


ادغام اجتماعی از طریق کار در سازمان‌های مسئول کاهش

فقر شهر مشهد

ابوالفضل رضانی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۱۷

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست و پنجم، شماره ۹۴، بهار ۱۴۰۱

 20.1001.1.1735501.1401.25.94.6.1

چکیده

هدف اصلی این پژوهش واکاوی علل تغییر رویکرد سازمان‌های متولی فقر از رویکرد حمایتی به رویکرد اشتغال محور است. روش‌ها و راهبردهای اشتغال‌زایی و پیامدهای آن نیز بررسی شد. این مطالعه با روش کیفی و بر اساس رهیافت گراند تئوری انجام شد. به شیوه نمونه‌گیری نظری با ۲۰ مدیر بخش اشتغال نهادهای حمایتی، سازمان‌های عمومی و خیریه‌های کارآفرین شهر مشهد در سال ۱۳۹۷ مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد. متن مصاحبه‌ها با رویکرد اشتراوس و کوربین و به کمک نرم‌افزار MAXqda تحلیل شد. مقوله کانونی این پژوهش «ادغام اجتماعی از طریق کار» است. با تغییر چهره فقر از مطلق به نسبی در جامعه ایران، دارایی‌های فردی و اجتماعی فقرا در کل افزایش پیدا کرد. متناسب با این روند، تقاضای مردم و نخبگان برای اثربخشی و کارآمدی نهادهای متولی فقر بیشتر شد. در چنین شرایطی برخی از نهادهای متولی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به ادغام اجتماعی از طریق کار رو آوردند. راهبرد اصلی پیاده‌سازی رویکرد جدید، تبعیت از ساختار سازمانی، دیدن توانمندی‌های کارکنان و مددجویان، ارتباطات و شبکه‌سازی بخصوص با بخش‌های دولتی و افزایش توانمندی خدمات‌گیرندگان جهت بهره‌برداری از فرصت‌های اشتغال در بازار کار است. ادغام اجتماعی از طریق کار موجب افزایش اعتماد خدمت‌گیرنده به سازمان، افزایش احساس خودکارآمدی، پایداری مالی و ارتقاء شهرت سازمانی و کاهش آسیب‌های اجتماعی ناشی از فقر می‌شود.

کلیدواژه:

ادغام اجتماعی؛ نهادهای حمایتی؛ خیریه؛ فقر؛ گروه‌های محروم و آسیب‌پذیر؛ توانمندسازی؛ کارآفرینی اجتماعی

^۱. دکتری جامعه‌شناسی، کارشناس اشتغال کمیته امداد مشهد، ایران (نویسنده مسئول)،
abolfazl.ramezani6@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله:

۱-۱- مقدمه موضوع

طرد از بازار کار به‌ویژه بیکاری بلندمدت، علاوه بر فقر و ناامنی اقتصادی، به طرق ذیل در ایجاد یا تشدید محرومیت و آسیب‌پذیری عمل می‌کند: ۱- مشکلات روانی و جسمی: بیکاری می‌تواند باعث آشفتگی در زندگی، درد و رنج روانی و بیماری شود (سن، ۲۰۰۰). ۲- فقدان روابط انسانی و اجتماعی: اشتغال، دایره شمول اجتماعی افراد را گسترش می‌دهد و آن‌ها را در زندگی اجتماعی درگیر می‌کند (مور، ۱۳۸۵، ص. ۲۲۴). حال‌آنکه بیکاری و مشارکت نداشتن در زندگی شغلی سازمان‌یافته، امکان برقراری روابط اجتماعی را از فرد می‌گیرد و بر پیوندهای اجتماعی و خانوادگی تأثیر منفی می‌گذارد و انسجام خانواده را سست می‌کند (سن، ۲۰۰۰). از این‌رو، به‌احتمال‌زیاد افراد بیکار بیش از افراد شاغل با خطر انزوا و طرد اجتماعی مواجه‌اند (مور، ۱۳۸۵، ص. ۲۲۴). ۳- تضعیف انسجام اجتماعی: جامعه به دودسته تقسیم می‌شود: اکثریتی که شغل مناسب دارند و اقلیتی قابل توجهی که از کار مناسب، رفاه و حقوق انسانی محروم هستند. افرادی که مدتی طولانی بیکار هستند نسبت به منصفانه و عادلانه بودن قوانین و ترتیبات اجتماعی بدبین می‌شوند؛ ۴- یاد نگرفتن مهارت و زبان‌های بلندمدت: افرادی که از بازار کار دور هستند، از فرصت «یادگیری در حین کار» محروم می‌مانند و مهارتی کسب نمی‌کنند (سن، ۲۰۰۰). در مجموع فعالیت در بازار کار به شکل‌گیری سرمایه اجتماعی و تقویت پیوندهای بین‌گروهی کمک می‌کند (Putnam, 1995) و از این طریق دسترسی به فرصت‌های شخصی برای تحرک اجتماعی را فراهم می‌سازد (Granovetter, 1977).

پرداخت اعانه توسط موسسه‌های خیریه به مددجویان، بجای توانمندسازی، وابستگی‌های ناسالمی ایجاد می‌کند (یونس، ۱۳۹۱) و مانع از تلاش فرد برای کسب توانمندی‌های اقتصادی، مالی، انسانی و اجتماعی می‌شود. استراتژی اصلی رویکردهای جدید در فقرزدایی استفاده از توانمندی‌ها و قابلیت‌های فرد در جهت توانمندسازی بیشتر است. علاوه بر این مؤسسه‌های خیریه و نهادهای حمایتی می‌کوشند با تکیه بر منابع حاصل از کمک‌های مردمی افراد محروم و آسیب‌پذیر را از فقر خارج کنند اما در کشورهایی که نیازهای اجتماعی گسترده‌اند، منابع موجود برای امور خیریه بسیار کم و محدودند. به دلیل کم شدن کمک‌های مردمی در دوره‌های رکود اقتصادی و افزایش تورم و نیز کاهش منابع دولتی، خیریه‌ها و نهادهای حمایتی قادر به ارائه خدمات اجتماعی تأثیرگذار نیستند. تداوم ارائه خدمات نیاز



به منابع مالی دارد. به همین دلیل نهادهای حمایتی قادر نیستند به اندازه‌ای که فقرا را به بالای خط فقر بکشاند، مقرری پرداخت کنند.

یا توجه به ضعف‌های مؤسسات با رویکرد حمایتی، دو تحول در نهادهای متولی فقر قابل مشاهده است: تحول اول تغییر رویکرد از حمایتی به رویکرد توانمندسازی است؛ هر چند فرایند توانمندسازی هنوز به طور کامل در بسیاری از نهادهای حمایتی عملیاتی نشده است اما پیش‌نیاز پایداری مالی است. تحول دوم گرایش به پایداری مالی در مقابل وابستگی به کمک‌های مردمی است که پدیده‌ای تقریباً جدیدتر است و نشانه‌هایی از آن قابل رؤیت است. این دو تحول از نظر راهبردی دو مساله اولیه نهادهای حمایتی را برطرف می‌کند: مساله اول وابستگی ناسالم خدمات گیرندگان به نهاد حمایتی است و مساله دوم کاهش منابع نهادهای حمایتی از کمک‌های مردمی در نتیجه تورم است.

باید توجه کرد علیرغم مزایای تغییر رویکرد از حمایتی به کارآفرینی، تعداد اندکی از مؤسسه‌های خیریه و نهادهای متولی کاهش فقر به سمت توانمندسازی خدمت گیرندگان باهدف ادغام در بازار کار سوق پیدا کرده‌اند. تغییر رویکرد این مؤسسات تحت تأثیر عوامل مختلف فردی، سازمانی و محیطی است. مطالعات انجام شده در زمینه عوامل شکل‌گیری و گسترش کارآفرینی در سازمان‌های غیرانتفاعی بیشتر به ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان اجتماعی و عوامل سازمانی توجه کرده‌اند (انصاری، احمد پور داریانی و بهروز آذر، ۱۳۸۹؛ شاکری، ۱۳۹۲). شناخت عوامل محیطی مؤثر در این تغییر رویکرد به سیاست‌گذاری اجتماعی کمک می‌کند تا این مؤسسات را به سمت اقدامات کارآفرینانه هدایت کند. علاوه بر این شناخت راهبردهای اشتغال‌زایی و پیامدهای آن به سایر مؤسسات خیریه الگو و انگیزه تغییر رویکرد می‌دهد.

۲- ادبیات موضوع و پیشینه

۲-۱- ادبیات نظری

یکی از راه‌حل‌های جدید برای کاهش فقر، محرومیت و آسیب‌پذیری، کارآفرینی اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی فرایندی است که راه‌حل‌های مؤثر، پایدار و ابتکاری جهت مواجهه با چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی ایجاد می‌کند (شاهین، ۱۳۹۸، ص. ۳۶). «بنگاه اجتماعی» که اشاره به ساختار سازمانی خاصی دارد به معنای بنگاهی است که هدف اصلی آن، به‌جای سودآوری برای صاحبان و ذی‌نفعان آن، دستیابی به تأثیر اجتماعی است. این بنگاه از طریق تولید کالاها و خدمات به صورت عمدتاً نوآورانه و کارآفرینانه در بازار فعالیت می‌کند و برای دستیابی به اهداف اجتماعی خود عمدتاً از سود مازاد استفاده می‌کند.



این بنگاه به‌ویژه با دخالت دادن کارگران، مشتریان و ذینفعانی که تحت تأثیر فعالیت تجاری بنگاه قرار دارند، به روشی پاسخگویانه و شفاف اداره می‌شود (طرح جدید کسب و کار اجتماعی اتحادیه اروپا، ۲۰۱۲).

کارآفرینی اجتماعی در زمینه‌های مختلفی همچون خدمات شخصی، اعتبار خرد، انرژی‌های تجدید پذیر، ادغام از طریق کار (WISE)^۱ و غیره فعال است (Nyssens, Defourny, & Gardin, & Laville, 2012, p: 6). ادغام اجتماعی یا اتصال افراد محروم و آسیب‌پذیر در بازار کار یکی از رویکردهای کارآفرینی اجتماعی و عمده‌ترین آن است. در دهه‌های اخیر، بیشتر کشورهای اتحادیه اروپا تجربه‌های زیادی در زمینه ادغام از طریق کار در شرکت‌های اجتماعی انجام داده‌اند تا مشارکت گروه‌های محروم را در بازار کار افزایش دهند (Nyssens, & Bidet, 2014, p: 211). هدف بهبود چشم‌انداز اشتغال افراد دور از بازار کار از طریق افزایش بهره‌وری و مزیت آن‌ها برای کارفرمایان است. با قبول ابعاد چندگانه محرومیت و آسیب‌پذیری، سیاست‌گذاری در سطح اتحادیه اروپا، متمرکز بر بیکاری به‌عنوان علت کلیدی یا مرتبط است. برخی از کسب و کارهای اجتماعی قادرند با مهارت‌آموزی افراد محروم را برای بازار نیروی کار تجهیز کنند (Teasdale, 2010). چهار روش اصلی ادغام در WISE اروپا وجود دارد: شغل انتقالی^۲، مشاغل حمایت‌شده با یارانه‌های دائمی، خوداشتغالی و اجتماعی شدن از طریق یک فعالیت تولیدی (Davister, Defourny, & Grégoire, 2004, pp: 5-4).

گروه اول که در اروپا از نظر تعداد بنگاه‌ها بزرگ‌ترین است، شرکت‌های اجتماعی ارائه‌دهنده تجربه کار (اشتغال انتقالی) یا آموزش از طریق کار هستند. اگرچه همه این بنگاه‌ها یک هدف مشترک دارند - کمک به ذی‌نفعان دریافتن شغل در بازار کار متعارف - اما در روش‌های دستیابی به این هدف تفاوت چشمگیری باهم دارند. به‌عنوان مثال، شرکت‌های آموزش شغلی بلژیک آموزش‌هایی ارائه می‌دهند که منجر به کسب صلاحیت شغلی در قالب کارآموزی می‌شود، درحالی‌که شرکت‌های ادغام کار فرانسه افراد را در دوره کاری واقعی یک‌ساله، شرکت می‌دهند. این تنوع، در شیوه‌های جذب منابع نیز منعکس است. برخی از این WISE ها تقریباً به‌طور انحصاری با یارانه زنده مانده‌اند و برخی دیگر عملاً از هر نوع یارانه عمومی مستقل هستند. بیشتر قراردادهای اشتغال یا آموزش برای مدت معینی هستند.

1. Work integration social enterprises

2. Transitional occupation



گروه دوم یعنی مشاغل حمایت‌شده با یارانه‌های دائمی، شامل بنگاه‌های اجتماعی ادغام کار هستند که از اشتغال با یارانه عمومی بلندمدت پشتیبانی می‌کنند. این گروه عمدتاً از قدیمی‌ترین اشکال WISE تشکیل شده است: که معمولاً برای معلولان طراحی شده‌اند. چنین سازمان‌هایی در اکثر کشورها یافت می‌شوند. آن‌ها به دنبال پر کردن شکاف بین بهره‌وری موردنیاز بازار کار معمولی و ظرفیت‌های واقعی افراد معلول هستند. در حال حاضر بیشتر آن‌ها به رسمیت شناخته شده‌اند و یارانه می‌گیرند، قراردادهای اشتغال‌زایی آزاد ارائه می‌دهند. این گروه شامل برنامه‌های محافظت‌شده اشتغال در ایرلند، دانمارک، پرتغال، شرکت‌های کاری سازگار در بلژیک، سوئیس و شبکه کارگاه‌های محافظت‌شده در سوئد هستند. مراکز فنلاندی اشتغال و کارگاه‌های اجتماعی بلژیک که خدمات مراقبتی هم ارائه می‌دهند به این گروه تعلق دارند.

گروه سوم متشکل از انواع WISE است که اشتغال دائمی را برای افراد تأمین می‌کنند (خوداشتغالی)، یعنی شغل‌هایی که از نظر اقتصادی در میان‌مدت برای افراد آسیب‌پذیر مناسب هستند. در مراحل اولیه، ممکن است یارانه‌های عمومی برای جبران کسری بهره‌وری به گروه هدف اعطا شود. چنین یارانه‌هایی موقتی هستند و باگذشت زمان کاهش می‌یابند. این WISE ها پس از دوره اولیه که طی آن از حمایت عمومی بهره‌مند می‌شوند، باید به کارگران خود از منابع خودشان حقوق بپردازند که اساساً در نتیجه فعالیت تجاری آن‌ها کسب می‌شود.

گروه چهارم از بخش بزرگی از انواع WISE تشکیل شده است که هدف اصلی آن‌ها دوباره اجتماعی کردن افراد با فعالیت‌های تولیدی است. نمونه‌های قابل توجه مراکزی هستند که به افراد کمک می‌کنند تا با زندگی فعال در فرانسه سازگار شوند. مراکز حفاظت از اشتغال در اسپانیا و تعاونی‌های اجتماعی در سوئد نیز از این نوع‌اند. هدف این WISE خدمت به کارگران به‌ویژه افراد آسیب‌پذیر است. مشاغلی که ارائه می‌دهند «نیمه غیررسمی» هستند، یعنی با یک قرارداد قانونی یا قرارداد کار تنظیم نمی‌شوند، اما با این وجود از وضعیت محافظت‌شده‌ای برخوردارند (به‌عنوان مثال کارگران تغذیه می‌شوند و در بیشتر موارد در عوض کار خود در آنجا می‌مانند). در این مدل کار داوطلبانه نسبتاً مهم است و منابع بازار نسبتاً محدود هستند (Lysaght et al, 2018).

این پژوهش فرض می‌کند ناکارآمدی رویکرد حمایتی در خارج کردن افراد محروم و آسیب‌پذیر از فقر، علت تغییر رویکرد نهادهای متولی فقر به رویکرد «ادغام اجتماعی از طریق کار» است. یکی از دلایل ناکارآمدی رویکرد حمایتی و خیریه‌ای را نظریه بوم‌شناسی جمعیت توضیح می‌دهد. بر اساس این نظریه، در رقابت برای جلب کمک‌های مردمی، تنها



سازمان‌هایی می‌توانند باقی بمانند که در فرایند جذب و هزینه با کارآمدی بیشتری عمل کنند. به دلیل افزایش تعداد خیریه‌ها منابع حاصل از کمک‌های مردمی کاهش می‌یابد؛ در نتیجه برخی از آن‌ها ابتکارات کارآفرینانه برای پایداری مالی و حفظ مأموریت در پیش می‌گیرند.

هدف اصلی پژوهش حاضر واکاوی علل تغییر رویکرد خیریه‌ها و نهادهای حمایتی از رویکرد حمایتی به رویکرد توانمندسازی خدمات‌گیرندگان جهت ادغام در بازار کار است. آگاهی از زمینه و شرایط این تغییر رویکرد، در مداخلات کاهش فقر از دیگر اهداف پژوهش هستند. به‌منظور درک جامع‌تر هدف پژوهش، روش‌ها، راهبردها و پیامدهای رویکرد جدید نیز بررسی شد.

۲-۲- پیشینه پژوهش

نویسندگان روش استفاده‌شده	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
رضانی و همکاران (۱۳۹۷) - کمی	مقایسه تأثیر تغییر رویکرد مؤسسات خیریه از رویکرد حمایتی به نگرش کارآفرینانه بر جنبه‌های مختلف فقر جامعه هدف	یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد تغییر رویکرد مؤسسات خیریه از رویکرد حمایتی به نگرش کارآفرینانه موجب افزایش اثربخشی آن‌ها در مواجهه با پدیده فقر و پیامدهای آن می‌شود.
انصاری، احمد پور داریانی، بهروز آذر، (۱۳۸۹) - کمی	ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری کارآفرینان اجتماعی چیست؟	کارآفرین اجتماعی از نظر ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری دارای ابعاد مشترکی با کارآفرین اقتصادی است اما افزون بر این دارای ابعاد شخصیتی و رفتاری خاص خود بوده و دو ویژگی برخورداری از سرمایه اجتماعی فردی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، از شاخصه‌های مهم کارآفرین اجتماعی هستند و نقش به‌سزایی در توسعه کارآفرینی اجتماعی توسط کارآفرینان اجتماعی دارند.
یادگار، بازرگان، فقیه، (۱۳۹۰) - کمی	عوامل مؤثر در گرایش افراد به فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی چیست‌اند؟	مقوله اصلی که منجر به ایجاد ابتکارات کارآفرینانه اجتماعی می‌شود گرایش فرد به فعالیت‌های مسئولانه اجتماعی است که ایجاد ابتکار اجتماعی را مطلوب می‌کند. چنانچه چنین فردی تحت تأثیر شرایط واسطه‌ای و محیطی ویژه، ایجاد



<p>ابتکار اجتماعی را امکان‌پذیر بیاورد، راهبردهای ویژه‌ای را در پیش می‌گیرد که در نتیجه آن‌ها، ابتکار کارآفرینانه اجتماعی جدید، شکل می‌گیرد.</p>		
<p>بر اساس یافته‌های این تحقیق توسعه کارآفرینی در موسسه‌های خیریه تحت تأثیر عواملی چون سرمایه مالی، سرمایه اجتماعی، مدیریت موسسه، قانون، دولت و شرایط اقتصادی است.</p>	<p>هدف اساسی پژوهش شناسایی مدل توسعه کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌های شهر تهران بود.</p>	<p>بازیار (۱۳۹۰) - کمی</p>
<p>نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ناکارآمدی دولت (بودجه محدود برای خدمات اجتماعی، نظام‌های بسته و غیر انعطاف‌پذیر برای نوآوری) در پاسخگویی به نیاز اجتماعی (مشکلات اقشار محروم = فرصت ارائه خدمات اجتماعی) و نگرش و مسئولیت‌پذیری اجتماعی مردم (حس نوع‌دوستی، اعتماد به مؤسسات اجتماعی و حمایت از آن‌ها) بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی مؤثر بوده است.</p>	<p>عوامل محیطی (نهادی) که بر پیدایش کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارند.</p>	<p>ملکی، آراستی و متوسلی (۱۳۹۱) - کیفی</p>
<p>دو نوع مختلف WISE اسپانیایی را از طریق کار تجربی خود مشخص می‌کند: WISE های نوع A که به‌عنوان شرکت‌های واسطه یا انتقالی در نظر گرفته می‌شوند و WISE های نوع B که به‌عنوان کارفرمایان نهایی عمل می‌کنند.</p>	<p>انواع مختلف ادغام در بازار کار با رویکرد کارآفرینی اجتماعی چیست‌اند؟</p>	<p>ویدال (۲۰۰۵) - مروری</p>
<p>مشارکت در بازار کار موجب بهبود درآمد، گسترش شبکه‌های اجتماعی و بهزیستی روانی - اجتماعی می‌شود. به‌این ترتیب WISE در کاهش فقر و ایجاد سرمایه اجتماعی نقش دارد.</p>	<p>پیامدهای ادغام در بازار کار از طریق کارآفرینی اجتماعی چیست؟</p>	<p>Ho & Chan, (2010) - کمی</p>
<p>این برنامه توسط یک کسب‌وکار اجتماعی اجرا شده بود. همه شرکت‌کنندگان گزارش کردند که برنامه به اجتماعی شدن دوباره کمک کرد و اعتماد به نفس و اتکاب به نفسشان را افزایش داد. صاحب‌ه‌شوندگان معتقد بودند که شرکت‌کنندگان مهارت‌ها و کیفیت‌های مهمی را در فعالیت‌های انبارداری و رانندگی کامیون کسب کردند که قابلیت استخدام‌پذیری آینده‌شان را خیلی افزایش می‌دهد. شرکت‌کنندگان نیز ابراز کردند که «جهان واقعی» محیط کار برای احساس موفقیتشان خیلی مهم بود.</p>	<p>بررسی ادراک شرکت‌کنندگان در یک برنامه مداخله کارآفرینی اجتماعی</p>	<p>سدون و دیگران (۲۰۱۴) - کیفی</p>



تمرکز تحقیقات کارآفرینی اجتماعی بر توصیف این مفهوم و عوامل سازمانی و فردی موفقیت کارآفرینی اجتماعی است و به زمینه‌ها و علل اجتماعی شکل‌گیری آن توجه کمی شده است. مطالعات فوق به انگیزه‌ها و ویژگی‌های رهبران کارآفرین اجتماعی و شناسایی مدل و عوامل سازمانی توسعه کارآفرینی اجتماعی پرداخته‌اند. این مطالعه می‌خواهد ویژگی‌های محیط اجتماعی جامعه ایرانی که در ظهور و بروز کارآفرینی اجتماعی در نهادهای حمایتی مؤثرند را بررسی کند.

۳- روش تحقیق

این مطالعه با روش کیفی و بر اساس رهیافت گراند تئوری انجام شد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری نظری برای انتخاب موردها استفاده شد. هدف از نمونه‌گیری نظری، تعریف ایده‌ها است و نه افزایش حجم نمونه اولیه. در این پژوهش سازمان‌های متولی با جهت‌گیری کارآفرینی انتخاب شدند. کمک به اشتغال افراد و یا اعضای خانواده‌شان از اقدامات اساسی این سازمان‌ها است. نمونه‌ها از چهار زمینه ناهمگن برای بررسی اینکه آیا ویژگی‌ها و مضامین در حال ظهور رایج و یا منحصربه‌فرد هستند انتخاب شدند (Denzin, 2002). در ادامه در پرتو مفاهیم و مقوله‌هایی که طی تحقیق شکل گرفتند در انتخاب نمونه‌ها تصمیم‌گیری شد. در پایان نمونه‌های انتخاب‌شده طیفی از مؤسسه‌های کاملاً خیریه تا مؤسسات کاملاً کارآفرین اجتماعی بودند. ۱- نهادهای حمایتی با جهت‌گیری کارآفرینی: معاونت اشتغال کمیته امداد و بهزیستی، ۲- مؤسسه‌های خیریه کارآفرین کارگاه خیاطی مؤسسه خیریه ثامن، مؤسسه خیریه کارآفرین امیرالمؤمنین (ع)، مؤسسه خیریه و کارآفرینی و اشتغال‌زایی ریحانه النبی و مؤسسه توانیابان، ۳- نهادهای بخش عمومی: شهرداری مشهد و واحد اشتغال‌زایی ستاد مبارزه با مواد مخدر، ۴- مؤسسات کارآفرین اجتماعی (کارخانه زیتون ارشیا، کارگاه خیاطی صداقت). پژوهش پس از انجام ۲۰ مصاحبه به اشباع نظری رسید. وضعیت اشباع شامل پدیدار نشدن داده‌های جدید، شفاف شدن ارتباطات بین مفاهیم و زیرطبقات، عدم ظهور طبقات جدید، تکامل یافتگی طبقات محوری و ظهور تدریجی نظریه بود.

روش اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با مدیران بود. سؤالاتی از قبیل: چه حوادث یا اتفاقاتی باعث شد شما به فکر تغییر رویکرد از حمایتی به رویکرد کارآفرینی بیفتید؟ مدت مصاحبه‌ها به‌طور متوسط ۶۰ دقیقه بود. قبل از شروع هر مصاحبه راجع به اهداف پژوهش، علت ضبط جلسه مصاحبه، محرمانه ماندن اطلاعات و



هویت آن‌ها توضیحات لازم ارائه و رضایت مصاحبه‌شوندگان برای شرکت در مطالعه و ضبط صدا گرفته شد.

پس از هر مصاحبه، متن مصاحبه‌ها پیاده‌سازی و با کمک نرم‌افزار ماکس کیو دی ای^۱ نسخه ۱۰ کدگذاری شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش اشتراوس و کوربین انجام شد. ابتدا فایل صوتی مصاحبه‌ها ضبط و به صورت متن درآمد. برای کدگذاری باز، متن مصاحبه‌ها چندین بار خوانده شد و مفاهیم اصلی استخراج و به صورت کد ثبت شد؛ سپس کدها بر اساس شباهت دسته‌بندی شدند. در کدگذاری محوری این دسته‌بندی‌ها به طبقات محوری خود ربط داده شدند تا تبیین‌های دقیق‌تر و کامل‌تری درباره پدیده ارائه شود. در پایان با کدگذاری انتخابی بین مقوله‌ها، ارتباط برقرار شد و در قالب مدل پارادایمی ارائه شد که در شکل شماره ۱ در آخر بخش یافته‌ها نشان داده شده است.

راهبرد اصلی مورد استفاده برای تضمین اعتبار درونی یا باورپذیری، مطالعات نظری گسترده، درگیری عمیق و طولانی‌مدت محقق و رسیدن به اشباع نظری بود. برای تعیین صحت یافته‌های تحقیق کیفی، گزارش نهایی، مضمون‌ها و نظریه ایجاد شده به مشارکت‌کنندگان بازگردانده شد و آن‌ها صحت این نتایج را تأیید کردند. استراتژی اصلی مورد استفاده برای تضمین اعتبار بیرونی ارائه توصیف‌های غنی همراه با نقل‌قول‌هایی از پاسخگویان بود. همچنین تنوع حداکثری نمونه‌ها انتقال‌پذیری نتایج تحقیق به زمینه‌های مختلف را امکان‌پذیر می‌کند.

۴- یافته‌های تحقیق

بخش یافته‌ها شامل پنج قسمت است. در ابتدا پدیده کانونی پژوهش یعنی «ادغام اجتماعی در بازار کار» و انواع روش‌های ادغام شناسایی شده به تفکیک نوع مؤسسات متولی فقر توضیح داده می‌شود. در قسمت دوم شرایط زمینه‌ساز بروز و ظهور گرایش به ادغام اجتماعی از طریق کار با اتکا به نقل‌قول‌هایی از مصاحبه‌شوندگان شرح داده می‌شود. روش‌های ادغام اجتماعی در بازار کار با توجه به زمینه قسمت بعدی بخش یافته‌ها است. در ادامه راهبردهای نهادها و مؤسسات در پیاده‌سازی رویکرد جدید و پیامدهای نرم اتخاذ آن با استناد به نقل‌قول‌های معرف از مصاحبه‌ها بحث می‌شود.



پاسخگویان مدیر یا مدیران داخلی نهادهای حمایتی بودند. از میان کل شرکت‌کنندگان در پژوهش کیفی، ۱۱ نفر زن و مابقی مرد بودند. کلیه شرکت‌کنندگان متأهل و از نظر میزان تحصیلات فقط یک نفر تحصیلات دیپلم و بقیه تحصیلات دانشگاهی داشتند. از کل مصاحبه‌شوندگان ۳ نفر بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۵ نفر بین ۴۰ تا ۵۰ سال و مابقی بین ۵۰ تا ۶۰ سال سن داشتند.

۴-۱- مقوله مرکزی

مقوله مرکزی/کانونی این پژوهش «ادغام اجتماعی از طریق کار» است. سازمان‌های موردبررسی، از شاغل شدن و یا راه‌اندازی کسب‌وکار گروهی فقیر حمایت می‌کنند که ممکن است بخشی از منابع مالی آن از کمک‌های مردمی یا دولتی باشد. در مقایسه با جهت‌گیری صرفاً حمایتی، این نهادها رویکرد مبتنی بر به‌کارگیری و افزایش توانمندی و قابلیت خدمات گیرندگان جهت ادغام آن‌ها در بازار کار دارند. «ادغام اجتماعی از طریق کار» در نهادهای موردبررسی شامل این موارد است: ۱. آموزش‌های مهارتی و خدمات کاریابی ارائه می‌دهند. ۲. جهت راه‌اندازی کسب‌وکار (خوداشتغالی) تأمین مالی می‌کنند. ۳. با یارانه از استخدام افراد محروم توسط کارفرما حمایت می‌کنند. ۴. برخی موسسه‌ها با به‌کارگیری معتادین، آن‌ها را به کار کردن عادت می‌دهند (اجتماعی کردن)؛ و ۵. الگو هیبریدی یا ترکیبی نیز وجود دارد. انواع روش‌های ادغام اجتماعی از طریق کار در نهادهای مختلف در ادامه توضیح داده می‌شود.

۴-۲- علل تغییر رویکرد از حمایتی به رویکرد ادغام در بازار کار

تغییر نوع فقر: در نتیجه برنامه‌های توسعه در دهه‌های گذشته دارایی‌های کل جمعیت افزایش پیدا کرده است و فقر غالب از فقر مطلق به فقر نسبی تغییر پیدا کرده است. در نتیجه انقلاب اجتماعی (هریس، ۱۳۹۸) امروزه بخش عمده‌ای از فقرای روستایی و شهری از مسکن، بیمه درمانی، امکانات بهداشتی در محل سکونت نظیر حمام، فاضلاب، آب‌لوله‌کشی و انرژی‌های برق و گاز، وسایل ارتباطی و سایر ضروریات زندگی برخوردارند. متن زیر رشد نیازهای اجتماعی و نسبی شدن فقر را در جامعه نشان می‌دهد.

«در ۲۰ سال گذشته نیازهایی وجود داشت که با پول می‌شد حل کرد الآن می‌بینم هرچقدر پول تزریق می‌کنیم نیاز تشدید می‌شود. الآن کسی برای نون شب نمی‌مونه. الآن طرف می‌گه من مستضعفم چون گوشی موبایلم لمسی نیست، تلویزیونم ال‌سی‌دی نیست. نیازها تغییر کرده، چهره فقر تغییر کرده؛ الآن انتظار جامعه هم به طبع از کمیته



امداد از همان زمان‌ها تغییر کرد. زمانی انتظار این بود که کمیته امداد خدماتی مثل سبدهای غذایی بدهد؛ رفته‌رفته در کمیته امداد این بحث مطرح شد که ماهی دادن را بگذارید کنار ماهی گرفتن را یاد بدهید».

در رویکرد جدید، پدیده فقر با عدم برخورداری از برخی توانمندی‌ها یا سرمایه‌ها چندگانه تعریف می‌شود. افزایش دارایی‌های کل جمعیت زمینه را برای دیده شدن این دارایی‌ها - توانمندی‌ها فراهم کرد. در نتیجه فقر عدم برخورداری از برخی توانمندی‌ها تعریف شد که امکان بهره‌برداری از فرصت‌های جدید را محدود می‌ساخت. در نتیجه توسعه اقتصادی - اجتماعی دهه‌های گذشته، فرصت‌ها در جامعه افزایش پیدا کرده است؛ اما فقرا به دلیل عدم برخورداری از برخی «قابلیت‌ها» قادر به استفاده از این فرصت‌ها در جهت کسب توانمندی بیشتر نیستند.

«در رویکرد جدید کمیته امداد، وقتی افراد می‌آیند بجای اینکه بگویند محرومیت‌هایت را برای ما لیست کن؛ چه مشکلی داری؟ می‌پرسند چه توانمندی‌هایی داری؟ بگو در خانواده‌ات چی داری؛ یعنی پسر جوانت چه کاری می‌تونه انجام بده؟ درسته معلولی، محرومی ولی خودت می‌تونی یک کاری انجام بدهی. این خودبه‌خود باعث پیدایش این ایده در افراد می‌شود که بگردند دنبال توانمندی‌هایشان. خوب حالا ما هم از نظر مالی مشاوره‌ای - آموزشی حمایت می‌کنیم تا بتونی این کار را خودت انجام بدهی».

مشاهده قابلیت‌های افزایش یافته فقرا و فرصت‌های گسترش یافته جامعه، زمینه را برای تغییر جهت نهادهای موردبررسی به سمت حمایت از اشتغال افراد محروم فراهم کرد. این وضعیت موجب تغییر جهت از شیوه رایج مداخله یعنی پرداخت مقرری به سمت توانمندسازی باهدف ادغام در بازار کار شد.

ناکارآمدی رویکرد خیریه‌ای: همان‌طور که در مقدمه ذکر شد پرداخت کمک‌های خیریه‌ای دو مشکل اساسی دارد؛ مشکل اول وابستگی به کمک‌های مردمی است و مشکل دیگر ایجاد وابستگی‌های ناسالم در جامعه هدف است.

۱) کاهش منابع مالی: بخش عمده‌ای از منابع درآمدی مؤسسه‌های خیریه حاصل از کمک‌های مردمی است. در دوره‌هایی که تورم افزایش پیدا می‌کند، کمک‌های مردمی کاهش می‌یابد. خیریه‌هایی که وابسته به این کمک‌ها هستند در فعالیت‌های جاری‌شان دچار مشکل می‌شوند. مؤسسه‌های خیریه و نهادهای حمایتی که رویکرد کارآفرینی را پیاده‌سازی کرده‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که فقر خدمات گیرندگان با پرداخت سبدهای کالا رفع نمی‌شود.



«اصلاً با تورم الآن هیچ مؤسسه‌ای نمی‌تواند یک خانواده را کاملاً بی‌نیاز کند. دادن سبد کالا مشکل اصلی خانواده را حل نمی‌کند».

۲) فرهنگ وابستگی (نیازمند چترباز): وابستگی‌های ناسالمی که در نتیجه پرداخت کمک‌های نقدی به مددجویان ایجاد شده به صورت مانعی در مسیر توسعه «ادغام اجتماعی از طریق کار» در سازمان‌های متولی فقر عمل می‌کند. علاوه بر این، یکی از علل اصلی شکل‌گیری فرهنگ وابستگی، موازی کاری نهادهای متولی فقر است. این فرهنگ به دلیل موازی کاری و عدم هماهنگی مؤسسه‌های خیریه و رقابت منفی به وجود آمده است. برخی به کنایه از آن به‌عنوان «مددجوی زنبیل به دست یا نیازمند چترباز» یاد می‌کنند که یک زنبیل در دست دارد و از این مؤسسه خیریه به آن مؤسسه خیریه برای دریافت سبد کالا و سایر خدمات می‌رود.

«خانواده‌ها عادت کردند که مشکل‌شان باید از یکجایی به‌غیر از خودشان حل شود. خوب ما به آن‌ها می‌گوییم بیایید کار کنید؛ اما آن‌ها دوست ندارند کار کنند. می‌خواهند بروند از این خیریه به آن خیریه. ما رفتیم خونه کسی دیدیم یخچال و قفسه‌ها پر از خواروبار [که از مؤسسه‌های خیریه متعدد دریافت شده بود] است».

پاسخگویی به تقاضای جامعه و نخبگان: در نتیجه توسعه اقتصادی و اجتماعی، ارزش‌های مردم و نخبگان جامعه نیز تغییر کرد. با رشد آگاهی‌های مردم، آن‌ها انتظار اثربخشی بیشتری از خیریه‌ها دارند؛ چراکه در صورت اثربخش بودن خیریه‌ها میزان فقر و آسیب‌های اجتماعی می‌بایست کاهش پیدا می‌کرد. نهادهای حمایتی دولتی بیشتر از سایر نهادهای حمایتی از خواسته‌های نخبگان تبعیت می‌کنند.

«نیاز فعلی جامعه کار است، بنابراین حمایت از اشتغال برای پاسخگویی به این نیاز شکل گرفته است. الآن هم مردم، هم نخبگان و هم خود مددجو این انتظار را دارد؛ یعنی می‌گه من پول و مستمری از شما نمی‌خوام، من از شما یک شغل برای خودم برای بچه‌ام می‌خواهم».

ارزش‌های اجتماعی مردم: وجود ارزش‌های انسان دوستانه شرط اول برای فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی است. تغییر ارزش‌های اجتماعی در امور خیریه و انتظار اثربخشی یکی از عواملی است که موجب شده تا کارگزاران سازمان‌های متولی فقر خود را از منظر ارزش‌های جدید ببینند و ارزیابی کنند.



«اگر مستضعف را به یک شغل رساندی و تونسته درآمد کسب کنه و زندگی خودش را بچرخونه. این برای جامعه خیلی لذت بخش تر از اینه که بگویم برای این خانواده اینقدر هزینه کردیم».

شبکه‌های اجتماعی: افراد در صورتی که خود را مسئول حل مشکل بدانند و راه حل‌شان را برای رفع مشکل، شدنی تلقی نمایند که خود تابعی از احساس خودکارآمدی و درک از حمایت‌های اجتماعی موجودشان است، اقدام به راه‌اندازی کارآفرینی برای حل آن می‌کنند. وجود افراد مؤثر در شبکه اجتماعی مدیران نهادهای حمایتی، یکی از عوامل سوق دادن آن‌ها به سمت رویکرد ادغام اجتماعی در بازار کار است.

«وقتی این ایده شکل می‌گیرد و شما این را با چند نفر مطرح می‌کنی و آن‌ها هم می‌شوند دست و بازوهای تو می‌بینی که می‌شود یک انسانی که بجای اینکه بهش ماهی بدهی داری بهش ماهی گیری یاد می‌دهی. خانواده مدیر مؤسسه وکیل هستند، بنکدار هستند و بسیار به ما کمک می‌کنند».

نقش الگو و رسانه‌ها: خیریه‌هایی که در پیاده‌سازی رویکرد «ادغام در بازار کار» موفق بوده‌اند بسیار اندک‌اند؛ در نتیجه الگوهای موفق در پیاده‌سازی ادغام از طریق کار با کسب‌وکار اجتماعی در مؤسسه‌های خیریه بسیار کم هستند و این یکی از موانع ورود به این عرصه است. تعداد اندکی از سرمایه‌گذاری‌های درآمدزایی که توسط سازمان‌های غیرانتفاعی انجام شد موفق به کسب درآمد می‌شوند (مک میلان و تامسون، ۱۳۹۵، ص. ۱۷).

«اکثر خیریه‌ها در حوزه خودکفاسازی جواب ندادند. آن‌هایی که شروع کردند می‌گویند که ما شروع کردیم جواب نگرفتیم. آن‌هایی هم که موفق بودند رزومه قوی داشتند».

هرچند ضروری است به نقش رسانه‌ها در انعکاس الگوهای موفق ادغام اجتماعی در ایران و جهان توجه نمود. رسانه‌ها با انعکاس مسائل اجتماعی جهان از یک طرف انگیزه برای اقدام را ایجاد می‌کنند و از طرف دیگر با نشان دادن الگوهای موفق، حس خودکارآمدی افراد را برمی‌انگیزند. اگرچه الگوهای موفق در شهر مشهد کم هستند؛ اما انعکاس الگوهای موفق ایرانی و جهانی از طریق رسانه‌ها، این ضعف را برطرف می‌کند.

۴-۳- روش‌های ادغام اجتماعی در بازار کار

در ادامه برخی از روش‌های ادغام اجتماعی از طریق کار توضیح داده می‌شوند. روش‌ها و مدل‌های شناسایی شده ادغام اجتماعی از طریق اشتغال بر اساس یافته‌ها در جدول شماره ۱ آورده شده است.



ادغام اجتماعی با آموزش از طریق کار: شکل غالب فعالیت‌های توانمندسازی در مؤسسات خیریه و نهادهای حمایتی، آموزش مهارت‌های موردنیاز بازار یا آموزش از طریق کار است. بسیاری از خیریه‌های کارآفرین با راه‌اندازی کارگاه‌های دوخت، قالی‌بافی و غیره سعی می‌کنند این نوع مهارت را به جامعه هدف آموزش دهند. به‌عنوان مثال در مؤسسه «توانیابان» معلولین جسمی، کارگاه‌های مختلف چوب، خیاطی، تعمیر موبایل و دوخت را در آسایشگاه فرامی‌گیرند. منابع مالی این فعالیت‌ها از کمک‌های مردمی تأمین می‌شود. بااینکه هزینه انجام‌شده در آموزش خدمت‌گیرندگان بازگشت مالی ندارد، اما با توانمندسازی فرد، زمینه را برای استخدام و یا خوداشتغالی‌اش فراهم می‌سازد. به‌این ترتیب چرخه کمک قطع و دیگر مؤسسه برای این فرد هزینه نمی‌کند. به همین دلیل این مؤسسات این نوع هزینه را سرمایه‌گذاری می‌دانند که در درازمدت منابع مالی خیریه را افزایش می‌دهد و بازگشت سرمایه رخ می‌دهد.

*جوانی هست در خانواده که جویایی کار هست اما تخصصی ندارد می‌آوریم اینجا
یه مدتی در دست‌وبال خودمان باشند، بهشون کار یاد می‌دهیم؛ جوشکاری و
تراشکاری و سپس در مجموعه‌هایی که خودمان داریم یا در شرکت‌های همکار با
ما، به کار گرفته می‌شوند.*

برون‌سپاری «ادغام اجتماعی با آموزش از طریق کار» رویکرد جدید در نهادهای حمایتی است. در این مدل بهزیستی توان‌بخشی اقتصادی افراد معلول و نیازمند را برون‌سپاری می‌کند و برای هر پرونده به کلینیک مبلغی پرداخت می‌شود. به‌عنوان مثال در کلینیک مددکاری اجتماعی با رویکرد «آموزش، تولید و فروش صنایع دستی» مهارت‌های موردنیاز بازار را به فرد آموزش می‌دهند و تا مرحله خودکفایی مالی او را حمایت می‌کنند.

*در این کلینیک قبل از آموزش صنایع دستی در ابتدا مددکاری و استعدادیابی انجام
می‌دهیم سپس مهارت‌های ارتباطی آموزش داده می‌شود تا افراد بتوانند با اجتماع
ارتباط برقرار کنند، پس از آموزش صنایع دستی، مددجویان مهارت بازاریابی را
می‌گذرانند و مرحله به مرحله آموزش‌های لازم داده می‌شود. وام اشتغال به افرادی
داده می‌شود که توانایی لازم را دارند. همچنین پس از ارائه وام افراد را رها نمی‌کنیم
بلکه پیگیر فعالیت‌های آنان هستیم تا بتوانند محصولات خود را بفروشند.*

ادغام اجتماعی از طریق کمک به خوداشتغالی: برای بسیاری از افرادی که به‌عنوان شاگرد در کسب‌وکارهای صنفی فعالیت می‌کنند و دستمزد کمی دریافت می‌کنند، راه خروج



از فقر راه‌اندازی کسب‌وکار مستقل است. نهادهای حمایتی دولتی با پرداخت تسهیلات بدون سود، به خوداشتغالی افرادی که مهارت و تجربه کاری دارند کمک می‌کنند.

مشاغل حمایت‌شده با یارانه‌های دائمی: بخش عمومی حکمرانی شهری یک از نهادهای مسئول در کاهش فقر شهری است. در این روش خدمت‌گیرندگان در مشاغل خدماتی مانند نظافت یک پارک عمومی مشغول به کار می‌شوند. جمع‌آوری علف‌های هرز فضای سبز توسط زنان فقیر در شهرداری مشهد و فروش روزنامه و گل در چهارراه‌ها توسط نوجوانان بی‌سرپرست یا بد سرپرست نمونه‌های این روش هستند. سپاه و برخی از مساجد نیز با در اختیار قرار دادن سوله و مکان کسب‌وکار از کارآفرینانی که اشتغال‌زایی بالایی دارند حمایت می‌کنند. کمیته امداد امام و بهزیستی نیز با پرداخت حق بیمه سهم کارفرما به ترتیب تا ۲ و ۵ سال از استخدام افراد تحت پوشش خود حمایت می‌کنند.

اجتماعی شدن از طریق یک فعالیت تولیدی: بخشی از مددجویان وابستگی ناسالمی به خدمات ارائه‌شده توسط نهادهای حمایتی و خیریه‌ها دارند. هدف این رویکرد عادت دادن جامعه هدف به کار کردن و متعهد شدن به ارزش‌های طبقه متوسط جامعه است.

تعداد ۵۰ تا ۶۰ معتمد بهبودیافته را به قطار شهری برای کار معرفی کردیم تازه ادارات دیگر با ما دارند کار می‌کنند. تفاهم‌نامه بین آموزش فنی و حرفه‌ای و اتاق اصناف و شورا بسته شد که ما به فنی و حرفه‌ای معرفی کنیم و فنی و حرفه‌ای بفرسته به اتاق اصناف و اتاق بین کارخانه جات هر کدام را با توجه به مهارتشان تقسیم بکند (واحد اشتغال‌زایی ستاد مبارزه با مواد مخدر).

الگو هیبریدی (شرکت - خیریه): در این مدل خیریه یک بخش تولیدی یا خدماتی درآمدزا دارد که از محل درآمد آن برای تأمین هزینه‌های توانمندسازی جامعه هدف استفاده می‌کند. به‌عنوان مثال مؤسسه توانیابان با اجاره دادن فروشگاه و تالار تحت مالکیتش کسب درآمد می‌کند و این درآمد را برای هزینه‌های توانمندسازی شغلی معلولین صرف می‌کند. در نمونه دیگر، یک شرکت تولیدی در مالکیت یک مؤسسه خیریه بود که به کارآموزی و استخدام جوانان فقیر در شرکت اقدام می‌کرد.

منبع درآمد و بازوی اجرایی خیریه، شرکت است، ۶۰ درصد سهام شرکت متعلق به خیریه است یعنی خیریه از محل درآمد ذی‌نفع است. به‌صورت سالانه بخشی از سود شرکت برای خیریه است. مضاف بر اینکه بحث کارآفرینی را در شرکتی که خودش دارد انجام می‌دهد. این شرکت متعلق به خیریه است.



جدول ۱- انواع روش‌های ادغام اجتماعی از طریق کار

زمینه	روش‌های ادغام	منابع مالی	توضیح
خیریه‌ها	آموزش از طریق کار صندوق‌های قرض‌الحسنه بازاریابی برای مشاغل خانگی اشتغال مستقیم در کارگاه خیریه	هزینه مهارت‌آموزی از کمک‌های مردمی و برای خدمات مالی (وام و پس‌انداز) کارمزد دریافت می‌شود. در بازارچه‌های خیریه هزینه‌های جاری فعالیت کسر و سود آن به خدمات گیرندگان پرداخت می‌شود. در کارگاه‌های تولیدی هزینه‌های جاری از تولیدات کسر و سود حاصل از فعالیت به‌صورت حقوق به افراد پرداخت می‌شود.	اکثر خیریه‌ها از طریق مهارت‌آموزی، پرداخت وام و بازاریابی محصولات تولیدی خدمات گیرندگان، از اشتغال آن‌ها حمایت می‌کنند.
نهادهای حمایتی دولتی	مهارت‌آموزی و کاربایی پرداخت وام خوداشتغالی اشتغال حمایت‌شده از طریق پرداخت حق بیمه حمایت از پشتیبان مشاغل خانگی با تأمین	مهارت‌آموزی و کاربایی با بودجه دولتی انجام می‌شود و از وام‌های خوداشتغالی کارمزد دریافت می‌شود. در اشتغال حمایت‌شده حق بیمه سهم کارفرما از بودجه دولتی پرداخت می‌شود.	نهادهای حمایتی دولتی با مهارت‌آموزی حرفه‌ای، کاربایی و تأمین مالی خدمات گیرندگان، زمینه را برای اشتغال خدمات گیرندگان فراهم می‌کنند.
بخش عمومی	اشتغال مستقیم	حقوق و دستمزدی که در بودجه در نظر گرفته‌شده، در مقابل کار انجام‌شده، به افراد محروم پرداخت می‌شود.	نهادهای عمومی مانند شهرداری از طریق به‌کارگیری افراد محروم در مشاغل بخش عمومی از اشتغال آن‌ها حمایت
کارآفرین اجتماعی	روش هیبریدی (شرکت - خیریه) و اشتغال مستقیم	صد درصد متکی به درآمد حاصل از عرضه محصول یا خدمت است.	کارآفرینان اجتماعی کامل عمدتاً از طریق راه‌اندازی خط تولید و ایجاد اشتغال مستقیم برای فقرا، اقدام به توانمندسازی آنان می‌نمایند.



۴-۴- راهبردهای پیاده‌سازی رویکرد جدید

پس از اینکه نهاد حمایتی فرصت‌های کسب‌وکار را در جامعه محروم شناسایی کرد و زمینه شکل‌گیری ابتکار کارآفرینانه فراهم شد، راهبردهایی برای پایداری مالی و دستیابی به اهداف در پیش می‌گیرد (جدول ۲).

۱) راهبردهای مربوط به سازمان

ایجاد ساختار سازمانی و تعهد به اقدام ساختارمند: اغلب مؤسسه‌های خیریه در ارائه خدمات در زمینه خاصی تمرکز ندارند و بیشتر بر فعالیت داوطلبانه متکی هستند. از طرف دیگر اغلب مددجویان به‌منظور دریافت کمک، گرایش دارند تا نیاز خود را اضطراری و بحرانی نشان دهند. این موضوع مؤسسه‌های خیریه را وامی‌دارد تا به این نیازهای اضطراری پاسخ دهند. در نهادهای حمایتی بزرگ نظیر کمیته امداد و بهزیستی، ساختار سازمانی و فرایندهای سازمانی قوی، از عوامل بسیار ضروری برای اجتناب از افتادن در رویکرد خیریه‌ای و مداخله در بحران است. به‌عنوان مثال در حوزه اشتغال کمیته امداد از مدل زیر برای خودکفاسازی خدمت‌گیرندگان استفاده می‌شود:

«استعداد سنجی، آموزش مهارتی، پرداخت تسهیلات برای راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار، نظارت بر طرح‌های خودکفایی، کاریابی، کمک در بازاریابی و اشتغال با نمایندگان‌های فصلی، خوشه‌سازی و شبکه‌سازی».

دیدن توانمندی‌های کارکنان: تأکید بسیار زیاد مدیریت بر توانمندی‌های خدمت‌گیرندگان، به دیدن توانمندی‌های کارکنان نیز تسری می‌یابد؛ مدیریتی که می‌توانست در معلولین توانمندی‌هایی را ببیند قادر بود همین کار را در بین کارکنانش انجام دهد. در یکی از مؤسسات توانمندسازی معلولین، مدیریت با دیدن توانمندی‌های کارکنان، فضایی را در بین کارکنان به وجود آورده بود که آن‌ها با انگیزه زیاد اقدام به رفع‌و‌رجوع نیازهای معلولین می‌کردند. چیزی که مدیر اجرایی به شوخی به آن مدیریت عشق می‌گفت.

۲) راهبردهای مرتبط با خدمت‌گیرندگان

راهبردهای مربوط به خدمت‌گیرندگان که به دستیابی اهداف ادغام اجتماعی از طریق کار کمک می‌کند عبارت‌اند از: توجه به توانمندی‌های خدمت‌گیرندگان، اعتماد به توانمندی‌ها و شبکه‌سازی برای آن‌ها.

توجه و اعتماد به توانمندی‌های خدمت‌گیرندگان: تعریف این مؤسسات از فقر مبتنی بر رویکرد توانمندی است. در این رویکرد مؤسسه به توانمندی‌های فقرا همچون فرصتی



برای راه اندازی کسب و کار نگاه می کند. یکی از پیامدهای توجه به توانمندی‌ها، ایجاد اعتماد بین سازمان متولی و خدمت گیرنده است.

«هرکسی که اینجا می آید توی آن چارچوب آموزش، کاریابی، اشتغال و ... ممکنه قرار نگیرند. مدیریت می گوید خوب من به شما کار می دهم. بیاین اینجا کار کنین. در این مدت خودشو نشون می ده که چه جور آدمیست. چه توانمندی هایی دارد. بعضی مواقع کسی که در ابتدا می آید فکر می کنیم که او در چارچوب توانمندسازی ما قرار نمی گیرد و نمی تونه موفق شود. ولی بارها ثابت شده که ما اشتباه می کردیم. آدم خیلی توانمندی بوده و تونسته با چند راهنمایی در مسیر قرار بگیرد و موفق شود. مدیر مؤسسه ابتدا همه را قبول می کند و اعتماد می کند. بعد تو این مسیر به اطرافیان شان فضا می دهند. به خود فرد بستگی داره که چطور استفاده کند».

ارزش اعتمادی که به یک زندانی آزاد شده یا معتاد بهبود یافته می شود خیلی بیشتر از اعتماد به فردی معمولی است؛ در مقابل، آن‌ها سعی می کنند با تلاش و کوشش بیشتر پاسخ دهند. «آدمهایی که در جامعه فرصت دیگری ندارند موقعیت جدید را بیشتر از یک فرصت می بینند. آن‌ها به دلیل فقدان جایگاه در جامعه با دادن کمترین موقعیتی، اعتماد می کنند و بیشترین سعی شان را برای پاسخ دادن به این اعتماد می کنند. وقتی افراد اینجا می آیند می شه گفت از جامعه طرد شده اند. در واقع به خاطر سوء پیشینه ای که دارند جامعه به آن‌ها اعتماد نمی کند، کار بهشان نمی دهد. آن‌ها تمام تلاش شان اینه با حسن نیت به ما ثابت کنند شما به درستی به ما اعتماد کردید».

جدول ۲- مراحل پیاده سازی راهبرد «ادغام اجتماعی از طریق بازار کار»

مرحله	راهبرد	اقدامات
۱	شناسایی خدمات قابل عرضه	انتخاب یکی از روش‌ها مهارت آموزی، تأمین مالی، اشتغال مستقیم، روش هیبریدی
۲	طراحی سازمانی	ایجاد ساختار سازمانی تخصصی
		تعهد به تبعیت از ساختار سازمانی
۳	راهبرد بازار هدف	توجه به قابلیت‌های کارکنان و توسعه آن
		توجه به توانمندی‌ها خدمات گیرندگان و توسعه قابلیت‌ها
		اعتماد به توانمندی‌های خدمات گیرندگان
۴	کسب مشروعیت	شبکه سازی با سایر کسب و کارها و سازمان‌های ذینفع
		گفت‌وگو و کسب تأیید مسئولین و ذینفعان
		تأمین مالی راهبرد از طریق کمک‌های مردمی و ذینفعان



۴-۵- پیامدهای به‌کارگیری رویکرد ادغام اجتماعی در بازار کار

در ادامه پیامدهای ادغام اجتماعی از طریق کار در سطح فرد، سازمان و جامعه آورده شده است.

افزایش احساس خود کارآمدی: توانمندسازی روانی یکی از پیامدهای حمایت از اشتغال فرد است.

«اشتغال باعث می‌شود عزت‌نفسش از بین نرود؛ مضاف بر اینکه بهش ماهی‌گیری یاد دادیم اینجا و هر جایی دیگری می‌تواند کار کند. خیریه فقط برای افرادی که قادر به انجام هیچ کاری نیستند مناسب است».

جلب اعتماد مددجویان: تأیید و تقدیر از توانمندی‌های فرد موجب مشارکت فرد در فرایند تغییر می‌شود. در روابطی که فرد چیزی برای ارائه دارد، پتانسیل مشارکت بیشتر است. برای درگیر کردن خدمت‌گیرنده، این فهم مشترک باید به وجود بیاید که خدمت‌گیرنده منابعی برای مشارکت در فرایند توانمندسازی دارد.

«به طوری شده که فکر می‌کنم معتادین به ما اعتماد کردند. ما با این کار تونستیم اعتماد آن‌ها را جلب کنیم که یک جایی است که از آن‌ها حمایت می‌کند، برایشان ارزش و احترام قائل می‌شود؛ چون ما می‌خواهیم یک زندگی جدید برای‌شان شروع کنیم. همین‌که می‌آیند اینجا حرف دل‌شان را می‌زنند و از ما کار می‌خواهند یعنی ما را قبول کرده‌اند».

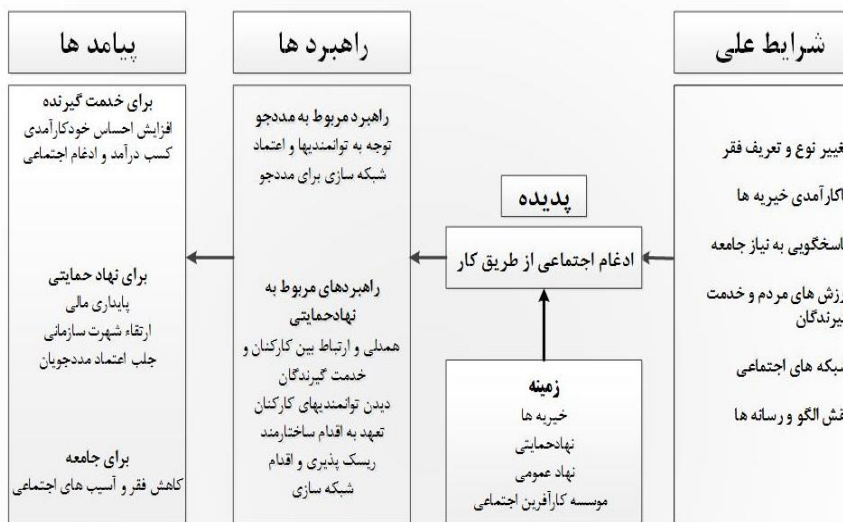
پایداری مالی مؤسسه: توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های فقرا، موجب می‌شود تا فرایند توانمندسازی پایدار باقی بماند. به‌کارگیری توانمندی‌های خدمت‌گیرندگان در جهت ادغام در بازار کار، به پایداری مالی مؤسسه کمک می‌کند. با خوداتکایی مالی خدمت‌گیرنده، دیگر نیازی به پرداخت مقرری‌های ماهانه وجود ندارد و او از چرخه حمایت مؤسسه خارج می‌شود. **ارتقاء شهرت و مشروعیت بخشی سازمانی:** به دلیل اهمیت مسئله بیکاری و اشتغال برای جامعه و نخبگان، توجه نخبگان و مدیران محلی به سازمان‌هایی که به این مسئله اجتماعی می‌پردازند بیشتر است. اثربخشی رویکرد حمایت از ادغام افراد محروم در بازار کار، نسبت به پرداخت سبدهای غذایی و مستمری، توجه گروه‌های اجتماعی مختلف را جلب می‌کند.

«وقتی کسی کار ما را می‌بیند که اشتغال‌زایی است و بازدهی کار را می‌بیند خیلی به این کار راضی می‌شود».



کاهش آسیب‌های اجتماعی: بخش عمده‌ای از جامعه هدف سازمان‌های متولی فقر زنان سرپرست خانوار هستند. ادغام اکثر زنان سرپرست خانوار در بازار کار که نان‌آور خانه را بر اثر فوت، طلاق یا اعتیاد، از دست داده‌اند، به دلایلی مثل نگهداری از کودکان وابسته، محدودیت‌های فرهنگی برای اشتغال زنان، بهره‌وری کم برای ورود به بازار کار، دشوار است. آن‌ها در مواجهه با بیماری، بیکاری و بحران‌های زندگی آسیب‌پذیرند. کاهش آسیب‌های فرهنگی یکی از پیامدهای ادغام از طریق کار است که به کرات در مصاحبه‌های این مطالعه تکرار شد. اشتغال با مشارکت دادن فرد در نقش‌های اجتماعی که ارزش و نتایجی برای آینده فرد دارد، زمینه ارتباط با افراد دیگر را فراهم می‌کند و موجب احساس تعلق و وابستگی به جامعه می‌شود که خود مانع از بروز انحراف است.

«داشتیم اشخاصی که به جرم اعتیاد و ... در زندان بودند و کاملاً کانون خانواده‌شان از هم پاشیده بود. این چقدر برای جامعه تبعات بد دارد؟ بعد از اینکه کار پیدا کردند هویت اجتماعی پیدا کرده، یک جایگاهی برای خودش پیدا کرده، خانواده‌اش را برگردونده و دارند زندگی می‌کنند. اگر فرد در زندان یا کمپ برای ترک باشد چه اتفاقی برای خانواده‌اش قراره بیفتد؟ بعضی از زنان سرپرست، همسرشان معلوله، کی قراره خرج او و خانواده‌اش را بدهد؛ اگر هم برود کنار خیابان و ...».



شکل ۱- مدل پارادایمی پدیده ادغام اجتماعی از طریق کار در نهادهای متولی فقر



۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث

با اینکه شواهد نشان‌دهنده کارآمدی رویکرد جدید است (رمضانی و همکاران، ۱۳۹۷)، اما تعداد مؤسسات خیریه‌ای که تغییر رویکرد داده باشند بسیار کم هستند. یافته‌ها از نظریه اکولوژی جمعیت و نظریه ناکارآمدی خیریه حمایت می‌کنند. با افزایش تعداد مؤسسات خیریه، رقابت بر سر منابع حاصل از کمک‌های مردمی افزایش پیدا کرد و در نتیجه سهم هر مؤسسه کمتر شد. با مقارن شدن این وضعیت با دوره‌های رکود اقتصادی، درآمدهای مؤسسات خیریه کاهش بیشتری یافت. در نتیجه کاهش منابع درآمدی، نهادهای حمایتی و بسیاری از مؤسسات خیریه قادر نیستند افراد محروم و آسیب‌پذیر را در سطحی توانمند کنند که از طریق کار در جامعه ادغام و از فرصت‌های جدید بهره‌مند شوند. در چنین وضعیتی یک راهبرد مؤثر، رفتن به سمت کسب درآمدهای پایدار مشابه کسب‌وکارهای اجتماعی است (Fitzgerald & Shepherd, 2020; Hsu & Yen, 2019; Ko & Liu, 2014; Maier, Meyer, & Steinbereithner, 2020); اما تقریباً همه مؤسسات در پیاده‌سازی این راهبرد موفق نیستند. زمینه نهادی جامعه از تغییر غیرانتفاعی‌ها به مؤسسات غیرانتفاعی کارآفرینانه، حمایت نمی‌کند. اگرچه تقاضای اثربخشی و کارآمدی از این سازمان‌ها بیشتر شد، اما آن‌قدر نبود که از این تغییر رویکرد سازمانی حمایت کند؛ مثلاً مردم برای کمک به فقرا محصولات تولیدی آن‌ها را خریداری کنند.

در مقایسه با الگوهای WISE در اروپا، در مشهد تعاونی اجتماعی وجود ندارد (Nyssens et al, 2012). یافته‌ها این نظر را تأیید می‌کند که فعالیت در بازار کار صرف‌نظر از جنبه اقتصادی (افزایش رفاه فرد یا درآمد خانوار)، از لحاظ اجتماعی نیز دایره شمول فرد را گسترش می‌دهد و از خطر انزوا و طرد اجتماعی وی می‌کاهد (مور، ۱۳۸۵: ۲۲۴). پیاده‌سازی رویکرد جدید دستاوردهایی برای جامعه هدف از جمله افزایش احساس خودکارآمدی و مزایای ادغام اجتماعی در بازار کار شامل درآمد و بیمه داشته است (Ho & Chan, 2010, & سِدون و دیگران، ۲۰۱۴). دستاوردها برای نهادهای حمایتی ارتقاء شهرت سازمانی، جلب اعتماد جامعه هدف و پایداری در تحقق مأموریت اجتماعی بوده است.

۵-۲- نتیجه‌گیری

در نتیجه اقدامات توسعه‌ای دهه‌های گذشته، نوع فقر غالب از مطلق به فقر نسبی تغییر کرد، طوریکه نظام رفاهی به‌سختی قادر به پاسخگویی به نیازهای اجتماعی جدید است. از طرف دیگر فرصت‌های ادغام در جامعه افزایش پیدا کرد؛ مثلاً نظام حقوقی از کارگران



حمایت می‌کند و کارفرمایان موظف به پرداخت حقوق مطابق قانون کار و بیمه کارگران هستند. در وضعیت جدید تنها از طریق ادغام در بازار کار می‌شود از فرصت‌های جامعه بهره‌برداری کرد و به نیازهای اجتماعی جدید پاسخ داد. در چنین شرایطی اقدام مؤثر برای افراد محروم و آسیب‌پذیر، فراهم کردن زمینه ادغام آن‌ها با جامعه از طریق بازار کار است. آن‌ها از طریق کار کردن در بازار از مزایای فرصت‌های جدیدی که در نتیجه توسعه ایجاد شده از جمله درآمد، بیمه‌های درمانی و بیمه‌های اجتماعی برخوردار می‌شوند.

نوع «ادغام اجتماعی از طریق کار» در نهادهای حمایتی، نهادهای عمومی و خیریه‌ها با هم تفاوت می‌کند. نهادهای حمایتی دولتی با توانمندسازی مددجویان از طریق مراکز رسمی آموزش فنی و حرفه‌ای، کاربایی‌ها و تأمین مالی خوداشتغالی خدمات‌گیرندگان، زمینه را برای ادغام آن‌ها در بازار کار فراهم می‌کنند. نهادهای عمومی مانند شهرداری افراد محروم و آسیب‌پذیر را در مشاغل بخش عمومی به‌کارگیری می‌کنند. خیریه‌های کارآفرین از طریق مهارت‌آموزی غیررسمی، پرداخت وام قرض‌الحسنه اشتغال و بازارچه‌های خیریه، از اشتغال خدمت‌گیرندگان حمایت می‌کنند.

نهادهای متولی کاهش فقر، به‌منظور موفقیت در ادغام اجتماعی افراد محروم و آسیب‌پذیر در بازار کار، حداکثر هم‌افزایی را در کلیه منابع مددجویان، منابع سازمانی و منابع محیطی ایجاد می‌کنند. تبعیت از ساختار سازمانی و تعهد به عمل در قالب آن، دیدن توانمندی‌های کارکنان و مددجویان، ایجاد همدلی و ارتباط بین کارکنان و ارتباطات و شبکه‌سازی بخصوص با بخش‌های دولتی، ریسک بالای تغییر رویکرد از حمایتی به رویکرد «ادغام اجتماعی از طریق کار» را کاهش می‌دهد. مجموع این راهبردها ادغام اجتماعی از طریق کار را امکان‌پذیر می‌سازند.

۳-۵- پیشنهادها

با توجه به نتایج قابل توجه تغییر رویکرد، همچون کاهش فقر و آسیب‌های ناشی از آن، پایداری مالی نهادهای حمایتی، صرفه‌جویی در بودجه‌های دولتی و توسعه اقتصادی کشور، ضروری است دولت زمینه را برای این تغییر رویکرد تسهیل کند. بودجه فعلی نهادهای حمایتی کفایت تحقق هدف «ادغام از طریق کار» را نمی‌کند. در نتیجه نیاز به خلق بازیگران جدیدی از طریق قانون‌گذاری، تأمین مالی و پرداخت یارانه وجود دارد. منظور کسب‌وکارهای اجتماعی هستند که به‌صورت قانونی حمایت می‌شوند تا هزینه تمام‌شده‌شان برای ادغام اجتماعی افراد محروم در بازار کار کاهش یابد. تعاونی‌های اجتماعی، غیرانتفاعی‌های خدمات به دولت و مردم و کسب‌وکارهای اجتماعی از این دست نهادها هستند. کسب‌وکارهای



اجتماعی مابین طیف کسب و کارهای انتفاعی و غیرانتفاعی قرار می‌گیرند که برخلاف خیریه-ها از پایداری مالی برخوردارند. یکی دیگر از راه‌های امکان‌پذیر کردن شکل‌گیری و توسعه آن‌ها حمایت قانونی است. برای این منظور ضروری است مدل کسب و کار اجتماعی به انواع دیگر کسب و کار موجود یعنی انتفاعی و غیرانتفاعی اضافه شود. مؤسسه‌های خیریه با رویکرد حمایتی، می‌توانند با شناسایی منابع و قابلیت‌های مؤسسه و با توجه به جامعه هدفشان، راهبرد ادغام اجتماعی در بازار کار را تعیین کنند. شبکه‌سازی و همکاری با ذی‌نفعان و تعیین شاخص‌های ارزیابی عملکرد مثل تعداد افراد وارد شده به بازار کار، از دیگر اقدامات لازم برای تغییر رویکرد است. علاوه بر این پیشنهاد می‌شود محققان درباره فرایند تغییر مؤسسه‌های خیریه از رویکرد حمایتی به رویکرد «ادغام از طریق کار در شرکت‌های اجتماعی»، مطالعات موردی انجام دهند.

۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

- ۱) انصاری منوچهر، احمد پور داریانی محمود، بهروز آذر زهرا. (۱۳۸۹). ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در مؤسسه‌های خیریه استان تهران. توسعه کارآفرینی، ۱(۲)، ۳۷-۶۴.
- ۲) بازیار فاطمه. (۱۳۹۰). شناسایی الگوی توسعه کارآفرینی اجتماعی در مؤسسات خیریه شهر تهران. (کارشناسی ارشد)، دانشگاه تهران، تهران.
- ۳) رضضانی ابوالفضل، ربیعی علی، زاهدی مازندرانی محمد، فیروزآبادی احمد. (۱۳۹۷). مقایسه جهت‌گیری‌های کارآفرینی اجتماعی و خیریه‌ای بر جنبه‌های مختلف فقر در نهادهای حمایتی شهر مشهد. مجلس و راهبرد، ۲۵(۹۶)، ۱۷۹-۲۱۲.
- ۴) شاکری حسین. (۱۳۹۲). رابطه بین ویژگی‌های فردی و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های غیرانتفاعی استان کردستان. (کارشناسی ارشد)، دانشگاه علامه طباطبایی، مرکز مدارک علمی ایران.
- ۵) آراستی زهرا، ملکی کرم آباد محمد مهدی، متوسلی محمود. (۱۳۹۱). عوامل نهادی تأثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی اجتماعی. توسعه کارآفرینی، ۵(۲)، ۱۸۵-۲۰۳.
- ۶) مک میلان این سی، تامسون جیمز دی. (۱۳۹۵). راهنمای عملی کارآفرینان اجتماعی (مرتضی اکبری، ضرقام عبدالهی پور، فرزاد قاسم زاده، مترجم). تهران: جهاد دانشگاهی.



- ۷) مور کن بلیک. (۱۳۸۵). مقدمه ای بر سیاست‌گذاری اجتماعی (علی اصغر سعیدی، سعید صادقی، مترجم). تهران: مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.
- ۸) هریس کوان. (۱۳۹۸). انقلاب اجتماعی: سیاست و دولت رفاه در ایران (محمدرضا فدایی، مترجم). تهران: شیرازه.
- ۹) یادگار نسیم، بازرگان عباس، فقیه نظام‌الدین. (۱۳۹۰). فرایند شکل‌گیری ابتکارات کارآفرینانه‌ی اجتماعی: الگویی برگرفته از نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها. توسعه کارآفرینی، ۴(۱)، ۳۰-۷.
- ۱۰) یونس محمد. (۱۳۹۱). جهانی بدون فقر (هنگامه احمدی، مریم صمیمی، مترجم): مدرسه پرتو.

۲-۶- منابع لاتین

Articles

1. Davister, C., Defourny, J., & Grégoire, O. (2004). Work integration social enterprises in the European Union: an overview of existing models. *Revue Internationale de l'Économie Sociale: Recma*, 293, 24-50.
2. Denzin, N. K. (2002). *qualitative researcher's companion*. Canada: SAGE.
3. Fitzgerald, T., & Shepherd, D. (2018). Emerging Structures for Social Enterprises Within Nonprofits: An Institutional Logics Perspective. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 47(3), 474-492.
4. Granovetter, M. S. (1977). The strength of weak ties Social networks (pp. 347-367): Elsevier.
5. Ho, A. P.-y., & Chan, K.-t. (2010). The social impact of work-integration social enterprise in Hong Kong. *International Social Work*, 53(1), 33-45.
6. Hsu, M.-C., & Yen, S.-Y. (2019). Nonprofit Organization Develop Social Enterprise Business Model in Taiwan: A Case Study of Taiwan's Large-Scale NPO. *International Business Research*, 13(1), 169.



7. Ko, W. W., & Liu, G. (2020). The Transformation from Traditional Nonprofit Organizations to Social Enterprises: An Institutional Entrepreneurship Perspective. *Journal of business ethics*.
8. Lysaght, R., Roy, M. J., Rendall, J. S., Krupa, T., Ball, L., & Davis, J. (۲۰۱۸). Unpacking the foundational dimensions of work integration social enterprise. *Social Enterprise Journal*, ۱۴(۱), ۶۰-۷۰.
9. Maier, F., Meyer, M., & Steinbereithner, M. (2014). Nonprofit Organizations Becoming Business-Like. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(1), 64-86.
10. Nyssens, M. (2014). European work integration social enterprises. Social enterprise and the third sector: Changing European landscapes in a comparative perspective, 211-230.
11. Nyssens, M., Defourny, J., Gardin, L., & Laville, J.-L. (2012). Work integration social enterprises and public policy: An analysis of the European situation. EMES Research Network.
12. Putnam, R. D. (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political science & politics*, 28(4), 664-683.
13. Seddon, F., Hazenberg, R., & Denny, S. (2014). Reintegrating socially excluded individuals through a social enterprise intervention. *Social Enterprise Journal*, 10(3), 222-238.
14. Spear, R., & Bidet, E. (2005). Social enterprise for work integration in 12 European countries: a descriptive analysis. *Annals of public and cooperative economics*, 76(2), 195-231.
15. Teasdale, S. (2010). How Can Social Enterprise Address Disadvantage? Evidence from an Inner
16. City Community. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 22(۲).

