

## Self-Employment Support as a Socio-Economic Lifestyle: Analyzing Beneficiaries' Satisfaction and Influential Factors in Tabriz

Kamal Koohi<sup>1\*</sup> , Samad Yaghobi Hargalan<sup>2</sup> , Mina Jafarinajad<sup>2\*</sup> 

1. Department of Sociology, University of Tabriz, Tabriz, Iran
2. Department of Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

Received: 2024/08/25

Received in revised form: 2024/10/31

Accepted: 2024/12/07

Published: 2024/12/21

### Abstract

Today the issue of social entrepreneurship is one of the important and significant topics in the field of social issues. The social entrepreneurship takes importance in the form of satisfaction from the support of self-employment and regarding the fact that the deprived and hurt segments form a substantial part of the country's active population and the active presence of this hurt segment in society will lead to the elimination of lots of problems in society and decrease in poverty and inequality. This research studied the "rate of satisfaction from the support of self-employment of the related organizations" as one of the forms of social entrepreneurship with the purpose of "understanding the factors affecting this rate". The statistical population of this research included 9051 people from the clients of Relief Foundation, welfare organization and the prisoners' post-release care office and among this number 327 people were selected as the sample size using Cochran test and were chosen and interviewed through random sampling method and proportional allocation. Also the data obtained from the research were processed using the SPSS 22 software in descriptive and inferential form and established the test of analytic model of problem. The findings of research showed that there is a significant correlation between the independent variables of innovation, risk taking, participation in training courses and the dependent variable of the rate of satisfaction from self-employment supports. In addition, the results obtained from analysis showed the 14 percent of the changes related to the variable of the rate of satisfaction from the support of self-employment is described and explained.

**Keywords:** Satisfaction Beneficiaries', Support of Self-Employment, Innovation, Risk Taking, Socio-Economic Lifestyle

**Cite as:** Kamal Koohi; Samad Yaghobi Hargalan; Mina Jafarinajad (2024). Self-Employment Support as a Socio-Economic Lifestyle: Analyzing Beneficiaries' Satisfaction and Influential Factors in Tabriz. *Sociology of lifestyle*. 9 (4): 80-96.

**Owner and Publisher:** University of Tabriz

**ISSN (online):** 2645-5641

**Access Type:** Open Access

**DOI:** [10.22034/sls.2024.19376](https://doi.org/10.22034/sls.2024.19376)

\*Corresponding Author: University of Tabriz, Tabriz, Iran

k.koohi2011@gmail.com



## حمایت‌های خوداشتغالی به مثابه سبک زندگی اقتصادی-اجتماعی: تحلیل رضایت مددجویان و عوامل موثر بر آن در شهر تبریز

کمال کوهی<sup>۱\*</sup>، صمد یعقوبی<sup>۲</sup>، مینا جعفری نژاد<sup>۲</sup>

۱. گروه کارآفرینی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۲. گروه علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۲۶ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۸/۱۰ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۷ انتشار: ۱۴۰۳/۱۰/۰۱

### چکیده

موضوع کارآفرینی اجتماعی امروزه یکی از موضوعات مهم و قابل توجه در حوزه‌ی مسایل اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی در قالب رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی به مثابه سبک زندگی اقتصادی-اجتماعی و با توجه به این که اقشار محروم و آسیب‌دیده بخش قابل توجهی از جمعیت فعال کشور را تشکیل می‌دهند و حضور فعال این قشر آسیب‌پذیر در جامعه منجر به رفع بسیاری از مشکلات در جامعه و کاهش فقر و نابرابری خواهد شد؛ اهمیت می‌یابد. پژوهش حاضر نیز با هدف مطالعه میزان رضایت از حمایت‌های، سازمان‌های ذیربط و عوامل موثر بر آن انجام یافته است. جامعه آماری این پژوهش را ۹۰۵۱ نفر از مددجویان کمیته امداد، سازمان بهزیستی و اداره مراقبت بعد از خروج زندانیان تشکیل می‌دهد که از این تعداد ۳۲۷ نفر به عنوان حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران تعیین و از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی به صورت تخصیص متناسب انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده و داده‌های حاصل از پژوهش نیز با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان داد بین متغیرهای مستقل نوآوری و ریسک‌پذیری با متغیر وابسته میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی همبستگی معناداری وجود دارد. همچنین، نتایج تحلیل‌های چند متغیره نشان داد که ۱۴ درصد تغییرات مرتبط با متغیر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی توسط متغیرهای مستقل موجود در مدل تحلیلی تبیین شده اند.

**کلیدواژه‌ها:** رضایت مددجویان، حمایت‌های خود اشتغالی، سبک زندگی اقتصادی - اجتماعی، ریسک‌پذیری، کارآفرینی

**نحوه ارجاع:** کمال کوهی؛ صمد یعقوبی؛ مینا جعفری نژاد (۱۴۰۳). "حمایت‌های خوداشتغالی به مثابه سبک زندگی اقتصادی-اجتماعی: تحلیل

رضایت مددجویان و عوامل موثر بر آن در شهر تبریز". جامعه‌شناسی و سبک زندگی. ۹(۴): ۹۶-۸۰.

صاحب امتیاز و ناشر: دانشگاه تبریز

شاپای الکترونیکی: ۵۶۴۱-۲۶۴۵

نوع دسترسی: آزاد

DOI: [10.22034/sls.2024.19376](https://doi.org/10.22034/sls.2024.19376)

## مقدمه

یکی از جدیدترین مباحث مطرح شده در بحث کارآفرینی مقوله کارآفرینی اجتماعی است که همپا با کارآفرینی سازمانی در محافل علمی بدان پرداخته می‌شود؛ کارآفرینی اجتماعی پدیده یا نظریه جدیدی نیست، بلکه پیدایش آن مقارن با به رسمیت شناختن و ایجاد موسسات و بنگاه‌هاست (آهنگرپور و حسینی فرد، ۱۳۸۷: ۲۳).

فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی به اقداماتی گفته می‌شود که ضمن برخورداری از ویژگی‌های عمومی کارآفرینی، یعنی داشتن ماهیت نوآورانه، خلاقانه و کسب و کارانه، جهت‌گیری اصلی آن‌ها تحقق اهداف اجتماعی نظیر هم‌آوایی و همبستگی جمعی، مقابله با محرومیت، یاس و درماندگی، به جای سود فردی و گروهی است، لذا باید توجه داشت که صورت نهادینه شدن این امر در سطح جامعه منجر به تغییری اساسی در رفع مشکلات اجتماعی می‌شود. به عبارت دیگر، کارآفرینی اجتماعی، علاوه بر کسب و کارهای غیرانتفاعی نوآورانه، در برگیرنده اهداف اجتماعی است. تأسیس بانک‌های غیرانتفاعی، توسعه اجتماعی و تأسیس سازمان‌های ترکیبی که مرکب از عناصر انتفاعی و غیرانتفاعی هستند، را می‌توان در زمره‌ی این نوع کارآفرینی بازشناسی کرد. همچنین، مراکزی را که برای افراد بی‌خانمان دایر می‌شود و در آن کسب و کارهایی برای آموزش و استخدام آنها ارائه می‌شود، نیز در این دسته از نهادها طبقه‌بندی می‌شوند (مرجانی و صدیقی، ۱۳۹۳: ۲۸۰).

امروزه رشد فزاینده حجم نیروی کار، فقدان ارتباط کافی و عدم هماهنگی بین نظام آموزش و بازار کار، عدم تناسب رشد اقتصادی و ظرفیت‌های اشتغال‌زایی جامعه با رشد دانش‌آموختگان، افزایش نرخ مشارکت نیروی کار در جامعه به خصوص در بین زنان، فقدان مهارت‌های مورد نیاز بازار کار از سوی فارغ‌التحصیلان و نیز فقدان اطلاعات مورد نیاز بازار کار باعث شد تا موضوع اشتغال از مهمترین دغدغه‌های سیاست‌گذاران جوامع در حال توسعه، از جمله ایران به شمارآید (امیری، ۱۳۸۱: ۴۹)؛ در حال حاضر نیروی انسانی متخصص به عنوان یکی از مهمترین منابع اصلی تامین رشد اقتصادی کشورها به شمار می‌رود و نیروی کار به عنوان یکی از مهمترین عوامل تولید هر جامعه شناخته می‌شود؛ بنابراین لزوم تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد (تولید نیروی انسانی) و استفاده بهینه از آن باید در مرکز توجه برنامه ریزان قرار گیرد.

همچنین مجموعه تحولات و تغییرات تکنولوژیکی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و بین‌المللی و داخلی در سال‌های اخیر، آثار و تبعات بسیاری را در امور اقتصادی و اجتماعی جامعه ایران به جا گذارده و مسائل و مشکلات خاصی به وجود آورده و دامن بخشیده است که از جمله مهمترین آنها می‌توان به موضوع مهم ایجاد کار و اشتغال در جامعه اشاره نمود. این موضوع از چنان اهمیت و حساسیتی برخوردار است که هم در طرح سامان‌دهی اقتصاد و هم در سومین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی جمهوری اسلامی ایران یکی از دغدغه‌های اصلی ذکر گردیده است (کیان مهر، ۱۳۸۲: ۱۳).

مددجویانی که تحت پوشش سازمان‌ها قرار می‌گیرند؛ با مسایل و مشکلات زیادی روبه‌رو هستند که گریبان‌گیر آنها می‌باشد. از جمله نیازهای اقتصادی (معیشت، مشکل سرپناه، کار و شغل، مدیریت و عقل معاش و...)، نیازهای اجتماعی و حقوقی (مشکل جایگاه، نفقه و ازدواج و...)، نیازهای فرهنگی و دینی (مشکل آموزشی، تحصیلی، احکام، عزت نفس، تقوا، قناعت و...)، نیازهای روانی و عاطفی (مشکل افسردگی، روانی، اعتماد به نفس و...)، نیازهای بهداشتی درمانی (بیماری‌ها، هزینه‌های درمان، بهداشت محیط، بهداشت عمومی و...).

واضح است که این افراد به عنوان بخشی از جمعیت آسیب‌خورده جامعه ما گاه مورد بی‌مهری و بی‌اعتنایی عموم و مسئولین قرار می‌گیرند و بدون هیچ مسئولیت، تعهد و تاملی هرچند کوچک در باب کیفیت زندگی آنان از کنارشان عبور و اقدام عملی در تغییر آن انجام نمی‌شود.

ناگفته پیداست افراد بی‌بضاعت یا افرادی که معلولیت‌های جسمی خاصی دارند یا به دلایلی در گذشته جرایم خاصی را مرتکب شده‌اند قشر آسیب‌پذیر و داغ‌دار جامعه ما هستند که انتظار می‌رود مورد رافت و الفت و حمایت نهادهای ذیربط این جامعه قرار گیرند و زمینه‌های حضور و مشارکت فعالانه آنان را در فعالیت‌های سودآور اجتماعی و اقتصادی فراهم آمد.

حمایت‌های خوداشتغالی به عنوان یکی از ابزارهای کلیدی در ایجاد سبک زندگی اقتصادی-اجتماعی پایدار، نقش مهمی در بهبود شرایط زندگی افراد، به ویژه اقشار محروم و آسیب‌دیده ایفا می‌کند. این حمایت‌ها با فراهم آوردن فرصت‌های شغلی و درآمدزایی، نه تنها به استقلال مالی مددجویان کمک می‌کنند، بلکه زمینه‌ساز مشارکت فعال آن‌ها در جامعه و افزایش عزت نفس و خودکارآمدی می‌شوند. از طریق خوداشتغالی، افراد می‌توانند به یک سبک زندگی متعادل و پایدار دست یابند که در آن تعاملات اجتماعی، رفاه اقتصادی و توسعه فردی در کنار هم قرار می‌گیرند. این رویکرد نه تنها به کاهش فقر و نابرابری‌های اجتماعی کمک می‌کند، بلکه باعث تقویت شبکه‌های اجتماعی و ایجاد جامعه‌ای پویا و مشارکت‌محور می‌شود. بنابراین، حمایت‌های خوداشتغالی را می‌توان به مثابه سبک زندگی اقتصادی-اجتماعی در نظر گرفت که در آن بهبود شرایط مالی و ارتقای کیفیت زندگی در کنار هم تحقق می‌یابند. هر چند تلاش‌های معدودی در خصوص شناسایی و تبیین کارآفرینی اجتماعی صورت گرفته است اما با مروری اجمالی بر این آثار می‌توان به ضرورت انجام پژوهش‌های بیشتر و کاملتر پی برد. در این مقاله سعی شده است تا کارآفرینی اجتماعی به صورت کاربردی و در قالب میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی بررسی شود. در این راستا، پژوهش حاضر نیز در پی پاسخگویی به سوالات زیر می‌باشد: میزان رضایت مددجویان حمایت‌های خوداشتغالی سازمان‌های ذیربط شهر تبریز در چه حدی است؟ کدام عوامل می‌تواند بر میزان رضایت مددجویان از حمایت‌های خوداشتغالی سازمان‌های ذیربط تاثیر داشته باشد؟

## مبانی نظری

کارآفرینی اجتماعی و یا عمل کارآفرینانه به اهداف اجتماعی اشاره دارد که در دهه‌های اخیر افزایش یافته است. مشخصه‌ی این مهم، موج رشد تعدادی از سازمان‌های غیرانتفاعی بود که در بین سال‌های ۱۹۸۷ و ۱۹۹۷ تا ۱/۲ میلیون همراه با ایجاد سازمان‌هایی با مشاغل نو حدود ۲۶٪ افزایش یافت (Austin et al, 2006:1). حتی با این جهش سریع، هنوز کارآفرینی اجتماعی در نخستین مراحل رشد قرار دارد. ما هنوز درباره‌ی کثرت دیدگاه‌های نظری که بیشتر بیانگر جنبه‌ی آکادمیک در این زمینه باشد آگاهی نداریم. وجود ادبیات متمرکز تولیدی با شرایط عملی، توصیف مطالعات موردی و چگونگی ما را در این زمینه راهنمایی می‌کند؛ به هر حال زمینه‌ای برای توسعه تئوری رسیده است (Dees et al, 39). کارآفرینی اجتماعی یک پدیده بزرگ راهبردی است. که به عنوان یک فعالیت منطقه‌ای از عمل و پژوهش در سه دهه گذشته ظهور یافته است (Niachoi, satyajit 2014:364). واژه کارآفرینی اجتماعی برای اولین بار در ادبیات مربوط به تغییرهای اجتماعی در دهه‌ی ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ پدیدار شد. این مفهوم در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ توسط بیل درایتون و دیگرانی مانند چارلز لیدبیتر به صورت گسترده‌ای مطرح شد (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵).

«دیوید پرنسکی»<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) کارآفرینی اجتماعی را فرآیندی تلقی می‌کند که از طریق آن سازمان‌ها برنامه‌های جدیدی برای حل مسایل اجتماعی طراحی و ارایه می‌کنند (ابطحی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۱). «دیویس»<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) با بررسی آسیب‌شناسانه‌ی رویکرد-های کارآفرینی، به این باور می‌رسد که کارآفرینان اجتماعی باید با مدیریت اثر بخش منابع در اختیار، در تحقق اهداف و مأموریت‌های اجتماعی خود هم افزایی ایجاد کنند. لازمه‌ی دستیابی به این هدف اتخاذ یک رویکرد ترکیبی بود. و این رویکرد منابع مالی و همین‌طور منابع غیر مالی از جمله مردم، شبکه‌ها یا اعضا، و دارایی‌های غیر ملموس (غیر مشهود) نظیر روش‌شناسی‌ها، محتوا و اثرگذاری‌های اجتماعی، و به عبارت دیگر سرمایه‌های غیر مالی نظیر سرمایه‌ی انسانی، اجتماعی، محیطی و فیزیکی را شناسایی کرده و به کارآفرینان اجتماعی در بهره‌برداری و استفاده از این منابع برای رسیدن به اهداف و مأموریت‌های اجتماعی کمک می‌کنند. به باور تروران موفقیت کارآفرینی اجتماعی با فرمول زیر سنجیده می‌شود: منابع انسانی + نوآوری + پیش‌گامی +

<sup>3</sup> David Prensky

<sup>4</sup> Davis

عامل تغییر + اثرگذاری اجتماعی = موفقیت کارآفرینی اجتماعی (صالحی و صدقیانی، ۱۳۸۹: ۷۱). «میر و مارتی<sup>۵</sup>» (۲۰۰۶) و موریس وب و فرانکلین<sup>۶</sup> (۲۰۱۱) یک دیدگاه جامع از کارآفرینی اجتماعی را ارائه می‌دهند. این نویسندگان مطرح می‌کنند کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که SV<sup>۷</sup> (ارزش اجتماعی) را ایجاد می‌کند. زیرا بدنبال ابتکار عمل در جست و جوی موقعیتی است که مشکلات اجتماعی از طریق استراتژی‌های نوآورانه که شامل ترکیب منابع، بهره برداری از فرصت‌ها برای تغییر اجتماعی مناسب، ارضا نیازهای اجتماعی و توسعه کالاها و خدمات اجتماعی است. (J. Augusto felicio et al, 2013: 2140). «کونینگهام و لیسچران»<sup>۸</sup> (۲۰۰۲) در مورد کارآفرینی ۶ مکتب فکری را ارائه داده اند: نخست؛ مکتب فکری «اشخاص بزرگ»؛ بر اساس این نظریه کارآفرینان افراد بزرگ و دارای توانایی ذاتی - حس ششم - هستند که ویژگی‌های و قابلیت‌های آنها مادرزادی است. دوم؛ مکتب فکری «ویژگی‌های روان شناختی»؛ بر اساس این نظریه کارآفرینان از ارزش‌ها، (ابطحی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۰) نگرش‌ها و نیازهای منحصر به فردی برخوردار هستند که جز رفتارهای شخصیتی آنها محسوب می‌شود. سوم؛ مکتب کلاسیک کارآفرینی، این نظریه رویکردهای اخیر کارآفرینی را در بر می‌گیرد، بر اساس این مکتب فکری مشخصه اصلی رفتار کارآفرینی «نوآوری» است. چهارم؛ مکتب مدیریت؛ بر اساس این مکتب فکری کارآفرینان طراحان فعالیت‌های اقتصادی هستند؛ آنها کسانی هستند که فعالیت‌های اقتصادی را سازمان دهی و مدیریت می‌کنند و ریسک‌پذیری از مشخصه‌های آنها به شمار می‌رود. پنجم؛ مکتب فکری رهبری؛ بر اساس این مکتب فکری کارآفرینان از ویژگی رهبری برخوردار هستند، و سبک رهبری خود را بر اساس نیازهای افراد انتخاب می‌کنند. ششم؛ مکتب فکری «کارآفرینی درون سازمانی»؛ بر اساس این نظریه مهارت‌های کارآفرینی برای سازمان‌های پیچیده بسیار مفید هستند (ابطحی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۱). «کوبین و سلیمان» بر اساس مکتب فکری دیگری که کارآفرینی را مشخصه رفتاری سازمان‌ها تلقی می‌کنند و معتقدند که سه مشخصه اصلی که کارآفرینان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی از خود نشان می‌دهند عبارتند از: ریسک‌پذیری، آینده‌مداری و نوآوری. «آلورد»<sup>۹</sup> (۲۰۰۴) نیز تحولات اجتماعی را در نظر داشته و از کارآفرینی اجتماعی، به عنوان راهی برای سرعت بخشیدن به تحولات اجتماعی یاد می‌کند (مصطفی‌پور، ۱۳۹۱: ۱۷). «مورت، ویراوردنا و کارنگی»<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۲)، کارآفرینی اجتماعی یک ساختار چند وجهی است که در آن به واسطه رفتار درستکارانه‌ی کارآفرینانه، سعی بر دستیابی به یک مأموریت اجتماعی، یا یک هدف و اقدام واحد و منسجم، در مواجهه با پیچیدگی‌های اخلاقی می‌شود. «سالیوان و همکاران»<sup>۱۱</sup> (۲۰۰۲) کارآفرینی اجتماعی را جستجو برای شناسایی فرصت‌هایی می‌دانند که به تاسیس سازمان‌های اجتماعی جدید و نوآوری مستمر، در آنها منجر می‌شود.

## مدل‌های کارآفرینی اجتماعی

ابعاد مختلف کارآفرینی اجتماعی از دیدگاه «سلیوان مورت و همکارانش»<sup>۱۱</sup> به شرح زیر می‌باشد: نخست، کارآفرینان اجتماعی متعهد به مأموریت‌های اجتماعی بوده و برای دست‌یابی به آن بدنبال ایجاد ارزش‌های اجتماعی بهتر از رقبای خود هستند که نتیجه آن در رفتارهای مختلف کارآفرینان نمود پیدا می‌کند. دوم، کارآفرینان اجتماعی واجد قضاوت‌های متوازن و متعادل، یگانگی در هدف و آینده‌مداری در مواجهه با پیچیدگی‌های مسایل اجتماعی هستند. سوم، کارآفرینان اجتماعی فرصت‌هایی را برای ایجاد ارزش اجتماعی بهتر کشف و شناسایی می‌کنند. بالاخره اینکه کارآفرینان اجتماعی ویژگی‌های نوآوری، آینده‌مداری و ریسک‌پذیری را در تصمیم‌گیری‌های کلیدی و مهم خود در نظر می‌گیرند. همه ابعاد کارآفرینی اجتماعی علاوه بر کارکرد جداگانه

<sup>5</sup> Mari&Martí

<sup>6</sup> Morris Web& Franklin

<sup>7</sup> Social value

<sup>8</sup> Cunningham&Lischeran

<sup>9</sup> Alvord

<sup>10</sup> Mort&Weeravardena

<sup>11</sup> Mort & et al



و منحصر به فرد، به میزانی با همدیگر همپوشانی نیز دارند. به همین دلیل وجود قلمرو مشترک بین ابعاد، مفهوم سازی روشن از کارآفرینی اجتماعی را با مشکل مواجه می‌کند (ابطحی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۳).

«پراب هو»<sup>۱۲</sup> معتقد است که کارآفرینان اجتماعی از کارآفرینان اقتصادی به واسطه ایدئولوژی شان که راهنمای آنهاست، برای انتخاب رسالتشان، شیوه‌ها و هدف‌هایشان متمایز می‌شوند و بیان می‌دارد که کارآفرینان اجتماعی سازمان‌های کارآفرینانه نوآوری را تاسیس کرده و به انجام اقدامات مخاطره آمیزی که رسالتش تغییر اجتماعی و گسترش گروه هدف به جای تعقیب سود است، دست می‌زنند. برخلاف کارآفرینان اقتصادی، کارآفرینان اجتماعی اغلب از تلاش‌های یکدیگر حمایت می‌کنند. آن‌ها توانایی تحلیل، پیش‌بینی، برقراری ارتباط، همدلی، به شوق آوردن، طرفداری کردن و میانجی‌گری را دارا هستند و قادرند که دامنه وسیعی از افراد متمایز را توانمند سازند و سازماندهی کنند. به طور عمده، آنچه این کارآفرینان را از کارآفرینان معمولی متمایز می‌دارد تعهد اجتماعی و تمایل کم به پاداش مالی آنهاست. «جانسون»<sup>۱۳</sup> در بررسی کارآفرینان اجتماعی در بخش خصوصی کانادا، بیان می‌کند که، این افراد با حس نیرومندی نسبت به عدالت اجتماعی به فعالیت‌های انتفاعی به عنوان ابزاری برای رسیدن به هدف می‌نگرند (مصطفی پور و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰).

مرت و ویراوارنا تعدادی از سازمان‌های غیردولتی را که در عرصه کارآفرینی اجتماعی موفق بودند- مطالعه کردند و هفت خصوصیت مشترک را در میان آنها یافتند که عبارتند از: رفتار نوآورانه، مدیریت خطر پذیری، رفتار بیش فعال، محیط، رسالت اجتماعی، کشف و شناخت فرصت‌ها و ماندگاری و بقا. یافته‌های این پژوهش نشان دادند که کارآفرینی اجتماعی (رفتار کارآفرینانه اجتماعی) می‌تواند در یک الگوی سه بعدی مطرح شود. که این سه بعد عبارتند از نوآوری، مدیریت خطرپذیری و رفتار بیش فعال (مقیمی و همکاران، ۱۳۸۷: ۹-۸).

## پیشینه تجربی

«عمرانی و همکاران» در تحقیقی با عنوان «الویت بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی» به این نتیجه رسیده است، هر پنج عامل معرفی شده در الگوی مفهومی، در توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران، اهمیت داشته و الویت آنها به ترتیب عبارت است از: افراد، ماموریت، عوامل زمینه‌ای، فرصت و سرمایه (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱). «یادگار و همکاران» نیز در تحقیقی با عنوان «فرآیند شکل‌گیری ابتکارات کارآفرینانه اجتماعی الگویی بر گرفته از نظریه برخاسته از داده‌ها» بیان می‌کنند: الگوی به دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد، مقوله اصلی که منجر به ایجاد ابتکارات کارآفرینانه اجتماعی می‌شود گرایش فرد به فعالیت‌های مسئولانه اجتماعی است که ایجاد ابتکار اجتماعی را مطلوب می‌کند. چنانچه چنین فردی تحت تاثیر شرایط واسطه‌ای و محیطی ویژه، ایجاد ابتکار اجتماعی را امکان پذیر بباید، راهبردهای ویژه‌ای را در پیش می‌گیرد که در نتیجه آنها، ابتکار کارآفرینانه اجتماعی جدید، شکل می‌گیرد (یادگار و همکاران، ۱۳۹۰: ۷). «آراستی و همکاران» به «بررسی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد تطبیقی» می‌پردازند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد سیاست‌های تنظیمی در کشورهای مورد مطالعه در چهار زمینه‌ی حمایت‌های مالی، برنامه ریزی ملی و منطقه‌ای، اصلاح قوانین و ساختارهای اداری و حمایت‌های مشاوره‌ای تدوین و اجرا شده‌اند. سیاست گذاران و مدیران اجرایی کشور، با استفاده از نتایج این مطالعه می‌توانند ضعف‌های کنونی حوزه‌ی سیاست گذاری کارآفرینی اجتماعی را شناسایی کرده و سیاست‌های مناسب توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشور را تدوین کنند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۹۵). همچنین، «عباسی و بابایی فیشانی» در تحقیقی با عنوان «کارآفرینی اجتماعی رویکردی نوین در کسب و کار» بیان می‌کنند: کارآفرینی اجتماعی، ایجاد راه حل‌های نوآورانه به منظور رفع مشکلات اجتماعی و بسیج ایده‌ها، ظرفیت‌ها، منابع و مقررات اجتماعی مورد نیاز برای تغییرات اجتماعی است. با توجه به چالش‌هایی که کارآفرینان اجتماعی با آن روبرو هستند، نیازمند تدوین سیاست‌های حمایتی

<sup>12</sup> Prabhu

<sup>13</sup> Johnson

مناسب می باشد. بررسی این نوع سیاست‌ها در کشورهای پیشرو در توسعه کارآفرینی اجتماعی، به تدوین سیاست‌های حمایتی تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران کمک می کند (عباس و بابایی فیشانی، ۱۳۹۳: ۱).

«کاتیم و همکاران<sup>۱۴</sup>» در تحقیقی با عنوان «آموزش کارآفرینی در مقاطع دانشگاهی و نیت کارآفرینانه دانشجویان» بیان می کنند: هدف از این مقاله تشخیص حجم آموزش کارآفرینی دانشگاهی و اثرش بر نیت‌های کارآفرینانه دانشجویان است. نمونه این مطالعه از دانشجویان ۱۷ کشور اروپایی طبقه‌بندی شده است، نتایج شاخص‌های ارایه شده نشان داد تقاضای بیشتر در آموزش کارآفرینی که به صورت سخنرانی و سمینار ارایه می شود ضروری نیست اما شبکه‌ها و فعالیت‌های مربی گری بیشتر به وسیله دانشجویان بیان شده است. همچنین اعمال مشارکت در آموزش کارآفرینی اثر مثبتی بر نیت کارآفرینانه داشت (Kuttim et al, 2013: 658). «آیه جو و همکاران<sup>۱۵</sup>»، نیز در تحقیقی با عنوان «خوداشتغالی: درباره ساخت آموزش کارآفرینی پرمفعت در دانشگاه موروکان» بیان می کنند: موضوع این مقاله ضمانت اشتغال به عنوان یک کلید مهم از آموزش مقاطع بالاتر در دانشگاه موروکان و نیاز به ادامه همکاری را نشان می دهد. تحلیلی از تجربه شروع ۲۰۱۱-۲۰۱۲ در درجه حرفه‌ای (جواز اشتغال) در «بانک حق بیمه مالی» در درجه‌ای از دانشکده، اقتصاد و علوم اجتماعی (Ain Sebaa Casablanca (FSJES) موروکان بر یک بررسی هدف پروژه رهبران را مبنا قرار داده است. که در دست‌یابی ۸۰٪ از استخدامی‌ها که از طریق خوداشتغالی به اشتغال نرسیده بودند نتیجه داد. بنابراین ما نتیجه می گیریم شرط لازم آموزش در مقاطع بالاتر مداخله دولت و حمایت و سرمایه گذاری است (Ayeou et al, 2013: 34010). «وندی فیلیپس و همکاران<sup>۱۶</sup>»، در تحقیقی با عنوان «نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی: یک دیدگاه سیستماتیک»، بیان می کنند. ادبیات CSR مسئولیت اجتماعی را که به صورت مشارکت درآمده ارزیابی می کند، و نوآوری را از طرف انجمن به واسطه سهامدار برای سود رسانی به سرمایه گذار و ارائه پتانسیل توسعه می دهد، همچنین عملکرد را افزایش می دهد. رشدی که برای رفع سود رسانی به مدل‌های شغلی طراحی شده است، توجه به کارآفرینی اجتماعی و نوآوری اجتماعی و موضوعات اجتماعی را آسان می سازد. مقاله بینش اجتماعی مرتبط با پژوهش در ارتباط با نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی را فراهم می سازد و رشد سود در منطقه را در دهه گذشته شرح می دهد. پنج سال پیش جریانی با توجه و تمرکز خاص به نقش کارآفرینی، شبکه‌ها، سیستم‌ها، نهادها و مشارکت عرضی دیده شده است. ترکیبی از یافته‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان که قبلاً منتشر کرده اند زمینه‌هایی از پژوهش در یک چارچوب تحلیلی، یک «سیستم نوآوری» را برای مطالعات آینده نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در هم بستگی‌های اساسی تقسیم کرد می آمیزد (Wendy Philips & et al, 2015: 428). سیلوز و مایر، در تحقیقی با عنوان «کارآفرینی اجتماعی: ایجاد کسب و کار جدید مدلی برای فقرا» بیان می کنند: پیشنهاد کارآفرینی اجتماعی بینشی است که ایده‌های بیشتری را برای پذیرش اجتماعی و تحریک استراتژی کسب و کار و اشکال سازمانی را ممکن می سازد. و این امر به توسعه پایدار شناخته شده در اهداف بین المللی می انجامد، همچنین کارآفرینی اجتماعی مشوق تاسیس شرکت‌ها با مسئولیت اجتماعی بیشتر می باشد (See lose & Mair, 2005: 241). همچنین آپولونی و همکاران<sup>۱۷</sup>، در تحقیقی با عنوان «ظهور آموزش کارآفرینی»، بیان می کنند. «مقاله یک تحلیل آماری مقاله یک تحلیل آماری در زمینه ظهور آموزش کارآفرینی را بحث می کند و نتیجه‌ای از یک بررسی در چارچوب طرح NETT در اروپا ارائه می دهد. تاکید نویسنده تشکیل ابزاری برای پرورش یک بحث علمی که عمیقاً به مدیریت دانش و ارائه یک استراتژی راهی در تکامل جوامع مدرن ریشه دارد، ارائه می دهد. کیفیت تجزیه و تحلیل داده‌ها و دلالت بر ظهور برخی الگوهای خاص ویژگی‌های جالب از ادراک کارآفرینی و آموزش آن است. مقصود نویسنده از این مقاله بیان ابزاری برای پرورش یک بحث علمی در یک رشته است که عمیقاً در مدیریت دانش ریشه دارد و نشان‌دهنده یک خط استراتژیک در بهبود جوامع مدرن را تشکیل می دهد (B. Apolloni et al, 2013: 349).

<sup>14</sup> Merle Kuttim et al

<sup>15</sup> Jamila Ayegou

<sup>16</sup> Wendy Philips & et al

<sup>17</sup> Apolloni et al



## جمع بندی پیشینه نظری و تجربی

بر اساس مطالب مطرح شده در چارچوب نظری و پیشینه پژوهش، می توان اظهار کرد، در نظریات «دیوید پرنسکی»<sup>۱۸</sup> (۲۰۰۵) کارآفرینی اجتماعی را فرآیندی تلقی می کند که از طریق آن سازمان‌ها برنامه‌های جدیدی برای حل مسایل اجتماعی طراحی و ارائه می کنند. «دیویس»<sup>۱۹</sup> (۲۰۰۲) با بررسی آسیب شناسانه‌ی رویکردهای کارآفرینی، به این باور می رسد که کارآفرینان اجتماعی باید با مدیریت اثر بخش منابع در اختیار، در تحقق اهداف و مأموریت‌های اجتماعی خود هم افزایی ایجاد کنند. «میر و مارتی» و موریس وب و فرانکلین یک دیدگاه جامع از کارآفرینی اجتماعی را ارائه می دهند. «کوینگهام و لیسچران» در مورد کارآفرینی ۶ مکتب فکری را ارائه داده اند. «کویین و سلیمان» بر اساس مکتب فکری دیگری کارآفرینی را مشخصه رفتاری سازمان‌ها تلقی می کنند. «آلورد» نیز تحولات اجتماعی را در نظر داشته و از کارآفرینی اجتماعی، به عنوان راهی برای سرعت بخشیدن به تحولات اجتماعی یاد می کند. از نظر «مورت، ویراواردنا و کارنگی» کارآفرینی اجتماعی یک ساختار چند وجهی است. «سالیوان و همکاران» کارآفرینی اجتماعی را جستجو برای شناسایی فرصت‌هایی می دانند که به تاسیس سازمان‌های اجتماعی جدید و نوآوری مستمر، در آنها منجر می شود.

«پراب هو»<sup>۲۰</sup> معتقد است که کارآفرینان اجتماعی از کارآفرینان اقتصادی به واسطه ایدئولوژی شان که راهنمای آنهاست، برای انتخاب رسالتشان، شیوه‌ها و هدف‌هایشان متمایز می شوند. «جانسون» در بررسی کارآفرینان اجتماعی در بخش خصوصی کانادا، بیان می کند که، این افراد با حس نیرومندی نسبت به عدالت اجتماعی به فعالیت‌های انتفاعی به عنوان ابزاری برای رسیدن به هدف می نگرند. نظریه مرکزی در این تحقیق مدل کارآفرینی اجتماعی مورت و ویراواردنا می باشد.

با توجه به چارچوب نظری و پیشینه‌های تجربی مطرح شده، فرضیه‌های پژوهش حاضر به صورت زیر تدوین شده است:

- ۱- هر چه گرایش به نوآوری در افراد بیشتر باشد میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی آرایه شده از سوی سازمان‌های ذیربط بیشتر می شود.
- ۲- هر چه ریسک‌پذیری افراد بیشتر باشد میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی آرایه شده از سوی سازمان‌های ذیربط بیشتر می شود.
- ۳- هرچه شرکت در دوره‌های آموزشی در افراد بیشتر باشد میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی آرایه شده از سوی سازمان‌های ذیربط بیشتر می شود.
- ۴- بین سن و میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی رابطه وجود دارد.

## روش شناسی

روش پژوهش بر اساس هدف پژوهش، از نوع کار بردی و بر اساس نحوه‌ی گردآوری داده‌ها، پیمایشی بود. همچنین از لحاظ میزان ژرفایی پهنانگر بوده و با در نظر گرفتن معیار زمان، مقطعی است. جامعه‌ی آماری در این پژوهش، کلیه مددجویان سازمان‌های ذیربط می باشد که بر اساس آمار سال ۱۳۹۴ به تعداد ۹۰۵۱ نفر می باشد. برای برآورد حجم نمونه در این تحقیق، با توجه به نسبت زنان و مردان طبق فرمول نمونه گیری کوکران استفاده شد.

جامعه آماری این پژوهش را کل مددجویان سازمان‌های بهزیستی، کمیته امداد و اداره مراقبت بعد از خروج زندانیان تشکیل می‌دهند که تعداد بر طبق آخرین داده‌ها ۱۳۹۴ برابر است با ۹۰۵۱ نفر می‌باشد. داده‌های پژوهش حاضر از طریق ابزار

<sup>18</sup> David Prenskey

<sup>19</sup> Davis

<sup>20</sup> Prabhu



## مقاله پژوهشی

پرسشنامه<sup>۲۱</sup> گردآوری خواهد شد. این پرسشنامه شامل دو بخش می‌باشد: بخش اول مربوط به سؤالات زمینه‌ای و بخش دوم مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق می‌باشد.

برای بدست آوردن حجم نمونه، ابتدا پرسشنامه طراحی شده مورد آزمون مقدماتی قرار گرفت. با برآورد نسبت‌های متغیر وابسته و جایگذاری آن در فرمول کوکران، مقدار حجم نمونه بدست آمده است.

$$n = \frac{Nt^2 \cdot pq}{Nd^2 + t^2pq} = \frac{9013 \times 3.84 \times 0.75 \times 0.25}{9013 \times 0.0025 + 3.84 \times 0.65 \times 0.35} = \frac{6489.36}{23.35} = 278$$

تعداد کل جامعه آماری ۹۰۱۳ نفر  $N$  =

$t^2$  برابر است با ۳/۸۴

احتمال وجود صفت در جامعه آماری  $P=0.75$

احتمال عدم وجود صفت در جامعه آماری  $q=0.25$

$d^2$  = برابر است با دقت احتمالی مطلوب (۰/۰۰۲۵)

در پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع تحقیق و جامعه آماری مورد مطالعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. چون لیست مددجویان موجود بود، از بین آنها حدوداً ۳۰۰ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب گردید.

با توجه به ماهیت موضوع، ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود و برای سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. تمامی گویه‌ها در سطح سنجش رتبه‌ای و در قالب طیف لیکرت تنظیم شده است. اعتبار مورد استفاده در این پژوهش هم اعتبار محتوایی<sup>۲۲</sup> از نوع صوری<sup>۲۳</sup> یا ذهنی است. اعتبار صوری، مبتنی بر ارزیابی‌های ذهنی محققان و متخصصانی است که با اجماع نظر کیفیت ابزار اندازه‌گیری را بررسی می‌کنند. بدین صورت پرسشنامه پس از طراحی در اختیار تنی چند از متخصصان قرار گرفت و اعتبار صوری ابزار اندازه‌گیری تایید شد. در ضمن، برای برآورد پایایی<sup>۲۴</sup> ابزار اندازه‌گیری پژوهش از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شد، بدین ترتیب ضریب پایایی به دست آمده برای متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۶ بوده است. این میزان نشان از پایایی گویه‌های انتخابی برای اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق دارد.

### جدول ۱: ضریب پایایی مقیاس‌ها

متغیرها	ضریب پایایی
میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی	۰/۶۲۱
شرکت در دوره‌های آموزشی	۰/۸۴۶
ریسک‌پذیری	۰/۸۰۰
نوآوری	۰/۶۱۶

### تعریف متغیرهای تحقیق

**میزان رضایت از خوداشتغالی:** خوداشتغالی به معنی کار برای خود است، از این رو خوداشتغالی نوعی اشتغال در بخش غیرمزدبگیری است که فرد شاغل با اتکا به توان شخصی، ابتکار و خلاقیت خود، به کارهای تولیدی و خدمات فنی و حرفه‌ای و در نتیجه کسب درآمد می‌پردازد. از ویژگی‌ها و امتیازات این بخش از اشتغال آن است که فرد را به تدریج آماده کسب

<sup>21</sup> Questionnaire

<sup>22</sup> Content Validity

<sup>23</sup> Face Validity

<sup>24</sup> Reliability



توانایی‌های لازم برای ورود به بازارهای گسترده‌تر می‌کند (آگهی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۳). در تحقیق حاضر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی در موسسات و سازمان‌های ذیربط در سه بعد ذیل مورد سنجش قرار گرفت:

۱- فرصت‌های شغلی ایجاد شده: مشاوره‌های شغلی، آشنایی افراد با مشاغل مختلف، آموزش‌های شغلی، آشنا کردن افراد با کارآفرینان، تطابق علایق فردی با ویژگی‌های شغلی ارائه شده، تطابق وضعیت جسمانی و روانی فرد با ویژگی‌های ارائه شده طی دوره‌های خاص.

۲- دوره‌های مهارت آموزی: تعداد دوره‌های مهارت آموزی، کیفیت دوره‌های مهارت آموزی، تطابق محتوای مطالب آموزشی با ویژگی‌های شغل ارائه شده.

مشاوره‌های شغلی انجام شده: دادن مشاوره‌های مربوط به شغل‌های مختلف به افراد در سازمان‌های ذیربط.

۳- واگذاری تسهیلات مالی: کافی بودن مقدار وام، مشکل گرفتن وام، ارائه مشاوره و توصیه‌های مالی.

ریسک پذیری: ریسک پذیری شامل تمایل فرد برای به کارگیری منابع قابل توجه جهت استفاده از فرصت‌هایی است که شانسی معقول از موفقیت و شکست پرهزینه را به همراه دارد (میری و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۴). از نظر بارنی و رایت (۱۹۹۸)، ریسک‌پذیری سنجش یا ارزیابی ریسک و طراحی راهبردهایی برای مدیریت ریسک می‌باشد (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۰). برای سنجش میزان ریسک‌پذیری مددجویان از شاخص‌هایی نظیر ریسک برای کسب وضعیت بهتر، ریسک‌های بیشتر برای کسب وضعیت بهتر، ریسک انجام کار با وجود احتمال شکست کاری، لذت بردن از خطر کردن، خطر کردن حتی با وجود مخالفت دیگران استفاده شده است.

نوآوری: تغییری که در آن ابداع، پژوهش، کاربرد فنون جدید و دگرگونی روش‌ها که به افزایش بهره‌وری و کارایی فرآیند مربوط می‌انجامد. پس هر تغییر و بهبودی نوآوری نیست (شایان مهر، ۱۳۷۷: ۵۳۹). برای سنجش میزان نوآوری مددجویان از شاخص‌هایی نظیر علاقمند به کشف موضوعات جدید، کنجکاو، علم آموز، دارای ذهن جست و جوگر، خواهان حل مشکلات چالش‌آور، کار تازه کردن، دارای روحیه‌ی نوجویی، وارد ساختن عناصر فرهنگی جدید به جامعه، هر نوع تغییر در تابع تولید، به کارگیری ایده‌های نوین، ترویج و حمایت از ایده‌های ناب، راه حل برای مسائل و نیازها استفاده شده است.

شرکت در دوره‌های آموزشی: برای سنجش میزان شرکت در دوره‌های آموزشی از شاخص‌هایی نظیر برگزاری سمینارهای آموزشی، برگزاری کلاس‌های آموزش کارآفرینی، آموزش‌ها نرم افزارهای جدید و به روز، انجام مشاوره‌های شغلی، آموزش با در نظر گرفتن شغل مددجو استفاده شده است.

## یافته‌ها

نتایج به دست آمده از تحلیل توصیفی متغیرهای زمینه‌ای (جدول شماره ۱) نشان دهنده این است از ۳۰۰ نمونه آماری لحاظ شده، در این پژوهش، ۳۸/۳ درصد مددجویان را مردان و ۶۱/۷ درصد مددجویان را زنان تشکیل داده‌اند. بیشترین تعداد مددجویان را افراد متأهل با ۰/۴۳ درصد هستند. میانگین سنی ارزیابی شده در این پژوهش ۳۷/۹۱ بوده است که وضعیت سنی مددجویان را بیشتر افراد سنی جوان تر تشکیل داده‌اند.

جدول ۲: معرفی خصوصیات جامعه مورد بررسی

متغیرها	توزیع فراوانی و درصد
جنس	در این پژوهش، ۳۸/۳ درصد مددجویان را مردان و ۶۱/۷ درصد مددجویان را زنان تشکیل داده‌اند.
وضعیت تاهل	۲۴/۷ درصد مجرد، ۴۳/۰ درصد متاهل، ۲۰/۰ درصد طلاق گرفته و ۱۲/۳ درصد همسر فوت شده بودند. بیشترین تعداد مددجویان را افراد متاهل تشکیل می‌دهند.
سن	کمترین فرد به لحاظ سنی ۱۶ سال و بالاترین و بزرگترین این افراد از نظر سنی ۶۴ سال سن داشته است. همچنین میانگین سنی ارزیابی شده در این پژوهش ۳۷/۹۱ بوده است که وضعیت سنی مددجویان را بیشتر افراد سنی جوان تر تشکیل داده است.

نتایج حاصل از تحلیل توصیفی متغیر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی حاکی از آن است که میانگین متغیر فرصت‌های شغلی ایجاد شده با میانگین درصدی ۶۳/۹۷، در حد متوسط به بالا می‌باشد. میزان دوره‌های مهارت آموزی که برای مددجویان برگزار می‌شود با میانگین درصدی ۸۴/۷۵، در حد بالا قرار دارد؛ میانگین متغیر مشاوره‌های شغلی برگزار شده ۹۵/۱، در حد بالا می‌باشد؛ میانگین متغیر تسهیلات مالی ارایه شده با میانگین درصدی ۶۷/۹۰، در حد متوسط به بالا می‌باشد. همچنین متغیرهای نوآوری، ریسک پذیری و شرکت در دوره‌های آموزشی نشان می‌دهد که مقدار میانگین به دست آمده برای متغیرهای نوآوری، ریسک پذیری و شرکت در دوره‌های آموزشی در حد متوسط می‌باشد. همچنین براساس یافته‌های جدول مددجویان مورد مطالعه به لحاظ شرکت در دوره‌های آموزشی در وضعیت بدی قرار دارند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی در میان مددجویان مورد مطالعه بالاتر از حد متوسط می‌باشد (جدول ۴).

جدول ۳: آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	ماکزیمم	مینیمم	دامنه تغییرات
رضایت از حمایت‌های خود اشتغالی	۳۸/۷۹۳	۶/۲۱۸	۰/۱۴۵	۵۷/۰۰	۲۴/۰۰	۳۳
فرصت‌های شغلی ایجاد شده	۱۵/۹۹۳	۳/۱۱۸	۰/۱۴۱	۲۰/۰۰	۵/۰۰	۱۵
دوره‌های مهارت آموزی	۱۲/۷۱۳	۳/۲۳۳	-۰/۱۴۱	۱۵/۰۰	۴/۰۰	۱۱
برگزاری مشاوره‌های شغلی	۹/۵۱۰	۳/۳۲۷	۰/۱۴۱	۵	۱	۴
تسهیلات مالی ارایه شده	۱۰/۱۸۶	۲/۶۲۳	-۰/۱۲۵	۱۵/۰۰	۳/۰۰	۱۲
ریسک پذیری	۱۴/۶۷	۵/۱۵۹	۰/۱۴۱	۲۵/۰۰	۵/۰۰	۱۵
نوآوری	۲۳/۷۵۶	۲/۹۷۵	۰/۱۴۱	۴۰/۰۰	۸/۰۰	۳۲
شرکت در دوره‌های آموزشی	۶/۹۴۰۰	۳/۷۰۳۴۴	۰/۴۳۹	۱۵/۰۰	۳/۰۰	۱۲

تحلیل همبستگی متغیرهای تحقیق نشان داد با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ بین میزان ریسک پذیری و میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین، نوع رابطه مثبت و مستقیم می باشد، بدین معنی که با افزایش یافتن میزان ریسک پذیری، میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی نیز افزایش می یابد. نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین میزان نوآوری و میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی حاکی از آن است که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ بین میزان نوآوری و میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی رابطه معنی داری وجود دارد. نوع رابطه مثبت و مستقیم می باشد. بدین معنی که با افزایش یافتن میزان نوآوری، میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی نیز افزایش می یابد. همچنین، نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین میزان شرکت در دوره‌های آموزشی و میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی حاکی از آن است که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ بین میزان شرکت در دوره‌های آموزشی و میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی رابطه معنی داری وجود دارد. نوع رابطه مثبت و مستقیم می باشد. بدین معنی که با افزایش یافتن میزان شرکت در دوره‌های آموزشی، میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی نیز افزایش می یابد (جدول شماره ۳).

جدول ۴: آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای ریسک پذیری، نوآوری، شرکت در دوره‌های آموزشی و میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی

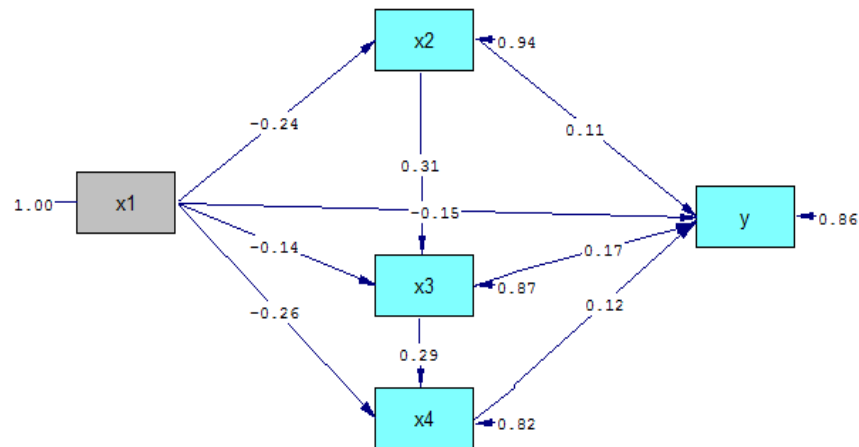
متغیر	نوآوری	ریسک پذیری	شرکت در دوره‌های آموزشی
رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی	۰/۲۶۰	۰/۲۳۴	۰/۲۵۵
سطح معنی داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تعداد مشاهده	۳۰۰	۳۰۰	۳۰۰

#### مدل ساختاری میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی

پس از طی مراحل مختلف تدوین مدل معادلات ساختاری و اصلاح مسیرهای اثرگذاری متغیرهای مدل بر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی در نهایت مطلوب ترین مدل معادلات ساختاری جهت تبیین میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی تدوین شد. مدل ساختاری نهایی و برازش شده توسط داده‌های تحقیق در سطح مناسبی از نظریه‌ها و تحقیقات انجام شده حمایت کرده و مدل مناسبی برای تبیین میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی محسوب می‌شود. زیرا، اولاً، کای اسکوایر مدل معنی دار نبوده و مقدار RMSEA نیز نزدیک صفر است. ثانیاً، AIC و CAIC مدل نسبت به مدل‌های مستقل و اشباع مقادیر کمتری دارند. ثالثاً، شاخص‌های برازش نسبی (NFI, NNFI, CFI, IFI, RFI) و برازش مطلق (GFI, AGFI, PGFI) در سطح مناسب و قابل قبولی هستند. بنابراین می‌توان گفت که مدل معادلات ساختاری برازش شده مدل مناسبی برای تبیین تغییرات میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی بوده و این مدل توانسته به طور معنی داری ۱۴ درصد از تغییرات آن را مورد تبیین قرار دهد.

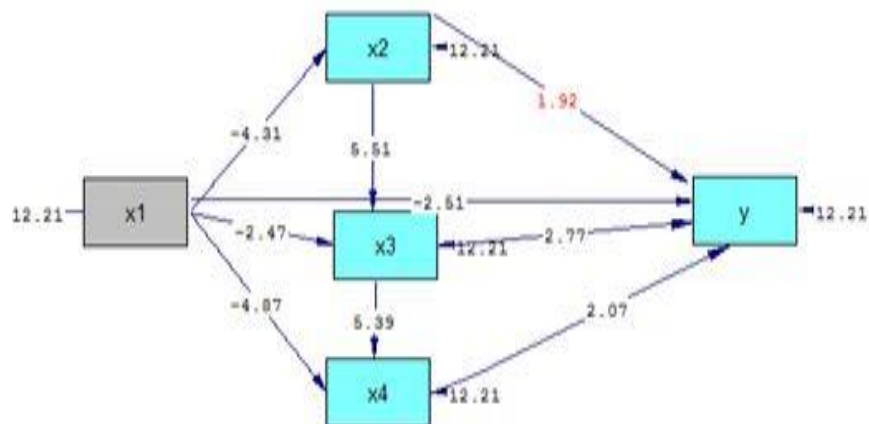
جدول ۵: شاخص‌های برازش مدل ساختاری میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی

شاخص‌های کلی		شاخص معیار اطلاعات		شاخص برازش نسبی		شاخص برازش مطلق	
ضریب تبیین R <sup>2</sup>	۰/۱۴	AIC شکل	۲۹/۱۸	NFI	۰/۹۸	GFI	۱/۰۰
مقدار T	۱۲/۲۱	AIC شکل مستقل	۲۶۸/۵۱	NNFI	۰/۸۹	AGFI	۰/۹۳
کای اسکوایر	۳/۴۵	AIC شکل اشباع	۳۰/۰	PNFI	۰/۰۹۸	PGFI	۰/۰۶۶
درجه آزادی	۱	CAIC شکل	۹۰/۶۹	CFI	۰/۹۹		
RMSEA	۰/۰۹۱	CAIC شکل مستقل	۲۹۰/۴۸	IFI	۰/۹۹		
سطح معنی داری	۰/۰۶۳	CAIC شکل اشباع	۹۵/۹۰	RFI	۰/۸۵		



Chi-Square=3.45, df=1, P-value=0.06334, RMSEA=0.091

دیاگرام ۱- مدل ساختاری نهایی میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی با ضرایب استاندارد ۲۵



Chi-Square=3.45, df=1, P-value=0.06334, RMSEA=0.091

دیاگرام ۲- مدل ساختاری نهایی میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی با مقدار T

مدل تدوینی برای تبیین تغییرات میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی نشان دهنده تأثیر معنی دار متغیر بیرونی سن و متغیرهای دورنی شرکت در دوره‌های کارآفرینی، ریسک‌پذیری و نوآوری بر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی است. نتایج حاصل از تحلیل ضرایب مسیر در مدل نشان می‌دهد که اثرات مستقیم متغیرها همه متغیرهای مدل بر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی معنی دار بوده است بجز متغیر شرکت در دوره‌های کارآفرینی که معنی دار نبود. در مدل ساختاری تدوین شده مهم‌ترین عاملی که تأثیر مستقیم آن در بین عوامل دیگر بر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی شایان توجه است، متغیر درونی ریسک‌پذیری و متغیر بیرونی سن تلقی می‌شود. با این تفاوت که ریسک‌پذیری زمینه را برای افزایش رضایت از

۲۳- y = میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی x1 = سن x2 = میزان شرکت در دوره‌های آموزشی x3 = ریسک‌پذیری x4 = نوآوری

حمایت‌های خوداشتغالی فراهم می‌کند و سن نیز باعث کاهش میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی می‌شود. بنابراین می‌توان گفت که در بین متغیرهای مدل اثر مستقیم متغیر سن به صورت منفی و اثر مستقیم متغیرهای میزان شرکت در دوره‌های آموزشی، نوآوری و ریسک‌پذیری به صورت مثبت بوده است.

در مدل مسیر اثر غیر مستقیم شرکت در دوره‌های آموزشی بر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی به اندازه اثر مستقیم بوده و نوع اثر نیز مثبت بوده است. یعنی با افزایش میزان شرکت در دوره‌های آموزشی به میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی افزوده شده و در نهایت افزایش میزان شرکت در دوره‌های آموزشی منجر به افزایش رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی می‌شود این امر به نوبه خود در کاهش میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی نیز مؤثرتر است. همچنین نکته مهمی که در مدل مسیر وجود دارد، این است که اثر غیر مستقیم متغیر ریسک‌پذیری بر رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی عمدتاً از طریق متغیر نوآوری بوده است. به این صورت که ریسک‌پذیری در بین مددجویان به بروز نوآوری کمک کرده و افزایش نوآوری نیز منجر به بالا رفتن رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی می‌شود. همچنین، متغیر سن مددجویان دارای اثر غیر مستقیم معنی‌داری است.

در مجموع بر اساس اثرات کل در مدل ساختاری، به ترتیب متغیرهای سن و ریسک‌پذیری دارای بیشترین تأثیر و شرکت در دوره‌های آموزشی و نوآوری نیز دارای کمترین تأثیر در میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی بوده‌اند.

جدول ۴- اثرات متغیرهای تحقیق بر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی

اثرات و متغیرها	سن	شرکت در دوره‌های آموزشی	ریسک‌پذیری	نوآوری	مقدار T	ضریب تبیین
اثر مستقیم	-۰/۱۵	۰/۱۱	-۰/۱۷	۰/۱۲		
اثر غیر مستقیم	-۰/۱۰	۰/۰۶	۰/۰۴	۰	۱۲/۲۱	۱۴٪
اثر کل	-۰/۲۵	۰/۱۷	۰/۲۱	۰/۱۲		

## نتیجه‌گیری

«کارآفرینی اجتماعی» فرآیندی است که با بکارگیری مکانیزم «تخریب خلاق» و چرخه نوآوری منجر به خلق ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی می‌گردد. بنابراین در این پدیده، «کارآفرین اجتماعی» دارای ایده فکر و جدیدی است که با ایجاد یک کسب و کار اجتماعی (بخش‌های خصوصی، داوطلبانه و غیرانتفاعی)، با بسیج منابع گوناگون و پذیرش مخاطرات مالی و اجتماعی، خدمات جدید اجتماعی ارائه می‌نماید و بدین ترتیب، منجر به خلق ارزش جدید اجتماعی و اقتصادی می‌گردد. با توجه به گسترش بیکاری در جامعه بررسی کارآفرینی اجتماعی در قالب خوداشتغالی ضرورت می‌یابد. بر این اساس هدف اصلی مقاله حاضر مطالعه کارآفرینی اجتماعی در قالب بررسی میزان رضایت مددجویان از حمایت‌های خوداشتغالی سازمان‌های ذیربط در شهر تبریز و عوامل مؤثر بر آن است.

میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی دارای چهار بعد فرصت‌های شغلی ایجاد شده، دوره‌های مهارت‌آموزی، مشاوره‌های شغلی برگزار شده تسهیلات مالی ارائه شده می‌باشد. نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد رضایت از فرصت‌های شغلی ایجاد شده با میانگین ۱۵/۹۹۳ در حد متوسط می‌باشد، رضایت از دوره‌های مهارت‌آموزی برگزار شده با میانگین ۱۲/۷۱ در حد بالا می‌باشد، رضایت از مشاوره‌های شغلی برگزار شده با میانگین ۹/۵۱ در حد بالا می‌باشد، رضایت از تسهیلات مالی ارائه شده با

میانگین ۷/۰۷ در حد متوسط به پایین می باشد. همچنین، نتایج تحقیق بیانگر آن است بین ریسک‌پذیری و رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. می توان گفت ریسک‌پذیری، بر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی اثر گذار بوده است. به عبارت دیگر به هر میزان که ریسک‌پذیری در بین مددجویان افزایش یابد، میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی در بین آن‌ها فزونی می یابد. نتایج تحقیق فوق با نظریات کوینگهام و لیسچران، پراب‌هوه، ویراوردنا و کارنگی، مدل کارآفرینی اجتماعی مورت و ویراوردنا، مدل کارآفرینی اجتماعی سلیوان مورت و همکاران همسویی دارد. و نیز نتایج تحقیق بیانگر آن است بین نوآوری و رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و می توان گفت نوآوری، بر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی اثر گذار بوده است. به عبارت دیگر به هر میزان که نوآوری در بین مددجویان افزایش یابد، میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی در بین آن‌ها فزونی می یابد. نتایج تحقیق فوق با نظریات دیوید پرنسکی، میر و مارتی، موریس وب و فرانکلین، کوینگهام و لیسچران، کوین و اسلاوین، آلود، مورت و ویراوردنا و کارنگی، مدل کارآفرینی اجتماعی مورت و ویراوردنا و همچنین با نتایج تحقیقات عباسی و بابایی فیشانی، آراستی و همکاران، عمرانی و همکاران، یادگار و همکاران، و وندی فیلیس و همکاران هم سویی و انطباق دارد. همچنین نتایج تحقیق بیانگر آن است بین دوره‌های آموزشی و رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. می توان گفت دوره‌های آموزشی، بر میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی اثر گذار بوده است. به عبارت دیگر به هر میزان که دوره‌های آموزشی در بین مددجویان افزایش یابد، میزان رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی در بین آن‌ها فزونی می یابد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیق آپولونی و همکاران هم سویی و انطباق دارد.

با توجه به مطالب مذکور و نتایج حاصل از پژوهش حاضر می‌توان پیشنهاداتی را در راستای افزایش رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی ارائه کرد؛ ریسک‌پذیری بر طبق نتایج تحلیل چند متغیره بر رضایت از حمایت‌های خوداشتغالی تاثیر گذار است. لذا برای افزایش ریسک‌پذیری مددجویان برگزاری کلاس‌های روان‌شناختی و تقویت اعتماد به نفس در نحوه برخورد با واقعیت‌های ریسک‌طلب، آموزش طریقه‌ی نه‌راسیدن از شکست به منظور رسیدن به اهداف و آرزوهای برنامه‌ریزی شده، آشنا کردن مددجویان با افراد موفق در زمینه کاری مربوط به خودشان تا برای رسیدن به هدف از تجربه ریسک‌پذیری آنان استفاده کنند؛ برای افزایش نوآوری مددجویان آموزش ایده‌سازی به شیوه اصولی و علمی، برگزاری کارگاه‌ها و اتاق‌های فکر در زمینه بیان ایده‌ها و تقویت اندیشه‌های نو و پرورش آنها توصیه می‌گردد. برای افزایش مهارت‌های آموزشی مددجویان، برگزاری کلاس‌های آموزشی، برگزاری کلاس‌های انگیزشی برای افزایش شرکت در این کلاس‌ها، آگاهی‌دادن به مددجویان از وجود این کلاس‌ها در سازمان‌ها توصیه می‌گردد.

## تضاد منافع

نویسندگان نفع متقابلی از انتشار این مقاله ندارند

## تشکر و قدردانی

از کلیه دست‌اندرکاران تشکر و سپاس اعلام می‌شود.

## منابع

- ابطحی، سید حسین، فتاح شریف زاده، حبیب ابراهیم پور (۱۳۸۹)، «بررسی مفاهیم، نظریه‌ها و مدل‌های کارآفرینی اجتماعی و آرایه مدل مفهومی»، «مدیریت فرهنگ سازمانی»، سال هشتم، شماره بیست و یکم: ۸۷-۱۱۲.

- آراستی، زهرا، هادی زراعی، فاطمه دیده‌ور (۱۳۹۲)، «بررسی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی با رویکرد تطبیقی»، توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شماره دوم: ۲۱۴-۱۹۵.
- آهنگری، عادل، سید مجتبی حسینی فرد (۱۳۸۷)، «کارآفرینی اجتماعی»، مرکز کارآفرینی پردیس قم، شماره ۲: ۴۰-۲۲.
- آگهی، حسین، فاطمه قربانی پیرعلی دهی و سمیره صی محمدی (۱۳۹۴)، «بررسی موانع خوداشتغالی از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه»، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، سال دوم، شماره چهارم: ۲۸-۲۲.
- عمرانی، زهرا، مهدی حقیقی کفاش، نادر مظلومی (۱۳۸۹)، «الویت بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی»، توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره هشتم: ۳۹-۱۱.
- عباسی، ابراهیم، محمد رضا بابایی فیشانی (۱۳۹۳)، «کارآفرینی اجتماعی رویکردی نوین در کسب و کار»، سیوبلیکا: ۱۶-۱.
- کاظمی، محمد رضا، سید جعفری مقدم، سارا سهیلی (۱۳۹۱)، «شناسایی میزان تاثیر جو سازمانی بر نوآوری (مطالعه موردی: بانک ملت)»، توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم: ۸۶-۶۷.
- قاضی طباطبایی، محمود (۱۳۸۱)، «تکنیک‌های خاص تحقیق»، تبریز: دانشگاه پیام نور.
- یادگار، نسیم، عباس بازرگان، نظام الدین فقیه (۱۳۹۰)، «فرآیند شکل‌گیری ابتکارات کارآفرینانه‌ی اجتماعی: الگویی برگرفته از نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها»، توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره سیزدهم: ۲۹-۷.
- مرجانی، تیمور، سید صدرالدین صدری (۱۳۹۳)، «توسعه کارآفرینی اجتماعی: آسیب‌ها، عوامل موثر و راهکارها» مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، شماره ۴: ۲۹۷-۲۷۷.
- مقیمی، محمد، مریم روستا، محمد مهدی حیدری (۱۳۸۷)، «بررسی ارتباط میان کارآفرینی اجتماعی و اثربخشی عملکرد در سازمان‌های غیردولتی زنان»، مجله علمی - پژوهشی مطالعات زنان سال اول، شماره دوم، میری، عبدالرضا، محمد
- داورزنی، اسماعیل بندیکاران (۱۳۹۲)، «بررسی نقش زمینه‌های اجتماعی-فرهنگی مدیران SMEها بر کارآفرینی شرکتی»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و سوم، شماره ۷۶: ۵۷-۲۹.
- Ayegou, Jamila, Faical mahrek, Amina rajraji and Mohammed talbi (2013), "Self-employment: toward making entrepreneurship teaching more beneficial at the Moroccan university", "Procedia, Social and Behavior Science", p.34010-3416.
- Austin, James, Stevenson, Howard, Wei-Skilern, Jane (2006), "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?" "Entrepreneurship theory and Practice", p.1-19.
- Apolloni, G. Galliani, C. Zizzo, FE pifania, L. Crosta, I. Cesareo (2013), " ELSEVIR: Procedia Computer Science 22", p.349-358.
- Dees, J. Gregory, Battel Anderson, Beth (2006), "Framing a theory of social entrepreneurship : bulding on two schools of practice and thought", "Framing a theory of social entrepreneurship", p.39-66.
- Augusto felicio, Helena Martins Goncalves, Vitor da concepricao, Gon Calves (2013), " Social Value and Organizational Performance in non- profit Social Organizations: Social entrepreneurship, Leadership, and Socioeconomic Context effects", " Elsevier, Journal of Business Research", Available online 26 March 2013. p. 2146-2139.
- Niachoi, Satyajit Majumdar (2014), "Social entrepreneurship Research as an essentially Contesd Concept opening anew avenue for systematic future research", "ELSEVIR, Journal of Business Venturing 29. p.363-376.



- Wendy Philips, Hazel lee, Abby Ghobadian, Nicholas O'Regan and Peter James(2015), “ Social innovation and Social Entrepreneurship: A systematic Review”, “ SAGE. Group & Organization Management”, p.428-461.
- Kuttim, meral, Mariannekallaste, Urvevenesaar, Ainokiis(2013), "Entrepreneurship education at university level and students entrepreneurial intentions", "Procedia, Social and Behavioral Sciences", p.658-668.