



## کارآفرینی اجتماعی، عوامل موثر و نقش آن در توسعه اقتصادی

(تاکید بر استان‌های کرمانشاه و کردستان)

صبا پیرمحمدی

دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد انرژی - دانشگاه رازی کرمانشاه

[Saba.pirmohammadi@yahoo.com](mailto:Saba.pirmohammadi@yahoo.com)

جلوه صیفوری

دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد انرژی - دانشگاه رازی کرمانشاه

[Nice13700@gmail.com](mailto:Nice13700@gmail.com)

شیوا قادری

دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد انرژی - دانشگاه رازی کرمانشاه

[Shiva.ghaderi1369@gmail.com](mailto:Shiva.ghaderi1369@gmail.com)

### چکیده

امروزه به توسعه کارآفرینی اجتماعی به عنوان مأموریتی اجتماعی و یکی از راهکارهای حل برخی مسائل و آسیب‌های اجتماعی توجه می‌شود. کارآفرینی تأثیر مثبت و مستقیمی بر کاهش بیکاری دارد؛ از سوی دیگر، سبب توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و می‌تواند باعث بهبود وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه شود. مقاله حاضر با هدف بررسی وضعیت کارآفرینی اجتماعی و اثرات آن بر روی اشتغال و توسعه اقتصادی با تمرکز بر استان‌های کرمانشاه و کردستان انجام گرفته است. با توجه به اینکه بسیاری از مسائل و آسیب‌های اجتماعی این استان‌ها ریشه در بیکاری و عدم وجود فرصت‌های شغلی برای افراد جامعه دارد، توجه به مقوله کارآفرینی اجتماعی می‌تواند تا حد زیادی این آسیب‌ها را تحت الشعاع قرار داده و آن‌ها را کاهش دهد. لذا این مقاله قصد دارد با بررسی مسائل و مشکلات موجود در این استان‌ها به کمک کارآفرینی اجتماعی نتایج و راهکارهایی را برای رشد و توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی مطرح کند.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، توسعه اقتصادی، ...

## مقدمه

واژه کارآفرینی بیش از دو قرن نیست که در ادبیات مدیریت و اقتصاد وارد شده و مانند سایر واژه‌ها تغییرات زیادی به خود گرفته و از رشد تکاملی برخوردار بوده‌است. کارآفرینی ابتدا در نظریه‌های اقتصادی تبلور یافته و به عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت و یا ارزش اقتصادی شناخته شده و از قرن پانزدهم تا کنون، در کانون مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته‌است (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳).

مبحث جدیدتری که در عرصه کارآفرینی و در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی مورد توجه قرار گرفته، کارآفرینی اجتماعی است. این مقوله در صورتی که در جامعه نهادینه شود می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات اجتماعی ایفا کند. این نوع کارآفرینی (کارآفرینی اجتماعی)، منفعت موسسه اجتماعی را با تصویری از انضباط، نوآوری و وابستگی اجتماعی بیان می‌دارد و ریشه در تعاملات انسانی و روابط اجتماعی بشری دارد. کارآفرینان اجتماعی نگرش‌های خلاقانه برای حل مسائل اجتماعی را جهت ایجاد ارزش اجتماعی به کار می‌برند و دارای ویژگی‌های خاص خود؛ یعنی عاملان تغییر در بخش اجتماعی، پذیرش مأموریت برای ایجاد و بقای ارزش اجتماعی، شناسایی و ترغیب فرصت‌های جدید به وسیله منابع درست‌ترس که در نهایت به ارزش‌سازی اجتماعی و بقا موسسه اجتماعی منجر می‌گردد، هستند (طالبیان، ۱۳۸۱).

امروزه ساختار اقتصادی دنیا با گذشته به طور اساسی تفاوت دارد. توسعه پایدار امروز بر پایه نوآوری و خلاقیت و استفاده از دانش استوار است. توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشور ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه پایدار، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی و معضل بزرگ انبوه بیکاران را مرتفع خواهد کرد. در واقع کارآفرینی اجتماعی که به معنی فرآیندی نوآورانه برای ایجاد ارزش اجتماعی است پایه و اساس توسعه همه‌جانبه محسوب می‌شود. مطالعات و تحقیقات نشان می‌دهد کارآفرینی اجتماعی نقش شایسته و بایسته‌ای در رشد و توسعه اقتصادی، اشتغالزایی پایدار، توسعه عدالت، کاهش فقر، درآمد ملی و حل مشکلات جامعه دولت و بخش عمومی دارد.

با توجه به وضعیت اقتصادی استان‌های غرب کشور (تاکید ویژه بر استان‌ها کرمانشاه و کردستان)، این مقاله ضمن تعریف جامعی از کارآفرینی اجتماعی و عوامل موثر بر آن، تاثیر کارآفرینی اجتماعی بر رشد و توسعه اقتصادی را با تاکید بر این استان‌های کشور بررسی خواهد کرد.

## مبانی نظری

واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی (Entrepreneur) به معنی متعهد شدن نشأت گرفته است (Cochran, 1968). کارآفرینی فرآیندی است که در محیطها و مجموعه‌های مختلف اتفاق می‌افتد و طی آن، تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوریهای افرادی که به فرصتهای اقتصادی واکنش نشان می‌دهند، رخ می‌دهد که این باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی خواهد شد (Echols, 1998).

کارآفرینی اجتماعی علاوه بر کسب و کارهای غیرانتفاعی نوآورانه، دربرگیرنده اهداف اجتماعی است. تاسیس بانک‌های غیرانتفاعی توسعه اجتماعی و تأسیس سازمان‌های ترکیبی که مرکب از عناصر انتفاعی و غیرانتفاعی هستند، را می‌توان در زمره این نوع کارآفرینی بازشناسی کرد. همچنین، مراکزی که برای افراد بی‌خانمان دایر میشود و در آن کسب و کارهایی برای آموزش و استخدام آنها ارائه می‌شود، نیز در این دسته از نهادها طبقه‌بندی می‌شوند (dees, 1998).

کارآفرینان اجتماعی تصمیم دارند از طریق تعریف و پیاده‌سازی مدل‌های جدید کسب و کار به نیاز محرومان و بی‌پناهان پاسخ گویند و بین کوشش‌های خیرخواهانه و فعالیت‌های اقتصادی پیوند برقرار کنند (مقیمی، ۱۳۸۳). مهم‌ترین هدف کارآفرینی اجتماعی توجه به یک انگیزه اجتماعی، مانند بهبود انسجام اجتماعی، مبارزه با فقر، دفاع از حقوق بشر و یا ارتقای خدمات بهداشتی و درمانی است (trivedi, 2010).

برای کارآفرینی اجتماعی، سه وضعیت به شرح زیر قابل شناسایی است (Martin & Osberg, 2007) :

۱- شناسایی تعادلی پایدار اما ناعادلانه که موجب محرومیت، به حاشیه رانده شدن و یا ناراحتی بخشی از انسان‌ها می‌شود، در نتیجه این دسته از انسان‌ها نمی‌توانند نیازهای خود را در سطح مناسب پاسخ دهند.

۲- شناسایی یک فرصت که در این تعادل ناعادلانه، ارزش اجتماعی را گسترش دهد و موجب الهام، خلاقیت، عملکرد مستقیم، شجاعت و بردباری شود؛ به طوری که از طریق آن شرایط پایدار اما ناعادلانه موجود به چالش کشیده شود.

۳- ایجاد تعادلی که موجب از بین رفتن نقص‌های بالقوه یا کمبودهایی شود که گروه خاصی با آن مواجه‌اند و یا ایجاد نظم طبیعی، پایدار، باثبات، جدید و اطمینان بخش به آینده‌ای بهتر برای گروه هدف و حتی کل جامعه منجر شود.

در مبانی نظری و تعریف‌های کارآفرینی اجتماعی این حقیقت وجود دارد که انگیزه زیربنایی کارآفرینی اجتماعی به جای افزایش ثروت سهامداران و منفعت‌های شخصی، خلق ارزش اجتماعی است. محرک اصلی کارآفرینی اجتماعی مسئله اجتماعی است که باید رسیدگی و حل شود. بنابراین شکل سازمانی این نوع کارآفرینی نیز باید بتواند به طور کارآمد منابع را برای حل آن مسئله بسیج کند. در واقع نمونه‌های کارآفرینی اجتماعی را می‌توان در بخش‌های غیرانتفاعی، دولتی و تجاری مشاهده کرد ( Moizer & Tracey , 2010; Trivedi , 2010)

### انواع کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی به سه نوع دسته‌بندی شده است:

- ۱- کارآفرینی اجتماعی یکپارچه: هر فعالیت اقتصادی که به طور روشن و به منظور ایجاد دستاوردهای مثبت اجتماعی بر پایه‌ی ارزش‌ها و نیازهای اجتماعی طراحی شده باشد، کارآفرینی اجتماعی یکپارچه به‌شمار می‌آید.
- ۲- کارآفرینی اجتماعی توزیع مجدد: هر فعالیت اقتصادی که در یک سازمان و یا نهاد غیرانتفاعی انجام شود تا به وسیله آن از توانایی‌ها و فرصت‌های موجود برای کاهش هزینه‌ها و یا افزایش درآمدها و تنوع‌بخشی به آن استفاده کنند، از نوع تفسیر مجدد است.
- ۳- کارآفرینی اجتماعی مکمل: هرگاه یک سازمان یا نهاد غیرانتفاعی بخش نوینی را برای فعالیت‌های اقتصادی خود به طور رسمی تاسیس کند تا از منافع آن هزینه‌های بخش غیرانتفاعی خود را تامین کند، مبادرت به کارآفرینی اجتماعی مکمل کرده‌است (علی‌میری، ۱۳۸۵).

### ویژگی کارآفرینان اجتماعی

- جرج دیز در مقاله‌ایی که به حق به عنوان منبعی که بیشترین مراجعه در حوزه‌ی کارآفرینی به آن است به شش ویژگی عمده‌ی کارآفرینان اجتماعی اشاره می‌کند که به شرح زیر است:
- ۱- آن‌ها عاملان تغییر در بخش اجتماعی هستند؛
  - ۲- برای خلق و نگهداری ماموریت اجتماعی ارزش تعریف می‌کنند؛
  - ۳- این افراد مجدانه در پی کشف و پی‌گیری فرصت‌های جدید برای رسیدن به هدف هستند؛
  - ۴- آن‌ها به طور مداوم خود را درگیر فرآیند نوآوری، یادگیری و انطباق می‌کنند؛
  - ۵- آن‌ها بی‌باکانه و بدون محدود شدن توسط منابع در دسترس، فعالیت می‌کنند؛
  - ۶- کارآفرینان اجتماعی نسبت به مخاطبان خود پاسخگو هستند ( Dees, 2001).

### تفاوت کارآفرینی اجتماعی و اقتصادی

برای شناسایی تفاوت‌های میان کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی اولین قدم آن است که معنای ضمنی لغت ((اجتماعی)) را مدنظر قرار دهیم، چراکه در واقع این لغت وجه تمایز دو نوع از کارآفرینی بوده و بدان معناست که میان اجتماعی و غیراجتماعی بودن فعالیت تفاوت وجود دارد (Nicholls, 2006).

براین اساس کارآفرینی اجتماعی در برگیرنده فعالیت‌هایی است که در راستای پیشبرد اهداف اجتماعی انجام می‌شود. در اهداف اجتماعی حضور بیش از یک فرد مطرح است و منافع به گروه یا جمعی از افراد خواهد رسید. در بیشتر مباحث مربوط به

کارآفرینی اجتماعی تمرکز بر فرآیندی است که طی آن رفتارهای خاصی برای تعقیب اهداف اجتماعی شکل می‌گیرد (Bielefeld, 2008).

بوش و مک گئوریک براساس دو تعریف زیر کارآفرینی اجتماعی را از کارآفرینی سنتی متمایز کرده‌اند:

- هرچند کارآفرینان سنتی نیز رفتارهای اجتماعی دارند، به طور مثال سازمان‌های غیر انتفاعی کمک مالی می‌کنند، از مواد اولیه و روش‌هایی استفاده می‌کنند که به محیط‌زیست آسیب نرساند و با کارمندانشان رفتاری احترام‌آمیز دارند، اما رفتار آن‌ها تنها به صورت غیرمستقیم با مسائل اجتماعی ارتباط دارد. کارآفرینان اجتماعی متفاوت هستند زیرا راهبردهای درآمدزایی آن‌ها به طور مستقیم به اهداف اجتماعی‌شان گره خورده است. به عنوان مثال آن‌ها افرادی را استخدام می‌کنند که از نظر جسمی، روحی یا مالی در مضیغه هستند و یا محصولات ماموریت-محوری تولید می‌کنند که پاسخگوی مشکل اجتماعی گروه خاصی است.

- کارآفرینان اقتصادی با نتایج مالی سنجیده می‌شوند و موفقیت یا شکست کسب و کارشان با توانایی آن‌ها در تولید سود برای صاحبان سهام تعریف می‌شود. در مورد کارآفرینان اجتماعی هرچند سودآوری همچنان یک هدف است، اما تنها هدف نیست و سود آن‌ها دوباره در راه ماموریت اصلی سرمایه‌گذاری می‌شود (Boschee, McClurg, 2003).

### نقش کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی

ویژگی بارز اقتصاد امروز، تغییرات سریع است. لذا کشورهایی می‌توانند در چنین اقتصادی موفق باشند که قابلیت تطبیق با این تغییرات را داشته باشند. اگر نگاهی بر سیر تاریخی نظریات توسعه اقتصادی داشته باشیم، درمی‌یابیم که توسعه صنعت و پیشرفت در اقتصاد جامعه مبتنی بر تغییر ایده‌ها و خلق نوآوری‌ها است و بدون قرار گرفتن در صف پیشروان علم و نوآوری، هیچ کشوری در پیمودن سریع مسیر توسعه موفق نخواهد بود.

طبیعی است که بارزترین ابزاری که می‌تواند ما را به این مقصود برساند، کارآفرینی است. در نظام اقتصادی مبتنی بر کارآفرینی، نوآوران و صاحبان فکر و ایده، سرمایه‌های اصلی یک بنگاه اقتصادی و از عوامل اصلی توسعه محسوب می‌شوند. کارآفرینی با توسعه اقتصادی و اجتماعی رابطه تنگاتنگی دارد و امروزه یکی از شاخص‌های توسعه در کشورهای روبه رشد محسوب می‌شود. به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند پیشرفت و رشد اقتصادی جامعه، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته و پیشرو تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شماری از افراد جامعه را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند به آموزش کارآفرینی و فعالیتهای کارآفرینانه هدایت کنند (نعیمی و همکاران، ۱۳۸۷). توسعه کارآفرینی ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی و معضل انبوه سایر بیکاران را مرتفع خواهد کرد. دستیابی به رشد و توسعه اجتماعی نیاز به تدوین و اجرای راهبردهای اثر بخش دارد. کارآفرینی یکی از اجرایی‌ترین این راهبردها است (شعبانیان، ۱۳۸۷).

واقعیت امر این است که توسعه در کشور مابه‌ویژه منطقه غرب از جمله استان‌های کرمانشاه و کردستان مستلزم ظرفیت‌سازی کارآفرینانه در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه است. این امر منجر به پرورش افرادی می‌شود که می‌توانند در بخش‌های مختلف جامعه کسب و کارهای نوین ایجاد کنند، ظرفیت‌های موجود را توسعه دهند و با نوآوری، مشکلات جامعه، دولت و بخش عمومی را کاهش دهند. در صورت تحقق این هدف مهم، از ظرفیت‌های بالقوه در جامعه حداکثر استفاده به عمل خواهد آمد و اشتغالزایی، عدالت و رفاه اجتماعی، توسعه پایدار، کیفیت زندگی نشاط و امید به زندگی در این مناطق را به دنبال دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهند که رشد بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی افزایش یافته است. رفع معضل بیکاری دانش‌آموختگان با آموزش مهارت‌های کارآفرینانه به دانشجویان و دانش‌آموختگان همه رشته‌ها از یک سو و توسعه انواع رشته‌ها و گرایش‌های جدید کارآفرینی در کنار سایر دروس رشته‌های موجود از سوی دیگر ممکن خواهد بود. از این طریق تعداد بیشتری از دانش‌آموختگان به سوی تاسیس کسب و کار و ایجاد اشتغال برای سایر بیکاران گام بر خواهند داشت. به عبارت دیگر با توسعه کارآفرینی در کشور ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی معضل انبوه سایر بیکاران نیز مرتفع خواهد شد. استفاده از

ظرفیت‌های موجود و توسعه فناوری پیشرفته به وجود افراد خلاق، نوآور و کارآفرین در جامعه نیاز دارد. این نیاز در همه بخشها و رشته‌ها مشهود و ملموس است. بنابراین توسعه کارآفرینی برای تامین این نیازها و دستیابی به این اهداف ضروری است (همان منبع).

اما در رابطه با تاثیر کارآفرینی بر رشد اقتصادی آدرچ و توریک معتقد هستند سه مسیر برای بیان این تاثیرگذاری وجود دارد: کانال اول: ایجاد سر ریز دانش

در نظریه‌های نوین رشد، زمانی که اقتصاد به حالت پایدار دست یابد، رشد درآمد سرانه تنها از طریق رشد دانش میسر خواهد بود و این امر، منجر به ظهور تکنولوژی‌های تولید کارتر با بهره‌وری بیشتر می‌گردد. رومر در فرمول بندی جدید خود از رشد (۱۹۸۶)، انباشت و سر ریز دانش را مبنای زشد درون زای یک اقتصاد می‌داند. وی در درجه اول دانش را به عنوان سر ریزی از سطح انباشت سرمایه، و سپس سر ریزی از انباشت دانش می‌داند. کانال دوم: افزایش رقابت

افزایش تعداد بنگاه‌ها نه تنها موجب افزایش رقابت در اتخاذ ایده‌های جدید می‌شود، بلکه رقابت بیشتر بین بنگاه‌ها، سبب تسهیل ورود بنگاه‌های جدیدی می‌شود که در زمینه تولید محصول خاص جدیدی تخصص دارند. کارآفرینان از طریق افزایش رقابت، بهره‌وری را افزایش می‌دهند. آنها از طریق معرفی گونه‌های محصولات و خدمات موجود در بازار، دانش ما را افزایش می‌دهند. در نتیجه، انتخاب بهترین ترکیب‌های بازار محصول میسر می‌شود. در این فرایند، سر ریزهای دانش نقش مهمی را بازی می‌کنند. کانال سوم: ارائه تنوع و نوآوری

شومپتیر در مطالعات اولیه خود (۱۹۱۱)، مفهوم کارآفرینی را در قالب نوآوری، به عنوان نقش کلیدی در پیشبرد توسعه اقتصادی، وارد کرد. فعالیت‌های نوآورانه کارآفرینان با ایجاد اختلالات ثابت به یک سیستم اقتصادی در حال تعادل و ایجاد فرصت‌ها برای منافع اقتصادی، روند تخریب خلاق را به جلو می‌برد (شومپتیر، ۱۹۴۲: ص ۸۳). در تنظیم تعادل، نوآوری‌های دیگری ایجاد شده و کارآفرینان بیشتری وارد سیستم اقتصادی می‌شوند. به این ترتیب، نظریه شومپتیر پیش بینی می‌کند، افزایش تعداد کارآفرینان منجر به افزایش رشد اقتصادی می‌شود. مطابق نظریه شومپتیر، در جریان پیشرفت ادبیات اقتصادی تجربی، نوآوری به عنوان یک منبع رشد اقتصادی شناخته شده است.

### پیشنه تحقیق

#### مطالعات داخلی:

- مهدی کرمانی و همکاران در مقاله‌ای تحت عنوان توانمندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی به بررسی وضعیت زنان سرپرست خانوارهای فقیر در شهر تهران پرداخته و به کارآفرینی اجتماعی به عنوان راهکاری موثر برای آن تاکید کرده‌اند. بعد از شناسایی (( توانمندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی )) به عنوان پدیده‌ی مرکزی تحقیق، مدل پارادایمی متناظر با آن تدوین شد. نتایج به دست آمده از این تحقیق حاکی از آن است که مدیریت تحول‌خواه، نیروی انسانی تواتمند، ساختار سازمانی انعطاف پذیر، حاکمیت اخلاق حرفه‌ای و روحیه‌ی کارآفرینی مهم‌ترین شرایط علی موثر بر پدیده‌ی مذکور هستند. همچنین سه پیامد اصلی رخداد پدیده‌ی مذکور توانمندسازی مقتصدانه، توانمندسازی باثبات و توانمندسازی متقابل بوده‌است (مهدی کرمانی و همکاران، ۱۳۹۴).

- دیوسالار و بزرگی در مقاله‌ای با عنوان بررسی نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و توسعه پایدار، تعاریفی از مفاهیم کارآفرینی، توسعه اقتصادی و توسعه پایدار ارائه کرده و سپس با توجه به مبانی نظری به نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و توسعه پایدار پرداختند. نتایج این تحقیق بیان می‌کنند که مهم‌ترین آثار توسعه کارآفرینی، افزایش نوآوری، ارتقای سطح فناوری، افزایش اشتغال، تولید دانش فنی و تولید و توزیع درآمد در سطح جامعه است؛ که در نتیجه می‌تواند افزایش ثروت ملی و رشد اقتصادی جامعه را دربرداشته باشد (دیوسالار و بزرگی، ۱۳۹۱).

- یادگار و همکاران با استفاده از نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها، فرآیند ظهور ابتکارات کارآفرینی اجتماعی را مطالعه کرده‌اند و به این نتیجه رسیدند که محیط نهادی کارآفرینی اجتماعی و وضعیت بازارهای اجتماعی به عنوان شرایط محیطی در فرآیند ایجاد سازمان‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی اثرگذار هستند؛ از این رو می‌توان از رویکرد نهادی برای درک بهتر پیچیدگی این پدیده استفاده کرد (یادگار و همکاران، ۱۳۹۰).

### مطالعات خارجی:

- کمی اگان یمی در تحقیقی کیفی و با روش پدیدار شناسی، به بررسی و توصیف اقدامات یکی از کارآفرینان مشهور نیجریه به نام نایک دیویس اکاندی پرداخته‌است. مدل کارآفرینی اجتماعی نایک دربرگیرنده کارگاه‌هایی به منظور آموزش هنرهای مختلف سنتی همچون کار با فلز، کار با چوب، طراحی، فرش بافی، پارچه بافی، رقص‌های سنتی و غیره به ویژه برای زنان فقیر بوده‌است. یکی از نقاط قوت مهم کار نایک در پشتیبانی‌های ثانوی از مهارت‌آموزان است؛ به نحوی که آن‌ها امکان بهره‌برداری از امکانات زیرمجموعه وی برای برگزاری کارگاه‌های خود، انجام برخی سفارشات مشتری‌های فرعی و نیز عرضه و فروش تولیداتشان در گالری‌های او را می‌یابند (کمی اگان یمی، ۲۰۱۲).

- مارتین و آزرگ معتقدند که کارآفرینی اجتماعی دارای دوجنبه‌ی منفی و مثبت بوده که جنبه‌ی مثبت آن مربوط به ویژگی کارآفرینی اجتماعی است؛ که درونی و ذاتی بوده و با نوآوری به دنبال کشف و شکار فرصت‌های جدید و ایجاد ترکیب‌های جدید از واقعیت‌های موجود بوده و جنبه‌ی منفی آن به رویکرد قبلی یعنی مبان کارآفرینی مربوط می‌شود. در رویکرد قبلی و اولیه صرفاً به فعالیت‌ها، اقدام‌ها و کارکردهای اقتصادی توجه شده و هنر و فعالیت کارآفرینانه با هدف کسب درآمد و حداکثرسازی سود معنی می‌شد. بنابراین کارآفرینی اجتماعی نوعی سنت‌شکنی در مفاهیم، تعاریف و مبانی کارآفرینی محسوب می‌شود (مارتین و آزرگ، ۲۰۰۸).

- یارون و ددوایک به دنبال ابزاری برای ارزیابی و سنجش میزان توانمندسازی حاصل از برنامه‌های توسعه‌یابی یا تمرکز بر هفت برنامه اصلی تامین اجتماعی و مبارزه با فقر در بنگلادش بوده‌اند. براساس نتایج حاصل از این تحقیق هرچند برنامه‌های مورد بررسی اثراتی را در زمینه توانمندسازی اقتصادی زنان داشته‌است؛ اما در اغلب موارد این اثرات برای زنان ذی‌نفع در حد اندکی بوده است ( یارون و ددوایک، ۲۰۰۸).

### بررسی وضعیت بیکاری در استان‌های کرمانشاه و کردستان

براساس اطلاعات به دست آمده از مرکز آمار ایران اطلاعات اقتصادی دواستان کرمانشاه و کردستان به شرح زیر می‌باشد:

استان	جمعیت	نرخ رشد جمعیت	نرخ رشد بیکاری	نرخ مشارکت اقتصادی	نرخ باسوادی
کردستان	۱۴۹۳۶۴۵	۰٫۷۳	۱۳٫۳	۴۰٫۲	۷۷٫۹۷
کرمانشاه	۱۹۴۵۲۲۷	۰٫۶۹	۱۷٫۶	۳۹٫۵	۸۱٫۷۲

همان‌طور که از جدول بالا مشخص است وضعیت بیکاری در دواستان ذکر شده بحرانی است و طبق آمار موجود استان‌های کرمانشاه و کردستان به ترتیب رتبه یک و دو در کشور را در شاخص بیکاری دارا هستند. اما در مورد دلایل بیکاری در این دو استان موارد زیادی ذکر شده است که از جمله آن می‌توان به تحریم‌ها، واردات بی‌رویه و حمایت نکردن از تولید و صنعت داخلی، رشد جمعیت در طول سی سال گذشته و عدم تمهیدات کافی برای انتقال، رشد پایین اقتصادی، افزایش تعداد دانشجویان، اشباع دستگاه‌های دولتی و مهاجرپذیری اشاره کرد. لذا کارآفرینی و به طور خاص کارآفرینی اجتماعی با ویژگی‌هایی که دارد می‌تواند عاملی در جهت بهبود وضعیت اشتغال در اینگونه استان‌ها باشد. در ادامه به این ویژگی‌ها اشاره خواهد شد.

## بحث و نتیجه

دگرگونی و تحولات در سراسر جهان امروز باعث شده است که کارآفرینی بیش از پیش اهمیت یافته و سازمان‌ها بیشتر از گذشته نیازمند نوآوری و کارآفرینی برای تطبیق با شرایط جدید باشند.

در این راستا کارآفرینان اجتماعی که ویژگی‌ها و رفتارهایی شبیه به کارآفرینان اقتصادی دارند بیشتر با کارها و فعالیت‌های دلسوزانه و حمایت‌کننده ارتباط داشته و برای حل مشکلات اجتماعی تصور و بینش مطلوبی دارند. از جمله نتایج به دست آمده مربوط به توسعه کارآفرینی اجتماعی افزایش نوآوری، ارتقای سطح فناوری، افزایش اشتغال، تولید دانش فنی و تولید و توزیع درآمد در سطح جامعه است.

با توجه به تاکید مقاله بر وضعیت اقتصادی دو استان کرمانشاه و کردستان و نظر به اینکه وضعیت بحرانی بیکاری و عدم وجود شغل اداری برای تمام جوانان از ویژگی‌های بارز این استان‌ها است، لذا با آموزش و آشنایی افراد خانواده‌ها با کارآفرینی اجتماعی می‌توان گامی موثر در جهت بهبود وضعیت اقتصادی استان‌های مذکور برداشت.

براین اساس پیشنهادهای زیر مطرح است:

- ایجاد شبکه‌ها و انجمن‌های کارآفرینی اجتماعی به طوری که افراد در قالب گروه بتوانند فعالیت‌های بیشتری داشته باشند و دامنه تاثیرگذاری فعالیت‌های آنان افزایش یابد.
- تشکیل اجتماعات محلی مانند انجمن‌ها و شوراهای محلی، تشکیل گروه‌های همسالان و هیئت‌های مذهبی و جزآن که سرمایه اجتماعی مهمی می‌باشند، تقویت شوند و جلسات هم‌اندیشی در محلات برگزار شود.
- ریشه بسیاری از آسیب‌های اجتماعی در ناآگاهی مردم است؛ به آموزش و اطلاع رسانی به آحاد مردم توجه جدی شود. بدین منظور کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌های مختلف و برای گروه‌های سنی مختلف در محلات برگزار شود. تشکیل کارگاه‌های آموزشی در مدارس برای آگاهی بخشی به دانش‌آموزان بسیار مفید است. مشاوره در سراهای محلات نیز در زمره فعالیت‌هایی است که باید به طور جدی پیگیری شود.
- برپایی نمایشگاه‌های ترویجی، جشنواره‌ها و همایش‌های ترویجی تاثیرگذار است. ایجاد بازارچه‌های خوداشتغالی و کارآفرینی باید رونق پیدا کند. از آن‌جا که بسیاری از افراد توانایی بازاریابی و فروش محصولات خود را ندارند، این بازارچه محلی برای فروش و معرفی محصولات این افراد است.
- به آموزش مهارت‌های کسب و کار توجه شود. این آموزش‌ها علاوه بر اینکه مهارت‌های ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار را در برمی‌گیرد، باید مهارت‌های حین کار را نیز در برمی‌گیرد.
- عدم هماهنگی سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف مشکل بسیاری از کارآفرینان اجتماعی است، لذا باید در این زمینه هماهنگی‌های لازم انجام گیرد. در واقع باید متولی هماهنگی به طور دقیق مشخص و نقش محوری در این زمینه رسماً به وی واگذار شود.

## منابع

- آراستی، ملکی کرم‌آباد، متوسلی، (۱۳۹۱). عوامل نهادی تاثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی، توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم.
- بازاریار، (۱۳۹۰). شناسایی الگوی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در موسسات خیریه شهر تهران.
- نعیمی، پزشکی‌راد، چیزری، (۱۳۸۷). نگاهی بر نقش آموزش کارآفرینی در ایجاد اشتغال، اولین همایش نوآوری و کارآفرینی.
- سیدامیری، (۱۳۸۶). بررسی ابعاد کارآفرینی اجتماعی، وبسایت همیاری و اشتغال دانش‌آموختگان.
- علی‌میری، (۱۳۸۵). کارآفرینی اجتماعی (( مروری بر زمینه‌های سیاسی و اجتماعی ))، نشریه دانش مدیریت، سال ۱۹، شماره ۷۲.
- مقیمی، (۱۳۸۱). کارآفرینی موضوعی میان‌رشته‌ای و فراگیر، ماهنامه تخصصی بازاریابی، ش ۲۲.



- Babu, Suresh and Pinstup Andersen, per (2007). Social Innovation and Entrepreneurship: Developing Capacity to Reduce Poverty and Hunger, International Food Policy Research Institute.
- Austin J, Sterenson H, Wei-Skillern J(2006). Social and commercial Entrepreneurship: same, Different or Both? ENTREPRENEURSHIP THEORY and PRACTICE, Baylor university, 2005, jan, 27.
- Vesper, K, Gartner, W, (1997). Measuring progress in entrepreneurship education, Journal of Business Venturing, pp.
- Dees J, Erneron J, Economy P(2001), Enterprising Nonprofits: A Toolkit for social Entrepreneurs, John Wiley and Sons, Inc.
- social entrepreneurship: some important distinction, 5.

