

بررسی ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های دولتی

(مورد مطالعه: اداره کل امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد)

رسول مالکی*، حمید بیلاق چغاخور**، مصطفی احمدوند***

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۳/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۱/۱۲

چکیده

ایران در مسیر توسعه است و مقوله کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به سرعت دادن روند پیشرفت کشور کمک کند. در صورتی که کارآفرینی اجتماعی بین کارکنان دولت نهادینه شود، می‌تواند راه‌حلی پایدار و قابل اجرا برای مسائل مختلف باشد. بر این اساس، هدف از پژوهش حاضر، مطالعه ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی کارکنان امور عشایر است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از

* دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه مدیریت توسعه روستایی دانشکده کشاورزی دانشگاه یاسوج.

r_maleki_r@yahoo.com

(نویسنده مسئول).

** دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه مدیریت توسعه روستایی دانشکده کشاورزی دانشگاه یاسوج.

hchogha@yahoo.com

*** دانشیار ترویج و توسعه کشاورزی، گروه مدیریت توسعه روستایی دانشکده کشاورزی، دانشگاه یاسوج.

mahmadvand@mail.yu.ac.ir

نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق ساخته براساس نظریه دیس بود که روایی آن به تأیید اساتید و کارشناسان صاحب‌نظر رسید. برای تعیین پایایی پرسش‌نامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد (۰/۸۴). نتایج مطالعه نشان داد که میزان کارآفرینی اجتماعی کارکنان اداره کل امور عشایر کهگیلویه و بویراحمد دارای دامنه تغییرات ۴/۳۳ تا ۸/۵۴ است. برای بررسی کارآفرینی اجتماعی در جامعه آماری مورد بحث، سه گروه به صورت گروه اول، دارای کارآفرینی اجتماعی پایین، گروه دوم، کارآفرینی اجتماعی متوسط و گروه سوم، کارآفرینی اجتماعی بالا، نام‌گذاری شدند. نتایج آزمون کروسکال والیس نشان داد که سه گروه، از نظر هر پنج متغیر کارآفرینی اجتماعی (مأموریت‌گرایی، پشتکار، نوآوری، شهامت و مسئولیت‌پذیری) با هم تفاوت معنی‌داری در سطح ۰/۰۱ دارند. همچنین از نظر جامعه آماری، شیوه مناسب مدیریت، مهم‌ترین عامل اثرگذار در ویژگی‌های شخصیتی افراد است.

مفاهیم کلیدی: کارآفرینی اجتماعی، ویژگی‌های کارآفرینانه، امور عشایر، کهگیلویه و بویراحمد.

مسئله پژوهش

اگر چه کارآفرینی اجتماعی پدیده‌ای نوظهور نیست و در دوره‌های مختلف وجود داشته و تحت تأثیر عوامل و بسترهای مختلف اجتماعی، اقتصادی و نهادی فراز و فرود داشته است، لیکن نظریه‌پردازی و ادبیات علمی در این حوزه کم‌تر از سه دهه قدمت دارد و به‌عنوان رویکردی نو و اثربخش در حل مسائل و کاستی‌های پیش‌آمده امروزی در جامعه و گروه‌های اجتماعی با استقبال دانشمندان رشته‌های مختلف از جمله جامعه‌شناسی، مدیریت، امور مالی، علوم سیاسی، روان‌شناسی و آموزش و پرورش مواجه شده است (لنر و کانسیکاس^۱، ۲۰۱۱: ۴).

1. Lehner and Kansikas

ارزشی که سرمایه کارآفرینانه در فرایند تغییر نهادی دارد عبارت است از: (۱) اقدام کارآفرینانه در محیط اجتماعی یا سازمانی؛ (۲) ایجاد شرایط حمایتی و مفید برای همکاری منابع داخلی و خارجی برای کارآفرینی؛ (۳) تسهیل امور با فرایند کارآفرینی (Aggestam, 2014: 165). ایده کارآفرینی اجتماعی حل مسائل اجتماعی با رویکردهای کارآفرینی بوده و برای توسعه الگوها و روش‌هایی نوین در قرن جدید به کارآفرینان اجتماعی نیاز است (انصاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۷). اهمیت کارآفرینی اجتماعی به این دلیل است که در پی یافتن راه‌حلی اثرگذار و پایدار است که در بیش‌تر نقاط جهان قابلیت اجرا داشته باشند. کشور ما نیز در مسیر برداشتن گام‌هایی به سمت توسعه و پیشرفت بوده و مطرح کردن مقوله کارآفرینی اجتماعی در ایران می‌تواند به سرعت‌بخشی روند پیشرفت کمک کند. کارآفرینان اجتماعی با بهره‌برداری از فرصت‌هایی که دیگران نادیده می‌گیرند، نسبت به رشد جامعه با رویکردهای جدید و خلق راه‌حلی برای بهبود وضع آن اقدام می‌کنند (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳). در این میان، دولت‌ها، به‌عنوان نهاد حکومتی، مسئولیت برقراری عدالت اجتماعی و اقتصادی جامعه و فراهم آوردن زیربنای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری محیط کسب و کار را برعهده داشته‌اند. کارکنان دولت که سلول‌های تشکیل‌دهنده بدنه دولت تلقی می‌شوند، فارغ از مسئولیت اداری خود، سرمایه‌ها و ظرفیت‌های کشور محسوب شده و به دلیل شناختی که از اهداف و راهبردهای دولت دارند، بهتر و سریع‌تر می‌توانند پیام شراکت مردم در امور مربوطه را درک و اجرایی کنند. بنابراین بهره‌برداری از تمام توان و ظرفیت‌های کارکنان دولت و همچنین شناسایی و استفاده از خصوصیات کارآفرینانه اجتماعی آنان در پیشبرد اهداف اجتماعی و سازمانی یاری‌رسان خواهد بود.

یک گروه از این کارکنان دولت، کارکنان سازمان امور عشایر است. سازمان امور عشایر در راستای تعهد قانونی خود موظف به پی‌گیری و عملیاتی کردن راهبردهای توسعه جامعه عشایری و به تبع آن دستیابی به اهداف توسعه‌ای است. ماهیت قریب‌به‌اتفاق برنامه‌های توسعه‌ای عشایر بیش از آن‌که اقتصادی باشد، دارای صبغه

توسعه اجتماعی است. بنابراین، این سازمان را می‌توان سازمانی خدمت‌رسان غیرانتفاعی دولتی با مأموریت اجتماعی تلقی کرد که رسالت اصلی آن ایجاد تغییرات و اصلاحات نهادی و اجتماعی در جامعه عشایری به منظور آماده‌سازی آنها برای تطبیق‌پذیری و سازگاری هرچه بیش‌تر در تعامل با شرایط و محیط پویای اقتصادی و اجتماعی است.

اداره کل امور عشایر کهگیلویه و بویراحمد از جمله دستگاه‌های تابعه سازمان امور عشایر ایران است که تعداد ۱۱۱۲۰ خانوار عشایری را با جمعیتی بالغ بر ۷۰ هزار نفر که ۱۱ درصد جمعیت استان است، تحت پوشش خدمات توسعه‌ای دارد. این اداره کل، دارای چهار اداره در شهرستان‌های بویراحمد، گچساران، کهگیلویه و بهمئی و مجموع ۶۲ نفر نیروی انسانی است. از آن‌جا که ارتباط قوی و استفاده از آگاهی، توانایی و مهارت مردم، برنامه‌ریزان و مجریان به همبستگی گروهی و تدوین و دستیابی بهتر و منسجم‌تر اهداف و ظهور آثار مثبت بیش‌تری منجر می‌شود، استفاده از سرمایه‌های انسانی و اجتماعی کارکنان اداره کل امور عشایر و توان بالقوه کارآفرینی اجتماعی آنان، برای پیشبرد اهداف یاری‌رسان خواهند بود. بهره‌گیری از ظرفیت‌های کارآفرینی اجتماعی کارکنان اداره امور عشایر فرصتی مغتنم و رویکردی مشارکتی برای رسیدن به توسعه و همسو با جهاد اقتصادی و اقتصاد مقاومتی محسوب می‌شود.

در صورتی که مقوله کارآفرینی اجتماعی در بین کارکنان دولتی به‌عنوان سرمایه‌های انسانی و اجتماعی حکومت‌ها برای اداره و توسعه جامعه، نهادینه شود، می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات اجتماعی ایفا کند. بر این اساس، هدف از پژوهش حاضر مطالعه کارآفرینی اجتماعی در بین کارکنان سازمان امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد است و سعی شده تا با ارائه مفهوم کارآفرینی اجتماعی و ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی، گامی در مسیر شناساندن بهتر این مقوله برداشته شود.

پیشینه پژوهش

انصاری و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی، ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در مؤسسات خیریه استان تهران را بررسی کرده‌اند. براساس نتایج آنها، کارآفرین اجتماعی، از نظر ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری دارای ابعاد مشترکی با کارآفرین اقتصادی است اما، افزون بر این دارای ابعاد شخصیتی و رفتاری خاص خود بوده و دو ویژگی برخورداری از سرمایه اجتماعی فردی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، از شاخصه‌های مهم کارآفرین اجتماعی هستند.

صالحی صدقیانی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مشخصه‌های رفتاری» به بررسی بعد رفتاری کارآفرینی اقدام کرده و با استخراج و بررسی این مشخصه‌ها و ترکیب آن با نوع‌شناسی کارآفرینی، الگوی جدیدی را ارائه کرده است. یافته‌های پژوهش ترتیب اهمیت و اولویت متغیرهای رفتاری ۱۵ گانه کارآفرینی اجتماعی را به شرح زیر نشان می‌دهد: متغیرهای نوآوری، باور به کارآفرینی، جست‌وجوی روش‌های جدید برای ایجاد سرمایه اجتماعی، شناسایی و شکار فرصت‌ها، جست‌وجوی فرصت‌های جدید و خلاقیت، شناسایی منابع بدون استفاده برای تأمین نیازها، مدیریت خطر، استفاده خلاق از منابع محدود، اجرای قوی و آینده‌مداری، پاسخگویی، برقراری ارتباط بلندمدت با مشتریان و ارباب رجوع و رهبری جاه‌طلبانه و متغیر فضاوت‌های متعادل و منصفانه.

عرب (۱۳۹۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود، با استفاده از دو پرسش‌نامه سنجش رهبری تحولی بس و اولیو (۱۹۸۵) و پرسش‌نامه محقق‌ساخته کارآفرینی اجتماعی براساس نظریه دیس (۱۹۹۸ و ۲۰۰۱)، به بررسی سبک رهبری تحولی و نقش آن در کارآفرینی اجتماعی کارکنان پرداخته و به این نتایج دست یافته است: ۱) میزان انطباق رفتاری مدیران با سبک رهبری تحولی و همچنین میزان کارآفرینی اجتماعی کارکنان در دانشگاه فردوسی و دانشگاه‌های غیردولتی خیام و سجاد بالاتر از حد

متوسط بود؛ ۲) بین سبک رهبری تحولی و کارآفرینی اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود داشت و سبک رهبری تحولی مدیران قابلیت پیش‌بینی کارآفرینی اجتماعی کارکنان را در دانشگاه فردوسی و دانشگاه‌های غیردولتی خیام و سجاد داشت؛ ۳) بین میزان کارآفرینی اجتماعی دو گروه دانشگاه دولتی (فردوسی) و غیردولتی (خیام و سجاد) تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد؛ ۴) تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی جنسیت و سن کارکنان روی میزان انطباق رفتاری مدیران با سبک رهبری تحولی و همچنین تأثیر رشته تحصیلی کارکنان روی میزان کارآفرینی اجتماعی آنها در هر دو گروه دانشگاه‌ها معنی‌دار نشد؛ ۵) اما دو متغیر جنسیت و سن کارکنان روی میزان کارآفرینی اجتماعی آنان در دانشگاه‌های غیردولتی خیام و سجاد تأثیرگذار بود؛ در حالی که تأثیرگذاری این دو متغیر روی کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه فردوسی مشاهده نشد.

هاردینگ^۱ (۲۰۰۶)، در گزارشی به بررسی کارآفرینی اجتماعی پرداخته است. او داشتن نگرش مثبت به موضوعات، دیدن فرصت‌های جدید، نترسیدن از شکست و تبدیل فرصت‌ها به کسب و کار را از ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی می‌داند. همچنین در بخشی از این گزارش آمده است: مردان بیش‌تر از زنان کارآفرین اجتماعی هستند (۳/۶ درصد در مقابل ۲/۸ درصد) و جوانان نسبت به سایر گروه‌های سنی پتانسل کارآفرینی اجتماعی دارند (۳/۹ درصد در مقابل ۲/۸ درصد). در نهایت باید گفت که کارآفرینان اجتماعی، اجتماع‌محور و بسیار بر شبکه و ساختارهای پشتیبانی متکی هستند.

لپوتره^۲ و همکاران (۲۰۱۳)، در پژوهشی با عنوان «طراحی روش‌شناسی استاندارد برای سنجش فعالیت کارآفرینی اجتماعی» در ۴۹ کشور جهان (از جمله ایران) با تعداد بیش از ۱۵۰ هزار پاسخگو به مطالعه کارآفرینی اجتماعی پرداخته و کشورهای مختلف را با یکدیگر مقایسه کرده‌اند. این پژوهشگران دریافتند، در کشورهایی که دارای نرخ

1. Harding
2. Lepoutre

بالای کارآفرینی متعارف هستند، کارآفرینی اجتماعی نیز بیش‌تر است. همچنین، با وجود تعاریف متفاوتی که از کارآفرینی اجتماعی صورت گرفته است، اما به‌نظر می‌رسد کارآفرینی اجتماعی در سه ویژگی برجسته شامل مأموریت اجتماعی، اهمیت نوآوری و نقش اکتساب درآمد، از کارآفرینی معمول یا کارآفرینی خیریه‌ای متفاوت باشد. این پژوهش به دنبال آن بوده است که روشی را بیابد تا بتواند سنجش کارآفرینی را با توجه به تعاریف مختلفی که برای آن وجود دارد در نقاط مختلف جهان محقق سازد. برای این منظور، ابتدا برای دستیابی به یک توافق بین مبانی نظری موجود در کارآفرینی اجتماعی، سه بُعد در نظر گرفته شده است: (۱) مأموریت اجتماعی؛ (۲) نوآوری؛ (۳) مدل درآمدی. سپس هر کدام از این ابعاد براساس درجه اهمیت که داشتند وزن‌دهی شدند. در این بین، مأموریت اجتماعی کلیدی‌ترین عنصر کارآفرینی اجتماعی است.

مبانی نظری پژوهش و ادبیات موضوع

پیتر دراگر، فیلسوف معاصر کسب و کار، اعتقاد دارد که در آینده ممکن است کارآفرینی اجتماعی مهم‌تر از کارآفرینی اقتصادی شود (Mair and Noboa, 2003: 1). با وجود توافق محققان درباره ضرورت شناخت کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی، بیش‌تر پژوهش‌ها در این زمینه، با الهام از ادبیات کارآفرینی اقتصادی انجام شدند که نمی‌توانند به درک کارآفرینان اجتماعی منجر شوند (Bhawe and et al, 2006: 1). کارآفرینی اجتماعی برای افراد و محققان مختلف معانی متفاوتی دارد. گروهی به کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان یک مفهوم غیرانتفاعی که در جست‌وجوی راهبرد یا طرح‌های مدیریتی برای خلق ارزش‌های اجتماعی هستند اشاره می‌کنند. گروه دوم، آن را به‌عنوان عمل پاسخگویی اجتماعی به مشاغل تجارتي موجود در بخش‌های سازمان در نظر می‌گیرند و گروه سوم کارآفرینی اجتماعی را به‌عنوان تسکین‌دهنده مسائل اجتماعی و شتاب‌دهنده تغییرات اجتماعی در نظر می‌گیرند (Mair and Marti, 2006: 36).

در بین اندیشمندان خارجی، دیس در مقاله‌ای با عنوان «معنی و مفهوم کارآفرینی اجتماعی»، ضمن معرفی کامل کارآفرینی اجتماعی، کارآفرین اجتماعی را عامل تغییر در بخش اجتماعی از طریق: (۱) مأموریت‌گرایی: اتخاذ مأموریت برای ایجاد و سازگاری ارزش اجتماعی (نه فقط ارزش شخصی)؛ (۲) پشتکار: شناخت و پی‌گیری فرصت‌ها برای انجام مأموریت؛ (۳) نوآوری: اشتغال مستمر در نوآوری، تطبیق و یادگیری، (۴) شهامت: انجام کار بدون این‌که کمبود منابع آن را متوقف کند؛ (۵) مسئولیت‌پذیری: پاسخگو بودن نسبت به مردم و پیامدهای کارش، معرفی می‌کند (Dees, 2001: 4). این تعریف، بارها در مقالات نویسندگان مختلف استفاده شده است.

در مقالات داخلی، یادگار و همکاران (۱۳۹۰) با در نظر گرفتن موضوعات محوری مفهوم‌سازی‌های کارآفرینی اجتماعی، تعریف جامع و عملیاتی زیر را ارائه کرده‌اند: «فرایند استفاده و ترکیب منابع به‌شکل نوآورانه و با هدف دنبال کردن فرصت‌های ایجاد ارزش اجتماعی یا برطرف کردن نیازهای اجتماعی که توسط افرادی با اولویت اهداف اجتماعی و در زمینه سازمان‌های جدید یا تثبیت‌شده انجام می‌شود».

محمد یونس، مؤسس گرامین بانک و پدر اعتبارات خرد، یک مثال کلاسیک برای کارآفرینی اجتماعی است. او فقرای بنگلادشی را که محدودیت و مشکل مالی برای تأمین کم‌ترین منابع داشتند، شناسایی کرد. یونس، به کمک روحیه الهام‌پذیری، خلاقیت، اقدام مستقیم، شهامت، بردباری و پشتکار خود در کسب و کارش، امکان‌پذیری را ثابت کرد و بیش از دو دهه تلاش کرد تا یک شبکه جهانی برای سازمان‌های دیگر و کشورها و فرهنگ‌های دیگر برای تأسیس چنین مؤسسه گسترده‌ای برای اعتبارات کوچک فراهم کند (Martin and Osberg, 2007: 31-35).

ویکتوریا هیل هم مثال خوبی برای کارآفرینی اجتماعی است. او چند سال پیش متوجه شد داروهای حیاتی به‌دست فقیران نیازمند نمی‌رسد، زیرا سازندگان این داروها به‌دنبال سود بیش‌تر هستند و تمایلی به تولید داروها برای این قشر ندارند. هیل با

انگیزه تغییر وضع ناعادلانه موجود، مؤسسه وان وورلد هلث^۱ را تأسیس کرد. این شرکت دارویی غیرانتفاعی با هدف تأمین نیاز فقیران به داروهای حیاتی برای بیماری‌های مسری، آغاز به فعالیت کرد. مؤسسه مذکور، اولین مؤسسه‌ای است که در این زمینه آغاز به فعالیت کرد. این مؤسسه به تازگی مجوز توزیع دارویی برای درمان یک بیماری در هند را از دولت این کشور گرفته است که سالانه بیش از دویست هزار نفر را به کام مرگ می‌کشد (صمیمی و طاهری، ۱۳۹۰: ۲۸).

در ادبیات کارآفرینی سنتی، دو رویکرد وجود دارد: (۱) رویکرد کیستی کارآفرینی اجتماعی: این رویکرد در شناخت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی اجتماعی تمرکز دارد؛ (۲) رویکرد کارکردی کارآفرینان اجتماعی: این رویکرد بر این تأکید دارد که کارآفرینی اجتماعی چه کارهایی انجام می‌دهد (آهنگریور و حسینی‌فرد، ۱۳۸۷: ۲۸). در شناسایی و انتخاب کارآفرینان اجتماعی نیز، آشوکا^۲ ویژگی‌های زیر را بیان می‌کند (بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان، ۱۳۹۰).

- خلاقیت، به گونه‌ای که در پایه‌گذاری یک بیزنس و حل مشکلات مؤثر است.
- ویژگی‌های کارآفرینانه، تعهد کامل شخص به بیزنس به این مفهوم که آنها تا یک راه حل مناسب پیدا نکنند، آرام نخواهند گرفت و تلاش دارند تا یک راه حل گسترش یافته در سرتاسر جامعه به‌عنوان یک الگوی جدید داشته باشند.
- شخصیت اخلاقی، به این معنا که در فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی افراد باید به طور کامل قابل اعتماد باشند و تعهد آنها باید از انگیزش خدمت به جامعه نشئت گیرد.

ویژگی کارآفرینانه مهم‌ترین ملاک است، نظر برخی از محققان را درباره ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی در جدول ۱ مشاهده می‌کنید.

جدول ۱- نمونه ویژگی‌های ذکر شده برای کارآفرینان اجتماعی

ویژگی‌ها	مقاله
صدافت، شوق و اشتیاق، روشنی هدف، تعهد، شجاعت، ارزش‌ها، تمرکز بر مشتری، مشتاق برای برنامه‌ریزی، توانایی تفکر و اقدام کردن و انعطاف‌پذیری	بوشی* (۱۹۹۸)
(۱) دارای یک ایده قوی و جدید برای تغییر سیستم، (۲) خلاقیت، (۳) روحیه کارآفرینی برای تغییر جامعه و (۴) رشته اخلاقی قوی	درایتون* (۲۰۰۲)
توانایی شناخت فرصت‌ها، سبک رهبری جمعی، انگیزه اجتماع محور بلندمدت، ظرفیت کار تیمی	مورسه و دادلی* (۲۰۰۲)
(۱) شور و اشتیاق (۲) مقاومت سرسختانه (۳) خلاقیت (۴) نگاه متفاوت (۵) شناختن اهمیت فکر کردن، مثلاً به یک کسب و کار	رابرتز و وودز* (۲۰۰۵)
(۱) دیدن فرصت، (۲) داشتن شخصیت کارآفرینی، (۳) کار کردن در تیم و رهبری جمعی و (۴) داشتن تعهد واقعی، بلندمدت و متمرکز به اجتماعشان	کوروسک و برمن* (۲۰۰۶)
بی‌اعتنایی به محدودیت‌ها، شناسایی و استفاده از راه‌حل‌های عملی برای مشکلات، نوآوری، خدمات و رهیافت‌های جدید، تمرکز بر ایجاد ارزش‌های اجتماعی، اقدام قبل از اطمینان کامل از منابع، اعتقاد راسخ به ظرفیت ذاتی افراد، ریسک‌پذیری، ایجاد تعادل بین تغییر و اثرات آن، میل زیاد برای تعلیم عاملان تغییر، داشتن بی‌تابی سالم	الکینگتون و هارتینگان (۲۰۰۸)
درستکاری، کمال، صداقت، وفاداری، مسئولیت‌پذیری، عدالت	دایون (۲۰۱۴)

* (Masseti, 2008:3-4)

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، جزء پژوهش‌های کاربردی است. به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، یک پژوهش توصیفی به‌شمار می‌رود که داده‌های آن از طریق پیمایش از جامعه آماری، گردآوری شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق‌ساخته براساس

نظریه دیس بود. به این منظور برای پنج متغیر عنوان شده دیس یعنی مأموریت‌گرایی، پشتکار، نوآوری، شهامت و مسئولیت‌پذیری، گویه‌های لازم ساخته شد. اعتبار یا روایی پرسش‌نامه به تأیید اساتید و کارشناسان صاحب‌نظر رسید. برای تعیین اعتماد یا پایایی پرسش‌نامه نیز، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که عدد ۰/۸۴ به دست آمد. این میزان، نشان از پایایی بالا و قابل قبول پرسش‌نامه پژوهش دارد. جامعه آماری پژوهش، کارکنان سازمان امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد به تعداد ۶۲ نفر هستند. کل جامعه آماری وارد این پژوهش شدند و در واقع، طرح به صورت تمام‌شماری انجام شد. از جامعه آماری خواسته شد که در مورد هر گویه، عددی بین ۰ تا ۱۰ (طیف ۱۱ درجه‌ای) را انتخاب و درج کنند. صفر، کاملاً مخالفم و ده، کاملاً موافقم را نشان می‌داد. از مجموع گویه‌های هر متغیر، میزان آن متغیر و از مجموع متغیرها، میزان کارآفرینی اجتماعی، به دست آمد. هر چه این میزان به عدد ۱۰ نزدیک‌تر شود، نشان‌دهنده کارآفرینی اجتماعی بیش‌تر افراد است. برای پردازش داده‌های این پژوهش نیز، از نرم‌افزارهای SPSS 19 و Excel 2010 استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

از ۶۲ پرسش‌نامه‌ای که در اختیار جامعه آماری پژوهش قرار گرفت، تعداد ۵۹ پرسش‌نامه تکمیل شده و قابل استفاده، برگشت داده شد. داده‌های به دست آمده، برای تجزیه و تحلیل، وارد نرم‌افزار SPSS شد که در این قسمت، نتایج آن به شرح زیر است.

آمار توصیفی، برای تجزیه و تحلیل بخش اول پرسش‌نامه که اختصاص به اطلاعات فردی جامعه آماری داشت در جداول ۲، ۳، ۴ و ۵ نشان داده شده است.

جدول ۲- فراوانی جنسیت جامعه آماری

جنسیت	فراوانی	درصد	درصدتجمعی
مرد	۵۶	۹۴/۹	۹۴/۹
زن	۳	۵/۱	۱۰۰
کل	۵۹	۱۰۰	

جدول ۳- فراوانی رشته تحصیلی جامعه آماری

رشته	فراوانی	درصد	درصدتجمعی
کشاورزی	۱۷	۳۲/۷	۳۲/۷
عمران	۱۴	۲۶/۹	۵۹/۶
علوم انسانی	۲۱	۴۰/۴	۱۰۰
کل	۵۲	۱۰۰	

جدول ۴- فراوانی مدرک تحصیلی جامعه آماری

مدرک	فراوانی	درصد	درصدتجمعی
کارشناسی ارشد	۹	۱۵/۳	۱۵/۳
کارشناسی	۲۲	۳۷/۳	۵۲/۶
کاردانی	۱۳	۲۲	۷۴/۶
دیپلم	۸	۱۳/۵	۸۸/۱
زیردیپلم	۷	۱۱/۹	۱۰۰
کل	۵۹	۱۰۰	

جدول ۵- فراوانی پست سازمانی جامعه آماری

پست	فراوانی	درصد	درصدتجمعی
خدماتی	۱۵	۲۵/۴	۲۵/۴
کارشناسی	۲۰	۳۳/۹	۵۹/۳
مدیریتی	۲۴	۴۰/۷	۱۰۰
کل	۵۹	۱۰۰	

نتایج به دست آمده در مورد سن، سابقه خدمت، سابقه خدمت در اداره کل امور

عشایر و سابقه مدیریت را هم در جدول ۶ مشاهده می‌کنید.

جدول ۶- سن، سابقه خدمت، سابقه خدمت در سازمان امور عشایر و سابقه مدیریت

سابقه مدیریت	سابقه خدمت در امور عشایر	سابقه خدمت	سن	
۰	۱	۱	۲۵	حداقل
۳۰	۳۰	۳۲	۶۰	حداکثر
۳/۳۲	۱۱/۹۰	۱۴/۹۵	۳۹/۰۵	میانگین
۵/۹۵	۸/۴۳	۹/۲۶	۸/۴۰	انحراف معیار

۵۳ بررسی ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی در ...

میزان کارآفرینی اجتماعی به دست آمده برای جامعه آماری پژوهش، نشان می‌دهد که دامنه آن از ۴/۳۳ تا ۸/۵۴ متغیر است که نسبت به دامنه مورد سؤال در پرسش‌نامه (از ۰ تا ۱۰) محدودتر است. به عبارت دیگر، می‌توان گفت جامعه آماری پژوهش تا حدودی یک‌دست هستند. این نتایج را در جدول ۷ مشاهده می‌کنید.

جدول ۷- کارآفرینی اجتماعی کارکنان امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد

انحراف معیار (SD)	میانگین (Mean)	حداکثر (Max)	حداقل (Min)	
۰/۹۵	۶/۴۶	۸/۵۴	۴/۳۳	کارآفرینی اجتماعی

برای بررسی کارآفرینی اجتماعی در جامعه آماری مورد بحث، سه گروه به صورت جدول ۸ جدا شدند. گروه اول، گروه دارای کارآفرینی اجتماعی پایین، گروه دوم، کارآفرینی اجتماعی متوسط و گروه سوم، کارآفرینی اجتماعی بالا، نام‌گذاری شدند.

جدول ۸- گروه‌بندی جامعه آماری پژوهش

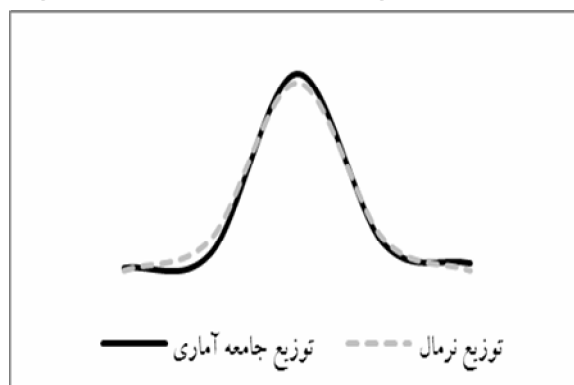
ردیف	نام گروه	میزان کارآفرینی اجتماعی	تعداد (نفر)
۱	کارآفرینی اجتماعی پایین	$X < \text{Mean} - \text{SD}$	۷
۲	کارآفرینی اجتماعی متوسط	$\text{Mean} - \text{SD} < X < \text{Mean} + \text{SD}$	۴۲
۳	کارآفرینی اجتماعی بالا	$X > \text{Mean} + \text{SD}$	۱۰

برای بررسی توزیع افراد جامعه آماری پژوهش، گروه‌های ۱ و ۳ به صورت جدول ۹ جدا شدند و توزیع جامعه آماری با توزیع نرمال مقایسه شد. نتیجه نشان می‌دهد که توزیع جامعه آماری پژوهش، تقریباً مشابه توزیع نرمال است (نمودار ۱).

جدول ۹- مقایسه توزیع جامعه آماری پژوهش با توزیع نرمال

میزان کارآفرینی اجتماعی	تعداد (نفر)	توزیع جامعه آماری (درصد)	توزیع نرمال (درصد)
$X < \text{Mean} - 2SD$	۲	۳/۴	۲/۵
$X < \text{Mean} - SD$	۵	۸/۵	۱۳/۵
$\text{Mean} - SD < X < \text{Mean} + SD$	۴۲	۷۱/۲	۶۸
$X > \text{Mean} + SD$	۷	۱۱/۹	۱۳/۵
$X > \text{Mean} + 2SD$	۳	۵/۱	۲/۵

نمودار ۱- مقایسه توزیع جامعه آماری پژوهش با توزیع نرمال



برای بررسی رابطه کارآفرینی اجتماعی با اطلاعات فردی جامعه آماری، از تحلیل همبستگی استفاده شد. تحلیل همبستگی اسپیرمن، برای رابطه کارآفرینی اجتماعی با جنسیت، رشته تحصیلی، مدرک تحصیلی و پست سازمانی و تحلیل همبستگی پیرسون، برای رابطه کارآفرینی اجتماعی با سن، سابقه خدمت، سابقه خدمت در سازمان امور عشایر و سابقه مدیریت، مورد استفاده قرار گرفت. نتایج تحلیل همبستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که کارآفرینی اجتماعی با جنسیت، رشته تحصیلی و پست سازمانی، رابطه معنی‌داری ندارد و تنها با مدرک تحصیلی دارای رابطه مثبت به میزان $0/453$ در سطح معنی‌داری $0/01$ است (جدول ۱۰). این نتایج با پژوهش عرب (۱۳۹۰) همخوانی دارد اما با پژوهش هاردینگ (۲۰۰۶) همخوانی ندارد.

جدول ۱۰- نتایج تحلیل همبستگی اسپیرمن

	جنسیت	رشته تحصیلی	مدرک تحصیلی	پست سازمانی
ضریب همبستگی	$-0/118$	$-0/078$	$0/354$	$0/247$
Sig	$0/374$	$0/582$	$0/006^{**}$	$0/059$
تعداد	۵۹	۵۲	۵۹	۵۹

** معنی‌داری در سطح $0/01$

همچنین، تحلیل همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که کارآفرینی اجتماعی با سن، سابقه خدمت، سابقه خدمت در اداره کل امور عشایر و سابقه مدیریت، رابطه معنی‌داری ندارد (جدول ۱۱). این نتایج با پژوهش عرب (۱۳۹۰) همخوانی دارد اما با پژوهش هاردینگ (۲۰۰۶) همخوانی ندارد.

جدول ۱۱- نتایج تحلیل همبستگی پیرسون

سابقه مدیریت	سابقه خدمت در امور عشایر	سابقه خدمت	سن	
۰/۰۸۲	-۰/۰۱۴	۰/۰۶۸	۰/۰۰۰	ضریب همبستگی
۰/۵۳۷	۰/۹۱۵	۰/۶۰۹	۰/۹۹۹	Sig
۵۹	۵۹	۵۹	۵۹	تعداد

برای بررسی تفاوت سه گروه، از نظر پنج متغیر کارآفرینی اجتماعی، آزمون مقایسه میانگین‌ها صورت گرفت که نتایج آن را در جدول ۱۲ مشاهده می‌کنید. نتایج آزمون کروسکال والیس نشان می‌دهد که سه گروه، از نظر هر پنج متغیر با هم تفاوت معنی‌داری در سطح ۰/۰۱ دارند.

جدول ۱۲- نتایج آزمون کروسکال والیس

شهامت	مسئولیت‌پذیری	پشتکار	نوآوری	مأموریت‌گرایی	
۲۲/۵۸۲	۲۵/۴۵۶	۱۵/۷۶۷	۱۱/۴۲۴	۱۶/۳۶۷	Chi-Square
۲	۲	۲	۲	۲	Df
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۳	۰/۰۰۰	Sig

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

برای پی بردن به این‌که تفاوت بین کدام دو گروه است، آزمون مقایسه میانگین‌ها، دوبه‌دو بین گروه‌ها، صورت گرفت که نتایج آن را در جدول ۱۳ مشاهده می‌کنید.

جدول ۱۳- نتایج آزمون من ویتنی بین گروه‌های ۱ و ۲ و ۳ دوه‌دو

میانگین رتبه‌ای	تعداد	گروه	
۲۰/۶۴ ^a	۷	۱	مأموریت‌گرایی
۲۶/۹۲ ^a	۴۲	۲	
۴۹/۵۰ ^c	۱۰	۳	
	۵۹	کل	
۲۱/۵۰ ^a	۷	۱	نوآوری
۲۷/۵۷ ^a	۴۲	۲	
۴۶/۱۵ ^c	۱۰	۳	
	۵۹	کل	
۶/۷۱ ^a	۷	۱	پشتکار
۳۱/۹۰ ^c	۴۲	۲	
۳۸/۳۰ ^c	۱۰	۳	
	۵۹	کل	
۹/۰۰ ^a	۷	۱	مسئولیت‌پذیری
۲۸/۵۵ ^b	۴۲	۲	
۵۰/۸۰ ^c	۱۰	۳	
	۵۹	کل	
۷/۵۰ ^a	۷	۱	شهامت
۲۹/۵۶ ^b	۴۲	۲	
۴۷/۶۰ ^c	۱۰	۳	
	۵۹	کل	

این نتایج نشان می‌دهد که تفاوت گروه ۱ (کارآفرینی اجتماعی پایین) با گروه ۲ (کارآفرینی اجتماعی متوسط) در متغیرهای مأموریت‌گرایی و نوآوری، معنی‌دار نیست اما تفاوت این دو گروه در متغیرهای پشتکار، مسئولیت‌پذیری و شهامت، در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است. همچنین نتایج آزمون من ویتنی برای دو گروه ۲ (کارآفرینی اجتماعی متوسط) و ۳ (کارآفرینی اجتماعی بالا) نیز نشان می‌دهد این دو گروه، از لحاظ پشتکار، تفاوت معنی‌داری با یکدیگر ندارند ولی از لحاظ متغیرهای مأموریت‌گرایی، نوآوری، مسئولیت‌پذیری و شهامت، در سطح ۰/۰۱ تفاوت معنی‌داری دارند. در نهایت، نتایج آزمون من ویتنی را برای دو گروه ۱ (کارآفرینی اجتماعی پایین) و ۳ (کارآفرینی اجتماعی بالا) نشان می‌دهد که این دو گروه، در هر پنج متغیر مأموریت‌گرایی، نوآوری، پشتکار، مسئولیت‌پذیری و شهامت، در سطح ۰/۰۱ دارای تفاوت معنی‌داری هستند.

از کارکنان سازمان امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد خواسته شد نظر خود را در مورد میزان تأثیر ویژگی‌های شخصیتی فرد، محیط مناسب اداری، روحیه همکاران اداره، شیوه مناسب مدیریت و شرایط نامناسب جامعه در ایجاد و گسترش روحیه کارآفرینی در یک سازمان دولتی اعلام کنند که نتایج آن در جدول ۱۴ آمده است. این نتایج نشان می‌دهد که شیوه مناسب مدیریت، مهم‌ترین عامل از نظر جامعه آماری این پژوهش هستند که این نتیجه با پژوهش عرب (۱۳۹۰) تأیید می‌شود.

جدول ۱۴. نظر جامعه آماری درباره عوامل مؤثر بر گسترش روحیه کارآفرینی اجتماعی

ویژگی‌های شخصیتی فرد	محیط مناسب اداری	روحیه همکاران اداره	شیوه مناسب مدیریت جامعه	شرایط نامناسب جامعه	
۸/۲۲	۸/۲۷	۸/۱۰	۸/۹۰	۶/۳۴	میانگین
۱/۸۷	۲/۰۲	۲/۲۸	۲/۰۷	۲/۹۹	انحراف معیار

نتیجه‌گیری

نتایج این مطالعه نشان داد که میزان کارآفرینی اجتماعی کارکنان اداره کل امور عشایر با یک دامنه تغییرات اندک (بین ۴/۳۳ و ۸/۵۴) و انحراف معیار کم (۰/۹۵) از توزیع نرمال تبعیت می‌کند. سطح کارآفرینی اجتماعی کارکنان اداره کل امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد متوسط رو به بالا ارزیابی می‌شود.

برای گروه‌بندی کارکنان از نظر کارآفرینی اجتماعی و تجزیه و تحلیل داده‌ها، روش‌های مختلفی چون تحلیل خوشه‌ای، اسکالوگرام و... امتحان شد که در نهایت روش گروه‌بندی با استفاده از میانگین و انحراف معیار، بهتر از بقیه تشخیص داده شد و مورد استفاده قرار گرفت. به منظور مشخص کردن علت تفاوت موجود بین گروه‌ها، از رگرسیون خطی چندمتغیره استفاده شد. نتایج رگرسیون نشان می‌دهد اکثر متغیرهای زمینه‌ای به جز مدرک تحصیلی فاقد رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته میزان کارآفرینی اجتماعی هستند و مدل رگرسیونی نامناسبی داد که در گزارش آورده نشد.

رابطه بین میزان کارآفرینی اجتماعی کارکنان و هر یک از مشخصات زمینه‌ای همچون جنسیت، رشته تحصیلی، مدرک تحصیلی، پست سازمانی، سن، سابقه خدمت و سابقه مدیریت مورد آزمون قرار گرفت که نتایج نشان داد تنها بین میزان کارآفرینی اجتماعی و مدرک تحصیلی، رابطه معنی‌دار در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. از نتایج به دست آمده از تحلیل همبستگی و مقایسه سطوح کارآفرینی اجتماعی می‌توان این نتیجه را گرفت که کارآفرین اجتماعی متأثر از ویژگی‌های سازمانی مانند پست سازمانی، سابقه خدمت، سابقه مدیریت، و متغیرهای زمینه‌ای همچون جنسیت و سن نبوده و این ویژگی، ریشه در عوامل یا عللی خارج از موارد مذکور دارد.

پیشنهادها

پیشنهاد می‌شود آموزش‌های تسهیل‌گری و کارآفرینی اجتماعی، در برنامه‌های آموزشی ضمن خدمت کارکنان امور عشایر خصوصاً کارشناسان و مدیران دارای ارتباط نزدیک با عشایر گنجانده شده و از فعالیت‌های تسهیل‌گرانه و کارآفرینانه اجتماعی آنان حمایت بیش‌تری صورت گیرد.

پیشنهاد می‌شود با حفظ و رعایت چارچوب‌ها و قواعد قانونی و اداری، زمینه انجام امور در محیطی کم‌تر دست‌وپاگیر و رسمی و در یک بستر اداری و مدیریتی مساعد برای ظهور نوآوری‌های اجتماعی فراهم شود.

- با توجه به این‌که پایداری زندگی عشایری مبتنی بر نوعی مشارکت و همیاری اجتماعی برای غلبه بر موانع و مشکلات طبیعی، اقتصادی، اجتماعی است لذا پیشنهاد می‌شود دستگاه متولی ضمن برقراری ارتباط نزدیک‌تر با عشایر از چنین زمینه‌ای برای ایفای نقش تسهیل‌گرانه اجتماعی مؤثرتر استفاده کند.

- در نهایت، می‌توان در پژوهش‌های بعدی از متغیرهای زمینه‌ای دیگری برای پی بردن به تأثیر آنها در کارآفرینی اجتماعی کارکنان دولتی استفاده کرد.

منابع

- آهنگریور، عادل؛ سیدمجتبی حسینی فرد. (۱۳۸۷)، «کارآفرینی اجتماعی»، *مجله مرکز کارآفرینی پردیس قم*، ۱: ۲۲-۴۴.
- انصاری، منوچهر؛ محمود احمدپور داریانی و زهرا بهروز آذر. (۱۳۸۹)، «ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در مؤسسه‌های خیریه استان تهران»، *توسعه کارآفرینی*، ۸ (۲): ۳۷-۶۴.
- *بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان*. (۱۳۹۰)، *رویکرد کارآفرینانه در بخش اجتماعی*،

۶۱ بررسی ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی در ...

http://www.foundationed.net/index.php?option=com_content&view=article&id=152&Itemid=33, [February, 2015

– صالحی صدقیانی، جمشید. (۱۳۸۹)، «بررسی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مشخصه‌های رفتاری»، *توسعه کارآفرینی*، ۷ (۲): ۶۷-۹۴.

– صمیمی، مهدی و مینا طاهری. (۱۳۹۰)، «کارآفرینی اجتماعی چیست؟»، *دنیای اقتصاد*، شماره ۲۴۴۰.

– عرب، عباس. (۱۳۹۰)، نقش سبک رهبری تحولی مدیران در پیش‌بینی کارآفرینی اجتماعی کارکنان: مطالعه تطبیقی دانشگاه‌های دولتی با غیردولتی مشهد، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی*، دانشگاه فردوسی.

– عمرانی، زهرا؛ مهدی حقیقی کفاش؛ نادر مظلومی. (۱۳۸۹)، «اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی»، *توسعه کارآفرینی*، ۸ (۲): ۱۱-۳۶.

– یادگار، نسیم؛ عباس بازرگان؛ نظام‌الدین فقیه. (۱۳۹۰)، «فرایند شکل‌گیری ابتکارات کارآفرینان اجتماعی: الگویی برگرفته از نظریه برخاسته از داده‌ها»، *توسعه کارآفرینی*، ۱۳ (۴): ۷-۲۹.

– Aggestam, Maria. (2014). Conceptualizing entrepreneurial capital in the context of institutional change. *International Entrepreneurship Management Journal*. 10 (1): 165-186.

– Bhawe, Nachiket; Gupta, Vishal and Trilok Kumar, Jain. (2006). *The entrepreneurship of the good samaritan: a development framework to understand social entrepreneurship using insights from qualitative study*. [<http://ssrn.com/abstract-902685>].

– Boschee, Jerr. (1998). *Merging mission and money: a board member s guide to social entrepreneurship*. The National Center for Non Profit Boards.

- Dees, Gregory. (2001). *The meaning of 'social entrepreneurship'*. Stanford Graduate Business School.
- Dion, Michel. (2014). The economic and non-economic dimensions of social enterprises' moral discourse: an issue of axiological and philosophical coherence. *International Entrepreneurship Management Journal*. 10 (2): 385-408.
- Elkington John and Hartigan, Pamela. (2008). *The power of unreasonable people: how social entrepreneurs create markets that change the world*. Harvard Business School Press.
- Harding, Rebecca. (2006). *Social entrepreneurship monitor*. London Business School.
- Lehner, Othmar Manfred and Juha Kansikas. (2011). *Social entrepreneurship research across disciplines: paradigmatic and methodological considerations*. 3RD Emes International Research Conference on Social Enterprise, Roskilde University, Denmark.
- Lepoutre, Jan; Justo, Rachida; Terjesen, Siri and Niels Bosma. (2013). *Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the global entrepreneurship monitor social entrepreneurship study*. Small Business Economic, 40: 693-714.
- Mair, Johanna and Martí Ignasi. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*: 41 (1): 36-44.
- Mair, Johanna and Noboa, Ernesto. (2003). *Social entrepreneurship: how intentions to create a social enterprise get formed*. Barcelona: IESE Business School.
- Martin, Roger and Sally Osberg. (2007). *Social entrepreneurship: the case for definition*. Leland Stanford Jr. University.
- Massetti, Brenda. (2008). *The social entrepreneurship matrix as "tipping point" for economic change*. The First International Conference on Social Entrepreneurship, Systems Thinking, & Complexity, Adelphi University.