و سازمانی نیز تأکید داشتند. در ارتباط با محور ابعاد فعالیت‌های حوزه‌ی سمن‌ها، تأکید ابتدایی کارشناسان و مدیران سمن‌ها بر فعالیت‌های جامعه‌محور مانند توانمندسازی جوامع محلی و به طور کلی فعالیت‌های اجتماعی بوده است اما حضور در فعالیت‌های تجاری و اقتصادی و یا انتخاب حوزه‌ی خاصی از فعالیت را رد نکردند و با توجه به شرایط اقتصادی جامعه و اثرگذاری مطلوب‌تر سازمان‌های مردم‌نهاد مشارکت در این حوزه‌ها نیز پیشنهاد و توصیه گردید. در خصوص محور اقدامات توانمندساز سمن‌ها برای ارتقای کسب و کارشان نظرات مدیران و کارشناسان در دو بخش عوامل درون‌سازمانی و عوامل برون‌سازمانی دسته‌بندی گردید. مسلماً هر کسب و کاری برای توسعه و بهبود شرایط فعالیت خود نیازمند برخورداری از نیروی انسانی ماهر و دانش‌محور می‌باشد که این بخش از فعالیت نیازمند توجه سمن‌ها در صورت ورود به عرصه‌ی تجاری و به عنوان یک کسب و کار به بخش منابع انسانی سازمان می‌باشد. در واقع، سمن‌ها می‌بایست ساختارهای سازمانی خود اعم از سبک رهبری، سبک مدیریت، تدوین استراتژی، بخش پشتیبانی و سایر بخش‌های یک سازمان را در ساختار سازمانی خود ایجاد نمایند و با یک هماهنگی بین‌بخشی اقدام به فعالیت نمایند. در واقع، یکپارچه‌سازی درون‌سازمانی بسیار می‌تواند در موفقیت فعالیت‌های کسب و کاری سمن‌ها با توجه به اندازه‌های کوچک و متوسط آنان کمک نماید. در کنار عوامل درون‌سازمانی، توسعه ارتباطات سازمانی و همکاری با بخش دولتی و خصوصی به عوامل درون‌سازمانی مسلماً می‌تواند در حوزه‌های مختلفی اعم از انتقال فناوری، تجربه، دانش، مهارت‌ها، اطلاعات و غیره به سمن‌ها کمک نماید. اما در خصوص رویکرد الکترونیکی مدیریت سمن‌ها، نظر کارشناسان و مدیران سمن‌ها در ابتدا بر بسترسازی نظام الکترونیکی و سپس توانمندسازی الکترونیکی کارکنان سمن‌ها از طریق آموزش، مدیریت دانش و افزایش سطح مهارت‌ها اشاره داشتند. در نهایت نیز، از منظر کارشناسان و مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد مورد مطالعه، راه‌هایی که اختصاصاً دولت می‌تواند به سمن‌ها در ارتقای کسب و کار به آنان کمک نماید در بخش‌های پشتیبانی مانند فکری، آموزشی، و اجتماعی؛ بنیادین مانند رفع موانع قانونی و ساختاری؛ توسعه تجاری فعالیت‌های سمن‌ها مانند پروژه‌ای، اقتصادی و کمک‌های مالی؛ و بعد رسانه‌ای اعم از تبلیغات و مدیریت رویدادها طبقه‌بندی گردید. به طور کلی و بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌گردد:

- ایجاد ستادی با عنوان «راهبری و توانمندسازی بنگاه‌های مردم‌نهاد»
- انعقاد تفاهم‌نامه‌ها با دستگاه‌های اجرایی، دولتی و متولی در حوزه‌های مختلف به منظور تأمین مالی برای سمن‌ها سازگار با قابلیت‌های سازمانی سمن‌ها به ویژه در حوزه‌های دانشی
- الگوپذیری و الگوگزینی از بخش خصوصی در ارتباط با ساختار و فرهنگ سازمانی برای فعالیت در حوزه‌ی تجاری معین با هدف برآورده‌سازی نیازهای مالی
- فعالیت در حوزه‌ی پژوهشی سازمانی و همکاری با بخش دولتی و خصوصی و تأمین مالی از این بخش‌ها

- ورود به حوزه‌های کسب و کارهای خانگی و توسعه این بخش به ویژه در مناطق کم‌برخوردار شهری و خصوصاً روستایی و کسب حمایت‌های لازم از نهادهای بالادستی
- حضور پویاتر در رویدادهای اجتماعی - فرهنگی، آیینی و مذهبی به منظور افزایش مشارکت اجتماعی مردم و متعاقباً تشریک مساعی با سازمان‌های متولی شهری و روستایی
- آموزش نیروهای انسانی خود با برگزاری کارگاه‌های آموزشی و یا شرکت در دوره‌های آموزشی کسب و کار
- توسعه زیرساخت‌های الکترونیکی در ارائه خدمات اجتماعی خود به سازمان‌ها و جامعه

منابع

- (۱) اخوان خرازیان، مریم، و مقدسی، فائزه. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر توانمندسازی بر تسهیم دانش و طراحی مدل چندسطحی برای تبیین تأثیر فرهنگ سازمانی مشارکتی بر تسهیم دانش. فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۵(۱)، ۲۰۷-۲۲۳.
- (۲) امینی، علیرضا، مزروعی نصرآبادی، اسماعیل، و آقاجری، معصومه. (۱۳۹۶). نقش توانمندسازی روان‌شناختی و تمایل به کارآفرینی کارکنان در رابطه بین بازارگرایی و نوآوری سازمانی. فصلنامه مدیریت بازرگانی، ۹(۲)، ۲۳۳-۲۵۸.
- (۳) بوذرجمهری، خدیجه، و جوانی، خدیجه. (۱۳۹۹). نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در توانمندسازی زنان روستایی جهت حفاظت از محیط‌زیست (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان رشتخوار). فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۹(۲۹)، ۶۹-۸۲.
- (۴) جوانی، خدیجه، بوذرجمهری، خدیجه، شایان، حمید، و قاسمی، مریم. (۱۳۹۶). وضعیت سازمان‌های مردم‌نهاد در روستاها: فرآیند شکل‌گیری، آثار و پیامدها (منطقه مورد مطالعه روستاهای شهرستان رشتخوار). فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۸(۱)، ۱۵۰-۱۶۵.
- (۵) حسین‌زاده، هدایت، و نصرتی، رضا. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر طرح توسعه بنگاه‌های کوچک و زودبازده بر ایجاد اشتغال در استان‌های منتخب کشور. فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۲(۷)، ۹۱-۱۰۸.
- (۶) دماری، بهزاد، حیدرنیا، محمد علی، و رهبری بناب، مریم. (۱۳۹۳). نقش و عملکرد سازمان‌های مردم‌نهاد در حفظ و ارتقای سلامت جامعه. مجله پایش، ۱۳(۵)، ۵۴۱-۵۵۰.
- (۷) رازقی، نادر، و لطفی خاچکی، بهنام. (۱۳۹۷). تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های بقاء و پایداری سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در حوزه آسیب‌های اجتماعی؛ با تأکید بر رابطه آن‌ها با دولت. فصلنامه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، ۵(۱۱)، ۹۷-۱۲۸.
- (۸) رضانی بیدگلی، امیرحسین، و روحانی، محمدحامد. (۱۳۹۷). شناسایی شیوه‌های تأمین و جذب مشارکت مالی برای سازمان‌های خیریه و مردم‌نهاد. دومین همایش ملی خیر ماندگار (مطالعه و ارزیابی امور خیر در ایران با تمرکز بر چالش‌های نیکوکاری در ایران امروز)، تهران.
- (۹) سلیمانی، مسعود، و وثوقی، منصور. (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد در نظارت بر عملکرد دولت در فرآیند توسعه محلی. فصلنامه توسعه محلی (روستایی - شهری)، ۸(۲)، ۱۹۹-۲۲۰.
- (۱۰) شریف‌زاده، فتاح، و محمدی مقدم، یوسف. (۱۳۸۸). ارتباط توانمندسازی کارکنان با بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان فرماندهی انتظامی استان لرستان. پژوهش‌های مدیریت انتظامی، ۴(۱)، ۵-۱۸.
- (۱۱) طاهری، یاسین، محمدی، جیران، و جعفری‌نیا، سعید. (۱۳۹۳). بررسی رابطه رهبری تحول‌آفرین و رفتار شهروندی سازمانی، با توجه به نقش مداخله‌گر توانمندسازی کارکنان. فصلنامه مدیریت دولتی، ۶(۴)، ۷۶۹-۷۸۹.
- (۱۲) عباسی، عنایت، رفیعی، لیلیا، و فرهادیان، همایون. (۱۳۹۱). بررسی میزان برخورداری سازمان‌های مردم‌نهاد زیست محیطی شهر تهران از ویژگی‌های یک سازمان یادگیرنده. فصلنامه مدیریت دولتی، ۴(۴)، ۵۳-۷۲.

- ۱۳) عباسی، طیبه، طالقانی، غلامرضا، و رجبزاده، سمیه. (۱۳۹۴). بررسی ارتباط توانمندسازی کارکنان با نوآوری در خدمات عمومی با تأکید بر تعلق خاطر کاری. فصلنامه مدیریت دولتی، ۷(۴)، ۷۴۳-۷۶۴.
- ۱۴) عمرانی دهکهان، سجاد. (۱۳۹۳). بررسی نقش سازمان‌های مردم نهاد NGO در حفاظت از محیط‌زیست. اولین همایش ملی مدیریت پایدار منابع خاک و محیط‌زیست، کرمان.
- ۱۵) فیاضی، بی‌بی مرجان، و حق‌شناس گرگابی، محمد. (۱۳۹۶). شناسایی راهبردهای توانمندسازی نمایندگان مجلس شورای اسلامی ایران. فصلنامه مدیریت دولتی، ۹(۱)، ۱-۳۴.
- ۱۶) قربانی‌زاده، وجه‌الله، و آقاوردی، بابک. (۱۳۹۲). نقش توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان در تعالی سازمانی. دوفصلنامه‌ی پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۵(۱)، ۸۷-۱۰۶.
- ۱۷) کریمی دهناشی، امین. (۱۳۹۹). تلنگرهایی برای جلب مشارکت نیکوکاران در تأمین مالی مؤسسات، بنیادهای خیریه و سازمان‌های مردم نهاد (سمن). فصلنامه سیاست‌نامه علم و فناوری، ۱۰(۳۳)، ۵-۲۰.
- ۱۸) گنجلو، عاطفه، و سعیدی مفرد، ساناز. (۱۳۹۸). نقش سازمان‌های مردم نهاد و تشکل‌های محلی در توانمندسازی اجتماعی سکونتگاه‌های غیررسمی. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۳۴(۱۳۴)، ۴۸۳-۴۹۱.
- ۱۹) لاهیجانیان، اکرم الملوک، ارجمندی، رضا، محرم‌نژاد، ناصر، و جمشیدی دلجو، مجتبی. (۱۳۸۹). بررسی ساختار و عملکرد سازمان‌های غیردولتی زیست‌محیطی و نقش آن‌ها در فرآیند توسعه شهری استان تهران. فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط-زیست، ۱۲(۴۶)، ۱۰۱-۱۱۱.
- ۲۰) میسر راد، فاطمه، و غنبر طهرانی، نسیم. (۱۳۹۷). عوامل تأثیرگذار بر کارکرد رسانه‌های اجتماعی در تأمین مالی جمعی مؤسسات خیریه. فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، ۶(۲۴)، ۱۰۹-۱۳۶.
- ۲۱) مقیمی، محمد. (۱۳۸۷). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی: پژوهشی در سازمان‌های غیر دولتی (NGOs) ایران. ناشر: مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
- ۲۲) موحد، علی، فیروزی، محمد علی، زارعی، رضا، و ظفری، مسعود. (۱۳۹۲). نقش سازمان‌های مردن نهاد برای مشارکت در بازسازی بافت‌های فرسوده، نمونه موردی: بافت فرسوده‌ی بخش مرکزی شهر اهواز. فصلنامه جغرافیا، ۱۱(۳۶)، ۷۹-۹۸.
- 23) Andrade, J., Mendes, L., & Lourenço, L. (2017). Perceived psychological empowerment and total quality management-based quality management systems: an exploratory research. *Total Quality Management & Business Excellence*, 28(1-2), 76-87.
- 24) Belyaeva, Z. (2018). Business Environment Challenges and Trends for Contemporary SMEs in Europe. In *The Sustainable Marketing Concept in European SMEs: Insights from the Food & Drink Industry* (pp. 13-28). Emerald Publishing Limited.
- 25) Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* Harper Business. New York.
- 26) De Kort, M. J., & Vermeulen, P. A. (2010). Entrepreneurial decision-makers and the use of biases and heuristics. Vermeulen, Patrick. AM and Curseu, PL (Ed.), *Entrepreneurial Strategic Decision-Making A Cognitive Perspective*, Edward Elgar Publishing Limited, 123-134.
- 27) Fong, K. H., & Snape, E. (2015). Empowering leadership, psychological empowerment and employee Outcomes: Testing a multi-level mediating model. *British Journal of Management*, 26(1), 126-138.
- 28) Gibcus, P., & Hoesel, P. V. (2008). Strategic decision-making processes in SMEs: an exploratory study. *Entrepreneurial Strategic Decision-making: A cognitive perspective*, 89-104.

- 29) Gopalakrishnan, S., & Matthews, D. (2018). Collaborative consumption: a business model analysis of second-hand fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 22(3), 354-368.
- 30) Haji, R., & Pasebani, M. (2009). A Study an the Industrial Cluster Modeling Based on Unido Approach for SMEs (Case Study: Tabriz Auto Parts Manufacture Agencies).
- 31) Jauhari, H., Singh, S., & Kumar, M. (2017). How does transformational leadership influence proactive customer service behavior of frontline service employees? Examining the mediating roles of psychological empowerment and affective commitment. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(1), 30-48.
- 32) Javed, B., Khan, A. A., Bashir, S., & Arjoon, S. (2017). Impact of ethical leadership on creativity: the role of psychological empowerment. *Current Issues in Tourism*, 20(8), 839-851.
- 33) Karpak, B., & Topcu, I. (2010). Small medium manufacturing enterprises in Turkey: An analytic network process framework for prioritizing factors affecting success. *International Journal of production economics*, 125(1), 60-70.
- 34) Morin, A. J., Meyer, J. P., Bélanger, É., Boudrias, J. S., Gagné, M., & Parker, P. D. (2016). Longitudinal associations between employees' beliefs about the quality of the change management process, affective commitment to change and psychological empowerment. *Human Relations*, 69(3), 839-867.
- 35) Peterson, E., Plowman, E. G., & Trickett, J. M. (2012). *Business Organization and Management, Literary Licensing, LLC*.
- 36) Simpson, S. N. Y. (2008). Non-governmental organisations (NGOs) boards and corporate governance: The Ghanaian experience. *Corporate Ownership and Control*, 6(2), 89-98.
- 37) Walsh, G. (2011). *Family Business Succession: Managing the all-important family component*. KPMG Enterprise.