

شناسایی عوامل علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی در ایران

حمید رحیمیان^۱ - محمود احمدپور داریانی^۲

عباس عباس‌پور^۳ - فرنوش اعلامی^{۴*}

۱ و ۳. استادیار دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبایی

۲. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۴. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه علامه طباطبایی

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۶/۱۲، تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۷/۲۶)

چکیده

کارآفرینان اجتماعی افرادی هستند که رهبری، خلاقیت و روحیه کارآفرینانه را برای حل مشکلات اجتماعی که مرتبط با رفاه انسانی در سطح کلان است، ترکیب می‌کنند. آن‌ها به دنبال توسعه برنامه‌های نوآورانه‌ای برای کمک به بهبود معیشت کسانی هستند که کسب و کار و قدرت مالی ندارند و یا در استفاده از فرصت‌های خدمات اجتماعی با محدودیت مواجه‌اند. هدف این پژوهش که با رویکرد کیفی انجام شده است، شناسایی عوامل علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی در ایران می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، بنیان‌گذاران موسسات و انجمن‌های خیریه در استان تهران بودند که اهداف موسسه‌ی آن‌ها اجتماعی بوده و در ارائه‌ی خدمتشان به ذی‌نفعان نوآوری داشته‌اند. پس از مصاحبه‌ی عمیق با ۱۳ کارآفرین اجتماعی که به روش گلوله‌ی برفی انتخاب شدند، اشباع نظری به دست آمد و از نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که پیشینه‌ی خانوادگی، پیشینه‌ی تحصیلات، پیشینه‌ی شغلی و حرفه‌ای، ابعاد شخصیتی، تجربه و رویدادهای کلیدی زندگی، فعالیت‌ها و علایق عمومی، دین‌باوری و ارزش‌مداری و مهارت‌ها از عوامل علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی در ایران می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرین اجتماعی، موسسات خیریه، رویکرد کیفی

مقدمه

کارآفرینی اجتماعی رشته‌ای نوظهور است که توجه محققان (مانند مارتین^۱ و اوسبرگ^۲ ۲۰۰۷، میر و مارتی^۳ ۲۰۰۶) و سازمان‌های اجتماعی-مدنی (مانند آشوکا،^۴ ۲۰۱۰) را به خود جلب کرده است. دانشگاه‌های بسیاری از جمله استنفورد، کلمبیا، نیویورک، آکسفورد و دوک، مراکزی را در این حوزه راه‌اندازی کرده‌اند. دانشکده‌های کسب و کار (مانند یوسی برکلی^۵، کلمبیا^۶، استنفورد^۷، ال بی اس^۸ و آکسفورد^۹) در ۱۵ سال اخیر رشته‌ها و برنامه‌های درسی متنوعی در این زمینه تدوین کرده‌اند (Duncan, 2007). دانشجویان این دانشگاه‌ها نه تنها باید با مفهوم کارآفرینی اجتماعی آشنا شوند، بلکه باید مهارت‌ها، توانایی‌ها و نگرش آن‌ها نسبت به تأسیس یک موسسه‌ی اجتماعی تقویت شود. برخی معتقدند دانشگاه‌ها باید دانشجویان را تشویق به تفکر کارآفرینانه کنند. هم‌چنین ارتباطی میان دانشجویان و موسسات اجتماعی کارآفرینانه وجود داشته باشد تا دانشجویان با چگونگی راه‌اندازی این موسسات آشنا شوند (Kirby, 2001). تلاش جهانی آشوکا- که توسط بیل درایتون در سال ۱۹۸۰ آغاز شد- برای کمک به کارآفرینان با چشم‌انداز اجتماعی^{۱۰}، هم‌چنین فعالیت‌های گوناگون بانک گرامین^{۱۱} که توسط پروفیسور محمد یونس در سال ۱۹۷۶ به منظور ریشه کن کردن فقر و توانمندسازی زنان در بنگلادش انجام شد،^{۱۲} همگی به تربیت افرادی ارزش‌آفرین برای جامعه منجر گردید. اما به نظر می‌رسد که به‌جز مراکز آموزش رسمی، عوامل دیگری نیز در شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی

-
1. Martin
 2. Osberg
 3. Mair & Marti
 4. Ashoka
 5. UC-Burkeley
 6. Columbia
 7. Stanford
 8. LBS
 9. Oxford
 10. <http://www.ashoka.org>
 11. Grameen Bank
 12. <http://www.grameen-info.org>

اثرگذار می‌باشد. این پژوهش می‌کوشد عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی در ایران را بررسی کند. در این راستا، مصاحبه‌های عمیقی با ۱۳ نفر از بنیان‌گذاران موسسات خیریه در ایران انجام شد تا به سوال اصلی پژوهش پاسخ داده شود: "عوامل علی اثرگذار بر پرورش کارآفرینان اجتماعی در ایران چیست؟".

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

کارآفرینی تاریخچه‌ای طولانی در بخش کسب و کار دارد. موضوع اصلی کارآفرینی ایجاد ارزش از طریق نوآوری می‌باشد (Drucker, 1985; Schumpeter, 1951) و هنگامی که در بخش اجتماعی به کار می‌رود ابعاد مختلفی پیدا می‌کند. کارآفرینی اجتماعی فرایندی است شامل استفاده‌ی نوآورانه و ترکیبی از منابع برای ایجاد فرصت‌هایی به‌منظور تسهیل تغییر اجتماعی و یا تحقق نیازهای اجتماعی (Mair & Marti, 2006). کارآفرین اجتماعی به فردی گفته می‌شود که با رفتار کارآفرینانه به دنبال منفعت اجتماعی یا عمومی می‌باشد تا کسب ثروت شخصی. آشوکا (۲۰۱۰) کارآفرینان اجتماعی را افرادی می‌داند که راه‌حل‌های نوآورانه‌ای برای مشکلات اجتماعی جامعه‌ی خود به‌ویژه مسائل اقشار محروم ارائه می‌دهند. آن‌ها ایده‌های جدیدی برای تغییر در مقیاس وسیع پیشنهاد داده و جامعه را برای جهشی جدید در حوزه‌ی اجتماعی ترغیب می‌کنند (Ashoka, 2010, p1). یکی از موضوعاتی که محققان به آن توجه می‌کنند این است که آیا افراد کارآفرین زاده می‌شوند و یا از طریق مهارت‌های اکتسابی کارآفرین می‌شوند. تحصیلات رسمی راه بسیار کارایی برای تأمین اطلاعات می‌باشد، زیرا دانشجویان در کنار اساتید و منابع اطلاعاتی قرار می‌گیرند که به خودی خود در اختیار آنها نیست. امروزه تحصیلات رسمی برای یک کارآفرین اجتماعی در رشته‌های مختلفی ارائه می‌شود که هر یک از این حوزه‌ها، کارآفرینان اجتماعی بالقوه را در معرض اطلاعاتی سودمند قرار می‌دهد (Brooks, 2009). البته مواردی هستند که تحصیلات رسمی نمی‌تواند آن‌ها را آموزش دهد. به‌عنوان مثال مهارت‌های شغلی یا صنعتی را نمی‌توان به‌راحتی در برنامه‌های علمی گنجاند. بسیاری از کارآفرینان اجتماعی سال‌های متعددی از دوران خدمت خود را در

سازمان‌های غیرانتفاعی می‌گذرانند که از آن به‌عنوان دوره‌ی کارآموزی یاد می‌کنند. در بسیاری از موارد، کارآفرینان اجتماعی در خارج از محیط آموزش و کار، بهترین اطلاعات را دریافت می‌کنند و از تجربیات روزمره، نکات فراوانی یاد می‌گیرند. به‌طور مثال شواهدی هست که نشان می‌دهد رویدادهای تلخ و تکان‌دهنده‌ی زندگی می‌توانند اطلاعات ارزشمندی برای افراد، فراهم کند. هم‌چنین افرادی که در خانواده‌ی خود کارآفرین داشته باشند، به احتمال زیاد خودشان نیز کارآفرین خواهند شد (احمدپور داریانی و ملکی، ۱۳۹۰). به‌طور کلی وجود یک الگو سبب تشویق تلاش‌های کارآفرینانه در افراد می‌شود. این الگوها امکان دارد در خانواده، دوستان و یا محیط‌های کاری باشد. با این وجود امروزه بر بیش‌تر دولت مردان و سیاست‌گذاران آشکار شده است که می‌توانند از طریق نظام آموزشی بر فراگیران تأثیر بگذارند (احمدپور داریانی و ملکی، ۱۳۹۰). هم‌چنین پژوهش‌ها نشان داده که اگر سایر عوامل جمعیت‌شناختی ثابت باشد، افراد مذهبی برای کمک به سایرین تمایل بیش‌تری دارند. اچروننگ (۲۰۰۴) دریافت که مشارکت‌های مذهبی با افزایش سن بالا می‌رود (Helms & Thornton, 2012). انگیزه‌ی کارآفرینان اجتماعی هم از ارزش‌ها، ایده‌ها، تعهد و امید آنان نشأت می‌گیرد و هم می‌تواند ناشی از آموزش و تجارب کودکی، مذهب، خدمت به جامعه به‌عنوان منبع رضایت از زندگی، دوستان و جامعه، مدل‌های نقش، چالش‌ها و سختی‌های اساسی زندگی باشد (London and Morfopoloulos, 2011). نتایج تحقیق چیانگ (۲۰۱۲) نیز نشان داد که روحیه‌ی اجتماعی در افراد مذهبی قوی‌تر است.

عوامل علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه‌ی اجتماعی که در پژوهش‌های پیشین مورد توجه قرار گرفته‌اند را می‌توان در جدول شماره (۱) ملاحظه کرد.

جدول ۱. پژوهش‌های پیشین در حوزه‌ی عوامل علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه‌ی اجتماعی

عوامل علی شناسایی شده	نام محقق/محققان
مهارت رهبری و مدیریت	Folta & et.al (2012)
روحیه‌ی مذهبی	Cheung (2012)
هوشیاری نسبت به جامعه، خلاقیت و نوآوری، مهارت رهبری و	Ashoka (2010)

نام محقق/محققان	عوامل علی شناسایی شده
	مدیریت، مهارت هم‌دلی
Nga, Hwee & Shamuganathan (2010)	خلاقیت و نوآوری، سازگاری، گشادگی
Elkington Hartigan & schwab (2008)	خلاقیت و نوآوری
Shaw & Carter (2007)	تحصیلات دانشگاهی
Cueryo, Domingo & Roing (2008)	خلاقیت و نوآوری
Helms & Jeremy (2012)	مهارت رهبری و مدیریت
Hartigan & Schwab (2008)	خلاقیت و نوآوری
Wong & Tang (2006)	تحصیلات دانشگاهی، فعالیت‌های حرفه‌ای
Sharir & Lerner (2006)	تجربه حرفه‌ای، مهارت رهبری و مدیریت
Light (2005)	تجربه‌ی رویدادهای سخت زندگی، سن، موقت مادی، درآمد خالص همسر، پیشینه‌ی خانوادگی، تجربه‌ی کاری، سابقه‌ی کارآفرینی والدین، فعالیت‌های سیاسی - اجتماعی والدین، جنسیت
Hisrich & Peters (2002)	ریسک‌پذیری
Bornstein (2004)	هوشیاری نسبت به جامعه
Alvord & Brown & Letts(2010)	مهارت‌های رهبری و مدیریت
Barendsen & Gardner (2004)	خانواده مذهبی، خانواده نیکوکار، افراد علاقه‌مند به فعالیت اجتماعی، خانواده سیاسی - اجتماعی، فعالیت‌های نیکوکارانه، تجربه‌ی رویدادهای سخت زندگی
Martin (2004)	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی، خلاقیت و نوآوری، مأموریت محوری، فرصت‌یابی، نوآوری، ریسک‌پذیری و پاسخ‌گویی
Mair & Noboa (2003)	حساس نسبت به مشکلات جامعه، پیشینه‌ی خانوادگی، نقش دوستان، معلمان و رهبران دینی
Mair & Marti (2006)	ریسک‌پذیری، صبوری و خستگی ناپذیری، خلاقیت و نوآوری، صداقت و احترام
Drayton (2002)	کمال‌طلبی، حساس نسبت به مشکلات جامعه، خلاقیت و نوآوری، مهارت رهبری و مدیریت
Thomson, Alvy & Lees (2000)	مهارت رهبری و مدیریت
Prabhu (1999)	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی، کمال‌طلبی، خلاقیت و نوآوری، مهارت هم‌دلی
Dees (1998)	مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی، خلاقیت و نوآوری، ارزش‌مداری
Boschee (2008)	ارزش‌مداری

نام محقق/محققان	عوامل علی شناسایی شده
Leadbeater (1997)	مسئولیت پذیری و پاسخ گویی، خلاقیت و نوآوری، مهارت رهبری و مدیریت
Yadegar (1390)	خانواده‌ی ارزش مدار، خانواده‌ی اهل تربیت، مسئولیت پذیری و پاسخ گویی، شخصیت نوع دوست، تجربه‌ی رفتارهای فرا اجتماعی
Behroozazar(1388)	مسئولیت پذیری، هم‌دردی، صداقت، شخصیت اخلاقی قوی، انگیزه‌ی بلندمدت جامعه گرا و شهامت اخلاقی

روش شناسی

این پژوهش از نظر هدف، جزو پژوهش‌های بنیادی، از نظر مبنای داده‌ها و چارچوب پارادایمی آن جزو پژوهش‌های کیفی قرار دارد. این پژوهش، تعریف آشوکا (۲۰۱۰) از کارآفرینی اجتماعی را مبنای عمل خود قرار داده است. بر این اساس، جامعه‌ی آماری این پژوهش، بنیان‌گذاران موسسات خیریه‌ای در شهر تهران می‌باشد که راه‌حل‌های نوآورانه برای مشکلات اجتماعی جامعه به‌ویژه قشر محروم ارائه می‌کنند. معیارهای انتخاب بنیان‌گذاران بدین صورت بوده که می‌بایست حداقل ۵ سال از تاریخ تاسیس موسسه‌ی آن‌ها گذشته و به‌صورت تمام وقت، درگیر فعالیت‌های مربوط به آن باشند. نمونه‌ی آماری این پژوهش، به روش گلوله‌ی برفی انتخاب شد و فرایند نمونه‌گیری تا رسیدن به نقطه‌ی اشباع نظری که ۱۳ نفر بود، ادامه پیدا کرد، به‌طوری که با اضافه کردن نمونه‌ی بیش‌تر، بر تعداد مقولات به‌دست آمده و شناخت فرایند مورد مطالعه اضافه نشد. چارچوب مصاحبه، براساس بررسی و تحلیل مبانی نظری و پیشینه‌ی موضوع طراحی شد. سوالاتی مانند: "آیا فردی از خانواده‌ی پدری یا مادری‌تان در امور خیریه فعالیت داشته است؟"، "آیا برای مدیریت این مجموعه دانش خاصی هم کسب کرده‌اید؟" و "آیا تا قبل از تأسیس موسسه فعالیت‌های داوطلبانه‌ای داشته‌اید؟" از نمونه سوالات مصاحبه می‌باشد. افزون بر مصاحبه‌های عمیق با بنیان‌گذاران موسسه‌ها، داده‌های تکمیلی از طریق مصاحبه با برخی از همکاران این افراد نیز جمع‌آوری شد. میزان ارتباط و درگیری عمیق و تجارب قبلی پژوهش‌گر با موضوع پژوهش و شرکت‌کنندگان نیز بر مقبولیت داده‌ها دلالت دارد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها استفاده شد که نتیجه شامل ۸

زیرمقوله‌ی اصلی و ۳۴ زیرمقوله‌ی فرعی بود و پس از کدگذاری باز، کدگذاری محوری انجام شد و سرانجام مقوله‌های علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی به دست آمد.

یافته‌ها

همان‌طور که در جدول شماره (۱) قابل مشاهده می‌باشد، ۳۸ درصد از نمونه‌ی آماری پژوهش، مدرک کارشناسی ارشد، ۴۶ درصد مدرک کارشناسی، ۸ درصد مدرک دیپلم و ۸ درصد مدرک دکترا دارند. هم‌چنین ۷۷ درصد از آنان، زن و ۲۳ درصد مرد هستند.

جدول ۲. اطلاعات مشارکت‌کنندگان پژوهش

شماره مشارکت‌کننده	جنسیت بنیان‌گذار	مدرک تحصیلی	رسالت اجتماعی
۱	زن	کارشناسی ارشد	توانمندسازی زنان خانوار و فرزندان مستعد
۲	مرد	کارشناسی ارشد	ارائه خدمات متنوع به خانواده‌های ایتم
۳	زن	کارشناسی	ارائه خدمات متنوع به مردم خرمشهر
۴	زن	کارشناسی	حمایت و نگهداری از دختران بی‌سرپرست
۵	زن	کارشناسی ارشد	حمایت از کودکان مبتلا به سرطان
۶	مرد	کارشناسی	توانمندسازی و خودکفا کردن افراد نیازمند
۷	زن	کارشناسی ارشد	ارتقای کیفیت زندگی زنان آسیب دیده
۸	زن	کارشناسی ارشد	ارتقای کیفیت زندگی کودکان نیازمند
۹	زن	کارشناسی	گسترش فرهنگ و هنر در روستاها و مناطق محروم
۱۰	زن	کارشناسی	ارائه خدمات به ایتم، بی‌سرپرست‌ها و مستضعفین
۱۱	مرد	دکترا	ارائه خدمات به بیماران نیازمند
۱۲	زن	کارشناسی	حمایت از کودکان کار و کودکان در معرض آسیب
۱۳	زن	دیپلم	کمک به بیماران ام‌اس

پس از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان، متن کامل مصاحبه‌ها از روی فایل‌های صوتی ضبط شده، نگارش یافته و از این راه داده‌های خام برای کدگذاری فراهم شدند. گام‌های تحلیل عبارتند بودند از: کدگذاری باز یا همان شناسایی شواهد از مصاحبه‌های نگارشی، کدگذاری ثانویه یا همان شناسایی شاخص‌ها از مصاحبه‌ها و در نهایت شناسایی مقوله‌ها و

طبقه‌بندی آن‌ها. در این پژوهش مقوله‌های علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی در ایران شامل موارد زیر است:

جدول ۳. مقوله‌های شناسایی شده‌ی پژوهش

مقوله	کد ثانویه	کد مصاحبه شونده‌گان	کد اولیه
پیشینه‌ی خانوادگی	خانواده فعال اجتماعی - سیاسی	se12,se9,se10,se11	داشتن فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی پدر یا مادر
	خانواده‌ی اهل تربیت	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	برخورداری از محبت و تربیت خوب در دوران کودکی
	خانواده‌ی نیکوکار	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	پدر و مادر نیکوکار
	خانواده‌ی ارزش‌مدار	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	تأکید خانواده بر ارزش‌های اخلاقی، معنوی و انسانی
	خانواده‌ی حامی	se3,se4,se6,se8,se11,se13	نقش خانواده در فعالیت خیریه‌ای
پیشینه‌ی تحصیلی	تحصیل در رشته‌های علوم انسانی	se4,se11,se12,se13	تحصیل در رشته‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی
	برخورداری از تحصیلات دانشگاهی	se1,se2,se3,se4,se5,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	دارا بودن تحصیلات دانشگاهی
	کار در حین تحصیل	se1,se2,se4,se7,se8,se9,se10,se11	اشتغال در حین تحصیل
	مسئولیت‌پذیر	se1...se13	احساس مسئولیت در زندگی
ابعاد شخصیتی	رؤیایر‌داز	se2,se8,se9,se13	رؤیای داشتن یتیم‌خانه
	کمال‌طلب	se2,se4	توجه به کمال و رشد همه‌جانبه
	چالش‌طلب و خطرپذیر	se1,se2,se9,se11	انجام کارهای سخت‌نه ساده
	چالش‌طلب و خطرپذیر	se1...se12	تحمل پذیرش بالای خطر
	صبور و خستگی‌ناپذیر	se1...se13	احساس خستگی روزانه اما نه ترک‌موسسه
	فرصت‌یاب	se2,se3,se4,se9,se11	انجام کارهای متفاوت در زمان کم
	خلاق و نوآور	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	روحیه بنیان‌گذاری
	اینترگر و نوع‌دوست	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	از مال و از خود گذشته
	انتقادپذیر	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	شنیدن انتقادات منطقی
	خوش‌بین	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	روحیه اعتماد به دیگران
ارزش‌مداری و	تعهد دینی و اجتماعی	se6,se10	کمک به دیگران به‌عنوان وظیفه
	تعهد اجتماعی و دینی	se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12	تعهد دینی

مقوله	کد ثانویه	کد مصاحبه شونده‌گان	کد اولیه
دین باوری	داشتن فلسفه و زمان مناسب برای زندگی	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	داشتن فلسفه زندگی و تعریف از زندگی
	بهره‌گیری از منابع مالی شخصی برای فعالیت‌های اجتماعی	se1,se2,se3,se4,se5,se7,se8,se9,se11	تأمین مالی موسسه از قبل کار شخصی
تجربه و رویدادهای کلیدی زندگی	تجربه‌های نیکوکاری دوران کودکی	se1,se2,se3,se8,se9,se10,se11,se12,se13	تجربه امور خیریه از کودکی
	تجربه‌های سخت و چالشی	se1,se3,se6,se7,se9,se10	فوت یا شهادت همسر و برادر
	تجربه‌های متنوع کاری	se1,se2,se3,se4,se7,se9,se11,se12	داشتن فعالیت‌های متنوع
پیشینه شغلی و حرفه‌ای	فعالیت‌های نیکوکاری	se1,se2,se4,se7,se8,se9,se12	داشتن سابقه فعالیت‌های خیریه‌ای
	فعالیت‌های نیکوکاری	se2,se8,se9,ae11	داشتن سابقه فعالیت در جبهه و پشت آن
	فعالیت‌های مدیریتی	se1,se2,se4,se5,se7,se9,se10,se11	داشتن سابقه کار مدیریتی بنیان‌گذاران
	فعالیت‌های آموزشی و تربیتی	se1,se2,se4,se7,se8,se9,se11	فعالیت در حوزه‌ی آموزشی
فعالیت‌ها و علائق عمومی	فعالیت‌های آموزشی و تربیتی	se1,se2,se6,se11,se12,se13	داشتن نقش مشاوره‌ی حرفه‌ای
	اهل مطالعه و قلم	se1,se2,se10,se11	تأثیر مطالعه در زندگی آن‌ها
	اهل مطالعه و قلم	se2,se3,se4,se7,se11,se12	نوشتن دستنوشته‌ها توسط آن‌ها
	اهل مطالعه و قلم	se2,se3,se7	چاپ کتب
	اهل سفر و طبیعت‌گردی	se1,...se13	طبیعت‌گردی به‌عنوان یکی از تفریحات
	پرورش گل و گیاه	se2,se7,se11	علاقه به پرورش گل و گیاه
مهارت‌ها	مهارت‌های ارتباطی	se2,se3,se4,se10,se11	ارتباط صمیمی با همکاران
	مهارت‌های ارتباطی	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	شنونده‌ی خوب
	هم‌دلی	se6,se9	درددل با دیگران
	مهارت تأمین منابع مالی	se1,se2,se3,se4,se5,se6,se7,se8,se9,se10,se11,se12,se13	تأمین منابع مالی خیریه از طریق مشارکت مردمی
	مهارت تأمین منابع مالی	se1,se2,se11,se13	تأمین منابع مالی از طریق نوشتن طرح
	مهارت تأمین منابع مالی	se2,se3,se4,se9,se10,se11,se13	نوآوری در نحوه کمک به مددجویان
	مهارت مدیریت و رهبری	se4,se8,se9,se11	توانمند در اداره موسسه

۱. پیشینه‌ی خانوادگی. بررسی نمونه‌ها، دال بر وجود روابط صمیمی و در عین حال محیط خانوادگی آکنده از اخلاقیات و ارزش‌ها می‌باشد. توجه به عواملی مانند

استقلال اندیشی، برابری دختر و پسر، اهمیت تحصیلات و انسان‌وار زیستن، کمک به هم‌نوع و تعهد دینی از ارزش‌های مهم این خانواده‌ها محسوب می‌شود. به‌عنوان مثال مشارکت‌کننده‌ی شماره ۶ درباره‌ی نیکوکاری خانواده این‌گونه می‌گوید: "... پدر همیشه یادم هست که پنج‌شنبه‌ها گل می‌بردن برای کهریزک و برای بازدید از اون مجموعه و درخصوص مادرم هم بگم بله ایشون دست به خیر بود و زندگی رو اصلا فقط برای خودش نمی‌خواست".

۲. **پیشینه‌ی تحصیلی.** همه مشارکت‌کنندگان به‌جز مشارکت‌کننده‌ی شماره ۶ مدرک حداقل کارشناسی دارند. هم‌چنین مشارکت‌کنندگان شماره ۱، ۲، ۳، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳ مدرک کارشناسی ارشد و مشارکت‌کننده‌ی شماره ۷ تحصیلات مقطع دکترا دارد. لازم به بیان است که مشارکت‌کنندگان شماره ۱ و ۲ تحصیلات در رشته‌ی مددکاری اجتماعی داشته‌اند و مشارکت‌کنندگان شماره ۱۱، ۱۲، ۱۳ تحصیلاتی در رشته‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی داشتند و بسیاری از آنان در حین تحصیل کار می‌کردند.

۳. **ابعاد شخصیتی.** در این پژوهش از طریق مصاحبه با شخص کارآفرین اجتماعی و همکاران وی و مشاهده‌ی برخی فعالیت‌های آنان، ویژگی‌های شخصیتی استخراج شد. کارآفرینان اجتماعی این پژوهش افرادی رؤیاپرداز، کمال‌طلب، مسئولیت‌پذیر، چالش‌طلب و خطرپذیر، انتقادپذیر، صبور و خستگی‌ناپذیر، خوش‌بین، فرصت‌یاب و خلاق و نوآور می‌باشند. مشارکت‌کننده‌ی شماره ۴ از خلاقیت و نوآوری خود در تأسیس مدرسه‌ی ایرانی در کشور آلمان می‌گوید: "اگه در یه کشور خارجی قرار بگیری، برای مشکلات هموطنان خودتون و بچه‌هاشون چه باید کرد که با دو فرهنگ زیستن رو بیاموزن و از جامعه میزبان خودتون بهترین استفاده رو بکنن و از فرهنگ خودتون بهترین‌ها رو به جامعه میزبان بدن. به نظر من این خلاقیت، تأسیس مدرسه تو آلمان خودش خلاقیت می‌خواد..."

۴. **ارزش‌مداری و دین‌مداری.** مشارکت‌کنندگان این پژوهش باورها و ارزش‌هایی در زندگی خود دارند. آن‌ها افرادی دارای تعهد دینی و اجتماعی، دارای فلسفه و رسالت مناسب برای زندگی هستند. هم‌چنین از منابع مالی شخصی برای فعالیت‌های نیکوکارانه

استفاده می‌کنند. به‌عنوان مثال مشارکت‌کننده‌ی شماره ۱۱ از اختصاص درآمدهای به‌دست آمده از کارهای پروژه‌ای خود برای فعالیت‌های نیکوکارانه می‌گوید: " ... پول‌هایی که ما در قالب پروژه‌ها می‌گرفتیم، همرو به کار خیریه اختصاص می‌دادیم اینجا بین یه چیزی برای ما اصل شده بود ما از اول با هم دیگه بنا رو بر این گذاشته بودیم که کفش منفعت شخصیمونو در آریم و اینکه من می‌گم کفش منفعت شخصی نه برای خودمون برای بچه‌های کشورمون...".

۵. تجربه‌ها و رویدادهای کلیدی زندگی. مشارکت‌کنندگان پژوهش تجربه‌های متفاوت و متنوع و گاهی سخت و چالشی در زندگی خود دارند. از دست دادن یکی از نزدیکان، بیماری و مهاجرت برخی از این مشکلات بوده‌اند. هم‌چنین آن‌ها تجربه‌ی فعالیت‌های نیکوکارانه را از کودکی داشته‌اند. به‌عنوان نمونه مشارکت‌کننده‌ی شماره ۱ از این تجربه می‌گوید: " .. من کلا نسبت به آدم‌ها از بچگی حساس بودم مثلا یادمه یه بار کادوی تولدم، مادرم بهم سکه داده بود یه آقایی نون خشک می‌اومد جمع می‌کرد بردم دادم به اون...".

۶. پیشینه‌ی شغلی و حرفه‌ای. مصاحبه با مشارکت‌کنندگان، وجود مشاغل مشترک میان آن‌ها را نشان داد. همه‌ی آن‌ها فعالیت‌هایی نیکوکارانه و حتی داوطلبانه‌ی مختلفی داشته‌اند. هم‌چنین دارای مشاغل آموزشی و مدیریتی بوده‌اند. به‌عنوان مثال مشارکت‌کننده‌ی شماره ۴ از فعالیت مدیریتی خود می‌گوید: " ... وقتی من کارمند بانک بودم یکی از بنیان‌گذاران کانون بیمه ایران بودم و عضو هیات مدیره بودم، انتخاب یه دختر ۲۰ ساله به عنوان هیات مدیره از نظر جامعه هم معمولی نبود و انتخاب من یک امتیاز بزرگ برای بانک و خود من بود و البته این کانون بانک بیمه ایران در واقع ان جی او بود که از منافع کارکنان دفاع می‌کردن و از اتحادیه یک چیز مردمی تری بودن...".

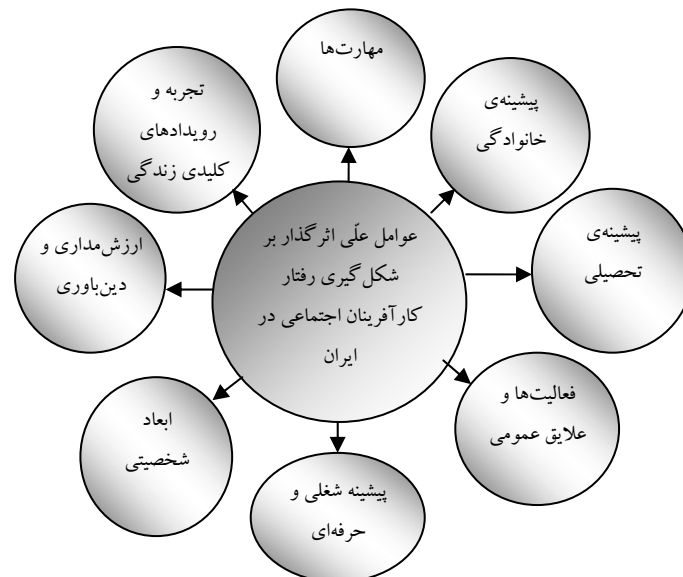
۷. فعالیت‌ها و علایق عمومی. مشارکت‌کنندگان پژوهش اشاره داشتند که اگر فرصتی بیابند به‌طور قطع از آن برای سفر و طبیعت‌گردی استفاده می‌کنند. آن‌ها هم‌چنین به مطالعه بسیار اهمیت داده و تحت تأثیر برخی کتب قرار می‌گیرند.

۸. مهارت‌ها. مصاحبه‌شوندگان مهارت‌های مختلفی داشتند. آن‌چه اهمیت داشت مهارت‌های مدیریت و رهبری و مهارت هم‌دلی با دیگران بود که در جدول شماره (۲)

بدان اشاره شده است. مشارکت کننده‌ی شماره ۹ از ویژگی رهبری و مدیریتی خود می‌گوید: "...یعنی اصلاً فضای رهبری رو بیش‌تر دوست دارم یعنی شما اگر با من مسافرت بیان ممکنه جز هیات باشم ولی یواش یواش تو فضای اون هیات نقش رهبر پیدا می‌کنم به خاطر سنم و تجربه‌هایی که دارم و فضاها و دنیای اینترنتشال زیاد بودم عملاً حالت رهبری پیدا می‌کنم..." در جدول شماره ۲ به مهارت‌های مصاحبه‌شوندگان اشاره شده است.

بحث و نتیجه

عوامل علی بسیاری در پرورش کارآفرین اجتماعی اثرگذارند. این عوامل را می‌توان در نمودار شماره (۱) دید.



نمودار ۱. عوامل علی اثرگذار بر پرورش کارآفرینان اجتماعی در ایران

یکی از این عوامل پیشینه خانوادگی است و زیرمقوله‌های آن عبارتند از: خانوادگی ارزش‌مدار، حمایت‌گر، اهل تربیت، نیکوکار و فعال اجتماعی و سیاسی. نتیجه‌ی پژوهش‌های لایت (۲۰۰۵)، بارندسن و گاردنر (۲۰۰۴)، میر و نوبوآ (۲۰۰۳) و یادگار

(۱۳۹۰) نیز مؤید نقش پیشینه‌ی خانوادگی بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی است. به نظر می‌رسد سنگ بنای اولیه‌ی پرورش کارآفرینان اجتماعی در خانواده شکل گرفته و آن‌ها ارزش‌هایی مانند نوع‌دوستی، کمک به دیگران و مسئولیت‌پذیری را در خانواده آموخته‌اند.

پیشینه‌ی تحصیلی از دیگر عوامل علی شناسایی شده‌ی این پژوهش می‌باشد. پژوهش‌های شا و کارتر^۱ (۲۰۰۷)، هم‌چنین ونگ و تنگ^۲ (۲۰۰۶) و لایت^۳ (۲۰۰۵) نیز تأییدکننده‌ی این نتیجه هستند. ابعاد شخصیتی اثرگذار در شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی عبارتند از مسئولیت‌پذیری، کمال‌طلبی، ایثارگر و نوع‌دوست، مصمم و پیگیر، حساس و هوشیار نسبت به جامعه، متکی به نفس، صبور و خستگی‌ناپذیر، خوش‌بین، انتقادپذیر، خلاق و نوآور و چالش‌طلب و خطرپذیر. پژوهش‌های انگا، وی و شاموگاناتان^۴ (۲۰۱۰)، آشوکا (۲۰۱۰)، کیور^۵ و همکاران (۲۰۰۸)، هارتگان و شوآب (۲۰۰۸)، مارتین (۲۰۰۷)، بورنشتاین^۶ (۲۰۰۴)، میر و نوبوآ^۷ (۲۰۰۳)، میر و مارتی (۲۰۰۶)، ویراواردنا، مورت و کارنگی^۸ (۲۰۰۶)، درایتون^۹ (۲۰۰۲)، پرابهو^{۱۰} (۱۹۹۹)، دیس^{۱۱} (۱۹۹۸)، لیدبیتر^{۱۲} (۱۹۹۷)، بهروزآذر (۱۳۸۸) و یادگار (۱۳۹۰) نیز هر کدام به ابعاد مختلف شخصیتی در این حوزه اشاره کرده‌اند. فعالیت‌های نیکوکارانه، آموزشی، تربیتی و مدیریتی از دیگر عوامل علی اثرگذار بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی در ایران است. تحقیقات ونگ و تنگ (۲۰۰۶)، شریر و لرنر^{۱۳} (۲۰۰۶) و لایت (۲۰۰۵) تأییدکننده‌ی نقش فعالیت‌های

-
1. Shaw & Carter
 2. Wong & Tang
 3. Light
 4. Nga
 5. Cuervo
 6. Bornstein
 7. Mair & Noboa
 8. Weerawardena, Mort & Carnegi
 9. Drayton
 10. Prabhu
 11. Dees
 12. Leadbeater
 13. Sharir & lerner

مدیریتی و حرفه‌ای بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینان اجتماعی است. هم‌چنین کارآفرینان اجتماعی رویدادهای کلیدی در زندگی خود تجربه کرده‌اند که شامل تجربه‌ی فعالیت‌های نیکوکارانه در دوران کودکی، مسئولیت‌های مختلف و متنوع کاری و تجربه‌ی چالشی و سخت‌زندگی می‌باشد. پژوهش‌های لایت (۲۰۰۵)، بارندسن و گاردنر^۱ (۲۰۰۴) و شریر و لرنر (۲۰۰۶) نیز به تجربه‌های مختلف کارآفرینان اجتماعی اشاره می‌کنند. فعالیت‌ها و علایق عمومی کارآفرینان اجتماعی شامل ۴ بعد اهل سفر و طبیعت‌گردی، اهل قلم و مطالعه بودن، اهل موسیقی و ورزش می‌باشد. هم‌چنین ابعاد ارزش‌مداری و دین‌باوری عبارتند از داشتن فلسفه و رسالت مناسب برای زندگی، تعهد دینی و اجتماعی و بهره‌گیری از منابع مالی شخصی برای فعالیت‌های اجتماعی. بارندسن و گاردنر (۲۰۰۴)، دیس (۱۹۹۸) و بوشی^۲ (۱۹۹۸) نیز به جنبه‌های ارزش‌مداری و دین‌باوری کارآفرینان اجتماعی اشاره داشته‌اند.

مهارت‌های کارآفرینان اجتماعی شامل برقراری ارتباط با دیگران، توان رهبری و مدیریت، هم‌دلی و تأمین منابع مالی است. فالتا^۳ (۲۰۱۲)، آشوکا (۲۰۱۰)، شریر و لرنر (۲۰۰۶)، درایتون (۲۰۰۲)، تامسون، آلوی و لیز^۴ (۲۰۰۰) و لیدبیتتر (۱۹۹۷) نیز وجود مهارت رهبری و مدیریت را در میان کارآفرینان اجتماعی تأیید می‌کنند.

پیشنهادها

پیشنهادهای کاربردی

◀ ترویج آموزش شیوه‌های فرزند پروری در جامعه و آشنایی با مفاهیم احسان، ایثار و مانند آن؛

◀ آموزش تفکر خلاق و نوآور، استقلال‌طلبی و تعهدات اجتماعی و دینی در خانواده؛

-
1. Barendsen & Gardner
 2. Boschee
 3. Folta
 4. Thomson, Alvy & Lees

◀ تشویق و حمایت نهادهای مختلف در راستای اقدامات اجتماعی نیکوکارانه.

پیشنادهای پژوهشی

- ◀ بررسی نقش نظام آموزشی در پرورش کارآفرینان اجتماعی و مشکلات و موانع پرورش آنها؛
- ◀ شناسایی راهبردهای پرورش کارآفرین اجتماعی در ایران؛
- ◀ بررسی پیامدهای پرورش کارآفرینان اجتماعی در ایران.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود؛ ملکی، علی (۱۳۹۰). کارآفرینی پیشرفته، چاپ اول، تهران: انتشارات راه دان.
- بهروز آذر، زهرا (۱۳۸۸). شناسایی ویژگی‌های فردی مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی اجتماعی در سازمان های خیریه استان تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- یادگار، نسیم (۱۳۹۰). فرآیند شکل گیری ابتکارات کارآفرینانه ی اجتماعی: الگویی برگرفته از نظریه برخاسته از داده‌ها، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۷-۲۳.
- Alvord, Sarah H., David Brown, and Christine W. Letts (2010). Social Entrepreneurship: Leadership That Facilitates Societal Transformation. *An Exploratory Study. Working Papers*. Center for Public Leadership, PP. 136-158.
- Ashoka, (2010). What is a Social Entrepreneurship? Retrieved from http://www.ashoka.org/social_entrepreneur
- Barendsen, Lynn & Howard Gardner (2004). Is the social entrepreneur a new type of leader, *Leader to leader*, No. 34, PP. 43-63.
- Bornstein, D. (2004). *How to change the world: Social entrepreneurship and the power of ideas*. Oxford University Press.
- Boschee, J. (2008). A key lesson business can teach charities. *Chronicle of Philanthropy*, annual conference held in 18 September, PP. 41-43.
- Brooks, Arthur C. (2009). *Social entrepreneurship: A modern approach to social creation*, Pearson Education International.
- Cuervo, Alvaro, Ribero Domingo & Salvado Roing (2008). entrepreneurship: concepts, theory & perspectives, *International Small Business*, No. 28, PP. 89-100.
- Cheung, Chau Kiu (2012). Public policies that help foster social inclusion, *springer science+business media*. Available at <http://www.springerlink.com.db.atu.ac.ir/content/y1q15613mt34vh52/fulltext.pdf>
- Dees, J.G., & Elias, J. (1998). The challenges of combining social and commercial Enterprise, *Business Ethics Quarterly*, No. 8(1), PP. 165-178.
- Drucker, P.F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Drayton, W. (2002). The citizen center: becoming as entrepreneurial and competitive as business, *California management review*, No. 44(3),

PP.120-132.

- Duncan, Jr. Ernest Lee (2007). A Grounded Theory study on social entrepreneurship, *PhD dissertation*, University of Phoenix.
- Elkington, J., Hartigan, P., Schwab, K. (2008). *The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World*, Harvard Business Press.
- Folta, C. Sara, Rebecca A., Seguin, Ackerman, Jenifer., Miriam E Nelson (2012). A qualitative study of leadership characteristics among women who catalyze positive community change, *BMC public health*, No. 12(1), p. 383.
- Hartigan, P., Schwab, K. (2008). *The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World*, Harvard Business Press.
- Helms, Sara E., Thornton, Jeremy P. (2012). The influence of religiosity on charitable behavior: A COPPS investigation, *Journal of socio-Economics*, No. 41, P. 34.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P. (2002). *Entrepreneurship*, Sydney: McGraw-Hill/Irwin.
- Kirby, David A. (2011). The case for social entrepreneurship education in Egyptian universities, *education+training*, No. 35(5).
- Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos.
- Light, Paul (2005). *Searching for social entrepreneurs: who they might be, where they might be found, what they do*, paper presented at the annual meetings of the association for research on nonprofit organizations and voluntary action, Washington D.C, PP. 17-19.
- London, Manuel, Morfopoloulos, Richard G. (2011). *Social entrepreneurship: how to start successful corporate social responsibility and community based initiatives for advocacy and change*, routledge.
- Mair, Johanna., Ernesto Noboa (2003). Social entrepreneurship: how intensions to create a social enterprise get formed, working paper, *IESE Business School*, No. 521.
- Mair, Johanna., Ignasi Marti (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight, *Journal of World Business*, No. 41, PP. 36- 44.
- Martin, Roger L, Osberg, Sally (2007). Social entrepreneurship: The case for definition, *Stanford Social Innovation Review*, No. 5, P. 2.
- Nga, Joyce, Koe, Hwee., Gomathi Shamuganathan (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intention, *Journal of Business Ethics*, No. 95, PP. 259-282.
- Prabhu, G.N. (1999). Social entrepreneurship leadership. *Career development international*. No. 4(3), PP. 40-145.
- Sharir, M., Lerner, M. (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. *Journal of World Business*,

No. 41(1), PP. 1-15.

Schumpeter, Joseph A. (1951). *Economic Theory and Entrepreneurial History*, NY: Kennik at Press.

Shaw, E. and Carter, S. (2007), Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, No. 14(3), PP. 418-434.

Thompson, J., Alvy, G. and A. Lees (2000). "Social entrepreneurship- a new look at the people and the potential", *Management Decision*, No. 38(5), PP. 328-338.

Weerawardena, Joy, Mort, Sullivan & Gillian Carnegi (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model, *Journal of World Business*, No. 41.

Wong, L., Tang, J. (2006). Dilemmas confronting social entrepreneurs: Care homes for elderly people in Chinese cities. *Pacific Affairs*, No. 79, PP. 623-640.