

## تبیین مفهوم و ابعاد کارآفرینی اجتماعی

محمد احسان متقی

دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم تحقیقات

### چکیده

کارآفرینی به عنوان پدیده ای نو ظهور، به تازگی در محافل علمی ایران مطرح شده است. احیای تحقیقات و عملیات کارآفرینی در دنیا به دهه ۱۹۸۰ میلادی باز می گردد؛ که آن را "انقلاب کارآفرینانه" نام گذاری کرده اند. "جان تامپسون" معتقد است رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و ضروری برای تمامی سازمان ها (دولتی، خصوصی، داوطلبانه و غیره) با هر اندازه (بزرگ، متوسط و کوچک) است. این مقاله دیدگاهی از علم کارآفرینی، تحت عنوان "کارآفرینی اجتماعی" را به عنوان یک فرایند که تغییر اجتماعی را تسریع می کند و نیازهای مهم اجتماعی را مورد خطاب قرار می دهد، مطرح می کند. کارآفرینی اجتماعی به عنوان مقوله ای متفاوت از دیگر اشکال کارآفرینی، به طور نسبی در ارتقای ارزش های اجتماعی و توسعه در مقابل کسب ارزش اقتصادی ارجحیت بیشتری را کسب می کند. در این مقاله ابتدا مروری بر مفاهیم کلی کارآفرینی خواهیم داشت سپس سرمایه اجتماعی، مفاهیمی از کارآفرینی اجتماعی و چارچوب های نظری این مقوله جدید، جایگاه آن نسبت به سایر مقوله های کارآفرینی، ویژگی های رفتاری کارآفرینان اجتماعی مطرح می شود.

**کلمات کلیدی:** کارآفرینی اجتماعی<sup>۱</sup>؛ سرمایه اجتماعی<sup>۲</sup>؛ سازمان های غیرانتفاعی<sup>۳</sup>؛ بخش داوطلبانه<sup>۴</sup>؛

<sup>۱</sup> Social Entrepreneurship

<sup>۲</sup> Social capital

<sup>۳</sup> Not-for-profit organizations (NFPs) or Non-profit organizations (NPOs)

<sup>۴</sup> Voluntary section