

الگوی کارآفرینی اجتماعی در سامان‌دهی کودکان خیابانی

مهری اسدی^{۱*} - سیدمصطفی رضوی^۲ - مقصود فراستخواه^۳

۱. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۳. عضو هیئت علمی موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی وزارت علوم

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۱۱/۲۹، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۴/۱۳)

چکیده

یکی از اقدام‌های اثرگذار برای رفع معضلات اجتماعی و از جمله کودکان خیابانی، به کارگیری فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی در جامعه است. برای این که بتوان زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی را در جامعه ایجاد کرد و سپس بر مبنای آن به حل این معضل اجتماعی پرداخت، نیاز به الگویی در این زمینه در کشور است. از این رو هدف این پژوهش که با روش تحقیق کیفی، نظریه‌ی مبنایی یا نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها (GT) انجام شده است، تدوین الگوی کارآفرینی اجتماعی برای سامان‌دهی کودکان خیابانی در ایران می‌باشد. به این منظور با ۲۲ نفر از اطلاع‌رسانان کلیدی مصاحبه اکتشافی انجام شد. نمونه‌گیری هدفمند و بر مبنای "اشباع نظری" بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. در مجموع از مصاحبه‌ها ۵۵۲ گزاره‌ی مفهومی اولیه در مرحله‌ی کدگذاری باز و ۱۱۴ گزاره‌ی مقوله‌ای در مرحله‌ی کدگذاری محوری، به دست آمد و در نهایت در مرحله‌ی کدگذاری انتخابی، قضایایی که روابط تعمیم‌یافته میان مقولات را منعکس می‌کنند، وضوح کافی پیدا کردند و الگوی GT نمایان شد. بر اساس الگو، پدیده‌ی اصلی؛ مسئولیت گمشده در قبال کودکان خیابانی است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی اجتماعی، نظریه‌ی مبنایی (GT)، کودکان خیابانی

مقدمه

کودکان و جوانان سهم چشمگیری در دنیای امروز دارند. آن‌ها نقش مهمی در رشد و پیشرفت خود و هم‌چنین توسعه‌ی جوامع ایفا می‌کنند (UNICEF, 2007). در سال‌های اخیر با افزایش آسیب‌های اجتماعی، ساختار نظام خانواده در جامعه‌ی ما دستخوش تحول و گاه دچار تزلزل شده است. یکی از پیامدهای ناخوشایند این شرایط ظهور پدیده‌ی کودکان خیابانی می‌باشد، براساس آمارهای موجود حدود ۳۵۰ میلیون کودک خیابانی در جهان وجود دارد. در کشور ما آمار دقیقی از کودکان خیابانی در دست نیست. براساس آمارهای رسمی، ۳۸۰ هزار کودک ۱۰ تا ۱۴ ساله در سراسر کشور کار ثابت دارند و حدود ۳۷۰ هزار کودک در همین سن به صورت کارگر فصلی مشغول به کار هستند. یعنی در ایران به طور رسمی بیش از ۷۰۰ هزار کودک کار می‌کنند. یکی از تخمین‌ها در این زمینه حاکی از وجود تقریباً ۲۵ تا ۳۰ هزار نفر کودک خیابانی در تهران است (دارابی، ۱۳۸۷، ص ۵۰). بروز و گسترش پدیده‌ی کودکان خیابانی می‌تواند پیامدهای زیان‌بخش و جبران‌نشدنی در ابعاد فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، فردی، اجتماعی، خانوادگی و انسانی برای جامعه داشته باشد. آثار زیان‌بار این آسیب‌ها تنها به دوران کودکی منحصر نمی‌شود، بلکه تا بزرگسالی نیز ادامه می‌یابد و جامعه را از وجود انسان‌های کارآمد و شایسته محروم می‌کند (وامقی، ۱۳۸۴، ص ۲۱۰-۱۷۵). سرنوشت و آینده‌ی این گروه و میزان تأثیرپذیری آن‌ها از آسیب‌های اجتماعی، به نحوه‌ی عملکرد بزرگسالان و نهادهای اجتماعی حمایت‌کننده و میزان توانایی این نهادها در رابطه با ایجاد شایستگی‌ها و مهارت‌های اجتماعی لازم در آن‌ها برای زندگی اجتماعی بهنجار، بستگی دارد (حسینی، ۱۳۸۵، ص ۴). یکی از راه کارهای عملی که این موسسه‌ها برای دستیابی به اهداف بیان شده، می‌توانند استفاده کنند به کارگیری فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی و پیاده‌سازی آن در جامعه است.

با توجه به این که در کشور ما نیز پدیده‌ی کودکان خیابانی مشاهده می‌شود و روز به روز تعداد این کودکان بیش‌تر می‌شود باید به دنبال راه‌حلی برای سامان‌دهی این کودکان و

هدایت توانایی‌ها و استعدادهایشان در زمینه‌های مختلف بود.

- از آنجایی که پژوهش‌های کمی در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی در سامان‌دهی کودکان خیابانی انجام شده است از این‌رو هدف این پژوهش ارائه‌ی الگوی مناسب کارآفرینی اجتماعی برای سامان‌دهی کودکان خیابانی است.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

از جدیدترین موضوعاتی که در عرصه‌ی کارآفرینی، در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی، در محافل علمی به آن توجه شده، کارآفرینی اجتماعی است. این مقوله در صورتی که در جامعه نهادینه شود، می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات اجتماعی ایفا کند. کارآفرینی اجتماعی زیرمجموعه‌ی حوزه‌ی کارآفرینی است (Certo, and Miller, 2008, p. 267)، به معنی انجام مأموریت‌های اجتماعی و انسان‌دوستانه با فعالیت‌های کسب‌وکاری. کارآفرینان اجتماعی برآنند تا با تعریف و پیاده‌سازی الگوهای جدید کسب‌وکار به نیاز محرومان و بی‌پناهان پاسخ گفته و بین کوشش‌های خیرخواهانه و فعالیت‌های اقتصادی پیوند برقرار کنند. فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی به اقدام‌هایی گفته می‌شود که ضمن برخورداری از ویژگی‌های عمومی کارآفرینی یعنی داشتن ماهیت نوآورانه، خلاقانه و کسب و کارانه، جهت‌گیری اصلی آن‌ها به جای سود فردی یا گروهی به سوی اهداف اجتماعی نظیر هماوایی و هم‌بستگی جمعی، مقابله با محرومیت، یاس و درماندگی باشد (Mair and Robinson, 2006, p.12). مهم‌ترین هدف کارآفرینی اجتماعی پرداختن به یک انگیزه‌ی اجتماعی (مانند بهبود انسجام اجتماعی، مبارزه با فقر، دفاع از حقوق بشر یا ارتقای خدمات بهداشتی و درمانی) است (Thijssen and Vermooij, 2007, p.۵۶۷). آن‌ها در جست‌وجوی مشکلاتی فراتر از مشکلات اولیه، روزمره، مستقیم و فوری هستند. آن‌ها در پی کشف مشکلات بنیادی، مهم، ریشه‌ای و اصلی هستند تا راه‌حلی برای آن‌ها ارائه دهند و بدین وسیله اجتماعات، جوامع و بلکه دنیا را تغییر دهند (صمدآقایی، ۱۳۸۳).

در بیش‌تر مطالعه‌های انجام شده در حوزه‌ی کارآفرینی اجتماعی، از روش‌شناسی موردپژوهی برای آشکار کردن دیدگاه‌های موجود استفاده شده است که البته انتقال

دیدگاه‌های به دست آمده از این مطالعه‌ها به عموم مردم، کمی دشوار می‌باشد. از اصطلاحات متنوعی برای اشاره به فعالیت‌ها و اقدام‌ها استفاده می‌شود، مانند: بنگاه اقدام‌های عامه‌المنفعه، بنگاه‌های دارایی اجتماعی، سازمان‌های غیرانتفاعی، گروه‌های سرمایه‌گذاری بشردوستانه، سرمایه‌داری بهبودیافته، بنگاه اجتماعی، و کارآفرینی مدنی (Boschee and McClurge, 2004, p. 120).

مطالعه‌ها نشان می‌دهد، موسسه‌های اجتماعی باید دارای نگرش و اهداف روشن باشند (مقیمی، ۱۳۸۳). از نظر ساختار سازمانی، به گونه‌ای باشد که رفتارهای کارآفرینانه (کشف فرصت، تسهیل فرصت و انگیزه برای تعقیب فرصت) را ارتقا دهند (Mair & Robinson, 2003; Alvord, Brown and Lewis, 2006). عناصر کلیدی متعددی در تعیین ساختار کارآفرینانه نقش دارند، که در این میان پرورش جو و فرهنگ سازمانی مناسب از اهمیت زیادی برخوردار است (Echols & Neck, 1998; Cornwall & Perlman, 1999). و این که رهبران این سازمان‌ها از ویژگی‌هایی اجتماعی مانند: مهارت‌های برنامه‌ریزی راهبردی و کسب و کار، مدیریت منابع انسانی، کار گروهی، ارتباطات اثرگذار، شبکه‌سازی، مهارت‌های حمایت‌گری، شایستگی‌های اجتماعی و... برخوردار باشند (Center of management, 2001; user Lewis, 2001; Dees, 2001). سبک رهبری در موسسه‌های اجتماعی زمینه را برای مشارکت کارکنان در فرایند تصمیم‌گیری و فرصت‌استقلال بیش‌تر، قدرت، موقعیت و حقوق و دستمزد در داخل سازمان فراهم می‌کند (Catano & Pond & Kelloway, 2001, P.201; Prabhu, 1999; Cornwall & Perlman, 1999; Mort, Weerawardena & Carnegie, 2003). برای این‌که فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی در جامعه شکل گیرد نیازمند ضرورت‌های محیطی، مانند محیط قانون، محیط اقتصادی، محیط سیاسی و... می‌باشیم (Usaid, 2000; Weerawardena, Mort, 2006; Alvord, Brown & Letts, 2003). چون کارآفرینی اجتماعی وابستگی زیادی به دو عامل مهم یعنی شرایط زیربنایی ایجاد شده توسط دولت (قوانین، حقوق مالکیت، آزادی سازمان‌دهی و انتقاد) (Jenssen & Havnes, 2002; Guclu & Dees, 2002; Lewis, 2001; Orhan & Scott, 2001) و میزان حمایت

آشکار دولت از پیمانکاران و بنیانگذاران دارد (Lewis, 2002; Mair & Robinson, 2002).
(2001).

امروزه اهمیت شبکه‌های اجتماعی هر روز بیش‌تر به‌عنوان یک عنصر کلیدی در فعالیت‌های کارآفرینی آشکار می‌شود آن‌ها پایه‌ای برای انسجام اجتماعی به‌وجود می‌آورند و تبادل منابع و اطلاعات را آسان می‌کنند (الیاسی، رکنی، طیبی، ۱۳۹۰). هم‌چنین پژوهش‌های مختلفی انجام شده که نشان می‌دهد بین خلاقیت اجتماعی، درگیر شدن (مشارکت فعال) شهروندان (Davis, 2002; King, Feltey and Bridget, 1998) در عرصه‌های اجتماعی و سرمایه‌ی اجتماعی رابطه و هم‌بستگی وجود دارد و پیامد چنین ارتباطی، "کارآفرینی اجتماعی" است (علی‌میری، ۱۳۸۵، ص ۲۲-۳).

به‌طور کلی فعالیت‌های کارآفرینان اجتماعی در قبال کودکان و نوجوانان طیف گسترده‌ای را دربر می‌گیرد که ممکن است در محیط‌های ویژه‌ای اعم از خانواده، اجتماع، مدارس و موقعیت‌های اورژانسی یا تضادانگیز انجام شوند. آنان در حال کشف راه‌های جدیدی برای توانمندسازی کودکان و جوانان بوده و سعی می‌کنند آن‌ها را در امور اجتماعی جوامع‌شان مشارکت دهند (Davis, 2002). در نتیجه، اعتماد به‌نفس، خودمختاری، احساس تعلق و شایستگی‌های جوانان افزایش پیدا می‌کند. کارآفرینی اجتماعی امروزه به رویکردی تبدیل شده است که به تعامل جوانان در موقعیت‌های حل مساله می‌پردازد. جوانان در سطح محلی و جهانی به‌طور فزاینده‌ای در محدود کردن گسترش ایدز، حفظ محیط زیست، تشویق مشارکت‌های دموکراتیک، و حمایت از حقوق بشر مشارکت دارند (UNICEF, 2007, p.20).

در سال‌های اخیر بنگاه‌هایی با رویکرد اجتماعی تأسیس شده‌اند. برای مثال، شرکت فست بتازگی دست به تأسیس سازمانی بنام بهترین کتاب‌های جهان زده که قرار است به مشکل بیسوادی در جهان رسیدگی کرده، از طریق فروش خیریه‌ای کتاب بودجه لازم برای کارآفرینی اجتماعی را به دست آورد. نمونه دیگر جایزه موسسه منهتن برای کارآفرینان اجتماعی است که برای برطرف کردن مشکلات اجتماعی راه‌حل‌هایی یافته‌اند. این موسسه به‌تازگی از برنامه‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی برای زندانیان هوستون

استفاده کرده، مهارت‌های مورد نیاز برای راه‌اندازی بنگاه‌های اقتصادی را به زندانیان این ایالت آموزش می‌دهد تا بتوانند به محض آزادی در کنار سایر سازمان‌ها مشغول به کار شوند (Certo & Miller, 2008).

مأموریت شرکت کیدز^۱ رسیدگی به کودکان خیابانی، مهارت‌آموزی به این کودکان، ایجاد عاطفه، عشق، حس وابستگی و جلب اعتماد در کودکانی است که عادت کرده‌اند از دیگران دوری کرده و به هیچ‌کس اعتماد نکنند. یعنی افزون بر آموزش و مهارت‌آموزی به افراد به‌منظور آماده کردن آن‌ها برای ورود به بازار کار، کمبودهای روحی، عاطفی و اجتماعی آنان را نیز مدنظر دارند و سعی می‌کنند از جمله حس رهاشدگی و عدم تعلق را از آنان بزدایند. به‌عبارت دیگر کارکنان این شرکت برای کودکان خیابانی وظیفه‌ی آموزگار، مربی، سرپرست، درمان‌گر، مشاور، مراقب و همراه را انجام می‌دهند (Mair & Robinson, 2006).

در زمینه‌ی توانمندسازی کودکان خیابانی پژوهشی در کشور هندوراس انجام شده است که ابتدا الگوهای موجود توسعه که توسط سازمان‌های غیرانتفاعی برای جلوگیری از سکونت کودکان خیابانی استفاده شده و شکست خورده‌اند را بررسی می‌کند. سپس می‌تواند با جایگزین کردن الگوی توسعه برای توانمندسازی، که توسط جان فرایدمن، کارولین موزر، ایزابت روجا و جو رولان از برنامه‌ریزان فمینیست ارائه شده، از مهاجرت کودکان به خیابان‌ها جلوگیری کرده، سطح رفاه کودکان موجود در خیابان‌ها را بهبود بخشید و عدم تعادل بیش از اندازه در قدرت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را کاهش داد. و درنهایت با مورد پژوهی یک سازمان غیرانتفاعی که با هدف کمک به کودکان خیابانی فعالیت می‌کند سعی شده اثبات شود که این الگوی توانمندسازی می‌تواند برنامه‌ی فعلی را ارزیابی کرده و راه‌های بهبود آن‌ها را ارائه کند (Nelson, 2000).

پژوهش دیگری هم به بررسی وضعیت کودکان خیابانی که در شش شهر بزرگ ترکیه زندگی و کار می‌کنند، می‌پردازد. در این تحقیق ابتدا دلیل ناتوانی سیاست‌های رایج

1 Kids' Company, John Friedman, Caroline Moser, Elizabeth Rocha, Jo Rowlands

در خصوص نقش کودکان خیابانی به عنوان بازیگران مهم فضای عمومی جامعه بررسی می‌کند و سپس روشی مناسب برای توانمندسازی کودکان خیابانی ارائه می‌دهد. در مرحله‌ی بعد، درباره‌ی روش تحقیق اقدام‌پژوهی مطالعه کرده و نشان می‌دهد که این روش چگونه می‌تواند به مشارکت معنادار کودکان خیابانی منجر می‌شود. در مرحله‌ی سوم، نحوه‌ی استفاده از این پروژه در سامان‌دهی کودکان خیابانی در سطح جامعه را بررسی و مطالعه می‌کند. در پایان، نیز نقش تحقیق اقدام‌پژوهی در توانمندسازی کودکان خیابانی بررسی می‌شود (Ataövi & Haider, 2006).

در تحقیقی که به تعیین سطح مشارکت کودکان و نگرش آن‌ها نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه پرداخته شده، نشان می‌دهد که ۲۵ درصد کودکان در فعالیت‌های اقتصادی مشارکت داشته و ۷۵ درصد آن با این قبیل فعالیت‌ها بیگانه هستند. و این درصد میزان مشارکت پایین کودکان را در فعالیت‌های اقتصادی نشان می‌دهد (Torimiro & Dionco, 2005).

همان‌طور که اشاره شد مطالعه‌ها نشان‌دهنده‌ی اثرگذاری مثبت کارآفرینی اجتماعی در بهبود روند کارها می‌باشد. بنابراین زمان رویکردهای کارآفرینانه در قبال مسایل اجتماعی از جمله کودکان خیابانی فرا رسیده است.

روش‌شناسی

این تحقیق از نوع کیفی، نظریه‌ی برخاسته از داده یا (GT) است. محقق در روش GT بر داده‌هایی تکیه می‌کند که از نظر او این داده‌ها، ویژگی‌های واقعی موضوعی تحقیق را کشف می‌کنند و به همین دلیل در این نوع تحقیق، به مطلعان کلیدی^۱ مراجعه می‌شود؛ اینان کسانی هستند که با ابعاد مساله و موضوع تحقیق درگیر بوده و کوشش به عمل می‌آید تا با روش کیفی و از طریق مصاحبه اکتشافی با این مطلعان، در ساختار درونی ارزش‌ها و نگرش‌ها و تجارب‌شان در موضوع تحقیق، تعمق و امعان نظر شود (فراستخواه،

1 Key Informants

۱۳۸۶، ص ۸).

در این پژوهش برای دست‌یابی به اطلاعات مورد نیاز با ۲۲ نفر از مطلعان کلیدی (اعضای هیات علمی که مجری یا همکار طرح سامان‌دهی کودکان خیابانی در طی چند سال گذشته بوده‌اند، مدیران موسسه‌های دولتی، مدیران موسسه‌های غیردولتی، کارشناسان موسسه‌های دولتی و غیردولتی) مصاحبه‌ی اکتشافی انجام شد. آن‌ها در ۵ گروه و از بین کسانی بودند که با مساله درگیر بودند و با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. نمونه‌گیری، به‌صورت هدفمند و راهبردی^۱ بوده و تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که فرایند تجزیه و تحلیل و اکتشاف به اشباع نظری^۲ برسد (فراستخواه، ۱۳۸۶، ص ۱۱).

تکنیک اصلی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این روش، کدگذاری است که طی فرایندی سه مرحله‌ای انجام می‌شود، و عبارتند از ۱. کدگذاری باز^۳؛ ۲. کدگذاری محوری^۴؛ ۳. کدگذاری انتخابی^۵.

یافته‌ها

به‌منظور دست‌یابی به نظریه‌ای برای سامان‌دهی کودکان خیابانی در ایران، محقق با اطلاع‌رسانان کلیدی که تماس نظری و عملی ممتدی با موضوع تحقیق داشتند، به گفت‌وگو می‌پرداخت، از مصاحبه‌ها در مجموع ۵۵۲ گزاره‌ی مفهومی اولیه در مرحله‌ی کدگذاری باز و ۱۱۴ گزاره‌ی مقوله‌ای در مرحله‌ی کدگذاری محوری، به‌دست آمد و درنهایت در مرحله‌ی کدگذاری انتخابی، قضایایی که روابط تعمیم‌یافته‌ی میان مقولات را منعکس می‌دارند وضوح کافی پیدا کردند که در نمودار شماره (۱) ملاحظه می‌کنیم.

و در نهایت الگوی GT که در نمودار شماره (۲) نشان داده شده است پس از هم‌اندیشی با تعدادی از مصاحبه‌شوندگان، نهایی شد.

-
1. Purposive and Strategic Sampling
 2. Theoretical Saturation
 - 3 Open Coding
 - 4 Axial Coding
 - 5 Selective Coding

مرحله کدگذاری باز: ۵۵۲ گزاره مفهومی اولیه

مرحله کدگذاری محوری: ۱۱۴ گزاره مقوله‌ای

- ۱A. عاملان = ۹ مقوله ۲. ساختار برنامه ریزی = ۴ مقوله ۳. ساختار اجرایی = ۳ مقوله ۴. دانش تخصصی = ۳ مقوله ۵. ضعف مشارکت اجتماعی = ۲ مقوله ۶. ساختار سازمانی = ۳ مقوله.
- B ۱. محیط فرهنگی = ۵ مقوله ۲. محیط اجتماعی = ۴ مقوله ۳. محیط اقتصادی = ۳ مقوله ۴. محیط حقوقی و قوانین = ۲ مقوله ۵. محیط سیاسی = ۳ مقوله
- C ۱. سطح خرد = ۱۱ مقوله ۲. سطح متوسط = ۱۳ مقوله ۳. سطح کلان = ۳ مقوله
- D ۱. نیازهای اولیه = ۹ مقوله ۲. مهارت‌های فردی = ۶ مقوله ۳. مهارت‌های اجتماعی = ۵ مقوله ۴. توسعه اقتصادی = ۵ مقوله ۵. توسعه اجتماعی = ۱۰ مقوله ۶. توسعه فرهنگی = ۱۰ مقوله.

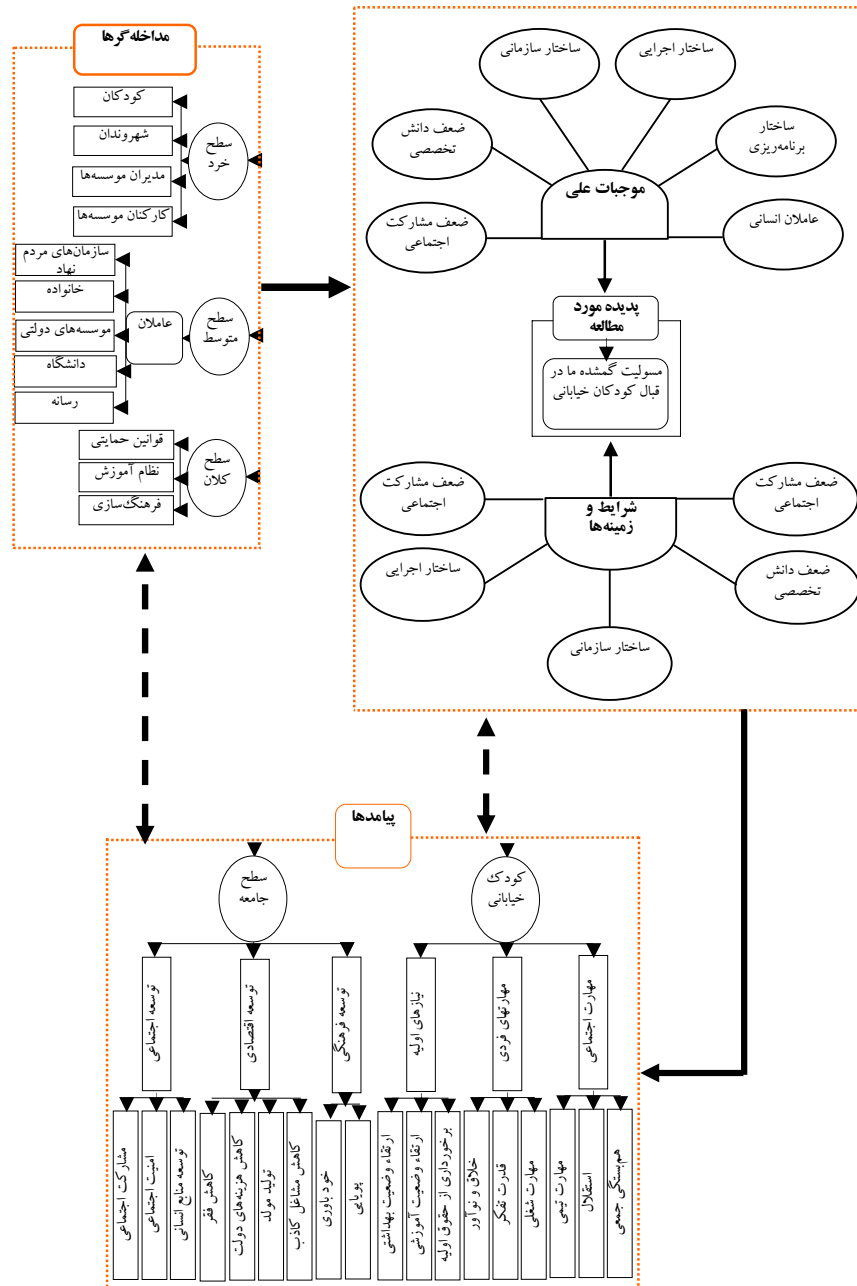
مرحله کدگذاری انتخابی = ۵ مولفه نظریه

- موجبات علی = ۲۵ مقوله / شرایط و زمینه = ۱۷ مقوله / عاملیت و کنش (راهبردها و مداخلات) = ۲۷ مقوله / برون‌دادها، پیامدها و نتایج (سیمای وضع مطلوب) = ۴۵ مقوله.

نمودار ۱. جریان تقلیل داده‌ها و انتقال از اطلاعات به نظریه در سه مرحله‌ی کدگذاری

۱. مقوله‌ی «موجبات علی»

- که به‌طور مستقیم به مقوله‌ی کانونی سامان‌دهی کودکان خیابانی می‌انجامند، خود از چند مقوله‌ی فرعی تشکیل شده است (نمودار شماره ۲) که عبارتند از ۱. عاملان انسانی؛ ۲. ساختار برنامه‌ریزی؛ ۳. ساختار اجرایی؛ ۴. دانش تخصصی؛ ۵. ضعف مشارکت اجتماعی؛ ۶. ساختار سازمانی.
- **عاملان انسانی:** در حال حاضر نگرش نسبت به این موضوع جمع‌آوری، انکار مساله، دیدگاه تک‌بعدی به آن و هم‌چنین موضوع سامان‌دهی از وظایف دولت است.
 - **ساختار برنامه‌ریزی:** نبود آمار و اطلاعات، نبود برنامه‌ی جامع، نبود ارزیابی از فعالیت‌ها و اقدام‌های انفعالی از عوامل ایجادکننده‌ی مسئولیت گمشده در قبال کودکان خیابانی است.
 - **ساختار اجرایی:** نبود امکانات، فناوری و منابع لازم برای انجام کار، موازی کاری ناشی از عملکرد ۳۰ دستگاه اجرایی، کمبود نیروی انسانی متخصص از عوامل ایجادکننده‌ی مسئولیت گمشده است.



نمودار ۲. نقشه مفهومی کارآفرینی اجتماعی در سامان‌دهی کودکان خیابانی

- **ضعف دانش تخصصی:** که ناشی از نشناختن موضوع، نبود دانش مدیریت است.
- **ضعف مشارکت اجتماعی:** از مهم‌ترین دلایل ضعف مشارکت اجتماعی، نبود اعتماد اجتماعی، نبود مسئولیت‌پذیری و نبود حساسیت به مساله است.
- **ساختار سازمانی:** موسسه‌های دولتی دارای ساختار سازمانی پیچیده، بوروکراتیک شدید و روابط غیر کارآفرینانه هستند.

۲. شرایط و زمینه‌ها

- موجبات علی، در شرایط خاص محیط شکل می‌گیرند. مقوله‌ی شرایط و زمینه‌ها، خود از چند مقوله‌ی فرعی تشکیل شده است که عبارتند از: ۱. محیط فرهنگی؛ ۲. محیط اجتماعی؛ ۳. محیط اقتصادی؛ ۴. محیط حقوقی و قوانین؛ ۵. محیط سیاسی.
- **محیط فرهنگی:** از عوامل فرهنگی اثرگذار در این زمینه، فرهنگ عوامانه، ضعف آموزش عمومی، عملکرد ضعیف رسانه، گروه‌های مرجع و خانواده است.
 - **محیط اجتماعی:** این عوامل شامل فاصله طبقاتی زیاد، مهاجرت و گستردگی خانواده است.
 - **محیط اقتصاد:** مقوله‌هایی مانند تصدی‌گری دولت در اقتصاد و این که همه چیز در انحصار دولت باشد زمینه را برای سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی محدود می‌کند و باعث فقر اقتصادی در این بخش می‌شود.
 - **محیط حقوقی و قوانین:** از عوامل حقوقی و قانونی تاثیرگذار در این مساله خلاء و ابهام در قوانین و هم‌چنین ناآشنایی با قوانین و مقررات است.
 - **محیط سیاسی:** بوروکراتیک، سلطه‌گری، تمرکزگرایی و انعطاف‌ناپذیری دولت برای پرداختن به مسوولیت‌های اجتماعی و این که همه چیز تحت کنترل دولت باشد، باعث می‌شود افراد به‌راحتی نتوانند وارد فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی شوند.

۳. مداخله‌گر

این عوامل با تأثیرگذاری بر عوامل محیطی، زمینه را برای ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی آماده می‌کنند. یافته‌های تحقیق نشان داد این عوامل در سه سطح خرد، متوسط و

کلان (دولت) هستند:

- ۱) **سطح خرد:** این عوامل در چهار مقوله‌ی زیر قرار دارند.
 - **کودکان خیابانی:** اقدام‌هایی که در این زمینه اثرگذار هستند، داشتن برنامه‌ریزی مناسب، آموزش، نحوه‌ی ارتباط مناسب با کودک و مشارکت کودکان در فرایند تصمیم‌گیری است.
 - **شهروندان:** زمینه‌ی مشارکت شهروندان را با ایجاد کانون‌های محله‌محور، القاء حس مسئولیت‌پذیری و اطلاع‌رسانی می‌توان جلب کرد.
 - **مدیران موسسه‌های دولتی:** مدیران باید دارای ویژگی‌های کارآفرینانه و شایستگی‌های اجتماعی باشند.
 - **کارکنان موسسه‌های دولتی:** کارکنان، در این زمینه باید متخصص باشند و هم‌چنین آموزش‌های تخصصی ضمن خدمت برای کارکنان و پرسنل در نظر گرفته شود.
- ۲) **سطح متوسط:** این عوامل شامل مقوله‌های زیر است:
 - **سازمان‌های مردمی نهاد (سمن):** این موسسه‌ها زمینه‌ساز مشارکت مردم هستند و برای این کار لازم است، نقش سازمان‌های مردمی در سطح کلی جامعه دیده شده، آن‌ها را باور، تقویت و حمایت کرد. برای این کار، دولت باید راه مداخله‌ی این موسسه‌ها را باز گذاشته و با استفاده از آموزش ظرفیت‌سازی در این سازمان‌های انجام شود.
 - **خانواده:** لازم است آموزش‌هایی مانند احترام به اقوام، باورها، ارزش‌ها و هنجارها به خانواده داده شود تا خانواده بتواند مسئولیت و اعتماد اجتماعی را در بین کودکان درونی کنند.
 - **موسسه‌های دولتی:** با ایجاد شبکه‌های اجتماعی در فراگیر کردن ایده‌ی کارآفرینی اجتماعی نقش دارند و باید دارای ساختار کارآفرینانه باشند.
 - **دانشگاه:** باید بین دانشگاه و موسسه‌ها ارتباط نظام‌مند برقرار شده و نیازهای پژوهشی و آموزشی موسسه‌ها فراهم شود.
 - **رسانه‌ها:** باید با آموزش، تبلیغات، اطلاع‌رسانی و ارائه‌ی الگوهای رفتاری، به افزایش مهارت‌های شهروندی و شکل‌گیری رفتارهای مدنی و جلب مشارکت شهروندان در

این زمینه کمک کنند.

۳) **سطح کلان:** برای این که دولت بتواند ایده‌ی کارآفرینی اجتماعی را در جامعه پیاده کند باید به این موارد توجه کند: تدوین قوانین حمایتی (حمایت از فعالیت‌های اجتماعی)؛ تشویق و تقویت تشکیل نهادهای مدنی؛ تقویت و غنی‌سازی آموزش‌های عمومی؛ پرهیز از تصدی‌گری بخش‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و فرهنگ‌سازی.

۴. نتایج و برون‌دادها

نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها، از یک الگوی «اگر، پس، آنگاه» استفاده می‌کند (فراستخواه، ۱۳۸۶). بدین معنا که اگر کنش‌های مناسبی متناسب با شرایط و زمینه‌ها وجود داشته باشد پس موجبات علی‌شرایطی را فراهم می‌کنند و آنگاه شاهد پیامدها و نتایج خواهیم بود. مقوله‌ی «پیامدها و نتایج» همان‌طور که در الگوی مفهومی نمودار شماره (۲) ملاحظه می‌شود، پیامدها خود، در برگیرنده‌ی چند مقوله‌ی فرعی هستند که بدون قید اهمیت عبارتند: از بعد کودکان خیابانی و در سطح جامعه.

- از بعد کودکان خیابانی کارآفرینی اجتماعی موجب حل مشکلات اولیه‌ی این کودکان می‌شود یعنی این کودکان از بالاترین حقوق مربوط به خود بهره‌مند شوند، از نظر مهارت‌های فردی مانند خلاقیت، قدرت تفکر، ارتقای مهارت‌های شغلی و ... برخوردار شوند. هم‌چنین کارآفرینی اجتماعی موجب ارتقای مهارت‌های اجتماعی این کودکان هم می‌شود به‌صورتی که جامعه‌پذیرتر شده و باعث هماوی و هم‌بستگی جمعی در آن‌ها می‌شود.
- در سطح جامعه منجر به توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌شود، هم‌چنین باعث تولید مولد، کاهش مشاغل کاذب، توسعه‌ی انسانی، خودباوری، مشارکت، ایجاد شبکه‌های اجتماعی، پویایی فرهنگ و ... می‌شود.

بحث و نتیجه

پرسش اصلی این تحقیق عبارت است از "الگوی کارآفرینی اجتماعی در سامان‌دهی کودکان خیابانی چیست؟" برای دستیابی به چنین الگوی از روش تحقیق کیفی نظریه‌ی

مبانی (GT) استفاده شده است. نتایج کلی پژوهش نشان می‌دهد در سامان‌دهی کودکان خیابانی با استفاده از کارآفرینی اجتماعی، چهار مقوله‌ی موجبات علی، شرایط و زمینه‌ها، مداخله‌گرها و نتایج و برون‌دادها اثر می‌گذارد. بیش‌تر این یافته‌ها نوآورانه هستند.

مقوله‌ی موجبات علی شامل شاخص‌های: عوامل انسانی، ساختار برنامه‌ریزی، ساختار اجرایی، ضعف دانش تخصصی، ضعف مشارکت اجتماعی و ساختار سازمانی است. برخی از پژوهش‌ها به بررسی ساختار سازمانی می‌پردازد. نتایج این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که یکی از دلایل موفق نبودن موسسه‌های اجتماعی در برخورد با مسائل اجتماعی، نبود ساختار کارآفرینانه‌ی موسسه‌های یادشده است (Mair & Robinson, 2006; Alvord, Brown & Letts, 2003; Lewis, 2001; Echols & Neck, 1998; Cornwall & Perlman, 1999). از نظر مقوله‌های دیگر موجبات علی، نتایج متمایزی در این تحقیق ارائه شده است که نشان از نوآور بودن این تحقیق دارد.

یافته‌های این تحقیق در زمینه‌ی مقوله‌ی شرایط و زمینه‌ها شامل شاخص‌های: محیط فرهنگی، محیط اجتماعی، محیط اقتصادی، محیط سیاسی و محیط حقوق و قوانین است که به‌طور عمده با نتایج تحقیق‌های (Mair & Robinson, 2006; Alvord, Brown & Letts, 2003; Jenssen & Havnes, 2002; Guclu & Dees, 2002; Lewis, 2001; Orhan & Scott, 2001; Usaid, 2000) سازگار است. مقوله‌ی مداخله‌گرها، در سطح خرد شامل شاخص‌های: ۱. کودکان که با نتیجه‌ی تحقیق (UNICEF, 2007; Ataövü & Haider, 2006) سازگار است، ۲. شهروندان، که نتایج تحقیق‌ها (Davis, King, Feltey and Bridget, 1998) وجود این شاخص را تایید می‌کنند، ۳. مدیران و کارکنان موسسه‌های دولتی که با نتایج تحقیق‌های (Mort, Weerawardena. & Carnegie, 2003; Seelos & Mair, 2005; Mort, Weerawardena. & Carnegie, 2003; Guclu & Dees, 2002; Thompson, 2002; Lewis, 2001; Dees, 2001; Prabhu, 1999; Cornwall & Perlman, 1999) به‌طور عمده سازگار است.

مداخله‌گرها در سطح متوسط شامل شاخص‌های: موسسه‌های دولتی، سمن‌ها، رسانه، دانشگاه و خانواده بوده و متمایز از نتایج تحقیق‌های قبلی است.

مقوله‌ی نتایج و پیامدها شامل شاخص‌های: ۱. کودکان خیابانی و ۲. در سطح جامعه است. از بعد کودکان خیابانی برای اولین بار می‌باشد که این نتایج بررسی شده، از این‌رو

در این زمینه نسبت به مطالعه‌های انجام شده، این تحقیق دارای نوآوری است. از بعد جامعه، نتایج تحقیق‌های (Thijssen & Vernooij, 2007; UNICEF, 2007; Mair & Robinson, 2006; Nelson, 2000; Ataövi & Haider, 2006; Torimiro & Dionco, 2005) وجود این شاخص را تایید می‌کنند.

پیشنهادها

- براساس یافته‌های تحقیق، پیشنهادهای زیر به منظور بهبود شرایط ارائه می‌شود:
- ۱) دولت در این زمینه فرهنگ‌سازی کند. این کار با: - برنامه‌های آموزشی مناسب در برنامه‌های نظام آموزشی، به طوری که فرد از دوران کودکی با مساله‌ی مشارکت آشنا شود. - با کمک رسانه‌های عمومی به ویژه صدا و سیما برنامه‌های آموزش اجتماعی برای تغییر نگرش جامعه داشته باشد و این برنامه‌ها براساس شرایط و فرهنگ بخش‌های مختلف جامعه تنظیم شود.
 - ۲) کاهش تصدی‌گری بخش دولتی، و فراهم کردن زمینه‌ها برای سرمایه‌گذاری در بخش غیردولتی تا براساس آن کارآفرینان اجتماعی وارد عرصه شوند.
 - ۳) دولت با سودآور کردن فعالیت‌های اقتصادی؛ شکل‌گیری، افزایش توانایی‌ها و موفقیت بلندمدت، سازمان‌های غیردولتی داخلی را ترغیب کند.
 - ۴) دولت با تضمین مشوق‌های مناسب اقتصادی مانند سیستم‌های تجارت آزاد به صورتی اقدام کند که اقتصاد تا حد امکان کارآمد باشد.
 - ۵) دولت فرایند خلق سازمان‌ها و خیریه‌های داوطلب را ساده‌سازی کند.
 - ۶) دولت در جامعه شهری مشارکت داشته و باز، قابل دسترس، فعال، و حمایت‌کننده باشد.
 - ۷) دولت باید تمرکززدایی شدید داشته باشد تا با این کار جوامع کوچک وارد عرصه شوند و کارهای اجتماعی را برعهده گیرند.
- پیشنهادهایی برای انجام تحقیق‌های آینده: نتایج این تحقیق می‌تواند «پایه» برای انجام تحقیق‌های بعدی در زمینه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در سامان‌دهی کودکان خیابانی ایران باشد. براساس نتایج به دست آمده از تحقیق، پیشنهادهای زیر برای تحقیقات آتی ارائه

می شود:

- تحقیق درباره‌ی چگونگی شکل‌گیری شبکه‌های کارآفرین اجتماعی در سامان‌دهی کودکان خیابانی.
- نقش سازمان‌های غیردولتی در ایجاد کارآفرینی اجتماعی و توانمندسازی کودکان خیابانی.
- نقش فرهنگ ملی، در توسعه و ترویج کارآفرینی اجتماعی.
- عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی و حل مشکلات کودکان خیابانی.
- مطالعه درباره‌ی تاثیر ویژگی شخصیتی کودکان خیابانی در کارآفرین اجتماعی شدن آنها.
- تحقیق و بررسی درباره‌ی دلایل ناموفقیت سازمان‌های دولتی در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی و اثرگذاری آن در حل مشکلات کودکان خیابانی.

منابع

- حسینی، حسن. (۱۳۸۵). کودکان کار و خیابان: سلسله مطالعات در زمینه آسیب شناسی اجتماعی. تهران: سلمان.
- دارابی، آزاد. (۱۳۸۷). بررسی عوامل موثر بر بروز پدیده کودکان خیابانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی.
- صمدآقایی، جلیل. (۱۳۸۳). "بحثی پیرامون گستره کارآفرینی و پارادایم جدید آن کارآفرینی اجتماعی". ماهنامه دانشگاه تهران، شماره ۴۱.
- فراستخواه، مقصود. (۱۳۸۶). ارزیابی کیفیت آموزش عالی در ایران: کاربردی از نظریه مبنایی. تهران موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
- علی میری، مصطفی. (۱۳۸۵). "کارآفرینی اجتماعی: مروری بر زمینه‌های سیاسی و اجتماعی". فصلنامه دانش مدیریت، ۷۲، ص. ۲۲-۳.
- محمدی الیاسی، قنبر؛ رکنی ندا؛ طیبی، کمیل. (۱۳۹۰). "نقش شبکه‌های اجتماعی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی". فصلنامه توسعه کارآفرینی. شماره ۱۱.
- مقیم، محمد (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی: پژوهشی در سازمان‌های غیر دولتی (NGOs)، تهران: دانشگاه تهران.
- وامقی، مروثه. (۱۳۸۴). "کودکان خیابانی ایران و رویکرد دولتی". فصلنامه علمی و پژوهش رفاه اجتماعی. شماره ۱۹. ص. ۲۱۰-۱۷۵.
- Alvord, S. H., Brown, L. D. & Letts, C. W. (2003). Social Entrepreneurship Leadership That Facilitates Societal Transformation an Explortory Study. Working Papers, John F. Kennedy School of Government, Center for Public Leadership, Harvard University.
- Ataövi, Anlı & Haider, Jawaid. (2006). From Participation to Empowerment: Critical Reflections on a Participatory Action Research Project With Street Children in Turkey. Children, Youth and Environments 16(2).
- Boschee, J., & McClurg, J. (2003.). Toward a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions. Retrieved July 24.
- Catano, Victor; Pond, Morgan & Kelloway, Kevin. (2001). "Exploring Commitment and Leadership in Volunteer Organizations", Leadership & Organization Development Journal, Vol.22, N. 6.

- Center of Nonprofit Management, (2001). the Skills of Management of Nonprofit Organizations, C.N.M (Slovenia).
- Certo, S. Travis & Miller, Toyah. (2008). Social entrepreneurship: Key Issues and Concepts. *Business Horizons* 51, 267—271
- Cornwall, Jeffrey & Perlman, Baron. (1999). *Organizational Entrepreneurship*, Richard Irwin.
- Davis, Susan. (2002). *Social Entrepreneurship: Towards an Entrepreneurial Culture for Social and Economic Development*.
- Dees, J. G. (2001a). The Meaning of Social Entrepreneurship. www.gpnnnet.com/perspective/Social_Entrepreneurship.htm.
- Echols, Ann & Neck, Christopher. (1998). "the Impact of Behaviors and Structure on Corporate Entrepreneurial Success". *Journal of Managerial Psychology*, vol 13, N. ½.
- Gucclu, Ayse & Dees, J. Gregory. (2002). *The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit*. by the Fuqua School of Business .
- Jensen, Jan & Havnes, Preanders. (2002). "Public Intervention in the Entrepreneurial Process: a Study Based on Three Norwegian Cases", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 8, N. 3.
- King, C. S; Feltey K. M. and Bridget, O (1998). "The Question of Participation: Toward Authentic public Participation in Public Administration." *Public Administration Review (PAR)*. July/August, Vol. 58, No. 4, PP: 223- 234.
- Lewis David. (2001). *The Management of Non –Governmental Development organizations*, Taylor & Francies Group.
- Mair, Johanna& Robinson, Jeffrey. (2006). *Social Entrepreneurship*. New York, Palgrave Macmillan.
- Mort, G.S, Weerawardena, J. & Carnegie, Kashonia. (2003). "Social Entrepreneurship: Towards Conceptualization, "International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector, Marketing"Vol. 8, No. 1, pp. 76–88.
- Nelson, Russell. (2000). *the Application of Empowerment Theory to Street Children of the Developing World*. Thesis of Master of Art. The University of British Columbia.
- Orhan, Muriel & Scott, Don, (2001). "Why Women Enter in Entrepreneurship" an Explanatory Model", *Women in Management Review*, vol. 16, N. 5.
- Parbhu, Ganesh. (1999). "Social Entrepreneurial Leadership", *Career Development International*, Vol. 4, N. 3.
- Thijssen, Thomas J.P. and Fons T.J. Vernooij. (2007). *Social Entrepreneurship and Cultural Change: the Relevance of a Public Sector Experiment for Innovative Education*. London: Springer, P. 555–579
- Thompson, Yohn, (2002). "the World of the Social Entrepreneur", the



International Journal of Public Sector Management, Vol. 15, N. 5.

Torimiro, Dixon O. & Dionco-Adetayo, Rlinda. (2005). Children Involvement in Entrepreneurship in Rural Communities: an Attitudinal Analysis. *Technovation* 25: 683–689.

Usaid, (2000). New Patthership Initiative: NGO Empowerment, NPI Core Report.

32.UNICEF. Adolescents and Civil Engagement: Social Entrepreneurship and Young People. (2007). United Nations Children's Fund. New York.

<http://www.kidsco.org.uk>

