

Legal and Operational Challenges of Social Entrepreneurship in Iran with Emphasis on the Government's Macro Policies and Strategies



Amin Hasanvand¹, Mohammad Hossein Karim², *Mehrshad Toulabi Nejad³

1. Assistant Professor, Department of Political Science and Law, Faculty of Literature and Humanities, Lorestan University, Khorramabad, Iran

2. Professor, Department of Resource and Energy Economics, Faculty of Economics, Khwarazmi University, Tehran, Iran

3. Post-doctorate in Geography and Rural Planning, Faculty of Earth Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran



Citation: Hasanvand, A., Karim, M.H., & Toulabi Nejad, M. (2024). [Legal and Operational Challenges of Social Entrepreneurship in Iran with Emphasis on the Government's Macro Policies and Strategies]. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 12(1), 104-133. <https://doi.org/10.30507/jmsp.2023.382429.2528>

<https://doi.org/10.30507/jmsp.2023.382429.2528>

20.1001.1.23452544.1403.12.45.5.6



Funding: See Page 104

Received: 2023/03/03

Accepted: 2022/05/06

Available Online: 2024/03/20

Article Type: Research paper

Keywords:

Social entrepreneurship, challenges, legal and operational policies, Iran.

Abstract

Social entrepreneurship represents a vital approach for tackling the country's social and economic challenges. However, despite its potential, social entrepreneurship in Iran has not yet made the desired impact due to a range of persistent challenges. This study examines the challenges facing social entrepreneurship, with a special focus on governmental programs and macro-level policies, and offers recommendations and strategies for the government to strengthen this field. Applied in purpose and qualitative in method, this research used structured interviews as the primary data collection tool. The study sample comprised social business owners, public and private sector managers, and academic experts, with fifteen participants selected through purposeful sampling until theoretical saturation was reached. Qualitative data analysis was conducted using open, axial, and selective coding, facilitated by MaxQDA (2020) software. Results from the coding process identified 56 concepts in open coding, 33 core categories and sub-challenges in axial coding, and 3 main themes in selective coding. Findings indicate that the challenges of social entrepreneurship in Iran can be categorized into three primary areas: 1) policy, legal, and governmental challenges; 2) challenges related to social, economic, educational, and cultural awareness; and 3) institutional and operational support challenges. In response to these findings, nine strategic recommendations were proposed for the government and regulatory institutions. This study's originality lies in identifying critical policy, legal, and operational challenges within Iran, offering practical recommendations to the government and regulatory institutions for addressing these barriers.

JEL Classification: Q13, P13, L31, L26.

* Corresponding Author:

Mehrshad Toulabi Nejad, PhD

Address: Shahid Beheshti University, Tehran

Tel: +98(916)8574731

Email: mehrshad_t65@yahoo.com

چالش‌های حقوقی و عملیاتی کارآفرینی اجتماعی در ایران با تأکید بر خط‌مشی و سیاست‌های کلان دولت

امین حسوندا^۱، محمدحسین کریم^۲، * مهرشاد طولابی نژاد^۳

۱. استادیار، گروه علوم سیاسی و حقوق، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران

۲. استاد، گروه اقتصاد منابع و انرژی، دانشکده اقتصاد، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

۳. پسادکتر، رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

 20.1001.1.23452544.1403.12.45.5.6

چیکید

تاریخ دریافت: ۱ بهمن ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۱ مرداد ۱۴۰۲

تاریخ انتشار: ۱ فروردین ۱۴۰۳

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

کلیدواژه‌ها:

کارآفرینی اجتماعی، کسب‌وکار اجتماعی، چالش‌های حقوقی، سیاست‌های قانونی و عملیاتی.

کارآفرینی اجتماعی یکی از زمینه‌های مهم حل مسائل اجتماعی و اقتصادی کشور است؛ با این حال، کارآفرینی اجتماعی، به دلیل وجود چالش‌هایی پیش‌روی آن، هنوز در ایجاد تحولات مطلوب در کشور چندان موفق نبوده است. پژوهش حاضر با هدف بررسی چالش‌های کارآفرینی اجتماعی با تمرکز ویژه بر برنامه‌ها و سیاست‌های کلان دولت و همچنین عرضه مجموعه‌ای از توصیه‌ها و راهبردها به دولت برای تقویت این زمینه کارآفرینی انجام شد. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، کیفی است. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه ساختاریافته است. جامعه آماری تحقیق را صاحبان کسب‌وکارهای اجتماعی، مدیران دولتی و خصوصی، و کارشناسان دانشگاهی تشکیل دادند. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و با اشیاع نظری، پانزده کارشناس انتخاب شد. برای تحلیل اطلاعات از روش کیفی، و کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد. کدگذاری‌ها با نرم‌افزار مکس کیودا (۲۰۲۰) انجام شد. نتایج پژوهش و کدگذاری‌ها موجب شناسایی ۶۵ مفهوم در قالب کدگذاری باز، ۳۳ مقوله محوری و چالش فرعی در قالب کدگذاری محوری و ۳ مقوله اصلی در قالب کدگذاری انتخابی شد. براساس نتایج، چالش‌های کارآفرینی اجتماعی در ایران شامل سه موضوع اصلی است: ۱. چالش‌های سیاست‌گذاری و جنبه‌های حقوقی / دولتی؛ ۲. چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی؛ ۳. چالش‌های پشتیبانی نهادی و عملیاتی. با توجه به این چالش‌ها، مجموعه‌ای از نه راهبرد و توصیه به دولت و نهادهای نظارتی کشور بیان شده است. اصالت و نوآوری پژوهش در شناسایی چالش‌های سیاستی، قانونی، حقوقی و عملیاتی کشور است و به دولت و نهادهای نظارتی کشور توصیه‌های عملی برای غلبه بر این چالش‌ها بیان می‌کند.

طبقه‌بندی JEL: L26، L31، P13، Q13.

* نویسنده مسئول:

دکتر مهرشاد طولابی نژاد

نشانی: تهران، دانشگاه شهید بهشتی

تلفن: ۹۸(۹۱۶)۸۵۷۴۷۳۱+

پست الکترونیک: mehrshad_t65@yahoo.com

۱. مقدمه

در پی بحران مالی در سال ۲۰۰۸ م، رشد سرمایه کاهش یافت و در سراسر جهان چالش‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به وجود آمد (Carayannis & Rakhmatullin, 2014, p. 212). این بحران‌ها باعث کاهش استاندارد زندگی، رکود اقتصادی، تورم جهانی و کاهش سرمایه شد (محمدی‌یگانه، ۱۳۹۲، ص. ۴۶): به‌ویژه این بحران‌ها بر کسانی اثر گذاشت که می‌خواستند کسب‌وکاری راه بیندازند (صادقی و طولابی‌نژاد، ۱۳۹۸، ص. ۷۲). همگام با این بحران‌ها، از کارگران و کارمندان سوءاستفاده می‌شد (Ibáñez, Guerrero, Yáñez-Valdés & Barros-Celume, 2022, p. 557) و ذهن اکثر مدیران مشاغل، صاحبان کسب‌وکار و کارآفرینان فقط معطوف به شاخص سود سهامشان بود (Kuckertz et al., 2023, p. 17). این ذهنیت پیامدهای منفی اجتماعی، اقتصادی، حقوقی و زیست‌محیطی مختلفی را به دنبال داشت (Bennett & Lemoine, 2014, p. 318). برخی کسب‌وکارها نیز درگیر فعالیت‌های ناپایدار شدند (Seda & Ismail, 2020, p. 163). در این زمینه وستاوی (2014) اشاره کرد که در آن دوره، افراد جامعه به دنبال جمع‌آوری پول بیشتر بودند و هر شخصی پول و ثروت بیشتری جمع‌آوری می‌کرد، احساس بهتری می‌داشت (p. 15)؛ به‌طوری که پول و سرمایه جای خدمت به جامعه را گرفت و فعالیت‌های انسان دوستانه نادیده گرفته شد (Sud, Craig & Baugous, 2009, p. 203). همین امر باعث شد بسیاری از کشورها درگیر فقر و محرومیت شوند (حسنوند و طولابی‌نژاد، ۱۴۰۱، ص. ۳۸).

در پی این شرایط، «کارآفرینی اجتماعی»، به‌منزله رویکردی نوآورانه، برای تبیین موضوعاتی مانند آموزش، مباحث محیطی، تجارت عادلانه، بهداشت و حقوق بشر در سطحی وسیع معرفی شد (ترابی، آزما و سعیدی، ۱۴۰۱، ص. ۱۹۶). براساس تعاریف، کارآفرینی اجتماعی عبارت است از تسهیل تغییرات اجتماعی از طریق رویکردهای نوآورانه (Sahasranamam & Nandakumar, 2020, p. 105) یا ارضای خواسته‌ها و نیازهای برآورده‌نشده اجتماعی از طریق ترکیب مأموریت‌های اجتماعی و ویژگی‌های کسب‌وکارهای تجاری نو (Bacq & Janssen, 2011, p. 375) و پیگیری فرصت‌ها به روشی نوآورانه برای تسریع تغییرات اجتماعی و رفع نیازهای اجتماعی (Mair & Marti, 2006, p. 37). امروزه در بیشتر جوامع بر گسترش کارآفرینی، به‌عنوان «موتور رشد و توسعه»، اتفاق نظر وجود دارد و به این ترتیب با ورود به قرن بیست‌ویکم، کارآفرینی به‌مثابه ضرورتی در عرصه بین‌المللی شناخته می‌شود (عمرانی، حقیقی‌کفاش و مظلومی، ۱۳۸۹، ص. ۱۲). در واقع رویکرد کارآفرینی اجتماعی به دلیل نیازهای جامعه وارد محث توسعه کشورها شد تا در تعیین مسیر توسعه، خدمت به جامعه و رفع مسائل اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و بشردوستانه نقش‌آفرینی کند. در حقیقت کارآفرینی اجتماعی به‌منزله راه‌حلی اساسی برای رفع بسیاری از مشکلات مورد توجه قرار گرفت.

در ایران نیز، مشکلات اجتماعی و اقتصادی بر کسی پوشیده نیست. نرخ بهره‌وری پایین، تحریم‌های ظالمانه سایر کشورها فقر و محرومیت، تورم و گرانی، افزایش نرخ ارز و قیمت دلار،

بیکاری جوانان و غیره گریبان‌گیر کشور شده است. بخش دولتی، خصوصی و مردم‌نهاد^۱ در ایران، به دلیل آشفتگی اقتصادی و مشکلات اجتماعی و سیاسی، توانسته‌اند به روشی مؤثر این چالش‌ها را به‌شکلی پایدار برطرف کنند. در چنین شرایطی، یکی از رویکردهای مهمی که به سلامت کشور و کاهش مشکلات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کمک می‌کند، کارآفرینی اجتماعی و توسعه آن است. این نوع کارآفرینی آثار مثبتی بر جامعه دارد و در نهایت موجب ارتقای مسائل فرهنگی و اجتماعی می‌شود. کارآفرینی اجتماعی برای جوانانی که خواهان حل کردن این معضلات و مشکلات اند، فرصتی مناسب فراهم می‌کند تا از طریق آن بتوانند از مشکلات اقتصادی و اجتماعی جامعه بکاهند. با این حال، در ایران کارآفرینان اجتماعی هنوز در ایجاد تأثیر اجتماعی مورد نظر چندان موفق نبوده‌اند و برای توسعه کسب‌وکارهای خود با موانع و معضلات بسیاری مواجه‌اند. همچنین به دلیل وجود مشکلات فراوان و گوناگون پیش‌روی کارآفرینان اجتماعی، بین اهداف، دستاوردها، خروجی و نتایج مورد انتظارشان شکاف‌های بسیاری وجود دارد. در این شرایط، شناسایی چالش‌های پیش‌روی کارآفرینی اجتماعی نه‌فقط برای کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار، بلکه به همان اندازه و شاید بیشتر برای دولت، بخش خصوصی و رشد اقتصادی کل جامعه ضروری است. بنابراین در این پژوهش، چالش‌های کارآفرینان اجتماعی بررسی شده است.

هدف از این مقاله واکاوی مشکلات حوزه کارآفرینی اجتماعی در ایران با تأکید بر چالش‌های سیاستی، نهادی، عملیاتی و حقوقی است. پرسش‌های پژوهش نیز عبارت است از:

۱. مهم‌ترین چالش‌های سیاستی، عملیاتی و حقوقی کارآفرینی اجتماعی در ایران کدام‌اند؟

۲. راهبردها و توصیه‌های مهم پیشنهادی به دولت و نهادهای نظارتی کشور در جهت حمایت از کارآفرینی اجتماعی کدام‌اند؟

۲. پیشینه تحقیق

با اینکه در خصوص چالش‌های کارآفرینان اجتماعی مطالعات زیادی انجام شده، در کمتر پژوهشی به بررسی چالش‌های قانونی و عملیاتی کارآفرینی اجتماعی، با تأکید بر خط‌مشی و سیاست‌های کلان دولت، پرداخته شده است.

اسپیر، کورنفرث و آیکن^۲ (2009) چالش‌های دولتی کارآفرینی اجتماعی در بریتانیا بررسی کردند و دریافته‌اند که کمبود اعضای هیئت‌مدیره با‌مهارت و تجربه، نبود منابع مالی لازم برای کارآفرینی، سیستم‌های حاکمیت چندذی‌نفعی، و ایجاد تعادل بین تصمیم‌های تجاری با مأموریت اجتماعی سازمان‌ها از چالش‌های مهم در این زمینه است. صدا و اسماعیل^۳ (2020) در بررسی چالش‌های

۱. سه بخش اصلی بازیگران فرایند توسعه، از جمله کارآفرینی اجتماعی، است.

2. Spear, Cornforth & Aiken

3. Seda & Ismail

کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر نقش پیامدهای سیاستی دولت مصر نشان دادند کارآفرینان اجتماعی با چالش‌های سیاست‌گذاری و پشتیبانی نهادی و عملیاتی، و چالش‌های مربوط به آگاهی اجتماعی، آموزشی و فرهنگی مواجه‌اند. **سهسرانامان و نانداکومار**^۴ (2020) در تحلیل کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر نقش نهادهای رسمی نشان دادند نهادهای رسمی مالی، آموزشی و سیاسی برای ورود افراد به کارآفرینی اجتماعی مهم‌اند. **اوگوجی اوبه، نیکو، ناسیرو، اوگوجیوبا و استل**^۵ (2020) در مطالعه چالش‌های مالی و نهادی کارآفرینی اجتماعی اظهار کردند دسترسی نداشتن به منابع مالی و بازارها، کمبود مهارت و بوروکراسی اداری ناکارآمد دولتی از چالش‌های مهم کارآفرینی اجتماعی است. **زوماند**^۶ (2021) به بررسی چالش‌های نهادی کارآفرینان اجتماعی در تعقیب مأموریت اجتماعی خود در آفریقای جنوبی پرداخت. نتایج مطالعه‌اش نشان داد کارآفرینان اجتماعی کمبود بودجه، حمایت نکردن دولت، مشکلات در جذب و حفظ کارکنان واجد شرایط و شکست‌های ناشی از مفهوم جدید کارآفرینی اجتماعی مواجه‌اند. **کویو لیو**^۷ (2021) در بررسی چشم‌انداز نهادی کارآفرینی اجتماعی در بریتانیا، اختصاص استراتژی‌های درآمد کسب‌وکار، ایجاد فرم سازمانی حرفه‌ای کارآفرینی و مشروعیت بخشیدن به مدل کسب‌وکار اجتماعی - تجاری را در تشریح تحقق و عملکرد کارآفرینی اجتماعی مؤثر دانستند. **اونی و فیسه**^۸ (2023) در بررسی چالش‌های نهادی و سازمانی، تبدیلی اجتماعی را که بخشی از فرهنگ اکثر مردم است، از مهم‌ترین چالش‌های کارآفرینی اجتماعی معرفی کردند. از نظر آن‌ها، تبدیلی اجتماعی به این معناست که همه افراد تحصیل کرده و نخبه یا می‌خواهند مهاجرت کنند، یا می‌خواهند پزشک، مهندس یا کارمند دولت شوند. در ایران این مشاغل بهترین حرفه محسوب می‌شوند.

اصالت و نوآوری پژوهش در این است که از چالش‌های حوزه کارآفرینی اجتماعی، با تأکید بر چالش‌های سیاستی، قانونی، حقوقی و عملیاتی در کشور، دیدگاه‌های دست‌اول عرضه می‌کند و به دولت و نهادهای نظارتی کشور توصیه‌های عملی برای غلبه بر این چالش‌ها بیان می‌کند.

۳. چارچوب نظری

کارآفرینی اصطلاحی چندرشته‌ای است و در رشته‌هایی همچون مدیریت، اقتصاد، جغرافیا، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد (Singh & Kaur, 2022, p. 16). به همین دلیل محققان و تحلیل‌گران کارآفرینی را به انواع مختلف تقسیم کرده‌اند (Seda & Ismail, 2020, p. 163). کارآفرینی اجتماعی یکی از انواع کارآفرینی است. با اینکه کارآفرینی اجتماعی از سال ۱۹۷۰ م مطرح شده، در آغاز قرن بیست و یکم، رویکرد اصلی برای ارتقای رشد و توسعه اجتماعی و اقتصادی و رفع چالش‌های اجتماعی جوامع شناخته شده و در برنامه‌های توسعه کشورهای گنجانده

4. Sahasranamam & Nandakumar
5. Ogujiuba, Nico, Nasiru, Ogujiuba & Estelle
6. Dzomonda
7. Ko & Liu
8. Oni & Fiseha

شده است (Oni & Fischea, 2023, p. 20). کارآفرینی اجتماعی به منزله یکی از نیازهای روز جوامع و توسعه ارزش‌های اجتماعی مورد توجه قرار گرفت (ترابی و دیگران، ۱۴۰۱، ص. ۱۹۶). در سطح جهان، کارآفرینی اجتماعی ریشه در کدهای اخلاق حرفه‌ای دارد (Chandra & Shang, 2021, p. 7).

براساس تعاریف، کارآفرینی اجتماعی نوعی کارآفرینی است برای یافتن راه‌حل‌های نوآورانه، خلاقانه و بلندمدت برای حل مشکلات اجتماعی پیچیده و پایدار انسان (Nouman & Cnaan, 2023, p. 12). کارآفرینی اجتماعی به دنبال حل مشکلات اجتماعی ذی‌نفعان خاص است (Driver, 2017, p. 716). بگ و لامپکین^۹ (2020) نشان دادند انگیزه کارآفرینان اجتماعی مقابله با مسائل و مشکلات اجتماعی جوامع است (p. 5). بر این اساس، هدف این نوع کارآفرینی، ایجاد ارزش اجتماعی با بهره‌برداری از فرصت‌ها به نفع اجتماع است (ترابی و دیگران، ۱۴۰۱، ص. ۱۹۶) و صرفاً به دنبال حل مسائل اجتماعی و کسب سود نیست.

کارآفرینی اجتماعی معمولاً به دست گروه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی ای ایجاد می‌شود که به دنبال حل مشکلاتی‌اند که واقعاً مشکل کل جامعه است (Lubberink, Blok, van Ophem & Omta, 2019, p. 181). در واقع کارآفرینان اجتماعی در مقام عاملان تغییر اجتماع ایفای نقش می‌کنند. مهم‌ترین این نقش‌ها عبارت‌اند از: تطابق با مأموریت ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی (نه ارزش خصوصی)، شناخت و پیگیری فرصت‌های جدید در جهت آن هدف، حضور در فرایند مستمر نوآوری، تطابق و یادگیری، فعالیت بدون توجه به محدودیت‌های وضع‌شده و ایجاد حس مسئولیت‌پذیری در قبال نهادهایی که در ایجاد نتایج مؤثرند (مقیمی، ۱۳۸۲، ص. ۲).

مهم‌ترین نظریه مرتبط با پژوهش حاضر نظریه ذی‌نفعان است که از مهم‌ترین نظریه‌های بیان‌شده در زمینه کارآفرینی اجتماعی به شمار می‌آید (Ibáñez et al., 2022, p. 557). نظریه ذی‌نفعان به تدریج از دهه ۱۹۷۰ م توسعه یافت. فریمن (۱۹۸۴) یکی از نخستین کسانی بود که درباره این نظریه در رشته مدیریت توضیحاتی بیان کرد (Freeman, Harrison, Wicks, Parmar & De Colle, 2010, p. 25). نظریه ذی‌نفعان بیشتر سنت پژوهشی گسترده‌ای است که فلسفه، اخلاق، تئوری سیاسی، اقتصاد، حقوق، علوم سازمانی و اجتماعی را در هم می‌آمیزد (غلامرضاپور، کاظمی، امیرنیا و عرب، ۱۴۰۰، ص. ۱۷۴). در حوزه کارآفرینی، نظریه ذی‌نفعان با توجه به نیازهای حساس ذی‌نفعان و کارآفرینان اجتماعی، ظهور ابتکارات کارآفرینی و فرایند انجام و چالش‌های آن مطرح شد (Venkataraman, 2002, p. 46). در تحقیقات کارآفرینی، این نظریه پاسخی سریع برای دستیابی به فرصت‌های قرن بیست‌ویکم از طریق کسب‌وکار جدید و مدل‌های نوآورانه و از جمله کارآفرینی اجتماعی است (Nambisan, 2017, p. 1030). براساس نظریه ذی‌نفعان، مسئولیت اجتماعی کسب‌وکارها ممکن است به رفع تعارض‌های بین ذی‌نفعان و در نتیجه به حداکثر رساندن ثروت و سطح رفاه سهامداران بینجامد (اسماعیل‌پور، رضائی پیتته‌نوئی و غلامرضاپور، ۱۳۹۸، ص. ۳۱۹).

9. Bacq & Lumpkin

نظریه‌ی ذی‌نفعان چارچوب جایگزینی را پیشنهاد می‌کند که گروه‌های مرتبط اجتماعی را به نوآوری کارآفرینی تشویق می‌کند (Kraus et al., 2018, p. 14). نظریه‌ی ذی‌نفعان این مسئله را فرض می‌گیرد که علت عملکرد خوب برخی کسب‌وکارها این است که مدیران برای انگیزه‌بخشی و تأمین نیازهای کارکنان بیشتر تلاش می‌کنند (Flugum, Harper & Sun, 2020, p. 104). در این نظریه کارآفرینی اجتماعی به عنوان عاملی که توانایی پرداختن به مشکلات اجتماعی را نشان داده، معرفی شده است (Mair & Marti, 2006, p. 36). براساس این نظریه، باتیستی^{۱۰} (2019) استدلال می‌کند نیازهای اجتماعی و رفتارهای کارآفرینانه که پدیده‌ی جدیدی را به وجود می‌آورند، این سؤال‌های مهم را مطرح کرده است: «کارآفرینی اجتماعی چیست؟ در کارآفرینی، بین عوامل مختلف اجتماعی و اقتصادی چه همکاری‌هایی صورت می‌گیرد؟» در پاسخ به این سؤال‌های کلیدی می‌توان گفت کارآفرینی اجتماعی براساس این نظریه، ظهور ابتکارات جهانی مبتنی بر دانش را تسهیل و ارائه می‌کند (Del Giudice, Carayannis & Maggioni, 2017, p. 231). براساس نظریه‌ی ذی‌نفعان، کارآفرینی اجتماعی محیط‌ها همکاری‌های یکپارچه، ایجاد ارزش‌های مشترک، اکوسیستم‌های نوآوری پرورش‌یافته، فناوری‌های نمایی رهاشده، و پذیرش فوق‌العاده‌ی ابتکارات سریع در کارآفرینی اجتماعی را تسهیل می‌کنند (Galvao, Mascarenhas, Marques, Ferreira & Ratten, 2019, p. 815). براساس چارچوب تحلیلی این نظریه، می‌توان عموم را ذی‌نفع کارآفرینی و کسب‌وکارهای اجتماعی در نظر گرفت؛ زیرا عموم با پرداخت مالیات، زیرساخت ملی را برای انجام عملیات کسب‌وکارها فراهم می‌کنند. چالش‌های کارآفرینی اجتماعی نیز در ارتباط با ذی‌نفعان شکل می‌گیرد.

در خصوص اهمیت کارآفرینی اجتماعی در سطح جهان می‌توان گفت نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصادی ملت‌ها دارد (قمبرعلی و رستمی، ۱۳۹۴، ص. ۲). پس از فروپاشی کمونیسم و ظهور سرمایه‌داری که به‌ناچار به بی‌عدالتی‌های اجتماعی انجامید، ظهور و توسعه کارآفرینی اجتماعی در طول سال‌ها برجسته می‌شود (Seda & Ismail, 2020, p. 163). کارآفرینی اجتماعی با بی‌عدالتی‌ها مقابله می‌کند. زیرا آن‌ها به دنبال خدمت به منافع خود نیستند. لذا با اطمینان می‌توان گفت یافتن و به کار بستن راه‌حل‌های چنین مسائلی برای ادامه بقای جوامع انسانی، به‌عنوان گونه، بسیار مهم است (Sud et al., 2009, p. 203). کارآفرینی اجتماعی یکی از امیدوارکننده‌ترین فعالیت‌های اجتماعی برای رفع مشکلات اقتصادی، به‌ویژه در زمینه‌های آموزش، مراقبت‌های بهداشتی، فقر، بیکاری، انرژی، و هنر و فرهنگ، معرفی شد (Ismail, 2018, p. 19). سینگ و کاور (2022) استدلال کردند کارآفرینی اجتماعی در طیف گسترده‌ای از فرهنگ‌ها و مکان‌های جغرافیایی فعالیت می‌کند و بر این اساس، با مجموعه‌ای کاملاً متفاوت از مشکلات اجتماعی و چالش‌هایی سروکار دارد که مانع توسعه این کار می‌شود (p. 16). ال‌آلفی^{۱۱} (2018) بیان کرد: «کارآفرینی اجتماعی از قلب ناشی می‌شود، نه از سر». بنابراین برای همه اولویت اول نیست و فقط اقلیت‌های علاقه‌مندی در کارآفرینی

10. Battisti

11. El Alfy

اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند که با چالش‌های بسیاری نیز روبه‌رویند. دولت‌ها نیز کمتر به رفع چالش‌های آن‌ها توجه می‌کنند (p. 10). به همین دلیل ارائه سیاست‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی توسط دولت، نهادهای دولتی یا بخش خصوص اهمیت زیادی در توسعه کارآفرینی اجتماعی دارد.

توسعه کارآفرینی اجتماعی نقش مهمی در سلامت اقتصاد دولت‌ها دارد؛ اما با چالش‌های مختلفی روبه‌روست که باید شناسایی و رفع شود. لایگت^{۱۲} (2006) و اسپر^{۱۳} (2006) معتقدند بودجه و منابع مالی اغلب مانع فعالیت‌های اجتماعی سازمان‌ها (سازمان‌های مردم‌نهاد یا شرکت‌ها) می‌شود.

به نظر می‌رسد ناآگاهی برخی کارآفرینان اجتماعی از قوانین و سیاست‌های حمایت دولتی به ترس از هر نوع نمایندگی و حمایت دولتی منجر می‌شود (Kuckertz et al., 2023, p. 18). از بزرگ‌ترین چالش‌های کارآفرینان اجتماعی در بخش خصوصی، یافتن استعدادها و افرادی با مهارت‌های فنی در بازار برخی صنایع است. لذا دسترسی به کارمندان واجد شرایط که مهارت‌های فنی لازم را دارند، برای بسیاری از کسب‌وکارهای اجتماعی چالشی اساسی است (Ismail, 2018, p. 19). یکی دیگر از چالش‌های مهم کارآفرینی اجتماعی فقدان انگیزه در بسیاری موارد است؛ زیرا کسانی که کسب‌وکاری اجتماعی را شروع می‌کنند، بیشتر به دنبال کمک به جامعه و فعالیت‌های انسان‌دوستانه یا خیریه‌اند و ممکن است سود چندانی نصیب کارآفرین اجتماعی نشود (Sud et al., 2009, p. 203). بنابراین از آنجا که کارآفرینان اجتماعی بر کمک به جامعه تأکید می‌کنند و انگیزه و مأموریت اصلی‌شان سودآوری از تجارت خود نیست، درصد بسیاری از آن‌ها به کارآفرینان اجتماعی موفق تبدیل نمی‌شوند (Seda & Ismail, 2020, p. 163). نحوه بازاریابی کارآفرینی اجتماعی نیز ممکن است مانع پیشرفت کارآفرینی شود. از بزرگ‌ترین چالش‌های حوزه کارآفرینی اجتماعی این است که این مفهوم در بین شهروندان شناخته‌شده نیست و درک عمیقی از آن ندارند. عدم حمایت مالی و ضعف در جذب سرمایه‌گذاران داخلی و به‌خصوص خارجی از دیگر چالش‌های کارآفرینی اجتماعی تشخیص داده شده است.

در ایران نیز چالش‌های حوزه کارآفرینی اجتماعی گوناگون است. واژه چالش به معنای دشواری در صداقت در برابر مأموریت اصلی است که از نظر ماهیت کاملاً اجتماعی است؛ زیرا کارآفرینان اجتماعی به دنبال ارائه ارزش اجتماعی به جوامعی‌اند که در آن کار می‌کنند. این چالش‌ها با ذی‌نفعان مختلف، اعم از دولت‌ها و سیاست‌مداران، بخش خصوصی، سازمان‌های مردم‌نهاد و خود مردم محلی، ارتباط دارند. اما در پژوهش حاضر، چالش‌های کارآفرینی اجتماعی از دیدگاه حقوقی و سیاستی بررسی شده است. در شکل ۱، بر مبنای مرور چارچوب نظری پژوهش، مطالعه میدانی و مصاحبه با خبرگان حوزه، به طراحی و ترسیم مدل مفهومی پژوهش و تبیین متغیرهای مداخله‌گر، به‌عنوان چالش‌های عمده کارآفرینی اجتماعی در ایران، پرداخته شد. در این مدل، نحوه ارتباط متغیرها و چالش‌ها که در نهایت به توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران ختم شده، آمده است.

12. Light

13. Spear



۴. روش تحقیق

تحقیق حاضر براساس هدف، کاربردی و از نظر روش نیز، کیفی است. نویسندگان از دیدگاه تفسیری - اکتشافی در پژوهش استفاده کرده‌اند؛ زیرا این روش دربرگیرنده گردآوری، تحلیل و تفسیر داده‌های کیفی در مطالعه‌ای واحد یا در مجموعه مطالعاتی است که پدیده‌ای اساسی را

بررسی می‌کند. لذا تحقیق حاضر از نوع اکتشافی است. از نظر روش گردآوری داده‌ها، جزو پژوهش‌های اکتشافی طبقه‌بندی می‌شود. اطلاعات و داده‌ها از طریق مصاحبه‌های ساختاریافته با صاحبان کسب‌وکارهای اجتماعی، مدیران دولتی و خصوصی، و کارشناسان دانشگاهی جمع‌آوری شد. نمونه‌گیری پژوهش از نوع غیرسیستماتیک بود و به روش هدفمند انجام شد؛ زیرا به گفته ساندرز، لوئیس و تورنهییل^{۱۴} (2009)، نمونه‌گیری هدفمند محققان را قادر می‌سازد از قضاوت خود برای انتخاب نمونه‌ها استفاده کنند و به اهداف تحقیق دست یابند. در مجموع پانزده مصاحبه ساختاریافته برای این تحقیق انجام شد. مصاحبه‌ها مطابق با سه موضوع / بخش اصلی طراحی شده است: الف. با هدف بررسی درک مصاحبه‌شوندگان از کارآفرینی اجتماعی به عنوان زمینه مطالعه و دامنه آن برای حل مسائل جاری کشور؛ ب. با هدف بررسی مزایای بالقوه کارآفرینی اجتماعی؛ پ. با هدف کشف چالش‌های کارآفرینی اجتماعی و نقش دولت در حمایت از آن. مصاحبه‌ها در قالب یک پرسش‌نامه کیفی با سؤال‌های باز در اختیار پاسخ‌گویان قرار گرفت. برای تحلیل اطلاعات در خصوص چالش‌های کارآفرینی اجتماعی در ایران از روش کیفی نظریه‌مبنایی استفاده شد. بدین منظور با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا^{۱۵} اقدام به کدگذاری اطلاعات، و از کدگذاری باز و محوری استفاده شد.

نزد پژوهشگران کیفی، عبارت «روایی پژوهش» ناظر به مفاهیمی همچون «باورپذیری»، «قابل دفاع بودن» و «امانت‌داری» است (فقیهی و علیزاده، ۱۳۸۴). با پذیرش این معیار به‌عنوان شاخص‌های پژوهش کیفی، این پژوهش به‌دلیل نقل داده‌ها از منابع معتبر در پیشینه تحقیق و چارچوب نظری و ارتباط مستقیم با نمونه‌های آماری (مصاحبه‌شوندگان)، و انتقال نتایج مصاحبه‌ها براساس نظر مصاحبه‌شوندگان، هر سه شاخص «باورپذیری»، «قابل دفاع بودن» و «امانت‌داری» را دارد. بنابراین براساس موارد صورت‌پذیرفته فوق و تأیید آن‌ها توسط مصاحبه‌شوندگان می‌توان گفت تحقیق پیش‌رو روایی لازم را دارد.

۵. یافته‌های پژوهش

۱-۵. یافته‌های توصیفی

بررسی مشخصات فردی و زمینه‌ای کارشناسان انتخاب‌شده نشان داد ۷۳/۳ درصد پاسخ‌گویان مرد بوده‌اند. از بین ۱۵ پاسخ‌گوی نمونه، ۸۶/۷ درصد متأهل بوده‌اند. از نظر تحصیلات، ۷۳/۳ درصد مدرک دکترا داشتند یا دانشجوی این مقطع بودند. رده سنی پاسخ‌گویان متفاوت بوده و از ۳۰ تا ۵۰ سال به بالا را در بر گرفته است؛ با این حال، بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال، با ۴۶/۷ درصد، بوده است. رشته تحصیلی پاسخ‌گویان نیز مدیریت کارآفرینی،

14. Saunders, Lewis & Thornhill

15. MAXQDA

علوم اقتصادی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، جغرافیا، علوم اجتماعی و حقوق بوده است. از نظر سابقه فعالیت یا پژوهش در زمینه کارآفرینی نیز، پاسخ‌گویان ۲ تا ۱۲ سال سابقه داشته‌اند. پاسخ‌گویان در مشاغل هم‌چون مدرس دانشگاه، مدیر / کارشناس بخش دولتی و از کارآفرینان یا مدیران کسب‌وکار (شرکت‌ها) خصوصی بوده‌اند. اطلاعات و مشخصات کامل فردی و زمینه‌های کارشناسان در **جدول ۱** آمده است.

جدول ۱. ویژگی‌های فردی و زمینه‌های کارشناسان

| جنسیت | | وضعیت تأهل | | | | تحصیلات | |
|---|--------|----------------------|------------|----------------------------------|---------------|------------|--|
| مرد | زن | متاهل | مجرد | کارشناسی | کارشناسی ارشد | دکتری | |
| ۱۱ | ۴ | ۱۳ | ۲ | ۱ | ۳ | ۱۱ | |
| ۷۳/۳ | ۲۶/۷ | ۸۶/۷ | ۱۳/۳ | ۶/۷ | ۲۰ | ۷۳/۳ | |
| سن (سال) | | | | | | | |
| ۳۰ تا ۳۵ | | ۳۶ تا ۴۰ | | ۴۱ تا ۵۰ | | ۵۰ به بالا | |
| ۲ | ۵ | ۷ | ۱ | | | | |
| ۱۳/۳ | ۳۳/۳ | ۴۶/۷ | ۶/۷ | | | | |
| رشته تحصیلی | | | | | | | |
| کارآفرینی | اقتصاد | جامعه‌شناسی | علوم سیاسی | جغرافیا | علوم اجتماعی | حقوق | |
| ۴ | ۲ | ۱ | ۱ | ۳ | ۲ | ۲ | |
| ۲۶/۷ | ۱۳/۳ | ۶/۷ | ۶/۷ | ۲۰ | ۱۳/۳ | ۱۳/۳ | |
| سابقه فعالیت کاری یا پژوهش در زمینه کارآفرینی (سال) | | | | | | | |
| ۵ تا ۲ | | ۶ تا ۱۰ | | ۱۱ تا ۱۵ | | ۱۶ به بالا | |
| ۴ | ۲ | ۶ | ۳ | | | | |
| ۲۶/۷ | ۱۳/۳ | ۴۰ | ۲۰ | | | | |
| شغل / وضعیت کاری | | | | | | | |
| استاد و مدرس دانشگاه | | مدیر / کارشناس دولتی | | کارآفرین یا مدیر کسب‌وکار (شرکت) | | | |
| ۶ | ۴ | ۵ | | | | | |
| ۴۰ | ۲۶/۷ | ۳۳/۳ | | | | | |

۲-۵. چالش‌های کارآفرینی اجتماعی در ایران

چالش‌های کارآفرینی اجتماعی در ایران با توجه به خروجی مصاحبه‌ها در نرم‌افزار مکس کیودا (نسخه ۲۰۲۰) و نتایج کدگذاری‌ها، در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، بررسی شده است. در این مرحله و براساس نظر استراوس «در کتاب‌های روال نظریه داده‌بنیاد» سال ۱۹۹۸، سه فن کدگذاری پیشنهاد شده است: ۱. کدگذاری باز؛ ۲. کدگذاری محوری؛ ۳. کدگذاری انتخابی (Lee, 2001, p. 47).

مرحله اول در روش مورد نظر کدگذاری باز است. در این مرحله، نظریه‌پرداز داده‌بنیاد مقوله‌های اولیه اطلاعات در خصوص پدیده در حال مطالعه را از طریق بخش‌بندی اطلاعات شکل می‌دهد. پژوهشگر مقوله‌ها را براساس همه اطلاعات جمع‌آوری شده، نظیر مصاحبه‌ها، مشاهدات و وقایع یا یادداشت‌های خود، بنیان می‌گذارد (Creswell et al., 2006, p. 397). در مرحله کدگذاری باز، ابتدا با استفاده از پاسخ‌های باز، کدگذاری‌ها استخراج و کدهای اولیه مشابه در یک دسته طبقه‌بندی شد. طی کدگذاری باز مصاحبه‌ها، ۵۶ مفهوم کلی شناسایی گردید. این ۵۶ کد شناسایی شده براساس ویژگی‌های مشترک و خصوصیات هماهنگ آن‌ها دسته‌بندی و ارائه شد.

مرحله دوم کدگذاری محوری است. کدگذاری محوری فرایند ربط‌دهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها، و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد است. در این مرحله، مقوله‌ها، ویژگی‌ها و ابعاد حاصل از کدگذاری باز تدوین می‌شود و سر جای خود قرار می‌گیرد تا دانش فزاینده‌ای در مورد روابط به وجود آید (Walker & Myrick, 2006, p. 553). برای شناسایی چالش‌های کارآفرینی اجتماعی در ایران، در کدگذاری محوری، تلاش شد مفاهیم یافته‌شده در کدگذاری باز براساس اشتراکات و سازگاری معنایی در کنار هم قرار گیرد و دسته‌بندی جدیدی ارائه شود تا مفاهیم به‌صورت کلی‌تر معین شود. براساس کدگذاری محوری و کدهای اختصاص‌یافته در نرم‌افزار مکس کیودا، ۳۳ مقوله / چالش خرد به‌عنوان کدگذاری محوری شناسایی شدند.

مرحله سوم کدگذاری انتخابی است. در مرحله کدگذاری انتخابی، وجوه مشترک مقوله‌های شناسایی‌شده از مراحل قبلی با توجه به ویژگی‌های مشابه کلی دسته‌بندی و مشخص می‌شود (Engward, 2013, p. 37). در این پژوهش، در مرحله کدگذاری انتخابی، وجوه مشترک مقوله‌های به‌دست‌آمده از مراحل قبلی شناسایی و تعداد این مقوله‌ها دسته‌بندی شد. با تحلیل‌های انجام‌شده و براساس کدگذاری انتخابی، سه مضمون فراگیر به‌عنوان چالش‌های کلی کارآفرینی اجتماعی در ایران تدوین شد: ۱. چالش‌های مربوط به سیاست‌گذاری و سایر جنبه‌های حقوقی و دولتی؛ ۲. چالش‌های مربوط به آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی مرتبط با کارآفرینی اجتماعی؛ ۳. چالش‌های مربوط به پشتیبانی نهادی و عملیاتی. براساس کدگذاری‌های انجام‌شده در نرم‌افزار مکس کیودا، چالش‌های قانونی و عملیاتی شناسایی شده در جدول ۲ بیان شده است.

جدول ۲. چالش های قانونی و عملیاتی کارآفرینی اجتماعی در ایران (کدگذاری ها)

| کدگذاری انتخابی | کدگذاری محوری | کدگذاری باز | رنگ | کد پاسخ گو | ناحیه | درصد |
|--|--|---|-----|------------|-------|-------|
| | نبود | عدم تدوین سیاست های کلان، استراتژی و الگوهای کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۸ | ۱۰۳ | ۱۰/۷۵ |
| | استراتژی ها و الگوها | نبود فعالیت توسعه هدمند برای کارآفرینی اجتماعی کشور | ● | کارشناس ۱۴ | ۷۵ | ۷/۹۳ |
| | نبود استراتژی ملی کارآفرینی نبود استراتژی ملی کارآفرینی اجتماعی در کشور | | ● | کارشناس ۱۳ | ۸۲ | ۷/۳۹ |
| | تحت قوانین برخی کارآفرینان اجتماعی تحت قانون حمایت اجتماعی قرار حمایت دولتی نمی گیرند. | | ● | کارشناس ۶ | ۱۲۰ | ۱۴/۴۶ |
| | قرار نگرفتن کارآفرینان بسیاری از کارآفرینان به صورت خصوصی مدیریت می شوند و تحت قوانین مدیریت دولتی نیستند. | | ● | کارشناس ۶ | ۵۳ | ۶/۳۹ |
| | تمرکز سیاست های دولت بر نیازهای کوتاه مدت، نه بلندمدت. | تأمین اعتبار پروژه ها و برنامه های کارآفرینی بر کوتاه مدت متمرکز است، نه بلندمدت. | ● | کارشناس ۷ | ۴۳ | ۵/۰۷ |
| چالش های سیاست گذاری و سایر جنبه های حقوقی و دولتی و مالی/ اعتباری | ضعف سیستم های مالی و اداری با کارایی بالا توسط مؤسسات حمایتی و دولتی | برنامه ریزی طولانی مدت، خودکفا شدن جامعه و تأثیر پایدار محدود در کارآفرینی محدود است. | ● | کارشناس ۷ | ۸۶ | ۱۰/۱۴ |
| | ضعف برنامه های دولتی و سیاست های مالی/ اعتباری | ضعف سیستم های مالی و اداری با کارایی بالا توسط مؤسسات حمایتی و دولتی | ● | کارشناس ۴ | ۷۲ | ۷/۹۳ |
| | ضعف برنامه های دولتی و سیاست های مالی/ اعتباری | ضعف برنامه های تأمین سرمایه مالی (سرمایه، سرمایه گذاری، صندوق تخصصی، اعطای اعتبار و غیره) | ● | کارشناس ۱۱ | ۹۷ | ۱۱/۷۴ |
| | ضعف سیاست ها در تغییر ذهنیت حمایتی جامعه | ضعف سیاست های دولت در تغییر ذهنیت جامعه به سمت حمایت از کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۱ | ۸۳ | ۷/۱۹ |
| | ضعف محیط سیاسی و نظارتی | ضعف محیط سیاسی و نظارتی کارآفرینی اجتماعی در کشور | ● | کارشناس ۹ | ۷۰ | ۶/۲۴ |
| | ضعف محیط سیاسی و نظارتی | تعداد نهادهای نظارتی مختلف دولتی مرتبط با کسب و کارها | ● | کارشناس ۱۱ | ۷۰ | ۸/۸۴ |
| | عدم ایجاد محیط حمایتی برای کارآفرینی اجتماعی توسط دولت | عدم ایجاد محیط حمایتی برای کارآفرینی اجتماعی توسط دولت | ● | کارشناس ۱۵ | ۱۲۷ | ۱۲/۶۶ |
| | عدم استفاده از نخبگان کشور | عدم استفاده از نخبگان کشور در تدوین برنامه ها و سیاست های نخبگان کشور اجتماعی | ● | کارشناس ۱ | ۶۰ | ۵/۲۰ |

| کدگذاری انتخابی | کدگذاری محوری | کدگذاری باز | رنگ | کد پاسخ‌گو | ناحیه | درصد |
|--|---|---|-----|------------|-------|-------|
| | ناهماهنگی برنامه‌ها با سایر سیاست‌های ملی | ناهماهنگی برنامه‌های کارآفرینی اجتماعی با سایر سیاست‌های ملی | ● | کارشناس ۱۰ | ۴۰ | ۳/۴۶ |
| | سیاست‌های ملی | ناهماهنگی برنامه‌های دولتی و غیردولتی و مردم‌نهاد در کشور | ● | کارشناس ۱۴ | ۱۱۵ | ۱۲/۱۶ |
| چالش‌های سیاست‌گذاری و سایر جنبه‌های حقوقی و دولتی | عدم پشتیبانی «ترم» سیاست‌ها | پشتیبانی ضعیف سیاست‌های دولتی در قالب آموزش/مربیگری به کارآفرینان | ● | کارشناس ۷ | ۹۰ | ۱۰/۶۱ |
| | عدم جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی | تمایل کم سرمایه‌گذاران داخلی در فعالیت کارآفرینی اجتماعی (بازده کم مالی) | ● | کارشناس ۱۳ | ۹۴ | ۸/۴۷ |
| | ضعف جذب سرمایه‌گذاران خارجی کشور | ضعف جذب سرمایه‌گذاران خارجی در کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۱۵ | ۳۵ | ۳/۴۹ |
| | کمبود سرمایه و ضعف سرمایه‌گذاری اولیه | کمبود سرمایه اولیه و ضعف سرمایه‌گذاری اولیه در کارآفرینی اجتماعی (کم‌بود بودن) | ● | کارشناس ۱۳ | ۱۱۵ | ۱۰/۳۶ |
| | متکی بودن بسیاری از کارآفرینان اجتماعی ایران به بودجه دولتی | متکی بودن بسیاری از کارآفرینان اجتماعی ایران به بودجه دولتی | ● | کارشناس ۵ | ۷۲ | ۷/۴۵ |
| | تأمین بودجه و منابع مالی | ناکافی بودن بودجه کارآفرینی اجتماعی در بخش دولتی | ● | کارشناس ۱۳ | ۴۸ | ۵/۷۸ |
| | ضمانت‌های سخت تأمین منابع مالی، و وام بدون وثیقه کارآفرینان اجتماعی | ضمانت‌های سخت تأمین منابع مالی، و وام بدون وثیقه کارآفرینان اجتماعی | ● | کارشناس ۵ | ۱۴۸ | ۱۳/۳۳ |
| چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی | تنبلی فرهنگی و اجتماعی | تنبلی فرهنگی اجتماعی که بخشی از فرهنگ اکثر مردم ایران است (تمایل نخبگان و تحصیل کرده‌ها به مهاجرت یا داشتن شغل دولتی) | ● | کارشناس ۹ | ۸۸ | ۷/۸۵ |
| | سودآوری کم تجاری | سودآوری کم کارآفرینی اجتماعی در مقایسه با کارآفرینی تجاری | ● | کارشناس ۷ | ۱۱۷ | ۱۳/۸۰ |
| | اجتماعی | بازگشت بازده سود کم در کارآفرینی اجتماعی و در نتیجه عدم تمایل سرمایه‌داران به سرمایه‌گذاری | ● | کارشناس ۸ | ۵۶ | ۵/۸۵ |
| | عدم وجود برنامه‌های آموزشی و شرکت در کارگاه‌های آموزشی کارآفرینان اجتماعی | عدم وجود برنامه‌های آموزشی و شرکت در کارگاه‌های آموزشی کارآفرینان اجتماعی | ● | کارشناس ۵ | ۱۰۶ | ۱۰/۹۶ |
| | ضعف آموزش و خدمات مشاوره‌ای | عدم بهره‌مندی کارآفرینان اجتماعی از خدمات مشاوره‌ای در کشور | ● | کارشناس ۹ | ۲۷۰ | ۲۴/۰۹ |

| کدگذاری انتخابی | کدگذاری محوری | کدگذاری باز | رنگ | کد پاسخ‌گو | ناحیه | درصد |
|--|---|---|-----|------------|-------|-------|
| | ضعف فرهنگ کارآفرینی اجتماعی | ضعف فرهنگ کارآفرینی اجتماعی در جامعه ایران و عدم توجه به توسعه آن | ● | کارشناس ۱۰ | ۸۶ | ۷/۴۴ |
| | عدم آگاهی برخی از کارآفرین اجتماعی از قوانین و سیاست‌ها | عدم آگاهی برخی کارآفرینان اجتماعی از قوانین و سیاست‌های حمایت دولتی که منجر به ترس از هر نوع نمایندگی و حمایت دولتی می‌شود. | ● | کارشناس ۴ | ۱۲۸ | ۱۴/۱۰ |
| | عدم آگاهی و توجه جامعه/افراد به نتایج (بازده مالی کم). | عدم آگاهی افراد جامعه از بازده غیرمالی کارآفرینی اجتماعی که موجب دلسرد شدن آن‌ها از کارآفرینی اجتماعی می‌شود. | ● | کارشناس ۲ | ۷۴ | ۸/۳۸ |
| چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی | غیرمالی و انسان‌دوستانه | عدم توجه جامعه/افراد به نتایج انسان‌دوستانه کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۲ | ۸۵ | ۹/۶۳ |
| | عدم حمایت از کارآفرینان اجتماعی | عدم حمایت مالی مناسب از کارآفرینان اجتماعی | ● | کارشناس ۱ | ۳۳ | ۲/۸۶ |
| | حمایت اجتماعی | حمایت محدود جامعه از نظر خدمات پشتیبانی و تشویقی از کارآفرینان اجتماعی | ● | کارشناس ۹ | ۳۵ | ۳/۱۲ |
| | ناشناخته بودن کارآفرینی اجتماعی | ناشناخته بودن و درک پایین شهروندان عادی از کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۱ | ۴۲ | ۳/۶۴ |
| | مهارت‌آموزی ضعیف کارآفرینی | عدم آموزش و مهارت‌آموزی در دانشگاه‌ها (تأکید بر مباحثی، نه آموزش عملی) | ● | کارشناس ۱۲ | ۳۸ | ۳/۲۸ |
| | اجتماعی در دانشگاه‌ها | خروجی ضعیف دانشگاه‌ها و عدم همکاری در تدوین برنامه‌ها و ابتکارات مهارتی | ● | کارشناس ۱۴ | ۹۶ | ۱۰/۱۵ |
| | عدم پرورش استعدادها | عدم پرورش افراد با مهارت‌های فنی و استعدادهایی برای توسعه نهادی کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۲ | ۳۵ | ۳/۹۶ |
| | فعالیت اجتماعی | تعداد کم استعدادها و افراد با مهارت‌های فنی در بازار کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۱۰ | ۵۹ | ۵/۱۰ |
| چالش‌های پشتیبانی نهادی و عملیاتی | جذاب نبودن کارآفرینی اجتماعی برای بخش خصوصی | جذاب نبودن کارآفرینی اجتماعی برای سازمان و شرکت‌های خصوصی (تأکید آن‌ها بر کارآفرینی تجاری) | ● | کارشناس ۵ | ۱۱۱ | ۱۱/۴۸ |
| | نبود تعاونی‌های ارائه خدمات | نبود تعاونی‌های ارائه خدمات فنی تخصصی به کارآفرینان اجتماعی | ● | کارشناس ۱ | ۷۱ | ۶/۵ |
| | اجتماعی (فنی و غیرفنی) | نبود تعاونی‌های ارائه خدمات مشاوره‌ای و غیرفنی به کارآفرینان اجتماعی | ● | کارشناس ۸ | ۲۸ | ۲/۹۲ |

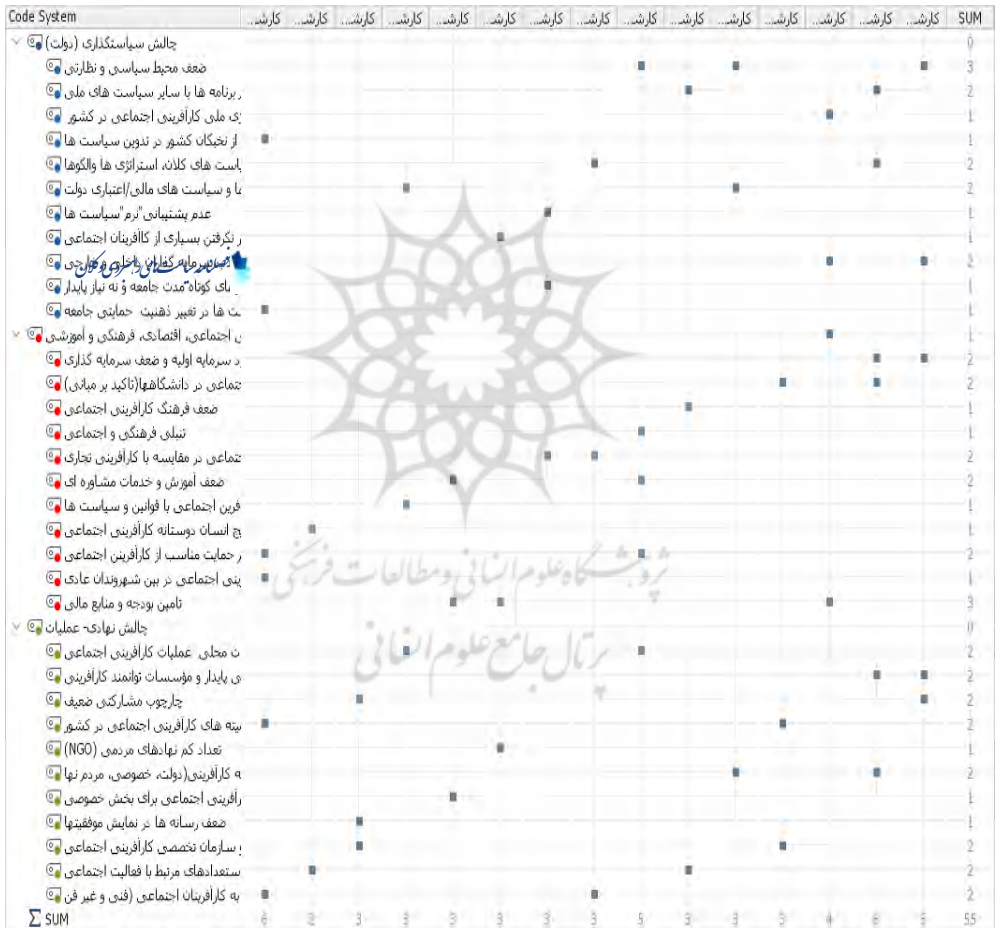
| کدگذاری انتخابی | کدگذاری محوری | کدگذاری باز | رنگ | کد پاسخ‌گو | ناحیه | درصد |
|--------------------|---|---|-----|------------|-------|-------|
| | ضعف زیرساخت و رهنمای‌های خلاقانه | عدم ارائه راه‌حل‌های خلاقانه کارآفرینی توسط دولت و نهادهای دولتی | ● | کارشناس ۱۱ | ۷۲ | ۸/۷۲ |
| | کمیابی تخصصی (مردم‌پهل) | عدم وجود زیرساخت‌های خلاقانه در کشور در سطح دولتی و غیردولتی | ● | کارشناس ۱۴ | ۱۲۸ | ۱۳/۵۳ |
| | ضعف رسانه‌ها در نمایش موفقیت‌ها | ضعف رسانه‌های محلی/ دولتی در نمایش موفقیت‌های کارآفرینان اجتماعی برای عموم | ● | کارشناس ۳ | ۳۴ | ۴/۱۸ |
| | چارچوب مشارکتی ضعیف | مشارکت و چارچوب نهادی ضعیف به سه بخش دولتی، سازمان‌های مردم‌نهاد و بخش خصوصی | ● | کارشناس ۳ | ۷۷ | ۹/۴۷ |
| | | مشارکت کم مردم و شهروندان عادی با سه بخش دولتی، سازمان‌های مردم‌نهاد و بخش خصوصی | ● | کارشناس ۱۵ | ۲۵ | ۲/۴۹ |
| | نبود انجمن و سازمان تخصصی | نبود انجمن‌های کارآفرینی اجتماعی در کشور | ● | کارشناس ۳ | ۴۹ | ۶/۰۳ |
| | چالش‌های پشتیبانی نهادی و عملیاتی | نبود سازمان‌ها و انجمن‌هایی برای دادن آگاهی در زمینه نوع تولیدات به کارآفرینان اجتماعی | ● | کارشناس ۱۲ | ۱۰۲ | ۸/۸۲ |
| | تعداد کم نهادهای مردمی (NGO) | تعداد کم نهادهای مردمی مؤثر در ایجاد کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۶ | ۶۰ | ۶/۰۲ |
| | ماهیت و ابتکارات محلی | ماهیت محلی عملیات کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۴ | ۷۸ | ۸/۵۹ |
| | عملیات کارآفرینی اجتماعی | عدم صادر کردن ابتکارات محلی کارآفرینی اجتماعی | ● | کارشناس ۹ | ۲۱۳ | ۱۹/۰۰ |
| | نبود ساختار سازمانی پایدار و مؤسسات توانمند کارآفرینی | نبود ساختار سازمانی پایدار کارآفرینی اجتماعی در کشور | ● | کارشناس ۱۴ | ۸۵ | ۸/۹۹ |
| | | تعداد کم مؤسسات توانمند و مؤثر مرتبط با کارآفرینی اجتماعی در کشور | ● | کارشناس ۱۵ | ۸۵ | ۸/۴۸ |
| | نبود کمیته کارآفرینی اجتماعی | نبود کمیته خاص مرتبط با کارآفرینان در نهادهای نظارتی (مانند مجلس شورای اسلامی) | ● | کارشناس ۱ | ۸۷ | ۷/۵۴ |
| | | عدم راه‌اندازی سازمانی تحت نظارت دولت برای شناسایی شتاب‌دهنده‌های کارآفرینی اجتماعی و معرفی آن‌ها | ● | کارشناس ۱۲ | ۹۲ | ۷/۹۵ |

در شکل ۲، نقشه پراکنش و مقدار پاسخ‌های کارشناسان به چالش‌های کارآفرینی اجتماعی ارائه شده است. براساس کدگذاری‌های صورت گرفته، چالش‌های کارآفرینی اجتماعی عبارت‌اند از: ۱. چالش‌های سیاست‌گذاری و سایر جنبه‌های حقوقی و دولتی؛ ۲. چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی مرتبط با کارآفرینی اجتماعی؛ ۳. چالش‌های پشتیبانی نهادی و عملیاتی. همچنین براساس کدگذاری‌ها، ۳۳ چالش خردتر شناسایی شد: نبود سیاست‌های کلان، استراتژی‌ها و الگوها، فقدان استراتژی ملی کارآفرینی اجتماعی، تحت قوانین حمایت دولتی قرار نگرفتن کارآفرینان اجتماعی، تمرکز سیاست‌های دولت بر نیازهای کوتاه‌مدت، نه نیاز پایدار، ضعف برنامه‌ها و سیاست‌های مالی / اعتباری دولت، ضعف سیاست‌ها در تغییر ذهنیت حمایتی جامعه، ضعف محیط سیاسی و نظارتی، عدم استفاده از نخبگان کشور، ناهماهنگی برنامه‌های دولتی با سایر سیاست‌های ملی، عدم پشتیبانی «نرم» سیاست‌ها، فقدان جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی، کمبود سرمایه و ضعف سرمایه‌گذاری اولیه، تأمین بودجه و منابع مالی، تنبلی فرهنگی و اجتماعی، سودآوری کم کارآفرینی اجتماعی، ضعف آموزش و خدمات مشاوره‌ای، ضعف فرهنگ کارآفرینی اجتماعی، ناآگاهی برخی کارآفرینان اجتماعی از قوانین و سیاست‌ها، عدم آگاهی و توجه جامعه / افراد به نتایج غیرمالی و انسان‌دوستانه، عدم حمایت و پشتیبانی از کارآفرینان اجتماعی، ناشناخته بودن کارآفرینی اجتماعی، مهارت‌آموزی ضعیف کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها، عدم پرورش استعدادها مرتبط با فعالیت اجتماعی، جذاب نبودن کارآفرینی اجتماعی برای بخش خصوصی، نبود تعاونی‌های ارائه خدمات به کارآفرینان اجتماعی (فنی و غیرفنی)، ضعف زیرساخت و راه‌حل‌های خلاقانه کارآفرینی (دولتی، خصوصی و مردم‌نهاد)، ضعف رسانه‌ها در نمایش موفقیت‌ها، چارچوب مشارکتی ضعیف، نبود انجمن و سازمان تخصصی، تعداد کم نهادهای مردمی، ماهیت و ابتکارات محلی عملیات کارآفرینی اجتماعی، نبود ساختار سازمانی پایدار و مؤسسات توانمند کارآفرینی و نبود کمیته کارآفرینی اجتماعی. در شکل ۲، به تفکیک چالش‌های کلی، با توجه به نظر کارشناسان، بررسی شده است.

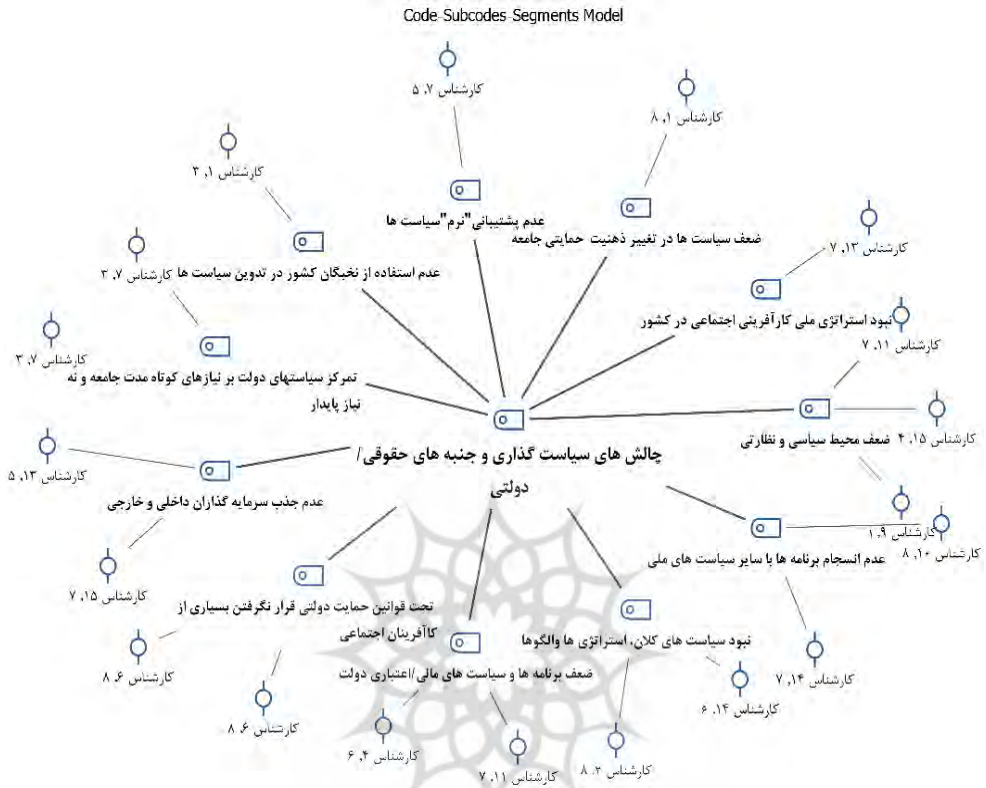
۵-۲-۱. چالش‌های سیاست‌گذاری و جنبه‌های حقوقی / دولتی

با بررسی چالش‌های مربوط به سیاست‌گذاری و سایر جنبه‌های حقوقی، یازده چالش خردتر شناسایی شد. بررسی چالش‌های سیاست‌گذاری و جنبه‌های حقوقی نشان می‌دهد نبود مهم‌ترین چالش‌های مربوط به سیاست‌گذاری و جنبه‌های حقوقی کارآفرینی اجتماعی در ایران عبارت‌اند از: سیاست‌های کلان، استراتژی‌ها و الگوها، فقدان استراتژی ملی کارآفرینی اجتماعی، تحت قوانین حمایت دولتی قرار نگرفتن کارآفرینان اجتماعی، تمرکز سیاست‌های

دولت بر نیازهای کوتاه‌مدت، نه نیاز پایدار، ضعف برنامه‌ها و سیاست‌های مالی / اعتباری دولت، ضعف سیاست‌ها در تغییر ذهنیت حمایتی جامعه، ضعف محیط سیاسی و نظارتی، عدم استفاده از نخبگان کشور، ناهماهنگی برنامه‌ها با سایر سیاست‌های ملی، عدم پشتیبانی «نرم» سیاست‌ها و عدم جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی. چالش‌های سیاست‌گذاری و جنبه‌های حقوقی که در نرم‌افزار مکس کیودا کدگذاری شده، در شکل ۳ آمده است. این چالش‌ها موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران‌اند.



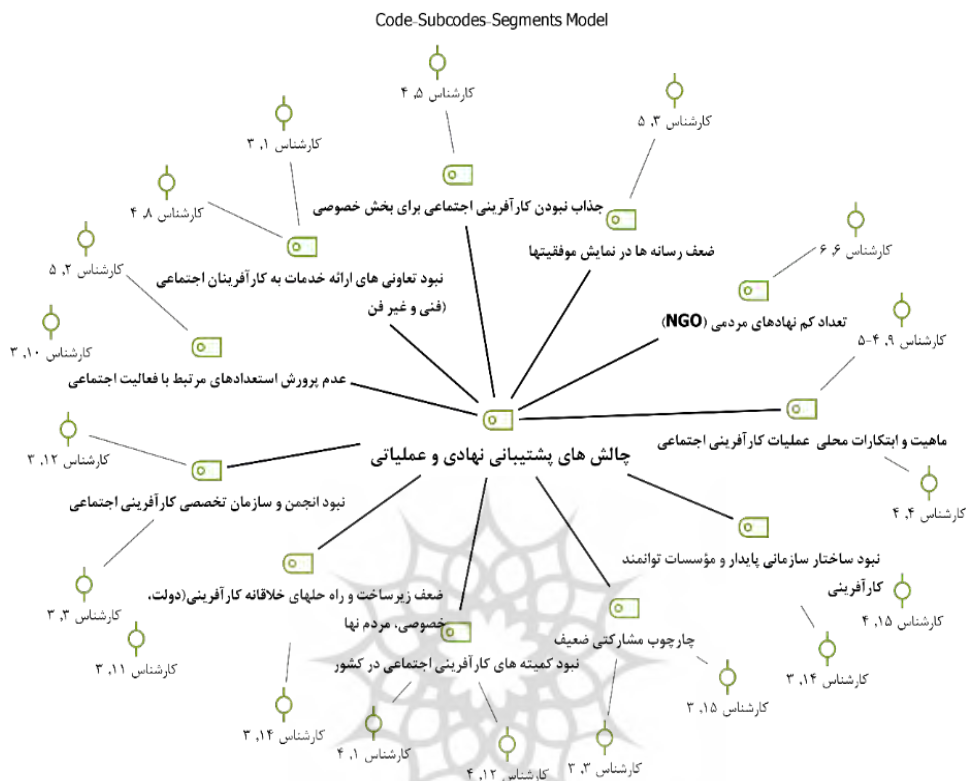
شکل ۲. پراکنش و مقدار پاسخ‌های کارشناسان به چالش‌ها



شکل ۳. چالش‌های سیاست‌گذاری و جنبه‌های حقوقی / دولتی کارآفرینی اجتماعی

۵-۲-۲. چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی

بررسی چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی به شناسایی یازده چالش خردتر منجر شد. بررسی چالش‌های این بُعد نشان می‌دهد مهم‌ترین چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی کارآفرینی اجتماعی در ایران عبارت‌اند از: کمبود سرمایه و ضعف سرمایه‌گذاری اولیه، تأمین بودجه و منابع مالی، تنبلی فرهنگی و اجتماعی، سودآوری کم کارآفرینی اجتماعی، ضعف آموزش و خدمات مشاوره‌ای، ضعف فرهنگ کارآفرینی اجتماعی، ناآگاهی برخی کارآفرینان اجتماعی از قوانین و سیاست‌ها، عدم آگاهی و توجه جامعه / افراد به نتایج غیرمالی و انسان‌دوستانه، عدم حمایت از کارآفرینان اجتماعی، ناشناخته بودن کارآفرینی اجتماعی و مهارت‌آموزی ضعیف در دانشگاه‌ها. چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی کارآفرینی اجتماعی در ایران که در نرم‌افزار مکس کیودا کدگذاری شده، در شکل ۴ آمده است.



شکل ۵. چالش‌های پشتیبانی نهادی و عملیاتی کارآفرینی اجتماعی در ایران

۳-۵. راهبردها و توصیه‌های مهم پیشنهادی به دولت

در این تحقیق، چالش‌های کارآفرینی اجتماعی در ایران شناسایی و بررسی شده است. این چالش‌ها اغلب مربوط به سیاست‌های دولت است. این چالش‌ها بر موضوعاتی همچون آموزش کارآفرینی، سیاست‌گذاری‌ها، چالش‌های حقوقی، مشارکت و چالش‌های مربوط به بودجه و نبود ساختاری منسجم برای کارآفرینی اجتماعی مرتبط تأکید می‌کنند. البته برخی چالش‌ها نیز وابسته به تلاش‌های فردی کارآفرینان اند که در قالب چالش‌های آگاهی‌های اقتصادی و اجتماعی آورده شده است. براساس این چالش‌ها و همچنین پیشنهادی تحقیق، توصیه‌هایی برای دولت و نهادهای دولتی مرتبط بیان شده است:

۱. ایجاد کمیته کارآفرینی در نهادهای نظارتی همچون مجلس انقلاب اسلامی یا نظارت مجمع تشخیص مصلحت نظام برای بحث و نظارت در مورد سیاست‌ها و مسائل مربوط به کارآفرینی

اجتماعی که در تمام نهادهای مرتبط با کارآفرینی اجتماعی فعالیت کند. حوزه فعالیت این کمیته باید مسائل و چالش‌ها، محرک‌ها و شتاب‌دهنده‌های کارآفرینی را در بر بگیرد و نماینده مشاغل کوچک و کسب‌وکارهای اجتماعی و صدای آن‌ها باشد تا بهتر بتواند به کارآفرینان اجتماعی خدمت‌رسانی کند؛

۲. راه‌اندازی سازمان‌ها و نهادهای کارآفرینی به‌عنوان محرک و شتاب‌دهنده کارآفرینی اجتماعی که تحت نظارت وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی، مجلس انقلاب اسلامی و یا نظارت مجمع تشخیص مصلحت نظام باشد. این مرکز باید شیوه‌های مشاوره‌ای و مربیگری و ایجاد کسب‌وکار را، از روند تولید ایده تا مرحله راه‌اندازی کسب‌وکار، به کارآفرینان و افراد علاقه‌مند به کارآفرینی آموزش دهد. فعالیت‌های این مرکز باید بر موضوعاتی تمرکز کند که پیش‌تر از سوی دولت، مجلس انقلاب اسلامی یا نظارت مجمع تشخیص مصلحت نظام تعیین شده است و خروجی آن تأثیرات بیشتری بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشور بر جای بگذارد. این مرکز می‌تواند برنامه‌ها و مسابقات مختلفی را برگزار کند تا افراد مشتاق کارآفرینی را که برتر و نوآورانه‌اند، به خارج از کشور اعزام کند و در زمینه‌های مرتبط آموزش ببینند؛

۳. تقویت مشارکت دولت با نهادهای، بخش خصوصی و مردم‌نهاد برای حمایت از کارآفرینان و تأمین بودجه و منابع مالی مورد نیاز ایده‌ها و ابتکارات اجتماعی. این مشارکت حتی می‌تواند شامل مشارکت با سازمان‌های ملی یا بین‌المللی باشد. زمینه مشارکت و همکاری این سازمان‌ها شامل تأمین منابع مالی، تأمین بودجه راه‌اندازی، نظری، عملی و فنی و مهارت‌آموزی است. از آنجا که منابع دولت محدود است، زمینه مشارکت و همکاری در سطوح مختلف، این اطمینان را حاصل می‌کند که بودجه و منابع مالی به انواع ابتکارات، ایده‌های نوآورانه و بخش‌های اقتصادی کشور تخصیص می‌یابد. این امر برای تسهیل فرصت‌های تأمین مالی و شکوفایی کارآفرینی اجتماعی بسیار مهم است؛

۴. ایجاد انجمن‌های تخصصی کارآفرینی اجتماعی برای جوانان کارآفرین، کارآفرینان تازه‌کار و افراد مشتاق کارآفرینی اجتماعی در کشور. رویکرد کاری این انجمن فعالیت در جهت استقرار اعتماد و همکاری بین بخش دولتی، سازمان‌های مردم‌نهاد و بخش خصوصی و همچنین آحاد مردم و جامعه است. همچنین ابتکارات اجتماعی جوانان کشور را به منظور حمایت‌های بیشتر، به سازمان‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی معرفی کند؛

۵. برگزاری جلسات نیم‌ساله با نمایندگان کسب‌وکارهای اجتماعی، کارآفرینان، نمایندگان دولت و بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد (سه بخش مؤثر در کارآفرینی اجتماعی) برای بحث در مورد مسائل و مشکلات کارآفرینان اجتماعی کشور، عوامل و محرک‌های مؤثر، دریافت ایده‌های شرکت‌کنندگان برای بهبود همکاری و شبکه‌سازی و شناسایی فرصت‌های مشارکتی و فرصت‌های پیش‌روی کارآفرینی اجتماعی در کشور. در حقیقت فعل و انفعالات رودرروی

کارآفرینان برای مقابله با درک منفی و شناخت بیشتر رقبا، همکاران، ذی‌نفعان و بازیگران توسعه کارآفرینی اجتماعی بسیار مهم است. در برگزاری این جلسات نقش محوری و اصلی بر عهده دولت باشد.

۶. تشویق فعالیت‌هایی که باعث ایجاد و تقویت نوآوری اجتماعی در کشور می‌شوند. برای مثال موفقیت‌های اجتماعی منحصربه‌فرد و نوآوری اجتماعی افراد در کشور را به عموم جامعه به نمایش بگذارد. معرفی نوآوران برتر کشور زمینه فعالیت‌ها، تولید کالاها و خدمات را فراهم می‌آورد و به تقویت آگاهی فرهنگی و اجتماعی کشور کمک می‌کند. به این ترتیب، این کار ممکن است یک ابتکار اجتماعی یا چیزی مانند «مدیریت اجتماعی» و راهکاری مؤثر برای آگاهی جامعه از کارآفرینی اجتماعی و شناساندن آن در بین مردم و تأثیر آن بر کل جامعه باشد؛

۷. افزودن رشته کارآفرینی اجتماعی نخست در دانشگاه‌ها و سپس در مدارس متوسطه کشور. این رشته باید به‌عنوان بخشی از مدرک مربوط به کارآفرینی و برای کارآفرینان ارائه شود و بهتر است دولت از دانشجویان این رشته بیشتر حمایت کند. ساده‌ترین و سریع‌ترین راه برای شروع این فرایند، ادغام و معرفی یک فصل در مورد کارآفرینی اجتماعی است. قدم بعدی در این فرایند معرفی و انجام دوره کارآفرینی اجتماعی در مدارس متوسطه است. سرفصل‌های ارائه‌شده باید به‌طور بالقوه دانشجویان و دانش‌آموزان را به ایجاد دانش و فرهنگ کارآفرینی اجتماعی، شناسایی ذی‌نفعان و بازیگران فرایند کارآفرینی اجتماعی و شناخت اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی تشویق کند. همچنین باید زمینه‌ای فراهم شود که دانشجویان، هم در دوران تحصیل و هم بعد از دانش‌آموختگی، در پارک‌های فناوری برای نوآوری در کارآفرینی اجتماعی خدمت کنند؛

۸. دولت‌های محلی و کسب‌وکارهای اجتماعی. دولت‌های محلی و کسب‌وکارهای اجتماعی با دیدگاه جامع و در صحنه کلان به کارآفرینی اجتماعی، مسئولیت‌های تعیین استانداردهای عملکرد، بسیج منابع، هماهنگی بین فعالیت‌ها، پیشنهاد اصلاحات در صورت لزوم و دستیابی به تعریف مشترک توافق‌شده از کارآفرینی اجتماعی را بر عهده بگیرند. فقط سیاست‌های مهم و اجرایی و نظارتی بر عهده نهادهای نظارتی و دولت گذاشته شود؛

۹. نتایج تجربی تحقیق نشان می‌دهد کارآفرینان اجتماعی نظرهای منفی درباره دولت دارند؛ بنابراین دولت باید با تجدیدنظر در قانون سازمان‌های غیردولتی، و حمایت از کسب‌وکارهای اجتماعی، برای شکل گرفتن موج جدیدی از اعتماد بین جامعه و دولت اقدام کند. دولت ارتباطات مستقیم با کارآفرینان اجتماعی را تقویت کند، تقویت مهارت‌های فردی را به‌عنوان معیارهای اصلی توسعه کارآفرینی انتخاب کند و ذی‌نفعان مختلف در اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی را در عمل به کار گیرد.

۶. نتیجه

با توجه به مشکلات اجتماعی و اقتصادی، مانند نرخ بهره‌وری پایین، تحریم‌های ظالمانه کشورهای، فقر و محرومیت، تورم و گرانی، افزایش شدید نرخ ارز و قیمت دلار، بیکاری جوانان، افزایش شکاف بین ثروتمندان و فقرا، و با توجه به آثار نسبتاً سودمند کارآفرینی اجتماعی برای رفع معضلات و مشکلات کنونی کشور، جذب کارآفرینان اجتماعی و گسترش حوزه فعالیت کارآفرینان اجتماعی یکی از اصلی‌ترین راهکارهای توسعه کشور و برون‌رفت از این مشکلات است. بسیاری از محققان، برنامه‌ریزان و سیاست‌مردان کشور نیز بر اهمیت توسعه کارآفرینی اجتماعی، عامل رفع معضلات و توسعه، تأکید کرده‌اند.

با این حال، کارآفرینی اجتماعی در کشور با چالش‌های بسیاری روبه‌روست که مانع توسعه آن شده است. دولت و نهادهای دولتی با مشارکت بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد، به‌عنوان سه بازوی مهم، سه بخش مهم ذی‌نفع و سه بازیگر مهم توسعه کشور، نقش مهمی در توسعه کارآفرینی اجتماعی و رفع چالش‌های پیش‌روی آن دارند. در ایران با توجه به ساختار مدیریتی و نظارتی کشور، از بین این سه بخش و سه بازوی مهم، بخش دولتی نقش مهم و پررنگ‌تری دارد. به همین دلیل دولت و نهادهای دولتی اهمیت زیادی در توسعه کارآفرینی اجتماعی دارند. در واقع دولت قادر است بر بسیاری از چالش‌های کارآفرینی کشور فایق آید. از همین رو سیاست‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی دولت و نهادهای دولتی اهمیت زیادی در توسعه کارآفرینی اجتماعی دارد. در این پژوهش نیز چالش‌های کارآفرینی اجتماعی از نظر حقوقی و سیاستی بررسی شده و بر نقش دولت تأکید شده است.

نتایج چالش‌های کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر سیاست‌های دولتی موجب شناسایی سه چالش اصلی شد. بر این اساس، چالش‌های کلی کارآفرینی و کارآفرینان اجتماعی در کشور شامل سه موضوع اصلی چالش‌های سیاست‌گذاری و جنبه‌های حقوقی / دولتی، چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی، و چالش‌های پشتیبانی نهادی و عملیاتی است. نتایج جزئی‌تر نشان می‌دهد از بین چالش‌های سیاست‌گذاری و جنبه‌های حقوقی کارآفرینی اجتماعی، نبود سیاست‌های کلان، استراتژی‌ها و الگوها، فقدان استراتژی ملی کارآفرینی اجتماعی، تحت قوانین حمایت دولتی قرار نگرفتن کارآفرینان اجتماعی، تمرکز سیاست‌های دولت بر نیازهای کوتاه‌مدت، نه نیاز پایدار، ضعف برنامه‌ها و سیاست‌های مالی / اعتباری دولت، ضعف سیاست‌ها در تغییر ذهنیت حمایتی جامعه، ضعف محیط سیاسی و نظارتی، عدم استفاده از نخبگان کشور، ناهماهنگی برنامه‌ها با سایر سیاست‌های ملی، عدم پشتیبانی «نرم» سیاست‌ها و عدم جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی، مهم‌ترین چالش‌های مربوط به کارآفرینان اجتماعی در این زمینه است. کمبود سرمایه و ضعف سرمایه‌گذاری اولیه، تأمین بودجه و منابع مالی، تنبلی فرهنگی و اجتماعی، سودآوری کم کارآفرینی اجتماعی، ضعف آموزش و خدمات

مشاوره‌ای، ضعف فرهنگ کارآفرینی اجتماعی، ناآگاهی برخی کارآفرینان اجتماعی از قوانین و سیاست‌ها، عدم آگاهی و توجه جامعه / افراد به نتایج غیرمالی و انسان‌دوستانه، عدم حمایت از کارآفرینان اجتماعی، ناشناخته بودن کارآفرینی اجتماعی و مهارت‌آموزی ضعیف کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها مهم‌ترین چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و فرهنگی کارآفرینی اجتماعی است. در نهایت عدم پرورش استعدادها مرتبط با فعالیت اجتماعی، جذاب نبودن کارآفرینی اجتماعی برای بخش خصوصی، نبود تعاونی‌های ارائه خدمات به کارآفرینان اجتماعی (فنی و غیرفنی)، ضعف زیرساخت و راه‌حل‌های خلاقانه کارآفرینی (دولتی، خصوصی و مردم‌نهاد)، ضعف رسانه‌ها در نمایش موفقیت‌ها، چارچوب مشارکتی ضعیف، نبود انجمن و سازمان تخصصی، تعداد کم نهادهای مردمی، ماهیت و ابتکارات محلی عملیات کارآفرینی اجتماعی، نبود ساختار سازمانی پایدار و نبود کمیته کارآفرینی اجتماعی مهم‌ترین چالش‌های پشتیبانی نهادی و عملیاتی کارآفرینی اجتماعی در ایران است.

در مورد چالش‌های شناسایی شده می‌توان گفت بیشتر چالش‌ها بر موضوعاتی مانند عدم آموزش کارآفرینی اجتماعی، سیاست و سیاست‌گذاری‌ها، چالش‌های حقوقی، مشارکت و چالش‌های مربوط به بودجه و نبود ساختاری منسجم برای توسعه کارآفرینی اجتماعی تأکید داشته‌اند؛ به طوری که چالش‌های نهادی و عملیاتی مربوط به دسترسی محدود به بودجه و منابع مالی، دسترسی محدود به پشتیبانی فنی برای کسب‌وکارهای اجتماعی و دسترسی محدود به کارمندان واجد شرایط و افراد ماهر بوده است. چالش‌های آگاهی اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و آموزشی مربوط به شناخت محدود کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان زمینه‌ای برای شهروندان عادی و نبود آموزش کارآفرینی اجتماعی در مدارس و دانشگاه‌ها بوده است که مشکلاتی را در جذب حمایت مالی از کارآفرینان فردی به وجود می‌آورد.

در این پژوهش، راهبردها و توصیه‌های پیشنهادی به‌صورت عملی، اجرایی و عملیاتی بیان شده است تا به کمک آن‌ها بتوان به توسعه کارآفرینی اجتماعی کشور کمک کرد. گفتنی است که در این تحقیق، چالش‌های کارآفرینی اجتماعی از طریق روش‌های کیفی جمع‌آوری و تحلیل شده است؛ بنابراین ممکن است با محدودیت‌هایی نیز روبه‌رو باشد و برخی چالش‌ها در مصاحبه‌ها ذکر نشده باشد که باید در تحقیقات آینده بررسی گردد.

قدردانی

از کارشناسان، کارآفرینان و مدیران کسب‌وکارها که با شکیبایی به پرسش‌های مصاحبه‌ها پاسخ دادند و فرصت انجام مصاحبه را در اختیار محققان گذاشتند، تشکر می‌کنیم.

ملاحظات اخلاقی

حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در آماده‌سازی این مقاله مشارکت کرده‌اند.

تعارض منافع

بنابه اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

تعهد کپی‌رایت

طبق تعهد نویسندگان، حق کپی‌رایت (CC) رعایت شده است.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

References

- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definition- al issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Develop- ment*, 23(5-6), 373-403. <http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2011.577242>.
- Bacq, S., & Lumpkin, G. T. (2020). Social Entrepreneurship and COVID-19. *Journal of Manage- ment Studies*, 20(20), 1- 4. <https://doi.org/10.1111/joms.12641>.
- Battisti, S. (2019). Digital Social Entrepreneurs as Bridges in Public-Private Partnerships. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 135-158. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541006>.
- Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world. *Business Horizons*, 57(3), 311-317. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.01.001>.
- Carayannis, E. G., & Rakhmatullin, R. (2014). The quadruple/quintuple innovation helixes and smart specialisation strategies for sustainable and inclusive growth in europe and beyond. *Jour- nal of the Knowledge Economy*, 5(2), 212-239. <http://dx.doi.org/10.1007/s13132-014-0185-8>.
- Chandra, Y., & Shang, L. (2021). Social entrepreneurship interventions in the HIV/AIDS sector: A social entrepreneurship–social work perspective. *International Social Work*, 64(1), 5-23. <https://doi.org/10.1177/0020872818807735>.
- Creswell, J. W., Shope, R., Plano Clark, V. L., & Green, D. O. (2006). How interpretive qualitative research extends mixed methods research. *Research in the Schools*, 13(1), 1-11. <https://doi.org/10.1108/03068290610660670>.
- Del Giudice, M., Carayannis, E. G., & Maggioni, V. (2017). Global knowledge-intensive enterprises and international technology transfer: Emerging perspectives from a quadruple helix environ- ment. *Journal of Technology Transfer*, 42(2), 229-235. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9496-1>.
- Driver, M. (2017). Never social and entrepreneurial enough? Exploring the identity work of social entrepreneurs from a psychoanalytic perspective. *Organization*, 24(6), 715-736. <http://dx.doi.org/10.1177/1350508416665474>.
- Dzomonda, O. (2021). Demystifying the Challenges Faced by Social Entrepreneurs in Pursuit of their Social Mission in South Africa. *Academy of Entrepreneurial Journal*, 27(4), 1-10. Re- trieved from <https://www.abacademies.org/abstract/demystifying-the-challenges-faced-by-so- cial-entrepreneurs-in-pursuit-of-their-social-mission-in-south-africa-11824.html>.
- El Alfy, A. (2018). Interviewed by Amr Seda, the Greek Campus. *Economics*, 33(4/6), 399-410. <https://doi.org/10.1108/REPS-03-2019-0036>.

- Engward, H. (2013). Understanding grounded theory. *Nursing Standard* (through 2013), 28(7), 37. <https://doi.org/10.7748/ns2013.10.28.7.37.e7806>.
- Esmailpour, R., Rezaei Pitenoei, Y., & Gholamrezapoor, M. (2020). Corporate Social Responsibility and Internal Control Weakness. *Journal of Value and Behavioral Accounting*, 4(8), 318-338. <http://dx.doi.org/10.5367/ihe.2011.0050>. (in Persian)
- Flugum, R., Harper, J., & Sun, L. (2020). Employee performance and corporate cash holdings. *International Journal of Managerial Finance*, 17(1), 97-117. <https://doi.org/10.1108/IJMF-08-2019-0280>.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815768>.
- Galvao, A., Mascarenhas, C., Marques, C., Ferreira, J., & Ratten, V. (2019). Triple helix and its evolution: A systematic literature review. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(3), 812-833. <https://doi.org/10.1108/jstpm-10-2018-0103>.
- Ghambarali, R., & Roštami, F. (2015). Identifying Challenges Faced by Women Entrepreneurs of Kermanshah Province. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 2(1), 1-17. <https://dori.net/dor/20.1001.1.24767735.1394.2.1.1.3>. (in Persian)
- Gholamrezapoor, M., Kazemi, S. P., Amirnia, N., & Arab, R. (2022). Empirical Study of Agency and Stakeholder Theories in Explaining The Relationship between Employee Performance and Corporate Cash Holdings. *Financial Accounting Knowledge*, 8(4), 169-187. <https://doi.org/10.30479/jfak.2022.14526.2784>. (in Persian)
- Hasanvand, A., & Toulabi nejad, M. (2020). Futurology Practical routes, laws and practical policies of rural development of Iran. *Journal of Vision Future Cities*, 3(3), 23-41. Retrieved from <http://jvfc.ir/article-1-206-fa.html>. (in Persian)
- Ibáñez, M. J., Guerrero, M., Yáñez-Valdés, C., & Barros-Celume, S. (2022). Digital social entrepreneurship: the N-Helix response to stakeholders' COVID-19 needs. *The Journal of Technology Transfer*, 47(2), 556-579. <https://doi.org/10.1007/s10961-021-09855-4>.
- Ismail, H. (2018). *Interviewed by Amr Seda*. Dooko, The Greek Campus.
- Ko, W. W., & Liu, G. (2021). The transformation from traditional nonprofit organizations to social enterprises: An institutional entrepreneurship perspective. *Journal of Business Ethics*, 171, 15-32. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007%2F978-1-09855-4>.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger Friedrich, L., & Spitzer, J. (2018). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. ahead-of-p (Issue ahead-of-print). <http://>

[dx.doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425](https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425).

- Kuckertz, A., Bernhard, A., Berger, E. S., Dvouletý, O., Harms, R., Jack, S., & Kibler, E. (2023). Scaling the right answers—Creating and maintaining hope through social entrepreneurship in light of humanitarian crises. *Journal of Business Venturing Insights*, 19, 15- 27. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2022.e00356>.
- Lee, D. S., & Park, S. (2021). Civil servants' perceptions of agency heads' leadership styles: the role of gender in public sector organizations. *Public Management Review*, 23(8), 1160-1183. <https://doi.org/10.1080/14719037.2020.1730941>.
- Light, P. C. (2006). Reshaping social entrepreneurship. *Stanford Social Innovation Review*, 4(3), 47-51. Retrieved from https://web.mit.edu/sloan2/dese/readings/week01/Light_ReshapingSE.pdf.
- Lubberink, R., Blok, V., van Ophem, J., & Omta, O. (2019). Responsible innovation by social entrepreneurs: an exploratory study of values integration in innovations. *Journal of Responsible Innovation*, 6(2), 179-210. <https://doi.org/10.1080/23299460.2019.1572374>.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>.
- Moghimi, S. M. (2003). Social entrepreneurship. *Rahyaf*, 13(29), 1-11. Retrieved from https://rahyaft.nrisp.ac.ir/article_13345.html. (in Persian)
- Mohammadi-yeganeh, B. (2014). The Development of Entrepreneurship and its Impact upon Provision of Group and Individual Credit Regarding Agricultural Sector of Zanjan. *Space Economy and Rural Development*, 2(6), 43-57. Retrieved from <http://serd.khu.ac.ir/article-1-1780-fa.html>. (in Persian)
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>.
- Nouman, H., & Cnaan, R. A. (2023). Community social workers as social entrepreneurs: Lessons from Israel. *International Social Work*, 12(23), 12-24. <https://doi.org/10.1177/00208728221149283>.
- Ogujiuba, K., Nico, R., Nasiru, M., Ogujiuba, C., & Estelle, B. (2020). SMEs and Sustainable Entrepreneurship in South Africa: Impact Analysis of Contextual Factors in the Services Sector. *Euro Economica*, 39(3), 11- 30. Handle: RePEc:dug:journl:y:2020:i:3:p:7-28.
- Omrani, Z., Haghighi Kafash, M., & Kafash, N. (2010). Prioritizing factors affecting social entrepreneurship in Iran from the perspective of social activists. *Journal of Entrepreneurship Development*, 3(2), 11-36. Retrieved from https://jed.ut.ac.ir/article_22821.html?lang=fa. (in Persian)
- Oni, O., & Fiseha, G. G. (2023). The Concept and Evolution of Social Entrepreneurship: An International and South African Perspective. *The Future of Entrepreneurship in Africa*, 12(20), 19-38.

<http://dx.doi.org/10.5367/ihe.2011.0050>.

- Sadeghi, K., & Toulabinejad, M. (2018). Investigating factors and drivers affecting the development of rural women's entrepreneurship (case study: investigation of factors and drivers affecting the development of rural women's entrepreneurship (case study: Rashtkhar village). *Geographic Thought*, 10(20), 72-90. Retrieved from https://geonot.znu.ac.ir/article_35889.html?lang=fa. (in Persian)
- Sahasranamam, S., & Nandakumar, M. K. (2020). Individual capital and social entrepreneurship: Role of formal institutions. *Journal of Business Research*, 107, 104-117. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.09.005>.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students* (5th ed.). Pearson Education, Harlow.
- Seda, A., & Ismail, M. (2020). Challenges facing social entrepreneurship: The implications for government policy in Egypt. *Review of Economics and Political Science*, 5(2), 162-182. <http://dx.doi.org/10.1108/REPS-03-2019-0036>.
- Singh, J., & Kaur, A. (2022). Social Entrepreneurship: Developments and Challenges. In *Institutions, Resilience, and Dynamic Capabilities of Entrepreneurial Ecosystems in Emerging Economies* (pp. 16-32). IGI Global. <http://dx.doi.org/10.4018/978-1-6684-4745-1>.
- Spear, R. (2006). Social entrepreneurship: a different model?. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 399-410. <http://dx.doi.org/10.1108/03068290610660670>.
- Spear, R., Cornforth, C., & Aiken, M. (2009). The governance challenges of social enterprises: evidence from a UK empirical study. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 80(2), 247-273. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8292.2009.00386.x>.
- Sud, M., Craig, V. V., & Baugous, A. M. (2009). Social entrepreneurship: the role of institutions. *Journal of Business Ethics*, 85(1), 201-216. <http://dx.doi.org/10.1057/jibs.2014.38>
- Torabi, H., Azma, F., & Saeedi, P. (2022). Determining the factors influencing social entrepreneurship with emphasis on social intelligence in the social security organization. *Journal of Iranian Social Development Studies*, 14(56), 195-207. <https://doi.org/10.30495/jisds.2022.20851>. (in Persian)
- Venkataraman, S. (2002). Stakeholder value equilibration and the entrepreneurial process. *The Ruffin Series of the Society for Business Ethics*, 3, 45-57. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.275177>.
- Walker, D., & Myrick, F. (2006). Grounded theory: An exploration of process and procedure. *Qualitative Health Research*, 16(4), 547-559. <https://doi.org/10.1177/1049732305285972>.
- Westaway, K. (2014). *Profit & purpose: How social innovation is transforming business for good*. John Wiley & Sons. ISBN: 978-1-118-70855-2.