

مروری بر مفهوم کارآفرینی اجتماعی

سید کامران یگانگی^۱، اسماعیل نوری^۲

^۱ استادیار، گروه مهندسی صنایع، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران.

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران.

نام نویسنده مسئول:

سید کامران یگانگی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۱۷

چکیده

از جدیدترین موضوعاتی که در عرصه کارآفرینی، در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی، در محافل علمی مورد توجه قرار گرفته، کارآفرینی اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی، یکی از حوزه‌های جدیدی است که در زمینه کارآفرینی ایجاد شده است. در واقع، هدف کارآفرین اجتماعی، شناسایی مشکلات اجتماعی و به کار بردن اصول کارآفرینی از طریق سازمان دهی، ایجاد و اداره ریسک یک شغل به منظور رسیدن به تغییر اجتماعی است. کارآفرینی به عنوان پدیده‌ای نوظهور، به تازگی در محافل علمی ایران مطرح شده است. احیای تحقیقات و عملیات کارآفرینی در دنیا به دهه ۱۹۸۰ میلادی باز می‌گردد که آن را "انقلاب کارآفرینانه" نام گذاری کرده‌اند، "جان تامپسون" معتقد است رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و ضروری برای تمامی سازمان‌ها (دولتی، خصوصی، داوطلبانه و غیره) با هر اندازه (بزرگ، متوسط و کوچک) است. کارآفرینی اجتماعی به عنوان مقوله‌ای متفاوت از دیگر اشکال کارآفرینی، به طور نسبی در ارتقای ارزش‌های اجتماعی و توسعه در مقابل کسب ارزش اقتصادی ارجحیت بیشتری را کسب نموده است، روش مورد استفاده به صورت کتابخانه‌ای و مروری می‌باشد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، سرمایه اجتماعی.

مقدمه

چالش های اقتصادی جدی در دهه ۱۹۷۰ منجر به سازگاری سیستم ها به سمت بازارهای آزاد نئولیبرالیسم^۱ در دهه ۱۹۸۰ شد، این مدل با حداقل دخالت دولت در بخش اقتصادی مشخص شده بود، از طریق محدود کردن نقش دولت ها، ایجاد نئولیبرالیسم در فضاهای گسترده سیاسی و اقتصادی که در آن کسب و کارها می توانند بکار گرفته شوند وسیع تر و بیشتر می شد، (گلد، ۲۰۰۳، ص، ۱۶۸) اهمیت کارآفرینی در جامعه را پیدا کرد، همچنین مفهوم کارآفرینی اجتماعی را شناخت، در سال ۱۹۷۸، بیل درایتون^۲ اولین کسی بود که بنیاد آشوکا^۳ را به منظور حمایت، مشروعیت و پشتیبانی در زمینه کارآفرینی اجتماعی تاسیس کرد، او می خواست در جهان به جستجوی افرادی که دارای ایده های تازه برای تغییرات اجتماعی که ترکیبی از توانایی های کارآفرینانه و زمینه های اخلاقی قوی باشند بپردازد (هارتیگان، ۲۰۰۴، ص، ۱)

دراواخرده دهه ۱۹۹۰ شکاف میان ثروتمندان و فقرا بطور مداوم در حال رشد بود، و نشان می داد که مدل نئولیبرالیسم رفاه همه مردم را نمی تواند تامین کند (راپر و چنی، ۲۰۰۵، ص، ۹۶)، غنی و فقیر به طور مداوم رشد کرد و نشان داد که مدل نئولیبرال نمی تواند رفاه همه مردم را تضمین کند (راپر و چنی، ۲۰۰۵، ص ۹۶)، بقول هارتیگان (۲۰۰۴، ص، ۱) ولیدبیتر (راپر و چنی، ۲۰۰۵، ص، ۹۹) این باعث بوجود آمدن کارآفرینان اجتماعی بیشتر که به دنبال واکنش نشان دادن به رشد نابرابر بین ثروتمندان و فقرا می شد، پس از آن رویکرد 'راه سوم' که تثبیت مسئولیت دولت برای تغییرات اجتماعی و همچنین بازار آزاد برای کسب و کار بود را توسعه دادند (راپر و چنی، ۲۰۰۵، ص، ۹۶)، اما از آنجائیکه دولت ها نمی توانستند همانند دهه ۱۹۸۰ هزینه های رفاه اجتماعی را ارائه دهند، افراد دیگری از عهده مشکلات اجتماعی بر می آمدند، باز هم، این عمدتاً کارآفرینان اجتماعی، با نوآوری و تحول ایده ها و دیدگاه های اساسی مفهوم کارآفرینی، مشکلات را حل می کردند، در دهه ۱۹۹۰ پشتیبانی و اجرا می شد، اجتماعی بوسیله مفهوم نوظهور مسئولیت اجتماعی شرکت ها در ضمن درک جدیدی از کسب و کار، که فراتر از کسب و کار و افزایش ارزش سهامداران می شد، آموزش شرکت ها برای بعهده گرفتن مسئولیت های اجتماعی به عنوان سازمان های شهروندی بود، آخرین تحول در تکامل کارآفرینی اجتماعی در نتیجه افزایش رقابت محیط زیست در بخش سوم با تاسیس سازمان های غیر دولتی و غیر انتفاعی برای سرمایه گذاری شکل گرفته است، کارآفرینان اجتماعی در این محیط مجبور به رقابت بیشتر و نوآوری برای حمایت کردن می باشند، در سال های اخیر، کارآفرینی اجتماعی به عنوان منبع مهمی از ثروت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و محیطی نشان داده شده است (به عنوان مثال اسپیر ۲۰۰۶، استیرتو جورث ۲۰۰۶ لیدبیتر ۲۰۰۷، شاو و کارتر ۲۰۰۷)، همچنین کارآفرینی اجتماعی اغلب در بین یا در سراسر کسب و کارها اتفاق می افتد، به طور خاص، برخی از نویسندگان به تازگی بر ظهور موجودیت های ترکیبی، ویا شکل جدیدی از موسسات اجتماعی، که با استفاده از عناصر موجود در هر دو بخش انتفاعی و غیر انتفاعی دارند تاکید می کنند (فاولر ۲۰۰۰، بورزگا و دفورنی ۲۰۰۱، آستین و همکاران ۲۰۰۶، تونسن و هارت ۲۰۰۸)، به این ترتیب، واژه "کارآفرینی اجتماعی" در حال حاضر تنها برای تشریح و توصیف کارهای اجتماعی، سازمان های داوطلبانه و عمومی، مورد استفاده قرار نمی گیرد، بلکه برای برخی شرکت های خصوصی که به جای اهداف انتفاعی (سودآور) فعالیت های اجتماعی نیز انجام می دهند، اطلاق می گردد، بنابراین، امروزه جنبه مشترک موسسات اجتماعی، تاکید بر نشان دادن نیازهای اجتماعی، ایجاد ارزش اجتماعی فراتر از نوآوری های اجتماعی و به تبع آن، محرک تغییرات اجتماعی دارند (به عنوان مثال دیز ۲۰۰۱، تامپسون و همکاران ۲۰۰۰، گوکلو و همکاران ۲۰۰۲، پریدو و مک لان ۲۰۰۶، نیکلاس ۲۰۰۶، ویراوردنا و، سالیوان ۲۰۰۶)

با این حال، با وجود مطالعات متنوع انجام شده هنوز هیچ تعریف واضحی از ابعاد کارآفرینی اجتماعی وجود ندارد و بصورت گسیخته می باشد (آلورد و همکاران، ۲۰۰۴، دیز ۱۹۹۸، میر ومارتی ۲۰۰۶، پریدو و مک لان ۲۰۰۶، ویراوردنا و مورت ۲۰۰۶، زهرا و همکاران ۲۰۰۹)، علاوه بر این، هیچ شواهد محکمی مبنی بر ایجاد موسسات اجتماعی، عواملی که بر آن تاثیر می گذارند وجود ندارد، فقدان مطالعات تجربی درک ما را از فعالیت های کارآفرینانه اجتماعی محدود می کند، بنابراین اختصاص تلاش ها در این جهت خیلی مهم است (نیک و همکاران، ۲۰۰۹)

مطالعه ادبیات

¹ Neoliberalism² Drayton³ ASHOKA

مفهوم کارآفرینی تحت الشعاع مسائل جامعه قرار گرفته و از حد یک شعار فراتر نرفته و به صحنه های کسب و کار و سازما ن هنوز وارد نشده است، در اکثر کشورهای توسعه یافته، مفهوم کارآفرینی در سطوح اقتصادی جا افتاده به طوری که جوانان می توانند خود را به یک قهرمان تجاری تبدیل کنند.

ولی در کشور ما کارآفرینی اقتصادی بیشتر اشتباها به عنوان ایجاد شغل به کار برده می شود، کارآفرینی از دیدگاه های مختلف مورد بررسی قرار گرفته به طوری که پیتر دراکر^۴، مک کلند^۵، توماس بگلی^۶ و دیوید بوید^۷ نظرات متفاوت و گوناگونی در خصوص مفهوم کارآفرینی ارائه کرده اند.

جدول شماره ۱- پیدایش مفاهیم نظری کارآفرینی و اصطلاح کارآفرین

<p>ریچارد کانتیلون (۱۷۲۵): کسی که ریسک را می پذیرد با کسی که تأمین کننده سرمایه است فرق می کند.</p> <p>جان باپتیست سی (۱۸۰۳): سود ناشی از کارآفرینی از سود سرمایه مجزا است.</p> <p>فرانسیس والکر (۱۸۷۶): بین کسانی که سرمایه را تأمین می کنند و بهره می گیرند با کسانی که از توانایی های مدیریتی برخوردارند تفاوت وجود دارد.</p> <p>جوزف شومپیتر^۸ (۱۹۳۴): کارآفرین نوآور و پدیدآورنده هی فن آوری های تازه است.</p> <p>دیوید مک کلند (۱۹۶۱): کارآفرین فردی است فعال که ریسک های معمول را می پذیرد.</p> <p>پیتر دراکر (۱۹۶۴): کارآفرین فرصت ها را به حداکثر می رساند.</p> <p>آلبرت شاپرو (۱۹۷۵): کارآفرین مبتکر و سازمان دهنده ی چند ساز و کار اقتصادی و اجتماعی است و ریسک ورشکستگی را می پذیرد.</p> <p>کارل وسپر (۱۹۸۰): کارآفرین از دید اقتصاد دانان، روانشناسان، تاجران و سیاست مداران متفاوت است.</p> <p>گیفورد پینچات (۱۹۸۳): کارآفرین درون سازمانی، کارآفرینی در سازمانی تازه تأسیس شده است.</p> <p>رابرت هیسریچ (۱۹۸۵): کارآفرینی عبارت است از فرایند خلق چیز با ارزش و متفاوت از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی همراه با ریسک مالی، روانی و اجتماعی، هم چنین دریافت پاداش های مالی و رضایت شخصی از آن (هیسریچ و پیترز، ۱۳۸۳: ۶).</p> <p>مک میلان وام، لو، ۱۹۸۸: کارآفرینی یعنی ایجاد شرکت های جدید.</p> <p>تراپ مان و مورنینک استار ۱۹۸۹: کارآفرینی یعنی ترکیب متفکر با مجری؛ کارآفرین فردی است که فرصت .</p> <p>ارائه ی یک محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا تفکر جدید برای یک مشکل قدیمی را می یابد و می خواهد تأثیر یک اندیشه و محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند (شاه حسینی، ۱۳۸۶: ۲).</p>

تعاریف جدید کارآفرینی در سه دسته طبقه بندی شده اند:

- الف - تعاریفی که بر ویژگی های شخصیتی کارآفرینان تأکید می کنند:
- ❖ کارآفرین شخصی است که دارای خصوصیات مخاطره پذیری، رهبری، انگیزش و توانایی حل بحران می باشد (Leibenstein, ۱۹۶۸)
 - ❖ کارآفرینان رهبران و مشارکت کنندگان اصلی در فرایند تخریب خلاق می باشند (Schumpeter 1942)
 - ❖ کارآفرین فردی است که سرمایه گذاری در شرایط عدم اطمینان را متعهد می شود و برخوردار از یک سطح پایین و غیر معمول از مخالفت با عدم اطمینان است (Knight, ۱۹۲۱)
- ب - تعاریفی که بر فرایند کارآفرینی یا نتایج آن تأکید می کنند:
- ❖ کارآفرینی عبارت است از ایجاد یک مؤسسه ی جدید (Low & Macmilla, ۱۹۸۸)
 - ❖ کارآفرینی عبارت است از ایجاد یک سازمان جدید (Gartner, ۱۹۸۵)

⁴ Peter Drucker

⁵ David McClelland

⁶ Thomas Bagley

⁷ David boyd

⁸ J.Schumpetere

- ❖ کارآفرین فردی است که ترکیبات جدیدی از عوامل تولید (زمین و کار) ارائه می کند، این عوامل زمانی که با سرمایه ترکیب شوند منجر به تعادلی پایدار در جریان دورانی زندگی اقتصادی و ایجاد یک سطح جدید می شود. (Schumpeter, 1934)
- ❖ کارآفرینی فرایندی است که از ترکیبات جدید، منحصر به فرد و با ارزش منابع، در شرایط عدم اطمینان و مبهم محیطی سود بدست می آورد (Amit, Glosten & Muller, ۱۹۹۳)
- ج - تعاریفی که بر فعالیت های کارآفرینی تأکید می کنند:
- ❖ کارآفرین کسی است که یکی از فعالیت های ذیل را انجام می دهد:
 - بازارها را یکپارچه و مرتبط می سازد؛
 - خلأ ها و شکاف های بازار را پر می نماید؛
 - با صرف وقت، خود را درگیر تغییرات ساختاری و سازمانی می کند؛
- کلیه ی عوامل را برای تولید و بازاریابی یک محصول مهیا می کند (Leibenstein ۱۹۶۸)
- ❖ کارآفرینی عبارت است از یک فعالیت هدفمند برای ایجاد، نگهداری و توسعه ی تجارت های سودآور (Cole, 1968)
- ❖ کارآفرین فردی است که فرصت های سودآور را تشخیص می دهد و فعالیت هایی را برای برطرف کردن نیازهای ارضا نشده شروع می کند یا فعالیت ها را به طور مؤثرتر از حد معمول انجام می دهد (Kirzner ۱۹۸۵)
- ❖ کارآفرینان عبارتند از آخرین مدعیان کنترل عملیاتی سازمان (Shane & Cable, ۱۹۹۷)

تحلیلی بر تعاریف ارائه شده در خصوص کارآفرینی

به طور کلی با مروری بر سیر تعاریف کارآفرین و کارآفرینی موارد زیر قابل تأمل بوده و پرداختن به آن ها ضروری می باشد:

الف) مفهوم کارآفرینی به تدریج دگرگون گردیده و تکامل یافته است

ب) تعریف واحد و مشابهی که به طور کامل مورد قبول یا رد باشد وجود ندارد

ج) مفهوم کارآفرینی ریشه در تفکر و زیربنای فکری افراد مختلف در مکاتب مختلف دارد

د) تلاش بر ای مفهوم سازی کارآفرین از مکاتب اقتصادی آغاز گردید و توسط روانشناسان و سپس جامعه شناسان و محققین مدیریت ادامه یافت (احمد پور داریانی، ۱۳۸۱: ۲۶)

مفهوم و معنای کارآفرینان اجتماعی

مفهوم کارآفرینی تحت الشعاع مسائل جامعه قرار گرفته و از حد یک شعار فراتر نرفته و به صحنه های کسب و کار و سازمان هنوز وارد نشده است، در اکثر کشورهای توسعه یافته، مفهوم کارآفرینی در سطوح اقتصادی جا افتاده به طوری که جوانان می توانند خود را به یک قهرمان تجاری تبدیل کنند. ولی در کشور ما کارآفرینی اقتصاد بیبیشتر اشتباهاً به عنوان ایجاد شغل به کار برده می شود.

مفهوم کارآفرینی اجتماعی از تعاملات انسانی و کنش و واکنش بشری نشأت گرفته است. کارآفرینی اجتماعی منفعت موسسه اجتماعی را با تصویری از انضباط، نوآوری و وابستگی اجتماعی بیان می دارد. با توجه به اینکه اکثر موسسات اجتماعی با بازدهی پایین و عدم کارایی مواجه اند و بسیاری از فعالیتهای بشردوستانه از انتظارات و برنامه های دولت به دور مانده اند ضروری است که کارآفرینان به مسائل اجتماعی توجه بیشتری داشته باشند؛

کارآفرینان اجتماعی نیازمند به توسعه و گسترش طرحها و مدل های جدید برای قرن حاضر هستند. کارآفرینی اجتماعی پدیده نو و جدیدی نیست بلکه کارآفرینی از زمان پیدایش موسسات و بنگاه هایی که به رسمیت شناخته شده اند مطرح شده و کارآفرینان روشهای کارآمد و موثری را برای اجرای ماموریت های اجتماعی خود جستجو می کنند. اکثر کارآفرینان اجتماعی با سازمانهای غیرانتفاعی جهت کسب سود و درآمد شروع به کار می کنند و صاحبان کار و سرمایه نیز با جذب آنان مسئولیت اجتماعی خود را به کارآفرینان اجتماعی واگذار می کنند. سؤالی که در این زمینه مطرح می شود این است که: کارآفرین اجتماعی چگونه فردی است؟ کارآفرین اجتماعی تمایل به چه کاری دارد؟ کارآفرین اجتماعی چه مفهومی دارد؟

کارآفرینان اجتماعی افرادی هستند که تغییراتی را در خدمات اجتماعی از طریق موارد ذیل جهت دستیابی به ارزش اجتماعی به وجود می آورند:

- ❖ تبیین و تعریف فرایندهای جدید خدمات، تولیدات یا روشهای منحصر به فرد عملیاتی که با نوآوری همراه است؛
 - ❖ ایجاد ظرفیت هایی برای ماندگاری و گسترش فعالیت؛
 - ❖ توجه به ایجاد سرمایه و ارزش اجتماعی؛
 - ❖ به کارگیری نگرشهای بازارمدار برای حل مسائل اجتماعی؛
 - ❖ یافتن بازارها و فرصتهای جدید برای مأموریت غیر سودآور یا زمینه های حمایت نشده توسط نیروهای بازار؛
- کارآفرین اجتماعی خلق کننده ارزش اجتماعی است ولی توجه اینکه منابع مورد استفاده کارآفرین در ایجاد آن ارزش، مناسب بوده یا خیر، کار مشکلی است و تعهد اجتماعی شاخص مناسب و قوی برای بررسی کارایی و اثربخشی امور اجتماعی نیست. کارآفرینان اجتماعی در بازار کار می کنند اما این بازارها دارای نظم و انضباط معینی نیستند. خیلی از سازمانهای هدفدار اجتماعی برای بعضی از خدمات خود حق الزحمه مطالبه می کنند، آنها همچنین در دریافت بخشش ها، کمک های داوطلبانه و انواع دیگری از پشتیبانی ها رقابت می کنند. کارآفرینان اجتماعی دارای خصوصیات مشترکی هستند که این ویژگیها عبارتند از:
- ❖ تفکر بیش از حد و دیدن فرصتهایی که دیگران نمی بینند؛
 - ❖ مخاطره پذیری و تشویق به قضاوت و تعقل؛
 - ❖ مشکل گشایی؛
 - ❖ ایجاد چشم اندازهای عملی به وسیله عقایدشان که باعث بهبود زندگی افراد می شود؛
 - ❖ ساعت کاری چرخشی (منعطف) با ترغیب به سوی هدف اجتماعی؛

جدول شماره ۲- برخی تعاریف جدید کارآفرینی اجتماعی

سال	نام نویسنده	تعریف
۲۰۰۰	بورینس	رهبرانی که در سازمان های بخش عمومی (دولتی) نوآوری می کنند
۲۰۰۱	هیبرت و دیگران	استفاده از رفتار کارآفرینانه برای اهداف اجتماعی به جای اهداف انتفاعی
۲۰۰۱	اسمال بونت و دیگران	مؤسسات اجتماعی که به منظور اهداف اجتماعی فعالیت می کنند اسمال بونت و دیگران
۲۰۰۲	کوک، داس و میشل	مشارکت اجتماعی بین بخش های دولتی، اجتماعی و تجاری به منظور مهار قدرت بازار در جهت اهداف عمومی
۲۰۰۲	شاو و دیگران	طرح مشکلات اجتماعی به همان نحوی که یک کارآفرین تجاری برای خلق رفاه مطرح می کند،
۲۰۰۲	تامپسون	فرایند اضافه کردن چیز جدید و متنوع به منظور ساختن سرمایه ی اجتماعی
۲۰۰۳	سولیوان، مرت و دیگران	جست و جو و ثبت فرصت هایی که منجر به ایجاد سازمان های اجتماعی جدید یا تداوم نوآوری در سازمان های موجود میگردد

مرور پژوهش های پیشین

به رغم توافق محققان درباره ی ضرورت شناخت کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی، بیشتر پژوهش ها در این زمینه، با الهام از ادبیات کارآفرینی اقتصادی انجام شدند درحالی که، ادبیات کارآفرینی اقتصادی نمی تواند به درک کارآفرینان اجتماعی که محرک اولیه شان ایجاد ارزش اجتماعی است کمک کند.

همچنین متون پژوهشی کارآفرینی اجتماعی عموماً با استفاده از مطالعات موردی و یا شواهد حکایتی به دست آمده از سازمان های حامی کارآفرینان اجتماعی حاصل شده اند بنابراین تبیین و مفهوم سازی کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک رشته ی علمی مجزا با استفاده از روش های تحقیق جدیدتر وجود دارد، از سوی دیگر، کارآفرینی اجتماعی پدیده ای وابسته به زمینه^۹ است بنابراین،

^۹ contextual

برای توسعه ی آن در هر زمینه ی خاص فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، بایستی ابتدا شناختی از فرایندها، سازوکارها و عناصر خاص این پدیده انجام شود، (یادگار و همکاران ۸۸۷۰، ص ۸۰)

یافته ها

کار آفرینی را می توان در سه بخش تقسیم کرد:

الف) کار آفرینی خصوصی: از فعالیت های ابتکاری و سودآور در بخش خصوص ی به وجود می آید و می تواند به عنوان کار آفرین درون سازمانی یا کار آفرینی کسب و کارهای کوچک هم تعریف شود، کار آفرینی درون سازمانی فعالیت کار آفرینانه می باشد که در داخل شرکت اتفاق می افتد، همچنین کار آفرینی خصوصی در کسب و کارهای کوچک یا حتی ابتکارها و نوآوری های فردی که بعداً تجاری می شوند، متداول است،

ب) کار آفرینی دولتی: فعالیت نوآورانه ای است که در بخش عمومی، جایی که در آن به راه حل های خلاقانه ای نیاز داریم، ضروری و لازم است، کار آفرینی دولتی به ندرت به عنوان کار آفرینی درون سازمانی در صورتی که از داخل سازمان نشأت بگیرد، تعریف می شود (نویدفر، ۱۳۸۴-۹۸-۹۹)

ج) کار آفرینی اجتماعی: کار آفرینی اجتماعی برای افراد و محققان مختلف معانی متفاوتی دارد، گروه ی از محققان به کار آفرینی اجتماعی به عنوان یک مفهوم غیر انتفاعی که در جست و جوی استراتژی با طرح های مدیریتی برای خلق ارزش های اجتماعی هستند اشاره می کنند.

گروه دوم آن را به عنوان عمل پاسخگویی اجتماعی به مشاغل تجاری موجود در بخش های سازمان در نظر می گیرند، و گروه سوم کار آفرینی اجتماعی را به عنوان کاهش دهنده (تسکین دهنده ی) مسائل اجتماعی و شتاب دهنده ی تغییرات اجتماعی در نظر می گیرند (Mair & Marti, 2006, 37)

مهم است که به تفاوت های مفهومی تعاریف توجه کنیم، تعاریف کار آفرینی اجتماعی به نوعی فرایند یا رفتار اشاره می کند، تعاریف کار آفرینان اجتماعی به شخص مبتکر و تعاریف مؤسسات اجتماعی به نتایج عینی کار آفرینی اجتماعی اشاره می کند، علی رغم تعریف زیاد تلاش سیستماتیک کمی برای برنامه ریزی ابتکارات و تعاریف صورت گرفته است، تعاریف مکمل هم بوده و هر کدام بر جنبه های مختلف پدیده تمرکز دارند و مانعی برای یافتن یک تئوری نیستند.

نتیجه گیری

کار آفرینان اجتماعی، ویژگی ها و رفتارهایی شبیه به کار آفرینان اقتصادی (مانند رهبری خوب و مهارت های مدیریتی) دارند، ولی آن ها بیشتر با کارها و فعالیت های دلسوزانه و حمایت کننده ارتباط دارند، تا کسب پول، آن ها برای حل مشکلات اجتماع ی تصور و بینش مطلوبی دارند، دیگران را تشویق و تحریک می کنند و دارای توانایی و ظرفیت غلبه بر موانع و خطرات در این فرایند هستند، این کار آفرینان به اجتماع نزد یک ترند، از این رو می توانند نیازهای واقعی را تشخیص دهند و به آن ها با روش هایی هدفمند و با معنا پاسخ دهند،

این اشخاص به داشتن یک بینش برای تغییرهای اجتماعی نیاز دارند و با انگیزه ی سودآوری تحریک نمی شوند و اگر خواهان این هستند که تأثیری عمده و مهم بر اجتماعات اطراف خود بگذارند و حمایت شوند، باید از توانایی تشویق دیگران و ارتباطات خوب، به بهترین شکل بهره مند باشند.

امروزه در سرتاسر جهان سازمان ها و نهادهای مختلف غیر انتفاعی و مدنی به شناسایی، معرفی و تشویق کار آفرینان اجتماعی مبادرت کرده اند، برای مثال بنیاد پژواک سبز در نیویورک، مرکزهای کار آفرینان اجتماعی تحت پوشش مرکز، (ASHOKA) در سانفرانسیسکو و بنیاد آشوکا (REDF) بین المللی کار آفرینی اجتماعی، صندوق توسعه کار آفرینی رابتر در زمینه های کمک سرمایه ای مخاطره آمیز به کار آفرینان، برگزاری سمینارهای آموزشی، مشاوره، خدمات بازرگانی، آموزش و پرورش کودکان، فعالیت های محیط زیست، کاهش فقر و ایجاد درآمد، حقوق زنان، زمینه های نانوانی و معلولی کار آفرینی کرده اند، می توان ادعا کرد این آغاز راه کار آفرینی اجتماعی است.

منابع و مراجع

- [۱] هیسریچ، روبرت / پی پیترز، مایکل، ۱۳۸۳، کارآفرینی، ترجمه سید علی رضا فیض بخش و حمیدرضا تقی یاری، تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی شریف، جلد اول
- [۲] احمد پور داریانی، محمود، فروردین ۱۳۸۱، کارآفرینی (تعاریف، نظریات و الگوها)، انتشارات پردیس ۵۷ چاپ چهارم
- [۳] حسن مرادی، نرگس، ۱۳۸۵، مدیریت کارآفرینی، انتشارات موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، چاپ اول
- [۴] شاه حسینی، علی، زمستان ۱۳۸۶، کارآفرینی، انتشارات آییژ، چاپ اول
- [۵] هیأت نویسندگان، ۱۳۸۰، مقدمه ای بر کارآفرینی، ترجمه سیامک مطاق، انتشارات کوهسار، چاپ دوم
- [۶] نویدفر، محمد حجت، ۱۳۸۴، کارآفرینی اجتماعی، مقالات منتخب سمینار کارآفرینی تطبیقی، انتشارات اعلام التقی، چاپ اول انتشارات
- [۷] صمدآقایی، جلیل، ۱۳۷۸، بحثی پیرامون گستره کارآفرینی و پارادایم جدید آن، «کارآفرینی اجتماعی» مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول
- [۸] نشریه دانش، «مروری بر زمینه های سیاسی و اجتماعی» ۸، علی میری، مصطفی، بهار ۱۳۸۵، کارآفرینی اجتماعی مدیریت، سال ۱۹، شماره ۷۲
- [۹] خنیفر، حسین، ۱۳۸۵، کارآفرینی در نظام ارزشی، انتشارات اکرام، چاپ اول
- [۱۰] مقیمی، سید محمد، بهار ۱۳۸۳ کارآفرینی در نهاد های جامعه مدنی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول
- [۱۱] مقیمی، سید محمد، بهار ۱۳۸۲، کارآفرینی اجتماعی، نشریه رهیافت، شماره ۲۹
- [۱۲] طالبیان، احمد رضا، آذر ۱۳۸۱، کارآفرینی اجتماعی، نشریه تدبیر، شماره ۱۲۸
- [۱۳] احمدپورداریانی، محمود «کارآفرینی، شغلی که در ایران نیست»، تدبیر، شماره ۱۲۰
- [14] Ana María Peredo and Murdith McLean; Social entrepreneurship: A critical review of the concept
- [15] Johanna Mair, and Ignasi Martí; Social entrepreneurship research: A source of
- [16] Explanation, prediction, and delight; February 2006, Pages 36-44 ;copyright © 2005 Elsevier Inc, All rights reserved.
- [17] Jay Weerawardena and Gillian Sullivan Mor; Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model.