

توسعه کار آفرینی اجتماعی؛ آسیب‌ها، عوامل مؤثر و راهکارها

تیمور مرجانی^{۱*}، سیدصدرالدین صدیقی^۲

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران

۲. کارشناس ارشد برنامه‌ریزی آموزشی، دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۲/۲۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۲/۱۹)

چکیده

امروزه به توسعه کارآفرینی اجتماعی به عنوان مأموریتی اجتماعی و انسان‌دوستانه، و یکی از راهکارهای حل برخی مسائل و آسیب‌های اجتماعی توجه می‌شود. کارآفرینی تأثیری مثبت و مستقیم در بسیاری از فعالیت‌های مختلف کشورها داشته است؛ از یک سو، سبب توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و از سوی دیگر، می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه شود. مقاله حاضر برگرفته از نتایج پژوهشی است که با هدف بررسی وضعیت کارآفرینی اجتماعی در یکی از مناطق شهری شهر تهران بر اساس طرح پژوهش آمیخته (کمی و کیفی) انجام گرفته است. برای دستیابی به اطلاعات و داده‌ها، ابزارهای پرسشنامه، مصاحبه با گروهی از کارشناسان و متخصصان، به کار گرفته شده است. با توجه به اینکه بسیاری از مسائل و آسیب‌های اجتماعی ریشه در بیکاری و عدم اشتغال افراد جامعه دارد، توجه به مقوله کارآفرینی اجتماعی می‌تواند تا حد زیادی آسیب‌های اجتماعی را تحت‌الشعاع قرار داده و آن‌ها را کاهش دهد، لذا این مقاله قصد دارد با مروری بر مسئله آسیب‌های اجتماعی و همچنین، کارآفرینی اجتماعی با نتیجه‌گیری در این زمینه پیشنهادها و راهکارهایی برای تسهیل توسعه کارآفرینی اجتماعی مطرح کند.

واژگان کلیدی

آسیب‌های اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، مأموریت اجتماعی، مسائل شهری.

مقدمه

یکی از ویژگی‌های بارز جوامع امروزی، رشد شتابان شهرنشینی است. بر اساس شواهد، بیش از ۹۰ درصد جمعیت، امروزه در شهرهای کوچک و بزرگ زندگی می‌کنند. در این دسته از سکونت‌گاه‌های شهری مشاغل گوناگون وجود داشته و دائماً فرصت‌های شغلی جدید ایجاد می‌شود (گیدنز، ۱۳۷۳). به موازات این ظرفیت، جوامع کنونی با پیدایش مسئله یا مسائل اجتماعی نو برخاسته از تحولات جمعیتی، پارادایم‌های جدید معرفتی و تغییر در بنیادهای فکری مواجه‌اند (معیدفرد، ۱۳۸۷). این مسائل نوظهور می‌تواند موجب پدیداری آسیب‌های اجتماعی خاصی شود که آثار زیان‌باری را برای جامعه کنونی و نسل آتی، به‌ویژه قشر آسیب‌پذیر در پی دارد و هزینه‌های انسانی و اجتماعی سنگینی را بر جامعه تحمیل می‌کند.

ایران از کشورهایی است که هم در تعداد و هم در جمعیت شهرهای بزرگ و کلان‌شهرها رشد سریعی داشته است. جدا از مسائل و مشکلات فراروی توسعه در کشور، پدیده شهرهای بزرگ، کلان‌شهرها و مسائل متعدد زیستی و معیشتی در این شهرها، مدیریت و برنامه‌ریزی در این دسته از شهرها را برای سیاست‌گذاران و مجریان دشوار کرده است. بنابراین، بخش قابل توجهی از موفقیت آتی سیاست‌مداران توسعه در ایران در دهه آتی منوط به موفقیت آن‌ها در حل مسائل زندگی و معیشت در کلان‌شهرها خواهد بود. این امری است که ضرورت پژوهش‌های گسترده در این زمینه را تبیین می‌کند و تحقق این امر را از رهگذر برنامه‌ریزی و کاربست روش‌های علمی برای یافتن پاسخ‌های روشن برای حل مسائلی که موجد آسیب‌های اجتماعی می‌شود، میسر می‌کند.

علل متعدد و متفاوتی در رشد آسیب‌های گوناگون اجتماعی نقش دارند. برای کسانی که نسبت به مسائل اجتماعی و آسیب‌های منتج از آن‌ها مسئولانه برخورد می‌کنند، همواره سؤال‌هایی مطرح است، مانند «مهم‌ترین آسیب‌های اجتماعی چیست؟»، «علل مؤثر در بروز و افزایش آسیب‌های اجتماعی چیست؟» و «از میان علل موجد آن مهمترین عوامل مؤثر در رشد آن‌ها کدام است؟». طبیعی است دریافت پاسخ این‌گونه سؤال‌ها در حل مسائل اجتماعی و رفع مؤثر این آسیب‌ها یاری‌دهنده خواهد بود. در متون نظری بر مسائل اجتماعی، اعتیاد، تکدی‌گری،

حاشیه‌نشینی، فحشا، طلاق، فقر، خانواده‌های بی‌سرپرست و بدسرپرست، کودکان کار، کودکان خیابانی، نزاع، فرار از خانه و جز آن، به عنوان آسیب‌های اجتماعی توجه شده است (آقابخشی، ۱۳۷۹، ص ۹؛ صرامی، ۱۳۸۵؛ احمدیان، ۱۳۸۲؛ میرزایی، ۱۳۷۸، ص ۱۴؛ کلاتری و کیانی، ۱۳۸۵؛ ملکی، ۱۳۸۵، ص ۳؛ شاوردی، ۱۳۸۳؛ Sirageldin, 2000؛ Weeks, 1992).

بر خلاف وجود مبانی نظری یادشده و حساسیتی که به توجه به آسیب‌های اجتماعی در کشور به وجود آمده است، به نظر می‌رسد هنوز برنامه‌ای جامع، یکپارچه و با راهکارهایی مؤثر در این زمینه طراحی، تدوین و اجرا نشده است.

این تحقیق با طرح چهار سؤال، «آسیب‌های مهم اجتماعی در قلمرو کارآفرینی اجتماعی در مناطق شهری کدامند؟»، «عوامل مؤثر در ایجاد و افزایش آسیب‌های اجتماعی در قلمرو کارآفرینی اجتماعی در مناطق شهری کدامند؟»، «عوامل مؤثر در کاهش آسیب‌های مهم اجتماعی در قلمرو کارآفرینی اجتماعی در مناطق شهری کدامند؟» و «موانع کارآفرینی اجتماعی در مناطق شهری کدامند؟» در نظر دارد با بررسی مسائل و آسیب‌های اجتماعی موجود در مناطق شهری از یک سو، و شناخت وضعیت کارآفرینی اجتماعی به عنوان راهکاری برای حل برخی مسائل اجتماعی در مناطق شهری از سوی دیگر، راهبردها و راهکارهای ممکن را برای کاهش آسیب‌های اجتماعی از طریق توسعه کارآفرینی اجتماعی فراروی برنامه‌ریزان قرار دهد.

متون نظری پژوهش

به کارآفرینی اجتماعی که امروزه به مفهوم مأموریتی اجتماعی و انسان‌دوستانه از طریق فعالیت‌های مختلف کسب و کار مدنظر قرار می‌گیرد، به عنوان یکی از راهکارهای حل برخی مسائل و آسیب‌های اجتماعی توجه شده است. اگرچه متون نظری کارآفرینی اجتماعی نسبتاً جدید است، اما این پدیده به هیچ وجه پدیده‌ای نو محسوب نمی‌شود. در طول زمان، همواره شاهد کارآفرینان اجتماعی بوده‌ایم که مؤسس بسیاری از نهادهایی می‌باشند که ما امروزه با آن‌ها سروکار داریم. کارآفرینان اجتماعی تصمیم دارند از طریق تعریف و پیاده‌سازی مدل‌های جدید کسب‌وکار به نیاز محرومان و بی‌پناهان پاسخ گویند و بین کوشش‌های خیرخواهانه و فعالیت‌های اقتصادی پیوند

برقرار کنند (مقیم، 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). فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی به اقداماتی گفته می‌شود که ضمن برخورداری از ویژگی‌های عمومی کارآفرینی، یعنی داشتن ماهیت نوآورانه، خلاقانه و کسب‌وکارانه، جهت‌گیری اصلی آن‌ها تحقق اهداف اجتماعی نظیر هم‌آوایی و همبستگی جمعی، مقابله با محرومیت، یأس و درماندگی، به جای سود فردی و گروهی است (مقیم، ۱۳۸۳). هدف از این اقدامات بازگرداندن افراد منزوی و جداافتاده از زندگی جمعی به دامن جامعه، و همراه کردن آنان با جریان عادی زندگی و پیوند دادن ایشان با بدنه اصلی جامعه است.

کارآفرینی اجتماعی مقوله‌ای است که در حوزه شهری کاربرد وسیعی داشته و می‌توان آن را به عنوان یکی از مفاهیم مهم در مسیر توسعه و برای تحقق اهدافی مانند معیشت پایدار، اشتغال و درآمدزایی، ظرفیت‌سازی و توانمندسازی، کاهش فقر، توسعه زنجیره‌های تولید و بازار و جز آن در نظر گرفت.

کارآفرینی اجتماعی علاوه بر کسب‌وکارهای 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 کسب‌وکارهایی برای آموزش و استخدام آن‌ها ارائه می‌شود، نیز در این دسته از نهادها طبقه‌بندی می‌شوند (Dees, 1998).

کارآفرینی اجتماعی به عنوان رویکردی نوآورانه برای پاسخ به نیازهای اجتماعی با تأکید بر حل مسائل اجتماعی و از بین بردن مرزهای سنتی میان بخش‌های خصوصی، عمومی و غیردولتی مطرح می‌شود. به دلیل مفهوم ذاتاً پیچیده کارآفرینی اجتماعی از یک سو، و متون نظری جدید آن از سوی دیگر، تعریف کارآفرینی اجتماعی و تعیین مرزهای مفهومی آن کار ساده‌ای نیست. این واژه که در ادبیات عمومی و دانشگاهی به کار برده می‌شود، مشتمل بر دامنه وسیعی از فعالیت‌ها و نوآوری‌ها است (Johnson & Onwuegbuzie, 2004).

به‌طور کلی، کارآفرینی اجتماعی فعالیتی نوآورانه برای خلق ارزش اجتماعی است که می‌تواند درون یا در بین بخش‌های غیرانتفاعی، تجاری یا دولتی رخ دهد (Austin et al., 2004). به‌گونه‌ای که عناصر تعهد به یک مأموریت اجتماعی - انضباطی شبیه بخش تجاری، ابداع و نوآوری را بتوان در آن مشاهده کرد (Dees, 1998).

در واقع، برای کارآفرینی اجتماعی سه وضعیت به شرح زیر قابل بازشناسی است (Martin & Osberg, 2007, p.35):

۱. شناسایی تعادلی پایدار، اما ناعادلانه که موجب محرومیت، به‌حاشیه‌رانده‌شدن 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، به‌طوری 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 با ایجاد نظام طبیعی، پایدار، باثبات، جدید و اطمینان‌بخش 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 ارزش‌های اجتماعی است. محرک اصلی کارآفرینی اجتماعی، مسئله‌ای اجتماعی است که باید رسیدگی و حل شود. بنابراین، شکل سازمانی این نوع کارآفرینی نیز باید بتواند به‌طور کارآمد، منابع را برای حل آن مسئله بسیج کند. در واقع، نمونه‌های کارآفرینی اجتماعی را می‌توان در بخش‌های غیرانتفاعی، دولتی و تجاری مشاهده کرد (Zahra et al., 2009, p.520; Trivedi, 2010; Moizer & Tracey, 2010).

مسئله اجتماعی به شرایط، فرآیندها، تنظیمات اجتماعی و نگرش‌هایی که عمدتاً نامطلوب، منفی

و تهدیدکننده ارزش‌ها یا منافع مشخصی مانند انسجام اجتماعی، حفظ نظم و قانون، استانداردهای اخلاقی، ثبات نهادهای اجتماعی، رفاه اقتصادی یا آزادی‌های فردی است، اطلاق می‌شود. مسئله اجتماعی به شرایطی گفته می‌شود که غلط، مشکل‌زا، شایع و قابل تغییر است (معیدفر و پروین، ۱۳۸۸، ص ۱۳۶). در واقع، مسئله اجتماعی نوعی مشکل آسیب‌زا است که عموم افراد یک جامعه در آن درگیرند و به شکل عینی یا ذهنی بر سر مسئله بودن آن اجماع و توافق دارند و برای حل آن اراده عمومی و عملی وجود دارد. با توجه به اینکه کلان و ساختاری بودن، عمومیت داشتن، فراگیری و پیچیده بودن از ویژگی‌های یک مسئله اجتماعی است، افراد زیادی را مشغول و درگیر خود کرده است و عموماً مانع از رشد، تعالی و توسعه جامعه انسانی می‌شود. محققین شکاف میان معیارهای مشترک اجتماعی و شرایط واقعی زندگی اجتماعی را به عنوان معیار اصلی مسئله اجتماعی در نظر می‌گیرند (معیدفر و پروین، ۱۳۸۸، ص ۱۳۷).

کارآفرینی اجتماعی با به‌کارگیری مدل‌های کسب‌وکار، تا حدی به راه‌حل‌های نوآورانه برای مشکلات اجتماعی پایدار و پیچیده مطرح می‌کند. امروزه در سراسر جهان، افراد آگاه به مسائل اجتماعی، مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه‌ای را به منظور حل مشکلات اجتماعی معرفی می‌کنند. این راه‌حل‌ها، راه‌حلی است که پیش از این توسط بازار و سازمان‌های غیرانتفاعی و غیردولتی نادیده گرفته شده است. بنابراین، باید اذعان کرد کارآفرینان اجتماعی می‌توانند نقش مهمی در اصلاح شرایط اجتماعی ناسازگار ایفا کنند.

نمونه‌هایی از تجربه‌های موفق در زمینه کارآفرینی اجتماعی به طور خلاصه به شرح زیر است: کمیته توسعه روستایی بنگلادش^۱ در سال ۱۹۷۲ توسط فاضل عابد^۲، بعد از جنگ استقلال، تأسیس شد. این کمیته در ۶۰،۰۰۰ روستا از ۸۶،۰۰۰ روستای بنگلادش در زمینه سازماندهی فقرا برای کمک به خودشان و ایجاد ظرفیت‌های محلی برای توسعه اقتصادی، مراقبت‌های بهداشتی و

1. Bangladesh Rural Advancement Committee
2. Fazle Abed

آموزش، تمرکز بر کار با زنان و دیگر گروه‌های تحت فشار، تلاش برای تغییر نگرش‌ها و فرهنگ محلی فعالیت داشته است (Alvord et al., 2004, pp.255-256).

گرامین بانک^۱ در سال ۱۹۷۶ توسط محمدیونس^۲ در بنگلادش تأسیس شد. نوآوری اساسی آن، فراهم کردن وام برای فقرا، بدون نیاز به وثیقه بود. از این رو، در گسترش ظرفیت سازمانی برای ارائه خدمات به میلیون‌ها وام‌گیرنده کوچک موفق شد. این بانک وام‌های خرد برای ۲٫۳ میلیون وام‌گیرنده بسیار فقیر فراهم کرد (Martin & Osberg, 2007, p.36).

جنبش کمربند سبز^۳ در سال ۱۹۷۷ به وسیله وانگری ماتای^۴ و مؤسسه ملی زنان کنیا تأسیس شد. این جنبش با به‌کارگیری برنامه‌های کاشت درخت و آموزش‌های شهروندی برای ایجاد مهارت‌های محلی اقدام کرد، توانست دو میلیون درخت در کنیا (با سطح بقای ۷۰ درصد) بکارد و ۵۰۰۰۰ خانوار کنیایی را برای محافظت از محیط زیست و بهبود رفاه خودشان بسیج کند (Alvord et al., 2004, p.258).

پلن پوابلا^۵، در سال ۱۹۶۶ در مکزیک و توسط گروه کوچکی از پژوهشگران کشاورزی تأسیس شد. نوآوری اساسی آن ارتقای تولید محصول با تمرکز بر تعاونی‌های کوچک و کشاورزمحور، و فراهم کردن فعالیت‌های حمایتی، به‌جای فقط ارتقادادن فناوری کشاورزی بود. پلن پوابلا توانست تولید ذرت را در میان ۴۷۰۰۰ کشاورز مکزیک به ۶۲٪ افزایش دهد و موجب افزایش ۲۵۲ درصدی درآمد خانوارها شود.

انجمن زنان خوداشتغال^۶ در سال ۱۹۷۲ به وسیله الابهات^۷ در هند تأسیس شد. نوآوری اساسی آن تمرکز بر سازماندهی گروه‌هایی از زنان منفردی بود که مشارکتی در تغییرات سیاسی یا پیگیری

1. Grameen Bank
2. Muhammed Yunus
3. Green Belt Movement
4. Wangari Maathai
5. Plan Puebla
6. Self-Employed Women Association
7. Ela Bhatt

موضوعات دیگر اجتماعی، اقتصادی، و بهداشتی نداشتند. آن‌ها توانستند ۳۱۵۰۰۰ زن خود اشتغال را در قالب اتحادیه‌ها سازماندهی کنند و موجب بهبود شرایط کار، دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی، افتتاح حساب و پس‌انداز برای بیش از ۹۰٪ زنان خوداشتغال هندی شوند (Alvord et al., 2004, p.259).

بنیاد خیریه مرسی^۱ تجربه موفق دیگری است که وعده‌های غذای رایگان، بسته‌های غذا و پوشاک، کمک‌های حقوقی، حمایت از حقوق بشر، برنامه‌های آموزشی و تفریحی، مشاوره ترک اعتیاد و الکل برای سالمندان، مردم بی‌خانمان، یتیمان، خانواده‌های پرجمعیت، جوانان در مخاطره و معتادان به الکل و مواد مخدر ارائه می‌کند (Alter et al., 2003).

مرکز خیابان دلنسی^۲، مرکز آموزش محلی برای معتادان به مواد مخدر و مجرمان است، که در سال ۱۹۷۱ در سن فرانسیسکو شروع به کار کرد. این مرکز مانند خانواده‌ای گسترده در خدمت آموزش برای افراد بی‌خانمان و غریب است تا خود را رهبری کنند. هر شرکت‌کننده به هر طریق ممکن، به مرکز کمک می‌کند. برای شرکت‌کنندگانی که قادر به انجام مشاغل سنتی بودند، مانند خانواده‌ای گسترده به حقوق و درآمد مرکز برای یاری رساندن به کل اعضا کمک کرده، یا کسانی که قادر به آشپزی بودند، وعده غذایی آنان را تامین می‌کردند (Trivedi, 2010).

بیگ‌ایشو^۳ سازمانی است در انگلستان که افراد بی‌خانمان و فقیر در آن هفته‌نامه‌ها و مجلات روزنامه نگاران و هنرمندان مؤسسه را می‌فروشدند. یافته‌ها نشان می‌دهد مردم به دو دلیل این مجلات را می‌خرند: اول، مردم مجله را به خاطر سرگرمی و اطلاع از امور جاری دوست دارند، و دوم، مردم اعتقاد دارند با خرید مجله به افراد بی‌خانمان و فقیر کمک می‌کنند و چه بسا پول بیشتری هم برای آن پرداخت کنند. مردم مشاهده می‌کنند که این افراد بی‌خانمان، خودشان به طور مستقیم در توانمندسازی خود درگیرند (Hibbert et al., 2002).

-
1. Mercy Charitable Foundation
 2. Delancey
 3. Big Issue

روش پژوهش

برای تحقق هدف پژوهش و دستیابی به پاسخ سؤال‌های مطرح‌شده، با توجه به ماهیت موضوع، در این مطالعه که پژوهشی کاربردی است، روش پژوهش آمیخته (کمی-کیفی) به کار گرفته شده است. به طوری که در مرحله اول بعد از جمع‌آوری عوامل مورد نظر از طریق مرور پیشینه، با کاربردی روش کیفی (مصاحبه)، بررسی این عوامل و بیان میزان اهمیت آن‌ها و یا آگاهی از عوامل احتمالی دیگر انجام گرفت. در مرحله بعد روش کمی (پرسشنامه)، برای جمع‌آوری مورد نیاز به کار گرفته شد. جامعه آماری این پژوهش در سه دسته به شرح زیر است:

۱. خبرگان کارآفرینی اجتماعی و آسیب‌های اجتماعی، کارشناسان و متخصصانی که در این حوزه صاحب نظرند.

۲. کارشناسان و مدیرانی که در سازمان‌های مرتبط با این قشر مشغول به کار بوده، و مستقیماً با آن‌ها در ارتباط‌اند.

۳. خیرین و کمک‌رسانان اجتماعی و افرادی که سابقه فعالیت در این زمینه‌ها را دارند.

حجم نمونه در بخش کیفی بر اساس نمونه‌گیری هدفمند است و حجم نمونه با توجه به کفایت داده‌های جمع‌آوری شده به عنوان حد کامل بودن داده‌ها یا اشباع تعیین شد. در بخش کمی، از آنجا که حجم جامعه مشخص نبود با به‌کارگیری فرمول کوکران تعداد ۱۹۶ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد.

در بخش کیفی، روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی تا حد اشباع به عنوان روش مناسب انتخاب متخصصان به منظور جمع‌آوری اطلاعات به کار گرفته شد و برای بخش کمی، روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برای انتخاب افراد نمونه به کار گرفته شد.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. به گونه‌ای که سؤال‌ها از قبل طراحی شده و پس از هر سؤال و دریافت پاسخ، هر پاسخ با سؤال‌های بیشتر بررسی شد. در بخش کمی، پرسشنامه‌ای که مبتنی بر یافته‌های بخش کیفی و در طیف لیکرت طراحی شده، به کار گرفته شد. پرسشنامه بخش کمی شامل چهار قسمت به شرح زیر است:

۱. پرسش‌های مربوط به تعیین آسیب‌های اجتماعی؛
 ۲. پرسش‌های مربوط به تعیین عوامل مؤثر بر ایجاد یا افزایش آسیب‌های اجتماعی؛
 ۳. پرسش‌های مربوط به عوامل مؤثر بر کاهش آسیب‌های اجتماعی؛
 ۴. پرسش‌های مربوط به موانع و محدودیت‌های کارآفرینی اجتماعی.
- برای تعیین روایی محتوا، پرسشنامه تهیه شده در اختیار ده نفر از خبرگان و صاحب‌نظران قرار گرفت. پس از اظهار نظر آنان و با حذف، اصلاح و تعدیل برخی سؤال‌ها، پرسشنامه تأیید و مناسب تشخیص داده شد. برای سنجش پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه نیز، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. با توزیع تعداد ۳۰ پرسشنامه اولیه، این ضریب برای شاخص‌های پژوهش محاسبه شد و مقدار آلفای کرونباخ ۰/۷۴ به دست آمد. از آنجاکه نتایج آزمون مذکور برای هدف-های پژوهشی، ضریب پایایی بین ۰/۶ تا ۰/۸ کافی و مناسب است (دلاور، ۱۳۷۹، ص ۴۹)، اعتبار آن نیز مناسب ارزیابی شد. در نهایت، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه در جامعه آماری مورد نظر توزیع شد و با پیگیری، ۲۳۰ پرسشنامه جمع‌آوری شد که البته از این تعداد ۲۰۲ پرسشنامه کامل، لذا، تحلیل اطلاعات با به‌کارگیری این مقدار نمونه انجام گرفت.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی روش کدگذاری باز و محوری به‌کار گرفته شد. به این ترتیب که پس از گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه و تنظیم آن به شکل نوشتاری، بخش‌هایی از این متن نوشتاری در قالب عبارت یا جمله تنظیم و به شکل اطلاعات، کدگذاری و شماره‌گذاری شد و با مرور کدهای اختصاصی و ادغام آن‌ها، دسته‌های تکراری حذف و دسته‌های جزئی در دسته‌های کلی‌تر ادغام شد. در نهایت، این دسته از کدها به موضوعات تبدیل شد. در بخش کمی نیز، آزمون‌های دوجمله‌ای و فریدمن و تحلیل عاملی اکتشافی با به‌کارگیری نرم‌افزار SPSS، برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه اجرا شد.

برای ارزیابی اولیه عوامل مؤثر در ایجاد یا افزایش آسیب‌های اجتماعی، ابتدا تحلیل عاملی اکتشافی با به‌کارگیری روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی، سپس، روش چرخش واریماکس انجام

گرفت. در نهایت، دو عامل استخراج شد که تحت عنوان عامل «ضعف نهادی و قانونی» و «عامل محیطی و اجتماعی» نام‌گذاری شد. این تحلیل برای اقدام‌های مؤثر در کاهش آسیب‌های اجتماعی نیز انجام گرفت و پنج عامل استخراج شد که با عنوان‌های «سیاستی، نهادی و قانونی»، «آموزش و اطلاع‌رسانی»، «تسهیلات کسب‌وکار»، «شبکه‌ها، سازمان‌های غیردولتی، انجمن‌ها» و «صندوق‌ها و کانون‌ها» نام‌گذاری شدند.

برای بررسی موارد آسیب‌های اجتماعی، آزمون دوجمله‌ای برای هر یک از عامل‌های یادشده در پرسشنامه به کار گرفته شد. این آزمون این امکان می‌دهد تا با لحاظ کردن سطح معنی‌داری ($0.05 <$)، بتوان معنی‌دار بودن آن را بررسی کرد.

یافته‌های پژوهش

سؤال اول: آسیب‌های مهم اجتماعی در قلمرو کارآفرینی اجتماعی در مناطق شهری کدامند؟

جدول ۱. آزمون دوجمله‌ای آسیب‌های اجتماعی

نتیجه	سطح معناداری	آسیب‌های اجتماعی
تأیید	۰,۰۰	فقر
تأیید	۰,۰۰	اعتیاد
تأیید	۰,۰۰	خرید و فروش مواد مخدر
تأیید	۰,۰۰۶	تکدی‌گری
تأیید	۰,۰۰۶	خانواده‌های بی‌سرپرست
تأیید	۰,۱۰۳	کارگران فصلی
تأیید	۰,۰۳۳	کودکان کار
تأیید	۰,۰۱۴	کودکان خیابان
تأیید	۰,۰۲۶	کارتن خوابی
رد	۰,۴۳۴	حاشیه‌نشینی
تأیید	۰,۰۰	نزاع
تأیید	۰,۰۰	طلاق

یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد فقر، اعتیاد، خرید و فروش مواد مخدر، تکدی، طلاق،

خانواده‌های بی‌سرپرست، کودکان کار، کودکان خیابان، کارتن‌خوابی و نزاع به عنوان آسیب‌اجتماعی تأیید شد اما کارگران فصلی ساماندهی نشده و حاشیه‌نشینی، به عنوان آسیب‌اجتماعی تأیید نشد.

برای اولویت‌بندی آسیب‌های اجتماعی، آزمون فریدمن به کار گرفته شد. نتیجه آزمون در جدول ۲ بیان شده است:

جدول ۲. آزمون فریدمن برای تعیین اولویت آسیب‌های اجتماعی منطقه

اولویت	رتبه	انحراف معیار	میانگین	تعداد	متغیر
اول	۶,۴۲	۰,۷۸۶	۳,۸۸	۱۷۷	اعتیاد
دوم	۶,۳۶	۰,۹۷۳	۳,۸۲	۱۷۷	خرید و فروش مواد مخدر
سوم	۶,۲۷	۱,۲۴۹	۳,۷۵	۱۷۷	نزاع
چهارم	۵,۹۸	۰,۸۷۹	۳,۷۵	۱۷۷	فقر
پنجم	۵,۸۶	۰,۹۲۵	۳,۶۵	۱۷۷	طلاق
ششم	۴,۹۸	۰,۹۷۳	۳,۴۲	۱۷۷	خانواده‌های بی‌سرپرست
هفتم	۴,۹۵	۱,۰۶۳	۳,۳۸	۱۷۷	تکدی
هشتم	۴,۷۹	۱,۰۶۵	۳,۳۲	۱۷۷	کودکان کار
نهم	۴,۷۵	۱,۱۲۷	۳,۳۱	۱۷۷	کارتن‌خوابی
دهم	۴,۶۴	۱,۱۸۷	۳,۲۹	۱۷۷	کودکان خیابان

یافته‌ها در جدول ۲ نشان می‌دهد اعتیاد و خرید و فروش مواد مخدر، مهم‌ترین آسیب‌های اجتماعی منطقه شناسایی شده و نزاع و درگیری‌های خیابانی، فقر اقتصادی، طلاق و خانواده‌های بی‌سرپرست، تکدی‌گری، کودکان کار، کارتن‌خوابی، کودکان خیابان به ترتیب، در رده‌های بعدی قرار دارند.

جدول ۳. آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی آسیب‌های اجتماعی

تعداد	خی دو	درجه آزادی	عدد معناداری
۱۷۷	۱۳۴,۳۲۷	۹	۰,۰۰

همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰ است. بنابراین، می‌توان تفاوت

بین میانگین رتبه‌ها را نتیجه‌گیری کرد. به عبارت دیگر، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت تفاوت بین میانگین رتبه‌ها معنی‌دار است.

سؤال دوم: عوامل مؤثر در ایجاد و افزایش آسیب‌های مهم اجتماعی در قلمرو کارآفرینی اجتماعی در این منطقه شهری کدامند؟

جدول ۴. آزمون دوجمله‌ای عوامل مؤثر در ایجاد یا افزایش آسیب‌های اجتماعی

عامل	عدد معناداری	تایید یا رد فرضیه
ضعف نهادی و قانونی	۰٫۰۰	تأیید
عوامل محیطی و اجتماعی	۰٫۰۰	تأیید

یافته‌ها در جدول ۴ و نتایج آزمون دوجمله‌ای نشان می‌دهد «ضعف نهادی و قانونی» و «عامل محیطی و اجتماعی»، هر دو به عنوان عوامل تأثیرگذار در بروز آسیب‌های اجتماعی تأیید شدند. سؤال سوم: عوامل مؤثر در کاهش آسیب‌های مهم اجتماعی در قلمرو کارآفرینی اجتماعی در این منطقه شهری کدامند؟

نتایج آزمون دوجمله‌ای در جدول ۵ نشان می‌دهد پنج عامل «اقدام‌های سیاستی، نهادی و قانونی»، «آموزش و اطلاع‌رسانی»، «تسهیلات کسب‌وکار»، «شبکه‌ها، سازمان‌های غیردولتی و انجمن‌ها» و «ایجاد صندوق‌ها و کانون‌ها» به عنوان اقدام‌های مؤثر در کاهش آسیب‌های اجتماعی تأیید شدند.

جدول ۵. آزمون دوجمله‌ای برای بررسی اقدام‌های مؤثر در کاهش آسیب‌های اجتماعی

اقدام‌ها	عدد معناداری	تایید یا رد فرضیه
اقدام‌های سیاستی، نهادی و قانونی	۰٫۰۰	تأیید
آموزش و اطلاع‌رسانی	۰٫۰۰	تأیید
تسهیلات کسب‌وکار	۰٫۰۰	تأیید
شبکه‌ها، سازمان‌های غیردولتی، انجمن‌ها	۰٫۰۰	تأیید
ایجاد صندوق‌ها و کانون‌ها	۰٫۰۰	تأیید

یافته‌های در جدول ۶ نشان می‌دهد تسهیلات کسب‌وکار، اقدام‌های سیاستی، نهادی و قانونی،

آموزش و اطلاع‌رسانی، شبکه‌ها، سازمان‌های غیردولتی، انجمن‌ها و ایجاد صندوق‌ها و کانون‌ها به ترتیب، بیشترین تأثیر را در کاهش آسیب‌های اجتماعی منطقه دارد.

جدول ۶. آزمون فریدمن برای تعیین اولویت عوامل مؤثر در کاهش آسیب‌های اجتماعی

اولویت	رتبه	انحراف معیار	میانگین	تعداد	متغیر
اول	۳,۲۹	۰,۷۹۸۶۱	۳,۹۲۸۹	۱۹۷	تسهیلات کسب‌وکار
دوم	۳,۱۲	۰,۷۹۷۰۹	۳,۸۴۵۲	۱۹۷	اقدام‌های سیاستی، نهادی و قانونی
سوم	۳,۰۹	۰,۷۹۴۴۶	۳,۸۲۴۹	۱۹۷	شبکه‌ها، سازمان‌های غیردولتی، انجمن‌ها
چهارم	۲,۷۵	۰,۸۵۹۵۳	۳,۶۶۲۴	۱۹۷	آموزش و اطلاع‌رسانی
پنجم	۲,۷۵	۰,۸۹۳۰۰	۳,۶۳۷۱	۱۹۷	ایجاد صندوق‌ها و کانون‌ها

با توجه به داده‌های جدول ۷ تفاوت میانگین رتبه‌ها نتیجه‌گیری می‌شود. به عبارت دیگر، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که تفاوت میانگین رتبه‌ها معنی‌دار است.

جدول ۷. آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی مؤثر در کاهش آسیب‌های اجتماعی

تعداد	خی دو	درجه آزادی	عدد معناداری
۱۹۷	۲۹,۶۰۸	۴	۰,۰۰

سؤال چهارم: موانع کارآفرینی اجتماعی در این منطقه شهری کدامند؟

جدول ۸. آزمون فریدمن برای تعیین اولویت موانع فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی در مناطق شهری

اولویت	رتبه	انحراف معیار	میانگین	تعداد	متغیر
اول	۳,۹۹	۰,۹۲۷	۴,۰۵	۱۹۷	نبود دسترسی به منابع مالی
دوم	۳,۵۴	۰,۸۸۹	۳,۸۴	۱۹۷	نداشتن فضای کسب‌وکار
سوم	۳,۴۴	۰,۹۵۸	۳,۷۴	۱۹۷	نداشتن انگیزه
چهارم	۳,۴۱	۰,۹۳۶	۳,۷۴	۱۹۷	نداشتن مهارت‌های کسب‌وکار لازم
پنجم	۳,۳۹	۰,۹۸۸	۳,۷۵	۱۹۷	نداشتن ایده‌های مناسب و نو برای کارآفرینی
ششم	۳,۲۳	۰,۹۴۴	۳,۶۹	۱۹۷	قوانین و مقررات دست‌وپاگیر

یافته‌های جدول ۸ موانع فعالیت‌های کارآفرینی را نشان می‌دهد. این موانع به ترتیب اهمیت،

عبارت‌اند از «عدم دسترسی به منابع مالی»، «نداشتن فضای کسب‌وکار»، «نداشتن انگیزه»، «نداشتن مهارت لازم»، «نداشتن ایده‌های نو برای کارآفرینی»، و «قوانین و مقررات دست‌وپاگیر». با توجه به جدول ۹، سطح معناداری برابر صفر است. بنابراین، می‌توان تفاوت میانگین رتبه‌ها را نتیجه‌گیری کرد. به عبارت دیگر، با اطمینان ۹۹ درصد تفاوت میانگین رتبه‌ها معنی‌دار است.

جدول ۹. آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی موانع فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی

تعداد	خی دو	درجه آزادی	عدد معناداری
۱۹۷	۲۹,۶۴۴	۵	۰,۰۰

بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با بازنگری یافته‌هایی که از انجام مصاحبه‌های کیفی و بررسی اسناد و مدارک به دست آمده است، مشخص می‌شود فقر، اعتیاد، خرید و فروش مواد مخدر، تکدی‌گری، طلاق، خانواده‌های بی‌سرپرست، کارگران فصلی ساماندهی نشده، کودکان کار، کودکان خیابان، کارتن‌خوابی، حاشیه‌نشینی و نزاع آسیب‌های اجتماعی شناسایی شدند. از این میان، نتایج پژوهش، فقر، اعتیاد، خرید و فروش مواد مخدر، تکدی‌گری، طلاق، خانواده‌های بی‌سرپرست، کودکان کار، کودکان خیابان، کارتن‌خوابی و نزاع را به عنوان آسیب‌های مهم اجتماعی منطقه تأیید کرد و کارگران فصلی ساماندهی نشده و حاشیه‌نشینی را به عنوان آسیب‌های مهم منطقه تأیید نکرد.

همچنین، یافته‌ها نشانگر آن است که در قلمرو عوامل مؤثر در ایجاد یا افزایش آسیب‌های اجتماعی، عوامل مختلفی بازشناسی می‌شود. در این پژوهش، این آسیب‌ها در دو طبقه کلی «ضعف نهادی و قانونی» و «عامل محیطی و اجتماعی» دسته‌بندی شدند. عوامل ضعف نهادی و قانونی شامل عواملی مانند ضعف قوانین و مقررات برای پیشگیری از آسیب‌ها، ضعف در عملکرد سازمان‌ها و نهادهای مسئول برای پیشگیری از آسیب‌ها، ناهماهنگی بین سازمان‌ها و نهادهای مسئول، ناکافی بودن زیرساخت‌ها و امکانات برای پیشگیری از آسیب‌ها، ناآشنایی مردم با حقوق و تکالیف شهروندی است و عامل محیطی و اجتماعی مانند تأثیرپذیری از فرهنگ بیگانه، نبود

مدیریت صحیح در خانواده‌ها، مهاجرت، بیکاری، تراکم جمعیت، ضعیف شدن هویت و انسجام محله‌ای می‌باشد.

با توجه به یافته‌های پژوهش، اقدام‌های مؤثر در کاهش آسیب‌های اجتماعی در پنج طبقه «سیاستی، نهادی و قانونی»، «آموزش و اطلاع‌رسانی»، «تسهیلات کسب‌وکار»، «شبکه‌ها، سازمان‌های غیردولتی، انجمن‌ها» و «صندوق‌ها و کانون‌ها» طبقه‌بندی شدند.

عامل سیاستی، نهادی و قانونی در برگیرنده عواملی مانند حمایت از خوداشتغالی، ترویج ارزش‌های متعالی فرهنگی، تصویب قوانین حمایتی و تسهیل‌کننده کارآفرینی اجتماعی، ساماندهی وضعیت اشتغال و بازارکار، توسعه میزان مشارکت مردم در مدیریت محله و منطقه، افزایش حساسیت اجتماعی نسبت به آسیب‌های اجتماعی، و تقویت امنیت اجتماعی در محلات است.

عامل آموزش و اطلاع‌رسانی مشتمل بر عواملی مانند برگزاری کارگاه‌های آموزشی در محلات، برگزاری کارگاه‌های آموزشی در مدارس، مشاوره دادن در سراهای محله، برپایی نمایشگاه‌های ترویجی، جشنواره‌ها و همایش‌های ترویجی، اطلاع‌رسانی امور کارآفرینی اجتماعی از طریق رسانه‌های مختلف است.

عامل تسهیلات کسب‌وکار شامل آموزش مهارت‌های شغلی و ایجاد کسب‌وکار، مشاوره تخصصی قبل و در حین ایجاد کسب‌وکار، و در فرآیند کارآفرینی اجتماعی، سیاست‌گذاری و حمایت از توسعه مشاغل خانگی و خانوادگی، ارائه تسهیلات مالی به کارآفرینان برای ایجاد و توسعه کسب‌وکار، ارائه تسهیلات مالی به کارآفرینان اجتماعی، حمایت از کارآفرینان در تأمین فضای کسب‌وکار، ایجاد بازارچه‌های خوداشتغالی و کارآفرینی است.

عامل شبکه‌ها، سازمان‌های غیردولتی، انجمن‌ها عواملی مانند شناسایی استعدادها بالقوه برای کارآفرینی اجتماعی و هدایت آن‌ها، مشارکت خیرین برای کمک به توسعه کارآفرینی اجتماعی، توسعه مراکز کارآفرینی اجتماعی، ایجاد شبکه‌ها و خوشه‌های کسب و کار، ایجاد شبکه‌ها و خوشه‌های کارآفرینی اجتماعی، فرهنگ‌سازی در حوزه کارآفرینی اجتماعی، برگزاری جلسات هم‌اندیشی در محلات، همکاری کارآفرینان اجتماعی با سازمان‌های غیردولتی و سازمان‌های

غیردولتی محلی، تقویت اجتماعات محلی (مثل انجمن‌های محلی، گروه‌های همسالان و هیأت‌های مذهبی و جز آن)، و توسعه فضاهای فرهنگی و ورزشی برای پربارکردن اوقات فراغت جوانان، ایجاد نظام‌های یکپارچه برای به‌کارگیری ظرفیت‌های سرمایه‌های اجتماعی در مناطق شهری (خیرین، مؤسسات خیریه، سازمان‌های غیردولتی و جز آن) را دربرمی‌گیرد.

عامل صندوق‌ها و کانون‌ها شامل تشکیل کانون‌های خیرین محلات، ایجاد صندوق‌های قرض‌الحسنه در محلات، ایجاد شبکه‌های محلی برای استفاده کارآفرینان اجتماعی از ظرفیت‌ها و امکانات محله مثل اماکن مذهبی، ورزشی، امکانات شهرداری و سازمان‌های دولتی دیگر در مناطق شهری و جز آن است.

نبود دسترسی به منابع مالی، نداشتن فضای کسب‌وکار، نداشتن انگیزه، نداشتن مهارت‌های لازم برای کسب‌وکار، نداشتن ایده‌های مناسب و نو برای کارآفرینی، و قوانین و مقررات دست‌وپاگیر، موانع فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی شناسایی شد.

بر اساس نتایج پژوهش انجام‌گرفته پیشنهاد‌های زیر مطرح می‌شود:

ایجاد شبکه‌ها و انجمن‌های کارآفرینی اجتماعی به‌طوری که افراد در قالب گروه بتوانند فعالیت‌های بیشتری داشته باشند و دامنه تأثیرگذاری فعالیت‌های آنان افزایش یابد.

تشکیل اجتماعات محلی، مانند انجمن‌ها و شوراهای محلی، تشکیل گروه‌های همسالان و هیأت‌های مذهبی و جز آن 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 اطلاع‌رسانی 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 آگاهی‌بخشی به دانش‌آموزان، بسیار مفید است. مشاوره در سراهای محلات نیز در زمره فعالیت‌هایی است که باید به‌طور جدی پیگیری شود.

برپایی نمایشگاه‌های ترویجی، جشنواره‌ها و همایش‌های ترویجی تأثیرگذار 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 بازارچه‌ها محلی برای فروش و معرفی محصولات این افراد است.

به آموزش مهارت‌های کسب‌وکار توجه شود. این آموزش‌ها علاوه بر اینکه مهارت‌های ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکار را در بر می‌گیرد، باید مهارت‌های حین کار را نیز در برگیرد.

وجود خیرین و مؤسسه‌های خیریه سرمایه اجتماعی ارزشمندی است. به این سرمایه باید توجه جدی شود و خیرین برای کمک به توسعه کارآفرینی اجتماعی مشارکت داده شوند. به همکاری بین مؤسسات خیریه، سازمان‌های غیردولتی توجه شود و این همکاری تقویت شود. برای این منظور، باید نظام‌های یکپارچه‌ای برای به‌کارگیری ظرفیت‌های سرمایه اجتماعی (خیرین، مؤسسات خیریه، سازمان‌های غیردولتی و چز آن) ایجاد شود.

به برنامه‌های فرهنگی ورزشی توجه شود. در این زمینه دو اقدام باید انجام گیرد. در ابتدا، باید از ظرفیت فضاهای فرهنگی و ورزشی موجود برای پوشش دادن اوقات فراغت جوانان و نوجوانان به نحو احسن استفاده کرد. هم‌چنین، به دلیل بی‌کفایت فضاهای فرهنگی و ورزشی در منطقه، توسعه فضاهای فرهنگی نیز باید در برنامه‌های توسعه عمرانی مدنظر قرار گیرد.

بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و امکاناتی که در ساعاتی از روز ممکن است بدون استفاده باشد. برای مثال، فضاهای مدارس، مساجد، ادارات دولتی، شهرداری و جز آن ممکن است در بخشی از ایام بدون استفاده باشد، باید سیستم جامعی ایجاد کرد که این فضاها و امکانات را شناسایی و طبقه‌بندی کرده تا امکان به‌کارگیری آن‌ها برای خیرین، کارآفرینان و افراد دیگر که برنامه‌هایی برای کمک به مردم دارند، فراهم شود. تشکیل بانکی از فضاها و امکانات بدون استفاده می‌تواند اولین قدم برای شروع این اقدام باشد.

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.

تسهیلات کسب‌وکار برای کارآفرینان و خیرینی که انگیزه فعالیت دارند، فراهم شوند. این تسهیلات می‌تواند تسهیلات مالی (تأمین مالی)، کمک در تأمین فضا و مکان، تصویب قوانین و مقررات حمایتی و اجرایی کردن آن‌ها و جز آن را دربرگیرد.

به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه مشاغل خانگی مبتنی بر ظرفیت‌های محلی باید به‌طور جدی توجه شود. با توجه به مشکلات و مسائلی که زنان سرپرست خانوار با آن درگیرند، مشاغل خانگی در این زمینه راه‌گشا است.



منابع و مأخذ

۱. آقابخشی، حبیب (۱۳۷۹). «اثرات اعتیاد پدر بر کارکردهای خانواده». فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۱۰، صفحات ۴۷-۷۲.
۲. احمدیان، محمدعلی (۱۳۸۲). «حاشیه‌نشینی؛ ریشه‌ها و راه‌حل‌ها». اندیشه حوزه، شماره ۴۳، صفحات ۲۹۶ - ۲۷۶.
۳. دلاور، علی (۱۳۷۹). روش تحقیق پیشرفته. تهران، واحد علوم و تحقیقات.
۴. شاوردی، تهمینه (۱۳۸۳). نگاهی به وضعیت کودکان خیابانی، روسپیگری، کودکان خیابان و تکدی. مقالات اولین همایش ملی آسیب‌های اجتماعی در ایران، انتشارات آگه، صفحات ۸۲-۷۵.
۵. صرامی، حسین (۱۳۸۵). «آسیب‌شناسی شهری ایران (تکدی‌گری در شهر اصفهان)». فرهنگ اصفهان، شماره ۳۲، صفحات ۲۸-۳۷.
۶. کلانتری، صمد؛ کیانی، مزده (۱۳۸۵). «بررسی تطبیقی کار کودکان در کشورهای پیشرفته و جهان رو به توسعه». اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۲۳۱، صفحات ۲۹۵-۲۸۲.
۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳). جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری کاشانی، تهران، نشر نی.
۸. معیدفر، سعید (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران. همدان، انتشارات نور علم.
۹. معیدفر، سعید؛ پروین، ستار (۱۳۸۸). «فرا تحلیل مطالعات انجام شده در حوزه مسایل اجتماعی ایران». جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره پیاپی ۳۶، شماره ۴، صفحات ۱۵۰-۱۳۵.
۱۰. ملکی، قاسم (۱۳۸۵). کودکان و نوجوانان خیابانی. تهران، انتشارات آبیژ.
۱۱. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
۱۲. میرزایی، سیدمحمد (۱۳۷۸). «کودکان آسیب‌پذیر شهری». فصلنامه جمعیت، شماره‌های ۲۷ و ۲۸، صفحات ۱۹-۱.

13. Alter, S.K (2003). *Case Studies in Social Entrepreneurship; Counterpart International's Experience*. Washington, DC.
14. Alvord, S. H.; Brown, L. D.; Letts, C. W. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation. An Exploratory Study . *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282.
15. Austin, J.; Stevenson, H.; Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same , Different, or Both? *Entrepreneurship theory and practice*, 30 (1), 1-22.
16. Coit, K. (1994). Self ° Help Housing for The Poor . *Elsevier Ltd*, 115-124.
17. Dees, G. J. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Revision of May 30, 2001. Retrieved February 3, 2012 from http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf.
18. Johnson, R.B.; Onwuegbuzie, A.J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come . *Educational research*, 33(7), 14° 26.
19. Hibbert, S. A.; Hogg, G.; Quinn, T. (2002). Consumer Response to Social Entrepreneurship: the Case of the Big Issue in Scotland . *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7(Iss 3), 288° 301.
20. Martin, L.; Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition . *Stanford Social Innovation Review*, Spring, 28-39.
21. Moizer, J.; Tracey, P. (2010). Strategy Making in Social Enterprise: the Role of Resource Allocation and its Effects on Organizational Sustainability . *Systems Research and Behavioral Science*, 27(3), 252-565.
22. Sirageldin, I. (2000). Elimination of Poverty: Challenges And Islamic Strategies . *Islamic Economic Studies*, 8(1), 1-16.
23. Trivedi, C. (2010). Toward a Social Ecological Framework for Social Entrepreneurship . *The Journal of Entrepreneurship*, 19(1), 63° 80.
24. Zahra, S. A.; Gedajlovic, E.; Neubaum, D. O.; Shulman, J. m. (2009). A Typology of Social Entrepreneurs: Motives ,Search Processes and Ethical . *Journal of Business Venturing*, 24 , 519° 532.
25. Weeks, J. R (1992). *Population: An Introduction to Concepts and Issues*. Belmont, California, Wadsworth Publishing Company.