

اللَّهُ أَحْمَدُ



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی هرمزگان

واحد پژوهش‌های اتاق هرمزگان

عنوان پژوهش : کارآفرینی اجتماعی در اقتصاد استان هرمزگان

تهیه کننده : سید امید جعفریان، راضیه حدادبندری

ناظر علمی : دکتر پیام رضایی

طبقه بندی موضوعی : علوم اقتصادی

واژه‌های کلیدی : کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، توسعه اقتصادی

فهرست :

- ❖ چکیده..... ۱
- ❖ مقدمه..... ۱
- ❖ انواع کار آفرینی اجتماعی..... ۳
- ❖ ویژگی کار آفرینان اجتماعی..... ۴
- ❖ تفاوت کار آفرینی اجتماعی و اقتصادی..... ۴
- ❖ نقش کار آفرینی در رشد و توسعه اقتصادی..... ۵
- ❖ کار آفرینی اجتماعی و نقش آندر توسعه روستایی..... ۶
- ❖ بررسی وضعیت بیکاری در استان هرمزگان..... ۷
- ❖ موانع کار آفرینی در مناطق ویژه اقتصادی استان هرمزگان..... ۸
- ❖ بحث و نتیجه..... ۱۰
- ❖ منابع..... ۱۲



❖ چکیده

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

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، توسعه اقتصادی

❖ مقدمه

واژه کارآفرینی بیش از دو قرن نیست که در ادبیات مدیریت و اقتصاد وارد شده و مانند سایر واژه‌ها تغییرات زیادی به خود گرفته و از رشد تکاملی برخوردار بوده‌است. کارآفرینی ابتدا در نظریه‌های اقتصادی تبلور یافته و به عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت و یا ارزش اقتصادی شناخته شده و از قرن پانزدهم تاکنون، در کانون مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته‌است. مبحث جدیدتری که در عرصه‌ی کارآفرینی و در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی مورد توجه قرار گرفته، کارآفرینی اجتماعی است. این مقوله در صورتی که در جامعه نهادینه شود می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات اجتماعی ایفا کند. این نوع کارآفرینی (کارآفرینی اجتماعی)، منفعت موسسه اجتماعی را با تصویری از انضباط، نوآوری و وابستگی اجتماعی بیان می‌دارد و ریشه در تعاملات انسانی و روابط اجتماعی بشری دارد. کارآفرینان اجتماعی نگرش‌های خلاقانه برای حل مسائل اجتماعی را جهت ایجاد ارزش اجتماعی به کار می‌برند و دارای ویژگی‌های خاص خود؛ یعنی عاملان تغییر در بخش اجتماعی، پذیرش مأموریت برای ایجاد و بقای ارزش اجتماعی، شناسایی و ترغیب فرصت‌های جدید به وسیله منابع در دسترس که در نهایت به ارزش‌سازی اجتماعی و بقا موسسه اجتماعی منجر می‌گردد، هستند.



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

امروزه در شرایط پر تغییر کسب و کار جهانی، همواره نوآوری و تغییر بر کانون صنایع مناطق ویژه اقتصادی اثرگذار بوده‌اند. همچنان که رقابت جهانی در این حوزه افزایش می‌یابد، مناطق ویژه اقتصادی نیز به منظور حصول مزایای رقابتی بیشتر، از طریق نوآوری ماهیت خود را نمایان می‌سازند. از این رو، یکی از راه‌هایی که باعث می‌شود مدیران و بازاریابان صنایع همچنان در عرصه رقابتی باقی بمانند، این است که کارآفرین باشند کارآفرینی مسیری را به صاحبان مشاغل ارائه می‌دهد که قصد دارند عملکردشان را بالا ببرند، مدیریت دانش نیز به نوبه خود باعث کارآفرینی می‌شود و آن را منبع و مرجع اصلی نوآوری و کارآفرینی دانسته‌اند. با توجه به مطالب گفته شده، به وضوح نقش تاثیرگذار مدیریت بر کارآفرینی درک می‌شود؛ بخصوص در سازمان‌ها و مناطق ویژه اقتصادی که بخاطر توجه بیشتر به سود و منفعت سازمان و رقابت زیاد بین این بخش، نوآوری و کارآفرینی پایه و اساس بقای سازمان می‌باشد. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که وجود تحقیقی که ارتباط بین مدیریت مناطق ویژه اقتصادی و میزان کارآفرینی در مدیران را بسنجد ضروری است.

توسعه، همیشه مطابق روندهای طبیعی اتفاق نمی‌افتد، یک کشور ممکن است منابع خوبی داشته باشد اما از آنها استفاده درستی نشده و یا حتی بلا استفاده مانده باشد. استفاده مناسب از منابع تولید، کالاهای اقتصادی و رشد و توسعه از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه امکان پذیر است. این امر مسیر نیست مگر، با وجود کار آفرینی که توانایی سازماندهی عوامل تولید و ایجاد فعالیت



کارآفرینی را در جامعه داشته باشد. کارآفرینی مزایای بسیاری دارد که در ذیل به صورت کلی بین می شود.

- **استقلال:** مالکان کسب و کار مجبور نیستند از دستورات و ساعات کاری تبعیت کنند که فرد دیگری آنها را تعیین کرده است. آنها باید برای راضی نگه داشتن مشتریان خود تلاش کنند، اما چگونگی ساماندهی یک روز کاری به خودشان بستگی دارد.

- **رضایت:** تبدیل یک مهارت، عادت یا موضوع مورد علاقه خود به کسب و کار، بیش از پرداختن به شغلی که مورد علاقه نیست، رضایت بخش خواهد بود.

- **پاداش های مالی:** اکثر فرصت های بزرگ را کارآفرینان شکل داده اند.

- **خودباوری:** دانستن اینکه کالا، محصول یا خدمتی ارزشمند تولید کرده اند، حس موفقیت عمیقی خواهد بخشید

❖ انواع کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی به سه نوع دسته بندی شده است:

(۱) **کارآفرینی اجتماعی یکپارچه:** هر فعالیت اقتصادی که به طور روشن و به منظور ایجاد دستاوردهای مثبت اجتماعی بر پایه ی ارزش ها و نیازهای اجتماعی طراحی شده باشد، کارآفرینی اجتماعی یکپارچه به شمار می آید.

(۲) **کارآفرینی اجتماعی توزیع مجدد:** هر فعالیت اقتصادی که در یک سازمان و یا نهاد غیرانتفاعی انجام شود تا به وسیله آن از توانایی ها و فرصت های موجود برای کاهش هزینه ها و یا افزایش درآمدها و تنوع بخشی به آن استفاده کنند، از نوع تفسیر مجدد است.

(۳) **کارآفرینی اجتماعی مکمل:** هرگاه یک سازمان یا نهاد غیرانتفاعی بخش نوینی را برای فعالیت های اقتصادی خود به طور رسمی تاسیس کند تا از منافع آن هزینه های بخش غیرانتفاعی خود را تامین کند، مبادرت به کارآفرینی اجتماعی مکمل کرده است.



❖ ویژگی کارآفرینان اجتماعی

شش ویژگی عمده‌ی کارآفرینان اجتماعی به شرح زیر است:

۱. آنها عاملان تغییر در بخش اجتماعی هستند؛
۲. برای خلق و نگهداری مأموریت اجتماعی ارزش تعریف می‌کنند؛
۳. این افراد مجدانه در پی کشف و پیگیری فرصت‌های جدید برای رسیدن به هدف هستند؛
۴. آنها به طور مداوم خود را درگیر فرآیند نوآوری، یادگیری و انطباق می‌کنند؛
۵. آن‌ها بیباکانه و بدون محدود شدن توسط منابع در دسترس، فعالیت می‌کنند؛
۶. کارآفرینان اجتماعی نسبت به مخاطبان خود پاسخگو هستند.

❖ تفاوت کارآفرینی اجتماعی و اقتصادی

برای شناسایی تفاوت‌های میان کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی اولین قدم آن است که معنای ضمنی لغت ((اجتماعی)) را مدنظر قرار دهیم، چراکه در واقع این لغت وجه تمایز دو نوع از کارآفرینی بوده و بدان معناست که میان اجتماعی و غیراجتماعی بودن فعالیت تفاوت وجود دارد. براین اساس کارآفرینی اجتماعی در برگیرنده فعالیت‌هایی است که در راستای پیشبرد اهداف اجتماعی انجام می‌شود. در اهداف اجتماعی حضور بیش از یک فرد مطرح است و منافع به گروه یا جمعی از افراد خواهد رسید. در بیشتر مباحث مربوط به کارآفرینی اجتماعی تمرکز بر فرآیندی است که طی آن رفتارهای خاصی برای تعقیب اهداف اجتماعی شکل می‌گیرد.

براساس دو تعریف زیر کارآفرینی اجتماعی را از کارآفرینی سنتی متمایز کرده‌اند:

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



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

❖ نقش کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی

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

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

واقعیت امر این است که توسعه در کشور ما مستلزم ظرفیت‌سازی کارآفرینانه در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه است. این امر منجر به پرورش افرادی می‌شود که



می‌توانند در بخش‌های مختلف جامعه کسب و کارهای نوین ایجاد کنند، ظرفیت‌های موجود را توسعه دهند و با نوآوری، مشکلات جامعه، دولت و بخش عمومی را کاهش دهند. در صورت تحقق این هدف مهم، از ظرفیت‌های بالقوه در جامعه حداکثر استفاده به عمل خواهد آمد و اشتغال‌زایی، عدالت و رفاه اجتماعی، توسعه پایدار، کیفیت زندگی نشاط و امید به زندگی در این مناطق را به دنبال دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهند که رشد بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی افزایش یافته است. رفع معضل بیکاری دانش‌آموختگان با آموزش مهارت‌های کار آفرینانه به دانشجویان و دانش‌آموختگان همه رشته‌ها از یک سو و توسعه انواع رشته‌ها و گرایش‌های جدید کار آفرینی در کنار سایر دروس رشته‌های موجود از سوی دیگر ممکن خواهد بود. از این طریق تعداد بیشتری از دانش‌آموختگان به سوی تاسیس کسب و کار و ایجاد اشتغال برای سایر بیکاران گام بر خواهند داشت. به عبارت دیگر با توسعه کار آفرینی در کشور ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی معضل انبوه سایر بیکاران نیز مرتفع خواهد شد. استفاده از ظرفیت‌های موجود و توسعه فناوری پیشرفته به وجود افراد خلاق، نوآور و کار آفرین در جامعه نیاز دارد. این نیاز در همه بخش‌ها و رشته‌ها مشهود و ملموس است. بنابراین توسعه کار آفرینی برای تامین این نیازها و دستیابی به این اهداف ضروری است.

❖ کار آفرینی اجتماعی و نقش آن در توسعه روستایی

کارآفرینان اجتماعی می‌توانند ضمن ایجاد فرصت‌های مناسب منحصر به نیازهای محلی، به توسعه مدل توسعه پایدار کسب و کار کمک کنند. این امر همچنین به کشور کمک می‌کند تا تمرکز بیشتری بر روی تحقیق و توسعه داشته باشد و نوآوری در اقتصاد روستایی به پیشرفت و آبادانی جامعه روستایی کمک می‌کند.

توسعه اقتصاد روستایی یکی از شاخص‌های اصلی موفقیت یک کشور است. خواه این توسعه در تامین نیازهای رفاهی کشاورزان، دامداران و... باشد یا مهیا نمودن بسترهای سرمایه‌گذاری، همچنین تامین زیرساخت‌های روستایی باشد.



بهترین راه ، بررسی " مشارکت مردم " است که می تواند ارزش افزوده و بازدهی بهتری داشته باشد. کارآفرینی اجتماعی توانایی دستیابی به راه حل های نوآورانه توسط مشاغل برای حل مشکلات مختلف اجتماعی است. از دیدگاه توسعه روستایی، کارآفرینان اجتماعی می توانند با کمک به تحول اجتماعی اقتصادی، خلاءهای اجتماعی را پر کنند.

❖ بررسی وضعیت بیکاری در استان هرمزگان

براساس اطلاعات به دست آمده از مرکز آمار ایران اطلاعات اقتصادی استان هرمزگان به شرح زیر می باشد.

استان	جمعیت	نرخ رشد جمعیت	نرخ بیکاری	نرخ مشارکت اقتصادی	نرخ باسوادی
هرمزگان	۱۷۷۶۴۱۵	۲.۳۹٪	۱۳.۲٪	۴۲.۶٪	۸۷.۸۴

همانطور که از جدول بالا مشخص است وضعیت بیکاری در استان ذکر شده بحرانی است و طبق آمار موجود رتبه ۵ در کشور در پایان سال ۱۴۰۰ را در شاخص بیکاری دارا است. اما در مورد دلایل بیکاری در این استان موارد زیادی ذکر شده است که از جمله آن می توان به تحریم ها، واردات بی رویه و حمایت نکردن از تولید و صنعت داخلی، رشد جمعیت در طول سی سال گذشته و عدم تمهیدات کافی برای انتقال، رشد پایین اقتصادی، افزایش تعداد دانشجویان، اشباع دستگاه های دولتی و مهاجرپذیری اشاره کرد. لذا کارآفرینی و به طور خاص کارآفرینی اجتماعی با ویژگی هایی که دارد می تواند عاملی در جهت بهبود وضعیت اشتغال در استان باشد.

❖ ضرورت کارآفرینی در مناطق ویژه اقتصادی استان هرمزگان

امروزه بسیاری از صنایع به لزوم کارآفرینی پی برده اند. در واقع این گونه تغییر گرایش در استراتژی، در پاسخ به سه نیازی است که بر صنایع مختلف تحمیل گردیده است: افزایش سریع رقباتی جدید. ایجاد حس بی اعتمادی نسبت به شیوه های مدیریت سنتی در کارخانجات، خروج بهترین نیروهای کار از صنایع و اقدام آنها به کار آفرینی مستقل، در خصوص نخستین مورد، یعنی رقابت باید اشاره نمود که این عامل با شتابی که در سال های اخیر به خود گرفته تمامی



صنایع را به ستوه آورده و حتی صنایعی را که در فناوری‌های پیشرفته فعالیت دارند نیز امروزه با رقبای بسیاری مواجه نموده است سرعت نوآوری و ارائه محصولات جدید به قدری سرعت یافته که تغییرات، ابتکارات و بهبودها به امری عادی در بازارهای محصولات مناطق ویژه اقتصادی استان هرمزگان تبدیل شده است. از این رو مناطق ویژه اقتصادی استان هرمزگان با باید به نوآوری بپردازند یا اینکه محکوم به فنا می‌باشند. دوم اینکه با توجه به حرکت سریع محیط به سوی پیچیدگی بیشتر و عدم پایداری در شرایط محیطی و بازار، شیوه‌های سنتی مدیریت نمی‌تواند پاسخگوی اینگونه چرخش‌های شدید در محیط بوده و عدم تطبیق سریع آن با شرایط تصمیم‌گیری در چنین محیط‌های جدیدی، نوعی بی‌اعتمادی را نسبت به سبک‌های مدیریت سنتی مناطق ویژه اقتصادی استان هرمزگان ایجاد نموده است. سومین مشکل، ترک شایسته‌ترین افراد شرکت‌ها و صنایع مختلف برای اقدام به کارآفرینی مستقل می‌باشد. از علل اصلی تشویق افراد به ترک صنایع خود می‌توان به پاداش‌های حاصل از کارآفرینی مستقل همچون رفاه اقتصادی و اجتماعی، شهرت و استقلال در تصمیم‌گیری اشاره نمود و همین عوامل سبب می‌شود تا کارکنان جوان و با سابقه شرکت‌ها و صنایع مناطق ویژه اقتصادی استان هرمزگان بیش از پیش به کارآفرینی و با سهولت بیشتری نسبت به گذشته برای تحقق فکرها و اجرای پروژه‌هایشان به منابع مالی دست پیدا کنند. به طور کلی پیشرفت سریع فناوری، تغییر روندهای جمعیت شناختی همچون افزایش سطح تحصیل، اشتغال زن و مرد به کار در خانواده‌ها، و افزایش طول عمر و سالخوردگی جمعیت و حضور اثربخش بازارهای سرمایه و آشنایی بیش از پیش مدیران با پدیده کارآفرینی سبب گردیده تا گرایش به کارآفرینی در استراتژی صنایع شدیداً مورد تأکید قرار گیرد.

❖ موانع کار آفرینی در مناطق ویژه اقتصادی استان هرمزگان

از آنجا که کارآفرینی در مناطق ویژه اقتصادی استان هرمزگان بعنوان یک راهبرد اثربخش برای توسعه اقتصادی و اجتماعی این منطقه شناخته شده است؛ بنابراین کار آفرینی به معنی فرایند کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور ارزش آفرینی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بوده و پایه و اساس توسعه پایدار و همه جانبه تلقی می‌شود. امروزه توسعه کارآفرینی،



به عنوان اجرایی ترین و عملی ترین استراتژی برون رفت از بن بست ها و مشکلات اقتصادی و اجتماعی در استان هرمزگان نیازمند شناسایی و رفع موانع آن است. موانع و چالش های توسعه کارآفرینی در سازمان ها از سه بعد عوامل ضدانگیزشی، موانع قانونی و محیط کسب و کار، ماهیت ساختار سازمانی مورد بررسی قرار می گیرد.

الف) عوامل ضدانگیزشی کارآفرینی

- ۱- خطرپذیری مالی زیاد (ترس از دست دادن سرمایه شخصی).
- ۲- دستیابی به منابع مالی برای سرمایه گذاری (ترس از ناتوانی تهیه منابع مالی کافی برای راه اندازی کسب و کار).
- ۳- موانع اداری (نگرانی از عدم امکان تأمین الزامات قانونی).
- ۴- هزینه ها و خطرات اجتماعی (نگرانی از فقدان احتمالی امنیت اجتماعی).
- ۵- فساد اداری.
- ۶- فقدان مهارت ها (ترس از نداشتن مهارت و تجربه مناسب و کافی).

ب) موانع قانونی توسعه کارآفرینی در زمینه های قانون و مقررات بانکی، مالیاتی، قانون کار، صادرات و واردات، مالکیت معنوی و ثبت اختراع.

ج) ارزیابی محیط کسب و کار از نظر کارآفرینان برگزیده

بررسی موانع و مشکلات کارآفرینی بدون بررسی و شناخت محیط کسب و کار کامل نخواهد بود. مطابق نظر کارآفرینان برگزیده، نارسایی های محیط کسب و کار برای شرکت های جدید و در حال رشد، به ترتیب اهمیت عبارت است از: فقدان زیرساخت های تجاری، تخصصی و حرفه ای مورد نیاز شرکت های جدید و در حال رشد. عدم حمایت هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از کارآفرینی، نبود زیرساخت های مناسب فیزیکی برای شرکت های جدید و در حال رشد. فقدان وجود حمایت مالی کافی برای شرکت های جدید و در حال رشد. مهمترین بعد موانع کارآفرینی از بعد سازمانی ماهیت سازمان های بزرگ می باشد که شرکت های بزرگ برای انجام فعالیت های کارآفرینانه مشکلاتی دارند که به وسعت و ماهیت خاص آنها ارتباط می یابد نیاز به سودهای کوتاه مدت و شیوه های نادرست پاداش از دیگر موانع کارآفرینی است.



❖ بحث و نتیجه

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

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

وضعیت بحرانی بیکاری و عدم وجود شغل اداری برای تمام جوانان از ویژگی‌های بارز این استان است، لذا با آموزش و آشنایی افراد و خانواده‌ها با کارآفرینی اجتماعی می‌توان گامی موثر در جهت بهبود وضعیت اقتصادی استان‌های مذکور برداشت. براین اساس پیشنهاد‌های زیر مطرح است:

- ایجاد شبکه‌ها و انجمن‌های کارآفرینی اجتماعی به طوری که افراد در قالب گروه بتوانند فعالیت‌های بیشتری داشته‌باشند و دامنه تاثیرگذاری فعالیت‌های آنان افزایش یابد.
- تشکیل اجتماعات محلی مانند انجمن‌ها و شوراهای محلی، تشکیل گروه‌های همسالان و هیئت‌های مذهبی و جزآنکه سرمایه اجتماعی مهمی می‌باشند، تقویت شوند و جلسات هم‌اندیشی در محلات برگزار شود.
- ریشه بسیاری از آسیب‌های اجتماعی در ناآگاهی مردم است؛ به آموزش و اطلاع رسانی به آحاد مردم توجه جدی شود. بدین منظور کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌های مختلف و برای گروه‌های سنی مختلف در محلات برگزار شود.
- تشکیل کارگاه‌های آموزشی در مدارس برای آگاهی بخشی به دانش‌آموزان بسیار مفید است. مشاوره در سراهای محلات نیز در زمره فعالیت‌هایی است که باید به طور جدی پیگیری شود.
- برپایی نمایشگاه‌های ترویجی، جشنواره‌ها و همایش‌های ترویجی تاثیرگذار است.



- ایجاد بازارچه‌های خوداشتغالی و کارآفرینی باید رونق پیدا کند. از آنجا که بسیاری از افراد توانایی بازاریابی و فروش محصولات خود را ندارند، این بازارچه محلی برای فروش و معرفی محصولات این افراد است.
- به آموزش مهارت‌های کسب و کار توجه شود. این آموزش‌ها علاوه بر اینکه مهارت‌های ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار را در برمی‌گیرد، باید مهارت‌های حین کار را نیز در برمی‌گیرد.
- عدم هماهنگی سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف مشکل بسیاری از کارآفرینان اجتماعی است، لذا باید در این زمینه هماهنگی‌های لازم انجام گیرد. در واقع باید متولی هماهنگی به طور دقیق مشخص و نقش محوری در این زمینه رسماً به وی واگذار شود.
- یک بعد از مدیریت دانش نمی‌تواند تاثیر زیادی بر روی کارآفرینی داشته باشد و باید همه ابعاد آن را برای تاثیر بیشتر در نظر گرفت.
- به عوامل اثرگذار بر مدیریت دانش از قبیل اعتماد افراد به یکدیگر، گرایش کارآفرینانه، فرهنگ و غیره توجه بیشتری شود.
- پیشنهاد می‌شود مدیران تقویت مدیریت دانش را در اولویت کارها قرار دهند.
- در تسهیم دانش، تعاملات و ارتباطات اثربخش از فاکتورهای مهم می‌باشد، پیشنهاد می‌شود مدیران به این موضوع اهمیت ویژه‌ای داشته باشند.
- کارآفرینی می‌تواند از طریق آموزش آموخته شود، بنابراین آموزش مدیران صنایع می‌تواند کیفیت خدمات آن‌ها را ارتقا دهد.
- چالش‌های موجود بر سر راه صنایع برای پیاده سازی کار آفرینی بررسی شود.



❖ منابع

۱. آراستی، ملکی کرم‌آباد، متوسلی، عوامل نهادی تاثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی، توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم.
۲. بازیار، شناسایی الگوی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در موسسات خیریه شهر تهران.
۳. نعیمی، پزشکی‌راد، چیزری، نگاهی بر نقش آموزش کارآفرینی در ایجاد اشتغال، اولین همایش نوآوری و کارآفرینی.
۴. سیدامیری، بررسی ابعاد کارآفرینی اجتماعی، وبسایت همیاری و اشتغال دانش‌آموختگان.
۵. علی‌میری، کارآفرینی اجتماعی ((مروری بر زمینه‌های سیاسی و اجتماعی))، نشریه دانش مدیریت.
۶. مقیمی، کارآفرینی موضوعی میان‌رشته‌ای و فراگیر، ماهنامه تخصصی بازاریابی.
۷. Babu, Suresh and Pinstруп Andersen, Social Innovation and Developing Capacity to Reduce Poverty and Entrepreneurship: Institute. International Food Policy Research Hunger,
۸. Austin J, Sterenson H, Wei-Skillern J. Social and commercial Different or Both? ENTREPRENEURSHIP Entrepreneurship: same, THERY and PRACTICE, Baylor university
۹. Vesper, K, Gartner, W. Measuring progress in entrepreneurship Business Venturing, pp. education, Journal of
۱۰. Dees J, Ernerson J, Economy, Enterprising Nonprofits: A Toolkit Entrepreneurs, John Wiley and Sons, Inc. for social
۱۱. social entrepreneurship: some important distinction