

واکاوی چالشهای کارآفرینی اجتماعی بارویکرد آموزشی: کسب و کارهای سلامت محور (مورد مطالعه: داروخانه ها و تجهیزات پزشکی شهر کرمانشاه)

زهرة فعلة كرى *

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۲۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۴/۲۵

چکیده

هدف این پژوهش واکاوی چالشهای کارآفرینی اجتماعی بارویکرد آموزشی: کسب و کارهای سلامت محور (مورد مطالعه داروخانه ها و تجهیزات پزشکی شهر کرمانشاه) می باشد و از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش کیفی است. جمع آوری داده ها از طریق مصاحبه با افراد متخصص است. جامعه مورد مطالعه ۱۴ نفر از افراد متخصص (با استفاده از تکنیک گلوله برفی) شامل: مدیران و کارشناسان معاونت غذا دارو کرمانشاه، مدیران و کارشناسان داروخانه های کرمانشاه و مدیران و کارشناسان تجهیزات پزشکی کرمانشاه و کارآفرینان فعال در این حوزه بود. (تثلیث) روش نمونه گیری این پژوهش، هدفمند و به صورت گلوله برفی انجام شد. به همین دلیل با چند تن از خبرگان این حوزه مصاحبه شد و ملاک برای تعیین حجم نمونه، اشباع نظری افراد مورد مطالعه بود. تحلیل داده ها با کد گذاری انجام شد و نتایج مصاحبه ها در قالب ۱۲ مقوله اصلی چالشهای کارآفرینی اجتماعی بارویکرد آموزشی و راهکارهایی برای این چالشها شکل گرفت. در نتیجه این مقوله ها به عنوان چالش های کارآفرینی اجتماعی و راهکارهایی برای این چالشها شناخته شدند. یافته های این تحقیق نشان می دهد که کارآفرینان اجتماعی نیاز به شناخت چالشها و اقدامات و راهکارهایی در محیط پیرامون دارند. شناخت چالشهای اجتماعی موجب می شود که آنان بتوانند بخش مهمی از موانع خود را تشخیص داده و آن ها را به محیط و جامعه پیرامون خود معرفی نموده و با همکاری و همفکری در جهت برطرف نمودن آن ها اقدام نمایند.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینان اجتماعی

۱. کارشناسی ارشد، کارآفرینی (گرایش کسب و کار جدید)، دانشگاه رازی کرمانشاه، کرمانشاه، ایران. (نویسنده مسئول):
(zohre.felegari.en@gmail.com).

۱. مقدمه

مفهوم کارآفرینی ابتدا توسط اقتصاددانان مورد توجه قرار گرفت و سپس در حوزه مدیریت توسعه یافت. امروزه به عنوان یک سبک تفکر، فرهنگ و یا حتی سبک زندگی شناخته می شود (صمدآقایی، ۱۳۸۶). کارآفرینی در یک تعریف فرایندی است که در محیطها و مجموعه های مختلفی اتفاق می افتد و طی آن تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوریهای افرادی که به فرصتهای اقتصادی واکنش نشان می دهند، رخ می دهد که این باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی خواهد شد (مقیمی، ۱۳۸۳). نقش کلیدی کارآفرینی در رونق فعالیت های اقتصادی و توسعه اجتماعی کاملاً مشخص است (Audretsch, 2003). یکی از انواع کارآفرینی کارآفرینی اجتماعی که حوزه نوظهوری در تحقیقات علمی است (Austin et al, 2006). هرچند کارآفرینی اجتماعی از لحاظ آکادمیک عمر چندانی ندارد، اما در عمل از دیرباز این کار صورت می گرفته است. (Dees, 1998) کارآفرینان اجتماعی بسیاری در طول قرون گذشته فعالیتهای بشردوستانهای در راه ایجاد تحول در جوامع انجام داده اند و مؤسسات بسیاری توسط آنها تأسیس شده است. تخصیص واژه جدید به این مفهوم قدیمی از این جهت حائز اهمیت است که این حوزه عملی هویت علمی پیدا کرده است؛ هرچند مرزهایش همچنان مبهم است. (Weerawardena and Mort, 2006)

کارآفرینی اجتماعی موضوعی قابل توجه در ادبیات حوزه کارآفرینی بوده و اهمیت آن در نشان دادن مشکلات اجتماعی و غنی سازی جوامع بشری می باشد. کارآفرینان اجتماعی همکاریهای مشخص و متنوعی در اجتماعات و جوامعشان برای ارائه راه حل های خلاقانه در برابر مشکلات پیچیده اجتماعی ایجاد می کنند (Zahra et al, 2009). کارآفرینی اجتماعی اقدامی نوآورانه توسط اشخاص، شبکه ها و سازمانها برای نشان دادن نیازهای اساسی جامعه است که توسط دولت، سازمانهای غیرانتفاعی و کسب و کارها انجام می شود. (Dees, 1998; Nicholls, 2008; Light, 2006)

امروزه توجه به کارآفرینی اجتماعی در ابعاد جهانی در حال افزایش است. فعالان زیادی برای ترویج این مفهوم در جستجوی مشروعیت و به رسمیت شناختن تلاش کرده اند؛ با این حال حوزه کارآفرینی اجتماعی دارای مرزهای نامحسوسی است. (Mair and Marti, 2006) ظرف این چند سال مفهوم کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک حوزه مشخص از نظر دانشگاهیان، کسب و کارها و سازمانهای دولتی ملموس تر شده است. برای مثال کشورهای ایالات متحده و انگلستان به طور فزایندهای این پدیده را در سیاستهای عمومی برای ساختن یک فرهنگ سازمان محور، افزایش موقعیتهای شغلی و فراهم کردن خدمات اجتماعی کم هزینه در اولویت قرار داده اند. (Harding, 2004) کارآفرینان اجتماعی عوامل تغییردهنده در جامعه، بدست آورنده فرصتهایی که دیگران از دست می دهند، بهبود دهندگان سیستم، ابداع کنندگان رویکردهای جدید و ایجادکننده های راهکارهای پایا برای بهتر کردن جامعه می باشند (Skoll Foundation, 2017). یک کارآفرین اجتماعی فرد، گروه، شبکه، سازمان یا اتحاد سازمانهایی است که به دنبال تغییر پایدار، از طریق ایده های الگوشکن به دولتها، سازمانهای غیر انتفاعی و کسب و کارها برای حل مشکلات اجتماعی آدرس می دهد. (Light, 2006)

کارآفرینی اجتماعی به عنوان عاملان تغییر، رهبری، خلاقیت و روحیه کارآفرینی را ترکیب می کنند تا راه حل های اجتماعی را توسعه دهند. آنان با طیف گسترده ای از مسائل در حوزه های متنوعی از قبیل آموزش و پرورش، بخش

بهداشت و سلامت، بخش عمومی و توسعه اقتصادی سر و کار دارند (Frazier, 2009). مهمترین هدف کارآفرینی اجتماعی توجه به یک انگیزه اجتماعی مانند بهبود انسجام اجتماعی مبارزه با فقر و دفاع از حقوق بشر و ارتقای خدمات بهداشتی و درمانی است (Trivedi, 2010).

در خصوص اهمیت کارآفرینی، آموزش و ارتقای آن، مقام معظم رهبری در ابلاغ سیاستهای کلی اشتغال در سال 1390 به ترویج و تقویت فرهنگ کار، تولید، کارآفرینی و ارتقای توان کارآفرینی با مسئولیت نظام آموزشی کشور آموزش و پرورش، آموزش فنی و حرفه ای و آموزش عالی اشاره کرده اند. با توجه به نقش و رابطه آموزش، به خصوص آموزشهای کارآفرینی با نگرش کارآفرینانه و باورهای خودکارآمدی، نقش نظامهای آموزشی و به ویژه نظام آموزش عالی در امر توسعه جامعه بیش از پیش محرز می شود. آموزش عالی از طریق انتقال دانش کاربردی در زمینه اشتغال، ایجاد مهارتها و تواناییها مورد نیاز در خصوص کارآفرینی، زمینه سازی فرهنگی و توسعه و حمایت پژوهشی از کارآفرینی، مفاهیم کارآفرینی را وارد دانشگاه کرده است و دانش، نگرش و مهارت دانشجویان را به سوی کارآفرینی و کارآفرین شدن سوق می دهد. (Kia & Ahmadzade, 2007, p.4) فلمنینگ (Fleming) در پژوهشی که به بررسی اثربخشی دوره های آموزش کارآفرینی پرداخت، دریافت که این آموزش ها منجر به افزایش آگاهی و همچنین تسهیل فرآیند کارآفرینانه در فراگیران شده است. (Hynes, 1996, p 12)

Hoing (2004) دریافت که آموزش کارآفرینی بر مهارت، نگرش و رفتار متمرکز است و موجب ارتقای مهارت، توسعه نگرش و تغییر رفتار افراد می شود.

به علت نقش حیاتی کارآفرینی برای بهبود و ارتقای آن تلاش های بسیاری شده که از جمله مهمترین آنها ارائه برنامه های آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها و موسسات آموزشی در کشورهای مختلف جهان است بسیاری از صاحب نظران معتقدند که از عمده ترین عوامل تعیین کننده سطح کارآفرینی در هر کشوری آموزش کارآفرینی است (Walrio and Pantun, 2014) چرا که کارآفرینان نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات اجتماعی دارند و در بسیاری از مطالعات قابل آموزش بودن کارآفرینی و اهمیت آن در کارآفرین شدن افراد تأیید شده است (Terekerselkok, 2009). آموزش کارآفرینی و تحقیقات مربوط به آن، هم اکنون با چالش های متعددی مواجه شده است و برخی از این چالش ها توسط Belak and Stamp ارائه شده است. در این باب غلامحسین حسینی نیا و همکاران در سال (1379) به چالش هایی در آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها اشاره کرده اند. بررسی مبانی نظری نشان می دهد با وجود آن که مفهوم کارآفرین اجتماعی، به خصوص در 30 سال اخیر شاهد محبوبیت روزافزونی بوده است؛ اما چالش های کلیدی پیش روی کارآفرینان اجتماعی، در راه اندازی، رهبری و مدیریت راه حل های اجتماعی وجود دارد (Frazier, 2009). سید حسین ابطحی و همکاران سال (1389) به بزرگترین چالشی که کارآفرینی اجتماعی با آن مواجه هستند میزان حمایت و پشتیبانی بخش های مختلف اجتماعی است. این بخشها عبارتند از: بخش دولت و بخش خصوصی، نهادها، بنیادها، خیریه ها و دانشگاهها همراه با توضیحات Pamela Hartigan (2004) در مورد این چالشها اشاره کرده اند.

بنابراین با توجه به اهمیت کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی ضرورت توصیف مفاهیم و چالشهای کارآفرینی اجتماعی

ضروری به نظمی رسد. داروخانه و تجهیزات پزشکی مشاغلی در حوزه پزشکی سلامت هستند. به خاطر عدم توجه به موضوع کارآفرینی اجتماعی فعالیتهای انجام شده طبقه بندی شده نیست، و خلأ تحقیقاتی کارآفرینی اجتماعی بالأخص در حوزه سلامت وجود دارد؛ بنابراین واکاوی چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی: کسب و کارهای سلامت محور (مورد مطالعه داروخانه ها و تجهیزات پزشکی شهر کرمانشاه) در کانون توجه پژوهش حاضر قرار دارد تا با اطلاعات حاصل از این تحقیق، افق جدیدی پیش روی سیاستگذاری در این عرصه گشوده شود.

این پژوهش به دنبال پاسخ به سؤال های زیر است: ۱- چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی کدام اند؟ ۲- شناسایی چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی در حوزه کسب و کارهای سلامت محور کدام اند؟ ۳- چه راهکارهایی برای غلبه بر موانع و چالشها و چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی: کسب و کارهای سلامت محور (مورد مطالعه داروخانه ها و تجهیزات پزشکی شهر کرمانشاه) وجود دارد؟ امید است با بررسی چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی گامی در جهت بهبود کارآفرینی اجتماعی برداشته و راهکارهای صحیحی برای این چالشها شناسایی شود.

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

در این فسمت ارائه مروری از ادبیات موجود درباره مفاهیم مرتبط با این پژوهش است و برای درک بهتر ارتباط آنها به ارائه و توضیح مفهوم سازهایی جاری کارآفرینی اجتماعی و نوآوری اجتماعی پرداخته شده است.

۲-۱. کارآفرینی

می توان گفت نخستین گام برای شناخت و درک هر مفهوم یا پدیده، ارائه تعریف واضح و روشن از آن می باشد. کارآفرینی یکی از مفاهیم مطرح در حوزه علوم انسانی است و از آنجا که مفاهیم علوم انسانی همانند مفاهیم علوم تجربی قطعی و واحد نیست، ارائه یک تعریف مشخص برای واژه های آن که مورد تأیید همگان باشد، کاری بسیار دشوار و حتی غیر ممکن است. اغراق نیست اگر بگوییم که به تعداد صاحب نظران این حوزه، برای کارآفرینی تعریف وجود دارد (احمدپور، ۱۳۷۸). وجود تفاوت ها و مغایرتها در تعریف کارآفرینی، از یک سو نشان دهنده گستردگی و اهمیت آن است که می تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گیرد، از سوی دیگر بیانگر پویایی موضوع است که زمینه ارائه مدلهای و تئوریها و نظرات متفاوت را فراهم آورده است (shaker, 1996). از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد فرانسویان این واژه را برای پیمانکاران دولت که مسئول ساخت جاده، پل، بندر و... بودند به کار بردند. کارآفرینی عبارت است از ایجاد کسب و کار جدید که با خطرپذیری و عدم قطعیت همراه است. کارآفرینی عامل خلق ثروت، خلق کسب و کار، خلق نوآوری، خلق تغییر، خلق کار، خلق ارزش و خلق رشد می باشد (Michael, 1994). این واژه در ادبیات فارسی ابتدا به معنای کارفرما و سپس کارآفرین ترجمه شد. البته این ترجمه، جامع، مانع و مفید معنای دقیق واژه نیست. در واقع اگر این واژه " ارزش آفرین " ترجمه می شد، به نظر رساتر بود. گرچه معنای واژه " ارزش " در ادبیات اقتصادی غرب با معنای آن در ادبیات دینی ما متفاوت است (احمدپور، ۱۳۸۳). در اوایل قرن هجدهم، Bernard doblidor اقتصاددان فرانسوی تعریف فراگیرتری را ارائه

نمود که عبارت است از: خریداری نیروی کار و مواد اولیه به بهایی نامعین و به فروش رساندن محصولات به بهایی طبق قرارداد. Richard cantillon در تعریف کارآفرین می‌آورد: فردی است که ابزار تولید را به منظور ادغام آنها برای تولید محصولاتی قابل عرضه به بازار ارائه می‌کند. جان تامپسون می‌گوید: فرایندی که در آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل، به وجود آورد را کارآفرینی گویند. کارآفرینی فقط فردی نیست، سازمانی هم می‌تواند باشد (JohnThompson, 2000). به عقیده Arturkul کارآفرینی عبارت است از فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. قرآن کریم که قانون اساسی و اساس قانونی ما مسلمانان است، با تأکید بر عناوین و مواضع مختلف، اهمیت اقتصاد و کار و کارآفرینی را مورد تأکید قرار داده است که موارد ذیل برخی از آنهاست: عدالت و دادگری در اقتصاد متعادل و کارآفرینی، نقش رهبری و مدیریت و حیات طیبه و کارآفرینی. با توجه به دلایلی که در زمینه اهمیت کارآفرینی وجود دارد ضروری است برنامه ریزان و کارگزاران دولتی با حمایت همه جانبه از فرایند کارآفرینی و برنامه ریزی جامع، زمینه رشد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را فراهم کنند. امروزه شواهد موجود نشان می‌دهد که کارآفرینی می‌تواند در نتیجه برنامه های آموزشی، پرورش یابد (Salazar, 1383)؛ بنابراین کارآفرینی امروزه به یکی از مهم ترین و گسترده ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است (احمدپور، 1378). با مروری بر ادبیات کارآفرینی، درمی‌یابیم که بحث تقسیم بندی کارآفرینی در طی دوره‌های مختلف، تکامل چشم گیری داشته است. به طوری که انواع جدیدی از کارآفرینی در دوران مختلف ظهور پیدا کرده است. مطالعات در زمینه کارآفرینی، طبقه بندی‌های مختلفی از کارآفرینی را ارائه داده است که شامل: کارآفرینان افزارمند، کارآفرینان فرصت گرا، کارآفرینی دولتی، کارآفرینی راهبردی، کارآفرینی تأسیسی، کارآفرینی سازمانی یادرون سازمانی، کارآفرینی پایدار، کارآفرینی محیطی، کارآفرینی اقتصادی و کارآفرینی اجتماعی می‌باشد.

۲-۲. کارآفرینی اجتماعی (Social Entrepreneurship)

ماهیت کارآفرینی اجتماعی، شامل مفهوم کلی کار به نفع اجتماع است، اما ترکیبی از عوامل دیگر نظیر بینش کارآفرینانه و کسب و کار را نیز در بر می‌گیرد (Dees, 2007). کارآفرینی اجتماعی، نوعی کارآفرینی است که منجر به برقراری مؤسسات اجتماعی جدید و ابتکارهای مستمر در آنها می‌شود (Weerawrdena et al, 2000). در تعریف دیگری، کارآفرینی اجتماعی عملی است که کارآفرین اجتماعی انجام می‌دهد (موقرزاده و همکاران، ۱۳۹۵). فرآیند کارآفرینی اجتماعی به عنوان رویکرد نوآورانه برای برخورد با نیازهای اجتماعی و با تأکید بر حل مسئله و نوآوری‌های اجتماعی، از بین بردن مرزهای سنتی میان بخش‌های خصوصی، عمومی و غیردولتی مطرح شده است (مرادی پردنجان، صادقی ده چشمه، بیانی، ۱۳۹۴) به عبارت دیگر، این نوع از کارآفرینی روش شناسی ای است برای و حل فصل نگرانی‌های اجتماعی (Hartigan and martin, 2004)؛ که از طریق در دسترس پذیر کردن منابع برای و رفع تعدیل نیازهای اجتماعی قابل اجرا است (Harvard, 2004).

کارآفرینی اجتماعی به عنوان مهم ترین ابزار رفع چالشهای اجتماعی شناخته شده و هرزمانی که بازار و بخش دولتی نتواند از پس این چالشها برآیند کارآفرینی اجتماعی عمل می کند. کارآفرینی اجتماعی به عنوان عامل تغییر و سازمان اجتماعی به عنوان موجودیت سازمان است که بخش جدایی طلب را به عنوان یک مشتری در نظر می گیرد، درحالی که توسط فلسفه هدایت می شود، ارزش اجتماعی و اقتصادی را هماهنگ می کند. (Goyal; Sergi; Jayswal, 2012)

کارآفرینی اجتماعی به عنوان رویکردی نوآورانه برای برخورد با نیازهای اجتماعی با تأکید بر حل مسأله و نوآوری های اجتماعی، از بین بردن مرزهای سنتی میان بخشهای خصوصی، عمومی و غیردولتی مطرح می شود. تعریف کارآفرینی اجتماعی و مرزهای مفهومی آن کار ساده ای نیست؛ زیرا این مفهوم به طورذاتی پیچیده است و ادبیات در این زمینه خیلی جدید است. این واژه که در ادبیات عمومی و آکادمیک استفاده می شود، دامنه وسیعی از فعالیتها و نوآوری ها است. (Sheril, 2000)

در مبانی نظری و تعریف های کارآفرینی اجتماعی این حقیقت وجود دارد که انگیزه زیربنایی کارآفرینی اجتماعی به جای افزایش ثروت سهامداران و منفعت های شخصی، خلق ارزش های اجتماعی است. محرک اصلی کارآفرینی اجتماعی، مسئله ای اجتماعی است که باید رسیدگی و حل شود؛ بنابراین، شکل سازمانی این نوع کارآفرینی نیز باید بتواند به طور کارآمد، منابع را برای حل آن مسئله بسیج کند. در واقع، نمونه های کارآفرینی اجتماعی را می توان در بخشهای غیرانتفاعی، دولتی و تجاری مشاهده کرد. (Zahra et al, 2009, p.520; Trivedi, 2010; Moizer & Tracey, 201)

به طور کلی، کارآفرینی اجتماعی فعالیتی نوآورانه برای خلق ارزش اجتماعی است که می تواند درون یا در بین بخشهای غیرانتفاعی، تجاری یا دولتی رخ دهد. (Austin et al., 2004)

برای کارآفرینی اجتماعی سه وضعیت با شرح زیر قابل بازشناسی است ۱- شناسایی تعادلی پایدار، اما نا عادلانه که موجب محرومیت، باحاشیه رانده شدن و یا ناراحتی بخشی از انسانها می شود، در نتیجه این دسته از انسان ها نمی توانند نیازهای خود را در سطح مناسب پاسخ دهند. ۲- شناسایی یک فرصت که در این تعادل نا عادلانه، ارزش اجتماعی را گسترش دهد و موجب خلاقیت، عملکرد مستقیم، شجاعت و بردباری شود، به طوری که از طریق آن شرایط پایدار اما نا عادلانه موجود به چالش کشیده شود. ۳- ایجاد تعادلی که موجب از بین رفتن نقصهای بالقوه یا کمبودهایی شود که گروه خاصی با آن مواجه اند و با ایجاد نظام طبیعی، پایدار، باثبات، جدید و اطمینان بخش با آینده ای بهتر برای گروه هدف و حتی کل جامعه منجر شود. (Martin & Osberg, 2007, p.35)

کارآفرینی اجتماعی ویژگی های خود را از بخش های متعددی مانند تجارت، خیریه و جنبش های اجتماعی گلچین کرده تا راه حل های بدیعی برای مشکلات اجتماعی یافته و ارزش اجتماعی پایدار و جدیدی ارائه دهد. در طول تاریخ، بی شک نمونه های شگفت آوری از عاملان تغییر های اجتماعی (مانند فلورانس نایتینگل، سوزان آنتونی، گاندی و ...) بوده اند. اما آن چه امروزه تفاوت دارد، مقیاس و دست آورد اثرگذاری های جدید اجتماعی خلق شده و نیز تنوع حیرت آور رویکردهای به کار رفته در آنها است ((Bornstein, 2004: 3-6). اصطلاح کارآفرینی اجتماعی به صورت گسترده

مورد استفاده قرار می‌گیرد و این مفهوم اکنون یک پدیده جهانی آشنا است اما مبانی نظری گویای آن است که تعریف جهان شمولی برای آن وجود ندارد. (بودلایی و همکاران، ۱۳۹۲)

۲-۳. کارآفرینان اجتماعی (Social Entrepreneur)

کارآفرینان اجتماعی عوامل تغییردهنده در جامعه، بدست آورنده فرصتهایی که دیگران از دست می‌دهند، بهبود دهندگان سیستم، ابداع کنندگان رویکردهای جدید و ایجادکننده‌های راهکارهای پایا برای بهتر کردن جامعه می‌باشند. (Skoll Foundation, 2017) بررسی مبانی نظری مربوط به کارآفرینان اجتماعی نشان می‌دهد که تعریف واژه کارآفرین اجتماعی، در حال تکامل مستمر است که تا حدودی به این دلیل است که عاملان و عالمان کارآفرینی، تعریف‌ها و تفسیرهای گوناگونی از چستی و فرد کارآفرین اجتماعی دارند (Frazier, 2009). به علاوه، گاهی اوقات به نظر می‌رسد که مبانی نظری، به جای اینکه چیزی که کارآفرینان اجتماعی هستند را توصیف کنند، کاری که آنها انجام می‌دهند را شرح می‌دهد. این توصیف‌ها به درک کلی از ماهیت کارآفرینی اجتماعی کمک کرده‌اند (Dees, 2007). به عنوان مثال، (Drucker, 1985) کارآفرینان اجتماعی را به عنوان کارآفرینانی توصیف می‌کند که « امری پسندیده » را به جای منافع اقتصادی برای جامعه انجام می‌دهند. بسیاری از عاملان و عالمان کارآفرینی نیز مفهوم « امری پسندیده » را تأیید می‌کنند. (Weerawardena & Mort, 2006) کارآفرینان اجتماعی توانایی قابل ملاحظه‌ای برای استفاده از شکل‌های جدید از سازماندهی و مدل‌های نوآورانه کسب و کار نشان داده‌اند که کسب و کار مخاطره آمیز آنها را به عنوان ابزاری مؤثر برای خلق و ایجاد ثروت و ارتقای ارزش‌های اجتماعی، تبدیل ساخته است ((Zahra and Wright, 2011) آنها، به عنوان عاملان تغییر، رهبری، خلاقیت و روحیه کارآفرینی را ترکیب می‌کنند تا راه‌حلهای اجتماعی را توسعه دهند. آنان با طیف گسترده‌ای از مسائل در حوزه‌های متنوعی از قبیل آموزش و پرورش، بخش بهداشت و سلامت، بخش عمومی و توسعه اقتصادی سر و کار دارند (Frazier, 2009)

کارآفرینان اجتماعی به شکلهای زیر تعریف شده‌اند: شهروندان بخش خصوصی که به ترویج تغییر در بخش عمومی کمک می‌کنند و ممکن است مستقیماً بر مسائل اجتماعی نقش نداشته باشند. اما در حل «مسائل اجتماعی» تأکید دارند ((Waddock & Post, 1991، رهبران مردمی، (Brant, 1996) خالقان دارایی‌های جامعه و اصلاح طلبان رفاه اجتماعی (Leadbeater, 1997)، عاملان تغییر در بخش اجتماعی. (Dees, 2007) کارآفرینان مدنی که ابتکار عمل در پرداختن به چالش‌های اجتماعی را در دست دارند (Korosec & Berman, 2006)، گونه‌ای از کارآفرینان تجاری اما با هدف اجتماعی. (Sperandio, 2005) کسانی که از طریق پیگیری و بهره‌برداری از فرصت‌های درک شده ارزش‌های اجتماعی را ارائه می‌دهند (Weerawardena & Mort, 2006). با وجود برخی تفاوتها در تعریف اصطلاح کارآفرین اجتماعی، مبانی نظری عنصر مشترک نشان می‌دهد؛ مأموریت اصلی کارآفرینان اجتماعی «امر پسندیده» حیاتی را در راستای مفهوم تغییر اجتماعی از طریق فعالیتهایی است که ارزش اجتماعی خلق می‌کنند (Dees, 2007). ۲۰۰۷ یک کارآفرین اجتماعی فرد، گروه، شبکه، سازمان یا اتحاد سازمانهایی است که به دنبال تغییر پایدار، از طریق ایده

های الگوشکن به دولتها، سازمانهای غیر انتفاعی و کسب و کارها برای حل مشکلات اجتماعی آدرس می دهد، (Light, ۲۰۰۶).

۴-۲. پیشینه داخلی پژوهش

-نادری وهمکاران (۱۳۹۹). عنوان: موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در NGO ها: کاربرد نظریه مبنایی در غرب ایران. نتیجه گیری: یافته ها نشان داده است که در فعالیت های کارآفرینی، سازمان های غیردولتی با موانع مختلفی روبرو هستند که مهمترین موانع ایجاد در توسعه SE در سازمان های غیردولتی استان کرمانشاه شامل: فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی، آموزشی، زیرساختی، ارتباطی-اطلاعات، مدیریت، روانشناسی، سیاست های حقوقی و موانع حمایتی است. این موانع منجر به توسعه نیافتگی SE در میان سازمان های غیردولتی استان کرمانشاه شده اند.

-فاضلی وهمکاران (۱۳۹۸). عنوان: شناسایی چالشها و فعالیت های استراتژیک اجتماعی کارآفرینی اجتماعی (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی شهر ایلام). نتیجه گیری: یافت ههای این تحقیق نشان می دهد که کارآفرینان اجتماعی نیاز به شناخت چالشها و اقدامات راهبردی در محیط پیرامون دارند. شناخت چالشهای اجتماعی موجب می شود که آنان بتوانند بخش مهمی از موانع خود را تشخیص داده و آن ها را به محیط و جامعه پیرامون خود معرفی نموده وبا همکاری و همفکری در جهت برطرف نمودن آن ها اقدام نمایند

پیرمحمدی وهمکاران (۱۳۹۶). عنوان: کارآفرینی اجتماعی، عوامل موثر و نقش آن در توسعه اقتصادی (تأکید بر استانهای کرمانشاه و کردستان). نتیجه گیری: با توجه به وضعیت اقتصادی دو استان کرمانشاه و کردستان و نظر به اینکه وضعیت بحرانی بیکاری و عدم وجود شغل اداری برای تمام جوانان از ویژگیهای بارز این استانها است، لذا با آموزش و آشنایی افراد و خانوادهها با کارآفرینی اجتماعی می توان گامی مؤثر در جهت بهبود وضعیت اقتصادی استانهای مذکور برداشت.

-مالکی وهمکاران (۱۳۹۴). عنوان: بررسی ویژگی های کارآفرینی اجتماعی در سازمان های دولتی (مورد مطالعه :اداره کل امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد). نتیجه گیری: نتایج نشان داده است که سه گروه، از نظر هر پنج متغیر کارآفرینی اجتماعی (مأموریت گرایی، پشتکار، نوآوری، شهامت و مسئولیت پذیری) با هم تفاوت معنی داری در سطح ۱٪ دارند. همچنین از نظر جامعه آماری، شیوه مناسب مدیریت، مهم ترین عامل اثرگذار در ویژگی های شخصیتی افراد است.

-اعلامی ورحیمیان (۱۳۹۳). عنوان: راهبردهای آموزش توسعه کارآفرینی اجتماعی درایران. نتیجه گیری: همه عوامل در نظر گرفته شده دارای سطح معنی داری کمتر از ۵٪ ولذا از عوامل راهبردی مؤثر در آموزش و توسعه کارآفرینی اجتماعی هستند.

-مرجانی و صدری (۱۳۹۳). عنوان: توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب ها، عوامل مؤثر و راهکارها. نتیجه گیری: باتوجه به اینکه بسیاری از مسائل و آسیب های اجتماعی ریشه در بیکاری و عدم اشتغال افراد جامعه دارد، توجه به مقوله کارآفرینی اجتماعی می تواند تا حد زیادی آسیب های اجتماعی را تحت الشعاع قرار داده و آنها را کاهش دهد. با بازنگری یافته هایی که از انجام مصاحبه های کیفی و بررسی اسناد و مدارک به دست آمده است، فقر، اعتیاد، خرید و فروش مواد

مخدر، تکدی گری، طلاق، خانواده های بی سرپرست، کودکان کار، کودکان خیابان، کارتن خوابی و نزاع رابه عنوان آسیبهای مهم اجتماعی منطقه تأیید کرده و کارگران فصلی ساماندهی نشده وحاشیه نشینی را به عنوان آسیب های مهم منطقه تأیید نکرده است. همچنین، در قلمرو عوامل مؤثر در ایجاد یا ارائه آسیبهای اجتماعی، عوامل مختلفی بازشناسی می شود. در این پژوهش، این آسیبها در دو طبقه کلی: ضعف نهادی و قانونی (ضعف قوانین و مقررات برای پیشگیری از آسیب ها، ضعف در عملکرد سازمانها و نهادهای مسئول برای پیشگیری از آسیبها، ناهماهنگی بین سازمان ها و نهادهای مسئول و...) وعامل محیطی و اجتماعی (تأثیرپذیری از فرهنگ بیگانه، نبود مدیریت صحیح در خانوادهها، مهاجرت، بیکاری و...) دسته بندی شدند. اقدام های مؤثر در کاهش آسیبهای اجتماعی در پنج طبقه «سیاستی، نهادی و قانونی»، «آموزش و اطلاع رسانی»، «تسهيلات كسب و كار»، «شبكة ها، سازمان های غیردولتی، انجمن ها»، «صندوق ها و كانون ها» طبقه بندی شدند.

-بودلایی وهمکاران (۱۳۹۲). عنوان: مطالعه پدیدارشناسانه شایستگی های کارآفرینان اجتماعی. نتیجه گیری: شایستگی های کارآفرینانه، مجموعه ای از دانش، مهارت، توانایی های مدیریتی و کارآفرینانه و عمومی و همچنین ویژگی های ذاتی و رفتارهای مشخصی است که کارآفرینان را قادر می سازد تا فعالیتهای کارآفرینانه را به انجام برسانند. متناقض با یافته های پیشین، تفاوت فاحشی در ماهیت شایستگی های کارآفرینان فردی و سازمانی مشاهده نشد؛ به عبارت دیگر ماهیت فعالیت فردی یا ازمانی و چرخه عمر در کارآفرینی اجتماعی شایستگی های متفاوتی را طلب نمی کند و صرفاً بر حسب شرایط نوع کاربرد آنها متفاوت است.

-محسنی وهمکاران (۱۳۹۲). عنوان: نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان

. نتیجه گیری: افته‌های پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی بر نگرش کارآفرینانه و باورهای خودکارآمدی عمومی دانشجویان تأثیر مثبت دارد و بین نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد.
-ابطحی وهمکاران (۱۳۸۹). بررسی مفاهیم، نظریه هاومدل‌های کارآفرینی اجتماعی و ارائه مدل مفهومی. نتیجه گیری: با توجه به طبقه بندیها و مدل‌های مختلف کارآفرینی اجتماعی، نوع شناسی ترکیبی و مدل جامع کارآفرینی اجتماعی استخراج شده و برای استفاده از این رویکرد در سازمانهای ایران، رهنمودهایی ارائه می شود.

-بارانی وهمکاران (۱۳۸۹). عنوان: تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکردمدلسازی معادله ساختاری. نتیجه گیری: بر اساس یافته ها، فرضیه های اصلی پژوهش مبنی بر ارتباط مثبت و معنادار نیت کارآفرینانه دانشجویان با نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه و تأثیر مثبت و معنادار آموزش کارآفرینی بر نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی تأیید شد.
-طباطبایی وروایی (1389). عنوان: اثربخشی آموزشهای کارآفرینی و روانشناختی بر توانمندسازی شهروندان. نتیجه گیری: اثربخشی آموزشهای کارآفرینی و روانشناختی بر توانمندسازی شهروندان. نشان دادند که آموزشهای آماده سازی شغلی،

مهارت‌های زندگی، اجتماعی و کسب و کار (کارآفرینی)، ارتقاء مهارت‌های زندگی و اجتماعی شهروندان را به همراه داشته است.

۲-۵. پیشینه خارجی پژوهش

Canestrino et al (۲۰۲۰). عنوان: درک کارآفرینی اجتماعی: یک دیدگاه فرهنگی در تحقیقات تجارت. نتیجه گیری: نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که فرهنگ برای توجیه تفاوت ملی در نرخ SE کافی نیست.

Saebi et al (2019). عنوان: تحقیقات کارآفرینی اجتماعی: دستاوردهای گذشته و وعده‌های آینده. نتیجه گیری: SE به طور فزاینده‌ای توجه علمی رابه خود جلب می‌کند؛ بنابراین این دیدگاه از دستاوردها و نیز کاستی‌های تحقیقات گسترده و غنی SE

برای محققانی مفید است که دوستانند وارد میدان شوند و همچنین آنهایی که در حال حاضر فعال هستند و این پژوهشگر نتیجه می‌گیرد که SE ۱-هنوز یک مفهوم نامشخص و مورد مناقشه است که ۲-مربوط به چند سطح و چند مرحله‌ای است. ۳-در سطوح مختلف تجزیه و تحلیل و مورد بررسی قرار گرفته است و موشکافی شده است. ۴-اما در یک محیط چند سطحی صریح تنظیم نیست. در حالیکه بسیاری از دستاوردهای قابل توجه که در دهه‌های گذشته انجام شده، بررسی این پژوهشگران نشان می‌دهد که سه شکاف اصلی و عمده مرتبط وجود دارد.

Douglas and Prentice (2019). عنوان: انگیزه‌های نوآوری و سود برای کارآفرینی اجتماعی: مجموعه‌ای فازی. نتیجه گیری: این پژوهشگران به این نتیجه رسیده اند که روابط نامتقارن بین SEI و نگرش اجتماعی، نگرش نوآوری و کارآفرینی رانشان می‌دهد. خود کارآمدی، در حالی که انگیزه سود ممکن است برای SEI زیاد یا کم باشد.

Shahid Satar and Natasha (2019). عنوان: کارآفرینی اجتماعی فردی جهت گیری: به سمت توسعه از یک مقیاس اندازه گیری. نتیجه گیری: فرایند توسعه مقیاس در نهایت منجر به یک مقیاس ۱۳ ماده ای شد که چهار اندازه داشت. ابعاد ISEO (اشتیاق اجتماعی، نوآوری، ریسک پذیری و فعال بودن) با توسعه مجموعه‌ای از شاخص‌های مربوط به ISEO، این مطالعه به فراخوان توسعه مقیاس ISEO در ادبیات S-ENT پاسخ می‌دهد.

Dwivedia and Weerawardena (۲۰۱۸). عنوان: تصور و عملیاتی سازی کارآفرینی اجتماعی. نتیجه گیری: با ارائه پنج بعد از سئو که شامل: نوآوری، پیش‌فعالیت، مدیریت ریسک، جهت‌گیریتأثیرگذار و جهت‌گیری مأموریت اجتماعی در زمینه کارآفرینی اجتماعی از اعتبار اسمی سئو، پشتیبانی و تأثیر مثبت بر نوآوری اجتماعی رانشان داده است.

Schmintz (۲۰۱۵). عنوان: کارآفرینی اجتماعی، نوآوری اجتماعی و مأموریت اجتماعی سازمان به سمت مفهوم سازی. نتیجه گیری: در این مقاله نویسنده به صورت خلاصه کارآفرینی سازمانی، نوآوری اجتماعی و مأموریت اجتماعی سازمان را معرفی کرده و به بیان تفاوت‌های آنها پرداخته، نویسنده همچنین کارآفرینی اجتماعی شرکت‌های اجتماعی و کار اجتماعی به شرکت‌های دموکراتیک را به عنوان اشکال رسمی مأموریت سازمان‌های اجتماعی معرفی می‌کند و تحلیل این مفاهیم با توجه به ویژگی نوآوری پذیری مشارکت دموکراتیک استراتژی درآمد حاصله پرداخته است.

al-chosi et al (۲۰۱۷). عنوان: موانع کارآفرینی زنان روستایی عمان. نتیجه گیری: محدودیت های اجتماعی و فرهنگی از جمله عوامل اصلی موانع کارآفرینی زنان در عمان است.

al-gilbert et al (۲۰۱۴). عنوان: موانع فرصت های شغلی برای جوانان کارآفرین در مناطق روستایی غنا. نتیجه گیری: کمبود سرمایه، نبود مهارت، نبود حمایت و فرصت های بازار و خطر موانع کارآفرینی شناخته شده است.

Johnson (۲۰۰۰). عنوان: بررسی ادبیات کارآفرینی اجتماعی. نتیجه گیری: در تعداد زیادی از شکاف ها در ادبیات تحقیق و فرصت های آینده متمرکز شده است. تحقیق در این زمینه به طور خاص، فقدان تجربه مستند کانادایی در زمینه اجتماعی فعالیت های کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است.

فعالیت‌های آموزشی کارآفرینی به طور غیر رسمی از اواسط دهه 70 میلادی آغاز شد، ولی زمان شروع رسمی آن به ابتدای دهه 80 میلادی بر می گردد. (Zabihi & Moghadasi, 2008, p.157) بارانی، زرافشانی، دل انگیزان و حسینی لرگانی در تحقیقی گزارش کردند که آموزش کارآفرینی بر نگرش به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خود کارآمدی دانشجویان پیام نور تأثیر مثبت و معناداری دارد. واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی (Entrepreneur) به معنی متعهد شدن نشأت گرفته است (Cochran, 1968). کارآفرینان اجتماعی تصمیم دارند از طریق تعریف و پیاده سازی مدل‌های جدید کسب و کار به نیاز محرومان و بی پناهان پاسخ گویند و بین کوشش‌های خیرخواهانه و فعالیت‌های اقتصادی پیوند برقرار کنند (مقیم، ۱۳۸۹). مهمترین هدف کارآفرینی اجتماعی توجه به یک انگیزه اجتماعی، مانند بهبود انسجام اجتماعی، مبارزه با فقر، دفاع از حقوق بشر و یا ارتقای خدمات بهداشتی و درمانی است (trivedi, 2010). امروزه جوامع در جستجوی روش های کارا و نوآورانه برای ارائه خدمات مهم اجتماعی در زمینه های بهداشت آموزش محیط زیست و توسعه جامعه هستند و روش‌های سنتی منسوخ گردیده و فراهم کنندگان خدمات غیر انتفاعی فشارهای مالی جدی روبرو شدند و سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های غیرانتفاعی با استفاده از کارآفرینی اجتماعی به دنبال فرصت‌های جدید هستند برای تغییر اجتماعی است و از این منظر اهمیت دارد بسیاری از مشکلات اجتماعی است. (Briggs, ۲۰۰۹) کارآفرینان اجتماعی افراد مشتاقی هستند که رهبری خلاقیت و روحیه کارآفرینی با هم ترکیب می کنند تا مشکلات اجتماعی از این دست را حل کنند آنها افراد را با یکدیگر جمع می کنند تا مشکلاتی را مورد توجه قرار دهند که به تنهایی فائق نشدنی است شبکه‌ای از حمایت‌ها استفاده می کنند تا به منابع مادی ساختمان‌ها... دست یابند کارکنان کلیدی استخدام کنند و قادر به رشد سازمان خود باشند این فرایند کمتر مالی است و بیشتر جنبه اجتماعی دارد (Leadbeater, 1997)).

آنها اغلب نسبت به دیدن مسائل و مشکلات جامعه حساس هستند مشکلات را دیده و برای آنها راه حل‌های جدید ارائه می دهند بنابراین هر جامعه نیازمند کارآفرین اجتماعی است در حل مسائل و مشکلات اجتماعی پیش رو باشد موسساتی چون شواب و اسکال نمونه‌های ارزشمندی در این رابطه می باشند حتی امروزه دولت‌ها نیز دریافته‌اند که توانمندسازی شهروندان، تشکلهای محلی و سازمانهای اجتماعی و استفاده از ابتکارات جمعی و مشارکت مردمی می توان مشکلات و

معضلات اجتماعی و اقتصادی خود را بهتر حل نمود کارآفرینی اجتماعی باید در سطح جامعه ترویج و اشاعه گردد آموزش این افراد در جامعه می‌تواند به خروج سازمان‌ها از قالب قدیمی و غیر کارآفرینان خود و هدایت به سمت توانمندسازی و بهره‌گیری از نیروی کار افراد نیازمند سرمایه یاری رساند تحقیقات کمی در برابر آموزش این افراد در جامعه انجام گرفته است به عنوان مثال: Jim Wu, Kue & Shen (۲۰۱۲) آموزش کارآفرینی اجتماعی را در دانشگاه‌های کسب و کار بررسی کردند و با در نظر گرفتن پیچیدگی‌های اجتماعی اخلاقی و محیطی به شایستگی‌های معلمان و محتوای برنامه درسی و شیوه‌های تدریس پرداختند یافته‌ها نشان داد کارآفرینان اجتماعی به آنان آموزش داده می‌شود و از دانشجویان برای ایجاد موسسه اجتماعی حمایت می‌کند. Erturgut & Soyseker (۲۰۱۲) در تحقیقات خود نشان دادند که فعالیت کارآفرینی اجتماعی می‌تواند تفکر خلاق و نوآور را در بین دانش‌آموزان و دانشجویان تقویت کند آزمون را کاهش داده و افزایش داده و گروه را بر اساس تجربیات مثبت و منفی ارتقا دهد دانشجویانی که در فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی مشارکت کردند در پروژه و تحقیق بودند. Fraizer (۲۰۰۹) در پایان نامه دکترای خود پیشنهاد داد که کارآفرینی اجتماعی در سنین پیش دبستان و دبستان به کودکان آموزش داده شود همچنین استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به کارآفرینان اجتماعی در تسهیم اطلاعات ساده و سریع کمک می‌کند. یادگار (۱۳۹۰) کاراد کارآفرینان با گرایش فرد به فعالیت‌های مسئولانه اجتماعی بیان می‌کند همچنین تربیت و ارزش‌های خانوادگی الگوهای نقش ارزش‌گرا، شخصیت نועدوست و تجربه رفتارهای فرآیند اجتماعی از فعالیت‌های مسئولانه اجتماعی به دست آمدند و محیط نهادی کارآفرینی اجتماعی و وضعیت بازارهای اجتماعی از عوامل زمینه‌ای بودند تحقیقات بسیاری در دنیا در حوزه کارآفرینی اجتماعی انجام گرفته اند حاکی از اهمیت این موضوع است که کارآفرینان اجتماعی مدیران و رهبران تحولی هستند که در عرصه اجتماعی و به منظور کمک به پیشبرد اهداف جامعه فعالیت می‌کنند. سید حسین ابطی و همکاران سال (۱۳۸۹) به بزرگترین چالشی که کارآفرینی اجتماعی با آن مواجه هستند (میزان حمایت و پشتیبانی بخش‌های مختلف اجتماعی است این بخشها عبارتند از: بخش دولت و بخش خصوصی، نهادها، بنیادها، خیریه‌ها و دانشگاه‌ها و توضیحات Pamela Hartigan (۲۰۰۴) درمورد این چالش‌ها اشاره کرده اند. به علت نقش حیاتی کارآفرینی برای بهبود و ارتقای آن تلاش‌های بسیاری شده که از جمله مهمترین آنها ارائه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی در کشورهای مختلف جهان است بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که از عمده‌ترین عوامل تعیین‌کننده سطح کارآفرینی در هر کشوری آموزش کارآفرینی است (Walrio & Pantun, ۲۰۱۴). چرا که کارآفرینان نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات اجتماعی دارند و در بسیاری از مطالعات قابل آموزش بودن کارآفرینی و اهمیت آن در کارآفرین شدن افراد تأیید شده است (Terekerselkok, ۲۰۰۹). غلامحسین حسینی‌نیا و همکاران در سال (۱۳۹۷) به چالش‌هایی در آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها اشاره کرده‌اند.

با توجه به اهمیت و آموزش کارآفرینی در ایران، آشنایی با حوزه های مختلف آن ضروری است. به همین دلیل نوشته حاضر با شرح و بسط مفهوم کارآفرینی به معرفی کارآفرینی اجتماعی و چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی کارآفرینان اجتماعی پرداخته و سؤالی که این پژوهش به دنبال پاسخ به آنها است. ۱- چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی کدام اند؟ ۲- چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی در حوزه کسب و کارهای سلامت محور کدام اند؟ ۳- چه راهکارهایی برای غلبه بر موانع و چالشها و چالشهای کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی: کسب و کارهای سلامت محور (مورد مطالعه داروخانه ها و تجهیزات پزشکی شهر کرمانشاه) وجود دارد؟

۳. روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش های کاربردی است که "نتایج آن شناسایی موانع و چالشهای توسعه کارآفرینی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد آموزشی" می باشد این پژوهش با روش کیفی به جمع آوری داده ها پرداخته است و ابزار جمع آوری داده ها شامل مصاحبه بوده است. در تحلیل محتوای کیفی کد گذاری باز، فهرست کردن کدها، گروه بندی کردن، دسته بندی کردن صورت پذیرفت. جامعه مورد مطالعه شامل: مدیران و کارشناسان معاونت غذا- دارو کرمانشاه، مدیران و کارشناسان داروخانه های کرمانشاه و مدیران و کارشناسان تجهیزات پزشکی کرمانشاه و کارآفرینان فعال در این حوزه بود. (تثلیث) روش نمونه گیری این پژوهش، هدفمند و به صورت گلوله برفی انجام شد؛ و ملاک برای تعیین حجم نمونه، اشباع نظری افراد مورد مطالعه بود به همین دلیل با ۱۴ نفر از خبرگان این حوزه مصاحبه شد.

۴. یافته های پژوهش

در این بخش پس از نظرات کارشناسان (جامعه مورد مطالعه) به کد گذاری بیانات آنها پرداخته شد که در جدول زیر مضمون (کد) کد گذاری، مفهوم و شناسایی مقوله آمده است. برای تحلیل داده های کیفی از روش کد گذاری باز و محوری استفاده شده است. مرحله اول کد گذاری باز است که گزاره های مفهومی اولیه حاصل از آن ۴۹ مورد بوده است در مرحله بعد که شامل کد گذاری محوری بوده، دوازده مقوله فرعی و هفت مقوله اصلی شناسایی شده است (جدول ۱)

جدول ۱: تحلیل محتوای کیفی داده های حاصل از مصاحبه با کارشناسان (سؤالات اول و دوم)

ردیف	مفاهیم کد گذاری شده (مضمون)	مفهوم (مفاهیم ثانویه)	مقوله (مقولات عمده)
۱	عدم شناخت به نوع کار	عدم شناخت به نوع کار	موانع آموزشی و فرهنگی
۲	توجه نکردن کارآفرینان اجتماعی در حوزه کارهای سلامت محور	عدم شناخت به نوع کار	
۳	پایین بودن اطلاع رسانی		
۴	ضعف آموزش و کم بودن و پایین بودن سطح آموزش		
۵	نا آگاه بودن، نا آشنا بودن و پایین بودن سطح اطلاعات کارآفرینان اجتماعی (برای راه اندازی کار در این حوزه)		
۶	سرمایه گذاریهای نامناسب (به علت عدم نداشتن اطلاعات و آگاهیهای درست و مناسب)		

ردیف	مفاهیم کد گذاری شده (مضمون)	مفهوم (مفاهیم ثانویه)	مقوله (مقولات عمده)
۷	کم رنگ بودن نقش مراکز آموزشی در این باب	کافی نبودن اطلاع رسانی و نامناسب بودن آموزش صحیح	مقوله (مقولات عمده)
۸	نبود آموزشهای اولیه در این حوزه		
۹	دقت کم داوطلب و عدم اشراف بر مخاطرات شغلی در ارتباط با سلامت مراجعه کننده ها و هزینه بر بودن هر خطای انسانی برای مؤسس		
۱۰	آموزش سطحی در زمینه با آشنایی با این مشاغل توسط مؤسسات صادر کننده مدرک (یعنی عدم کارایی دوره ها و مدارک مرتبط با آن)		
۱۱	اغفال داوطلبان توسط مؤسسات آموزش در راستای بازار کار		
۱۲	آمورش تئوری باشهریه بالا		
۱۳	پایین بودن صبر و حوصله کارآفرینان اجتماعی (عدم تحمل افرادی که وارد این حوزه می شوند و می خواهند خیلی خیلی سریع به نتیجه برسند)	کم حوصله بودن و عدم تحمل	موانع روانشناختی
۱۴	کارآفرینان اجتماعی زمان زیادی در این حوزه مصرف نمی کنند	پایین بودن و یا نداشتن انگیزه (بی انگیزه بودن)	
۱۵	توقع کاذب در راستای آموزش در کوتاه مدت و جذب در این کسب و کارها		
۱۶	بی انگیزگی پس از مواجه شدن با واقعیت شغلی و اجتماعی موجود		
۱۷	ناکافی بودن سرمایه این افراد و عدم صرف هزینه در رابطه با کسب آموزش	فقر مالی و فقر اقتصادی (دراستان کرمانشاه و شهر کرمانشاه به دلایل تورم و... در تمام حوزه ها افراد با این معضلات مواجه هستند)	موانع اقتصادی و اجتماعی
۱۸	نداشتن توجه اقتصادی برای آموزش کارآفرینان اجتماعی در این حوزه	کم بودن مسئولیت اجتماعی مسئولین	موانع مدیریتی
۱۹	کم بودن مسئولیت اجتماعی مسئولین		
۲۰	مشارکت پایین ارگانهای ذی ربط		
۲۱	ناتمام و ابتر ماندن طرح آموزشی که همراه بوده است با معضل بیکار شدن تعداد زیادی از افراد و ورشکست شدن سرمایه گذاران و کارآفرینان اجتماعی	عدم مدیریت مناسب	
۲۲	عدم آموزش درست برای سرمایه گذاری و قدرت ریسک (به همین دلیل کارآفرینان اجتماعی ریسک پذیری پایینی خواهند داشت و ممکن با سرمایه گذاری نامناسب مواجه شوند)		
۲۳	نا معلوم بودن یک سازمان متولی مشخص برای انجام این امر		

ردیف	مفاهیم کد گذاری شده (مضمون)	مفهوم (مفاهیم ثانویه)	مقوله (مقولات عمده)
۲۴	عدم تفکیک و نامشخص بودن اداره مربوطه		
۲۵	همکاری نکردن حوزه ها و اداره ها و افراد دخیل در این کار		
۲۶	شایسته سالار نبودن، تخصص نداشتن و متعهد نبودن بعضی از مسئولین در اجرای این امر		
۲۷	منظم نبودن و هماهنگ نبودن ارگانهای مربوطه		
۲۸	معضل بحران ها	عدم مدیریت بحران مناسب	
۲۹	حجم بالای مراجعین (حجم زیاد مراجعه کنندگان و نیروی کم سازمان)	عدم توجه به کارآفرینان اجتماعی ازلحاظ معنوی، آموزشی، مالی	
۳۰	توجه نکردن به کمبودها و نقصان		
۳۱	توجه نکردن به آموزش کارآفرینان اجتماعی	مشکلات و عدم اختصاص بودجه برای این امر مهم از طرف دولت	
۳۲	نبود امکانات مناسب برای آموزش این افراد		
۳۳	نبود سیستم مناسب حمایت‌های دولتی برای انجام این امر خطیر		
۳۴	وجود نداشتن توجه اقتصادی درست و دقیق		
۳۵	تخصیص ندادن بودجه مورد نیاز و لازم		
۳۶	آموزش ندادن صحیح برای راه اندازی کارهای کارآفرینانه در حوزه کارهای سلامت محور (آموزش ندادن کارآفرینان اجتماعی برای پیدا کردن راه درست تهیه مواد اولیه و یابنکه انتخاب مکانی مناسب برای راه اندازی کارهای کارآفرینانه در این حوزه و...)		
۳۷	عدم حمایت‌های دولتی برای آموزش این افراد		
۳۸	موردی شدن حمایت‌ها به دلایلی (توجه کردن و متمرکز شدن حمایت‌های بعضی از استانها و عدم توجه به استان کرمانشاه)		
۳۹	قوانین سنگین	نبود قانون مناسب، جامع، کامل و شفاف	
۴۰	اعمال کردن قانون و سخت گیریهای زیاد در بعضی از استانها		
۴۱	زمان بر بودن و پیروسیها طولانی و کشدار بودن و کشدار شدن پیروسیها (فرآیندها طولانی، حجم زیاد مراجعه کنندگان و نیروی کم سازمان و فرآیندها طول می کشد و حتی ممکن قسمتی از کارها ماهها به طول بینجامد)		
۴۲	نامنظم بودن و بی رویه بودن مجوزها برای آموزش		
۴۳	زد و بند کردن بعضی از مسئولین و افراد دخیل در اجرای این امر		
۴۴	سنگ اندازی های نابه جا (به چیزهای پیش پا افتاده گیر دادن) و بیزار شدن این افراد		
۴۵	اصرار سازمان بیمه گر بر بیمه شدن کارآموز و ایجاد معضل برای		

ردیف	مفاهیم کد گذاری شده (مضمون)	مفهوم (مفاهیم ثانویه)	مقوله (مقولات عمده)
	مؤسس		
۴۶	کنترل نکردن و نبود قانون مناسب	نبود کنترل و ارزیابی صحیح و مناسب	موانع کنترل و ارزیابی
۴۷	کم بودن نیرو برای نظارت		
۴۸	مشخص نبودن دستورالعمل های شفاف برای کنترل و ارزیابی		
۴۹	مشخص نبودن اداره مربوطه جهت کنترل و بررسی		

پس از شناسایی موانع و چالشها در این مرحله با استفاده از تحلیل محتوای کیفی از طریق مصاحبه با افراد مورد مطالعه، راهکارهای مناسب برای رفع موانع و چالشها ارائه گردید. برای تحلیل دادهای کیفی از روش کدگذاری باز و محوری استفاده شده است. مرحله اول کدگذاری باز است که گزاره‌های مفهومی اولیه حاصل از آن ۱۴ مورد بوده است در مرحله بعد که شامل کدگذاری محوری بوده، هشت مقوله فرعی و پنج مقوله اصلی شناسایی شده است (جدول ۲)

جدول ۲: تحلیل محتوای کیفی راهکارهای ارائه شده حاصل از مصاحبه با کارشناسان (سؤال سوم)

ردیف	مفاهیم کد گذاری شده (مضمون)	مفهوم (مفاهیم ثانویه)	مقوله (مقولات عمده)
۱	تهیه چارت دقیق و جامع و کامل (برای برطرف کردن موانع در ابتدای کار و استارت اولیه باید چارتری برای افراد تعریف کنند و توضیح داده شود که قضیه از چه قراره است)	آموزش به موقع	فرهنگ سازی و آموزش
۲	ایجاد کارگاه‌های عملی، کلاسهای آنلاین گذاشته شود دادن جزوه های مورد نیاز		
۳	روش صحیح و کامل انجام کارهای مورد نیاز		
۴	برنامه ریزی جامع و کامل (به دلیل معضلات ساختاری و راهبردی در حوزه آموزش و اشتغال تکنسینها حل و مرتفع نمودن هر کدام از موارد پیش گفته نیازمند برنامه جامع و کلی نگر بوده و راهکارهای مقطعی و جز نگر نمی تواند راهگشا باشد)	آموزش درست و صحیح	
۵	توضیح دادن کار زمانبر بودن و طول کشیدن کار	توجه این افراد از طریق آموزش	نهادهای سازی اجتماعی اقتصادی در نظام آموزشی
۶	آموزش کامل دادن (کاری که می خواهد انجام بدهد زمانی که می خواهد در این راه بگذارد و صرف کند و سرمایه ای که می خواهد در این راه مصرف کند)		
۷	برطرف کردن معضلات و مشکلات به طور صحیح	برطرف کردن مشکلات اقتصادی	
۸	توجه اشخاص برای ورود به این کار (افراد) که به این کار وارد می شوند باید طوری توجه بشوند و آموزش داده شوند که به راحتی بتوانند تقریباً بدون دغدغه این کار را راه اندازی کنند و کمتر به مشکلات در این رابطه روبرو شوند)	بالا بردن روحیه این افراد با آموزشهای صحیح	
۹	آموزش دادن و آماده کردن شخص برای رسیدن به نتیجه مطلوب	آماده سازی افراد از جهت روحی	

ردیف	مفاهیم کد گذاری شده (مضمون)	مفهوم (مفاهیم ثانویه)	مقوله (مقولات عمده)
	(آموزش دادن شخص برا اینکه عجله نداشته باشد برای اینکه زودتر به نتیجه برسد باید صبر و حوصله به خرج دهد)	وروانی	اثربخشی روانشناختی
۱۰	وجود قدرت قضایی قوی و بی طرفی مسئولین و افراد دخیل در این امر	مدیریت صحیح، مشارکت ادارات مربوطه ودخیل دراین امر وجذب حمایتهای دولتی	اثربخشی مدیریتی، خدمات حمایتی و قانونی
۱۱	هم اندیشی مؤسس و دیگر اعضای مجموعه سلامت (سازمان ها و ادارات ذی ربط بایستی اراده ای درخور این موضوع ایجاد کرده و راهکار مناسب را تدوین نمایند)		
۱۲	ضمانت اجرا و رفع مشکلات بوجود آمده		
۱۳	تفویت بخش نظارت و کنترل	پرننگ بودن نظارتها و کنترلها	اثربخشی نظارت
۱۴	بی طرف بودن افراد دخیل در بررسی ها و نظارتها		

۵. بحث و نتیجه گیری

کارآفرینی اجتماعی موضوعی جدید و نوظهور در تحقیقات دانشگاهی است و بیش از پیش توجه محققان، سیاست گذاران و دست اندرکاران را به خود جلب کرده است. با توجه به ماهیت رقابت های بین المللی و تغییرات شدید و مداوم محیطی، شناخت چالشهای پیش روی کارآفرینان اجتماعی کاری قابل تأمل می باشد (فاضلی وهمکاران، ۱۳۹۸)

در این پژوهش به واکاوی چالشهای کارآفرینی اجتماعی بارویکرد آموزشی: کسب و کارهای سلامت محور (مورد مطالعه داروخانه ها و تجهیزات پزشکی شهر کرمانشاه) پرداخته شده است. از ۱۴ مصاحبه با افراد خبره در حوزه کسب و کارهای سلامت محور و کارآفرینان اجتماعی ۶۳ مضمون (داده خام) شناسایی شده و ۲۰ مفهوم (که در جدول اول شامل: عدم شناخت به نوع کار، کافی نبودن اطلاع رسانی و نامناسب بودن آموزش صحیح، کم حوصله بودن و عدم تحمل، پایین بودن و یا نداشتن انگیزه (بی انگیزه بودن)، فقر مالی و فقر اقتصادی (دراستان کرمانشاه و شهر کرمانشاه به دلایل تورم و... در تمام حوزه ها افراد با این معضلات مواجه هستند)، کم بودن مسئولیت اجتماعی مسئولین، عدم مدیریت مناسب، عدم مدیریت مناسب، عدم توجه به کارآفرینان اجتماعی از لحاظ معنوی، آموزشی، مالی، مشکلات و عدم اختصاص بودجه برای این امر مهم از طرف دولت، نبود قانون مناسب، جامع، کامل و شفاف و نبود کنترل و ارزیابی صحیح و مناسب و در جدول دوم شامل: آموزش به موقع، آموزش درست و صحیح، توجه این افراد از طریق آموزش، بر طرف کردن مشکلات اقتصادی در این باب، بالا بردن روحیه این افراد با آموزشهای صحیح، آماده سازی افراد از جهت روحی و روانی، مدیریت صحیح، مشارکت ادارات مربوطه و دخیل در این امر و جذب حمایتهای دولتی، پرننگ بودن نظارتها و کنترلها) و در قالب ۱۲ مقوله (که چالشهای اجتماعی بارویکرد آموزشی در جدول اول نظیر موانع آموزشی و فرهنگی، موانع روانشناختی، موانع اقتصادی و اجتماعی، موانع مدیریتی، موانع حمایتی و حمایتهای دولتی، موانع قانونی و موانع کنترل و ارزیابی و در جدول دوم نظیر آموزش و فرهنگ سازی و آگاهی

بخشی، نهادینه سازی اجتماعی اقتصادی در نظام آموزشی، اثربخشی روانشناختی، اثربخشی مدیریتی، حمایتی و قانونی و اثربخشی نظارت) طبقه بندی شده اند.

در نتیجه این چالش‌ها عنوان چالش‌های کارآفرینی اجتماعی یارویکردآموزشی شناخته می‌شوند. به عبارتی دیگر از یافته های این تحقیق نتیجه گرفته می‌شود که کارآفرینان اجتماعی به منظور موفقیت و به سرانجام رساندن ایده های خود نیاز به شناخت چالش‌ها و به تبع آن اقدامات و راهکارهایی در محیط پیرامون دارند. شناخت چالش‌های اجتماعی موجب می‌شود که کارآفرینان بتوانند بخشی مهمی از موانع خود را تشخیص داده و آن‌ها را به محیط و جامعه پیرامون خود معرفی نموده سعی نمایند با همکاری و همفکری در جهت برطرف نمودن آن‌ها اقدام نمایند اقدامات و راهکارها یکی دیگر از یافته های این تحقیق است که به جریان سازی و جهت دهی فعالیت های اجتماعی کارآفرینان کمک می‌کند و از سوی دیگر می‌تواند به حل چالش‌های اجتماعی کمک کند. شناسایی مشکلات و مسائل اجتماعی و ایجاد استراتژی‌هایی خلاقانه به منظور برطرف کردن آن‌ها یکی از مهم ترین رسالت های کارآفرینی اجتماعی است.

۶. منابع و مآخذ

۱. اعلامی، فرنوش؛ رحیمیان، حمید. (۱۳۹۳). راهبردهای آموزش و توسعه کارآفرینان اجتماعی در ایران. فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی، سال اول، شماره ۲، پاییز ۱۳۹۳، ۱۲۱-۱۰۳.
۲. ابطحی، سیدحسن؛ شریف زاده، فتاح؛ ابراهیم پور، حبیب. (۱۳۸۹). "بررسی مفاهیم، نظریه ها و مدل‌های کارآفرینی اجتماعی و ارائه مدل مفهومی. مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، سال هشتم، شماره ۲۱، بهار و تابستان ۱۳۸۹، صفحات ۸۷-۱۱۲
۳. بودلایی، حسن؛ خانباشی، محمد؛ فراهانی، غزاله. (۱۳۹۲). "مطالعه پدیدارشناسانه شایستگی های کارآفرینان اجتماعی"، چشم انداز مدیریت دولتی، شماره ۵۱، پاییز ۱۳۹۲، صص ۱۶۵-۱۳۹.
۴. بارانی، شهرزاد؛ زرافشانی، کیومرث؛ دل انگیزان، سهراب؛ حسینی لرگانی، سیده مریم. (۱۳۸۹). تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینان دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی تر آموزش عالی، شماره ۱۳۸۹، ۵۷، صص ۱۹۵-۸۵.
۵. پیرمحمدی، صبا؛ صیفوری، جلوه؛ قادری، شیوا. (۱۳۹۶). کارآفرینی اجتماعی، عوامل موثر و نقش آن در توسعه اقتصادی (تأکید بر استانهای کرمانشاه و کردستان). (اولین همایش بین المللی برنامه ریزی اقتصادی، توسعه پایدار و متوازن منطقه ای رویکردها و کاربردها (۱۳ و ۱۴ اردیبهشت ۱۳۹۶)
۶. فاضلی، فریبا؛ طولابی، زینب؛ پور اشرف، یاسان الله. (۱۳۹۸). شناسایی چالش‌ها و فعالیت های استراتژیک اجتماعی کارآفرینی اجتماعی (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی شهر ایلام). فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال دهم، شماره ۳۹، تابستان ۱۳۹۸، صفحات ۵۵-۲۹.
۷. محسنی، عادل؛ موسوی، سید حسین؛ جمالی، محمد. (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینان و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۶۹، ۱۳۹۲، صص ۸۰-۶۳.

۸. مالکی، رسول؛ بیلاق چغاخور، حمید؛ احمدوند مصطفی (۱۳۹۴). بررسی ویژگی های کارآفرینی اجتماعی در سازمان های دولتی (مورد مطالعه :اداره کل امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد). فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره 25، زمستان ۱۳۹۴.
۹. مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی. تهران، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
۱۰. مرجانی، تیمور؛ صدری سیدصدرالدین. (1392) توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب ها، عوامل مؤثر و راهکارها. فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی دوره 12، شماره ۲، صفحات ۲۷۷-۲۹۷، تابستان ۱۳۹۳.
۱۱. نادری، نادر؛ خسروی، احسان؛ آزادی، حسین؛ کرمبان، فرانک؛ ویراف، آنتس هانس؛ نادیری، هلیل. (۱۳۹۹). موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در NGO ها: کاربرد نظریه مبنایی در غرب ایران. مجله کارآفرینی اجتماعی، ۲۰۲۰. (<https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1765409>)
12. Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocci, P., Pawełek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, Volume 110, Pages 132-143, March 2020.
13. Dees, J.G. (1998). The meaning of social entrepreneurship. In: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
14. Dees, J.G., Emerson, J., & Economy, P. (2002). *Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs*. (Vol. 186): John Wiley & Sons.
15. Douglas, E., Prentice, C. (2019) Innovation and Profit Motivation for Social Entrepreneurship: A Fuzzy Set Analysis. *Journal of Business Research* 99, 69-79, 2019.
16. Fraizer, Lani., (2009), 21st century social change makers and next Generation social Entrepreneurs, A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. ProQuest Information and learning company. Korosec, R.L., & Berman, E.M. (2006). Municipal support for social entrepreneurship. *Public Administration Review*, 66(3), 448-462.
17. Ghouse, S., McElwee, G., Meaton, J., Durrah, O. (2017). Barriers to rural women entrepreneurs in Oman. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Emerald Publishing Limited 1355-2554, D10, 1108/IJEBr-02-0070, 2017.
18. Gilbert, O., Akwasi, A., Akwasi, A. (2014). Barriers to job opportunities for youth entrepreneurs in rural areas of Ghana. *Journal of Business Research*, Volume 8, Number 3, 2014.
19. Hartigan, P. (2004). The Challenge for Social Entrepreneurship. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, Global Summit 2004 – Brazil.
20. Harding, R. (2004). Social enterprise: the new economic engine? *Business strategy review*, 15(4), 39-43.
21. Johnson, Sh. (2000). Literature Review On Social Entrepreneurship. (2000). 10 Publications 282 Citations.
22. Light, P.C. (2006). Reshaping social entrepreneurship. *Stanford Social Innovation Review*. 4(3), 47-51.
23. Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
24. Nicholls, A. (2008). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*: OUP Oxford.

26. Schmitz, B. (2015). Social entrepreneurship, social innovation and social mission organization, toward a conceptualization, Sage publication: 17-42.
27. 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.

Analysis of Social Entrepreneurship Challenges in Educational Performance: Health-Based Businesses (Case Study: Pharmacies and Medical Equipment in Kermanshah)

Zohreh Falehkerry¹

Date of Receipt: 2021/06/25 Date of Issue: 2021/07/16

Abstract

The purpose of this study is to investigate the challenges of social entrepreneurship and educational performance: health-oriented businesses (studied in pharmacies and medical equipment in Kermanshah) and is applied in terms of purpose and in terms of quality method. Data collection is through interviews with experts. The study population consisted of 14 experts (using snowball technique) including: managers and experts of Kermanshah Food and Drug Administration, managers and experts of Kermanshah pharmacies and managers and experts of Kermanshah medical equipment and entrepreneurs active in this field. (Trinity) Snowball face was done. For this reason, several experts in this field were interviewed and the criterion for determining the sample size was the theoretical saturation of the subjects. Data analysis was done by coding and the results of interviews in the form of 12 main categories of social entrepreneurship challenges, educational approach and solutions Challenges took shape. As a result, these categories were identified as social entrepreneurship challenges and solutions to these challenges. Findings of this study show that social entrepreneurs need to recognize the challenges and actions in the environment. Recognizing social challenges enables them to identify an important part of their barriers and introduce them to the environment and society around them and work with cooperation and consensus to overcome them.

Keywords

Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Social Entrepreneur

1.M.Sc., Entrepreneurship (New Business Orientation), Razi University of Kermanshah, Iran.
(*Corresponding Author: zohre.felegari.en@gmail.com).