



دانشگاه علوم کهنه‌دینی و معارف اسلامی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد سوم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۵
<http://jead.gau.ac.ir>

بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه عدالت اجتماعی

*مجید وقار موسوی^۱، سیده آنوشتا قدس‌علوی^۲ و مصیب عباسی^۳

^۱دانشجوی دکتری کارآفرینی، گروه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی‌آباد کتول، دانشجوی دکتری کارآفرینی، گروه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی‌آباد کتول، استادیار گروه تاریخ و تمدن اسلامی، دانشگاه گلستان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۲/۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۴/۲۰

چکیده

امروزه عدالت اجتماعی یکی از مهم‌ترین چالش‌ها و دغدغه‌های فکری اندیشمندان علوم انسانی می‌باشد. لازمه دستیابی به عدالت اجتماعی رفع نابرابری‌ها، تبعیض‌ها و قانون‌گریزی‌هایی از طریق توسعه کارآفرینی اجتماعی است. کارآفرینان اجتماعی با استفاده از طرح‌های نوآورانه، بسیج منابع و بهره‌گیری از ارتباطات مؤثر سعی دارند تا بستر مناسبی را برای مشارکت آحاد جامعه به منظور رفع مشکلات اجتماعی ایجاد نمایند. تلاش آنان معیارهای تجاری حاکم بر فضای کسب و کار را برهم زده و موانع موجود در راه دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی را مرتفع می‌سازد. کارآفرینان اجتماعی با شناسایی فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی به ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی پرداخته و از این طریق سعی می‌کنند تا با توانمندسازی اقشار آسیب‌پذیر، اختلاف طبقاتی موجود در جامعه را به حداقل برسانند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در حوزه اجتماعی باعث شکل‌گیری و تقویت نهادهای اجتماعی شده است. این‌گونه نهادها به واسطه ماهیت مردمی‌شان از سرمایه اجتماعی بالایی برخوردارند. سرمایه اجتماعی به وجود آمده در این نهادها عملکرد آنان را در حل مشکلات اجتماعی ارتقاء داده و نقش آنان را در تحقق عدالت اجتماعی پررنگ تر نموده است از این رو می‌توان گفت کارآفرینان اجتماعی به‌عنوان موتور محرکه توسعه پایدار اجتماعی و اقتصادی جامعه بشری، نقش بسزایی در حل مشکلات اجتماعی و برقراری عدالت اجتماعی دارند.

واژه‌های کلیدی: نهادهای اجتماعی، سرمایه اجتماعی، تشخیص فرصت‌های کارآفرینی

*مسئول مکاتبه: m_mosavi@ut.ac.ir

مقدمه

مفهوم کارآفرینی اجتماعی و تمایز آن از کارآفرینی فردی همواره مورد توجه محققین علوم انسانی بوده است. کارآفرینی اجتماعی شامل فعالیت‌ها و فرآیندهای لازم برای کشف، خلق و بهره‌برداری از فرصت‌ها به‌منظور بالا بردن ثروت اجتماعی می‌باشد. در این تعریف ثروت اجتماعی مفهومی است که همه جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی، بهداشتی و روانی بشر را در بر می‌گیرد و برای رفاه و تعالی بشر حیاتی است (Pacione, 2003). علاوه بر این کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان محور توسعه، عاملی برای حل مشکلات اجتماعی و چالش‌های پیش رو جامعه نیز قلمداد می‌گردد (Thake and Zadek, 1997). از نظر شهید صدر (۱۳۷۶) مقصود از مشکلات اجتماعی همان تضادی است که بین مصالح عمومی مردم و انگیزه ذاتی افراد وجود دارد. به‌نظر وی نقش دین به‌عنوان راه حلی برای رفع معضلات اجتماعی بسیار پررنگ است زیرا دین تنها چهارچوبی است که در کادر آن ممکن است معضلات اجتماعی حل صحیح خود را بیابد. باید گفت مواردی نظیر تلاش برای کاهش فقر و بی‌سوادی، ارتقاء سطح سلامت و بهداشت عمومی، افزایش سطح مهارت، بالا بردن سطح فرهنگ عمومی، گسترش رفاه عمومی، توجه به محیط‌زیست و غیره از جمله مواردی هستند که به کارآفرینان و نهادهای اجتماعی هویت می‌دهند (Burt, 1997). کارآفرینان اجتماعی با بهره‌گیری از ایده‌های نو باعث تغییر در شکل ارائه خدمات و پویایی در فعالیت‌های اجتماعی می‌شوند و مشکلات جامعه را با شیوه‌های خلاقانه حل نموده باعث کاهش آسیب‌های اجتماعی می‌گردند. ابتکارات به‌کار گرفته شده توسط کارآفرینان اجتماعی بستر مناسبی را برای ایجاد و توسعه عدالت اجتماعی فراهم می‌سازد. از این رو می‌توان گفت که این کارآفرینان اجتماعی هستند که تحولات اجتماعی را رقم می‌زنند (Dyer and Singh, 1998). در این مقاله به بررسی تأثیر کارآفرینی اجتماعی در برقراری عدالت اجتماعی با توجه به نقش میانجی‌گری نهادهای اجتماعی پرداخته شده و تأثیر سرمایه اجتماعی به‌وجود آمده در این نهادها را مورد بررسی قرار گرفته است.

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی اجتماعی: مفهوم کارآفرینی در بخش کسب و کار دارای سابقه‌ای طولانی است. موضوع مهمی که در این حوزه بدان پرداخته می‌شود ایجاد ارزش از طریق نوآوری است (Schumpeter, 1951; Drucker, 1985). این مفهوم در کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان روشی جهت

رفع نگرانی‌های اجتماعی قلمداد می‌گردد. برخی از اندیشمندان بر روی مفهوم کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان ترکیب شرکت‌های تجاری با اثرات اجتماعی تمرکز نموده‌اند. در این دیدگاه کارآفرینان با استفاده از مهارت‌های کسب و کار برای ایجاد شرکت‌هایی که هدف نهائی آن‌ها انتفاع جامعه است تمرکز می‌کنند. نهادهای اجتماعی ممکن است شرکت‌های تجاری تابعه را ایجاد کنند و از آن‌ها برای تولید، اشتغال و یا کسب درآمد استفاده نمایند. این‌گونه سازمان‌ها سود حاصل از فعالیت‌های خود را صرف انجام فعالیت‌های بشر دوستانه به‌منظور تحقق اهداف اجتماعی می‌کنند. این ابتکار عمل به معنای بهره‌گیری از منابع به‌دست آمده حاصل از فعالیت‌های تجاری موفق، برای پیشبرد و حفظ فعالیت‌های اجتماعی در جامعه است (Thompson and Doherty, 2006). برخی دیگر از اندیشمندان بر نقش کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان شیوه‌ای نوآورانه که تأثیرات شگرفی بر تحولات اجتماعی دارد تأکید دارند. در این نگرش، توجه بر نوآوری در بهره‌گیری از فرصت‌های اجتماعی که اغلب توجه نسبتاً کمی بدان‌ها شده است بسیار پررنگ بوده و بر پایداری اقتصادی منطبق بر معیارهای کسب و کار متمرکز شده‌اند (Dees, 1998).

باید اذعان نمود که اکثر فعالیت‌های کارآفرینان اجتماعی بر روی حل مسائل اجتماعی متمرکز شده است. طرح‌های نوآورانه برای ایجاد ترتیبات جدید اجتماعی، بسیج منابع موجود و بهره‌گیری از ارتباطات مؤثر در نهادهای اجتماعی روندی است که می‌تواند معیارهای تجاری حاکم بر فضای کارآفرینی را متحول سازد. برطبق این نظریه، تغییراتی که توسط کارآفرینان اجتماعی در کوتاه‌مدت ایجاد می‌گردد می‌تواند به‌کمک سیستم‌های موجود، شتاب فزاینده‌ای گرفته و منشع ایجاد تغییرات بزرگی در دراز مدت باشند (Ashoka, 2013). در این نظریه کارآفرینان اجتماعی نه تنها نیاز به درک مشکلات فوری جامعه دارند بلکه به نهادهای اجتماعی به‌عنوان سیستم‌های اجتماعی بزرگتر، وابستگی‌های متقابلی دارند به‌طوری که می‌توانند باعث ایجاد یک پارادایم جدید در حل بحران‌های اجتماعی منطقه‌ای شوند (Coviello, 2006). تحولات اجتماعی پایدار، شامل نوآوری برای تحقق تأثیرات اجتماعی و خلاقیت برای ایجاد جریان مداومی از منابع است. هر دوی این دیدگاه‌ها تعریف دیگری از کارآفرینی اجتماعی را بیان می‌کنند که خود منجر به شکل‌گیری تغییرات عمده‌ای در زمینه‌های مختلف اجتماعی از جمله عدالت اجتماعی می‌گردند (Baker et al., 2005). گرچه می‌توان کارآفرینی اجتماعی را از دو دیدگاه فوق مورد بررسی قرار داد ولی تأکید این مقاله بر روی نوعی از کارآفرینی اجتماعی است که راه‌حل‌های نوآورانه‌ای را برای حل مسائل و مشکلات اجتماعی خلق

می‌کند و همچنین ایده‌ها، ظرفیت‌ها، منابع و ترتیبات اجتماعی موردنیاز را برای ایجاد تحولات دراز مدت و پایدار بسیج می‌کند تا جامعه بتواند به عدالت اجتماعی دست یابد.

نهادهای اجتماعی: نهادهای اجتماعی متشکل از گروه‌های در برگیرنده افراد و سازمان‌هایی می‌باشند که مبتنی بر روابط خاص و برای تحقق اهداف مشترک فعالیت می‌کنند (Dayer and Singh, 1998; Ozgen and Baron, 2007). نهادهای اجتماعی ماحصل روابط اجتماعی هستند که از آن جمله می‌توان به دوستی‌ها، عضویت در انجمن‌ها، باشگاه‌ها، نهادهای مردمی، نهادهای مذهبی، تبادلات مالی، سنخیت در کسب و کار و مواردی از این قبیل اشاره نمود. عضویت در این مجامع خود عاملی برای همگرایی افراد به منظور ایجاد تشکلهای اجتماعی است (Greve, 1995). محتوای روابط اجتماعی نیز به مجموعه از دارایی‌های اجتماعی نهفته در نهادهای اجتماعی اطلاق می‌گردد که ناشی از معانی نظیر اعتماد، هم‌دلی و مشارکت جویی بوده که با گذشت زمان، افراد در تعامل با یکدیگر آنرا ایجاد می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی، منابع ارزش‌مندی شامل منابع مالی، فیزیکی، نیروی کار، اطلاعات، و ... را به ارمغان می‌آورند و سرمایه‌های اجتماعی لازم را برای اعضا ایجاد می‌کنند و به آنها اعتبار می‌بخشند (Nahapiet and Goshal, 1998).

از نظر شهید بهشتی (۱۳۶۲) "مالکیت رابطه‌ای است اجتماعی، اعتباری و قراردادی میان یک شخص یا گروه با یک شیء که بیانگر مشروعیت تصرفات مالک در ملک خویش و جلوگیری او از تصرفات دیگران در آن است". وی انواع مالکیت را به دو گونه فردی و جمعی طبقه‌بندی می‌نماید که مالکیت جمعی به نوبه خود به دو نوع عمومی و گروهی تقسیم می‌شود. مالکیت‌های عمومی را می‌توان در قالب نهادهای اجتماعی متصور شد. نهادهای که منافع آنها برای عموم جامعه خواهد بود و هر یک از اعضاء جامعه می‌توانند در آن عضو شوند. ماحصل شکل‌گیری تشکلهای اجتماعی ایجاد وفاق و همدلی در بین اعضا و ایجاد اعتماد بین آنها است. این امر باعث مشارکت بیشتر آنان برای نیل به اهداف تشکل خواهد شد. شکل‌گیری این‌گونه رفتارها نقش شبکه‌های اجتماعی را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی پررنگ‌تر می‌سازد (Nahapiet and Goshal, 1998). نرم‌ها و انتظارات نهفته در روابط بین افراد باعث می‌گردد تا تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه سهل‌تر شوند. برای نمونه دیویدسون و هونینگ (۲۰۰۳) رابطه بین سرمایه اجتماعی با اولین مراحل فرآیند کارآفرینی یا همان کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها را مثبت و مهم ارزیابی کرده‌اند. هویت بخشی و شناسایی یک گروه موجب آسان شدن فرآیندهای جمعی و به‌ویژه افزایش فرصت‌های تبادل اطلاعات می‌گردد. هم‌دلی در نهادهای

اجتماعی به معنای درک و فهم احساسات دیگران به‌طور همزمان است که این موضوع می‌تواند انتقال اطلاعات را از طریق شبکه‌های اجتماعی کارآفرینان آسان‌تر سازد (Nahapiet and Ghoshal, 1998). شیوه‌های تشخیص فرصت در نهادهای اجتماعی: تعاملات اجتماعی، گرایش و تمایل به اشتراک‌گذاری داوطلبانه دانش را تشویق می‌کند. اشتراک‌گذاری دانش در نهادهای اجتماعی می‌تواند به‌طور مستقیم موجب تشخیص فرصت‌ها توسط فرد کارآفرین شود. با توجه به پژوهش‌های انجام شده می‌توان گفت روابط اجتماعی کارآفرینان بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه توسط آنان اثر مثبت دارد (Elkington and Hartigan, 2008). فرصت‌های اجتماعی اغلب در فقر شدید و در حالی که به‌نظر می‌رسد راه حلی برای رفع مشکلات وجود ندارد ایجاد می‌شوند. به‌طور معمول، کارآفرینان با استقرار در نزدیکی مشتریان، مراکز دانش و تأمین‌کنندگان، فرصت‌های موجود را درک می‌نمایند و از طریق کسب اطلاعات موردنیاز راه‌حل‌های بدیعی را برای رفع مشکلات اجتماعی پیشنهاد می‌کنند (Zahra et al., 2005). شبکه‌های غیررسمی اجتماعی نیز می‌توانند با بهره‌گیری از منابع اجتماعی و اطلاعات مرتبط با آن نقش مهمی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه داشته باشند (Ozgen and Baron, 2007). به‌عنوان مثال شبکه‌های اجتماعی غیررسمی موجود در صنایع امکان برقراری نشست‌های تخصصی را برای به‌دست آوردن منابع اجتماعی لازم فراهم نموده و موجب تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه می‌گردند (Dayer and Singh, 1998). تشخیص فرصت عنصری محوری در فرآیند کارآفرینی بوده و بخش عمده‌ای از پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی را بخود اختصاص داده است. بررسی ساختار نهادهای اجتماعی و روابط آن‌ها نقش مهمی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی دارد. توجه به نقش هم‌افزایی شبکه‌های اجتماعی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی نیز از جمله مواردی است که می‌بایست مورد توجه قرار گیرد (Nahapiet and Ghoshal, 1998). پژوهش‌های پیشین دغدغه تشخیص فرصت را از جنبه‌های مختلفی از قبیل: نقش ویژگی‌ها (Shane, 2000)، عدم تقارن اطلاعات، تفاوت در دانش و تجربه‌های پیشین (Dayer and Singh, 1998) و شبکه‌های اجتماعی (Ardichvili et al., 2003) مورد بررسی قرار داده‌اند. پژوهش‌گران حوزه کارآفرینی اهمیت و نقش نهادهای اجتماعی را در ایجاد کنش‌های کارآفرینانه و تشخیص فرصت در این حوزه بسیار مهم دانسته‌اند (Hoang and Antoncic, 2003; Greve and Salaff, 2001). به‌عنوان نمونه پژوهش‌گران نقش روابط اجتماعی و حتی روابط ضعیف را در دستیابی به اطلاعات و تشخیص فرصت بسیار مهم می‌دانند (Burt, 1997).

نتایج پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که منشا بسیاری از ایده‌ها، روابط اجتماعی همکاران در فضای کسب و کار، دوستان و اعضای خانواده، گروه‌های اجتماعی و تشکلهای مدنی است (Borgatti and Cross, 2003). تمرکز بر روی نیازهای ضروری و به‌کارگیری ظرفیت‌های محلی از طریق یک رویکرد سیستماتیک به کاهش فقر منجر گردیده و تأکید بر یادگیری در کلیه سطوح امکان ارتقاء سریع تشکلهای را ممکن نموده است. همچنین توجه به نقش زنان و گروه‌های تحت ستم، باعث تغییر نگرش جوامع محلی و فرهنگ آنان گردیده است (Zahra et al., 2005; Ozgen, 2003).

سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی موجب شناسایی فرصت‌های فراگیر می‌شوند. هنگامی که فرصت‌ها فراگیر می‌شوند، کارآفرینان اجتماعی برای یافتن راه حل مشکلات شایع و کاهش درد و رنج طبقه محروم جامعه برانگیخته می‌شوند. تئوری رژیم می‌گوید که فراگیر بودن فرصت، آگاهی جهانی درباره اثرات مشکلات اجتماعی و راه‌حل‌های موردنیاز برای کاهش عواقب آن را ترویج می‌کند. تئوری اجتماعی می‌گوید که افراد هنگامی که باور دارند بی‌عدالتی و درد و رنج زیادی در جامعه وجود دارد، سریعتر وارد عمل می‌شوند (Sarah et al., 2002). از این‌رو می‌توان گفت کارآفرینان اجتماعی با تشخیص فرصت‌های موجود و اجرای اقدامات نوآورانه برای رفع مشکلات اجتماعی نقش بسزایی در رفع نابرابری‌ها و شکاف‌های طبقاتی موجود در جامعه دارند.

عدالت اجتماعی: عدالت اجتماعی به‌عنوان یک گرایش باطنی و امری فطری در نهاد انسان، از مسائلی است که همواره توجه اندیشمندان را به خود جلب کرده است و سابقه‌ای به قدمت عمر بشر دارد، به‌گونه‌ای که همه مسلمانان و انسان‌های آزاده تاریخ، از آغاز تاکنون، اندیشه برقراری عدالت اجتماعی و مبارزه با ستم را در سر می‌پروراندند. توسعه نگرش اجتماعی و سیاسی بشر و افزایش حضورش در عرصه و میدان سیاست و جامعه، باعث گردیده تا عدالت اجتماعی از جایگاه مهمی برخوردار گردد، به‌گونه‌ای که طرح مسأله عدالت بدون توجه به آثار اجتماعی آن بی‌معنا خواهد بود.

عدالت در لغت به معنی دادگری است. برای این مفهوم تعاریف متعددی ارائه شده که به اختصار بدان اشاره می‌نماییم. امام خمینی (ره)، مفهوم عدالت را چنین تعریف نموده‌اند: "عدالت عبارت است از: حدّ وسط بین افراط و تفریط و آن از امّهات فضایل اخلاقیّه است، بلکه عدالت مطلقه، تمام فضایل باطنیه و ظاهریّه و روحیه و قلبیه و نفسیه و جسمیه است، زیرا که عدل مطلق مستقیم به همه معنی است" (مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۶۴). راغب اصفهانی (۵۰۲ ه.ق) در کتاب مفردات می‌نویسد: "عدل، عدالت و معادله الفاظی هستند که مفهوم مساوات را اقتضا دارند. این کلمات به

اعتبار برابری دو چیز به کار برده می‌شود". مرحوم علامه طباطبایی (۱۴۵۳.ق) نیز عدالت را چنین تعریف کرده است: "حقیقت عدل برپا داشتن مساوات است و برقراری موازنه بین امور، به طوری که هر چیزی سهم مورد استحقاق خویش را داشته باشد. پس عدل در اعتقاد آن است که به حق ایمان آورد و عدل در افعال فردی آن است که به آنچه سعادت او را تأمین می‌کند عمل کند و از آنچه موجب تیره روزی اوست اجتناب نماید. عدل در میان مردم آن است که هر شخصی را در جایگاه مورد استحقاق عقلی و شرعی و عرفی آن قرار دهد".

ابعاد عدالت اجتماعی

برابری و مساوات: برابری از مهم‌ترین بعد و بلکه اصلی‌ترین معنای عدالت است. معنای برابری این است که همه افراد صرف‌نظر از ملیت، جنس، نژاد و مذهب، در ازای کار انجام شده از حق برابر به‌منظور استفاده از نعمت‌های مادی و معنوی موجود در جامعه برخوردار باشند. مبنای برابری این است که: "انسان‌ها به حسب گوهر و ذات برابرند... و از این نظر، دو گونه یا چند گونه آفریده نشده‌اند". یا به فرمایش رسول اکرم صلی الله علیه و آله: "الناس كأسنان المشط؛ مردم مثل دانه‌های شانه هستند". اما آیا برابری ذاتی انسان‌ها سبب برابری آن‌ها در همه زمینه‌ها می‌باشد؟ و آیا تفاوت استعدادها و شایستگی‌های افراد باعث نابرابری آن‌ها با سایرین نمی‌شود؟

قانون‌مندی: قانون مجموعه مقرراتی است که برای استقرار نظم در جامعه وضع می‌گردد. پیامد اصلی قانون، تعیین شیوه‌های صحیح رفتار اجتماعی است. طبق اصول جامعه‌شناختی، فردی بهنجار تلقی می‌شود که طبق قوانین جامعه رفتار نماید. قانون در صورتی تعادل بخش است که خود عادلانه باشد و عادلانه بودن قانون منوط به این است که منبع قانون، قانون‌گذاران و مجریان آن عادل باشند (مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۶۴).

اعطای حقوق: منظور از حق، امتیاز و نصیب بالقوه‌ای است که برای شخص در نظر گرفته شده و بر اساس آن، او اجازه و اختیار ایجاد چیزی را دارد یا آثاری از عمل او رفع شده و یا اولویتی برای او در قبال دیگران در نظر گرفته شده است و به موجب اعتبار این حق برای او، دیگران موظف‌اند این شئون را محترم بشمارند و آثار تصرف او را بپذیرند. طبق تعریف مذکور، عدالت زمانی تحقق می‌یابد که به حقوق دیگران احترام گذاشته شود و اجازه و اختیار و یا تصرفی که حق فرد است، به او داده شود و

از تجاوز به حقوق فرد پرهیز گردد. حق در مفهوم ذکر شده به معنای آن چیزی است که باید باشد چه تاکنون رعایت شده باشد و چه نشده باشد. هر چیزی در جامعه دارای حق است و تعادل اجتماع هنگامی میسر می‌گردد که این حقوق مراعات شود (مرتضی مطهری، ۱۳۷۲).

توازن: توازن با توزیع عادلانه ارتباط بسیاری دارد. البته نه تنها به این معنا که امکانات به‌طور شایسته و صحیح به افراد مستحق برسد، بلکه علاوه بر آن، امکانات به حد لازم و مورد نیاز وجود داشته باشد. هر چیزی که اجتماع لازم دارد، باید به اندازه کافی موجود باشد. نکته دیگر در بحث توازن، این است که امکانات به نحو صحیح در جامعه تقسیم گردد برای مثال، در جامعه کارهای فراوانی در بخش‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، قضایی و ... وجود دارد. اولاً این کارها باید میان افراد تقسیم شود و ثانیاً تقسیم کار باید به اندازه کافی و ضروری باشد و طبق نیازهای هر بخش، بودجه و نیرو مصرف گردد. عدل به این معنا، سبب دوام و بقا و تأمین عدالت در کل مجموعه می‌شود، هم‌چنین از پیدایش شکاف طبقاتی و ایجاد طبقه مرفه و ثروتمند در سویی و طبقات فقیر و نیازمند در سوی دیگر جلوگیری می‌کند. توازن، مصلحت کل جامعه را تأمین می‌کند و به‌این مسئله توجه دارد که توزیع نقش‌ها و امکانات بخشی، مقطعی و محدود نباشد بلکه همه جانبه بوده و کلیه بخش‌ها و افراد را در برگیرد. ابعاد مذکور تصویر روشن‌تری از عدالت را به ذهن متبادر می‌سازد و در تعیین ساز و کارهای تحقق آن یاری می‌رساند. در نتیجه می‌توان برقراری مساوات، توازن و روحیه اطاعت از قانون در اجتماع، به‌نحوی که با مراعات حقوق تمامی شهروندان همراه باشد، را به‌عنوان تعریفی از عدالت اجتماعی بیان نمود. اهمیت و جایگاه عدالت اجتماعی در مکتب توحید تا جایی است که خداوند آن را یکی از اهداف بلند بعثت انبیای خود قرار داده است. اساساً انبیای الهی برای اقامه عدل (عدل فردی و اجتماعی) مبعوث شدند و البته این حقیقتی است که در آیاتی از قرآن نیز منعکس است آنجا که می‌فرماید: "لقد ارسلنا رسلنا بالبینات و انزلنا معهم الكتاب و المیزان ليقوم الناس بالقسط". ما رسولان خود را با دلایل روشن فرستادیم، و با آن‌ها کتاب و میزان نازل کردیم، تا مردم قیام به عدالت کنند (مرتضی مطهری، ۱۳۷۲). در پرتو حاکمیت عدالت در جامعه، افراد به یکدیگر احساس اعتماد نموده و امنیت درونی خاصی خواهند داشت. مقام معظم رهبری، حضرت آیه‌الله خامنه‌ای فرموده اند: "عدالت اجتماعی باید در قوانین، اقدامات اجرایی و همه برنامه‌های حکومتی اصل قرار گیرد و پر کردن شکاف طبقاتی به‌عنوان مهم‌ترین و دشوارترین وظیفه مسئولان، در حرکت همه دستگاه‌ها باید پیگیری شود" (مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۶۴).

سرمایه اجتماعی و نقش آن در توسعه عدالت اجتماعی: سرمایه اجتماعی اصطلاحی است که گاه در معنای وسیع به کار می‌رود و مفهوم ثروت اجتماعی و یا حتی درآمد اجتماعی از آن برمی‌آید و گاه در فضای محدود، منابع و تجهیزات غیرفردی و غیرخصوصی را شامل می‌شود (مطهری، ۱۳۷۴). راشل (۱۹۹۵) معتقد است سرمایه اجتماعی آن چیزی است که با سرمایه جامعه پدید آمده و مورد استفاده همگان قرار می‌گیرد. بوزان (۲۰۰۷) سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است و تجارب این سازمان نشان داده است که این پدیده تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد. فوکویاما (۲۰۰۲) سرمایه اجتماعی را مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی می‌داند که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای جامعه و پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات خواهد شد. پاتنام (۲۰۰۲) محور اصلی در بحث سرمایه اجتماعی را ارزش‌های حاصله از شبکه‌های اجتماعی می‌داند. این ارزش‌ها در روابط اجتماعی جامعه به ظهور می‌رسند و در تعاملات اجتماعی مردم نقش بسزایی دارند. سرمایه اجتماعی فقط شامل احساسات گرم و عاطفی نیست بلکه گستره وسیعی از اختیارات خاص کیفی را شامل می‌شود که اعتماد، کنش متقابل، اطلاع‌یابی و تعاون را شامل می‌گردد (جعفری، ۱۳۷۷).

کانال‌های که سرمایه اجتماعی از طریق آن‌ها عمل می‌نماید عبارتند از:

- الف) جریان‌های اطلاع‌رسانی هم‌چون، مشاغل، تبادلات فکری و مجادلات و غیره.
- ب) هنجارهای حاصل از کنش متقابل در شبکه‌های ارتباطی درون گروهی و برون گروهی.
- ج) اعمال جمعی که هم مروج سرمایه اجتماعی است و سرمایه اجتماعی را از طریق وحدت و مشارکت‌های تقویت می‌کند.

میزان مشارکت در نهادهای اجتماعی بیانگر سرمایه اجتماعی موجود در آن‌ها می‌باشد. هر چقدر میزان مشارکت در شبکه‌های اجتماعی در یک جامعه‌ای گسترده‌تر باشد سرمایه اجتماعی غنی‌تر است. از این‌رو سرمایه اجتماعی به‌عنوان مفهومی جدید در کنار دیگر انواع بسیار دارای اهمیت است و با مؤلفه‌هایی هم‌چون اعتماد، صداقت، مشارکت، قانون‌مداری، همکاری و مساعدت با دیگران، تعاون، ایثار و هم‌دلی قابل شناسایی است (Chow and Chan, 2008). روحیه تبادل اطلاعات به تمایل افراد به تسهیم و به اشتراک‌گذاری اطلاعات با سایر افراد گفته می‌شد. محققان عقیده دارند سرمایه اجتماعی بر روحیه تبادل اطلاعات نیز اثرگذار است (Inkpen and Tsang, 2005). در این میان

افزایش سرمایه اجتماعی باعث افزایش مشارکت عموم مردم در نهادهای اجتماعی می‌شود و حضور آنان در این نهادها امکان جذب منابع بیشتری را برای رسیدگی به مشکلات اجتماعی فراهم می‌سازد (Dean and McMullen, 2002). این امر توان نهادهای اجتماعی را برای مبارزه وسیع‌تر با معضلاتی هم‌چون فقر، نابرابری، قانون‌گریزی و... فراهم می‌سازد. از این‌رو ارتقاء سرمایه اجتماعی تأثیر مثبتی بر عملکرد نهادهای اجتماعی برای تحقق عدالت اجتماعی دارد (Chiu et al., 2006).

نقش کارآفرینان اجتماعی در توسعه عدالت اجتماعی: کارآفرین اجتماعی به دنبال منفعت مالی برای خود و سرمایه‌گذاران نیست بلکه سعی می‌کند تا این منافع را به دست بخش‌های محروم جامعه برساند. بازاری که کارآفرینان اجتماعی در آن به نوآوری می‌پردازند، متن جامعه است. ارزش‌های که کارآفرینان اجتماعی ایجاد می‌کنند باعث کاهش فاصله طبقاتی در جامعه می‌گردد چرا که هدف آنان کمک به بخش غیر مولد و فراموش شده‌ای از جامعه است تا بتوان با توانمند سازی آنان آثار فقر را در جامعه کاهش داد (Chell, 2007). کسب و کارهای ایجاد شده توسط کارآفرینان اجتماعی می‌توانند درآمدزا باشند. این کسب و کارها به‌عنوان نهادهای غیر انتفاعی، سود حاصل از فعالیت‌های خود را صرف انجام کارهای عام‌المنفعه نموده و به حل مشکلات طبقه محروم جامعه اختصاص می‌دهند. می‌توان گفت کارآفرینان اجتماعی سعی می‌کنند تا عدالت اجتماعی را در فرآیند زیر توسعه دهند: (Austin et al., 2006)

۱. شناسایی وضعیتی که منجر به ایجاد محرومیت، حاشیه نشینی و یا رنج و عذاب بخشی از جامعه شده است.

۲. شناسایی فرصت‌ها در شرایط نابرابر، توسعه ارزش‌های اجتماعی مورد انتظار، تحمل ابهام، خلاقیت، عمل‌گرایی، تشویق دیگران برای مشارکت در امور عام‌المنفعه و داشتن شهامت برای مواجهه و استیلا بر نابرابری موجود.

۳. ایجاد وضعیت متعادل جدید که بتواند محرومیت گروه‌های هدف را مرتفع نموده، موانع موجود را برطرف ساخته یا کم کند و از طریق ایجاد یک اکوسیستم یکپارچه، موجب تداوم وضعیت جدید شده، آینده بهتری را برای گروه‌های هدف و حتی برای تمام جامعه تضمین نماید و عدالت اجتماعی را رقم بزند.

کارآفرینان اجتماعی این واقعیت را درک کرده‌اند که که منابع و مهارت‌های ضروری برای حل این مشکلات به‌طور یکنواخت در سراسر جهان توزیع نشده است و لازم است تا با ایجاد نهادهای

اجتماعی و انجام فعالیت‌های سودآور محلی، برای جبران نارسایی‌های ناشی از مشکلات اجتماعی تلاش کنند (Barendsen and Gardner, 2004).

ذیلا نمونه‌هایی از تشکیل نهادهای اجتماعی که ماحصل تلاش کارآفرینان اجتماعی بوده است را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

• کمیته پیشرفت روستای^۱ در سال ۱۹۷۲ توسط فاضل عابد، پس از جنگ استقلال بنگلادش تاسیس شده است. در طول ۵۵ سال گذشته، تلاش‌های BRAC بر روی شکستن چرخه فقر در بنگلادش متمرکز شده است. این سازمان در ابتدا به‌عنوان سازمان امداد و اسکان مجدد که یک تشکل مردم نهاد تلقی می‌شد ولی امروزه BRAC پیشگام در برنامه‌ریزی جامع، سازماندهی و استفاده از روش‌های محلی به‌منظور توسعه روستایی و کاهش فقر است. امروزه این تلاش‌ها امکان اعطای اعتبارات خرد به ۴/۷ میلیون نفر را در روستاها فراهم کرده است و این یک موفقیت فوق‌العاده برای برقراری عدالت اجتماعی تلقی می‌گردد که منجر ارتقاء سطح زندگی روستاییان شده است. تمرکز بر روی نیازهای ضروری و به‌کارگیری ظرفیت‌های محلی از طریق یک رویکرد سیستماتیک به کاهش فقر منجر گردیده و تأکید بر یادگیری در کلیه سطوح امکان ارتقاء سریع این تشکل را ممکن نموده است (Ardichvili et al., 2003).

• بانک گرامین^۲ در سال ۱۹۷۶ توسط محمد یونس و همکارانش با اعتقاد به این‌که وام گیرندگان فقیر ممکن است ریسک‌های اعتباری خوبی را انجام دهند تأسیس شد. وام گیرندگان قابل اطمینان و کارآفرینان نازک‌بین، با افزایش سطح درآمد خود باعث کاهش وابستگی شده و اوضاع معیشت خانواده را ارتقاء داده‌اند. این امر همچنین باعث بهتر شدن تغذیه کودکان شده است. مسئولین بانک، راهبرد توسعه اجتماعی را با تکیه بر مسئولیت اجتماعی در تصمیم‌گیری‌های خود لحاظ نموده‌اند از این‌رو قشر ضعیف جامعه روستایی ستون فقرات بانک گرامین را تشکیل داده‌اند. امروزه، بیش از ۶۰ درصد از میلیون‌ها وام گیرندگان کوچک را زنان تشکیل می‌دهند (Seelosa and Mair, 2005).

• جنبش کمر بند سبز^۳ در سال ۱۹۷۷ به‌عنوان یک نهاد مردمی به‌منظور تشویق به کاشت درخت در نایروبی توسط وانگاری^۴ تأسیس شده است. این جنبش با سازماندهی گروه‌های کوچک از اعضای

1- BRAC

2- GB

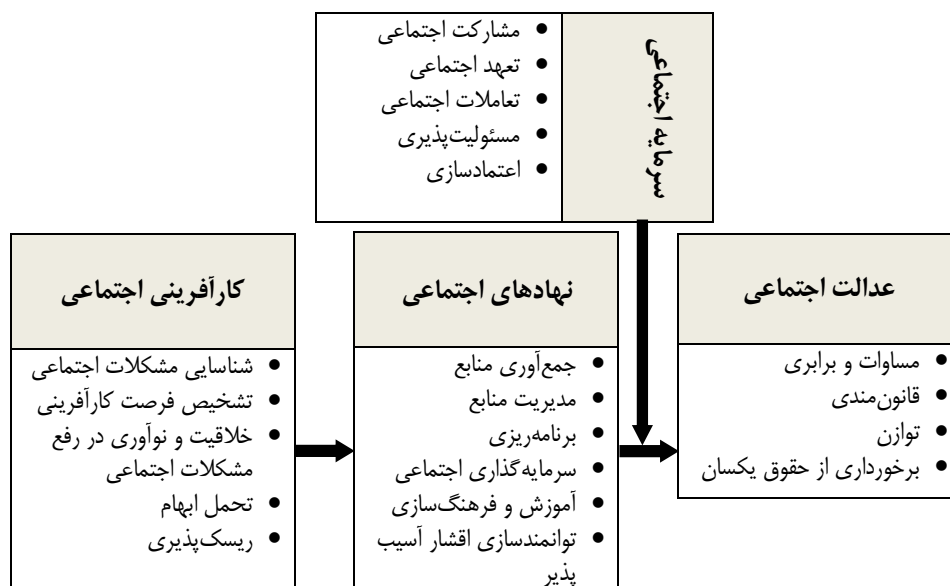
3- GBM

4- Wangari

جامعه فقیر ساکن در مناطق روستایی و شهری به کاشت و داشت درختان در راستای توسعه کمربند سبز^۱ در زمین‌های دولتی و خصوصی اقدام می‌کند و تاکنون بیش از ۲۰ میلیون نهال درخت را کاشته و از آن حفاظت نموده است. جنبش کمربند سبز با توجه به رویکرد افزایش آگاهی جامعه برای تعیین سرنوشت، عدالت، بهبود معیشت و حفاظت از محیط‌زیست توانسته است گام‌های بلندی را در توسعه عدالت اجتماعی بردارد (Alvarez and Berny, 2007).

مثال‌هایی از این دست بی‌شمارند و در سراسر جهان تشکلهای وجود دارند که توسط کارآفرینان اجتماعی به وجود آمده‌اند و ماحصل فعالیت آنان رفع مشکلات اجتماعی و دستیابی به عدالت اجتماعی بوده است.

با توجه به پیشینه موضوعی ذکر شده و بر پایه مطالعات انجام شده، نتایج پژوهش جمع‌بندی و در شکل ۱ ارائه گردیده است. شکل مذکور نشان‌دهنده مدل مفهومی تحقیق است که روابط بین متغیرهای پژوهش و شاخص‌های هر یک از این متغیرها را نشان می‌دهد. در این مدل، کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان متغیر مستقل، نهادهای اجتماعی به‌عنوان متغیر میانجی و عدالت اجتماعی به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده‌اند. سرمایه اجتماعی نیز به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر در رابطه میان متغیرهای نهادهای اجتماعی و عدالت اجتماعی نقش مهمی را ایفا می‌کند. بر اساس این مدل کارآفرینی اجتماعی باعث شکل‌گیری و توسعه نهادهای اجتماعی می‌گردد. همچنین عملکرد نهادهای اجتماعی باعث توسعه عدالت اجتماعی در جامعه می‌شود. سرمایه اجتماعی به‌وجود آمده در این نهادها به‌عنوان یک موتور پیشران باعث افزایش تأثیر آنها در توسعه عدالت اجتماعی می‌گردد از این‌رو توجه به سرمایه اجتماعی در نهادهای مردم نهاد باعث ارتقاء عملکرد آنها در راستای برقراری عدالت اجتماعی خواهد شد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه توسعه کارآفرینی در حوزه اجتماعی باعث گردیده تا توجه بیشتری به مشکلات مشترک جوامع بشری معطوف گردد. این امر به شکل‌گیری و توسعه نهادهای اجتماعی حتی در حوزه بین‌المللی کمک نموده و باعث شده است تا سرمایه‌گذاری بیشتری برای رفع مشکلات اجتماعی صورت پذیرد. کارآفرینان اجتماعی با تشخیص فرصت‌های موجود، از طریق ایجاد و توسعه نهادهای اجتماعی توانسته‌اند در رفع فقر، تبعیض، نابرابری و قانون‌گریزی گام‌های مؤثری بردارند به‌نحوی که نتایج حاصل از این فعالیت‌ها منجر به توسعه عدالت اجتماعی در جامعه بشری گردیده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که ارتباطات موجود در نهادهای اجتماعی عاملی اصلی در خلق و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه است. روحیه تبادل اطلاعات در نهادهای اجتماعی باعث گردیده تا احتمال تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه افزایش یابد. سرمایه اجتماعی موجود در این نهادها عاملی شتاب دهنده برای ایجاد روحیه مشارکت و جذب منابع تلقی می‌گردد. به‌عبارت دیگر سرمایه اجتماعی در نهادهای مردمی باعث افزایش کارایی آن‌ها شده و به روند دسترسی به عدالت اجتماعی سرعت

بخشیده است. از این رو توجه به ارتقاء سطح سرمایه اجتماعی در سازمان‌های مردم نهاد از اهمیت فراوانی برخوردار است. همچنین نتایج این پژوهش نشان‌دهنده نقش حیاتی و در حال رشد کارآفرینی اجتماعی در جوامع بشری بوده و تأثیر متقابل نهادهای اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی را برای برقراری عدالت اجتماعی پررنگ‌تر می‌سازد. لذا پیشنهاد می‌شود متولیان حمایت از سازمان‌های مردم نهاد به ایجاد و تقویت این‌گونه تشکل‌ها توجه بیشتری نمایند تا از این طریق جامعه بتواند به توازن و عدالت دست یابد. همچنین توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی در مناطق روستایی می‌تواند به برقراری عدالت اجتماعی کمک نموده و از مهاجرت روستاییان به شهرها جلوگیری کند. از این رو پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی به بررسی نقش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی در توانمندسازی روستائیان پرداخته شود. علاوه بر این پیشنهاد می‌شود تا دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان به‌عنوان دانشگاه مادر تخصصی در حوزه کشاورزی اقدام به ایجاد اکوسیستم کارآفرینی در حوزه روستایی نموده، نسبت به تدوین سند راهبردی کارآفرینی اجتماعی در حوزه روستایی مبادرت ورزد.

منابع

۱. آلموند، گ. ۱۹۹۲. چارچوبی نظری برای بررسی سیاست تطبیقی. ترجمه طیب، ع. ۱۳۷۶. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۲. بوزان، ب. ۲۰۰۷. مردم دولت‌ها و هراس. ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی ۱۳۷۸. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۳. حسینی بهشتی، س. ۱۳۶۲. اقتصاد اسلامی. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۴. جعفری، م. ۱۳۷۷. مجموعه مقالات «حاکمیت خداوندی». تهران: انتشارات مجمع جهانی اهل بیت.
۵. راشل، م. ۱۹۹۵. جامعه و سیاست، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی. ترجمه صبوری، م. ۱۳۷۷. تهران: انتشارات سمت.
۶. راغب اصفهانی، ح. ۵۰۲ ه.ق. المفردات فی غریب القرآن. ترجمه خسروی حسینی، غ. ۱۳۸۱. تهران: انتشارات مرتضوی.
۷. صدر، م. ۱۳۶۰. اقتصاد ما. ترجمه اسپهبدی، م. ۱۳۶۰. تهران: انتشارات اسلامی.
۸. طباطبایی، م. ۱۴۵۳ ه.ق. المیزان فی تفسیر القرآن. موسسه علمی مطبوعات.

۹. طالب، م. ۱۳۶۸. تأمین اجتماعی. تهران: انتشارات بنیاد فرهنگی رضوی.
۱۰. فوکویاما، ف. ۲۰۰۲. سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی. ترجمه کیان، ت. ۱۳۸۴. تهران: نشر شیرازه.
۱۱. مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی. ۱۳۶۴. صحیفه نور (جلد چهاردهم). تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۲. مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی. ۱۳۶۴. صحیفه نور (جلد هیجدهم). تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۳. مطهری، م. ۱۳۷۲. عدل الهی. تهران: انتشارات صدرا.
۱۴. مطهری، م. ۱۳۷۴. وحی و نبوت. تهران: انتشارات صدرا.
15. Alvarez, S., and Barney, J. 2007. Discovery and creation: alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal* 1(1-2): 11-26.
16. Ardichvili, A., Cardozo, R., and Ray, S. 2003. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 36: 131-154.
17. Ashoka- Innovators for Public. 2014. Ashoka Annual report 2013. Available at: <https://www.ashoka.org/annual-reports> (retrieved March 2016).
18. Austin, J., Stevenson, H., and Wei-Skillern, J. 2006. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship: Theory and Practice*. *Journal of Business Venturing*, 63: 31-54.
19. Baker, T., Gedajlovic, E., and Lubatkin, M. 2005. A framework for comparing entrepreneurship processes across nations. *Journal of International Business Studies*, 36: 492-504.
20. Barendsen, I., and Gardner, H. 2004. Is the social entrepreneur a new type of leader? *Leader to Leader*. *Journal of Business Venturing*, 41: 231-254.
21. Borgatti, S.P., and Cross, R. 2003. A relational view of information seeking and learning in social networks. *Management Science*, 49: 432-445.
22. Burt, R.S. 1997. A note on social capital and network content. *Social Networks*. *Journal of International Business*, 32: 185-201.
23. Chiu, C.M., Hsu, M.H., and Wang, E.T.G. 2006. Understanding knowledge sharing in virtual communities: an integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 27: 1872-1888.
24. Chow, W.S., and Chan, L.S. 2008. Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. *Information and Management*, 45: 458-465.
25. Chell, E. 2007. Social enterprise and entrepreneurship: towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal*, 25(1): 5-26.

26. Coviello, NE. 2006. The network dynamics of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 8(1): 25–34.
27. Davidsson, P., and Honig, B. 2003. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3): 301-331.
28. Dean, T.J., and McMullen, J.S. 2002. Market failure and entrepreneurial opportunity. *Academy of Management Proceedings*, Aug (1): 1-16.
29. Dees, J. 1998. The Meaning of Social Entrepreneurship. *Harvard review business*, 1: 55-66.
30. Dyer, J., and Singh, H. 1998. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*, 23(4): 660–679.
31. Elkington, J., and Hartigan, P. 2008. *Power of Unreasonable People: How Social entrepreneurs create markets that change the world*. Harvard Business School Press Books: Cambridge, MA, 1: 103-124.
32. Greve, A. 1995. Networks and entrepreneurship- an analysis of social relations, occupational background, and the use of contacts during the establishment process. *Scandinavian Journal of Management*, 11: 1-24.
33. Greve, A., and Salaff, J.W. 2001. The development of corporate social capital in complex innovation processes. *Research in the Sociology of Organizations*, 18: 134-107.
34. Hoang, H., and Antoncic, B. 2003. Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18: 165-187.
35. Inkpen, A.C., and Tsang, E.W.K. 2005. Social capital, networks and knowledge transfer. *Academy of management review*, 30(1): 146-165.
36. Nahapiet, J., and Ghoshal, S. 1998. Social capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*. 23(2): 242-266.
37. Ozgen, E. 2003. Entrepreneurial opportunity recognition: information flow, social and cognitive perspective. Unpublished doctoral dissertation, Rensselaer Polytechnic Institute, Troy, NY.
38. Ozgen, E., and Baron, R.A. 2007. Social sources of information in opportunity recognition: effects of mentors, industry networks, and professional forums, *Journal of Business Venturing*, 22: 174-92.
39. Putnam, R.D. 2002. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: SI. Putnam, R.D. 1995. The Prosperous community: Social Capital and Public Life in: *The American Prospect*, 13(4): 11-18.
40. Sarah, H., Alvord, L., Brown, D., and Lett, W. 2002. Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study. *Journal of Applied Behavioral Science*, 40: 260-261.
41. Seelos, C., and Mair, J. 2005. Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48: 241-246.

42. Shane, S. 2000. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 22(4): 448-469.
43. Thompson, J., and Doherty, B. 2006. The diverse world of social enterprise. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6): 361-375.
44. Thake, S., and Zadek, S. 1997. Practical people, noble causes: How to support community-based social entrepreneurs. London: New Economics Foundation, 1: 32-35.
45. Zahra, S.A., Korri, J.S., and Yu, J. 2005. Cognition and international entrepreneurship: Implications for research on international opportunity recognition and exploitation. *International Business Review*, 14(2): 129–146.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 3(2), 2016
<http://jead.gau.ac.ir>

The role of social entrepreneurship in development of social justice

***M. Vaghar Mosavi¹, A. Ghods Alavi² and M. Abbasi³**

¹Ph.D. Student of Entrepreneurship, Dept., of Entrepreneurship, Islamic Azad University, Aliabad Katol Branch, Iran, ²Ph.D. Student of Entrepreneurship, Dept., of Entrepreneurship, Islamic Azad University, Aliabad Katol Branch, Iran, ³Assistant Prof., Dept., of Islamic History and Civilization, Golestan University, Gorgan, Iran

Received: 27/4/2016 ; Accepted: 10/8/2016

Abstract

Today, social justice is one of the most important challenges for scholars in field of humanities. Necessary component for achieving social justice through development of social entrepreneurship are elimination of inequalities, discrimination and illegality. Social entrepreneurs try to use innovative strategies, mobilize resources and have effective communication for creating a suitable platform in order to resolve the social problems. They tried to change normal rules in business environment and achieve sustainable economics development through resolving the social problems. Social entrepreneurs identify social and economic opportunities for creating and strengthen social institutions and try to empowerment of the vulnerable people and minimize the differences welfare levels in society. The results of this study show social entrepreneurial activity have been formed and strengthen the social institutions. Due to the society nature of these institutions, they have high level of social capital. Social capital of these institutions improves their performance in solving the social problems and highlights their role in achieving social justice. Hence we can say that social entrepreneurs are the engine of social and economic sustainable development and have an important role in solving social problems and achieving social justice.

Keywords: Social institutions, Social capital, Identify opportunities

*Corresponding author: m_mosavi@ut.ac.ir