فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۲۰، شماره ۲، زمستان ۱۴۰۴، صفحات ۳۱۶-۲۸۷

برساخت فرایند اشتغال و بیکاری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی

دکتر حسین ملتفت[۱]، سیده منا فاضلی‌پور[۲]، دکتر عبدالرضا نواح[۳]، دکتر علی‌اصغر سعدآبادی[۴]

تاریخ وصول: ۱۴۰۴/۴/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۵/۲۱

چکیده:

این پژوهش با هدف تحلیل جامعه‌شناختی فرآیندهای اشتغال و بیکاری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان انجام شده است. روش‌شناسی پژوهش بر مبنای نظریه زمینه‌ای بوده و داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق با ۲۷ نفر از فعالان و متخصصان حوزه کسب‌وکارهای اجتماعی، با استفاده از نمونه‌گیری نظری، گردآوری شده‌اند. تحلیل داده‌ها نیز با سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفته و در مجموع ۱۲ مقوله اصلی استخراج شده است. بر پایه این تحلیل‌ها، مقوله هسته‌ای پژوهش «توسعه اشتغال‌پذیری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی» شناسایی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد «نوآوری دو سطحی» و «حمایت پایدار» به‌عنوان شرایط علّی و توجه به «ساختار معیشتی» و «ظرفیت‌های بومی» به‌عنوان شرایط زمینه‌ای، در تقویت اشتغال‌پذیری نقش اساسی دارند. در مقابل، «عدم شکل‌گیری دانش کارآفرینی اجتماعی» و «بازدارنده‌های ساختاری و زیست‌محیطی» از مهم‌ترین شرایط مداخله‌گر به شمار می‌آیند. همچنین بازاندیشی در تعاملات فرهنگی، آموزش و ارتقای اشتغال‌پذیری و طراحی فرآیند کسب‌وکار، از راهبردهای موثر برای تقویت این زیست‌بوم محسوب می‌شوند. دستاورد اصلی پژوهش، تبیین کارآفرینی اجتماعی به‌مثابه برساخته‌ای اجتماعی است که در بستر تعامل عوامل زمینه‌ای، راهبردها، فرآیندها و پیامدهای توسعه اشتغال‌پذیری شکل می‌گیرد و با معناها، نمادهای فرهنگی و نهادهای اجتماعی پیوند دارد. بر این اساس، طرح‌واره نظری پژوهش بر مبنای مدل پارادایمی تدوین و از سوی خبرگان و مشارکت‌کنندگان اعتباریابی شده است.

مفاهیم کلیدی: *کارآفرینی اجتماعی، نوآوری دوسطحی، حمایت پایدار، توسعه اشتغال‌پذیری*

---

[۱] دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول) moltafet_ h@scu.ac.ir

[۲] دکتری مسائل اجتماعی ایران، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران mfazeli139@scu.ac.ir

[۳] دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران navah-a@scu.ac.ir

[۴] استادیار گروه سیاست‌گذاری علم و فناوری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران a_ sadabadi@sbu.ac.ir

مقدمه و بیان مسأله

تحلیل جامعه‌شناختی پدیده کارآفرینی اجتماعی[1] با تحلیل و تعریف واژه کارآفرینی آغاز می‌شود. کارآفرینی[2] مفهومی است که بر خلق ایده‌های نو و شناسایی فرصت‌های جدید کسب و کار دلالت دارد. با توجه به ماهیت میان‌رشته‌ای کارآفرینی، تعاریف متعدد و متنوعی از این پدیده ارائه شده است. هر یک از این تعاریف تبیین‌گر بخشی از ابعاد و جنبه‌های کارآفرینی است. ماهیت میان‌رشته‌ای به معنای وجود رویکردهای مختلف از قبیل: اقتصاد، جامعه‌شناسی، مدیریت، تاریخ، روان شناسی، مردم‌شناسی، زیست‌شناسی، فیزیک و ... بوده و نتیجه آن تولید بینش‌های گوناگون در عرصه‌ی نظریه‌های این حوزه است (*Ahmadpour Daryani, 2004:4*).

نخستین بار شومپیتر اصطلاح کارآفرینی را در معنا و مفهوم فعلی به کار برد. شومپیتر، کارآفرین را کسی می‌داند که به وسیله نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد، نقش خود را به‌عنوان نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند؛ همچنین شومپیتر، کارآفرینی را فرایند تخریب خلاق می‌داند. وی مشخصه یک کارآفرین را نوآوری می‌دانست و کار یک کارآفرین را «تخریب خلاق[3]» تعریف می‌کرد. همچنین به عقیده شومپیتر تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می‌گردد و این دو، مشخصه یک اقتصاد سالم هستند (*Ibid*). *Timmons (1989)*، درباره کارآفرینی می‌نویسد: کارآفرینی توانایی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است (*Sikalieh& & et. a, 2012:128*). شایان ذکر است امروزه کارآفرینی از حوزه اقتصادی و کسب وکار صرف، فراتر رفته و در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، و اخلاق به عنوان یک فرهنگ یا سبک تفکر معنا یافته است.

Mair & Marti (2006)، کارآفرینی اجتماعی را فرایند استفاده نوآورانه و ترکیب منابع برای تعقیب و پیگیری فرصت‌های تسریع کننده تغییر اجتماعی و یا شناسایی نیازهای اجتماعی تعریف می‌کنند (*Mair & Marti, 2006:37*). عناصر ضروری زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی از نظر ولکمن عبارتند از: جامعه، اقتصاد، سیاست، فرهنگ (از جمله اخلاق، هنجارها و ارزش‌ها) و چارچوب نظارتی. علاوه بر این، انواع مختلف ذینفعان (مثلاً کارمندان، تأمین

---

[1] social entrepreneurship

[2] واژه کارآفرینی (*Entrepreneurship*) ابتدا در زبان فرانسه ابداع شد و از اصطلاح و کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای «واسطه و دلال» و یا *To Undertake* اصطلاح انگلیسی به معنای «متعهد شدن» اقتباس شده است (*Ahmadpour Daryani, 2004:4*).

[3] creative dessruction

کنندگان، رسانه‌ها، سرمایه گذاران، رقبا، مشتریان، سازمان‌های غیردولتی یا غیرانتفاعی، دولتی و عمومی) عناصر کلیدی سیستم هستند (*Volkmann & Tokarski, 2012:7*).

جامعه‌شناسی مطالعه منظم جامعه است و جامعه هم مردمی‌اند که در قلمرو معینی زندگی می‌کنند و از الگوهای رفتاری مشترکی برخوردارند (مشونیس، ۱۳۹۵ :۳۳). فرایند اشتغال و بیکاری نیز یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی است که از این الگوهای رفتاری مشترک تأثیر می‌پذیرد. همچنین پژوهش‌های بررسی شده (*Kabbaj, 2016; Rawhouser & et.al, 2017; Li & Yuan, 2019; Kumar, 2021; Duart & et. al, 2021; Perikangas & et. al, 2024; Christopoulous & et. al, 2024; Mokline, 2024*)، نشان می‌دهد که مسئله اشتغال در کشورهای درحال توسعه گستره‌ای از مسائل مرتبط با یکدیگر را تشکیل داده و از عوامل متعددی اثر می‌پذیرد. به همین جهت در فرایند بهبود استانداردهای زندگی اجتماعی، دولت‌ها کارآفرینی اجتماعی را به‌عنوان یکی از راه حل های حیاتی در مقابله با چالش‌های اقتصادی می‌شناسد، زیرا دانش و مهارت‌های جامعی را در اختیار افراد قرار می دهد (*Halid & et. al, 2023:648*). در مبانی نظری و تعریف‌های کارآفرینی اجتماعی نیز این حقیقت وجود دارد که انگیزه اصلی کارآفرینی اجتماعی به جای افزایش ثروت سهام‌داران و منفعت‌های شخصی، خلق ارزش اجتماعی است. محرک اصلی کارآفرینی اجتماعی، مسئله اجتماعی است که باید رسیدگی و حل شود (*Zahra & et. al, 2009:520*).

نقش استان خوزستان (به‌عنوان زیست‌بوم مورد مطالعه) در تقسیم کار ملی، مطابق گزارش مسئله‌شناسی راهبردی تولید استخراج و صدور نفت و گاز، به عهده گرفتن یکی از مهم‌ترین مبادی ورودی و خروجی کالا در بندر امام‌خمینی و تولید انواع محصولات کشاورزی تجاری مهم و اساسی ارزیابی شده است. علاوه بر این از نیمه دوم قرن جاری به وظایف سه گانه بالا، سه نقش و وظیفه جدیدتر ملی که عبارتند از تبدیل شدن استان به قطب نخست تأمین آب و برق (اولی با کاربرد استانی و دومی با کاربرد در شبکه ملی)، قطب اول صنایع شیمیایی و پتروشیمی کشور و جایگاه دوم تا سوم در صنایع فلزات اساسی کشور اضافه شده است. یکی از دلایل پرداختن به زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی در جامعه مورد مطالعه این است که این زیست‌بوم علیرغم برخورداری از ثروت‌های طبیعی و تأمین بخش قابل ملاحظه‌ای از نیازهای کشور، به واسطه نبود برنامه‌ای جامع برای توسعه استان، ضعف بدنه مدیریتی و جنگ هشت ساله با عراق، نه تنها ظرفیت‌های بومی و درونی برای رفع مسائل اجتماعی و ایجاد اشتغال به کار گرفته نشده، بلکه خود به مانعی در مسیر توسعه پایدار و همه

جانبه استان تبدیل شده‌اند.

زیست‌بوم‌های کارآفرینی اجتماعی در جوامع مختلف تحت تأثیر عوامل و زمینه‌های مختلفی شکل گرفته‌اند؛ همچنین توسعه زیست‌بوم‌های کارآفرینی اجتماعی همواره با محدودیت‌هایی مواجه بوده است. مستندات دریافت شده از مرکز آمار و اطلاعات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان خوزستان نشان می‌دهد که ۸۶ درصد اشتغال‌زایی توسط واحدهای بزرگ صنعتی با ۶۴۶۱۶ نفر اشتغال در سال ۹۳ ایجاد شده است و فقط ۹ درصد اشتغال‌زایی در بخش صنعت استان خوزستان توسط واحدهای کوچک ایجاد شده است. اشتغال‌زایی شرکت‌های مادر و بزرگ صنعتی ۸۶ درصد اشتغال بخش صنعت را تشکیل می‌دهد که عموماً دولتی یا توسط سازمان‌های زیر مجموعه دولت اداره می‌شوند. متأسفانه شرکت‌های متوسط و کوچک که بخش اعظم اشتغال را در حلقه فعالیت‌های صنعتی به عهده دارند ضعیف بوده و نتوانسته‌اند نیروهای کاری، متخصص و فنی را جذب نمایند و اشتغال‌زایی کمی در آنها صورت پذیرفته است. همچنین آمار مربوط به جمعیت شهرستان‌های استان خوزستان بر حسب جنس، محل سکونت، اتباع بیگانه و اشتغال واقعیت مهمی را مبنی بر بیکاری ۶۰ درصد از فارغ التحصیلان دانشگاهی استان آشکار می‌کند. بنابراین لزوم توجه به آموزش و مهارت‌آموزی در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی و تناسب آن در تعادل عرضه و تقاضای نیروی کار اهمیت به مراتب بیشتری دارد. از این رو علاوه بر تحلیل جامعه شناختی عوامل، زمینه‌ها و پیامدهای شکل گیری و عدم شکل گیری زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی (کارآفرینی معطوف به اشتغال و رفع مسائل اجتماعی) در مورد جامعه مورد مطالعه، می‌بایست مشخص شود که در از دیدگاه کنشگران زیست‌بوم ذکر شده مفهوم کارآفرینی اجتماعی چه معنایی دارد؟ باتوجه به هدف پژوهش، به دلیل نو بودن یدیده کارآفرینی اجتماعی و فقدان مستتندات آماری و تحلیلی در ارتباط با جامعه مورد مطالعه رویکرد کیفی و نظریه داده‌بنیاد جهت پاسخگویی به سؤالات پژوهش اتخاذ شده است. از آنجا که این نظریه، در داده‌ها «بنیان» دارد، نسبت به نظریه‌ای که از مجموعه نظریه‌های موجود اقتباس شده و تطبیق داده می‌شود، تبیین بهتری از موضوع مورد مطالعه ارائه می‌دهد. به تعبیر *Corbin & Strauss (1998)* و *Creswell (2005)* پژوهش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، به تولید فهمی از یک فرآیند که به موضوعی خرد و واقعی مربوط است، مبادرت می‌ورزد. بر این اساس پژوهش حاضر به دنبال تحلیل علمی و جامعه‌شناختی فرآیندها، زنجیره کنش‌ها و بر هم کنش‌های اشتغال و بیکاری و ساختارهای مربوط به زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان از دیدگاه فعالان و خبرگان کسب و کارهای اجتماعی در قالب مدل پارادایمی و با روش نظریه

زمینه‌ای بوده است.

چارچوب مفهومی پژوهش

در زمینه پیشینه نظری ذکر این نکته ضروری است که، پژوهش حاضر با توجه به ماهیت کیفی و برساختی خود به شکل معمول سایر پژوهش‌های کمی از پیشینه نظری بهره نمی‌برد و صرفاً ضمن مرور ادبیات موجود کارآفرینی اجتماعی، در صدد است تا نگاهی نسبتاً جامع نسبت به موضوع به دست آورد و آگاهی نظری به دست آمده، راهنمای فرآیند پژوهش باشد. به همین منظور با توجه به بررسی نظریات موجود کارآفرینی اجتماعی، به بررسی نظری زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی پرداخته می‌شود.

اصطلاح زیست‌بوم اولین بار توسط *James Moore* ارائه شد. مور بیان می‌کند کسب و کارها در خلاء تکامل نمی‌یابند و به نحوه تعامل شرکت با تأمین‌کنندگان، مشتریان، سرمایه‌گذاران و حامیان مالی وابسته است. به بیانی دیگر این اصطلاح به زمینه‌های متفاوت شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی اشاره دارد. زیست‌بوم کارآفرینی به‌عنوان مبنایی برای طراحی سیاست‌های کارآفرینی به‌ویژه برای کسب و کارهای جدید فناوری مدار است. زیست‌بوم کارآفرینی، به عناصر، افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مـانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه است. به‌عبارتی، زیست‌بوم کارآفرینی محیطی را ایجاد می‌کند که تـلاش‌های کارآفرینانه را تشویق کنـد (*Alizadeh & et. al, 2018:90*). از نظر آیزنبرگ (۲۰۱۱) زیست‌بوم کارآفرینی چهار ویژگی دارد: ۱- ابعاد شش‌گانه: سیاست، تأمین مالی، فرهنگ، حمایت، سرمایه انسانی، بازارها، ۲- هـر اکوسیسـتم کارآفرینی منحصـر به فرد می‌باشد، ۳- تعیین علل ریشه‌ای موفقیت یک اکوسیستم کارآفرینی با توجه به روابط چند بعدی و علت و معلولی غیر ممکن اسـت، ۴- کارآمدی یک زیست‌بوم کارآفرینی به تقویت همه ابعاد شش‌گانه بستگی دارد (*Ibid:90*). با توجه به دیدگاه آیزنبرگ به‌عنوان نظریه‌پرداز زیست‌بوم کارآفرینی می‌توان نتیجه گرفت که زیست‌بوم‌های کارآفرینی قابل تقلید نیستند و در تدوین سیاست‌ها و حمایت‌های توسعه پایدار شایسته است ظرفیت و مسائل بومی هر منطقه و کشور در نظر گرفته شود.

کارآفرینی اجتماعی ارتباط تنگاتنگی با ویژگی‌های اقتصادی، چارچوب قانونی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، تکنولوژیکی و محیطی کشورهای مختلف دارد. در سراسر جهان تفاوت‌های قابل توجهی به‌ویژه از منظر رفاهی، بین کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای در

حال توسعه وجود دارد. حتی در میان کشورهای توسعه‌یافته غرب، می‌توان تفاوت‌ها را با توجه به میزان تخصیص کالاهای عمومی توسط دولت مشخص کرد. برای مثال، آلمان در مقایسه با بریتانیا از جهت رفاه، نسبتاً پیشرفته‌تر است. در عین حال، ناهمگونی و پیچیدگی زیاد مسائل و چالش‌های اجتماعی از ویژگی‌های خاص کارآفرینی اجتماعی است. از لحاظ جغرافیایی، مدل‌های کسب و کار و رشد بنگاه‌های اجتماعی در طیفی از سطح محلی یا منطقه‌ای به سطح بین‌المللی و حتی جهانی قرار می‌گیرند. تغییرات اجتماعی و اقتصادی می‌تواند به صورت تکاملی یا به صورت بنیادی صورت گیرد. کارآفرینی اجتماعی ممکن است در زمینه‌های مختلف مانند فقر، نابرابری اقتصادی، جرائم مرتبط با مواد مخدر، بحران‌ها، تغییرات آب و هوایی یا فساد در اقتصاد خصوصی یا دولتی شکل بگیرد. از دیدگاه اکوسیستم، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به ابعاد گرایش اجتماعی، گرایش بازار، نوآوری و فرصت (شناخت و بهره‌برداری) طبقه‌بندی شود. عناصر ضروری چارچوب کارآفرینی اجتماعی عبارتند از: جامعه، اقتصاد، سیاست، فرهنگ (از جمله اخلاق، هنجارها و ارزش‌ها) و چارچوب نظارتی. انواع مختلف ذینفعان (کارمندان، تأمین‌کنندگان، رسانه‌ها، سرمایه‌گذاران، رقبا، مشتریان، سازمان‌های غیر دولتی یا غیر انتفاعی، دولتی و عمومی) عناصر کلیدی زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی هستند (شکل ۱). زیست‌بوم کارآفرینی‌اجتماعی، عدم تعادل ساختاری را کاهش می‌دهد، ارزش ایجاد می‌کند، مسئله اجتماعی را حل می‌کند، خطرات را می‌پذیرد، با اطلاعات نامتقارن سروکار دارد، منابع را اختصاص می‌دهد، شغل‌های جدیدی ایجاد می‌کند و درآمد مالیاتی را تولید می‌کند (*Volkmann & Tokarski, 2012:6*).

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

ابراهیم‌نیا ملک‌دهی (۱۳۹۵)، در پایان‌نامه‌ای با روش مصاحبه نیمه ساختاریافته، "به بررسی الگوهای کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های غیر دولتی شهر تهران" پرداخته‌اند. نتایج نشان داده است که الگوهای کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های غیردولتی شهر تهران در ۸ مقوله کمک به حل مشکلات اجتماعی، مدیریت مشارکتی، اعتمادسازی، شفافیت عملکرد، مسئولیت اجتماعی، کمک‌های مردمی و ارتباط مؤثر با دولت و بخشهای دولتی و غیر دولتی استخراج شده‌اند (*Ebrahimnia Malekdehi, 2016:5*).

شجاعتی (۱۳۹۶)، در پژوهشی پیمایشی به بررسی "ارزیابی وضعیت زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی تهران" پرداخته است. بر اساس نظر خبرگان و کارآفرینان اجتماعی، ابعاد

اکوسیستم کارآفرینی بدست آمده از این پژوهش عبارتند از: تأمین مالی، قوانین و مقررات و سیاست‌گذاری، خدمات حمایتی و زیرساخت، فرهنگ کارآفرینانه، ترویج نوآوری و سرمایه انسانی (*Shojaati, 2017:7*).

زارع و صفری دشتکی (۱۳۹۸)، در پژوهشی کیفی و با استفاده از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد به "طراحی و تبیین مدل پارادایمی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار (مطالعه موردی: کمیته امداد امام خمینی (ره) استان فارس)" پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که سیاست‌های توانمندساز به منزله پدیده محوری و در تعامل با عوامل دیگر (ظرفیت‌سازی، تقویت جسمی ـ روانی و قوانین حمایتی در شکل‌گیری سیاست‌های توانمندساز)، موجب شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی می‌شود (*Zare & Safari Dashtaki, 2019:147*).

فاضلی‌پور و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان "فراترکیب مدل‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی" با اتخاذ رویکرد تفسیری نقش کارآفرینی اجتماعی در تحول اجتماعی و عملکرد آن به‌عنوان نوعی گسست از شیوه‌های مرسوم و رسیدن به شیوه و مدل‌های جدید کاهش یا رفع نیازها و مسائل اجتماعی را با استفاده از خلاقیت و نوآوری، در قالب مدل‌های کارآفرینی اجتماعی ارزیابی کرده‌اند.

فاضلی‌پور و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی به تدوین مدل پارادایمی کاربست رویکرد کارآفرینی اجتماعی در حوزه اشتغال افراد دارای ناتوانی جسمی اقدام کرده‌اند (*Fazelipour & et. al, 2023*).

ب) تحقیقات خارجی

Morris & et. al (2020)، به تحلیل "شکاف عمده میان کارآفرینی اجتماعی و آنچه بدان رهنمون می‌شویم" پرداخته‌اند. این پژوهش با عطف نظر به ادبیات کارآفرینی اجتماعی و توجه به مفاهیمی چون ایجاد ارزش اجتماعی، نوآوری اجتماعی، جهت‌گیری کارآفرینی، سنجش‌پذیری، ایجاد سرمایه‌گذاری، منابع درآمد، و کارآیی بستر مشترکی برای پیشرفت این پدیده فراهم می‌کند.

Al-Qudah & et. al (2021)، به بررسی رابطه میان "کارآفرینی اجتماعی و توسعه پایدار از منظر رشد اقتصادی" پرداخته‌اند. نتایج نشان داده است که میان کارآفرینی اجتماعی با توسعه پایدار و نوآوری‌ها رابطه مثبت وجود دارد.

Stirzaker & et. al (2021)، با عنوان "محرک‌های کارآفرینی اجتماعی: عاملیت،

زمینه شفقت و فرصت‌جویی" به بررسی عوامل انگیزشی کارآفرینی اجتماعی پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان داده است که علاوه بر نوع دوستی عواملی دیگری چون جذابیت مدل کسب و کار کارآفرینی اجتماعی نیز در گرایش به این فعالیت اهمیت بسزایی دارد (سترزکر و همکاران، ۲۰۲۱: ۱).

Halberstadt & et. al (2021)، پژوهشی با عنوان "جهت‌گیری کارآفرینی اجتماعی: عوامل موفقیت شرکت‌های نوپا و تأسیس شده صنعتی" انجام داده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داده است که تفاوت‌های کلیدی میان عملکرد کارآفرینی اجتماعی شرکت‌های نوپا و شرکت‌های تأسیس شده وجود دارد.

Chandna (2022)، در پژوهشی با عنوان "کارآفرینی اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتالی: تأمین مالی جمعی در عصر اقتصاد اشتراکی" به بررسی چالش‌های مالی کارآفرینان اجتماعی اقدام کرده است. نتایج این پژوهش کیفی نشان داده است که یک پلتفرم چند وجهی می‌تواند به شرکت‌های اجتماعی متعدد اجازه دهد تا با به اشتراک گذاشتن اطلاعات در مورد وظایف، اهداف، چشم‌اندازها و موقعیت‌های کنونی، منابع مورد نیاز خود را تأمین کند. جمع‌آوری منابع مالی به‌عنوان راهبرد حیاتی کارآفرینان اجتماعی با پذیرش پارادایم اقتصاد اشتراکی و استفاده همزمان از چندین پلت فرم دیجیتال میسر می‌شود.

Monir & et. al (2024)، در پژوهش خود به مطالعه تنوع نوآوری در کارآفرینی اجتماعی و تأثیر آن بر تأثیر آن را بر اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی کشور چین از چشم‌انداز برساخت‌گرایی اقدام کرده‌اند. یافته‌ها بر نقش محوری سیاست‌های عمومی در تقویت گسترش، تنوع و نوآوری در بخش کارآفرینی اجتماعی تأکید کرده است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به ماهیت سیال کارآفرینی اجتماعی رویکرد برساخت‌گرایی اجتماعی استوار است و در راستای تحقق این هدف از روش نظریه زمینه‌ای بهره خواهیم برد. اشتراوس و کوربین فرض‌های رویکرد پژوهش کیفی (نظریه زمینه‌ای) به پژوهش را به صورت‌های زیر مطرح می‌کنند، در این پژوهش اتخاذ این رویکرد تحت تأثیر شرایط و پیش‌فرض‌هایی است؛ که در زیر بیان می‌شود:

۱- هنگامی که تمام مفهوم‌های مرتبط به یک پدیده، حداقل در جمعیت مورد بررسی ما، بررسی و شناسایی نشده‌اند (*Strauss & Corbin, 2012:62*).

۲- ممکن است برخی از مفهوم‌های پژوهش ما بررسی شده باشند، اما روابط میان آن

پدیده‌ها (مفهوم‌ها و متغیرها) درک نشده و بسط نیافته باشند (*Ibid*).

۳- همچنین تا این زمان پرسش پژوهش ما به این شکل مطرح نشده باشد (*Ibid*). غیر ممکن است که بتوان از قبل تعیین کرد کدام متغیرها به حوزه پژوهش حاضر مرتبط‌اند و کدام نیستند. بر اساس استدلال‌های بیان شده، نیاز به طرح یک سؤال مطرح می‌شود، که پژوهشگر در جریان تحقیق می‌کوشد به آن پاسخ دهد (سؤالی که اهمیت دارد ولی بی‌پاسخ مانده است). هر چند پرسش‌های اولیه تحقیق به‌صورت کلی هستند، اما به تدریج و در جریان پژوهش با کشف مفهوم‌ها و روابط‌شان با یکدیگر محدوتر و متمرکزتر شده (*Ibid*). همه پیش‌فرض‌های ذکر شده در مورد زیست‌بوم کارافرینی اجتماعی مورد مطالعه صدق می‌کند. به عبارت دیگر مفهوم‌های مرتبط با زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی، حداقل در جمعیت مورد بررسی ما (استان خوزستان)، بررسی و شناسایی نشده‌اند؛ همچنین روابط میان کارآفرینی اجتماعی و سایر شرایط فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (مفهوم‌ها و متغیرها) درک نشده و بسط نیافته‌اند. بنابراین استفاده از روش نظریه زمینه‌ای (گراندد تئوری) بر اساس دلایل مطرح شده، به منظور فهم عمیق برساخت فرصت‌ها و چالش‌های زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی و ارائه راهکارهایی جهت کاهش مسائل و آسیب‌های اجتماعی حائز اهمیت بوده است.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها نیز مصاحبه عمیق بوده است. در مصاحبه عمیق، محقق کنترل بیشتری روی ساخت داده‌ها دارد. در واقع مصاحبه، یک گفتگوی جهت داده شده است. مصاحبه‌ها با توجه به شرایط بیماری کوید ۱۹ به‌صورت تلفنی و گاهاً بارعایت پروتکل‌ها به صورت حضوری انجام شده‌اند. زمان مصاحبه نامحدود بوده و بستگی به شرایط مصاحبه شوندگان داشت؛ مصاحبه‌ها معمولاً بین ۳۵ تا ۶۰ دقیقه به طول انجامیده است.

فرایند تحلیل داده‌ها، با توجه به اهمیت آن در رویکرد نظریه زمینه‌ای طی سه مرحله کدگذاری صورت پذیرفته است. این سه مرحله مطابق نظریه زمینه‌ای به شکل: ۱- کدگذاری باز، ۲- کدگذاری محوری، ۳- کدگذری انتخابی صورت خواهد گرفت (*Strauss & Corbin, 1998*)؛ همچنین با انجام مقایسه‌های دائمی، داده‌ها با توجه به شباهت‌ها و تفاوت‌ها به قطعات قابل مدیریت تقسیم می‌شوند. داده‌هایی که ماهیت مشابهی دارند (اشاره به چیزی از نظر مفهومی مشابه اما لزوماً تکرار یک عمل یا حادثه مشابه نیست) تحت یک عنوان مفهومی یکسان مرتب می‌شوند. به مرور و با تجزیه و تحلیل بیشتر، مفاهیم توسط محقق گروه‌بندی شده و دسته‌بندی‌هایی را تشکیل می‌دهند (گاهی اوقات به‌عنوان موضوعات نیز نامیده می‌شود). هر مقوله از نظر ویژگی‌ها و ابعاد توسعه می‌یابد و در نهایت مقوله‌های مختلف حول

یک مقوله اصلی ادغام می‌شوند. مقوله اصلی به‌عنوان آنچه را که محقق به‌عنوان موضوع اصلی مطالعه تشخیص داده است، در چند کلمه توصیف می‌شود. روی هم رفته، مقوله اصلی و دیگر مقولات ساختار نظریه را تشکیل می‌دهند (*Strauss & Corbin, 2015:32*).

یافته‌های پژوهش

در نتیجه فرآیند تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها، مفاهیم استخراج شده در قالب ۱۲ مقوله اصلی تدوین شده‌اند. همچنین پدیده مرکزی پژوهش تحت عنوان «توسعه اشتغال‌پذیری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی خوزستان» در مرحله کدگذاری گزینشی و بر اساس مقوله‌های اصلی پژوهش حاصل شده است. جدول ۱ مقولات فرعی، مقولات اصلی و نقش پارادیمی مقولات اصلی را نشان می‌دهد.

جدول ۱: مقولات فرعی، مقولات اصلی و نقش پارادیمی مقولات اصلی

Table 1: *Subcategories, Main Categories, and Paradigmatic Role of Main Categories*

مقولات فرعی	مقوله اصلی	نقش پارادایمی
Subcategories	*Main Category*	*Paradigmatic Role*
مقوله‌های فرعی سطح اول (شناختی)، مقوله‌های فرعی سطح دوم (فرایندی)	نوآوری دو سطحی	شرایط علّی
اتخاذ رویه‌های حمایتی پایدار در ارتباط با کسب و کارهای اجتماعی اقشار آسیب‌پذیر، آسیب‌شناسی ساختار حمایتی بهزیستی و کمیته امداد، لزوم حمایت شتاب‌دهنده‌ها از ایده‌های کارآفرینی اجتماعی	حمایت پایدار	
ساختار اقتصاد موجود، اولویت معیشت پایدار	لزوم توجه به ساختار معیشتی	شرایط زمینه‌ای
تعدد موقعیت‌ها و منابع ایجاد کسب و کار، فرصت‌های تولید، فروش و صادرات، ظرفیت‌های انسانی و ظرفیت‌های محیطی کاریابی و اشتغال	ظرفیت‌های بومی کسب و کار	
فهم ناقص از مفهوم کارآفرینی، تعدد مسائل خوزستان و ناشناخته بودن مفهوم کارآفرینی اجماعی برای متولیان امرف آشنا نبودن نهادها با ادبیات کارآفرینی اجتماعی، دانش حقوقی پایین گروه‌های هدف کارآفرینی اجتماعی و ضعف مبانی دانشی و سواد کسب و کار	عدم کاربست دانش کارآفرینی اجتماعی	شرایط مداخله‌گر

مقولات فرعی	مقوله اصلی	نقش پارادایمی
Subcategories	*Main Category*	*Paradigmatic Role*
قوانین و مقررات ناکارآمد، بروکراسی و فساد اداری، ضعف عملکرد مدیریت بخش دولتی، ساختار ناکارآمد مالی و ته‌نشست‌های فرهنگی	بازدارنده‌های ساختاری	
گرمای هوا و آلودگی و ضرورت ایده پردازی با توجه به آن، کاهش رقابت، کاهش امکان برنامه ریزی در اثر شرایط بد آب وهوا و آسیب‌های گرما و گرد و خاک	بازدارنده‌های زیست‌محیطی	
حرفه‌آموزی و اشتغال، مشاوره، آموزش و آگاهی‌بخشی، الگویابی و چرخه آموزش و اشتغال‌پذیری	آموزش و اشتغال‌پذیری	کنش ـ تعامل (استراتژی‌ها)
فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی، عینی‌سازی خدمات کارآفرینی اجتماعی در بعد فرهنگ و اقلیم، تغییر نگرش به اشتغال و هدفمند کردن ایده‌های کاری موجود	بازاندیشی تعاملات فرهنگی	
هدف‌گذاری، اعتمادسازی، جذب سرمایه، راهبردهای طراحی فرایند کسب و کار	طراحی فرایند کسب و کار	
استقلال فردی، اشتغال، درآمدزایی به‌عنوان پیامد شکل‌گیری زیست‌بوم کارافرینی اجتماعی در خوزستان، درآمد پایدار و امید به‌عنوان پیامد شکل‌گیری زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی در خوزستان، جذب، اشتغال و ایجاد درآمد پایدار برای گروه‌های هدف و کارآفرینی اجتماعی، به‌عنوان راه‌حل مدیریت مسائل اجتماعی و جلوگیری از تبدیل شدن آن‌ها به بحران اجتماعی	توسعه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی (پیامدهای مثبت)	پیامدها
پیامدهای فراوان روحی و روانی، ورشکستگی و عدم موفقیت در کسب و کار اجتماعی در میان جوانان، ورشکستگی ذهنی، احساس ناتوانی در انجام کار، وقوع بحران‌های اجتماعی، مهاجرت معکوس	عدم توسعه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی (پیامدهای منفی)	

شرایط علّی

۱- حمایت پایدار

در نتیجه تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، مقوله حمایت پایدار در قالب ۳ مقوله فرعی اتخاذ رویه‌های حمایتی پایدار در ارتباط با کسب و کارهای اجتماعی اقشار آسیب‌پذیر،

آسیب‌شناسی ساختار حمایتی بهزیستی و کمیته امداد و لزوم حمایت شتاب‌دهنده‌ها از ایده‌های کارآفرینی اجتماعی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. مفاهیمی چون: حمایت نهاد خانواده، حمایت افراد کارآفرین و مشاغل خانگی در سطح محله، حمایت از خوداشتغالی زنان خودسرپرست و بدسرپرست، ضرورت حمایت مالی، وجود رویه مالی اداری پیش‌بینی شده برای حمایت از سوادآموزی در ارتباط با کسب و کارهای اجتماعی اقشار آسیب‌پذیر، در ارتباط با مقوله فرعی اتخاذ رویه‌های حمایتی پایدار در ارتباط با کسب وکارهای اجتماعی اقشار آسیب پذیر بیان شده‌اند. آسیب‌شناسی ساختار حمایتی ارگان‌های بهزیستی و کمیته امداد مقوله مهم دیگری است که مشارکت‌کنندگان به طرق مختلفی بیان کرده‌اند. مشارکت کنندگان اذعان داشته‌اند که یکی از پیش شرط‌های اصلی جذب حمایت ارگان‌های بهزیستی و کمیته به کارگیری مددجویان آن‌ها در فرایند کارآفرینی اجتماعی است. این مسئله به‌ویژه در کسب و کارهای تخصصی کارآفرین اجتماعی را با چالش مواجه می‌سازد. از سوی دیگر بودجه اختصاصی معمولاً کامل نبوده و در یک مرحله تخصیص نمی‌یابد. همچنین مشارکت‌کنندگان وعده پرداخت بیمه و وام به کارآفرین در ازای اشتغال گروه‌های آسیب‌پذیر را به‌عنوان نقاط مثبت این ساختار حمایتی ارزیابی کرده‌اند اما در سطح عمل این مسئله پایدار نبوده و در گذر زمان با چالش عدم پرداخت و تأمین مالی مواجه شده است. همچنین مفاهیمی که لزوم حمایت شتاب‌دهنده‌ها از ایده‌های کارآفرینی اجتماعی را بیان می‌کنند عبارتند از: اعلام حمایت پارک علم و فناوری خوزستان از کسب و کارهای اجتماعی در صورت وجود شروع‌کننده، دریافت حمایت مالی شتاب‌دهنده، سرمایه‌گذاری شتاب‌دهنده، نبودن سرمایه‌گذار در کسب و کارهای کوچک و خلاق، نیاز به منابع مالی بیشتر در جریان گسترش کسب و کار، خوب بودن حمایت پارک علم و فناوری در مراحل اولیه، سقف داشتن حمایت نهادهای دولتی ایجاب کننده نیاز به جذب سرمایه‌گذار، نیاز به شتاب‌دهنده دارای تجربه عملی ایجاد و اداره کسب و کار.

به‌طور مثال مشارکت‌کننده شماره ۴ عنوان می‌کند:

«در صورتی که این کار می‌تواند ارزش اجتماعی خوبی داشته باشد و هم سودآور باشد، اما به اندازه‌ای خط تولید و کارهای صنعتی در واقع نمی‌تونن برای ما سود اقتصادی داشته باشند ... این یک نمونه بارز بود که چند تا خانم‌های که تو زمینه روان شناسی هستن با هم دیگه یک مجوز می‌خوان که این کار رو شروع بکنند باید در زمینه کسب مجوزها حمایت بشن».

۲- نوآوری دو سطحی

این مقوله اصلی در قالب دو مقوله فرعی سطح اول (شناختی)، و سطح دوم (فرایندی) بیان شده است. در مقوله‌های سطح اول به شناسایی اهمیت وجودی نوآوری، میدان خلاقیت و اثر نوآوری پرداخته می‌شود. از دیدگاه مشارکت کنندگان، مسائل جامعه امروز نیاز به ایده‌ها، راهکارهای جدید و خلاقانه دارد. این راهکارها از تفکر خطی و فرایندهای ساده حل مسئله پدید نمی‌آیند و نیاز به پرورش تفکر خلاق در لایه‌های مختلف جامعه دارند. مقوله نوآوری دو سطحی در سطح دوم خود به نوآوری در فرایندهای کسب و کار اشاره می‌کند. مشارکت‌کنندگان پشتیبانی از روند کسب وکارهای مبتنی بر ایده‌های نوآورانه، به‌روزرسانی چند بعدی و چابک سازی فرایندها را از عوامل مهم و تعیین‌کننده در شکل‌گیری و توسعه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان می‌دانند.

مشارکت‌کننده شماره ۱ در این زمینه وجودی می‌گوید:

« ... کارآفرین اجتماعی باز مثل کارآفرین اقتصادی به نوآوری نیاز داره. یعنی کسایی که نوآوری اجتماعی رو برای پاسخ به نیازها و مسائل اجتماعی سعی کردند راهکارها و اون ایده‌هایی رو داشته باشند که چاشنیش نوآوری باشه».

شرایط زمینه‌ای

۱- لزوم توجه به ساختار معیشتی

این مقوله اصلی در قالب دو مقوله فرعی تعدد موقعیت‌ها و منابع ایجاد کسب و کار و فرصت‌های تولید، فروش و صادارت مفهوم‌پردازی شده است. مفاهیم متعددی از قبیل تأکید بر شناسایی و استفاده از پتانسیل استان در کارآفرینی اجتماعی، امکان ایجاد کسب و کار های زیاد در خوزستان، فراهم بودن منابع، وجود سرمایه و اعتبارات در استان، وجود موقعیت‌های زیاد برای ایجاد کارآفرینی اجتماعی در خوزستان و ... از سوی مشارکت‌کنندگان در زمینه تعدد موقعیت‌ها و منابع ایجاد کسب و کار در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان مطرح شده‌اند. همچنین در ارتباط با منابع ایجاد کسب و کار و فرصت‌های تولید، فروش و صادارت مفاهیمی از قبیل همکاری و حمایت اتاق بازرگانی، راه‌اندازی بازارچه برای استفاده از ظرفیت‌های تولیدی گروه‌های هدف کارآفرینی اجتماعی، چاره‌اندیشی برای فروش سودآور و غلبه بر مسئله هزینه‌بر بودن مواد اولیه، ایجاد بازارچه‌های دیجیتال و فروش محصولات کارآفرینی اجتماعی بیان شده است.

مشارکت‌کننده شماره (۳) در این‌باره می‌گوید:

«خوزستان هم مرز زمینی داره هم مرزهوایی داره و هم مرز آبی. از این بابت خوبه. در بحث صادرات محصولات تولیدات دوستان نه فقط مجموعه ما کل مجموعه‌هایی که حالا توی این حوزه‌ها فعال هستن انجام بدیم. متأسفانه در این راستا کوتاهی شده یا همین بحث بازارچه‌های محلی باز هم نهادهای محلی کمک نمی‌کردن ...».

۲- ظرفیت‌های بومی کسب و کار

این مقوله اصلی تحت عنوان چهار مقوله فرعی تعدد موقعیت‌ها و منابع ایجاد کسب و کار، فرصت‌های تولید، فروش و صادرات ظرفیت‌های انسانی و ظرفیت‌های محیطی کاریابی و اشتغال مفهوم‌پردازی شده است. مفاهیم متعددی از قبیل تأکید بر شناسایی و استفاده از پتانسیل استان در کارآفرینی اجتماعی، امکان ایجاد کسب و کارهای زیاد در خوزستان، فراهم بودن منابع، وجود سرمایه و اعتبارات در استان، وجود موقعیت‌های زیاد برای ایجاد کارآفرینی اجتماعی در خوزستان، بهره نبردن از کارآفرینی اجتماعی به دلیل وارداتی بودن تکنولوژی و ... از سوی مشارکت‌کنندگان در زمینه تعدد موقعیت‌ها و منابع ایجاد کسب و کار در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان مطرح شده‌اند. همچنین مفاهیم همکاری و حمایت اتاق بازرگانی، راه‌اندازی بازارچه برای استفاده از ظرفیت‌های تولیدی گروه‌های هدف کارآفرینی اجتماعی، چاره‌اندیشی برای فروش سودآور و غلبه بر مسئله هزینه‌بر بودن مواد اولیه، ایجاد بازارچه‌های دیجیتال و فروش محصولات کارآفرینی اجتماعی از جمله مفاهیمی هستند که حول مقوله فرصت‌های تولید، فروش و صادرات استخراج شده‌اند. از جمله ظرفیت‌های انسانی بومی کسب و کار نیز می‌توان مواردی مانند توجه به ظرفیت جوانان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی، پتانسیل خلق ایده‌های کارآفرینی اجتماعی با استفاده از راه‌اندازی مراکز مراقبت از افراد سالمند، نیاز والدین سالمند به هم‌صحبت عاطفی؛ به‌عنوان یک فرصت خلق کارآفرینی اجتماعی را بیان کرد. مواردی نیز مانند بالا بودن وسعت زمین مورد بهره‌برداری نسبت به جمعیت بهره‌برداران در استان خوزستان، ضرورت تلفیق ظرفیت کشاورزی با زیست‌بوم کسب و کارهای فضا پایه، کمبود امکانات اولیه و زیربنایی در ورود گردشگر خارجی پرداخته‌اند. مشارکت‌کنندگان بر درآمدزایی کارآفرینی اجتماعی در حوزه گردشگری از ظرفیت‌های محیطی کاریابی و اشتغال در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان می‌باشند.

مشارکت‌کننده (۵) در این زمینه می‌گوید:

«به نظر من، ما پتانسیلمون بالاست. ما تو استان خوزستان حالا اگر بخواهیم روی یک قشر آسیب‌پذیر بریم، ما خیلی از فعالیت‌های اصلی توی استان خوزستان پتانسیل بخش رشد اقتصادی تو حوزه کارآفرینی را دارند ...».

شرایط مداخله‌گر

۱- عدم کاربست دانش کارآفرینی اجتماعی

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان صرف داشتن کسب و کار و مشارکت در کسب و کارهای اجتماعی به معنای کاربست دانش کارآفرینی اجتماعی نیست؛ مقولات فرعی چون فهم ناقص از مفهوم کارآفرینی، تعدد مسائل خوزستان و ناشناخته بودن مفهوم کارآفرینی اجماعی برای متولیان امر، آشنا نبودن نهادها با ادبیات کارآفرینی اجتماعی، دانش حقوقی پایین گروه‌های هدف کارآفرینی اجتماعی، ضعف مبانی دانشی و سواد کسب و کار همگی بر عدم کاربست دانش کارآفرینی اجتماعی در زیست‌بوم کسب و کارهای اجتماعی استان تأکید دارند. مفاهیمی تبعیت افراد جامعه از یکدیگر در راه‌اندازی شغل؛ بدون در نظر گرفتن توجیه اقتصادی، کاهش درآمد افراد (چالش تقلید و دنباله‌روی)، زیاد شدن مشاغل مشابه و کاهش کیفیت کار، عدم پاسخگویی افراد شاغل در کسب و کارهای مشابه، اطلاعات درست ندادن و راهنمایی صحیح نکردن افراد شاغل در کسب و کارهای مشابه از مواردی بوده‌اند که مشارکت‌کنندگان در این زمینه بیان داشته‌اند.

مشارکت‌کننده شماره (۴) می‌گوید:

«شما الان کافیه یک شغل را راه بندازید بقیه هم می‌روند تبعیت می‌کنند، بدون اینکه آگاهی نسبت به اون شغل داشته باشند یا اصلاً توجیه اقتصادی براشون داشته باشه میان تبعیت می‌شه. خوب این زیاد بودن این شغل مشابه، در واقع اینجوری بهتون بگم که مثل هم بودن شغل، درآمد شما را می‌کاهد، می‌تونه از کیفیت کار هم بکاهد، دو می‌تونه عدم آگاهی و می‌تونه باعث ورشکستگی یک جوان بشود ...».

۲- بازدارنده‌های ساختاری

همه مشارکت‌کنندگان با توجه به فعالیت و تخصص خود در کسب و کارهای اجتماعی بر تعدد بازدارنده‌های ساختاری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان اجماع و توافق نظر داشتند. بازدارنده‌های ساختاری در طول مسیر کارآفرینی اجتماعی به‌صورت موانع بنیادی خود را نشان می‌دهند. قوانین و مقررات ناکارآمد، بروکراسی و فساد اداری، ضعف

عملکرد مدیریت بخش دولتی، ساختار ناکارآمد مالی و ته‌نشست‌های فرهنگی به‌عنوان مقوله‌های فرعی بازدارنده‌های ساختاری کدبندی شده‌اند. مفاهیمی مانند عدم وجود مبانی حقوقی و قانونی تسهیل‌کننده فرایند کارآفرینی اجتماعی، عدم شفافیت قوانین در حوزه کسب و کارهای اجتماعی، تعدد آیین‌نامه‌ها و بخش‌نامه‌های دست و پاگیر به مقوله فرعی قوانین و مقررات ناکارآمد؛ موازی کاری و مغایرت دستورالعمل سازمان‌های مختلف با یکدیگر و چالش‌انگیز بودن کسب مجوز در ارتباط با مقوله فرعی بروکراسی و فساد اداری؛ عدم همکاری در تکوین میز خدمت در ارگان‌های دولتی، استقبال نکردن از ایده‌های کسب و کارهای اجتماعی در عمل، ناکارآمدی مسئولین استانی در حل مسئله، دست و پاگیر بودن ضوابط دولتی در ارتباط با مقوله فرعی ضعف عملکرد مدیریت بخش دولتی؛ تسهیلات بانکی و بازپرداخت آنها، چالش تخصیص منابع، تعلق گرفتن بودجه به شرکت‌های صوری و قرار نگرفتن آن در مسیر اصلی حرکت کارآفرینانه و چالش‌های مالی گروه‌های هدف در حوزه کسب و کارهای اجتماعی در ارتباط با مقوله فرعی ساختار ناکارآمد مالی و مسائل نگرشی مربوط سایه افکنی فرهنگ صنایع بزرگ، ذهنیت شکل گرفته مبتنی بر توقع استخدام دولتی، عدم خروج از حاشیه امن، نبود باور به کسب و کارهای اجتماعی در سطح مدیران، فرهنگ ارتباطی ته نسشستی، سیاست‌زدگی رویدادها و چالش‌های فرهنگی اشتغال زنان در ارتباط با ته‌نشست‌های فرهنگی توسط مشارکت‌کنندگان بیان شده است.

مشارکت‌کننده (۱۶) می‌گوید:

« ... جالب اینجاست خود دولت هم دالان بودجه رو اونها قرار میده و میگه بودجه تو دست شما باشه خوب شما تعیین کنید، چه کسانی باید از بودجه برخوردار بشوند. خیلی از جاها شرکت‌های خودشون تولید می‌کنند شرکت صوری و بودجه به اینها تعلق می‌گیرد و بودجه به اون دالان اصلی خودش حرکت نمی‌کند».

۳- بازدارنده‌های زیست‌محیطی

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان گرمای هوا یکی از بازدارنده‌های زیست‌محیطی است که بر زندگی روزمره مردم اهواز و دیگر شهرهای خوزستان به‌طور محسوس تأثیر می‌گذارد. در سال‌های اخیر میزان ماندگاری و پایداری غبار در استان خوزستان حدود چهار برابر افزایش یافته و میزان آلودگی هم تا مرز ۱۰ هزار میکروگرم بر متر مکعب رسیده است. همچنین تحلیل آماری دوره ۱۰ ساله (۲۰۱۴-۲۰۰۵) در ایستگاه هوشناسی اهواز نشان می‌دهد که ماهیت غبارهای خوزستان تغییر یافته است، افزایش تعداد، غلظت، ماندگاری و فاصله انتقال

نیز بسیار مشهود بوده است. همه موارد ذکر شده کیفیت زندگی در استان خوزستان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، چنانچه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی و کسب و کارهای اجتماعی از این امر مثتثنی نمی‌باشند. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان گرما، شرایط جوی نامطلوب و وقوع ریزگردها به‌علاوه نقش صنایع بزرگ در آلودگی هوا از مهم‌ترین چالش‌های حیطه کسب و کار در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان هستند که امکان برنامه‌ریزی فعالیت‌ها را کاهش داده و در پی آن قدرت رقابت در زیست‌بوم کسب و کار از بین می‌رود.

مشارکت‌کننده (۱۵) نیز در این زمینه می‌گوید:

«تو استان ما هم چند تا عامل هست که، یکی همین شرایط آب و هوایی که این سال‌ها بحث ریزگردها هم اضافه شده. بخش خصوصی باید کار کند، قدرت رقابت ما با سایر استان‌ها کمتر است، به چند دلیل؛ به خاطر هزینه دستمزد، هزینه استهلاک دستگاه‌هامون، هزینه نگهداری و تعطیلات مکرری که توی خوزستان هست، خوب همین‌طور که می‌بینید از این‌ور باید مزد بدهید، از اون‌ور هزینه‌های بالا و هزینه‌های استهلاک. که ابنا باعث میشه شما توان رقابت با استان‌ها رو از دست می‌دهید».

کنش ـ تعامل (استراتژی‌ها)

۱- آموزش و اشتغال‌پذیری

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان در زیست‌بوم کارآفرینی آموزش مقدمه اشتغال‌پذیری اجتماعی است. این مقوله اصلی از ۵ مقوله فرعی استخراج شده است. اشتغال‌پذیری به معنای امکان یافتن شغل، حفظ و پیشرفت شغلی در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی به کار می‌رود. حرفه‌آموزی و اشتغال، مشاوره، آموزش و آگاهی بخشی، چرخه آموزش و اشتغال‌پذیری، یادگیری مهارت‌های شغل‌پذیری مقولات فرعی آموزش و اشتغال‌پذیری هستند. مفاهیمی چون آموزش حرفه برای سرمایه‌گذاری، آموزش و اشتغال اولیه؛ به‌عنوان دو عامل انگیزه‌بخش برای گروه هدف و آموزش سواد به منظور روبرو نشدن با ورشکستگی در ارتباط با مقوله فرعی حرفه آموزی و اشتغال؛ آگاهی‌بخشی به منظور تقویت خودباوری، آگاهی بخشی در حوزه‌های مختلف کارآفرینی، آگاهی بخشی نسبت به اهمیت آموزش و تقویت کسب و کار در ارتباط با مقوله فرعی مشاوره، آموزش و آگاهی‌بخشی، تلاش برای داشتن پایگاه در مناطق محروم؛ ارائه آموزش اولیه کسب و کار و سپردن ادامه کار به خود فرد، نشست با مسؤلین و ارتباط با افراد کلیدی در مناطق محروم روستایی با هدف شناخت و بررسی ظرفیت‌ها از نگاه خودشان در ارتباط با مقوله فرعی چرخه آموزش و اشتغال‌پذیری؛ تفاوت میان مهارت‌های کسب شده فرد

و مهارت‌های مورد نیاز در بازار کار و اهمیت یادگیری مهارت‌های شغل پذیری نه تنها برای گروه‌های هدف بلکه برای خود کارآفرینان اجتماعی در ارتباط با مقوله فرعی یادگیری مهارت‌های شغل پذیری بیان شده‌اند

مشارکت‌کننده (۶) بیان می‌کند:

«فقط کافیه به افراد آموزش داده بشه، چون بعضی انسان‌ها توانایی‌های خوبی دارند، اما از این طرح شناخت ندارند، به این بسترها شناختی ندارند. اصول کار، اون اصول اولیه کار، رو اگر آموزش ببینند به راحتی می‌توانند کسب وکارداشته باشند. مثلاً تو بحث محتوا، ما تو بحث محتوا که میگیم یه محتوا می‌تواند آموزشی باشد، محتوای تربیتی باشد».

۲- *بازاندیشی تعاملات فرهنگی*

بازاندیشی تعاملات فرهنگی مقوله اصلی دیگری بوده است که بر اساس تحلیل مصاحبه‌های انجام شده استخراج شده است. بازاندیشی در مورد خویشتن و عرصه‌های مختلف زندگی و گزینش از بین بدیل‌های مختلف، از فرصت‌هایی است که جوامع جدید در اختیار فرد قرار داده است. مشارکت‌کنندگان اذعان کرده‌اند که پس از تحقیق در حیطه کسب و کارهای اجتماعی به این نتیجه رسیده‌اند که در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی نیاز است که تعاملات فرهنگی مورد بازاندیشی قراگیرد و این امر از طریق فرهنگ‌سازی در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی، عینی‌سازی خدمات کارآفرینی اجتماعی در بعد فرهنگ و اقلیم، تغییر نگرش به اشتغال و هدفمند کردن ایده‌های کاری موجود ممکن می‌شود.

مشارکت‌کننده (۲) در این زمینه می‌گوید:

«ولی نقطه قوت همینه که بحث بازیافت، خیلی از بچه‌های حاشیه شهر را علیرغم زیبا نبودن مشغول کرد. این خودش یک حوزه فعالیت کارآفرینی اجتماعی است. که اگر قانونی بشه همه به حساب میارنش و تعریفش رو می‌کردند. اما الان چون احساس می‌کنند یک جنبه‌ای از زندگی رو نشون می‌دهد، وجهه‌اش جالب نیست. اما از دیدگاه حوزه کارآفرینی، اینا دارن کارآفرینی انجام می‌دهند و ایجاد اشتغال می‌کنند».

۳- *طراحی فرایند کسب و کار*

فرآیند کسب و کار مجموعه‌ای از اقدامات قابل تکرار است که توسط یک تیم یا یک شرکت برای دستیابی به اهداف کسب و کار برداشته می‌شود. مقوله‌های فرعی طراحی فرایند کسب و کار با توجه به ماهیت کارآفرینی اجتماعی و عناصر مفهومی آن، به گام‌های عملیاتی

این پدیده می‌پردازند. مشارکت‌کنندگان در این مقوله فرعی هدف‌گذاری را به‌عنوان اولین گام عملیاتی در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی بیان کرده‌اند. همچنین شناسایی فرصت‌های کسب و کار اجتماعی، فرهنگ مشارکت، طراحی رویداد، ایده‌پروری، علاقه و زمانبندی مشخص، برنامه‌ریزی هدفمند، مدیریت مشارکتی و خودگردان و مهارت تیم‌سازی از جمله مفاهیم مهمی هستند که ذیل مقوله فرعی راهبردهای طراحی فرایند کارآفرینی اجتماعی کدبندی شده‌اند. یکی دیگر از گام‌های عملیاتی طراحی فرایند کسب و کار جذب سرمایه است که امکان توسعه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی را فراهم می‌کند. مفاهیمی از قبیل سرمایه‌های مالی نهادهای دولتی، سرمایه اجتماعی و فرهنگی نهادهای غیر دولتی مانند رسانه‌ها و باشگاه‌های ورزشی، جذب سرمایه مالی شرکت‌های خصوصی و جذب سرمایه‌گذار از دل رویدادها در قالب این مقوله مفهوم‌پردازی شده‌اند. همچنین از نگاه مشارکت‌کنندگان اعتمادسازی برای رشد و موفقیت کسب و کارهای اجتماعی اهمیت بسزایی دارد. مفاهیمی چون نقش افراد کلیدی و سرشناس، تعدیل قیمت و جذب مشتری به منظور اعتمادسازی، مشتری‌مداری، ارائه حق انتخاب به مشتریان همگی ذیل این مقوله کدبندی شده‌اند.

مشارکت‌کننده (۶) عنوان می‌کند:

«باید هدف‌گذاری، شناسایی و برنامه‌ریزی و بعد اجرا صورت بگیرد. یک مثال می‌زنم: کلوچه‌های دزفول تو همه کشور معروف است، ولی یه بسته‌بندی درستی ندارد نه امکان صادارات داره، نه تو بازارها رقابت‌پذیری می‌کنند، چون بسته‌بندی درستی ندارند. آیا این بسته‌بندی کار سختی است؟»

پیامدها

۱- توسعه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی (پیامدهای مثبت)

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان پیامدهای مثبت توسعه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان شامل موارد ذیل می‌باشد: «درآمد پایدار و امید به زندگی، جلوگیری از تبدیل شدن آسیب‌ها و مسائل اجتماعی به بحران، اشتغال و درآمد پایدار، نگرش مثبت به کسب و کار در گروه‌های هدف، امیدواری و حساس رضایت در بین گروه‌های هدف، شناخت توانمندی‌های فردی، خودافزایی اجتماعی، تقویت انگیزه کارآفرین، احساس مفید بودن کارآفرین، خودکفایی، استقلال مالی و فکری کارآفرین و گروه‌های هدف، توانمندشدن بانوان کارآفرین در حوزه‌های شخصی، خانوادگی و کاری، عدم تمایل افراد به بزهکاری، افزایش

آگاهی در میان خانواده، جامعه و سیاست‌مداران؛ کاهش فساد اقتصادی و از بین رفتن ناامنی و تحقق امنیت اجتماعی».

مشارکت‌کننده شماره (۴) می‌گوید:

«وقتی یک خانم توی خونه به مرحله خودکفایی و استقلال فکری و مالی می‌رسد، پیامد مثبتش اینه: اول اون خانم توان مقابله با سختی‌های خونه براش زیاد می‌شود، توان مدیریت تو خونه بالا می‌رود، ... بحث بعدی چون اون خانم آگاه میشه با چالش‌ها و بحران‌های مختص زنانه خود، درست‌تر برخورد می‌کند. این خانم یا آقا به دلیلی بی‌بضاعتی به سمت فساد نمیرن، به سمت بزهکاری نمی‌رود، به سمت مسائل پست و پایین جامعه نمی‌رود».

۲- عدم توسعه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی (پیامدهای منفی)

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان پیامدهای منفی عدم توسعه زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان شامل موارد ذیل می‌باشد: «ورشکستگی ذهنی و از دست دادن اعتماد به نفس، ناامیدی و از بین رفتن نگرش مثبت به کسب و کار در گروه‌های هدف، به فکر مهاجرت افتادن در صورت عدم پیدا کردن راه حل، ناتوانی در ترسیم چشم‌انداز توسعه و وقوع بحران». ورشکستگی ذهنی پیامد عدم موفقیت در کسب و کار اجتماعی در میان جوانان است که در طی آن افراد دچار احساس ناتوانی در انجام کارشده و اعتماد به نفس خود را از دست می‌دهند.

مشارکت‌کننده (۱) بیان می‌کند:

«کارآفرینان اجتماعی می‌تونن از گسترش اون آسیب‌های اجتماعی کم کنن. مشخصه وقتی شما در اکوسیستم مسائل اجتماعی رو ببینید مسائل اجتماعی بر اقتصاد برسیاست بر فرهنگ بر همه چی تأثیر میذاره. بنابراین شما داری در حقیقت اکوسیستم را مدیریت می‌کنی نه تنها کارآفرینی اجتماعی، شما اکوسیستم این کشور رو داری مدیریت می‌کنی».

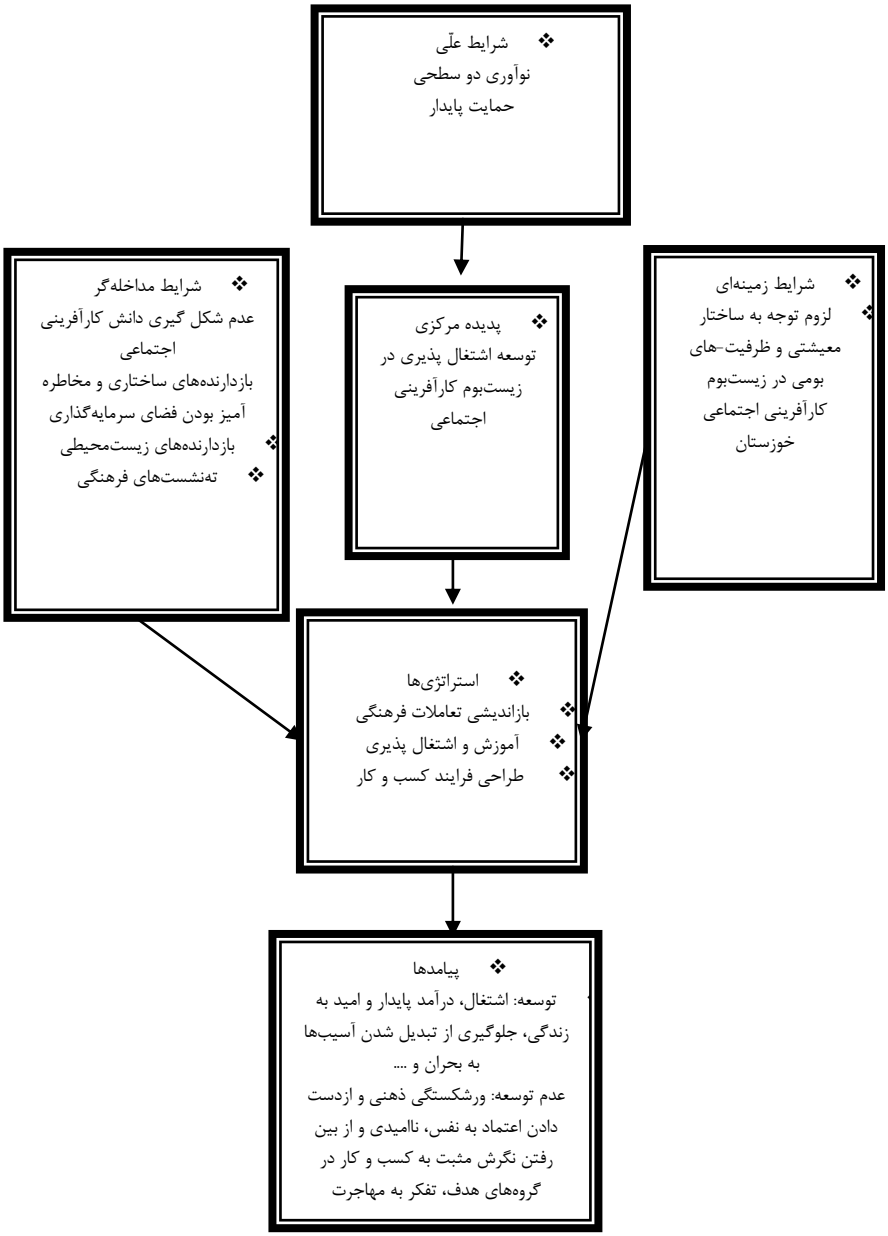
تحلیل نهایی مقوله هسته؛ توسعه اشتغال‌پذیری

بر مبنای یافته‌های پژوهش اشتغال‌زایی در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی مانعی در برابر فقر، محرومیت، بزهکاری و راهی برای توسعه و شکوفایی اقتصادی و اجتماعی است. در سطح فردی، کار کردن باعث شکوفایی ظرفیت افراد و افزایش شأن فردی و اجتماعی آن‌ها می‌شود. همه ابعاد مدل پارادایمی پژوهش بر توسعه اشتغال‌پذیری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی متمرکز شده‌اند. آنچه باعث شده توسعه اشتغال‌پذیری به‌عنوان یک استراتژی کارآمد در

زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی تلقی شود، امکان بهبود شاخص اشتغال و مبارزه با فقر و محرومیت اجتماعی است که از ظرفیت‌های خاص این مفهوم می‌باشند. توسعه اشتغال‌پذیری از یک‌سو، راهی مناسب برای مبارزه با بیکاری، فقر، محرومیت اجتماعی و بزهکاری است و از سوی دیگر، پاسخی متناسب به تغییر در مناسبات بازار کار به شمار می‌آید. با مطالعه روایت‌های مختلفی که مشارکت‌کنندگان از تجربه فعالیت خود در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی ارائه کرده‌اند، در خوش‌بینانه‌ترین حالت می‌توان زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان را به‌عنوان یک زیست‌بوم نوپا و در حال تکوین تعریف کرد. توسعه اشتغال‌پذیری به معنای ارتقای توانایی شخص برای به دست آوردن و فعال‌سازی کسب و کار، حفظ شغل، جابجایی بین نقش‌های شغلی و فعالیت‌های کاری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی محقق می‌شود. از یک‌سو حرفه‌آموزی و یادگیری مهارت عناصر درونی اشتغال‌پذیری‌اند که در ارتباط با همه افراد جویای کار معنا پیدا می‌کنند. از سوی دیگر پیش‌گیری، کاهش و درمان آسیب‌های اجتماعی و اشتغال گروه‌های هدف از طریق، آموزش و آگاهی‌بخشی مبتنی بر الگویابی، مشارکت گروه‌های هدف در شناخت و بررسی ظرفیت‌های اشتغال‌پذیری خود، انتخاب نوع کسب و کار متناسب با توانایی، امکانات و علاقه گروه هدف تحت تأثیر شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر و پیامدهای مطالعه شده، در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی حاصل می‌شود.

مدل پارادایمی زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان

مدل پارادایمی تحقیق نشاندهنده جریان فرایندها و فعالیت‌هایی است که در بستر مطالعه اتفاق افتاده است. این مدل پنج قسمت دارد؛ شامل شرایط علّی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدها. در میانه مدل نیز پدیده مرکزی قرار گرفته است که فعالیت‌ها حول آن شکل می‌گیرد. شکل ۱ مدل پارادایمی پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱: مدل پارادایمی پژوهش

Figure 1: *Research Paradigm Model*

طرحواره نظری پژوهش

در طرحواره نظری با توجه به مقوله‌های تحقیق، فرایند «توسعه اشتغال‌پذیری» در جامعه مورد بررسی یعنی استان خوزستان نمایش داده شده است. طرحواره نظری پژوهش از سه لایه اصلی حول پدیده مرکزی تشکیل شده و بیانگر وضعیت اشتغال‌پذیری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان است. در لایه اول، ذینفعان و بازیگران کلیدی شناسایی شده‌اند که در صورت تعامل با مؤلفه‌های لایه میانی می‌توانند وارد فرایند کسب و کار شوند. از آنجا که این پژوهش در صدد خلق نظریه است، خط داستان با ارائه قضایایی که ماهیت روابط بین پدیده‌ها و مقولات را مشخص کرده و پیش بینی می‌کند، ادامه می‌یابد.

بر این مبنا:

قضیه اول: ذینفعان و بازیگران کلیدی نه تنها از عدم تعادل ساختاری در فرایند و اقدامات زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی اثر، می‌پذیرند بلکه با اتخاذ استراتژی‌های لایه دوم توانایی اثر گذاری را کسب می‌کنند.

قضیه دوم: هم‌افزایی اجتماعی و همفکری و همکاری میان سه ضلع حاکمیت، نهادهای مدنی و بخش خصوصی مقدمه توسعه اشتغال‌پذیری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی است که زمینه مسئولیت‌پذیری اجتماعی گروه‌های ذینفع را فراهم می‌کند. از منظر تئوریک رویکرد نهادی منشأ ارزش‌های کارآفرینان اجتماعی و درک آنها از واقعیت را مطالعه می‌کند. در این رویکرد کشف باورهای کارآفرینان اجتماعی و هنجارهای مشترک آنها با توسعه اشتغال‌پذیری ارتباط مستقیم دارد. همچنین تحلیل نظری ابعاد سرمایه اجتماعی در این رابطه الگوی کلی ارتباط میان کنشگران را در طرحواره نظری نشان می‌دهد. بعد ساختاری پتانسیل یا امکاناتی را که کارآفرین اجتماعی برای دسترسی به اطلاعات، منابع و پشتیبانی دارد، تعیین می‌کند (*Mair & Marti, 2006:41*). در طرحواره نظری هم‌افزایی اجتماعی کلید اصلی انباشت سرمایه اجتماعی است که بر چگونگی ساخت، افزایش و مهم‌تر از همه حفظ سرمایه دلالت دارد. دیگر ابعاد سرمایه اجتماعی نیز نقش اعتمادسازی، مسئولیت اجتماعی و تعامل مشارکتی را در توسعه اشتغال‌پذیری را برجسته می‌کند.

قضیه سوم: طراحی و تدوین فرایند کسب و کار می‌بایست متناسب با مسئله و نیاز شناسایی شده صورت پذیرد، چرا که کارآفرینی اجتماعی پاسخ سحرآمیزی به تمامی مسائل اجتماعی ارائه نمی‌دهد. به بیان دقیق‌تر مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی مسائلی چند بعدی هستند که علّت‌ها و عوامل مختلفی در پیدایش آن‌ها دخیل بوده‌اند و نمی‌توان آنها را با اقدامات مشابهی حل نمود. بر همین اساس در طرحواره نظری قبل از ورود به فرآیند کسب و

کار با آسیب‌ها و مسائل اجتماعی شناسایی شوند تا با انجام اقدامات مداخله‌گرانه عدم تعادل ساختاری در ابعاد مختلف آن به‌طور تدریجی کاهش پیدا کند.

قضیه چهارم: در طرحواره نظری اقدامات مداخله‌گرانه شامل سیاست‌گذاری معطوف به ساختار معیشتی و ظرفیت‌های بومی کسب و کار، آموزش و الگویابی، بازاندیشی تعاملات فرهنگی، تغییر ساختار مالی و اختصاص تسهیلات ویژه و حمایت پایدار است.

نتیجه‌گیری

در پایان تحقیق با توجه به یافته‌ها و ارتباط آنها با یکدیگر و مقوله هسته پژوهش با عنوان توسعه اشتغال‌پذیری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی و در نظر گرفتن تحقیقات پیشین مباحث زیر قابل طرح است. کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان گرایشی در کارآفرینی شناخته می‌شود که به واسطه آن، کارآفرینان با ایجاد و یا تغییر محیط در قالب بیان راه حل‌هایی برای مسائل اجتماعی همچون فقر، بیماری، بی‌سوادی، تخریب زیست‌محیطی، نقض حقوق بشر، فساد و ارتقای کیفیت و سطح زندگی بشر، عمل می‌کنند؛ بنابراین تمرکز زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی بر کاهش مسائل اجتماعی، طیف گسترده‌ای را برای فعالیت کارآفرینان اجتماعی فراهم می‌کند. کارآفرینی اجتماعی از حیث ویژگی‌های کارآفرینان، اشتراکاتی با دیگر انواع کارآفرینی دارد اما پیامدهای متفاوتی را در اجتماع محلی، رقم می‌زند. به‌عبارت دیگر کارآفرینان اجتماعی در ویژگی‌های عمومی چون ریسک‌پذیری، شجاعت و غیره با سایر کارآفرینان مشترک‌اند اما مسئولیت‌پذیری اجتماعی آنها موجب می‌شود اقداماتشان به کاهش مسائل اجتماع محلی معطوف باشد. آنها علاوه بر توجه به ارزش‌ها و منفعت جمعی، اقداماتی را به انجام می‌رسانند که پیامدهای ملموس و غیر ملموس دارد و همین ارزیابی نتایج آن را دشوار می‌سازد. انگیزه و نیروی محرک کارآفرینان اجتماعی، همانا پاسخگویی به یک نیاز و مسئله اجتماعی است که موجب می‌شود تا ایشان، در مسیر ارزش‌های گروه هدف، حرکت کنند؛ همچنین سطح اثرگذاری زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی وسیع‌تر از اقداماتی است که کارآفرینان سنتی اغلب در عرصه تجارت و اقتصاد پدید می‌آورند. به بیان دیگر؛ جامه هدف در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی، گسترده‌تر از انواع متداول کارآفرینی است. از سوی دیگر انتخاب گروه هدف نیز معطوف به مسائل اجتماعی موجود در آن است. کارآفرینان اجتماعی با توجه به منفعت و ارزش جمعی برای ساماندهی مجدد سرمایه‌های اجتماع محلی تلاش می‌کنند. همان‌طور که در فصل‌های پیشین ذکر شد، ایده اصلی پژوهش حاضر طراحی و تدوین مدل پارادایمی زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان به مثابه یک رویکرد

نوآورانه در حوزه آسیب‌ها و مسائل اجتماعی بوده است. همچنین جهت دستیابی به اهداف و پاسخگویی به سؤالات پژوهش روش گرندد‌تئوری تلاش شده است که به تولید فهمی از زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی دست یابیم که درآن فرآیندها، زنجیره کنش‌ها و بر هم کنش‌ها بین افراد و ساختارهای مربوط به زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی استان خوزستان از دیدگاه فعالان و متخصصان کسب و کارهای اجتماعی در قالب مدل پارادایمی حاصل شود. در نتیجه فرآیند تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها، مفاهیم استخراج شده در قالب دوازده مقوله اصلی تدوین شده‌اند. در نتیجه مقوله هسته پژوهش، تحت عنوان «توسعه اشتغال‌پذیری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی خوزستان» در مرحله کدگذاری گزینشی و بر اساس مقوله‌های اصلی پژوهش حاصل شده است. از آنجا که مرحله نهایی روش گرندد تئوری پالایش و تدوین نظریه است. در پژوهش حاضر به جای تولید نظریه داده بنیان به ارائه طرحواره نظری و قضیه‌های آن اقدام شده است. طرحواره نظری مبتنی بر مدل پارادیمی پژوهش بوده و نشانگر ارتباط منطقی میان مفاهیم و مقولات اصلی و فرعی و مقوله هسته در قالب مدل زیست‌بومی است که توسط خبرگان و مشارکت‌کنندگان پژوهش مورد اعتباریابی قرار گرفته است. دستاورد اصلی پژوهش شامل مفروضات هستی‌شناختی است که واقعیت کارآفرینی اجتماعی را همچون برساخته‌ای اجتماعی تبیین کرده است. بدین معنا که این زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی در جامعه مورد مطالعه تحت تأثیر عوامل و زمینه‌ها، فرایندها و راهبردها و پیامدهای توسعه اشتغال‌پذیری به صورت از مجموعه‌ای در هم پیچیده‌ای از معرفت دوسویه، شامل معناها، نمادهای فرهنگی و نهادهای اجتماعی پدیدار شده است. همچنین مدل نظری و طرحواره نهایی پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های ابراهیم نیا ملک دهی و همکاران (۱۳۹۵)، شجاعتی (۱۳۹۶)، زارع و صفری دشتکی (۱۳۹۸)، چندنا (۲۰۲۲)، سترزکر و همکاران (۲۰۲۱)، هالبرستاد و همکاران (۲۰۲۱)، موریس و همکاران (۲۰۲۰)، همسو بوده است.

پیشنهادات پژوهش

پیشنهادات پژوهش حاضر نیز عبارتند از «پرهیز از موازی کاری میان نهادهای متولی کارآفرین اجتماعی، تغییر نگرش صندوق‌های قرض‌الحسنه و یا مؤسسات خیریه نسبت به راه‌اندازی کسب و کارهای اجتماعی از طریق همراهی رسانه‌ها و استفاده از فضای مجازی و آگاه‌سازی جامعه نسبت به اهمیت این موضوع، تشکیل بانک اطلاعاتی از کارآفرینان اجتماعی ساکن استان خوزستان به منظور آشنایی کسب و کارهای فعال در یک حوزه خاص با یکدیگر با هدف بهره بردن از تجارب یکدیگر، استفاده از منابع سرمایه اجتماعی از طریق تشکیل

اجتماعات محلی مانند انجمن‌ها و شوراهای محلی و ورود افراد کلیدی و سرشناس به جریان اشتغال‌پذیری در زیست‌بوم کارآفرینی اجتماعی و تدوین برنامه استراتژیک برای کسب و کارهای اجتماعی گروه‌های هدف با لحاظ کردن مؤلفه‌های طراحی فرایند».

References:

Ahmadpouraryani, M. (2004). Entrepreneurship: Definitions, theories, and patterns (6th ed.) Tehran: Pardis Entesharat. (Persian).

Alizadeh, N., Nikouei, A., & Mokhtari, H. R. (2018). "Content analysis of the constituent elements of the entrepreneurship ecosystem", Entrepreneurship in Agriculture, (4), 89–104. (Persian).

Al-Qudah, A. Al-Okaily, M. Alqudah, H (2021). "The relationship between social entrepreneurship and sustainable development from economic growth perspective: 15 'RCEP' countries", Journal of Sustainable Finance & Investment, ISSN: (Print) (Online) Journal homepage: https://www.tandfonline.com /loi/tsfi20, p1-18. (Persian).

Chandna, V. (2022). "Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era", Business Horizons, Vol 65: 1, P21-31.

Christopoulos, T. P., Verga Matos, P., & Borges, R. D. (2024). "An ecosystem for social entrepreneurship and innovation: how the state integrates actors for developing impact investing in Portugal", Journal of the Knowledge Economy, 15(2), 7968-7992

Corbin. G.; Strauss. A. (2015). Basics of qualitative research, Sage.

Creswell, J. W. (2005). Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research.

Duarte Alonso, A., Kok, S., & O'Brien, S. (2020). "Profit is not a dirty word': Social entrepreneurship and community development", Journal of Social Entrepreneurship, 11(2), 111-133.

Ebrahimnia, R. (2016). Social entrepreneurship patterns in non-governmental organizations in Tehran, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University. (Persian).

Fazlipour, S. M., Moltafet, H., Navah, A. R., & Saadabadi, A. A. (2023). "Meta-synthesis of social entrepreneurship development models" Contemporary Sociological Researches, 12(23), 403–433. (Persian).

Fazlipour, S. M., Moltafet, H., Navah, A. R., & Saadabadi, A. A. (2023). "Developing a paradigmatic model for applying social entrepreneurship approach in the field of employment for people

with physical disabilities" Social Welfare, 23(88), 149–181. (Persian).

Halberstadt, J. Niemand, T. Krauscb, S. Rexhepi, G. Jones, P. Kailer, N (2021). "Social entrepreneurship orientation: Drivers of success for start-ups and established industrial firms", Industrial Marketing Management Vol 94, 137-149.

Halid, H., Zawawi, N. H., Fuad, M. M. A., & Yusoff, Y. M. (2023). Innovative Social Solutions: Social Entrepreneurship For Youth Unemployment.

Kabbaj, M. (2016). "A study of the social entrepreneurship ecosystem: the case of Morocco", Journal of Developmental Entrepreneurship, Vol. 21, No. 4, p1-21.

Kumar, P. (2021). "Social entrepreneurship education: Insights from the Indian higher educational courses", Academy of Strategic Management Journal, 20(2).

Li, L. & Yuan, F. (2019). "Integrating Social Entrepreneurship into Higher Education in the New Era, Advances in Social Science", Education and Humanities Research, volume 385.PP163-168.

Mair, J., Marti, I. (2006). "Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight", Journal of World Business 41 (1), 36–44 .

Mokline, B. (2024). "The Dynamics of Social Entrepreneurship in Tunisia after the Revolution of 14 January 2011: The Elements of the Concept, the Elements of the Context and the Elements of Implementation", Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies, 23939575241245630.

Monie, M. M. S., & Geberemeskel, A. N. (2024). "Social entrepreneurship and social innoovation in the entrepreneurial ecosystem in case of china", Ecoforum Journal, 13(2).

Morris, M.H., Santos, S.C. & Kuratko, D. F. (2020). The great divides in social entrepreneurship and where they lead us, Small Bus Econ, https://doi.org/10.1007/s11187-020-00318-y.pp1-18.

Perikangas, S., Kostilainen, H., & Kainulainen, S. (2024). "Co-production of social innovations and enabling ecosystems for social enterprises", International Journal of Public Sector Management, 37(3), 351-369.

Rawhouser, H.; Cummings, M. & L. Newbert S (2017). Social Impact Measurement: Current Approaches and Future Directions for Social Entrepreneurship Research, Entrepreneurship Theory and Practice, sagepub.com/ journals Permissions.nav. DOI: 10.1177/ 1042258717727718.pp1-36.

Shojaati, A. (2017). Evaluation of the social entrepreneurship ecosystem status in Tehran [Master's thesis, Allameh Tabataba'i University]. (Persian).

Sikalieh, D.; Mokaya, SO.; Namusonge, M. (2012). "The Concept of Entrepreneurship; in pursuit of a Universally Acceptable Definition", International Journal of Arts and Commerce, Vol. 1 No. 6 pp128-135.

Stirzaker, R., Galloway, L., Muhonen, J., & Christopoulos, D. (2021). "The drivers of social entrepreneurship: Agency, context, compassion and opportunism", International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, https://doi.org/10.1108/ IJEBR-07-2020-0461.p1-37.

Strauss, A., & Corbin, J. (2011). Foundations of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (E. Afshar, Trans.). Ney Publishing. (Persian).

Volkmann, C. K., Tokarski, K. O., & Ernst, K. (2012). "Background, characteristics and context of social entrepreneurship", in Social entrepreneurship and social business Springer: (pp. 3-30)

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). "A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges", Journal of business venturing, 24(5), 519-532.

Zare, R., & Safari Dashtaki, M. (2019). Designing and explaining the paradigmatic model of social entrepreneurship with a women-headed households empowerment approach (Case study: Imam Khomeini Relief Foundation, Fars). Woman in Development and Politics, 17(1), 147–171. (Persian).

Constructing The Employment and Unemployment Process In The Social Entrepreneurship Ecosystem

Hossein Moltafet (Ph.D)[1], *Seyede Mona Fazelipour*[2]
Abdolreza Navah (Ph.D)[3], *Ali Asghar Saadabadi (Ph.D)*[4]

DOI: 10.22055/QJSD.2026.48929.3034

Abstract:

This study aimed to conduct a sociological analysis of employment and unemployment processes in the social entrepreneurship ecosystem of Khuzestan. Through Grounded Theory and 27 in-depth interviews, 12 main categories were extracted via multi-stage coding, ultimately establishing "Developing Employability within the Social Entrepreneurship Ecosystem" as the core category. The findings indicate that "two-level innovation" and "sustainable support" serves as causal conditions, while attention to "livelihood structures" and "indigenous capacities" act as contextual conditions, both playing fundamental roles in strengthening employability. Conversely, "the lack of social entrepreneurship knowledge formation" and "structural and environmental barriers" emerged as significant intervening conditions. Furthermore, strategies such as "reflexivity in cultural interactions", "training and employability enhancement" and "business process design" were identified as effective approaches to strengthening this ecosystem. The primary contribution of this research is the conceptualization of social entrepreneurship as a social construct. It is shaped within the interplay of contextual factors, strategies, processes, and the consequences of employability development, and is intrinsically linked to meanings, cultural symbols, and social institutions. Accordingly, the theoretical schema of the study was developed based on the paradigm model and validated by experts and participants.

Key Concepts*: Employability, Two-Level Innovation, Social Entrepreneurship, Sustainable Support*

[1] Associate Professor, Department of Sociology. Faculty of Economics and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran (Corresponding Author), moltafet_h@scu.ac.ir
[2] Ph.D in Social Problems of Iran, Department of Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, mfazeli139@scu.ac.ir
[3] Associate Professor, Department of Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, navah-a@scu.ac.ir
[4] Assistant Professor, Institute for Fundamental Studies of Science and Technology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran, a sadabadi@sbu.ac.ir

© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).