

بررسی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد تطبیقی

زهرا آراستی*^۱ - هادی زارعی^۲ - فاطمه دیده‌ور^۳

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

۳. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۴/۱۰، تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۶/۲۵)

چکیده

کارآفرینی اجتماعی، ایجاد راه‌حل‌های 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 روبه‌رو هستند، نیازمند تدوین سیاست‌های حمایتی مناسب می‌باشد. بررسی این نوع سیاست‌ها در کشورهای پیشرو در توسعه کارآفرینی اجتماعی، به تدوین سیاست‌های حمایتی تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران کمک می‌کند. این تحقیق با هدف شناسایی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی بر اساس روش تحقیق کیفی و با رویکرد مقایسه‌ی تطبیقی، در ۶ کشور ژاپن، آمریکا، سوئد، بریتانیا، استرالیا و تایوان انجام شده و چارچوبی کلی از ابعاد و شاخص‌های سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشورهای منتخب ارائه شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد سیاست‌های تنظیمی در کشورهای مورد مطالعه در چهار زمینه‌ی حمایت‌های مالی، برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای، اصلاح قوانین و ساختارهای اداری و حمایت‌های مشاوره‌ای تدوین و اجرا شده‌اند. سیاست‌گذاران و مدیران اجرایی کشور، با استفاده از نتایج این مطالعه می‌توانند ضعف‌های کنونی حوزه‌ی سیاست‌گذاری کارآفرینی اجتماعی را شناسایی کرده و سیاست‌های مناسب توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشور را تدوین کنند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی اجتماعی، سیاست‌گذاری تنظیمی، سیاست‌گذاری حمایتی، تحلیل تطبیقی

مقدمه

از مهم‌ترین ویژگی‌های جهان امروز، تغییرات گسترده، افزایش پیچیدگی‌ها و رقابت‌ها می‌باشد. سازمان‌های امروزی در محیطی پیچیده و در عین حال پویا فعالیت می‌کنند (Worthington and Britton, 2006, p.3). امروزه چندین شاخه‌ی کارآفرینی شناسایی شده که یکی از این شاخه‌ها، کارآفرینی اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی، یافتن جدیدترین و بهترین راه ممکن برای ایجاد و تقویت «ارزش اجتماعی» می‌باشد (Dees, 1998, p.1; Brooks, 2009, p.66). تعداد سازمان‌هایی که به دنبال تامین نیازهای اولیه‌ی انسان‌ها و افزایش رضایت‌بخشی در جامعه هستند، به سرعت در حال افزایش بوده و کارآفرینی اجتماعی نقش اساسی در این زمینه دارد (Seelos and Mair, 2005, p.4; Urbano et al., 2010, p. 2). از این دیدگاه، کارآفرینی اجتماعی نوعی مدیریت بحران‌های اجتماعی است (Alvord, 2004, p. 4). از این دست بحران‌ها در کشورهای مختلف از جمله ایران دیده می‌شود. به‌طور مثال وضعیت کودکان کار و خیابانی و آمارهای موجود نشان می‌دهد که در ایران به‌طور رسمی بیش از ۷۰۰ هزار کودک کار می‌کنند (اسدی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۲).

با افزایش سطح توسعه‌یافتگی کشورها، نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی افزایش می‌یابد. براساس گزارش سال ۲۰۰۹ مرکز جهانی کارآفرینی^۱، بیشتر فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران مانند بیشتر کشورهای جهان از نوع غیر اجتماعی (اقتصادی) است (۶۱/۵٪). همچنین بیشتر کسب‌وکارهای اجتماعی در مرحله‌ی راه‌اندازی هستند (۴۳/۶٪) (Terjesen et al., 2009). جدول شماره (۱) وضعیت فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی در ایران را براساس گزارش ۲۰۰۹ مرکز جهانی کارآفرینی در گروه کشورهای هم‌عضو با ایران و نیز در میان تمامی کشورها نشان می‌دهد. نتایج این گزارش نشان از آن دارد که کارآفرینی اجتماعی نوپا در ایران بیشتر از کارآفرینی تثبیت شده و در سال‌های

1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

اخیر گرایش به کارآفرینی اجتماعی بیشتر شده است. اما کارآفرینان اجتماعی با موانع بسیاری روبه‌رو هستند. مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران عبارتند از: ضعف قانونی، ضعف دانش و قابلیت راه‌اندازی، ضعف در پشتوانه‌ی تامین مالی برای موسسات کارآفرینی اجتماعی، ضعف در سیاست‌های دولت (اخذ مجوزهای قانونی در یک هفته/ثابت بودن قوانین و مقررات، بار مالیات و ضرورت‌های قانونی)، ضعف در برنامه‌های دولت (مانند دریافت کمک‌های دولتی به واسطه‌ی مراجعه به یک سازمان، پشتیبانی‌های اثربخش و ...) (دارستانی فراهانی، ۱۳۸۹، ص ۱۰۵). با توجه به موانع توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در ایران، در صورت تدوین سیاست‌های حمایتی تنظیمی مناسب در این حوزه، جامعه می‌تواند از ظرفیت‌های کارآفرینی اجتماعی در حل مشکلات موجود بهره‌مند شود (یادگار و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۴).

جدول ۱. وضعیت فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی در ایران بر اساس گزارش GEM (2009)

فعالیت کارآفرینانه اجتماعی تثبیت شده	فعالیت کارآفرینانه اجتماعی نوپا	فعالیت کارآفرینانه اجتماعی جدید	فعالیت کارآفرینانه اجتماعی نوظهور	ایران
۰/۲۱	۱/۳۶	۰/۳۱	۱/۰۵	درصد جمعیت ۱۸ تا ۶۴ سال
۹	۱۳	۱۳	۱۲	رتبه در بین کشورهایی با اقتصاد مبتنی بر کارایی - ۲۲ کشور
۲۷	۲۷	۳۰	۲۲	رتبه در کل کشورها - ۴۹ کشور

شاکلی و فرانک (۲۰۱۰) دو نوع سیاست برای کارآفرینی اجتماعی در نظر گرفته‌اند

(Shockley and Frank, 2010, p.3):

◀ سیاست‌هایی که هدف آنها تنها کاهش بیکاری است؛

◀ سیاست‌هایی که به کارآفرینان اجتماعی بالقوه (دارای ایده‌ی نوآورانه) کمک کرده و از راه "شالوده علمی"، جامعه را تقویت می‌کنند.

یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی، اتخاذ سیاست‌های حمایتی سازگار با بافت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فناورانه و قانونی کشور از سوی سیاست‌گذاران است (Shockley and Frank, 2010, p.2; Urbano et al., 2010, p.3).

و با استفاده از مطالعات تطبیقی می‌توان از تجربیات و راهکارهای حمایتی کشورهای که در این حوزه پیشرو هستند برای تدوین سیاست‌های حمایتی تنظیمی سازگار با شرایط کشور استفاده کرده و به‌منظور کاهش موانع و مشکلات اشاره شده حرکت کرد. با توجه به مطالب بیان شده، سؤال اصلی تحقیق این است که سیاست‌های تنظیمی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در کشورهای منتخب کدامند؟

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

کارآفرینی اجتماعی

از جدیدترین موضوعاتی که در عرصه‌ی کارآفرینی، در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی، در محافل علمی به آن توجه می‌شود، کارآفرینی اجتماعی است. این مقوله در صورتی که در جامعه نهادینه شود، می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات اجتماعی ایفا کند. کارآفرینی اجتماعی که زیرمجموعه‌ی حوزه‌ی کارآفرینی می‌باشد، به معنی انجام مأموریت‌های اجتماعی و انسان‌دوستانه با فعالیت‌های کسب‌وکاری است (Certo and Miller, 2008, p. 267) به نقل از (اسدی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳). به‌طور کلی محققان، کارآفرینان اجتماعی را عامل مهمی در ایجاد تغییر در جامعه می‌دانند (یادگار و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳). کارآفرینی اجتماعی، استفاده از رفتار کارآفرینانه برای اهداف اجتماعی و نه برای مقاصد انتفاعی می‌باشد. در کارآفرینی اجتماعی، سودهایی که از فعالیت‌های بازار به‌دست می‌آید، برای کمک به گروه‌هایی که مشکل داشته و ناتوان خاص هستند، استفاده می‌شود (Leadbeater, 1997, p.3). غیر انتفاعی بودن یا سود محور بودن کسب‌وکار نمی‌تواند شاخص اصلی کارآفرینی اجتماعی بودن کسب‌وکار باشد، بلکه مهم این است که آیا ایجاد ثروت اجتماعی محصول اصلی کسب‌وکار می‌باشد یا محصول جانبی آن، در واقع اولویت کسب‌وکار ایجاد ثروت اجتماعی است یا ثروت اقتصادی (Mair & Marti, 2006, p.5).

سیاست‌گذاری کارآفرینی اجتماعی

در دهه‌ی گذشته سیاست‌گذاران، سیاست‌های کارآفرینی را برای رشد اقتصادی تدوین کرده‌اند. سیاست‌های دولتی، قوانین و راهبردهایی هستند که دولت برای هدایت و مدیریت برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی، اداری و غیره تدوین می‌کند. دولت‌ها سه نوع سیاست نسبت به کارآفرینی اجرا کرده‌اند. نخست با ارایه‌ی کمک‌های مالی و ساده‌سازی قواعد بروکراتیک، محیط تنظیمی خود را برای کارآفرینی بهبود داده‌اند. دوم از طریق ارایه‌ی برنامه‌هایی برای اشاعه‌ی دانش و مهارت لازم برای کارآفرینان، محیط شناختی کشور را بهبود داده‌اند که این امر می‌تواند توانایی درک افراد از فرایندهای راه‌اندازی کسب‌وکار را افزایش دهد. سوم از طریق فعالیت‌های لازم برای بهبود برداشت جامعه نسبت به بخش کارآفرینی، محیط هنجاری خود را تقویت کرده‌اند که این امر می‌تواند انگیزه‌ی افراد را برای تبدیل شدن به کارآفرین بهبود دهد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۲۳۱).

سیاست‌گذاری کارآفرینی اجتماعی عبارتست از ایجاد و گسترش ساختارها، روابط، نهادها، سازمان‌ها و فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی که باعث بازدهی و پایدارسازی منافع اجتماعی می‌شوند و دربرگیرنده‌ی فعالیت‌ها و فرایندهایی هستند که متعهد می‌شوند تا فرصت‌ها را یافته، تعریف کرده و به کار گیرند، تا بدین وسیله، ثروت اجتماعی را با آفرینش معاملات مخاطره‌آمیز جدید و یا مدیریت سازمان‌های موجود به روشی نوآورانه توسعه دهند (Zahra et al., 2009, p.1).

یکی از مهم‌ترین این نوع سیاست‌ها، سیاست‌های تنظیمی می‌باشد، چرا که حمایت‌های مالی و قانونی اهمیت بسیار زیادی در پایداری و تداوم موسسات دارد، در واقع سیاست‌های تنظیمی می‌تواند ورود و خروج این موسسات به بازار را آسان کند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۲۳۱).

مطالعات معدودی به بررسی سیاست‌های حمایتی تنظیمی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی پرداخته‌اند. بیشتر این مطالعات تنها اشاره‌ای به نقش سیاست‌های تنظیمی در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی داشته‌اند و به جزییات این سیاست‌ها در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی

نبردخته‌اند. جدول شماره (۲) خلاصه‌ای از مطالعات مرتبط را نشان می‌دهد.

جدول ۲. خلاصه مطالعات پیشین در حوزه‌ی نقش سیاست‌های تنظیمی در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی

پژوهشگر	سال	یافته‌ها
Rotheroe	۲۰۰۷	نقش سیاست‌های حمایت مالی را در موفقیت و پیشرفت کارآفرینان اجتماعی مهم می‌داند.
Snaith	۲۰۰۷	نقش قوانین و ساختار اداری دولت در توسعه و گسترش کارآفرینی اجتماعی را غیر قابل انکار می‌داند.
Ul Islam	۲۰۰۷	سیاست‌های مختلف به منظور توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی و نقش آن در پایداری مالی موسسات کارآفرینی اجتماعی را مهم می‌داند.
Urbano et al.	۲۰۱۰	ارزش‌های اجتماعی جدید، نگرش مسئولیت اجتماعی و کارآفرینانه را به عنوان عوامل نهادی غیر رسمی بر ظهور کارآفرینی اجتماعی و سازوکارهای حمایتی را به عنوان عوامل نهادی رسمی اثرگذار بر پیاده‌سازی کارآفرینی اجتماعی می‌داند.
Ferri & Prior	۲۰۱۰	عوامل رسمی و غیر رسمی اثرگذار بر توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی را بررسی کرده و در قسمت عوامل رسمی به نقش حمایت‌های مالی در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی اشاره کرده‌اند.
Krlev	۲۰۱۲	تدوین راهبردهای کلان را جزو ضروری توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی می‌داند.
آراستی و ملکی	۱۳۹۱	به بررسی عوامل نهادی رسمی و غیر رسمی اثرگذار بر پیدایش کارآفرینی اجتماعی پرداخته و ناکارآمدی دولت را به عنوان عامل نهادی رسمی اثرگذار بر پیدایش کارآفرینی اجتماعی شناسایی کرده‌اند.

در این پژوهش، بر اساس چارچوب سیاست‌گذاری اسکات^۱ (۲۰۰۷) که شامل سیاست‌های هنجاری، شناختی و تنظیمی می‌باشد، تمرکز تحقیق بر سیاست‌های تنظیمی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی با استفاده از مطالعه‌ی تطبیقی است.

روش‌شناسی

این پژوهش با روش تحقیق کیفی و با رویکرد مقایسه‌ی تطبیقی انجام شده است. روش تطبیقی از جمله روش‌هایی می‌باشد که به‌رغم قدمت و اهمیت آن کمتر از منظر

1. Scott

روش‌شناسی مورد توجه قرار گرفته و تحولات آن تنها در یکی دو دهه‌ی گذشته در جهان دنبال شده است (Ragin, 1987 & Becker, 1995). محققان تطبیقی، علاقه‌مند به تعیین شباهت‌ها و تفاوت‌ها در میان واحدهای کلان اجتماعی هستند (فاضلی، ۱۳۸۸). در این تحقیق، کشورهای انتخاب شده‌اند که از نظر نرخ کارآفرینی اجتماعی وضعیت خوبی نسبت به سایر کشورها (بر اساس گزارش سال ۲۰۰۹ مرکز جهانی کارآفرینی) داشته و سیاست‌های حمایتی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در آنها از تنوع و روشنی برخوردار بوده و امکان دسترسی به مستندات نیز فراهم بود. جدول شماره (۳) نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی در این ۶ کشور نسبت به کل کشورها را نشان می‌دهد.

جدول ۳. وضعیت فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی در ۶ کشور مورد مطالعه

نام کشور	فعالیت کارآفرینانه اجتماعی نوظهور	فعالیت کارآفرینانه اجتماعی جدید	فعالیت کارآفرینانه اجتماعی نوپا	فعالیت کارآفرینانه اجتماعی تثبیت شده	کارآفرینی اجتماعی کل
آمریکا	۲/۹	۱/۷	۴/۲	۰/۸	۵
سوئد	۲/۴	۰/۵	۲/۸	۱/۵	۴/۳
بریتانیا	۰/۸	۱/۵	۲/۱	۲/۱	۴/۲
تایوان	۱/۵	۱/۴	۲/۹	۱/۱	۴
استرالیا	۰/۷	۱/۳	۲	۱/۲	۳/۲
ژاپن	۰/۶	۰/۷	۱/۷	۰/۸	۲/۵
کل کشورها	۰/۵	۰/۴	۱/۵	۰/۴	۱/۹

از این رو اسناد سیاست‌های حمایتی دولت‌ها در زمینه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در ۶ کشور ژاپن، آمریکا، سوئد، بریتانیا، استرالیا و تایوان مطالعه شدند. تحلیل داده‌های برگرفته از متون پیشینه‌ی پژوهش‌ها و اسناد کشورهای منتخب با استفاده از روش تحلیل محتوا انجام شده است.

یافته‌ها

داده‌های برگرفته از مطالعات تطبیقی نتیجه‌ی فرایند استقرایی و منبعث از تحلیل اسناد و متون پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی و سیاست‌گذاری‌های کارآفرینی در ۶ کشور ژاپن، آمریکا، سوئد، بریتانیا، استرالیا و تایوان است که به تفکیک کشورها ارائه می‌شود. جمع‌بندی مقایسه‌های تطبیقی بیان شده، ارایه‌ی چارچوبی از سیاست‌های حمایتی تنظیمی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی می‌باشد که در پایان این قسمت آورده شده است.

ژاپن

در سال ۱۹۹۸ حدود ۳۰ هزار موسسه‌ی غیرانتفاعی که میزان زیادی از آنها در حوزه‌ی کارآفرینی اجتماعی بوده‌اند ثبت شده است. کارآفرینی اجتماعی در ژاپن با هدف حل مسائل اجتماعی رشد مناسبی داشته و سابقه‌ی تاریخی کارآفرینی اجتماعی در ژاپن بیشتر از کشورهای غربی می‌باشد. دولت ژاپن هیچ‌گاه موسسات کارآفرینی اجتماعی را محدود نکرده و کارآفرینان اجتماعی به‌خوبی از طرف دولت حمایت می‌شوند. اصلی‌ترین سیاست‌های حمایتی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در ژاپن عبارتند از (Sakurai & Hashimoto, 2009, pp.3-11 ; Tanimoto, 2008, pp.1-18):

- ◀ مدیریت دولتی و قانون‌گذاری: قانون‌گذاری در اموری مانند تغییر قوانین سنتی، اصلاح قوانین عمومی و مالیاتی برای کارآفرینان اجتماعی، تدوین قوانین مناسب، تدوین راهبردهای مناسب توسعه، طراحی نظام‌های ارزیابی دولتی و حذف موازی کاری، حذف فعالیت‌های زائد، تدوین قوانین مناسب با حق مالکیت و ...؛
- ◀ عدم دخالت مستقیم دولت در حوزه‌ی کارآفرینی اجتماعی در حالی که حمایت‌های غیرمستقیم آن بسیار بالاست؛
- ◀ بسترسازی امکانات: در حوزه‌هایی مانند آموزش و پرورش، مقاطع تحصیلی در مدارس تا دانشگاه و ...؛
- ◀ اعطای تسهیلات و تاسیس سازمان‌های حمایت‌کننده که این سازمان‌ها حالت شبه دولتی داشته و توسط دولت پشتیبانی می‌شوند و وظیفه‌ی گسترش کارآفرینی اجتماعی و ایجاد ارزش‌های اجتماعی را بر عهده دارند؛

◀ آژانس‌های مالی که وظیفه‌ی حمایت‌های مالی از فرایند کارآفرینی اجتماعی را بر عهده داشته و سعی می‌کنند که به کسب و کارهای اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی برای رشدشان کمک کنند.

آمریکا

حدود ۱۰۰ میلیون شهروند این کشور به صورت مستقیم و غیرمستقیم در حال حاضر درگیر فعالیت در این حوزه هستند. در طی دو دهه‌ی اخیر کارآفرینی اجتماعی در آمریکا به دلیل اهمیت زیاد آن با سرعت زیادی در حال افزایش است. البته در آمریکا کارآفرینی اجتماعی بیشتر مبتنی بر بازار تعریف شده و با رویکرد بازارگونه به دنبال حل مسائل اجتماعی می‌باشد. در محافل دانشگاهی آمریکا، کارآفرینی اجتماعی به آن دسته از سازمان‌هایی گفته می‌شود که با رویکرد حل مسائل اجتماعی در آمد نیز داشته باشند تا بتوانند همچنان پایدار بمانند و به همین دلیل پروژه‌های انجام شده توسط کارآفرینان اجتماعی و سازمان‌های مربوطه در ارتباط با سود است (Defourny & Nyssens, 2009, pp.1-22).

اصلی‌ترین سیاست‌های حمایتی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در آمریکا عبارتند از

(Kerlin, 2006, pp.1-15):

◀ سیاست‌های حمایتی مالی؛

◀ توجه زیاد به بحث تدوین راهبردها در موسسات کارآفرینی اجتماعی؛

◀ توجه زیاد در به کارگیری فناوری اطلاعات و استفاده از وب سایت‌ها برای شناسایی نیازهای جامعه؛

◀ ایجاد شبکه‌های اجتماعی و رقابت بین آنها؛

◀ انجام اصلاحات مورد نیاز قوانین در حوزه‌ی کارآفرینی اجتماعی.

سوئد

در حال حاضر حدود ۲۰۰ هزار انجمن، بنیاد و موسسه‌ی مشابه در این کشور وجود دارد که حدود ۱۵۰ هزار موسسه غیرانتفاعی می‌باشد. بحث کارآفرینی اجتماعی در سوئد به طور جدی از سال ۱۹۹۰ میلادی آغاز شده و از آن سال محققان سوئد تلاش زیادی برای

گسترش این مفهوم و انتقال آن به درون بدنه‌ی دولت داشته‌اند که موجب افزایش تعداد کارآفرینان اجتماعی در سوئد شده است. اصلی‌ترین برنامه‌های دولت سوئد که با عنوان دولت رفاه شناخته می‌شود در این باره عبارتند از (Mecherkany, 2010, pp.9-48):

- ◀ شفافیت در قوانین این کشور در حوزه‌ی کارآفرینی اجتماعی؛
- ◀ توجه به سه بُعد اهداف کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در کلیه‌ی برنامه‌های دولتی در حوزه‌ی کارآفرینی اجتماعی؛
- ◀ انعطاف‌پذیری ساختاری در دولت برای کارآمدتر شدن بدنه‌ی دولت به‌منظور پاسخ‌گویی به نیازهای اجتماعی؛
- ◀ نظارت کارآمد بر موسسات کارآفرینی اجتماعی؛
- ◀ توجه بیشتر به حوزه‌های سلامت کودکان، آلودگی هوا، حقوق بشر، خدمات بازنشستگان از طریق توجه و اتخاذ قوانین مناسب برای این حوزه‌ها.

بریتانیا

کارآفرینی اجتماعی پدیده‌ای مهم در سراسر بریتانیا است. حدود ۳/۲ درصد از جمعیت سن کار (در حدود ۱/۲ میلیون نفر) در این کشور به کار در این حوزه مشغول هستند. با گذشت زمان کارآفرینان اجتماعی در بریتانیا باتجربه‌تر شده‌اند و این مساله باعث کاهش میزان شکست آنها شده است.

مهم‌ترین سیاست‌های دولت بریتانیا در این حوزه عبارتند از (Defourny & Nyssens, 2008, pp.1-23; Harding & Hading, 2009, pp.4-36; Li & Wong, 2007, pp.3-17):

- ◀ توجه به بسترسازی امکانات کارآفرینی اجتماعی در آموزش و پرورش؛
- ◀ سیاست تثبیت کارآفرینی‌های اجتماعی نوپا با اتخاذ تدابیر تسریع‌کننده‌ی فرایند اصلی کارآفرینی اجتماعی و حذف مراجع متعدد تصمیم‌گیری در این حوزه؛
- ◀ توجه بیشتر دولت به حوزه‌های بهداشت و آموزش؛
- ◀ الزام دولت به تهیه و تدوین طرح کسب‌وکار در موسسات کارآفرینی اجتماعی.

استرالیا

در حال حاضر حدود ۳۷ درصد از مردم استرالیا به صورت مستقیم و غیرمستقیم با این حوزه ارتباط دارند. در ده سال گذشته علاقه‌ی دولت استرالیا به سرمایه‌گذاری و سیاست‌های حمایتی در حوزه‌ی کارآفرینی اجتماعی افزایش چشمگیری یافته است. مهم‌ترین دلیل علاقه‌ی دولت به این حوزه افزایش مشکلات اجتماعی و زیست محیطی و باور دولت به اثربخش بودن کارآفرینی اجتماعی در حل این چالش‌ها است.

مهم‌ترین سیاست‌های حمایتی تنظیمی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در این کشور عبارتند از (Barraket & Collyer, 2010, pp.2-19; Browne et al. 2006, pp.1-8):

◀ اهمیت به نیازهای برآورده نشده‌ی اجتماعی، پرداختن به چالش‌های زیست محیطی، تشویق نگرش‌ها و بالابردن مسئولیت و پاسخ‌گویی در میان سازمان‌های انتفاعی و غیرانتفاعی؛

◀ سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی همراه با چشم‌انداز بلندمدت توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی در این راه؛

◀ ارزیابی و ارایه‌ی گزارش‌های سالانه‌ی موسسات اجتماعی و اعطای جوایز سالیانه؛

◀ تخصیص بودجه‌ی سالیانه با ردیف مشخص برای حمایت و توسعه‌ی موسسات کارآفرینی اجتماعی؛

◀ گسترش برنامه‌های مهارت‌آموزی به داوطلبان فعال در حوزه‌ی کارآفرینی اجتماعی؛

◀ ایجاد زمینه‌ی مناسب و حمایت از موسسات کارآفرینی اجتماعی برای به‌دست آوردن منابع اولیه‌ی مورد نیاز مالی، انسانی و ...؛

◀ ضمانت اعتباری از کارآفرینان اجتماعی؛

◀ حفظ استقلال موسسات کارآفرینی اجتماعی - تنظیم مقررات و قوانین موجود در کشور در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و ... به منظور سهولت فعالیت‌های

کارآفرینی اجتماعی؛

◀ استفاده از سیاست‌های مطلوب مالیاتی.

تایوان

تعداد سازمان‌های غیرانتفاعی تایوان از اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰ به‌طور مستمر افزایش یافته و مهم‌ترین مرحله‌ی این افزایش چند سال پس از پایان حکومت نظامیان در سال ۱۹۸۷ بوده است. از این تاریخ محدودیت آزادی انجمن‌ها پس از حدود ۴۰ سال برداشته شده و شرایط برای تاسیس مؤسسات غیردولتی فراهم شد. سازمان‌های غیرانتفاعی تایوان را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: بنیادهای متکی بر موقوفات (موقوفه بنیان) و انجمن‌های متکی بر کمک اعضا (عضو- بنیان).

سیاست‌های تنظیمی دولت تایوان در این ارتباط عبارتند از (Chen, 2011, pp.1-15; Pelchat, 2005, pp.4-15):

- ◀ ایجاد واحد پژوهش و مشاوره با حمایت دولت برای مؤسسات کارآفرینی اجتماعی به‌منظور حل مشکلات و بسترسازی برای آموزش و رفاه عمومی؛
 - ◀ زمان کم اخذ مجوز راه‌اندازی یک موسسه‌ی کارآفرینی اجتماعی و حذف زمان‌های انتظار برای مؤسسات کارآفرینی اجتماعی در مواجهه با ساختار دولتی؛
 - ◀ حمایت ویژه‌ی دولت در زمینه‌های مالی و غیرمالی از مؤسسات فعال در حوزه‌ی اشتغال معلولان؛
 - ◀ ایجاد احساس مسئولیت مشترک و همبستگی جمعی از طریق زمینه‌های آموزشی و ارتقای سطح فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه.
- بررسی سیاست‌های حمایتی دولت‌ها از توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در این ۶ کشور نشان از تفاوت‌های ساختاری و در عین حال شباهت در جزئیات سیاست‌ها دارد. این مطالعه نشان می‌دهد که نقش دولت به روشنی برای کارآفرینان اجتماعی بالقوه و بالفعل مشخص است و با وجود مراکز متعدد حمایتی در این کشورها، همه‌ی این مراکز و سازمان‌ها در راستای تحقق اهداف از پیش تعیین شده‌ای حرکت کرده و راهبردهای کلان دولت در آن حوزه را دنبال می‌کنند.

خلاصه‌ای از مهم‌ترین سیاست‌های حمایتی تنظیمی در کشورهای بررسی شده در جدول شماره (۴) ارائه شده است. نکته‌ی قابل بیان این‌که در صورتی که بعضی

شاخص‌های سیاست‌گذاری برای برخی کشورها دیده نمی‌شود، دلیل بر نبود این سیاست در آن کشور نیست، بلکه شاخص‌های انتخاب شده بیانگر تاکید بیشتر آن کشور بر سیاست‌های مورد نظر می‌باشد.

جدول ۴. خلاصه‌ای از سیاست‌های تنظیمی دولت‌ها در کشورهای بررسی شده

مؤلفه	شاخص	ژاپن	آمریکا	سوئد	بریتانیا	استرالیا	تابوان
تاسیس مراکز حمایت‌های	تاسیس صندوق حمایت از کارآفرینان اجتماعی	*	*	*		*	*
	تاسیس صندوق ضمانت اعتباری کارآفرینان اجتماعی	*	*	*		*	
برنامه‌ریزی ملی - منطقه‌ای	حمایت مالی بانک‌ها از کارآفرینان اجتماعی	*	*	*	*		
	تدوین راهبردهای کلان کارآفرینی اجتماعی	*	*	*		*	
	تدوین اهداف بلندمدت کارآفرینی اجتماعی		*	*	*		
	تدوین اهداف کوتاه‌مدت کارآفرینی اجتماعی		*	*	*		
	طراحی نظام ارزیابی عملکرد کارآفرینی اجتماعی	*		*		*	*
	تصمیم‌گیری‌های کلان توسط دولت مرکزی و واگذاری جزئیات به هر ایالت یا استان		*	*	*	*	
اصلاحات قوانین و ساختار اداری	ارایه‌ی گزارش‌های حمایت‌ها، موفقیت‌ها و شکست‌های موسسات کارآفرینی اجتماعی			*	*		*
	اصلاح قوانین مرتبط با فرایندهای کارآفرینی اجتماعی	*		*	*		*
	حذف موازی کاری در فرایند کارآفرینی اجتماعی	*	*				*
	تدوین قوانین مناسب با حق مالکیت	*	*		*		*
	شفافیت قوانین برای عموم	*		*			*
	ایجاد زیرساخت مناسب برای فعالیت موسسات کارآفرینی اجتماعی	*	*	*	*		*
	بازنگری در قوانین سنتی	*				*	
	کاهش موانع ایجاد، ورود و خروج موسسات کارآفرینی اجتماعی	*	*			*	
	حذف تداخل و تعدد قوانین و همچنین کاهش بوروکراسی اداری در فرایند کارآفرینی اجتماعی	*	*	*		*	
	تدوین سیاست‌های جذب نخبگان در بخش کارآفرینی اجتماعی	*	*	*			*
	اصلاح و ایجاد قوانین مالیاتی مناسب با کارآفرینان اجتماعی	*	*	*	*		*
	ایجاد حس مسئولیت‌پذیری در بین موسسات کارآفرینی اجتماعی	*	*	*		*	

مؤلفه	شاخص	ژاپن	آمریکا	سوئد	بریتانیا	استرالیا	تایوان
	درگیر کردن تمام سازمان‌ها و وزارتخانه‌های دولتی با امور کارآفرینی اجتماعی	*		*			*
	اتخاذ سریع تصمیمات در حوزه‌ی کارآفرینی			*			
	استفاده از فناوری اطلاعات در ساختار مؤسسات کارآفرینی اجتماعی	*	*	*			*
	ایجاد رقابت بین مؤسسات کارآفرینی اجتماعی	*	*	*	*	*	*
	ایجاد شبکه‌های کارآفرینی اجتماعی و ارتباط اثرگذار بین آنها	*	*	*	*		*
	امنیت سرمایه‌گذاری		*		*	*	
	جلوگیری از تغییرات متعدد در قوانین		*			*	
	تهیه امکانات لازم و تسهیلات مناسب برای مؤسسات کارآفرینی اجتماعی	*		*	*		
	کاهش موانع اداری - دولتی در فرایندهای کارآفرینی اجتماعی	*		*		*	
	افزایش انعطاف‌پذیری در فرایندهای کارآفرینی اجتماعی			*	*	*	
	بیمه‌ی کارآفرینان اجتماعی			*			*
	نظارت بر کار مؤسسات کارآفرینی اجتماعی (بدون دخالت در کار آنها)	*	*	*	*		
	توجه به کارایی و اثربخشی و به عبارتی بهره‌وری مؤسسات کارآفرینی اجتماعی	*	*			*	*
	ایجاد و تقویت مراکز مشاوره‌ای برای مؤسسات کارآفرینی اجتماعی	*		*	*	*	
	حمایت‌های مشاوره‌ای	ایجاد واحدهای پژوهش به منظور توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی و حل مشکلات ساختاری آنها	*	*	*		
شناسایی فرصت‌های کارآفرینی اجتماعی با کمک دولت			*	*			*
تامین منابع دانش و ظرفیت‌سازی		*		*	*		*
معرفی متولیان اصلی حمایت از کارآفرینان اجتماعی		*		*			*

بحث و نتیجه

این تحقیق با هدف شناسایی سیاست‌های تنظیمی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد تطبیقی در ۶ کشور از نواحی مختلف جهان شامل ژاپن، آمریکا، سوئد، بریتانیا، استرالیا و تایوان انجام شد و نتایج تحقیق نشان داد که سیاست‌های تنظیمی در کشورهای

مختلف به‌طور عمده به چهار دسته‌ی مختلف تقسیم می‌شوند: اولین دسته‌ی آن مجموعه سیاست‌های مالی می‌باشد که در کشورهای مختلف از آن به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سیاست‌های تنظیمی به‌منظور توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی استفاده شده است. نتایج تحقیق (Ferri & Prior, 2010, p.12; UI Islam, 2007, p.2) نیز بر اهمیت این نوع سیاست‌ها در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی تاکید کرده‌اند. همچنین رویکرد برنامه‌ریزی ملی - منطقه‌ای و پارامترهای آن از جمله توجه به تدوین راهبردها و اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت نقش اثرگذاری در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی جوامع دارد (Krlev, 2012, p.28). در این راه کشورهای مختلف سعی کرده‌اند با توجه به شرایط محیطی خود راهبردها و اهداف متناسبی تدوین کرده و در راستای آن سایر برنامه‌های خود را تدوین کنند. اصلاح قوانین، حذف موازی کاری و کاهش بوروکراسی‌های اداری از عوامل حیاتی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در کشورهای مختلف محسوب می‌شود (Snaith, 2007, p.2-7). به همین دلیل کشورهای مختلف سعی کرده‌اند با اصلاحات ساختاری راه توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی را در کشور خود هموار کنند. ایجاد معافیت‌های مالیاتی و همچنین امنیت سرمایه‌گذاری در رشد و توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی نقش غیرقابل انکاری دارد (Rotheroe & Richards, 2007, p.3-5; UI Islam, 2007, p.2-4). در مطالعه‌ی تطبیقی انجام شده، سیاست‌گذاری در مورد قوانین مالیاتی تقریباً در بیشتر کشورها مشاهده می‌شود و این مساله بیان‌گر اهمیت این نوع سیاست‌ها در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی است. گسترش شبکه‌های اجتماعی و ایجاد رقابت بین موسسات مربوطه در خروج جوامع از حالت رکود و حرکت به سوی رشد و توسعه، بسیار اثرگذار می‌باشد (Cato et al., 2007, p.7). امروزه نقش شبکه‌های اجتماعی چه به‌صورت فیزیکی و چه مجازی در توسعه‌ی کشورها و در همه‌ی زمینه‌ها شناخته شده و بدون شک در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی نیز نقش ویژه و خاصی دارد. همچنین مراکز مشاوره برای حل مشکلات راه‌اندازی و توسعه‌ی موسسات کارآفرین اجتماعی نقش اثرگذاری دارند (UI Islam, 2007, pp.5-7).

با توجه به مطالعه‌ی تطبیقی انجام شده، نقش دولت‌ها و توجه جدی آنها به توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی مشهود است. توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در یک جامعه بستگی به

تصمیم‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی سیاستمداران و خط‌مشی‌گذاران آن کشور دارد و تجویز سیاست‌های توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی متکی بر شرایط کشورها می‌باشد، اما مطالعه‌ی تطبیقی انجام شده اهمیت برخی سیاست‌ها را در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی نشان می‌دهد. سیاست‌گذاران و مدیران اجرایی بخش مربوطه با استفاده از نتایج این مطالعه می‌توانند ضعف‌های کنونی حوزه‌ی سیاست‌گذاری کارآفرینی اجتماعی را شناسایی کرده و سیاست‌های بهتر و متناسب‌تری برای توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در کشور تدوین کنند.

پیشنهادها

به‌منظور توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی و همچنین تشویق و تسهیل فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

◀ تاسیس مراکز حمایتی مالی؛

◀ برنامه‌ریزی ملی - منطقه‌ای کارآفرینی اجتماعی؛

◀ اصلاحات قوانین و ساختار اداری؛

◀ تاسیس مراکز حمایتی مشاوره‌ای.

در تکمیل این پژوهش پیشنهاد می‌شود سیاست‌های هنجاری و شناختی حمایت از توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی نیز به صورت تطبیقی مطالعه شود. ارزیابی سیاست‌های توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی و نیز اهمیت هر یک از سیاست‌ها در توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی می‌تواند از موضوعات تحقیقات آتی باشد.

منابع

- آراستی، زهرا؛ ملکی، محمد مهدی و متوسلی، محمود (۱۳۹۱). عوامل نهادی تاثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال پنجم، شماره ۱۶، ص ۱۸۵-۲۰۳.
- اسدی، مهری؛ رضوی، سیدمصطفی و فراستخواه، مقصود (۱۳۹۰)، الگوی کارآفرینی اجتماعی در سامان دهی کودکان خیابانی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره دوازدهم، تابستان ۱۳۹۰، ص ۶۵-۸۳.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۸). روش تطبیقی فراسوی راهبردهای کمی و کیفی، انتشارات آگه.
- دارستانی فراهانی، مجید (۱۳۸۹). شناسایی موانع محیطی کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌ها و موسسات خیریه استان تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- دانایی فرد، حسن، فروهی، مهشید و صالحی، علی (۱۳۸۶). ارتقاء کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۲، بهار ۱۳۸۶، ص ۲۶۲-۲۲۱.
- یادگار، نسیم؛ بازرگان، عباس و فقیه، نظام الدین (۱۳۹۰). فرایند شکل‌گیری ابتکارات کارآفرینانه اجتماعی، الگویی برگرفته از نظریه برخاسته از داده‌ها، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره ۱۳، ص ۷-۲۹.
- Alvord, S., Brown, D., & Letts, C. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation. *The journal of applied behavioral science*, 40 (3), pp. 260-282.
- Becker, H. (1995) "Introduction" to Ragin and Becker, What is a Case? New York: Cambridge University Press, pp. 1-17.
- Barraket, J., & Collyer, N. (2010). Mapping social enterprise in Australia: conceptual debates and their operational implications, *Third Sector Review*, 16(2), pp. 11-28.
- Brooks, A. C. (2009), Social entrepreneurship: a modern approach to social venture creation, Pearson education international.
- Browne, Sciona et al. (2006). Building a Social Entrepreneurial Partnership: An Australian Case. *International Council for Small Business*, <http://www.zontaperth.org.au/ngarinyinpublications/article.pdf>
- Cato, Molly ., Arthur, L., Smith, R., Keenoy, T. (2007). So you like to play

- guitar? Music-based social enterprise as a response to economic inactivity. *Social Enterprise Journal*, 3(1), pp.100-112.
- Certo, S. Travis & Miller, Toyah. (2008). Social entrepreneurship: Key Issues and Concepts. *Journal of Business Horizons*, 51(1), pp. 267—271.
- Chen, S. (2011), The study on organizational development for social enterprises in Taiwan, *African Journal of Business Management*, 5(29), pp.14-29.
- Dees, G. (1998). The Meaning of “Social Entrepreneurship”. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 3(1), pp.1-6, <http://www.redalmarza.com/ing/pdf/TheMeaningofSocialEntrepreneurship.pdf>
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2008). Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. *EMES European Research Network*, http://www.emes.net/fileadmin/emes/PDF_files/News/2008/WP_08_01_SE_WEB.pdf
- Defourny, Jacques; Nyssens, Marthe (2009). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Second EMES International Conference on Social Enterprise*. Trento, Italy: University of Toronto.
- Ferri, E. & Prior, D. (2010), Social Entrepreneurship and Institutional Approach: Literature Review, Seminario de Doctorado, universitat Autònoma de Barcelona, <http://www.up.98ia.com/images/bhh4nyya4p8p3bjxzl2.pdf>
- Harding, Rebecca; Hading, Dennis (2009). *Social entrepreneurship in the UK*. Delta Economics Report, http://www.voice10.org/data/files/Research/delta_economics_social_entrepreneurship_in_the_uk_full_report.pdf
- Kerlin, J. (2006). Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. *International Society for Third-Sector Research*, Voluntas: Johns Hopkins University, pp. 247–263, http://www.inovum.si/social/public/files/social_enterprise_in_the_united_states_and_europe.pdf
- Krlev, G. (2012). Strategies in Social Entrepreneurship: Depicting entrepreneurial elements and business principles in SEOs from Germany and Bangladesh. *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1(1), pp.61–96.
- Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos press.
- Li, S., & Wong, T. (2007). Social enterprise policies of the United Kingdom, Spain and Hong Kong. *Research and Library Services Division Legislative Council Secretariat*, <http://www.legco.gov.hk/yr07-08/english/sec/library/0708rp03-e.pdf>



- Mair, J. Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), pp. 36-44.
- Mecherkany, R. (2010). Social Entrepreneurship in Sweden : Government Support and Innovation. Master's Thesis at Department of Transport and Economics Royal Institute of Technology (KTH) Stockholm, Sweden.
- Pelchat, M. (2005). Social Entrepreneurship in Taiwan: Possibilities and Challenges for Empowerment. *Fourth ISTR Asia and Pasific Conference*. Bangalore: Himalaya Foundation.
- Ragin C. (1987). *The Comparative Method: Moving beyond Qualitative and Qualitative Strategies*, Berkeley: University of California Press.
- Rotheroe, N., Richards, A. (2007). Social Return on Investment and social enterprise: Transparent accountability for sustainable development. *Social Enterprise Journal*, 3(1), pp.31-48
- Sakurai, M., & Hashimoto, S. (2009). Exploring the distinctive feature of social enterprise in japan. *2nd EMES International Conference on Social Enterprise*, Trento: european research network, http://www.emes.net/fileadmin/emes/PDF_files/Selected_Papers/Serie_2_Theme_2/ECSP-T09-14_Sakurai-Hashimoto.pdf
- Scott, W.R. (2007). *Institutions and organizations: Ideas and interests*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Seelos, C. & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business. *Journal of Business Horizons*, 48(1), pp.241-246
- Snaith, I. (2007). Recent reforms to corporate legal structures for social enterprise in the UK: Opportunity or confusion? *Social Enterprise Journal*, 3(1), pp.20-30.
- Shockley, G., & Frank, P. (2010). The Functions of Government in Social Entrepreneurship: Theory and Preliminary Evidence. *International Conference of the entrepreneurship*, Istanbul, Turkey: Istabbul University.
- Tanimoto, K. (2008). The Emergence of Social Entrepreneurship and its Strategy in Japan. *Corporate Responsibility Research Conference*. leeds: Queen's University Belfast.
- Terjesen, S., Lepoutre, J., Rachida J. & Bosma, N. (2009), Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Report on Social Entrepreneurship: Executive Summary, <http://www.gemconsortium.org/docs/download/376>
- Ul Islam, Z. (2007). A new model for supporting social enterprise through. *Social Enterprise Journal*, 3(1), pp.1-9.
- Urbano, D., toledano, N., & soriano, D. R. (2010). Analyzing Social Entrepreneurship from an Institutional Perspective: Evidence from. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 54-69.
- Worthington I. & Britton, C. (2006). *The business environment* (6th Ed.). Pearson Education Limited.

Zahra, Shaker 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), pp.519–532.