

توسعه کارآفرینی اجتماعی (مفاهیم، چالش‌ها و راهکارها)

زینب نعامی^{۱*}، بهمن خسروی پور^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی پایدار، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران.
^۲ استاد و عضو هیئت علمی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران.

چکیده

کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک رویکرد نوین در حل مسائل و مشکلات اجتماعی به وجود آمده است که در آن کارآفرینان به شناسایی و مدیریت چالش‌های اجتماعی پرداخته و با استفاده از اصول کارآفرینی، تغییرات مثبت ایجاد می‌کنند. کارآفرینی اجتماعی و تلاش برای پیاده‌سازی و اجرای آن می‌تواند تأثیر بسزایی در روند پیشرفت کشورها خصوصاً کشورهای در حال توسعه داشته باشد. کارآفرینان اجتماعی با ویژگی‌هایی مانند ریسک‌پذیری، حس مسئولیت اجتماعی و توانایی شناسایی فرصت‌ها، تلاش می‌کنند تا این مسائل و مشکلات را با استفاده از ایده‌های نوآورانه حل کنند. موفقیت آن‌ها می‌تواند منجر به توزیع مجدد منابع و بهبود شرایط زندگی گروه‌های آسیب‌پذیر شود. این نوع کارآفرینی به خصوص در کشورهای در حال توسعه مورد توجه قرار گرفته و با تأکید بر نوآوری، توانمندسازی جوامع و ایجاد فرصت‌های شغلی، به توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک می‌کند. اما چالش‌هایی نظیر کمبود منابع مالی، مشکلات سیاست‌گذاری و آگاهی عمومی، موانع این روند را تشکیل می‌دهند. این مقاله که به روش کتابخانه‌ای و با استفاده از سایت‌های معتبر اینترنتی تهیه شده است تلاش دارد با بیان اهمیت کارآفرینی اجتماعی و نقش آن در جامعه، عوامل مؤثر بر توسعه آن را در جامعه بررسی و چالش‌های موجود در این ارتباط را ذکر و راهکارهای لازم را ارائه نماید.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینان اجتماعی، چالش‌ها، توسعه.

۱- مقدمه

علی‌رغم تلاش‌های انجام شده توسط سازمان ملل متحد برای مشارکت دادن همه بازیگران دولتی و خصوصی برای دستیابی به دستور کار ۲۰۳۰، مشارکت مشاغل سنتی تاکنون ناکافی بوده است. بنابراین، شرکت‌های اجتماعی به عنوان یک جایگزین کارآمد برای رفع نیازهای اجتماعی از طریق فرصت‌های کارآفرینی پدیدار شده‌اند (دیاز-ساراچاگا و آریزا-مونتس^۱، ۲۰۲۲). کارآفرینی اجتماعی فعالیتی است که با به کارگیری رویکرد کارآفرینانه برای رفع نیازهای اجتماعی که بیشتر از توجهات به دور مانده است را شامل می‌شود. امروزه، تلاش‌های دولتمردان به تنهایی از نظر کمیت و از نظر مؤثر بودن نمی‌تواند پاسخگوی چالش‌های اجتماعی باشد. یک کارآفرین اجتماعی، فردی است که توانایی شناسایی مشکلات اجتماعی را دارد و با بهره‌گیری از اصول کارآفرینی، اقدام به سازمان‌دهی و مدیریت این مشکلات می‌کند تا تغییراتی را به وجود آورد. همان‌طور که اشاره شده، نوآوری یکی از عناصر کلیدی در کارآفرینی به شمار می‌آید (فرحناجی و یسلانی، ۱۴۰۱). کارآفرینی اجتماعی به عنوان یکی از موضوعات نوین، که همانند کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در محافل علمی مورد توجه واقع شده است، یکی از راهکارهای مؤثر برای حل مشکلات و آسیب‌های اجتماعی تلقی می‌شود. این مقوله می‌تواند به تسریع روند پیشرفت کشور کمک کند (زرین جوی الوار، ۱۳۹۹). در حال حاضر کارآفرینی اجتماعی به عنوان راهکاری مؤثر و پایدار در توسعه اقتصادی و اجتماعی به شمار می‌آید و روز به روز به طور فزاینده‌ای توجه بخش‌های مختلف جامعه را به خود جلب می‌کند. یکی از مسائل راهبردی پیش روی کارآفرینان اجتماعی، چگونگی تامین مالی برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای اجتماعی است (عزیزی و ملاجرودی، ۱۳۹۶).

کارآفرینان اجتماعی نقش اساسی در راه حل‌های نوآورانه برای رسیدگی به چالش برانگیزترین مشکلات اجتماعی جهان دارند. اگرچه ارزش ایده‌های نوآورانه در طول فرآیند ایجاد سرمایه‌گذاری جدید غیرقابل انکار است، اما همه ایده‌های خلاقانه قابل اجرا نیستند. بسیاری از موانع، کارآفرینان اجتماعی نوپا را از تحقق ایده‌های جدید خود باز می‌دارند (کلش تایشیر و همکاران^۲، ۲۰۲۴). در این راستا، کارآفرینی اجتماعی از طریق آموزش‌های کارآفرینانه، تقویت مؤلفه‌های سلامت، امنیت، ایجاد فرصت‌های شغلی و توانمندسازی جوانان به توسعه منابع انسانی کمک می‌کند و شرایط مناسب برای گسترش و ترویج سوادآموزی، ایجاد اشتغال، کاهش جرایم و افزایش امنیت را فراهم می‌سازد (فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴). کارآفرینانی که در کارآفرینی اجتماعی شرکت می‌کنند از نیاز به ایجاد تفاوت در شرایط اجتماعی-اقتصادی محلی خود الهام می‌گیرند. در کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور، کارآفرینان اجتماعی از مناطق عمیق روستایی در حال استفاده از انواع مختلف راه‌ها برای الهام بخشیدن به خود برای حفظ اقدامات هستند (ون در وستهويزن، آدلاکون^۳، ۲۰۲۳). کارآفرینی موفق مستلزم تمرکز بر ایجاد تغییرات در هر دو سطح کلان و خرد است. هنگامی که هدف مورد نظر کارآفرینان اجتماعی محقق شود، به عنوان یک شاخص مهم از موفقیت عمل می‌کند (روهومبیزا و هیون^۴، ۲۰۲۴).

۲- کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی، نوعی کارآفرینی است که در پی رسیدن به یک هدف یا اهداف اجتماعی است. اگر این رویکرد در پایه و اساس جامعه نهادینه شود، قابلیت حل بسیاری از مشکلات اجتماعی را دارد. به طوری که کارآفرینان اجتماعی امروزه با استفاده از طرح‌های نوین، برقراری ارتباطات (شبکه‌سازی قوی) و بسیج منابع، بستری را فراهم می‌کنند تا همه افراد جامعه در

¹ Diaz-Sarachaga & Ariza-Montes

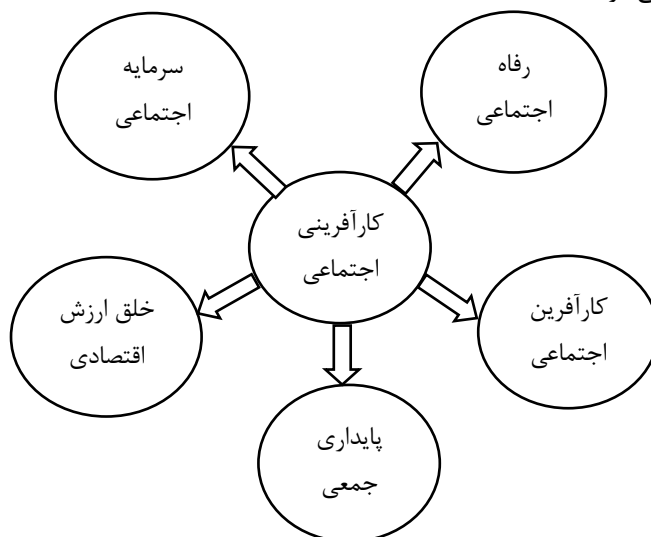
² Keleş Tayşir et al

³ van der Westhuizen & Adelakun

⁴ Rwehumbiz & Hyun

رفع چالش‌های اجتماعی مشارکت داشته باشند (همتی، ۱۴۰۳). این رویکرد فرآیند ایجاد ارزش از طریق ترکیب منابع در مفاهیم جدید است. این فرآیندها در درجه اول برای به دست آوردن فرصت‌هایی برای ایجاد ارزش اجتماعی از طریق تحریک تغییرات اجتماعی یا دستیابی به نیازهای اجتماعی در نظر گرفته شده است. وقتی به عنوان یک فرآیند در نظر گرفته شود، کارآفرینی اجتماعی شامل ارائه محصولات و خدمات است، اما می‌تواند به ایجاد سازمان‌های جدید نیز اشاره کند (داود و همکاران، ۲۰۱۸).

مایر و مارتی (۲۰۰۶) معتقدند کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که شامل استفاده نوآورانه و ترکیبی از منابع برای پیش بردن تغییرات اجتماعی و یا نیازهای اجتماعی می‌شود (زاهدی، ۱۴۰۳). پرنسکی^۵ (۲۰۰۵) کارآفرینی اجتماعی را فرآیندی تلقی می‌کند که سازمان‌ها با آن برنامه‌های جدیدی برای حل مسائل اجتماعی طراحی و ارائه می‌کنند. در تعریف عملیاتی نیز کارآفرینی اجتماعی را "شناخت، ایجاد، تماکل و به کارگیری فرصت‌ها در راستای خلق کسب و کارها، مدل‌ها و راهکارهای جدید با تمرکز بر کسب ارزش آمیخته (مالی، اجتماعی و زیست محیطی)" می‌دانند (زهره و همکاران، ۲۰۱۳ به نقل از مولوی و همکاران، ۱۴۰۱). دیدگاه‌های مفهومی خاص که از کشورها استخراج و یکپارچه شده‌اند، چارچوب تازه‌ای برای کارآفرینی اجتماعی ایجاد کرده‌اند که شامل پنج بعد اصلی کارآفرینی اجتماعی می‌باشد که در شکل (۱) نشان داده شده است و از اقتصادهای نو ظهور ناشی می‌شود:



شکل (۱): ابعاد اصلی کارآفرینی اجتماعی (سنگوپتا و همکاران، ۲۰۱۸).

۳- تاریخچه کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی به عنوان یکی از شاخه‌های کارآفرینی شناخته می‌شود که در آن کارآفرینان با ارایه و اجرای راه‌حلهایی برای مسائل اجتماعی مانند فقر، بیماری، بی‌سوادی، تخریب محیط زیست، نقض حقوق بشر و فساد، درصدد بهبود کیفیت زندگی و ارتقای سطح کامیابی جوامع انسانی هستند. کارآفرینی اجتماعی به عنوان رویکردی نوآورانه برای پاسخ به نیازهای اجتماعی با تأکید بر حل مسائل اجتماعی و از بین بردن مرزهای سنتی میان بخش‌های خصوصی، عمومی و غیردولی مطرح شد (زائری و خسروی‌پور، ۱۳۹۸). ریشه‌های فعالیت‌های کارآفرینانه به دیدگاه‌های اقتصاددان فرانسوی، ریچارد کانتیلون در

⁵ Daud et al

⁶ Prensky

⁷ Sengupta et al

قرن هجدهم برمی‌گردد؛ اما رویکردهای مرتبط با کارآفرینی اجتماعی به اوایل دهه ۱۹۰۰ میلادی بازمی‌گردد. در این دوران با رشد تجارت مدرن، افزایش ثروت و پیدایش طبقات اجتماعی جدید، امکانات رفاهی گسترش یافتند. این تغییرات به شکل‌گیری الگوهای جدیدی از زندگی منجر شدند که همزمان مشکلات اجتماعی جدیدی و فراوانی مانند مهاجرت و بحران‌های زیست‌محیطی و غیره را نیز به دنبال داشتند (فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴).

کارآفرینی اجتماعی از واژه‌های دهه‌های ۷۰-۱۹۶۰ و به مفهوم شیوه خلاقانه حل مشکلات غیر قابل حل اجتماعی است که توسط درایتون^۸ (۱۹۸۰)، بنیان‌گذار آشوکا (نوآوری برای عموم) و بنکس^۹ (۱۹۷۲)، برای تبیین نقش مهارت‌های مدیریتی در رسیدگی به مشکلات اجتماعی به کار گرفته شده است (زاهدی، ۱۴۰۳). کارآفرینی اجتماعی با انتشار کتاب ظهور کارآفرینی اجتماعی، نوشته لید بیتر، در اواخر ۱۹۹۰ میلادی مورد توجه محققان قرار گرفت. هر چند مدت طولانی نیست که این واژه وارد ادبیات علمی شده است، اما نمونه‌های عملی آن در جهان فکری از سابقه طولانی برخوردار است (مقیمی اسفند آبادی و همکاران، ۱۴۰۳).

۴- اهمیت کارآفرینی اجتماعی

اهمیت کارآفرینی اجتماعی به این دلیل است که در پی یافتن راه حل‌هایی اثرگذار و پایدار است که در بیشتر نقاط جهان قابلیت اجرا داشته باشد. کارآفرینان اجتماعی با بهره‌برداری از فرصت‌هایی که دیگران نادیده می‌گیرند، نسبت به رشد جامعه با رویکردهای جدید و خلق راه حل‌هایی برای بهبود وضع آن اقدام می‌کنند (زائری و خسروی‌پور، ۱۳۹۸). کارآفرینی اجتماعی برای ایجاد تغییرات اجتماعی و برای پاسخ به تغییرات مداوم اجتماعی حیاتی است. امروزه کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک چتر بزرگ می‌تواند تمام فعالیت‌های اجتماعی انسان را تحت تأثیر قرار دهد (راجر و آزیبرگ^{۱۰}، ۲۰۰۷).

در واقع کارآفرینی اجتماعی عامل تغییر در بخش اجتماعی جامعه از طریق موارد زیر است:

- (۱) مأموریت‌گرایی: اتخاذ مأموریت برای ایجاد و سازگاری ارزش اجتماعی.
- (۲) پشتکار: شناخت و پی‌گیری فرصت‌ها برای انجام مأموریت.
- (۳) نوآوری: اشتغال مستمر در نوآوری، تطبیق و یادگیری.
- (۴) شهامت: انجام دادن کار بدون این‌که کمبود منابع آن را متوقف کند.
- (۵) مسئولیت‌پذیری: پاسخ‌گو بودن نسبت به مردم و پیامدهای کارش (دیس^{۱۱}، ۲۰۰۱).

۵- ویژگی کارآفرینان اجتماعی

در شناسایی و انتخاب کارآفرینان اجتماعی آشوکا ویژگی‌های زیر را بیان می‌کند (مالکی و همکاران، ۱۳۹۴).

- ✓ خلاقیت، به گونه‌ای که در پایه‌گذاری یک بیزنس و حل مشکلات مؤثر است.
- ✓ ویژگی‌های کارآفرینانه، تعهد کامل شخص به بیزنس به این مفهوم که آن‌ها تا یک راه حل مناسب پیدا نکنند، آرام نخواهند گرفت و تلاش دارند تا یک راه حل گسترش یافته در سرتاسر جامعه به عنوان یک الگوی جدید داشته باشند.
- ✓ شخصیت اخلاقی، به این معنا که در فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی افراد باید به طور کامل قابل اعتماد باشند و تعهد آن‌ها باید از انگیزش خدمت به جامعه نشئت گیرد.

⁸ Drayton

⁹ Banks

¹⁰ Roger & Osberg

¹¹ Dees

ویژگی‌های کارآفرینانه مهم‌ترین ملاک است، نظر برخی از محققان را درباره ویژگی‌های کارآفرینان در جدول (۱) مشاهده می‌کنید.

جدول (۱): نمونه ویژگی‌های ذکر شده برای کارآفرینان اجتماعی (مالکی و همکاران، ۱۳۹۴).

مقاله	ویژگی‌ها
بوشی ^{۱۲} (۱۹۹۸)	صداقت، شوق و اشتیاق، روشنی هدف، تعهد، شجاعت، ارزشها، تمرکز بر مشتری، مشتاق برای برنامه ریزی، توانایی تفکر و اقدام کردن و انعطاف پذیری
درایتون ^{۱۳} (۲۰۰۲)	(۱) دارای یک ایده قوی و جدید برای تغییر سیستم، (۲) خلاقیت، (۳) روحیه کارآفرینی برای تغییر جامعه و (۴) رشته اخلاقی قوی
مورسه و دادلی ^{۱۴} (۲۰۰۲)	توانایی شناخت فرصتها، سبک رهبری جمعی، انگیزه اجتماع محور بلند مدت، ظرفیت کار تیمی
رابرتز و وودز ^{۱۵} (۲۰۰۵)	(۱) شور و اشتیاق (۲) مقاومت سرسختانه (۳) خلاقیت (۴) نگاه متفاوت (۵) شناختن اهمیت فکر کردن، مثلاً به یک کسب و کار
کوروسک و برمن ^{۱۶} (۲۰۰۶)	(۱) دیدن فرصت، (۲) داشتن شخصیت کارآفرینی، (۳) کار کردن در تیم و رهبری جمعی و (۴) داشتن تعهد واقعی، بلندمدت و متمرکز به اجتماعشان
الکینگتون و هارتینگان ^{۱۷} (۲۰۰۸)	بی‌اعتنایی به محدودیت‌ها شناسایی و استفاده از راه حل‌های عملی برای مشکلات، نوآوری، خدمات و رهیافت‌های جدید، تمرکز بر ایجاد ارزش‌های اجتماعی، اقدام قبل از اطمینان کامل از منابع، اعتقاد راسخ به ظرفیت ذاتی افراد، ریسک‌پذیری، ایجاد تعادل بین تغییر و اثرات آن، میل زیاد برای تعلیم عاملان تغییر، داشتن بی‌تابی سالم
دایون ^{۱۸} (۲۰۱۴)	درستکاری، کمال، صداقت، وفاداری، مسئولیت‌پذیری، عدالت

¹² Bushi

¹³ Drayton

¹⁴ Morseh & Dadley

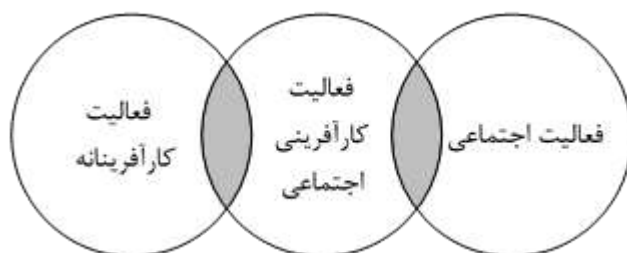
¹⁵ Roberts & Woods

¹⁶ Kurosk & Bremen

¹⁷ Alcington & Hartan

¹⁸ Dion

کارآفرینی اجتماعی فعالیتی است که دارای حوزه‌های مشترکی با فعالیت‌های کارآفرینانه و فعالیت‌های اجتماعی است و می‌توان به لحاظ مفهومی آن را در شکل (۲) نشان داد.



شکل (۲): حوزه مشترک فعالیت‌های کارآفرینانه و اجتماعی

۶- عوامل تأثیرگذار بر قصد و توسعه کارآفرینی اجتماعی

توسعه کارآفرینی اجتماعی نیازمند بسترسازی و فراهم کردن زیرساخت‌های مورد نیاز و همکاری و کنشگری فعال و هدفمند سازمان‌ها و نهادهای متعددی است. نادیده گرفتن نقش بستر و شرایط مربوط می‌تواند به قیمت شکست فعالیت‌های کارآفرینانه تمام شود (موسوی و همکاران، ۱۴۰۱). حمایت‌های مالی، درآمدزایی، سرمایه‌گذاری و کمک‌های دولتی به ترتیب نقش حائز اهمیتی در تأمین مالی و درآمدزایی برای کارآفرینان اجتماعی ایفا می‌کنند (عزیزی و ملایجردی، ۱۳۹۶). عوامل فردی مانند باورها و مفروضات اسلامی که شامل ایمان به آخرت و پاداش‌های معنوی، خوش‌بینی نسبت به دیگران، امید به آینده، پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی و تعهد به جامعه، بخشش و کمک به دیگران، مأموریت‌گرایی، اعتقاد به برکت و آبادانی زمین می‌شود، به همراه ویژگی‌های روان‌شناختی نظیر شفقت، وجدان و نیت خیرخواهانه، سرمایه انسانی که شامل تجربه کارآفرینانه قبلی، تجربه اجتماعی قبلی و آموزش است، و ویژگی‌های شخصیتی مانند برون‌گرایی، استقلال طلبی، توفیق طلبی و داشتن یک مرکز کنترل درونی، به علاوه منابع مالی و تأثیرات خاص دوران کودکی، همچنین، عوامل محیطی مانند ارزش‌ها و رفتارهای خانواده، الگوهای نقش، فعالیت‌های نهادهای اجتماعی، نگرش مثبت افراد جامعه به کارآفرینی اجتماعی، مشکلات اجتماعی موجود در جامعه و عوامل قانونی نظیر منافع مالیاتی و سهولت راه‌اندازی، همه از عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینی اجتماعی محسوب می‌شوند (هندیجانی فرد و حجازی، ۱۳۹۷).

فرهنگ اکوسیستم کارآفرینانه دانشگاهی می‌تواند به عنوان محیط و بستری جهت توسعه کارآفرینی اجتماعی عمل کند. ابعاد مختلف فرهنگ اکوسیستم به عنوان عوامل محرک و پیشران‌های اصلی توسعه کارآفرینی اجتماعی معرفی می‌شوند. این ابعاد به شرح زیر است:

- ✓ بعد فردی: با ایجاد انگیزه، تقویت اعتماد به نفس و شناسایی فرصت‌ها، به توسعه کارآفرینی کمک می‌کند.
- ✓ بعد سازمانی: با هم‌کاری تیمی، برنامه‌ریزی و رفتارهای شهروندی به توسعه کارآفرینی کمک می‌کند.
- ✓ بعد آموزشی: کیفیت بخشی به آموزش و تهیه محتوای مناسب به توسعه کارآفرینی کمک می‌کند.
- ✓ بعد کسب و کار: با پذیرش ریسک، خلاقیت و ایجاد فرصت‌های جدید به توسعه کارآفرینی کمک می‌کند.
- ✓ بعد پژوهشی: با کیفیت بخشی به تحقیق و پژوهش فن آورانه و با خلق ارزش اجتماعی به توسعه کارآفرینی اجتماعی منجر می‌شود (جامه بزرگی و میگون پوری، ۱۴۰۰).

۷- تأثیرات کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی به فرایندی اشاره می‌کند که در طی آن کارآفرینان به ساخت یا تغییر نهادها در سطح اجتماع محلی می‌پردازند و با بیان راهکارهایی سودمند، برای کاهش مسائل اجتماعی چون فقر، بی‌سوادی، تخریب‌های زیست محیطی و غیره عمل می‌کنند. کارآفرینی اجتماعی با ساماندهی مجدد سرمایه‌ها و دارایی‌های انسانی و اقتصادی به نیازهای اجتماعی جوامع پاسخ می‌دهد و به منزله‌ی پذیرش مسئولیت اجتماعی ناشی از توسعه‌ی سریع جوامع است (فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴). یک کسب و کار مخاطره‌ای اجتماعی موفقیت آمیز می‌تواند اثر مثبتی بر روی جامعه بگذارد و به جامعه یاری رساند (سبک آرا، ۱۴۰۱). اجرای کارآفرینی اجتماعی موثر می‌تواند منجر به توزیع مجدد بهتر ثروت و رفاه در جامعه شود (چو و لین^{۱۹}، ۲۰۲۴).

کارآفرینی اجتماعی با استفاده از سرمایه‌های اجتماعی موجود در اجتماع محلی شکل می‌گیرد، علاوه بر اثرات فردی و غیرملموسی نظیر افزایش اعتماد به نفس، زمینه‌ی تشکیل شبکه‌های اعتماد و ظرفیت‌سازی در افراد محلی را فراهم می‌آورد. این فرآیند علاوه بر این‌که اجتماع محلی را تقویت می‌کند، راه را نیز برای توسعه هموار می‌سازد. هم‌چنین، کارآفرینی اجتماعی باعث بازتوزیع منابع، درآمد و خدمات میان گروه‌های حاشیه‌ای و کنار گذاشته شده نظیر زنان، معلولان، سالمندان، مهاجران و... می‌شود تا توازن به بستر اجتماع محلی بازگردد (فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴). با توجه به چالش‌های اجتماعی و اقتصادی هم‌چون پایین بودن بهره‌وری، تحریم‌های ناعادلانه کشورها، فقر و محرومیت، افزایش تورم و قیمت‌ها، نوسانات شدید نرخ ارز و دلار، بیکاری جوانان و فزونی شکاف میان ثروتمندان و فقرا، بهره‌وری از ظرفیت‌های کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به عنوان یکی از روش‌های مؤثر برای مقابله با این مشکلات تلقی شود. جذب و حمایت از کارآفرینان اجتماعی و توسعه حوزه‌های فعالیت آن‌ها به عنوان یک راهکار کلیدی برای پیشرفت کشور و غلبه بر این چالش‌ها مطرح می‌گردد (حسنوند و همکاران، ۱۴۰۳). پایداری در کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان فرآیند توسعه راه‌حل‌های پایدار برای مشکلات اجتماعی، اقتصادی یا زیست‌محیطی تعریف می‌شود که با توانایی تحمل در طول زمان از طریق بهبود مستمر کارایی عملیاتی مورد توجه قرار نمی‌گیرند. پایداری کارآفرینی اجتماعی باید سه بعد پایداری را شامل شود که عبارتند از: پایداری اجتماعی، پایداری اقتصادی و پایداری محیطی (کمال الدین^{۲۰}، ۲۰۲۳).

۸- چالش‌های شناسایی شده در حوزه کارآفرینی اجتماعی

شناخت چالش‌های اجتماعی به افراد کمک می‌کند تا موانع مهم خود را شناسایی کرده و آن‌ها را به محیط و جامعه اطراف خود معرفی کنند و با همکاری و هم‌فکری برای رفع آن‌ها اقدام نمایند (فعله کری، ۱۴۰۰). در این راستا سه چالش اصلی کارآفرینی اجتماعی در ایران عبارتند از: ۱. چالش‌های سیاست‌گذاری و جنبه‌های حقوقی/ دولتی؛ ۲. چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی؛ ۳. چالش‌های پشتیبانی نهادی و عملیاتی (حسنوند و همکاران، ۱۴۰۳).

یکی از چالش‌های مهم و اصلی این است که دیگران به درک درستی از ارزش فعالیت‌های کارآفرینان پی نمی‌برند. هم‌چنین، استفاده از راهبردهای متنوع خودرهبی، داشتن حمایت عوامل بیرونی و هم‌چنین نگرش ویژه و منحصر به فرد کارآفرینان در مواجهه با مشکلات اجتماعی برای غلبه بر این چالش مؤثر است. به‌طور ویژه، شواهدی از کاربرد راهبردهایی مانند مرور و یادآوری اهداف اجتماعی و تمرکز ذهنی بر روی حال خوب عمده افراد در سازمان اجتماعی یافت شده‌اند (نیک و همکاران، ۱۴۰۱). مرجانی و صدری (۱۳۹۳) در پژوهش خود موانع فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی را شامل نبود دسترسی به منابع مالی،

¹⁹ Chou & Lin

²⁰ Kamaludin

نداشتن فضای کسب و کار، نداشتن انگیزه، نداشتن مهارت‌های لازم برای کسب و کار، نداشتن ایده‌ای مناسب و نو برای کارآفرینی و قوانین و مقررات دست و پا گیر، شناسایی کردند.

به طور کلی در این راستا حسونند و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهش خود ۳۳ چالش را در حوزه کارآفرینی اجتماعی شناسایی کرده‌اند که شامل موارد زیر می‌باشند:

۱. عدم وجود سیاست‌های کلان و راهبردهای مشخص.
۲. فقدان یک استراتژی ملی برای کارآفرینی اجتماعی.
۳. عدم پوشش کارآفرینان اجتماعی تحت قوانین حمایتی دولتی.
۴. تمرکز سیاست‌های دولت بر نیازهای فوری و کوتاه‌مدت به جای نیازهای پایدار.
۵. ضعف در برنامه‌ها و سیاست‌های مالی و اعتباری دولت.
۶. ناتوانی سیاست‌ها در تغییر نگرش حمایتی جامعه نسبت به کارآفرینی اجتماعی.
۷. ضعف در محیط سیاسی و نظارتی.
۸. عدم استفاده از نخبگان کشور.
۹. ناهماهنگی بین برنامه‌های دولتی و سایر سیاست‌های ملی.
۱۰. عدم حمایت نرم از سیاست‌های مربوط به کارآفرینی اجتماعی.
۱۱. کمبود جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی.
۱۲. کمبود سرمایه و ضعف در سرمایه‌گذاری اولیه.
۱۳. مشکلاتی در تأمین بودجه و منابع مالی.
۱۴. تنبلی فرهنگی و اجتماعی در این حوزه.
۱۵. سودآوری پایین کارآفرینی اجتماعی.
۱۶. ضعف در آموزش و خدمات مشاوره‌ای برای کارآفرینان اجتماعی.
۱۷. فرهنگ ضعیف کارآفرینی اجتماعی.
۱۸. ناآگاهی برخی کارآفرینان اجتماعی از قوانین و سیاست‌ها.
۱۹. عدم توجه و آگاهی جامعه و افراد به نتایج غیرمالی و انسان‌دوستانه.
۲۰. عدم حمایت و پشتیبانی از کارآفرینان اجتماعی.
۲۱. ناشناخته بودن مفهوم کارآفرینی اجتماعی.
۲۲. سطح پایین مهارت‌آموزی کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها.
۲۳. عدم پرورش استعدادها مرتبط با فعالیت اجتماعی.
۲۴. جذاب نبودن کارآفرینی اجتماعی برای بخش خصوصی.
۲۵. نبود تعاونی‌های ارائه‌دهنده خدمات به کارآفرینان اجتماعی (فنی و غیرفنی).
۲۶. ضعف در زیرساخت‌ها و راه‌حل‌های خلاقانه کارآفرینی (دولتی، خصوصی و مردم نهاد).
۲۷. ضعف رسانه‌ها در نمایش موفقیت‌ها و دستاوردهای کارآفرینی اجتماعی.
۲۸. چارچوب مشارکتی ضعیف.
۲۹. عدم وجود انجمن‌ها و سازمان‌های تخصصی مرتبط.
۳۰. تعداد کم نهادهای مردمی فعال در این زمینه.
۳۱. ماهیت و ابتکارات محلی در عملیات کارآفرینی اجتماعی.
۳۲. عدم وجود ساختار سازمانی پایدار.
۳۳. نبود کمیته‌ای تخصصی برای ترویج کارآفرینی اجتماعی.

۹- بحث و نتیجه گیری

امروزه کارآفرینی از حوزه صرف کسب و کار فراتر رفته و در عرصه‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و غیره نیز معنا یافته است. اهمیت کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک رویکرد مهم و جدید برای حل چالش‌های اجتماعی و اقتصادی شناخته می‌شود. کارآفرینی اجتماعی در سال‌های اخیر به عنوان منبع مهمی از ثروت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی مطرح شده است. این نوع کارآفرینی بر تلاشی جهت بهبود شرایط جامعه تمرکز دارد و می‌تواند با استفاده از مدل‌های کسب و کار پایدار، به حل مشکلات اساسی مانند فقر، بی‌سوادی و مشکلات زیست محیطی کمک کند. کارآفرینی اجتماعی یک ابزار مؤثر برای دستیابی به توسعه پایدار و حل چالش‌های اجتماعی است. از آنجا که مشکلات اجتماعی هر روز پیچیده‌تر می‌شوند، نیاز به نوآوری و همکاری میان نهادهای مختلف از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد بود. در همین راستا (آلوورد و همکاران، ۲۰۰۴)، کارآفرینی اجتماعی را ایجاد راه‌حل‌های نوآورانه برای آسیب‌های اجتماعی توأم با ترکیب ایده‌ها برای تحولات اجتماعی پایدار ذکر کرده‌اند. کارآفرینان اجتماعی افرادی هستند که با شناسایی مشکلات اجتماعی و به کارگیری مهارت‌های کارآفرینی، اقدام به ایجاد تغییرات مثبتی در جهت حل این مسائل و مشکلات می‌کنند. این افراد با تلاش و ابتکار می‌توانند الگوهای جدیدی از کسب و کار را راه‌اندازی کنند که نتایج اجتماعی و اقتصادی مثبتی به همراه دارد. کارآفرینی اجتماعی متضمن تلفیق خلق ارزش اقتصادی و ارزش اقتصادی در قالبی نوآورانه است. کارآفرینی اجتماعی در ایران و دیگر کشورها با چالش‌های گوناگونی مانند موانع قانونی، عدم دسترسی به منابع مالی، زیرساختی و کمبود آگاهی اجتماعی ضعف آموزش‌های کارآفرینانه مواجه است. این موانع مانع از موفقیت کامل ایده‌های نوآورانه در این حوزه می‌شوند. شناخت و توجه به این موانع و چالش‌ها می‌تواند

برنامه‌ریزان و پژوهشگران را در مواجهه با آن‌ها و یافتن راه‌حل‌های نو و کاربردی یاری نماید. دراین راستا پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- ✓ حمایت معنوی و مادی از کارآفرینان اجتماعی در راستای توسعه و بهبود حوزه‌های فعالیت آن‌ها.
- ✓ ایجاد و توسعه‌ی زیرساخت‌های لازم جهت کارآفرینان اجتماعی.
- ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارآفرینان اجتماعی به منظور ارتقای مهارت‌های آن‌ها در ابعاد آموزشی، اجتماعی و اقتصادی.
- ✓ نظارت و ارزشیابی مستمر برنامه‌های کارآفرینی اجتماعی برای شناخت موانع و چالش‌ها و برنامه‌ریزی برای رفع آن‌ها.
- ✓ به نمایش درآوردن موفقیت‌ها و دستاوردهای کارآفرینان اجتماعی در رسانه‌ها جهت ایجاد انگیزه در دیگران.
- ✓ ترویج و استفاده از راهکارهای خلاقانه و نوآورانه در حوزه‌ی کارآفرینی اجتماعی جهت حل مشکلات اجتماعی با مشارکت مردم یا تشکلهای مردمی.

۱۰-منابع

۱. جامه بزرگی؛ محمدجواد و میگون پوری؛ محمدرضا (۱۴۰۰). فرهنگ اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی، پیشران توسعه ی کارآفرینی اجتماعی. مدیریت فرهنگی، دوره ۱۴، شماره ۵۱، صص ۴۵-۵۷.
۲. جسور اجیرلو؛ جلال (۱۴۰۱). کارآفرینی اجتماعی "معیار توسعه پایدار"، ششمین کنفرانس بین المللی کارآفرینی و مهندسی صنایع، تهران، <https://civilica.com/doc/1557936>.
۳. حسوند؛ امین، کریم؛ محمدحسین و طولابی نژاد؛ مهرشاد (۱۴۰۳). چالش‌های حقوقی و عملیاتی کارآفرینی اجتماعی در ایران با تأکید بر خطمشی و سیاست‌های کلان دولت. سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۱۲، شماره ۴۵، صص ۱۰۴-۱۳۳.
۴. زاهدی؛ امیراحسان (۱۴۰۳). الگوی کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی، فصلنامه آموزش عالی ایران، سال ۱۶، شماره ۲، صص ۱۷-۴۰.
۵. زاتری؛ هاجر و خسروی‌پور؛ بهمن (۱۳۹۸). کارآفرینی اجتماعی راهبردی جهت حل مسائل اجتماعی یک جامعه، دومین همایش ملی نهاده‌سازی کارآفرینی در توسعه پایدار با رویکرد آموزش عالی، ۲۲ آبان، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاثانی.
۶. زرین جوی الوار؛ سهیلا (۱۳۹۹). نقش میانجی پیشایندهای نیت کارآفرینی در رابطه تجربه قبلی و نیت کارآفرینی اجتماعی. مطالعات اجتماعی - روان شناختی زنان (مطالعات زنان)، دوره ۱۸، شماره ۳، صص ۱۸۱-۲۱۶.
۷. سبک آرا؛ مجید (۱۴۰۱). چالش‌ها و اثربخشی تفکر مخرب در کارآفرینی اجتماعی، پنجمین همایش ملی تحقیقات میان رشته ای در علوم مهندسی و مدیریت، تهران، <https://civilica.com/doc/1576989>.
۸. سلاجقه؛ سنجر، مولایی؛ محمدایمان و افتخاری، مهدی (۱۴۰۱). کارآفرینی اجتماعی در مکتب حاج قاسم سلیمانی. کنفرانس ملی مدیریت و کارآفرینی در مکتب شهید حاج قاسم سلیمانی (با محوریت محرومیت زدایی در منطقه جازمو. دوره ۱.
۹. عزیزی؛ محمد، و ملایجردی؛ مریم (۱۳۹۶). روش‌های تامین مالی کارآفرینی اجتماعی. تحقیقات مالی، دوره ۱۹، شماره ۱، صص ۱۱۹-۱۳۸.
۱۰. فرحناجی؛ حسام و یسلیانی؛ غلامرضا (۱۴۰۱). بررسی ارتباط کارآفرینی اجتماعی و نوآوری اجتماعی: مطالعه موردی بنیاد آشوکا. کنفرانس بین المللی و ملی مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق. دوره ۶.
۱۱. فغله کری؛ زهره (۱۴۰۰). واکاوی چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی: کسب و کارهای سلامت محور (مورد مطالعه: داروخانه‌ها و تجهیزات پزشکی شهر کرمانشاه)، رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری سال پنجم، شماره ۶۳، (جلد دوم)، صص ۸۱-۶۱.

۱۲. فیروزآبادی؛ سیداحمد و دباغی، حمیده (۱۳۹۴). نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه ی محلی. توسعه محلی روستایی - شهری (توسعه روستایی)، دوره ۷، شماره ۱، (پیاپی ۱۲)، صص ۲۹-۵۸.
۱۳. مالکی؛ رسول، ییلاق چغاخور؛ حمید و احمدوند؛ مصطفی (۱۳۹۴). بررسی ویژگی های کارآفرینی اجتماعی در سازمان های دولتی (مورد مطالعه: اداره کل امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد)، فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۲۵، صص ۴۱-۶۲.
۱۴. مرجانی؛ تیمور و صدری؛ سید صدرالدین (۱۳۹۳). توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیبها، عوامل مؤثر و راهکارها، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۲۹۷-۲۷۷.
۱۵. مقیمی اسفندآبادی؛ حسین، رضوی؛ سید مصطفی و سرافراز اسدآبادی، زهرا (۱۴۰۳). واکاوی جامعه شناختی عاملیت و عمل کارآفرینی اجتماعی: مطالعه مشروعیت حل مساله اجتماعی با رویکرد همزادی، پژوهش های کارآفرینی و نوآوری، دوره ۳، شماره ۴، صص ۹۱-۱۱۵.
۱۶. موسوی؛ سیده زهرا، حسینی نیا؛ غلامحسین، موسی خانی؛ مرتضی و یعقوبی؛ احمد (۱۴۰۱). ارائه ی مدل یکپارچه ی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد داده بنیاد، مطالعات بین رشته ای دانش راهبردی، شماره ۴۷، (وزارت علوم/ 34)، صص ۲۵۰-۲۱۷.
۱۷. نیک؛ فرزانه، علوی؛ سید بابک و تصویری؛ میثاق (۱۴۰۱). شناسایی چالش کلیدی مؤثر بر کاهش انگیزه کارآفرینان اجتماعی و بررسی نقش رهبری بر خود. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۱۵، شماره ۲، صص ۳۸۳-۴۰۰.
۱۸. همتی؛ محمدمهدی (۱۴۰۳). کارآفرینی اجتماعی، سومین کنگره بین المللی مدیریت، اقتصاد، علوم انسانی و توسعه کسب و کار، <https://civilica.com/doc/2051098>.
۱۹. هندیجانی فرد؛ مرتضی و حجازی؛ سیدرضا (۱۳۹۷). شناسایی عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۱۱، شماره ۳، صص ۵۸۱-۶۰۰.
۲۰. یگانگی؛ سید کامران و نوری؛ اسماعیل (۱۴۰۲). مروری بر مفهوم کارآفرینی اجتماعی، مجله رویکردهای پژوهشی در علوم اجتماعی، سال ۹، شماره ۳۴، صص ۹۸-۹۲.
21. Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The journal of applied behavioral science*, 40(3), 260-282.
۲۲. Chou, D. C., & Lin, B. (2024). Social entrepreneurship success: Relevance to social mediating technologies. *Journal of Computer Information Systems*, 64(3), 329-341.
23. Daud, N. S., Ishak, S. I. D., Abdullah, S., Azmi, A. A., Ishak, A. S., & Ahmad, Z. (2018). The Discussion of Social Entrepreneurship: Review of the Literature. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 150, p. 05095). EDP Science.
24. Dees, J. (2001). The Meaning of "social Entrepreneurship". Available from www.Fuqua.duke.edu/center/case/leaders/rsources.htm.
۲۵. Diaz-Sarachaga, J. M., & Ariza-Montes, A. (2022). The role of social entrepreneurship in the attainment of the sustainable development goals. *Journal of Business Research*, 152, 242-250.
۲۶. Kamaludin, M. F. (2023). Social sustainability within social entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 192, 122541.
۲۷. Keleş Tayşir, N., Ülgen, B., İyigün, N. Ö., & Görener, A. (2024). A framework to overcome barriers to social entrepreneurship using a combined fuzzy MCDM approach. *Soft Computing*, 28(3), 2325-2351.
28. Roger, L. Martin & s.osberg (2007). social Entrepreneurship: the case for Definition . Stanford social Innovation Review.

۲۹. Rwehumbiza, K., & Hyun, E. (2024). Unlocking the factors that motivate social entrepreneurs to engage in social entrepreneurship projects in Tanzania: *A qualitative case study*. *Administrative Sciences*, 14(2), 31.
۳۰. Sengupta, S., Sahay, A., & Croce, F. (2018). Conceptualizing social entrepreneurship in the context of emerging economies: An integrative review of past research from BRIICS. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 771-803.
۳۱. van der Westhuizen, T., & Adelakun, Y. (2023). Social entrepreneurship in Nigeria through drivers of religion and work-desire. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(4), 727-745.

Social Entrepreneurship Development (Concepts, Challenges, and Solutions)

Zeinab Naami^{1*}, Bahman Khosravipour²

1. Master's student insustainable extension agricultural extension and education, Agricultural Sciences and Natural Resources University of Khuzestan, Mollathani, Iran

2. Professor and faculty member, Agricultural Extension and Education Department, Agricultural Sciences and Natural Resources University of Khuzestan, Mollathani, Iran

Abstract

Social entrepreneurship has emerged as a new approach to solving social issues and problems, in which entrepreneurs identify and manage social challenges and create positive changes using entrepreneurial principles. Social entrepreneurship and efforts to implement and execute it can have a significant impact on the progress of countries, especially developing countries. Social entrepreneurs, with characteristics such as risk-taking, a sense of social responsibility, and the ability to identify opportunities, strive to solve these issues and problems using innovative ideas. Their success can lead to the redistribution of resources and improvement of the living conditions of vulnerable groups. This type of entrepreneurship is particularly popular in developing countries and contributes to economic and social development by emphasizing innovation, community empowerment, and job creation. However, challenges such as lack of financial resources, policy issues, and public awareness constitute obstacles to this trend. This article, which was prepared using a library method and reputable Internet sites, attempts to express the importance of social entrepreneurship and its role in society, examine the factors affecting its development in society, mention the challenges in this regard, and present the necessary solutions.

Keywords: Social entrepreneurship, social entrepreneurs, challenges, development.
