



Identifying and Ranking Barriers to Social Entrepreneurship Development in NGOs in Chaharmahal and Bakhtiari Province

Vahid Khorshidi



MSc Student in Governmental Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Mehdi Mohammadi *



Assistant Professor of Governmental Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Abolfazl Baghbani Arani



Associate Professor of Agriculture, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Hossein Sotudeh Arani



Assistant Professor of Governmental Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Introduction

Social entrepreneurship is one of the most recent topics in the field of entrepreneurship, along with organizational entrepreneurship and other types of entrepreneurship, which have received attention in scientific circles in recent years. This research was conducted with the aim of identifying and prioritizing the obstacles to the development of social entrepreneurship in the provinces of Chaharmahal and Bakhtiari and based on a qualitative method.

Literature Review

One of the challenges of facing the issue of social entrepreneurship is the ambiguity caused by different definitions in this field, which has been tried to be clarified in some studies. Moghimi (2003) while examining different definitions of social entrepreneurship has concluded that society needs to increase its social capital to

* Corresponding Author: mohammadi12035@pnu.ac.ir

How to Cite: Khorshidi, V; Mohammadi, M; Baghbani Arani, A; Sotudeh Arani, H. (2025). Identifying and ranking barriers to social entrepreneurship development in NGOs in Chaharmahal and Bakhtiari province, *Journal of Social Development and Welfare Planning*, 15(61), 239-272.

ensure development and progress in addition to strengthening financial capital, and social capital can also be increased by social entrepreneurs. Dehdashti and Abdul Ali (2012) listed two basic challenges for every social entrepreneur: doing the right things (strategic marketing) and doing them right (operations); Another important research that has been conducted in the field of factors affecting social entrepreneurship is the research of Noorpour et al (2020). In their study titled "Identifying and Ranking Factors Affecting Social Entrepreneurship (in Iranian Non-Profit Organizations)," they categorized the factors into four general categories: driving factors in the startup stage, strategic factors, environmental driving factors, and organizational factors. After analyzing the hierarchy in the order of strategic factors, driving factors in the start-up stage, organizational factors, and finally environmental driving factors were introduced as the hierarchy of factors affecting social entrepreneurship in government organizations.

Materials and Methods

Accordingly, first, by conducting a semi-structured interview with the managers of the province's NGOs, the obstacles to the development of social entrepreneurship were identified, and in the next step, the identified factors were ranked using the fuzzy hierarchical analysis method. The statistical population of this research was 74 managers of the schools of Chaharmahal and Bakhtiari province, from which a random sample of 20 was selected for the interview and a random sample of 40 was selected for the rating questionnaire.

Results

The results of the research showed that the non-cooperation of the government and government agencies is the first factor, the lack of awareness of social entrepreneurship among the people is the second factor, and the factors of people's lack of acceptance of entrepreneurial plans and people's lifestyles and their mental barriers ranked next. In this research, despite the important thematic differences with the current research, some effective factors in social entrepreneurial activities have been identified, and accordingly, the informal institutional factor of "social networks" and the official institutional factor of "support mechanisms" have received the highest priority. The majority of interviewees found the ease of obtaining a license, the government's support for social institutions, the existence of laws related to social institutions, and the government's trust in social institutions effective in implementing social entrepreneurial activities, but they have emphasized that they have been deprived of these supports in the implementation of their social entrepreneurial activity. This conclusion is most consistent with the results of the

present study, which considered the lack of cooperation of the government and government agencies to be the most important obstacle to the development of social entrepreneurship.

Discussion and Conclusion

As it is clear, the research result is not fully consistent with the research hypothesis, of course, there are behavioral factors and social attitudes among the listed obstacles, however, the most important factor in the development of social entrepreneurship in non-governmental organizations in Chaharmahal and Bakhtiari province, which the results of this research show, is the non-cooperation of the government and government agencies, which did not have a place among the research hypotheses. Facilitating the provision of licenses to social entrepreneurial activities and their financial support, holding training workshops for activists of non-governmental organizations, and also creating a culture among people for the desire for collective activities by public media are among the solutions to remove obstacles to the development of social entrepreneurship in NGOs in Chaharmahal and Bakhtiari province. Therefore, it is not far-fetched to expect that the non-governmental organizations of Chaharmahal and Bakhtiari province will also expect more material and moral support from the government and government agencies in the field of social entrepreneurship development. Of course, according to most of the trustees of non-governmental organizations in Chaharmahal and Bakhtiari province, some government agencies not only do not facilitate social entrepreneurial activities, but because of a sense of competition with these organizations, they obstruct their activities and use their power tools to prevent their activities. Education and Training, Relief and Welfare Committee, and Sports and Youth Administration are the agencies that the activists of non-governmental organizations in Chaharmahal and Bakhtiari province complain about the most.

Keywords: Social Participation, NGO, Entrepreneurship, Social Capital, Civil Society



شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

وحدید خورشیدی 

استادیار مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

مهدی محمدی* 

دانشیار کشاورزی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

ابوالفضل باغبانی آرانی 

استادیار مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

حسین ستوده آرانی 

چکیده

این تحقیق با هدف شناسایی و اولویت‌بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سمن‌های استان چهارمحال و بختیاری و بر مبنای روش کیفی صورت گرفته است. بر این اساس نخست با اجرای مصاحبه نیمه ساختاریافته با مدیران سمن‌های استان، موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی شناسایی و در مرحله بعدی به رتبه‌بندی عوامل احصا شده با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی فازی پرداخته شد. جامعه آماری این پژوهش ۷۴ نفر از مدیران سمن‌های استان چهارمحال و بختیاری بوده که نمونه تصادفی ۲۰ نفره برای مصاحبه و نمونه ۴۰ نفره تصادفی برای پرسشنامه رتبه‌بندی از میان آن‌ها انتخاب گردید. نتایج پژوهش نشان داد که عامل عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی در رتبه نخست و عامل عدم آگاهی سمن‌ها از کارآفرینی اجتماعی در رتبه دوم و عوامل عدم استقبال افراد از طرح‌های کارآفرینانه و سبک زندگی مردم و مانع ذهنی آن‌ها در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. تسهیل ارائه مجوز به فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی و حمایت مالی از آنها، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای فعالین سازمان‌های مردم‌نهاد و نیز فرهنگ‌سازی در میان مردم برای میل به فعالیت‌های جمعی توسط رسانه‌های عمومی از جمله راهکارهای رفع موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سمن‌های استان چهارمحال و بختیاری می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: مشارکت اجتماعی، سمن، کارآفرینی، سرمایه اجتماعی، جامعه مدنی

مقدمه و بیان مسئله

کارآفرینی اجتماعی یکی از جدیدترین مباحثی است که در حوزه کارآفرینی، در کنار کارآفرینی سازمانی و دیگر انواع کارآفرینی، طی سال‌های اخیر در محافل علمی مورد توجه قرار گرفته است. کارآفرینی اجتماعی یک حوزه علمی در حال ظهور برای پژوهش و تحقیق در ادبیات کارآفرینی و همچنین در ادبیات کارهای عام‌المنفعه می‌باشد (رضایی، ۱۳۹۱: ۴). تعاریف متعددی برای کارآفرینی اجتماعی مطرح شده است و کارآفرینی اجتماعی همچون کارآفرینی، که بیش از سه قرن از معرفی آن می‌گذرد، تعریفی واحد و مشخص ندارد. به رغم آنکه تعاریف کارآفرینی اجتماعی نقاط اشتراکی دارند، در برخی موارد، اختلاف‌های بسیاری میان آن‌ها مشاهده می‌شود اما تقریباً در همه تعاریف، کارآفرینی اجتماعی مأموریتی اجتماعی و فراتر از کسب سود و منافع شخصی دارد (طیب‌زاده، ۱۳۹۴: ۵).

نبود تعریفی واحد برای کارآفرینی موجب شده تا هر یک از محققان بر جنبه‌های خاصی از کارآفرینی اجتماعی تأکید کنند. ادبیات کارآفرینی اجتماعی، مانند ادبیات کارآفرینی گسترده و متنوع است اما می‌توان جنبه‌های مشترکی میان تعاریف مختلف ارائه شده برای کارآفرینی اجتماعی یافت (طیب‌زاده، ۱۳۹۴: ۸). مهم است که به تفاوت‌های مفهومی تعاریف توجه کنیم. تعاریف کارآفرینی اجتماعی به‌نوعی فرایند یا رفتار اشاره می‌کند، تعاریف کارآفرینان اجتماعی به شخص مبتکر و تعاریف مؤسسات اجتماعی به نتایج عینی کارآفرینی اجتماعی اشاره می‌کند.

علیرغم تعریف زیاد تلاش سیستماتیک کمی برای برنامه‌ریزی ابتکارات و تعاریف صورت گرفته است. تعاریف مکمل هم بوده و هر کدام بر جنبه‌های مختلف پدیده تمرکز دارند و مانعی برای یافتن یک تئوری نیستند (آهنگریور و حسینی فرد: ۲۸). تعاریف ارائه شده برای کارآفرینی اجتماعی در دو دسته کلی تعاریف گسترده و تعاریف محدود قرار می‌گیرند. در تعریف گسترده، کارآفرینی اجتماعی به معنای فعالیت‌های نوآورانه در بخش‌های انتفاعی، غیرانتفاعی و ترکیبی (ترکیب ساختارهای انتفاعی و غیرانتفاعی) در نظر

گرفته می‌شود، حال آنکه در تعریف محدود از کارآفرینی اجتماعی برخی از محققان به معنای اتخاذ رویکردهای انتفاعی و بازارمحور توسط سازمان‌های غیرانتفاعی یا توسعه راهکارهای نوآورانه برای کسب درآمد توسط این سازمان‌ها معنا شده است (طیب‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۰).

اهمیت کارآفرینی اجتماعی به این دلیل است که در پی یافتن راه‌حل‌هایی اثرگذار و پایدار است که در بیشتر نقاط جهان قابلیت اجرا داشته باشند. کشور ما نیز در مسیر برداشتن گام‌هایی به سمت توسعه و پیشرفت بوده و مطرح کردن مقوله کارآفرینی اجتماعی در ایران می‌تواند به سرعت دادن روند پیشرفت کمک کند. از سوی دیگر ایران کشوری است که سابقه پر بار و دیرینه‌ای در حوزه فعالیت‌های عام‌المنفعه دارد و توجه به رویکردی نو در این زمینه سبب به فعل درآمدن قابلیت‌های بالقوه موجود در این حوزه می‌شود (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳).

یکی از ابزارهای اساسی مدیریت‌گرایی، ایجاد مشارکت‌های مردمی از طریق تشکل‌های غیردولتی^۱ است. NGOs سازمان‌هایی هستند که در یک طیف وسیعی از خدمات گوناگون فعالیت می‌کنند. آن‌ها حوزه مهمی از فعالیت‌های مهم اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را در کنار دولت و بازار تشکیل می‌دهند و نقش‌های رو به تزایدی را در خط‌مشی عمومی ایفا می‌کنند. سازمان‌های غیردولتی با استفاده از کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر مزایا و محدودیت‌های ناشی از تطبیق عملیات خود با ویژگی‌های محیط‌های عملیاتی بخش عمومی به دنبال فرصت‌های جدید هستند (مقیمی، ۱۳۸۲: ۵۰). این سازمان‌ها به عنوان عاملان اصلی توسعه شناخته شده‌اند و روزبه‌روز بر تعداد و حجم عملیات آنها افزوده می‌شود (مقیمی، ۱۳۸۷: ۳).

NGO ها محصول دورانی هستند که به سرعت در حال سپری شدن است. با این حال، اهداف مشترکی که آنها برای رسیدن به آن تلاش می‌کنند مرتبط باقی می‌مانند. فقر، نابرابری، ناامنی و بی‌عدالتی از ویژگی‌های سرسخت نظم جهانی قدیم و از ویژگی‌های

1. Non-Governmental Organization

شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی...، خورشیدی و همکاران | ۲۴۵

پایدار نظم جدید هستند (Fowler, 2000: 637). آنها از تلاش‌های عملیاتی خود بر اهداف اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، از جمله برابری، آموزش، بهداشت، حفاظت از محیط‌زیست و حقوق بشر حمایت می‌کنند. سازمان‌های غیردولتی که بازیگران غیردولتی و غیر بازاری هستند، «بخش سوم» را تشکیل می‌دهند، که نماینده جامعه مدنی هستند و امروزه در یک محیط رقابتی فزاینده فعالیت می‌کنند (Schwenger et al., 2014: 11).

در ایران نیز چند صباحی است که سازمان‌های مردم‌نهاد مورد توجه جدی قرار گرفته و دولت تلاش می‌کند تا ضمن کمک به شکل‌گیری و ایجاد این نهادهای جامعه مدنی در فعالیت‌های توسعه برای آن‌ها نقشی محوری قائل شود (مقیمی، ۱۳۸۷: ۱۵۲). در آیین‌نامه اجرایی تأسیس و فعالیت سازمان‌های غیردولتی مصوب هیأت وزیران جمهوری اسلامی ایران، سازمان‌های غیردولتی، این‌گونه تعریف شده‌اند: سازمان غیردولتی به تشکلهایی اطلاق می‌شود که توسط گروهی از اشخاص حقیقی یا حقوقی غیرحکومتی به صورت داوطلبانه با رعایت مقررات مربوطه تأسیس شده و دارای اهداف غیرانتفاعی و غیرسیاسی می‌باشد. موضوع فعالیت سازمان مشتمل بر یکی از موارد علمی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی، هنری، نیکوکاری و امور خیریه، بشردوستانه، امور زنان، آسیب دیدگان اجتماعی، حمایتی، بهداشت و درمان، توانبخشی، محیط‌زیست، عمران و آبادانی و نظایر آن، یا مجموعه‌ای از آنها می‌باشد (سایت مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی).

از این‌رو در سال‌های اخیر توجه بیشتری به لزوم توسعه کارآفرینی اجتماعی در تشکلهای مردم‌نهاد در ایران شده است به گونه‌ای که معاون ساماندهی امور جوانان وزارت ورزش و جوانان در مصاحبه‌ای کارآفرینی اجتماعی را رسالت اصلی تشکلهای مردم‌نهاد و سمن‌ها معرفی می‌کند (ایرنا).

دیدگاه غالب در توانمندسازی سازمان‌های غیردولتی، توسعه کارآفرینی در آنهاست و دو استدلال اساسی از نیاز به کارآفرین شدن این سازمان‌ها حمایت می‌کند: رهبری اجتماعی و مسئولیت‌های اخلاقی در قبال جامعه. بر این اساس این سازمان‌ها باید توانایی حل و فصل مشکلات مهم را داشته و روش‌های جدیدی را بیابند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۷:

۴۲). این تشکلهای با استفاده از فرایند کارآفرینی اجتماعی به دنبال کشف فرصت‌های جدیدی هستند (Lewis, 2001:3) و در واقع کارآفرینی اجتماعی پدیداری رفتاری در سازمان‌های غیردولتی بوده که هدف آن ایجاد ارزش اجتماعی با بهره‌برداری از فرصت‌های جدید است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۲).

در سال‌های اخیر توجه بیشتری به لزوم توسعه کارآفرینی اجتماعی در تشکلهای مردم‌نهاد در ایران شده است به گونه‌ای که معاون ساماندهی امور جوانان وزارت ورزش و جوانان در مصاحبه‌ای کارآفرینی اجتماعی را رسالت اصلی تشکلهای مردم‌نهاد و سمن‌ها معرفی می‌کند (ایرنا).

برای به کارگیری و توسعه کارآفرینی اجتماعی چالش‌هایی وجود دارد، اندازه پشتیبانی پایگاه‌های گوناگون اجتماعی، مهم‌ترین چالش پیش روی کارآفرینان اجتماعی است. ازجمله این پایگاه‌ها می‌توان به دولت، ارگان‌ها، موسسه‌ها، بخش خصوصی، نهادهای آموزشی و ... اشاره کرد. البته در مجموع مطالعات کمی در مورد موانع کارآفرینی اجتماعی انجام شده است.

برخی بیشتر بر موانع ساختاری و دولتی تأکید دارند و گروهی از پژوهشگران بر عوامل درونی سازمان‌ها، رایینسون استدلال می‌کند که موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی عمدتاً شامل ساختارهای نهادینه و سازمان‌دهی شده است. به گفته فری، عوامل محیطی که بر فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارند شامل نهادهای رسمی هستند: مخارج عمومی، اثربخشی حاکمیت، دسترسی به منابع مالی و نهادهای غیررسمی مانند نگرش‌های اجتماعی، نیازهای اجتماعی و آموزش (Razavi et al., 2014: 2). ازاین‌رو شناسایی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی و ارائه راهکار برای رفع این موانع و چالش‌ها می‌تواند زمینه‌ساز گسترش کارآفرینی اجتماعی و به تبع آن توانمندتر شدن سازمان‌های مردم‌نهاد و جامعه مدنی گردد.

هدف از پژوهش حاضر شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری بوده که با استفاده از روش کیفی و

شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی...، خورشیدی و همکاران | ۲۴۷

مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته این عوامل شناسایی و با توزیع پرسشنامه و استفاده از ماتریس مقایسات زوجی رتبه‌بندی گردیدند. فرضیه پژوهش با توجه به تحقیق رضوی و همکاران (Razavi et al., 2014:2) عدم مشارکت فعال شهروندان در امور اجتماعی را به عنوان مانع اصلی توسعه کارآفرینی اجتماعی قلمداد کرده که این عامل بیش از هر چیز نشأت گرفته از نگرش اجتماعی و عوامل رفتاری شهروندان است.

چهارچوب مفهومی

رویکرد جایگزین برای کارآفرینی اقتصادی کارآفرینی اجتماعی است. به کارآفرینی اجتماعی که امروزه به مفهوم مأموریتی اجتماعی و انسان دوستانه از طریق فعالیت‌های مختلف کسب و کار مدنظر قرار می‌گیرد، به عنوان یکی از راهکارهای حل برخی مسائل و آسیب‌های اجتماعی توجه شده است (مرجانی و صدری، ۱۳۹۳: ۲۸۹).

برخلاف کارآفرینی اقتصادی و تجاری که در آن هدف دستیابی به سود و منافع فردی است. هدف کارآفرینی اجتماعی تأمین نیازهای اجتماعی، حل مسائل عمومی و تحقق مأموریت‌های اجتماعی است (ابطحی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۱).

نبود تعریفی واحد برای کارآفرینی موجب شده است تعاریفی مختلف برای کارآفرینی اجتماعی ارائه شود و محققان با اتخاذ تعاریف متفاوت کارآفرینی، بر جنبه‌های خاصی از کارآفرینی اجتماعی تأکید کنند. ادبیات کارآفرینی اجتماعی، مانند ادبیات کارآفرینی گسترده و متنوع است اما می‌توان جنبه‌های مشترکی میان تعاریف مختلف ارائه‌شده برای کارآفرینی اجتماعی یافت (طیب زاده، ۱۳۹۴: ۸).

تعاریف ارائه‌شده برای کارآفرینی اجتماعی در دو دسته کلی تعاریف گسترده و تعاریف محدود قرار می‌گیرند. در تعریف گسترده، کارآفرینی اجتماعی به معنای فعالیت‌های نوآورانه در بخش‌های انتفاعی، غیرانتفاعی و ترکیبی (ترکیب ساختارهای انتفاعی و غیرانتفاعی) در نظر گرفته می‌شود، حال آنکه در تعریف محدود از کارآفرینی اجتماعی برخی از محققان به معنای اتخاذ رویکردهای انتفاعی و بازارمحور توسط

سازمان‌های غیرانتفاعی یا توسعه راهکارهای نوآورانه برای کسب درآمد توسط این سازمان‌ها معنا شده است. به رغم گستردگی تعاریف کارآفرینی اجتماعی، وجه اشتراک همه تعاریف کارآفرینی اجتماعی این است که هدف اصلی کارآفرینی اجتماعی خلق ارزش برای جامعه و نه کسب سود برای سهام‌داران است همچنین نوآوری نیز در اکثر تعاریف ارائه‌شده از کارآفرینی اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است (طیب زاده، ۱۳۹۴: ۱۰).

دیز و اندرسون (Dees and Anderson, 2006: 44) مجموعه تعاریف ارائه‌شده درباره کارآفرینی اجتماعی را در دو مکتب عمده تقسیم‌بندی کرده‌اند. این دو مکتب عبارت‌اند از: ۱) مکتب «بنگاه اجتماعی» که در سازمان‌های غیرانتفاعی به مکتب «کسب درآمد» نیز مشهور است؛ ۲) مکتب «نوآوری اجتماعی»

صاحب‌نظران این مکتب، کارآفرینی اجتماعی را به معنای کسب درآمد توسط سازمان‌های غیرانتفاعی می‌دانند. این مکتب عموماً در ادبیات سازمان‌های غیرانتفاعی رواج یافته است (طیب‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۶).

در مکتب «نوآوری اجتماعی» سازمان‌های خیریه و سازمان‌های مردم‌نهاد نوآور که درآمد مستقل ندارند و تمام منابع مالی موردنیاز خود را از طریق کمک‌های دولتی و مردمی تأمین می‌کنند، کارآفرینی اجتماعی محسوب می‌شوند (Dees and Anderson, 2006: 44).

بزرگ‌ترین چالشی که کارآفرینان اجتماعی با آن مواجه هستند، میزان حمایت و پشتیبانی بخش‌های مختلف اجتماعی است. این بخش‌ها عبارت‌اند از: بخش دولت، بخش خصوصی، نهادهای بنیادها، خیریه‌ها و دانشگاه‌ها (ابطحی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۵-۱۰۶).

در مجموع مطالعات کمی در مورد موانع کارآفرینی اجتماعی انجام شده است. رابینسون استدلال می‌کند که موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی عمدتاً شامل ساختارهای نهادینه و سازمان‌دهی شده است. به گفته فری، عوامل محیطی که بر فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارند شامل نهادهای رسمی هستند: مخارج عمومی، اثربخشی

حاکمیت، دسترسی به منابع مالی و نهادهای غیررسمی مانند نگرش‌های اجتماعی، نیازهای اجتماعی و آموزش (2: Razavi et al., 2014).

دیدگاه غالب در توانمندسازی سازمان‌های غیردولتی، توسعه کارآفرینی در آن‌هاست و دو استدلال اساسی از نیاز به کارآفرین شدن این سازمان‌ها حمایت می‌کند: رهبری اجتماعی و مسئولیت‌های اخلاقی در قبال جامعه. بر این اساس این سازمان‌ها باید توانایی حل و فصل مشکلات مهم را داشته و روش‌های جدیدی را بیابند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۲). سازمان‌های غیردولتی با استفاده از فرآیند کارآفرینی اجتماعی به دنبال کشف فرصت‌های جدیدی هستند (3: Lewis, 2001).

پیشینه پژوهش

یکی از چالش‌های مواجهه با موضوع کارآفرینی اجتماعی، ابهامی است که تعاریف مختلف در این زمینه به وجود آورده است، که در برخی پژوهش‌ها سعی شده این مسئله تبیین گردد، مقیمی (۱۳۸۲: ۵۰) ضمن بررسی تعاریف مختلف کارآفرینی اجتماعی به این نتیجه رسیده است که جامعه برای اطمینان از توسعه و پیشرفت در کنار تقویت سرمایه مالی نیازمند افزایش سرمایه اجتماعی خود است و افزایش سرمایه اجتماعی هم توسط کارآفرینان اجتماعی میسر است. علیمیری (۴: ۱۳۸۵) اساس کارآفرینی اجتماعی را بر نوآوری و مشارکت اجتماعی دانسته و گسترش نئولیبرالیسم از منظر علوم سیاسی و نیز اقبال به مفهوم سرمایه اجتماعی در علوم اجتماعی را زمینه‌ساز تحمیل کارآفرینی اجتماعی به ادبیات علمی عصر فعلی می‌داند.

آهنگرپور و حسینی فرد (۲۸: ۱۳۸۹) به بررسی مفهوم کارآفرینی اجتماعی، تاریخچه، تعاریف و ابعاد آن پرداخته‌اند. ابطی و همکاران (۱۰۵: ۱۳۸۹) هم با بررسی ادبیات تحقیق و نظریات مختلف، مباحث مرتبط با کارآفرینی اجتماعی را بیان کرده و یک مدل جامع کارآفرینی اجتماعی استخراج کردند. طیب‌زاده (۵: ۱۳۹۴) نیز با ارائه و بررسی

بخشی از تعاریف کارآفرینی اجتماعی، ابهامات موجود در این عرصه را شفاف نموده تا مفهوم کارآفرینی اجتماعی تبیین بهتری پیدا کند.

در زمینه عوامل مؤثر بر کارآفرینی هم تحقیقات خوبی صورت گرفته است، روستا و حیدری (۱۳۸۷:۳۳) عواملی چون راستگویی، دل‌بستگی، هدفمند بودن، تعهد، شجاعت، تمرکز بر مشتری، انعطاف‌پذیری و... را موارد اثرگذار بر توفیق کارآفرینان اجتماعی می‌داند، صالحی صدقیانی (۱۳۸۹:۹۴) به بررسی بعد رفتاری کارآفرینی اجتماعی اقدام کرده و با استخراج و بررسی این مشخصه‌ها و ترکیب آن با نوع-شناسی کارآفرینی الگوی جدیدی ارائه نموده که شامل ۲۱ متغیر رفتاری است که به ترتیب عبارت‌اند از: نوآوری، باور به کارآفرینی، جست و جوی روش‌های جدید برای ایجاد سرمایه اجتماعی، شناسایی و شکار فرصت‌ها، جستجوی فرصت‌های جدید، خلاقیت، شناسایی منابع بدون استفاده برای تأمین نیازها، مدیریت خطر، استفاده خلاق از منابع محدود، اجرای قوی، آینده‌مداری، پاسخ‌گویی، برقراری ارتباط بلندمدت با مشتریان و ارباب‌رجوع، رهبری جاه‌طلبانه و قضاوت‌های متعادل و مناسب؛

عمرانی و همکاران (۱۳۸۹:۱۲) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که هر پنج عامل ذکرشده در الگوی مفهومی آستین در توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران نقش دارند و ترتیب اولویت این عوامل هم عبارت‌اند از: افراد، مأموریت، عوامل زمینه‌ای، فرصت و سرمایه؛ ربیعی و صادق‌زاده (۱۳۹۰:۱۹۲) تبدیل نوآوری به کارآفرینی را با شرایط محیطی مرتبط دانسته‌اند؛ میرک‌زاده و بهرامی (۱۳۹۰:۳۹) جوامع روستایی را بهترین فرصت برای کارآفرینان اجتماعی جهت رسیدن به اهدافشان معرفی کرده‌اند؛ دهدشتی و عبدالعلی (۱۳۹۱) دو چالش اساسی برای هر کارآفرین اجتماعی برشمرده‌اند: انجام کارهای درست (بازاریابی استراتژیک) و انجام درست آنها (عملیات)؛

رضایی و همکاران (۱۳۹۱:۴) خطرپذیری، خلاقیت، جستجوی ایده، فرصت‌طلبی، جو کارآفرینانه و فعالیت‌های کارآفرینی را مهم‌ترین مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی در محیط موردبررسی دانسته‌اند؛ آراستی و ملکی کرم آباد (۱۳۹۳: ۹۸) نشان دادند که

«شبکه‌های اجتماعی» از عوامل نهادی غیررسمی و «مکانیزم‌های حمایتی» از عوامل نهادی رسمی بر پیاده‌سازی فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی زنان مؤثر است؛ عزیزی و ملایجردی (۱۳۹۶:۱۲۶) نشان داده‌اند که کمک‌های مالی، درآمدزایی، سرمایه‌گذاری و کمک‌های دولتی به ترتیب بیشترین نقش را در تأمین منابع مالی و درآمد کارآفرینان اجتماعی دارد؛ مرادی و همکاران (۱۳۹۷:۴۲) هم به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی اجتماعی در میان مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد پرداختند که به رابطه معناداری در این زمینه رسیدند؛ فاضلی و همکاران (۱۳۹۸:۳۰) هم بیشتر به چالش‌های محیط پیرامونی کارآفرینی اجتماعی پرداخته‌اند.

نورپور و همکاران (۱۳۹۹:۱۲۴) در تحقیق مهمی به یک مدل از عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های غیرانتفاعی رسیدند که طبق آن ارزش‌ها و رفتار رهبران استراتژیک و مأموریت چشم‌انداز محور به عنوان مؤثرترین عوامل و محیط اجتماعی و اقتصادی مناسب به عنوان کم‌اهمیت‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی معرفی شده‌اند؛ علاوه بر پژوهش نورپور و همکاران (۱۳۹۴:۱۲۵) که بدان اشاره شد تحقیقات دیگری هم در زمینه ارتباط سازمان‌های مردم‌نهاد و کارآفرینی اجتماعی صورت گرفته است.

مقیمی (۱۳۸۷) در کتاب خود تعاریف مختلف و چارچوب مفهومی سازمان‌های غیردولتی، کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی و مدیریت کارآفرینانه را بررسی و یک مدل بومی کارآفرینی سازمانی برای سازمان‌های غیردولتی ایران طراحی کرده است؛ محمدی و نوابخش (۱۳۹۳) اعتماد اجتماعی، انسجام و پایگاه اجتماعی، روحیه جمع‌گرایی و مسئولیت‌پذیری را از جمله عوامل مؤثر در حضور دانشجویان در سازمان‌های مردم‌نهاد دانسته‌اند؛ قادر زاده و کریمی (۱۳۹۸) تجربه زیسته فعالان مدنی سازمان‌های مردم‌نهاد کردستان را بررسی کرده‌اند؛ شیری و سام دلیری (۱۴۰۰) شانزده پیشران مؤثر در دسته‌بندی پیشران‌های توانمندساز، همگراساز، ناتوان‌ساز و واگراساز سازمان‌های مردم‌نهاد را شناسایی نموده که از جمله پیشران‌های مطلوب ارائه شده تصویب قانون شفافیت مالی سمن‌هاست.

تحقیقات لاتین خوبی هم در ارتباط با زمینه پژوهش حاضر صورت گرفته است. تامپسون و همکاران (Tompson et al., 2000: 2) نیاز فعلی به کارآفرینی اجتماعی به خصوص در جامعه انگلستان را بررسی نمودند؛ فاولر (Fawler, 2000: 3) کارآفرینی اجتماعی و نوآوری مدنی را ابزارهای جدید سازمان‌های غیردولتی برای توسعه خود می‌داند؛ لوئیس (Lewis, 2001: 1) سازمان‌های غیردولتی را به عنوان بخشی از یک «جامعه مدنی» در حال ظهور در بسیاری از کشورها دیده که ممکن است به عنوان وزنه‌ای در برابر زیاده‌روی‌های دولت و بازار عمل کنند.

دیس و اندرسون (Dees and Anderson, 2006: 2) دو مکتب فکری پیرامون کارآفرینی اجتماعی در آمریکا را تحت عنوان بنگاه اجتماعی و نوآوری اجتماعی مورد بررسی قرار دادند؛ پردو و مک‌لین (Peredo and McLean, 2006: 7) به بررسی تحلیلی، انتقادی و ترکیبی «کارآفرینی اجتماعی» در کاربرد رایج آن می‌پردازند؛ آوستین و همکاران (Austin et al., 2006: 2) تحلیل تطبیقی کارآفرینی تجاری و اجتماعی را با استفاده از یک مدل تحلیلی غالب از کارآفرینی تجاری ارائه می‌کنند؛ شاو و کارتر (Shaw and Carter, 2007: 4) پنج موضوع کلیدی را برای مقایسه کارآفرینی اجتماعی با کارآفرینی انتفاعی شاخص قرار دادند: فرآیند کارآفرینی (به ویژه شناسایی فرصت، تعبیه شبکه، ماهیت ریسک مالی و سود)، نقش اقدام فردی در مقابل اقدام جمعی در مدیریت، ساختار شرکت‌ها، خلاقیت و نوآوری.

زهره و دیگران (Zahra et al., 2008: 118) از نظریه رفتاری شرکت برای تقطیر ویژگی‌های کلیدی فرصت‌های اجتماعی استفاده نمودند؛ چاند (Chand, 2009: 140) نوآوری، تدبیر، عمل در مقیاس بزرگ‌تر و گسترده‌تر و تأکید بر راه‌حلهایی که قابل انتقال، مقیاس‌پذیر و مقرون به صرفه هستند را جهت‌گیری لازم برای آینده سازمان‌های مردم‌نهاد می‌داند. هوگندورن و همکاران (Hoogendoorn et al., 2011: 26) نشان داده‌اند که در مقایسه با کارآفرینان تجاری، کارآفرینان اجتماعی موانع مالی و اطلاعاتی بیشتری را برای راه‌اندازی کسب‌وکار درک می‌کنند، بیشتر از شکست شخصی و

شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی...، خورشیدی و همکاران | ۲۵۳

ورشکستگی می‌ترسند و می‌توانند در رده‌های سنی پایین و بالاتر یافت شوند و نیز بیشتر از هم‌تایان تجاری خود زن و تحصیل کرده هستند.

اسچونگر و همکاران (Schwenger et al., 2014: 12) الزامات حضور تشکلهای مردم‌نهاد در فضای رقابتی که آنها را مجبور به انطباق با مفاهیم استراتژی سودمند می‌کند را بررسی نمودند؛ رضوی و همکاران (Razavi et al., 2014: 2) اصلی‌ترین مانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران را تضعیف مشارکت فعال افراد در مسئولیت‌های اجتماعی نوع‌دوستانه دانسته‌اند که ناشی از عوامل زمینه‌ای است؛ پلوچا و همکاران (Pelucha et al., 2017: 112) گزینه‌های محدود پشتیبانی مالی و عدم علاقه بانک‌ها برای بهبود در دسترس بودن وام‌ها را موانع اصلی توسعه کارآفرینی اجتماعی در جمهوری چک معرفی کرده‌اند. ویلدمانوا (Wildmannova, 2018: 51) عدم وجود قانون کارآفرینی اجتماعی را مهم‌ترین و «نبود یک سیستم حمایت مالی» را مانع دیگر توسعه کارآفرینی اجتماعی در جمهوری چک می‌داند؛ ساندورال (Sandoral, 2019: 43) سه عامل ناهمگونی ساختاری، محدودیت‌های قانونی و موانع مالی را به عنوان موانع اصلی کارآفرینی اجتماعی شناسایی کرده است؛ کاوالکانتی (Cavalcanti, 2020: 171) نشان داده است که تغییر اجتماعی از طریق شیوه‌های در هم تنیده‌ای ایجاد می‌شود که شامل تعامل فعال احساسات مثبت و منفی دوسوگرا مرتبط با مأموریت اجتماعی است که توسط سازمان‌های اجتماعی دنبال می‌شوند. در مجموع تحقیقات انجام‌شده را می‌توان به سه گروه تقسیم کرد: تحقیقاتی که بر تبیین مفهوم کارآفرینی اجتماعی تمرکز دارند، پژوهش‌هایی که عوامل اثرگذار و موانع کارآفرینی اجتماعی را در محیط‌های گوناگون بررسی نموده‌اند و تحقیقاتی که ارتباط میان سازمان‌های مردم‌نهاد و کارآفرینی اجتماعی را موضوع پژوهش خود قرار داده‌اند که به تفصیل به آن‌ها اشاره گردید. پژوهش حاضر را می‌توان ترکیبی از دسته دوم و سوم تحقیقات ذکر شده در بالا دانست، که به سبب محیط مورد بررسی (سازمان‌های مردم‌نهاد) و نیز جامعه آماری (مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد) جدید بوده و به نتایج قابل تأملی نیز رسیده است.

روش تحقیق

با توجه به ماهیت تحقیق حاضر که بر یک محیط خاص (سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری) تمرکز دارد، این پژوهش از نوع کاربردی می‌باشد. در این تحقیق به منظور جمع‌آوری داده‌های موردنیاز در جهت تجزیه و تحلیل سؤال‌های تحقیق از روش میدانی و با توزیع مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته در جامعه مورد بررسی استفاده گردیده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات لازم نسبت به طبقه‌بندی و کدگذاری مصاحبه‌ها اقدام نموده و به شناسایی معیارها و اولویت‌بندی آن‌ها پرداخته شد. تحقیق حاضر با توجه به ماهیت آن یک پژوهش کیفی است. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری غیر تصادفی و هدفمند با انتخاب ۲۰ نفر از کل جامعه آماری (۷۴ نفر) استفاده گردید که اطلاعات مربوط به مصاحبه شوندگان در جدول ۱ آمده است.

در این پژوهش از مصاحبه غیرحضوری (تلفنی) نیمه ساختاریافته برای جمع‌آوری داده‌ها از نمونه آماری استفاده گردید. مصاحبه به سه نوع ساختاریافته^۱، نیمه ساختاریافته^۲، و ساختارنیافته^۳ (اکتشافی) تقسیم می‌شود. در مصاحبه ساختاریافته یا برنامه‌ریزی شده، پژوهشگر از قبل سؤال‌های موردنظر را تنظیم کرده و در زمان مصاحبه آن‌ها را در اختیار مصاحبه شوندگان قرار می‌دهد یا آن‌ها را به‌طور منظم از مصاحبه شونده می‌پرسد. در مصاحبه نیمه ساختاریافته سؤال‌هایی از قبل تنظیم شده‌اند اما به تناسب پاسخ‌هایی که مصاحبه شونده ارائه می‌کند سؤال‌های دیگری نیز از سوی مصاحبه شونده مطرح می‌شود و در نهایت در مصاحبه ساختارنیافته یا اکتشافی از قبل سؤالات مشخص و دقیقی تنظیم نشده است و فقط فضای کلی مصاحبه مشخص است و مصاحبه‌گر و مصاحبه شونده در گفتگو و تعامل متقابل موضوع بحث را دنبال می‌کنند (مستخدمین حسینی، ۱۳۹۴: ۶۵).

-
1. structured
 2. semistructured
 3. unstructured

جدول ۱- اطلاعات مربوط به مصاحبه شوندگان

کد	جنسیت		سن (سال)	مدرک تحصیلی	رشته	مسئولیت	سابقه سمن
	مرد	زن					
۱	*		۳۹	کارشناسی ارشد	برنامه‌ریزی شهری	دبیر سمن	۹ سال
۲	*		۳۲	کارشناسی ارشد	مدیریت دولتی	دبیر سمن	۵ سال
۳	*		۳۱	کارشناسی ارشد	حقوق	دبیر سمن	۷ سال
۴	*		۴۲	کارشناسی	مدیریت	دبیر سمن	۴ سال
۵	*		۳۲	کارشناسی ارشد	جامعه‌شناسی	دبیر سمن	۶ سال
۶	*		۳۰	کارشناسی ارشد	کامپیوتر	دبیر سمن	۶ سال
۷	*		۳۵	کارشناسی ارشد	علوم سیاسی	دبیر سمن	۱۰ سال
۸	*		۲۹	کارشناسی	فقه و حقوق	دبیر سمن	۴ سال
۹	*		۳۴	کارشناسی	علوم تربیتی	دبیر سمن	۳ سال
۱۰	*		۳۳	کارشناسی ارشد	بهداشت محیط	دبیر سمن	۸ سال
۱۱	*		۴۱	کارشناسی ارشد	مدیریت اجرایی	دبیر سمن	۶ سال
۱۲	*		۳۱	کارشناسی	روانشناسی	دبیر سمن	۵ سال
۱۳	*		۳۴	کارشناسی ارشد	حقوق	دبیر سمن	۶ سال
۱۴	*		۴۴	کارشناسی ارشد	برق	دبیر سمن	۵ سال
۱۵	*		۴۶	کارشناسی ارشد	ادبیات فارسی	دبیر سمن	۶ سال
۱۶	*		۳۱	کارشناسی	مدیریت	دبیر سمن	۳ سال
۱۷	*		۴۴	کارشناسی ارشد	متالوژی	دبیر سمن	۱۰ سال
۱۸	*		۳۵	کارشناسی	تربیت بدنی	دبیر سمن	۷ سال
۱۹	*		۳۱	کارشناسی ارشد	علوم تربیتی	دبیر سمن	۴ سال
۲۰	*		۳۳	کارشناسی	ادبیات	دبیر سمن	۳ سال

با ترکیب فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و منطق فازی، تحلیل سلسله‌مراتب فازی (FAHP) به دست می‌آید که در آن در مرحله نخست به منظور ترسیم ساختار سلسله مراتبی می‌بایست عوامل مؤثر بر مسئله موردنظر شناسایی شوند. در این پژوهش پس از مرور پیشینه تحقیق و دریافت نظرات نمونه آماری، فهرست نسبتاً جامعی از عوامل مؤثر بر موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی به دست آمده که همان شاخص‌های ورود به تحلیل سلسله مراتبی می‌باشند.

همچنین پس از مشخص شدن عوامل، برای مشخص شدن رتبه‌بندی آنها از پرسشنامه‌های مقایسه‌ای استفاده گردید که در میان ۴۰ نفر از مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری (با انتخاب تصادفی) توزیع گردید و پاسخ‌ها در قالب ماتریس مقایسات زوجی دسته‌بندی شده و به هر یک از عوامل وزن مشخصی داده شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

بعد از انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته با تعداد ۲۰ نفر از مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد و با محوریت ادبیات تحقیق نسبت به شناسایی عوامل مؤثر بر عدم توسعه کارآفرینی اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد در استان چهارمحال و بختیاری اقدام شد، سؤالات مصاحبه در جدول ۲ و نتایج تحلیل سلسله‌مراتب فازی برای استخراج عوامل مؤثر در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۲- سؤالات اصلی مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته

متن سؤال:
سؤال ۱: زمینه فعالیت تشکل مردم‌نهاد خود را بفرمایید
سؤال ۲: در مورد مفهوم کارآفرینی اجتماعی چیزی شنیده‌اید؟
سؤال ۳: چه فعالیت‌هایی در زمینه کارآفرینی اجتماعی داشته‌اید؟
سؤال ۴: فکر می‌کنید چه موانعی در این زمینه وجود داشته باشد؟ لطفاً توضیح دهید.

به‌عنوان مثال مصاحبه شونده کد ۱ (یکی از افراد نمونه آماری) در پاسخ به سؤال چهارم از سختی‌ها و موانع موجود در دریافت مجوزها می‌گوید و اشاره به این موضوع می‌کند که ارگان‌های دولتی، سمن‌ها را بیشتر به عنوان رقیب خود تلقی می‌کنند. که مشابه این صحبت در مصاحبه با بسیاری از سایر افراد نمونه آماری از جمله کدهای ۳، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۵، ۱۷، ۱۸ و ۱۹ هم دیده می‌شود، بنابراین عامل «عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی» از متن مصاحبه‌ها استخراج می‌شود.

از طرف دیگر در مصاحبه با مصاحبه شونده کد ۲ در پاسخ به سؤال شماره ۲ به صراحت اعلام نمود که از موضوع کارآفرینی اجتماعی اطلاعی ندارد و فعالیتی در این زمینه نداشته است که این پاسخ در مصاحبه کدهای ۴، ۱۱، ۱۴، ۱۵ و ۱۷ هم تکرار شده است، بنابراین مفهوم «عدم آگاهی تشکلهای مردم‌نهاد از کارآفرینی اجتماعی» نیز از متن مصاحبه‌ها استخراج می‌شود.

مورد دیگری که از مصاحبه‌ها استخراج شده این است که برخی از مصاحبه شونده‌گان اعلام نمودند که افراد از طرح‌های کارآفرینانه استقبال نمی‌کنند، هرچند برخی دیگر از مصاحبه شونده‌گان برخلاف این نظر اعلام کرده‌اند که مردم خیلی خوب از این طرح‌های کارآفرینانه استقبال می‌کنند. از این رو و با توجه به اینکه چهار نفر از مصاحبه شونده‌گان به کدهای ۲، ۷، ۱۳ و ۱۶ در پاسخ به سؤال چهارم به عدم استقبال افراد از طرح‌های کارآفرینانه اشاره کرده‌اند، مفهوم «عدم استقبال افراد از طرح‌های کارآفرینانه» استخراج می‌گردد.

به سبک زندگی مردم و ذهنیت آن‌ها که می‌تواند مانع از توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد گردد در پاسخ پنج نفر از مصاحبه شونده‌گان به کدهای ۵، ۸، ۱۳، ۱۸ و ۲۰ اشاره شده است، بنابراین این مفهوم هم به عنوان یکی از عوامل محتمل جهت مانع‌تراشی در مسیر توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری استخراج می‌گردد.

جدول ۳- ابعاد مفاهیم مؤثر بر عدم توسعه کارآفرینی اجتماعی سمن‌های چهارمحال و بختیاری (استخراج شده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته)

ابعاد
عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی
عدم آگاهی تشکلهای مردم‌نهاد از کارآفرینی اجتماعی
عدم استقبال افراد از طرح‌های کارآفرینانه
سبک زندگی مردم و مانع ذهنی آنها

در مرحله دوم برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر عدم توسعه کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد پرسشنامه‌ای بین ۴۰ نفر از مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری توزیع شده و نتایج آن جمع‌آوری گردیده است.

در این مرحله با توجه به چهار مفهوم مشخص شده در مرحله قبل و با استفاده از نتایج پرسشنامه و استفاده از مقایسات زوجی بین چهار مفهوم تعیین شده، وزن هر کدام از عوامل در برابر گزینه‌های مقابل مشخص شده و با استفاده از ماتریس حاصل از مقایسات زوجی نتیجه بهینه حاصل گشت.

جدول ۴- ماتریس مقایسات زوجی

	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹		
	معیار چپ با اولویت‌تر است.									معیار راست با اولویت‌تر است.									
	مطلقاً مهم‌تر	بسیار مهم‌تر	نسبتاً مهم‌تر	نسبتاً مهم‌تر	بسیار مهم‌تر	مطلقاً مهم‌تر	بسیار مهم‌تر	نسبتاً مهم‌تر	یک اندازه مهم	بسیار مهم‌تر	نسبتاً مهم‌تر	نسبتاً مهم‌تر	بسیار مهم‌تر	مطلقاً مهم‌تر	بسیار مهم‌تر	نسبتاً مهم‌تر	مطلقاً مهم‌تر	تعداد کل خبرگان	
A		۱۲		۹		۳		۱		۳		۴		۸				B	۴۰
A		۱۶		۵		۱		۳		۴		۱		۱۰				C	۴۰
A		۱۸		۶		۳		۳		۴				۶				D	۴۰
B		۱۰		۳		۵		۷		۳		۷		۵				C	۴۰
B		۱۱		۶		۴		۵				۶		۸				D	۴۰
C		۱۳		۵		۶		۶		۲		۲		۶				D	۴۰

در جدول ۴ ماتریس مقایسات زوجی بر اساس اهمیت نسبی عوامل نسبت به یکدیگر آورده شده است که نتایج بر اساس یک طیف فازی و با استفاده از روش تحلیل توسعه‌ای (چانگ) حاصل شده است.

A: عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی

B: عدم آگاهی تشکلهای مردم نهاد از کارآفرینی اجتماعی

C: عدم استقبال افراد از طرحهای کارآفرینانه

D: سبک زندگی مردم و مانع ذهنی آنها

در جدول ۴ با قرار دادن اعداد فازی معادل متغیرهای زبانی ماتریسهای مقایسات زوجی تشکیل گردید. محاسبات فازی بر اساس روش چانگ و تحت فرمول طراحی شده در نرم افزار اکسل انجام گرفت که در ادامه به اختصار به خروجیهای به دست آمده پرداخته خواهد شد.

ابتدا در جدول ۵ ماتریس مقایسات فازی ادغام شده آورده شده است که محاسبات فازی عوامل را در مقابل هم و به صورت ماتریسی آورده است. همچنین در این تحقیق تمام مقایسات دارای نرخ ناسازگاری کمتر از ۰٫۱ بوده و بنابراین سازگاری مقایسات پذیرفته شده فرض گردیده است. سپس مجموع سطری و ستونی اعداد فازی در جدول ۶ آورده شده و در نهایت پس از نرمال سازی ارجحیتها، نسبت به محاسبه وزن ها اقدام گردیده است.

جدول ۵- ماتریس مقایسات فازی ادغام شده

	A	A	A	B	B	B	C	C	C	D	D	D
A	۱	۱	۱	۰٫۸۹۷۶	۰٫۹۹۵۳	۰٫۶۷۴۳	۱٫۳۳۶۷	۱٫۵۶۷۸	۲٫۲۱۳۱	۱٫۴۳۲۴	۱٫۴۵۳۶	۱٫۲۴۲۳
B	۱٫۱۴۶۴	۱٫۱۵۴۶	۱٫۰۸۴۴	۱	۱	۱	۰٫۵۳۴۶	۰٫۶۴۵۷	۰٫۵۹۳۱	۱٫۰۰۱۲	۰٫۹۷۶۵	۱٫۱۴۳۵
C	۰٫۵۲۶۹	۰٫۶۶۹۸	۰٫۵۷۲۲	۱٫۰۲۳۴	۱٫۰۳۴۵	۱٫۰۵۶۷	۱	۱	۱	۰٫۶۴۲۳	۰٫۵۹۷۸	۰٫۸۶۵۳
D	۰٫۴۲۹۷	۰٫۶۴۷۳	۰٫۸۱۳۲	۰٫۴۴۱۲	۰٫۴۳۵۷	۰٫۵۶۴۷	۰٫۶۲۴۵	۰٫۶۶۸۱	۰٫۸۹۳۲	۱	۱	۱

جدول ۶- نحوه محاسبه اوزان (به ترتیب از چپ به راست)

	جمع فازی هر سطر			بسط مرکب فازی			درجه ارجحیت Si بر Sk			درجه ارجحیت	نرمال سازی ارجحیت ها	
A	۴٫۶۶۶۷	۵٫۰۱۶۷	۵٫۱۲۹۷	۰٫۱۷۰۱	۰٫۲۱۴۳	۰٫۲۵۴۶	۱	۱	۱	۱	۰٫۳۴۳۹	۰٫۳۴۴
B	۳٫۶۸۲۲	۳٫۷۷۶۸	۳٫۱۸۳۰	۰٫۱۴۳۰	۰٫۱۹۸۸	۰٫۲۰۳۴	۱	۰٫۸۴۱	۱	۰٫۸۴۱	۰٫۲۸۹۲	۰٫۲۸۹
C	۹٫۲۱۱۳	۳٫۲۰۲۱	۳٫۴۹۴۲	۰٫۱۳۰۸	۰٫۱۸۶۵	۰٫۱۹۰۳	۱	۰٫۶۶۴	۰٫۷۲۱	۰٫۶۶۴	۰٫۲۲۸۳	۰٫۲۲۸
D	۹٫۵۴۴۲	۲٫۷۵۱۱	۳٫۲۷۱۱	۰٫۱۲۵۱	۰٫۱۶۷۹	۰٫۱۸۲۳	۰٫۴۰۳	۰٫۵۶۶	۰٫۵۹۸	۰٫۴۰۳	۰٫۱۳۸۶	۰٫۱۳۹

بنابراین وزن و رتبه موانع توسعه کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری به شرح جدول ۷ می‌باشد.

جدول ۷- وزن هر یک از موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سمن‌های استان چهارمحال و بختیاری

رتبه	مفاهیم	وزن
۱	عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی	۰,۳۴۴
۲	عدم آگاهی تشکل‌های مردم‌نهاد از کارآفرینی اجتماعی	۰,۲۸۹
۳	عدم استقبال افراد از طرح‌های کارآفرینانه	۰,۲۲۸
۴	سبک زندگی مردم و مانع ذهنی آنها	۰,۱۳۹

بحث و نتیجه‌گیری

سؤال اصلی پژوهش حاضر، شناسایی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری بوده که با توجه به نتایج حاصل از مصاحبه‌های انجام‌شده، چهار مانع اصلی در این زمینه شناسایی گردید و اولویت‌بندی آنها نیز با استفاده از پرسشنامه‌های توزیعی در میان مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان به شرح جدول ۷ به دست آمد. بر اساس این جدول عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی با وزن ۰,۳۴۴، فاصله معناداری با سایر عوامل به عنوان مهم‌ترین مانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد معرفی شده است که این موضوع اهمیت نقش دولت در فعالیت تشکل‌های مردم‌نهاد در استان چهارمحال و بختیاری را نشان می‌دهد، که شاید این یافته با انتظاری که از تشکل‌های مردم‌نهاد به عنوان سازمان‌هایی که قاعداً با اتکا به توان مردمی توجه کمتری به ساختارهای دولتی دارند تا حدودی در تناقض باشد که این امر نیاز به تجزیه و تحلیل عمیق‌تری دارد.

مانع بعدی با وزن ۰,۲۸۹ «عدم آگاهی تشکل‌های مردم‌نهاد از کارآفرینی اجتماعی» از مفهوم کارآفرینی اجتماعی بوده که این امر علاوه بر جدید بودن مفهوم کارآفرینی اجتماعی نشان‌دهنده لزوم توجه بیشتر به تفصیل این مفهوم مخصوصاً در میان سازمان‌های مردم‌نهاد است.

شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی...، خورشیدی و همکاران | ۲۶۱

سومین مانع با وزن ۰,۲۲۸ مربوط به «عدم استقبال افراد از طرح‌های کارآفرینانه» است که این عامل نشان‌دهنده یک موضوع اجتماعی است که از گذشته در مورد ایرانیان مطرح بوده و آن عدم علاقه به فعالیت‌های گروهی و همچنین فعالیت‌های زمان‌بر و دیر بازده است. چهارمین و آخرین مانعی که در این پژوهش احصا شده است «سبک زندگی مردم و مانع ذهنی آنها» با وزن ۰,۱۳۹ است که نشان‌دهنده ذهنیت عامه و علاقه به درآمدهای ثابت و مشخص و نه کسب و کارهای کارآفرینانه است.

طبق نتایج این تحقیق «عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی» مهم‌ترین مانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در تشکلهای مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری بوده است که این موضوع بیش از هر چیز نشان‌دهنده وابسته بودن فعالیت‌های سازمان‌های مردم نهاد این استان به ساختارهای دولتی است، که هم، ریشه قانونی دارد چرا که سازمان‌های مردم نهاد برای موجودیت خود و نیز تک‌تک فعالیت‌ها نیازمند مجوز از ارگان‌های دولتی هستند و هم منشأ اقتصادی دارد، از این جهت که نگاه متولیان سازمان‌های مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری در تأمین منابع مالی فعالیت‌های خود بیشتر معطوف به دولت و تسهیلات دولتی است.

البته در کشورهای توسعه‌یافته نیز بسیاری از سازمان‌های اجتماعی به بودجه دولتی وابسته هستند. اما اصولاً تأمین مالی فعالیت‌های نوآورانه در این کشورهای از ویژگی‌های خاصی برخوردار است، سیاست‌گذاران می‌کوشند تا با سازوکارهای مختلف این خلأ را پوشش دهند. تشویق این کسب و کارها از طریق معافیت مالیاتی توجیه اقتصادی خواهد داشت. پولی که کسب و کارهای اجتماعی بابت مالیات نمی‌پردازند می‌تواند برای ارائه خدمات به تعداد بیشتری از فقرا صرف شود (عزیزی و ملایجردی، ۱۳۹۶: ۱۲۶). اعطای کسور مالیاتی و اعتبار مالیاتی به عنوان دو ابزار رایج مورد استفاده در کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی ECO برای تشویق بخش خصوصی به فعالیت‌های اجتماعی است (عرب مازار و زائر، ۱۳۸۷: ۶).

بنابراین خیلی دور از انتظار نیست که سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری نیز از دولت و ارگان‌های دولتی انتظار حمایت مادی و معنوی بیشتری در زمینه توسعه کارآفرینی اجتماعی داشته باشند. البته طبق بیان بیشتر متولیان سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری، برخی ارگان‌های دولتی نه تنها تسهیل‌گر فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی نیستند بلکه به دلیل احساس رقابت با این سازمان‌ها، خود به مانع‌تراشی در مسیر فعالیت‌های اینان می‌پردازند و از ابزارهای قدرت خود جهت جلوگیری از فعالیت‌های آنها استفاده می‌کنند، آموزش و پرورش، کمیته امداد، بهزیستی و اداره ورزش و جوانان، ارگان‌هایی هستند که بیشترین گلايه فعالین سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری به سمت‌وسوی آنهاست.

این نتیجه با نتایج تحقیق رضوی و همکاران (Razavi et al., 2014: 2) همسویی دارد چرا که در این تحقیق مدلی ارائه شده است که طبق آن حضور مثبت دولت هم به عنوان بسترساز شرایط قانونی و سیاسی و هم به عنوان عامل مداخله‌گر در سطح حاکمیتی و هم در بخش حوادث مسبب به عنوان تأمین‌گر مالی می‌تواند به مشارکت فعال شهروندان و در نتیجه توسعه کارآفرینی اجتماعی منجر شود و عدم اهتمام دولت و ارگان‌های دولتی در این زمینه‌ها نیز جزو موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی تلقی می‌شود. همچنین ساندوال (۲۰۱۹) در تحقیق خود ناهمگونی ساختاری، محدودیت‌های قانونی و موانع مالی را به ترتیب مهم‌ترین موانع کارآفرینی اجتماعی ترکیبی در مکزیک می‌داند که این وجوه با عامل «عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی» در تحقیق حاضر تا حدود زیادی همسویی دارد. در پژوهشی دیگر ویلدمانوا (Wildmannova, 2018: 51) عدم وجود قانون کارآفرینی اجتماعی را مهم‌ترین مانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در جمهوری چک دانسته و عامل دیگر را نبود یک سیستم حمایت مالی از بنگاه‌های اجتماعی می‌داند که این نتایج از این نظر که به نقش قانون‌گذاری و نیز حمایت مالی دولت می‌پردازد با تعیین «عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی» به عنوان بالاترین رتبه موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری همسویی دارد.

یکی دیگر از پژوهش‌هایی که به دنبال شناسایی عوامل اثرگذار بر فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی بوده است توسط آراستی و ملکی (۱۳۹۳: ۹۸) تحت عنوان «عوامل نهادی رسمی و غیررسمی تأثیرگذار بر اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی توسط زنان» انجام شده که در این پژوهش علیرغم تفاوت‌های مهم موضوعی با پژوهش حاضر برخی عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی احصا شده‌اند که بر این اساس عامل نهادی غیررسمی «شبکه‌های اجتماعی» و عامل نهادی رسمی «مکانیزم‌های حمایتی» بیشترین اولویت را پیدا کرده‌اند، اکثریت مصاحبه‌شوندگان، سهولت اخذ مجوز، حمایت دولت از مؤسسات اجتماعی، وجود قوانین مربوط به مؤسسات اجتماعی و اعتماد دولت نسبت به مؤسسات اجتماعی را در اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی مؤثر دانسته‌اند، ولی تأکید کرده‌اند که از این حمایت‌ها در اجرای فعالیت کارآفرینانه اجتماعی خود محروم بوده‌اند که این نتیجه‌گیری بیشترین همسویی را با نتایج پژوهش حاضر که عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی را مهم‌ترین مانع توسعه کارآفرینی اجتماعی دانسته است، دارد.

یکی دیگر از تحقیقات مهمی که در زمینه عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی صورت گرفته پژوهش نورپور و همکاران (۱۳۹۹) است که در پژوهش خود تحت عنوان «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی (در سازمان‌های غیرانتفاعی ایران)» عوامل مؤثر را در چهار دسته کلی عوامل پیش‌برنده در مرحله راه‌اندازی، عوامل استراتژیک، عوامل پیش‌برنده محیطی و عوامل سازمانی دسته‌بندی کرده‌اند که پس از تحلیل سلسله‌مراتبی به ترتیب عوامل استراتژیک، عوامل پیش‌برنده در مرحله راه‌اندازی، عوامل سازمانی و در نهایت عوامل پیش‌برنده محیطی را به عنوان سلسله‌مراتب عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های دولتی معرفی نمودند.

در مقایسه نتایج تحقیق نورپور و همکاران با پژوهش حاضر عوامل استراتژیک که بالاترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند در پژوهش حاضر جایی ندارند و در میان عوامل احصا شده نیستند که در توضیح آن می‌توان این نکته را خاطرنشان کرد که تحقیق نورپور

به شناسایی عوامل ایجابی کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد می‌پردازد درحالی‌که در تحقیق حاضر موانع یا به بیان دیگر عوامل سلبی مدنظر است و عوامل استراتژیک بیشتر عوامل ایجابی هستند تا سلبی.

از طرف دیگر عوامل محیطی ازجمله حمایت‌های دولت و شهرداری که در سلسله‌مراتب عوامل در تحقیق نورپور در رتبه آخر قرار دارند، در تحقیق حاضر به عنوان مهم‌ترین مانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد شناسایی شده است که این موضوع را هم می‌توان با توجه به تفاوت عوامل سلبی و ایجابی توضیح داده شده در بند قبلی توجیه نمود. البته تفاوت دیگر در روش تحقیق دو پژوهش است چرا که در پژوهش حاضر عوامل احصا شده با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد به دست آمده‌اند ولی در تحقیق نورپور و همکاران این عوامل با مرور ادبیات تحقیق استخراج شده و در پرسشنامه‌های کمی از فعالین سازمان‌های مردم‌نهاد و در مرحله بعد صاحب‌نظران کارآفرینی اجتماعی رتبه‌بندی شده‌اند.

دومین مانعی که در این پژوهش برای توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری احصاء گردید، «عدم آگاهی تشکلی‌های مردم‌نهاد از مفهوم دقیق کارآفرینی اجتماعی» است که بخشی از آن به علت نبودن این مفهوم، قدری به خاطر خلط آن با موضوع کارآفرینی انتفاعی و بخشی نیز به خاطر ابهام مفهومی که در تعریف کارآفرینی اجتماعی وجود دارد، می‌باشد. هر چه باشد طبیعی است تا زمانی که نسبت به یک مفهوم علم کافی وجود نداشته باشد، نباید انتظار توسعه و بسط آن را داشت.

گرچه مفهوم کارآفرینی اجتماعی رواج یافته است، اما این مفهوم برای افراد مختلف مفاهیم مختلفی را در بردارد. بسیاری از نهادهای کارآفرینی اجتماعی به استثنای سازمان‌های غیرانتفاعی سرمایه‌گذاری‌های انتفاعی یا درآمدزا را آغاز می‌کنند. دیگران از این مفهوم برای تعریف کسانی استفاده می‌کنند که یک سازمان غیرانتفاعی را تأسیس کرده‌اند. هنوز هم عده‌ای از آن در قبال مالکان شرکت‌هایی استفاده می‌کنند که مسئولیت‌های اجتماعی را در فعالیت‌هایشان ادغام می‌کنند (مقیمی، ۱۳۸۲: ۵۳).

شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی...، خورشیدی و همکاران | ۲۶۵

بیش از سه دهه از معرفی کارآفرینی اجتماعی در ادبیات علمی دنیا می‌گذرد، باوجوداین، در مورد مفهوم کارآفرینی اجتماعی میان محققان مختلف اتفاق نظر وجود ندارد و ممکن است در یک کشور تعاریف مختلفی برای کارآفرینی اجتماعی پذیرفته شده باشد. نبود تعریفی واحد و مشخص برای کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی مانع توسعه چارچوب‌های مفهومی دقیق برای این مفاهیم شده است؛ بعلاوه، تعریف کارآفرینی اجتماعی و تعیین حدود و مرزهای آن بسیار مهم است، زیرا در غیاب تعریف مشخص نمی‌توان میان مفاهیمی همچون سازمان‌های خیریه، سازمان‌های مردم‌نهاد و کسب‌وکارهای مسئولیت‌پذیر اجتماعی با کارآفرینی اجتماعی تمایز قائل شد و در مواردی، کارآفرینی اجتماعی به رغم تفاوت‌هایی که با این مفاهیم دارد، با آن‌ها یکسان در نظر گرفته شده است (طیب زاده، ۱۳۹۴: ۱۸).

در تحقیق رضوی و همکاران (Razavi et al., 2014: 2) هم دانش تخصصی و اطلاعات پیرامون کارآفرینی اجتماعی به عنوان حوادث مسبب در افزایش مشارکت اجتماعی به عنوان هسته اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی آورده شده است، که در پژوهش حاضر این موضوعات به عنوان دومین عامل در جلوگیری از گسترش کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری معرفی شده‌اند. در تحقیق نورپور و همکاران (۱۳۹۵) عوامل سازمانی همچون فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و ویژگی‌ها، ارزش‌ها و رفتار کارکنان در تحقیق نورپور را می‌توان با عوامل «عدم آگاهی تشکلی» مردم‌نهاد از کارآفرینی اجتماعی و عدم استقبال افراد از طرح‌های کارآفرینانه» در تحقیق حاضر هم‌سنخ دانست که در هر دو پژوهش در رتبه‌های میانی عوامل مؤثر قرار گرفته‌اند.

سومین و چهارمین مانع شناسایی شده در این پژوهش عبارت‌اند از «عدم استقبال افراد از طرح‌های کارآفرینانه» و «سبک زندگی مردم و مانع ذهنی آنها» که می‌توان هر دو را در قالب عنوان نگرش اجتماعی افراد دسته‌بندی کرد، موضوعی که در مدل مفهومی پژوهش هم به عنوان مهم‌ترین حادثه مسبب در توسعه مشارکت اجتماعی و به تبع آن کارآفرینی

اجتماعی ارائه شده است. عدم ریسک‌پذیری (که لازمه هر فعالیت کارآفرینانه است)، تک‌روی و عدم استقبال از فعالیت‌های گروهی و تیمی ازجمله مواردی است که در معرفی خلیقات ما ایرانیان پررنگ هستند و این موارد خود مانعی بزرگ در توسعه کارآفرینی اجتماعی هستند، و این موضوعات به صورت آشکاری خود را در نتایج پژوهش حاضر نشان داده‌اند. به این دو عامل تا حدودی در تحقیق نورپور و همکاران (۱۳۹۹) و جزو عوامل میانی توجه شده است، همچنین در پژوهش رضوی و همکاران (Razavi et al., 2014:2) به نگرش اجتماعی و عوامل رفتاری امتیاز بالایی می‌دهد. و این عوامل را به عنوان عوامل مسبب اصلی در مدل پژوهشی خود قرار می‌دهد، اما در دیگر تحقیقات ازجمله ساندوال (۲۰۱۹)، ویلیدمانوا (Wildmannova, 2018:51) و آراسته و همکاران (۱۳۹۳) توجه چندانی به این عامل نشده است.

همان‌گونه که مشخص است نتیجه به‌دست‌آمده تحقیق با فرضیه پژوهش همخوانی کامل ندارد، البته عوامل رفتاری و نگرش اجتماعی در میان موانع احصا شده وجود دارند اما مهم‌ترین عامل توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری که نتایج این پژوهش نشان می‌دهد عدم همکاری دولت و ارگان‌های دولتی است که در میان فرضیات تحقیق جایگاهی نداشته است.

تعارض منافع

این مقاله تعارض منافع ندارد.

سپاسگزاری

جا دارد از تمام کسانی که در به سرانجام رساندن این پژوهش نقش داشتند به خصوص مدیران سمن‌های استان چهارمحال و بختیاری که کمال همکاری را با ما داشتند، قدردانی نمایم.

ORCID

Vahid Khorshidi



<https://orcid.org/0000-0001-8575-2997>

Mehdi Mohammadi



<https://orcid.org/00000002-0984-1522>

Abolfazl Baghbani Arani



<http://orcid.org/0000-0001-9944-8611>

Hossein Sotudeh Arani



<https://orcid.org/0000-0001-7495-8228>

منابع

- آراستی، زهرا و ملکی کرم‌آباد، محمدمهدی. (۱۳۹۳)، «عوامل نهادی رسمی و غیررسمی تأثیرگذار بر اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی توسط زنان». نشریه مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، سال دوازدهم، شماره ۱: ۹۷-۱۱۸.
- آهنگرپور، عادل و حسینی فرد، سید مجتبی. (۱۳۸۹)، «کارآفرینی اجتماعی». نشریه مرکز کارآفرینی پردیس قم، شماره ۳: ۲۱-۴۰.
- ابطحی، سید حسین و شریف‌زاده، فتاح و ابراهیم پور، حبیب. (۱۳۸۹)، «بررسی مفاهیم، نظریه‌ها و مدل‌های کارآفرینی اجتماعی و ارائه مدل مفهومی». مجله مدیریت فرهنگ‌سازمانی، شماره ۲۱: ۸۷-۱۱۲.
- احسانی، محمد و کوزه چیان، هاشم و هنری، حبیب و مندعلی زاده، زینب. (۱۳۹۶)، «شناسایی ابعاد کارآفرینی اجتماعی در ورزش». نشریه مدیریت ورزشی، دوره نهم، شماره ۴: ۵۹۹-۶۱۶.
- بودلایی، حسن و خانباشی، محمد و فراهانی، غزاله. (۱۳۹۲)، «مطالعه پدیدارشناسانه شایستگی‌های کارآفرینان اجتماعی». نشریه چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۱۵: ۱۳۹-۱۶۵.
- حبیبی، محمد و معظمی، مجتبی و هاشمی، سیدمحمود. (۱۳۹۹)، «بررسی میزان تأثیر جهت‌گیری کارآفرینی اجتماعی بر نوآوری اجتماعی (کارآفرینان شهر تهران)». نشریه مدیریت کسب‌وکار، شماره ۴۷: ۴۹۴-۵۱۴.
- خدا پناه، بهمن و مرادی، محمدعلی و پاداش، حمید و سخدری، کمال. (۱۴۰۰)، «شناسایی موانع نهادی توسعه کارآفرینی منطقه‌ای در ایران (رویکردی انتقادی به نظام تاریخی

- سیاست‌گذاری کارآفرینی». پژوهشنامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، سال بیست و یکم، شماره ۴: ۸۷-۱۱۱.
- ربیعی، علی و صادق زاده، حکیمه. (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی». نشریه رفاه اجتماعی، شماره ۴۱: ۱۹۱-۲۲۲.
- رضایی، روح‌الله و صفا، لیلا و صفری، پروانه. (۱۳۹۱)، «بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی در تعاونی‌های توسعه روستایی شهرستان زنجان بر مبنای مدل معادلات ساختاری (مورد مطالعه: تعاونی نیک‌پی)». کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش بنیان.
- رضایی، ابوالفضل و ربیعی، علی و زاهدی مازندرانی، محمدجواد و فیروزآبادی، سید احمد. (۱۳۹۷)، «مقایسه جهت‌گیری‌های کارآفرینی اجتماعی و خیریه‌ای بر جنبه‌های مختلف فقر در نهادهای حمایتی شهر مشهد». نشریه مجلس و راهبرد، شماره ۹۶: ۱۷۹-۲۱۲.
- روستا، مریم و حیدری، محمدمهدی. (۱۳۸۷)، «کارآفرینی اجتماعی فراتر از کارآفرینی اقتصادی». نشریه تدبیر، شماره ۱۹۳: ۳۲-۳۵.
- زارع مهرجردی، محلا و رضایی، محسن و عربیون، ابوالقاسم و اکبری، سیدمحمدرضا. (۱۳۸۹)، «کارآفرینی سازمانی (مدیران نسل سوم)، مفاهیم، راهبردها و مدل‌ها». نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، شماره ۱: ۷۵-۸۴.
- شاه حسینی، علی و میرآخوری، علی. (۱۳۸۸)، «تعیین سطح کارآفرینی فردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی (مطالعه موردی: دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته مدیریت فرهنگی واحد علوم و تحقیقات)». نشریه مدیریت فرهنگی، شماره ۵: ۱۰۳-۱۱۴.
- شکریگی، عالیّه و فراهانی، پریسا. (۱۳۹۸)، «شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی و بررسی نقش آنان بر توانمندسازی کودکان کار و خیابان». نشریه مطالعات جامعه‌شناختی شهری، شماره ۳۲: ۷۷-۹۴.
- شیر، محمد و سام دلیری، کاظم. (۱۴۰۰)، «پیشران‌های مؤثر بر تشکلهای مردم‌نهاد ایران در افق ده ساله آینده». نشریه مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، شماره ۱۷: ۱۶۷-۲۰۲.

شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی...، خورشیدی و همکاران | ۲۶۹

- صالحی صدقیانی، جمشید. (۱۳۸۹)، «بررسی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مشخصه‌های رفتاری». نشریه توسعه کارآفرینی، شماره ۷: ۶۷-۹۴.

- طبیب‌زاده، سید رضا. (۱۳۹۴)، «بررسی تعاریف کارآفرینی اجتماعی و بحث پیرامون خلأهای برخی تعاریف با هدف تبیین این مفهوم». فصلنامه سیاست‌نامه علم و فناوری، دوره ۵، شماره ۳: ۲۱-۵.

- عرب مازار، عباس و زائر، آیت. (۱۳۸۷)، «برآورد ظرفیت بالقوه اقتصادی مالیات در ایران». فصلنامه علمی پژوهشی مالیات، دوره جدید، سال شانزدهم، شماره ۲: ۵-۲۶.

- عزیزی، محمد و ملایجردی، مریم. (۱۳۹۶)، «روش‌های تأمین مالی کارآفرینی اجتماعی». نشریه تحقیقات مالی، شماره ۱: ۱۱۹-۱۳۸.

- علیمیری، مصطفی. (۱۳۸۵)، «کارآفرینی اجتماعی: مروری بر زمینه‌های سیاسی و اجتماعی». نشریه دانش مدیریت، شماره ۷۲: ۳-۲۲.

- عمرانی، زهرا و حقیقی کفاش، مهدی و مظلومی، نادر. (۱۳۸۹)، «اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی». مجله توسعه کارآفرینی، شماره ۸: ۱۱-۳۶.

- فاضلی، فریبا و طولابی، زینب و پور اشرف، یاسین‌الله. (۱۳۹۸)، «شناسایی چالش‌ها و فعالیت‌های استراتژیک اجتماعی کارآفرینی اجتماعی (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی شهر ایلام)». فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه توسعه اجتماعی، شماره ۳۹: ۲۹-۵۵.

- فیروزآبادی، س و دباغی، ح. (۱۳۹۴)، «نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه محلی». نشریه توسعه محلی، دوره هفتم، شماره ۱: ۲۹-۵۸.

- قادر زاده، امید و کریمی، ایوب. (۱۳۹۸)، «مشکله هویت در سازمان‌های مردم نهاد: مطالعه کیفی فعالان مدنی». نشریه بررسی مسائل اجتماعی ایران، دوره دهم، شماره ۲: ۱۰۳-۱۲۹.

- کارپیشه، لیلا. (۱۳۹۸)، «توسعه گردشگری مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی». مجله جغرافیا و روابط انسانی، شماره ۷: ۴۷۶-۴۸۷.

۲۷۰ | فصلنامه علمی برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی | سال پانزدهم | شماره ۶۱ | زمستان ۱۴۰۳

- محمدی، ابوزر و نوابخش، مهرداد. (۱۳۹۳)، «بررسی عوامل مؤثر در ایجاد تشکلهای مردم نهاد با تأکید بر عوامل اجتماعی-فرهنگی» (مطالعه موردی: دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات». نشریه مطالعات میان فرهنگی، شماره ۲۰: ۷۱-۹۰.
- مرادی، افسانه و مقصودی گنجه و بیاتی اشکفتکی، یاسر. (۱۳۹۷)، «تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمانهای مردم‌نهاد اجتماعی استان چهارمحال و بختیاری». نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، شماره ۱۳: ۴-۵۲.
- مرجانی، تیمور و صدری، سید صدرالدین. (۱۳۹۳)، «توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب‌ها، عوامل مؤثر و راهکارها». مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، شماره ۲: ۲۷۷-۲۹۷.
- مستخدمین حسینی، حمید. (۱۳۹۴)، «مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی». نشریه کار و جامعه، شماره ۱۸۷: ۵۵-۶۹.
- مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۲)، «کارآفرینی اجتماعی». نشریه رهیافت، شماره ۲۹: ۴۹-۵۹.
- مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۷)، «کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، پژوهشی در سازمانهای غیردولتی». تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- میرک‌زاده، علی‌اصغر و بهرامی، مجید. (۱۳۹۰)، «لزوم توجه به کارآفرینی اجتماعی به عنوان بستر پایداری در اجتماعات روستایی». نشریه کار و جامعه، شماره ۱۳۴: ۳۸-۴۷.
- نورپور، علی و ساکتی، پرویز و طاهر پور کلانتری، حبیب اله. (۱۳۹۹)، «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی (در سازمانهای غیرانتفاعی ایران)». نشریه پژوهش اجتماعی، شماره ۴۸: ۱۲۳-۱۴۲.

- Adomaviciute, E., Janiunaite, B, and Stuopyte, E. (2012). "The Profile of Entrepreneurs Working for Non-Governmental Organization". *Journal of Social Sciences*, 3177, 17-29.
- Austin, J., Stevenson, H, and Wei-Skillern, J. (2006). "Social And Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?". *Entrepreneurship Theory and Practice magazine*, 1, 33-56.
- Chand, V. (2009). "Beyond Non-Governmental Development Action into Social Entrepreneurship". *The Journal of Entrepreneurship*, 18, 139-166.

- Dees, J, and Anderson, B. (2003). "Framing A Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought". *Magazine of research on social entrepreneurship*, 1, 39-66.
- Dickinson, P, and Warhurst, C. (2019). "Cooperatives and social enterprises: Work and employment in selected countries". *Luxembourg: Eurofound*.
- Fowler, A. (2000). "NGDOS As A Moment In History: Beyond Aid To Social Entrepreneurship or Civic Innovation?". *Third World Quarterly*, 21(4), 637-654.
- Fernanda, R, and Cavalcanti, R. (2020). "Social Entrepreneurship and Social Change: A practice-based study in non-governmental organizations". *RAUSP Management Journal*, 56(2), 170-185.
- Hoogendoorn, B., Zwan, P, and Thurik, R. (2011). "Social Entrepreneurship and Performance: The Role of Perceived Barriers and Risk", *Erim Report Series Research In Management*, 16, 26-51.
- Lewis, D. (2001). *"The Management of Non-Governmental Development Organization: An Introduction"*. London: Rutledge.
- Mair., J, and Marti, I. (2006). "Social Entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight". *Journal of World Business*, 41, 36-44.
- Martin, R, and Osberg, S. (2007). "Social Entrepreneurship: The Case for Definition". *Stanford Social Innovation Review*, 1, 29-39.
- Pelucha, M., Kourilova, J, and Kveton, V. (2017). "Barriers of Social Entrepreneurship Development a Case Study of the Czech Republic". *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(3), 112-125.
- Peredo, A, and McLean, M. (2006). "Social Entrepreneurship: A critical review of the concept". *Journal of World Business*, 41, 56-65.
- Razavi, S., Asadi, M., Moghimi, H, and Ekbatani, H. (2014). "Barriers to Social Entrepreneurship in Iran: An Application of Grounded Theory". *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 3(2), 100-118.
- Sandoral, H. (2019). "Barriers to Hybrid Social Entrepreneurship in Mexico". *Journal of Projects*, 23, 43-61.
- Schwenger, D., Straub, T, and Borzillo, S. (2014). "Non-Governmental Organizations: Strategic Management For A Competitive World". *Journal of Buisiness Strategy*, 35(4), 11-19
- Shaw, Eleanor, and Carter, S. (2007). "Social Entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(3), 418-434.

- Thompson, J; Alvy, G, and Lees, A. (2000). "Social Entrepreneurship- A New Look At The People And The Potential". *Management Decision*, 38(5), 328-338.
- Wildmannova, M. (2018). "Barriers and Opportunities for the Development of Social Entrepreneurship:Case Study of Czech Republic". *Journal of Economic and Social Development*, 5(1), 51-58.
- Zahra, S., Rawhouser, H., Bhawe, N., Neubaum, D, and Hayton, J. (2008). "Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities". *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2, 117-131.

استناد به این مقاله: خورشیدی، وحید؛ محمدی، مهدی؛ باغبان آرائی، ابوالفضل و ستوده آرائی، حسین. (۱۴۰۳). شناسایی و رتبه بندی موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان های مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری، فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۵ (۶۱)، ۲۳۹-۲۷۲.



Social Development and Welfare Planning Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.