

المقاولاتية الاجتماعية والمقاول الاجتماعي: تجاذبات المفهوم والأدوار

Social Entrepreneurship and the Social Entrepreneur: Conceptual and Role Tensions

وسيم فنينش، جامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل-، *wassim.fenineche@univ-jijel.dz
أحمد منيغدا، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، ahmed.menighed@univ-batna.dz

تاريخ النشر: 2024/12/31

تاريخ القبول: 2024/10/21

تاريخ الإرسال: 2024/05/15

ملخص:

تهدف هذه الورقة إلى توضيح مفهوم المقاولاتية الاجتماعية SE، بوصفه مفهوما فريدا ومتميزا. ومن أجل القيام بذلك، تستعرض الورقة الأدبيات الموجودة حول العدة المفاهيمية ذات الصلة بالمقاولاتية الاجتماعية، كمفهوم المقاول الاجتماعي والمقولة الاجتماعية، وتحديد الفروق بينها وبين المفاهيم القريبة كمفهوم المقاولاتية والمقاول والمنظمات غير الربحية، علاوة على بيان أهمية ومساهمة المقاول الاجتماعي في العمل الاجتماعي، من خلال قدرته على تحقيق التغير الاجتماعي وحل المشكلات الاجتماعية، بناء على موارده واستراتيجياته في تعزيز الابتكار الاجتماعي وخلق قيمة اجتماعية، وهذا هو الغرض من وجوده. بناء على مراجعة الأدبيات توصلت الدراسة إلى وجود خلط مفاهيمي كبير في تحديد مفهوم المقاول الاجتماعي، ومن ناحية أخرى هناك تجاذب كبير بين مفاهيم مثل المقاولاتية الاجتماعية والمنظمات غير الربحية، ذلك أن الفكرة الأساسية للمقاولاتية الاجتماعية هي القيام بأعمال تجارية ذات مهمة اجتماعية كبيرة أو خلق مقولة لغرض اجتماعي. وهنا يتجلى الدور الأساسي المنوط بالمقاول الاجتماعي في إطار استدامة العمل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، المقاولاتية الاجتماعية، المقاول الاجتماعي، الابتكار الاجتماعي، المهمة الاجتماعية، العمل الاجتماعي.

* المؤلف المرسل

Abstract:

This paper aims to elucidate the concept of social entrepreneurship (SE) as a unique and distinct concept. To do so, the paper reviews the existing literature on various related concepts such as social entrepreneur and social venture, and identifies their differences from proximate concepts such as entrepreneurship, entrepreneur, and non-profit organizations. It also highlights the importance and contribution of social entrepreneurs in social work, through their ability to drive social change and solve social problems, leveraging their resources and strategies to foster social innovation and create social value—the *raison d'être* of their existence. The review of the literature reveals a significant conceptual in defining the concept of social entrepreneur, and on the other hand, a considerable overlap between concepts such as social entrepreneurship and non-profit organizations, given that the core idea of social entrepreneurship is to engage in business with a strong social mission or to create a venture for a social purpose. This highlights the pivotal role of social entrepreneurs in the sustainability of social work.

Keywords : Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Social Entrepreneur, Social Innovation, Social Mission, Social Work.

مقدمة:

في الوقت الحاضر، تجذب المفاولاتية، وتحديدًا المفاولاتية الاجتماعية (SE)، انتباه الكثير من العلماء والباحثين وصانعي السياسات. يلعب المفاولون الاجتماعيون دورًا حاسمًا وهامًا في أي اقتصاد، ويُعرفون باسم عوامل التغيير الاجتماعي، القادرين على تقديم مساهمات أساسية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. تتجلى الفكرة الأساسية للمفاولاتية الاجتماعية في القيام بأعمال تجارية ذات مهمة اجتماعية كبيرة أو خلق مقالة لغرض اجتماعي.

على الصعيد العالمي، تنشط المفاولات الاجتماعية بشكل رئيسي في المجالات الاجتماعية والبيئية وحقوق الإنسان والمساواة بين الجنسين. الأمثلة تشمل: أطفال الشوارع؛ صحة الأطفال؛ التأمين الصحي للأشخاص المحرومين؛ السكن؛ الفرص التعليمية؛ الفقر في المناطق الحضرية الهشة؛ الشيخوخة وكبار السن؛ المهاجرين والأقليات العرقية؛ العمل والتوظيف؛ أزمة المناخ؛ مشاكل التلوث؛ مياه الشرب النقية؛ تمكين المرأة؛ الفجوات الرقمية Digital divides.

تشير الأدبيات إلى أن الهدف الأساسي للمفاول الاجتماعي هو التأثير المرتبط بالمهمة الاجتماعية. يبدأ المفاولون الاجتماعيون عادةً بسلطة وموارد محدودة، دون مناصب هرمية رئيسة، لكنهم يستخدمون تفكيرهم الابتكاري وحماسهم للوصول إلى أهدافهم. وكما قال بيل درايتون: "إن المفاولين الاجتماعيين لا يكتفون بإعطاء سمكة أو تعليم كيفية صيد السمك، ولن يبدأ لهم بال حتى يحدثوا ثورة في صناعة صيد الأسماك" (kilckul & Lyons, 2012, p. 17). يستخدم المفاولون الاجتماعيون أدوات مبتكرة وآليات يحركها السوق لحل المشكلات الاجتماعية الرئيسية والملحة، مما يحدث تأثيرًا إيجابيًا على المجتمع ككل. ذلك أن المفاولين الاجتماعيين هم أصحاب الرؤى الذين يرون ما هو أبعد من المعتاد. إنهم يحلون المشكلات الاجتماعية باستخدام أساليب تآزرية حيث تكون النتائج أعلى بكثير من مجرد تجميع الأفكار الفردية.

في هذه الورقة سنركز بشكل أكبر على تحديد من هو المفاول الاجتماعي، مفهوم المفاولاتية الاجتماعية والمقصود بالمفاولة الاجتماعية، كما هو محدد في الأدبيات التي اهتمت بهذه الظاهرة الفتية، والكشف عن الفروق بين المفاولاتية الاجتماعية والمفاولاتية عامة، وبين المفاولاتية الاجتماعية

والمنظمات غير الربحية الأخرى، وبيان الدور الذي يلعبه المفاول الاجتماعي في سياق التغير الاجتماعي وحل المشكلات الاجتماعية، وقدرته على توظيف الابتكار الاجتماعي لإنجاز المهمة الاجتماعية المنتظرة منه، وفق آليات معينة في إطار العمل الاجتماعي الذي يدفعه ويصبو إليه. بناء على ما تم الإشارة إليه نقدم بعض التساؤلات الأولية:

- من هو المفاول الاجتماعي؟ وما الذي يميزه عن غيره، وهل يسعى إلى الربح أم لا؟
- ما المقصود بالمقاولاتية الاجتماعية؟ وما الفرق بينها وبين الأشكال الأخرى من المنظمات غير الربحية والتطوعية؟
- ما الموقع الذي يحتله المفاول الاجتماعي في إطار استدامة العمل الاجتماعي؟

1. من هو المفاول الاجتماعي؟ وما هي المقاولاتية الاجتماعية؟

سنركز أولاً على تعريف المفاول الاجتماعي بشكل عام بناءً على الأدبيات المعاصرة، لأنه على الرغم من شيوع استخدامه، إلا أنه موضوع لمجموعة واسعة من التعريفات. هذا المصطلح يبلغ حوالي عشرين عاماً على الأكثر (وبالتالي تم تطويره في سياق تاريخي محدد) إذ منذ الثمانينيات، أصبح المفاول مرة أخرى موضوعاً للاهتمام. ثم نعمل على تحديد الفرق بين المفاول الاجتماعي والمفاول العادي، بغية رفع اللبس عنهما، وتحديد مفهوم المقاولاتية الاجتماعية، وأخيراً مفهوم المقاولاتية الاجتماعية.

1.1. من هو المفاول الاجتماعي؟ Social Entrepreneur:

في حين أنه قد يتم الاعتراف بالأفراد علناً باعتبارهم مقاولين اجتماعيين لمساهماتهم في تحسين رفاهية المجتمعات، إلا أن مجال المقاولاتية الاجتماعية يستمر في النضال من أجل اكتساب الشرعية الأكاديمية. المقاولاتية الاجتماعية هي مصطلح يبحث عن تعريف جيد. الاستخدام الحالي للمصطلح يبدو غامضاً ولا حدود له؛ فهو يحتاج إلى حدود لترسيم وظيفته. إن عدم وجود تعريف مشترك، يعيق البحث ويثير تساؤلات حول الأنشطة الاجتماعية أو الأنشطة الربحية التي تقع ضمن نطاق ريادة الأعمال الاجتماعية. تعتمد هذه الورقة على الأدبيات السوسولوجية والاقتصادية لتعريف المفاول الاجتماعي، وتناقش حدود أنشطة المقاولاتية ذات التوجه الاجتماعي، وتضع المفاول الاجتماعي في نطاق ريادة الأعمال.

المقاولاتية الاجتماعية هي المجال الذي يقوم فيه المقاولون بتصميم أنشطتهم لترتبط بشكل مباشر بالهدف النهائي المتمثل في خلق قيمة اجتماعية. إن المقاول الاجتماعي "يجمع بين شغف المهمة الاجتماعية وصورة الانضباط والابتكار والتصميم الشبيهة بالأعمال التجارية والتي ترتبط عادة، على سبيل المثال، برواد التكنولوجيا الفائقة في وادي السيليكون" (Dees, 1998, p. 2). هناك من الباحثين من يعتبر "أن مصطلح المقاول الاجتماعي (Social Entrepreneur) غير محدد بشكل جيد (Barendsen and Gardner, 2004; Weerawardena and Mort, 2006)، فهو مجزأ، وليس له إطار نظري متماسك). يُنظر إلى المقاولين على أنهم أفراد يرون العالم بشكل مختلف ويتصورون المستقبل بشكل أفضل من الآخرين. إنهم ينهزون الفرص التي قد تمر دون أن يلاحظها أحد." (Abu-Saifan, 2012, p. 12)

التعريف الأكثر انتشارًا هو الذي قدمه جريج ديس Greg Dees، الذي غالبًا ما يشار إليه على أنه أب تعليم المقاولاتية الاجتماعية. ويرى ديس أن "المقاولين الاجتماعيين يفعلون الشيء نفسه من أجل التغيير الاجتماعي، حيث يخلقون مجموعات جديدة من الأشخاص والموارد التي تعمل على تحسين قدرة المجتمع بشكل كبير على معالجة المشكلات. ويوضح أن المقاولين الاجتماعيين يخلقون قيمة عامة، ويبحثون عن فرص جديدة، وابتكرون ويتكيفون، ويتصرفون بجرأة، ويستفيدون من الموارد التي لا يسيطرون عليها، ويظهرون إحساسًا قويًا بالمساءلة" (Bornstein & Davis, 2010, p. 1).

حدد تشارلز ليدبيتر Charles Leadbeater في كتابه "صعود المقاول الاجتماعي" أن المقاولين الاجتماعيين هم:

"مقاولاتيون: يأخذون الموارد غير المستغلة والمهملة، ويكتشفون طرق استخدامها لتلبية الاحتياجات غير الملباة. ومبتكرون: فهم يخلقون خدمات ومنتجات جديدة، وطرقًا جديدة للتعامل مع المشكلات، ويتم ذلك غالبًا من خلال الجمع بين الأساليب التي ظلت تقليديًا منفصلة. وتحوليون: لأنهم يحولون المؤسسات التي يتولون مسؤوليتها، ويأخذون المنظمات المحتضرة ويحولونها إلى منظمات ديناميكية مبدعة" (Leadbeater, 1997, p. 53). هذا الأمر هو الذي يجعل المقاول الاجتماعي عامل تغيير، لأنه يمتلك مفاتيح التغيير كالابتكار والرؤى الاستراتيجية في استغلال الموارد وحل المشكلات من ناحية، وله رغبة في التغيير من ناحية أخرى.

علاوة على هذا حددت مؤسسة أشوكا (ASHOKA) وهي مؤسسة أمريكية رائدة في مجال المقاولاتية الاجتماعية على المستوى العالمي، وفقاً لدرائتون (Bill Drayton (2002، 2005) وهاموندز (2005) هناك مجموعة من المعايير لوصف المقاول الاجتماعي، تتمثل في النقاط التالية (Praszkier & Nowak, 2012, p. 11):

- وجود فكرة جديدة لحل مشكلة اجتماعية حرجة.
- أن تكون مبدع.
- وجود شخصية ريادية.
- تصور الأثر الاجتماعي الواسع للفكرة.
- امتلاك ألياف أخلاقية لا جدال فيها.

هذا الفهم للمقاولين الاجتماعيين مقبول على نطاق واسع ويتم تصوره من قبل العديد من العلماء. ولكن هناك تنوعاً كبيراً في الفهم الأكثر تفصيلاً لكل من معنى أن تكون مقاولاً، وما يعنيه أن تكون مقاولاً اجتماعياً. يستثمر المقاول الاجتماعي في قطاعات النشاط التي تخلق عنها القطاع التجاري بسبب انخفاض ربحيته، والقطاع العام، الذي يسعى في سياق ميزانية التقشف إلى تقليل نفقاته. وبالتالي يتم تعريف المقاول الاجتماعي عمومًا على أنه رائد الأعمال الذي يفضل الأهداف الاجتماعية على أهداف تحقيق الربح. ولكن، سواء كان مؤهلاً كاجتماعي أم لا، فإن المقاول يستجيب بحكم تعريفه لفرص السوق (Kirzner, 1973)، مما يدفعه إلى الابتكار (Schumpeter, 1935) (Boutillier, 2009, p. 115).

هل المقاول الاجتماعي يطور نشاطاً تفوق منفعته الاجتماعية ربحيته الاقتصادية؟ أم أنه فرد (مقاول)؟، المقاول الاجتماعي لا يرتبط بالقطاع العام (حتى لو كان دعم نشاطه يستجيب لاهتمامات المصلحة العامة)، ولا يرتبط بالكامل باقتصاد السوق، لأن الربح ليس هو دافعه الرئيس، ويهدف مشروعه إلى التوفيق بين المبادرة الخاصة والمنفعة الاجتماعية والجدوى الاقتصادية. إذا كان المقاول يسعى إلى تعظيم أرباحه، فإن المقاول الاجتماعي يسعى إلى توليد الموارد لتعظيم القيمة الاجتماعية التي تم إنشاؤها، والأثر الاجتماعي لمقاولته.

يرى بوتيلي BOUTILLIER أنه "يمكن أن نتفق على أن المفاول الاجتماعي يمارس نشاطه في قطاع السوق مع إعطاء الأولوية للمنفعة الاجتماعية لنشاطه على ربحيته الاقتصادية؟ بالطبع، نعم، ولكن بعض القضايا الإنسانية يمكن أن تكون مربحة للغاية. يمكن للمفاول الاجتماعي أن يقوم بنشاط غير ربحي أو ربحي، يبدو أن هناك نوعاً من الإجماع حول المنفعة الاجتماعية التي يستهدفها المفاول الاجتماعي من خلال نشاطه" (BOUTILLIER, 2008, pp. 45-46).

2.1. الفرق بين المفاول الاجتماعي والمفاول العام:

تحدث الكثير من الباحثين عن أهمية التفريق بين المفاول العادي والمفاول الاجتماعي، نظراً لاختلاف الغايات والطرق، وإن تشابهت في بعض الأحيان، هناك تياران بحثيان في هذا الجانب، تيار يبرز الفرق بين هذين الفاعلين الاجتماعيين، وتيار يرى تشابهاً بينهما، مع اختلاف طفيف في المهمة الاجتماعية المنوطة بكلّهما، فوفقاً لدراكر فإن "المفاول يبحث دائماً عن التغيير، ويستجيب له، ويستغله كفرصة" (Nigam, Narang, & Narang, 2014, p. 5). بغض النظر عن نوعه ومجال النشاط الذي يمارسه.

هناك تشابه بين كل من المفاول والمفاول الاجتماعي، فكلاهما لديه حافز قوي من خلال الفرصة التي يحددها، ويتابع تلك الرؤية، ويحصل على مكافأة كبيرة من عملية تحقيق أفكاره. والربح شرط لا غنى عنه لكليهما، وهو ضروري لاستدامة أي مشروع، والوسيلة لتحقيق غايته النهائية قائمة على الابتكار واستغلال الفرص المتاحة.

سواء كان اجتماعياً أم لا، يتم تعريف المفاول بناءً على ثلاثة عناصر أو اعتبارات (BOUTILLIER, 2008, p. 49):

(1) أهدافه.

(2) الموارد المعبأة.

(3) الإطار المؤسسي الذي تم إدراجه فيه.

أي أن لكل مقال هدف يصبو إليه، مهما تعددت الأهداف بين ما هو اقتصادي واجتماعي، وما هو فردي وجماعي، وكل مقال يحتاج إلى تعبئة موارده، وتسمح له بالوصول إلى الأهداف المرجوة من مشروعه، وأخيرا الإطار المؤسسي الذي يميزه ويستند إليه، ويأخذ منه شرعية وجوده وأهميته.

أما بخصوص الفرق بين المقال العادي والمقال الاجتماعي فتتحدد في عناصر معينة نوجزها فيما يلي:

- بالنسبة للمقال تعد الثروة معيارا لقياس خلق القيمة، ومقدار الثروة المتراكمة في العمل يعد مؤشراً على نجاح العمل أو المشروع، في حين أن الثروة بالنسبة للمقال الاجتماعي هي أداة لحل المشكلات والتحديات الاجتماعية في المقاولاتية الاجتماعية. ولذلك، فإن نجاح المقال الاجتماعي يتم الإشارة إليه من خلال التأثيرات الاجتماعية الإيجابية التي يحققها. يكمن الفرق الحاسم بين المقاولاتية والمقاولاتية الاجتماعية في عرض القيمة نفسه. "بالنسبة للمقال، فإن عرض القيمة هو تحقيق ربح مالي. منذ البداية كان التوقع هو أن يحقق المقال بعض المكاسب المالية الشخصية. إن القيمة التي يهدف المقاولون الاجتماعيون إلى خلقها وتعظيمها هي قيمة اجتماعية تتجاوز العوامل الخارجية الإيجابية مثل التوظيف والدخل الذي تنتجه عادة المشاريع الهادفة للربح" (Nigam, Narang, & Narang, 2014, p. 3).

- يختلف المقاولون الاجتماعيون عن الآخرين، لأن استراتيجيات الدخل المكتسب الخاصة بهم ترتبط مباشرة بمهمتهم:

أولاً: إنهم إما يوظفون أشخاصاً معاقين في النمو، أو ذوي إعاقة جسدية، أو يعانون من الفقر؛ أو يبيعون منتجات وخدمات موجهة نحو المهمة الاجتماعية، يكون لها تأثير مباشر على مشكلة اجتماعية محددة (على سبيل المثال، العمل مع المتسربين المحتملين لإبقائهم في المدرسة، وتصنيع الأجهزة المساعدة للأشخاص ذوي الإعاقات الجسدية، وتوفير خدمات الرعاية المنزلية التي تساعد كبار السن وتبقيهم خارج دور رعاية المسنين).

ثانياً: يتم قياس المقاولين التقليديين في نهاية المطاف من خلال النتائج المالية: حيث يتم تحديد نجاح أو فشل شركائهم من خلال قدرتها على توليد الأرباح لأصحابها، من ناحية أخرى، فإن المقاولين الاجتماعيين "مدفوعين بخطط أساسية مزدوج، وهو مزيج افتراضي من العوائد المالية والاجتماعية، ولا

تزال الربحية هدفاً، ولكنها ليست الهدف الوحيد، ويتم إعادة استثمار الأرباح في المهمة بدلاً من توزيعها على المساهمين. لا يتوقع المقاول الاجتماعي أن يحقق ربحاً مالياً كبيراً لمستثمره، بل يهدف إلى تحقيق قيمة في شكل منفعة تحويلية واسعة النطاق تعود إما على شريحة كبيرة من المجتمع أو على المجتمع برمته (Nigam, Narang, & Narang, 2014, p. 6).

في الطرح نفسه يرى بورنستاين (2007) أنَّ "المقاولين الاجتماعيين هم قوى تحويلية في عالم اليوم، أشخاص لديهم أفكار جديدة لمعالجة المشاكل الكبرى، ولا يكونون في السعي لتحقيق رؤيتهم، ويعد المقاولون الاجتماعيون أيضاً المهندسين الاجتماعيين للاقتصاد الاجتماعي الجديد" (Krishna & Kummitha, 2017, p. 15).

السؤال الذي يتبادر إلى الذهن، ما الذي يحفز المقاول الاجتماعي، أي ما الذي يدفعه للقيام بهذه المهمة الاجتماعية الصعبة، يؤكد ماير ونوبوا (2006) في هذا الصدد "أن ما يسمونه "الخلفية" و"المحتوى" هما المساهمان الأساسيان في تحفيز المقاولين الاجتماعيين. تشير "الخلفية" إلى كيفية تنشئة المقاول الفردي وتكوينه اجتماعياً. قد يشمل ذلك تأثيرات العائلة والأصدقاء والزعماء الدينيين والمعلمين. وقد يعكس أيضاً خصائص شخصية تزيد من حساسية الفرد تجاه مشكلة اجتماعية معينة" (kilckul & Lyons, 2012, p. 22). لذلك يحظى المقاول الاجتماعي باهتمام متزايد من الدوائر السياسية والمجال الأكاديمي لأنه يخلق قيمة اجتماعية طويلة الأمد.

3.1. ما هي المقاولاتية الاجتماعية؟ Social Entrepreneurship

مفهوم المقاولاتية الاجتماعية هو مفهوم فتي، "ظهر في الثمانينيات من خلال عمل بيل درايتون في مؤسسة أشوكا Ashoka Foundation التي توفر التمويل للمبتكرين الاجتماعيين في جميع أنحاء العالم، وإد سكلوت Ed Skloot من شركة نيو فينتشرز التي تساعد المنظمات غير الربحية على استكشاف مصادر جديدة للدخل (ديس، 2001، 2007؛ فولتون وديس، 2006؛ نوبا، 2006؛ سين، 2007؛ شلي وآخرون، 2008؛ أوكبارا وهالكياس، 2011). وعلى الرغم من حداثة المصطلح والمفهوم، فإن الممارسة التي تستخدم القدرات الريادية لتخفيف المشاكل الاجتماعية موجودة منذ عقود سابقة" (Bahari, Kadira, & Suhaimi, 2016, pp. 51-52).

المقاولاتية الاجتماعية في المقام الأول هي نشاط يركز على خلق قيمة اجتماعية لأولئك الذين يعانون من نقص الخدمات والمتخلفين والمحرومين، من خلال اعتماد طرق جديدة لحل المشاكل المجتمعية. يرى بوتيلي أنه يمكن "اعتبار تطوير المقاولاتية الاجتماعية بمثابة استجابة لمشكلة مطروحة (تخفيض نفقات الدولة، وتطور الأسرة والمشكلات الاجتماعية كالإقصاء والفقر، شيخوخة السكان، وما إلى ذلك)" (Boutillier, 2009, p. 115). تشمل الأمثلة الأخرى للمنظمات الراسخة التي يتم الرجوع إليها بشكل متكرر في الأدبيات المتعلقة بالمقاولاتية الاجتماعية: Ashoka (www.ashoka.org)، و One World Health (oneworldhealth.org)، ومؤسسة Skoll (skollfoundation.org).

في هذا السياق هناك نقطتان مهمتان جديرتان بالملاحظة:

أولاً، من الشائع بين جميع تعريفات المقاولاتية الاجتماعية حقيقة أن "الدافع الأساسي للمقاولاتية الاجتماعية هو خلق قيمة اجتماعية، بدلاً من الثروة الشخصية واثرة المساهمين (Thake & Zadek, 1997)، وأن النشاط يتميز بالابتكار، أو خلق شيء جديد بدلاً من مجرد تكرار المؤسسات أو الممارسات القائمة (أوستن وآخرون، 2006). ربما تكون المقاولاتية الاجتماعية هي أكثر ما نحتاجه - في الرعاية الصحية والتعليم وحكومة المدينة وما إلى ذلك" (Bahari, Kadira, & Suhaimi, 2016, p. 55).

ثانياً، كما اقترح نيكولز (2006)، "من الأفضل فهم المقاولاتية الاجتماعية على أنها هياكل ديناميكية متعددة الأبعاد تتحرك عبر نقاط تقاطع مختلفة بين القطاعات العامة والخاصة والاجتماعية. الآليات التنظيمية المستخدمة ليست ذات صلة إلى حد كبير: يعمل المقاولون الاجتماعيون في القطاعات العامة والخاصة والاجتماعية على حد سواء، ويستخدمون أشكالاً تنظيمية هجينة وغير ربحية (أو مزيجاً من الثلاثة) لتقديم قيمة اجتماعية وتحقيق التغيير" (Bahari, Kadira, & Suhaimi, 2016, p. 56).

4.1. مفهوم المقاولاتية الاجتماعية Social Enterprise:

تتعدد التعاريف حول المقاولاتية الاجتماعية بتعدد وجهات النظر، ويشير هذا المصطلح إلى منظمة أو مشروع يحقق مهمته الاجتماعية أو البيئية الأساسية باستخدام أساليب العمل. المقاولاتية الاجتماعية هي منظمة تسعى إلى تحقيق أهداف اجتماعية أو بيئية من خلال تحقيق الأرباح المستدامة.

عرّف نيكولز وتشو (2008) المقاولاتية الاجتماعية بأنها "مصطلح عام لمؤسسة غير ربحية أو أعمال ذات غرض اجتماعي أو مشروع مدر للدخل تم تأسيسه لدعم أو خلق فرص اقتصادية للسكان الفقراء والمحرومين، بينما تعمل في الوقت نفسه بالإشارة إلى المؤسسات المالية" (Tishler, 2019, p. 14). على هذا الأساس يمكن القول أن المقاولاتية الاجتماعية في السياق الراهن أصبحت مصطلحاً عاماً يشير إلى مؤسسة غير ربحية أو أعمال ذات غرض اجتماعي أو مشروع مدر للدخل تم تأسيسه لدعم أو خلق فرص اقتصادية للفئات الاجتماعية الهشة التي تعاني من تفاوت تعليمي وصحي ومالي كبير.

كما ميز كل من ديفورني ومارتنز Defourny and Mertens (2008) نقلا عن بوتيلي المقاولاتية الاجتماعية بين المؤشرات ذات الطبيعة الاقتصادية والاجتماعية: "(1) المؤشرات ذات الطبيعة الاقتصادية: نشاط مستمر لإنتاج السلع و/أو الخدمات ودرجة عالية من الاستقلالية، ومستوى كبير من المخاطرة الاقتصادية، والحد الأدنى من العمالة مدفوعة الأجر؛ (2) المؤشرات ذات الطبيعة الاجتماعية: هدف صريح لخدمة المجتمع، مبادرة جماعية، سلطة اتخاذ القرار لا تعتمد على امتلاك رأس المال، ديناميكية المشاركة، إشراك أطراف مختلفة معنية بالنشاط. ما يشكل خصوصية المقاولاتية الاجتماعية (وبالتالي المفاول الاجتماعي) هو هذا المزج الدقيق بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية" (Boutillier, 2009, p. 123).

2. الفرق بين المقاولاتية الاجتماعية والمقاولاتية، والمنظمات غير الربحية الأخرى:

يحتاج المجتمع إلى كلا النوعين من المقاولاتية، ولا ينبغي اعتبار أحدهما متفوقاً على الآخر، على الرغم من أن المقاولاتية الاجتماعية غالباً ما تكون أكثر تحدياً لأنها تعالج المشكلات الاجتماعية. بناءً على ذلك، "هناك قدر كبير من الأدبيات التي تحدد مفهوم المقاولاتية الاجتماعية في عالم المشاريع غير الربحية (NFP) في السعي لتحقيق الصالح الاجتماعي دون الانخراط في أي شكل من أشكال التبادل. ومع ذلك، من وجهة النظر هذه، فإن أي دخل يتم تحقيقه في سياق المقاولاتية الاجتماعية يجب أن يكون مخصصاً بشكل صارم لتحقيق الغرض الاجتماعي، مع قبول توفير دخل للمفاول الاجتماعي و/أو موظفي المقاولاتية الاجتماعية." (Nigam, Narang, & Narang, 2014, pp. 3-4).

1.2. الفرق بين المقاولاتية الاجتماعية والمقاولاتية عامة:

التعريف الأكثر شيوعًا للمقاولاتية الاجتماعية اليوم تم صياغته من قبل البروفيسور جريجوري ديس من جامعة ستانفورد في عام 1998، حيث حدد خمسة عوامل تحدد المقاولاتية الاجتماعية هي كما يلي: "تبنى مهمة لخلق القيمة الاجتماعية والحفاظ عليها (وليس فقط القيمة الخاصة)؛ الاعتراف بالفرص الجديدة والسعي وراءها بلا هوادة لخدمة هذه المهمة؛ الانخراط في عملية الابتكار المستمر والتكيف والتعلم؛ التصرف بجرأة دون التقيد بالموارد المتاحة حاليًا؛ وإظهار إحساس قوي بالمسؤولية تجاه الفئات المستهدفة والنتائج التي يتم تحقيقها" (Nigam, Narang, & Narang, 2014, p. 5).

إحدى السمات المميزة للمقاولاتية الاجتماعية عن المقاولاتية، هي وجود مشكلة اجتماعية. في حين أن الفرص الاقتصادية تقع في قلب المشروع الاستثماري، فإن المشكلات الاجتماعية والبيئية تقع في جوهر المشروع الاجتماعي. يبحث المقاولون التجاريون عن فرصة لخلق وتلبية الاحتياجات (والرغبات) الجديدة. بينما يركز المقاولون الاجتماعيون على خدمة الاحتياجات الاجتماعية البيئية الأساسية وطويلة الأمد.

2.2. الفرق بين المقاولاتية الاجتماعية والمنظمات غير الربحية الأخرى:

يُشار إلى فاعلي الخير والناشطين الاجتماعيين ونشطاء البيئة وغيرهم من الممارسين ذوي التوجه الاجتماعي على أنهم مقاولون اجتماعيون. من المهم فصل المقاولاتية الاجتماعية عن الأنشطة الأخرى ذات التوجه الاجتماعي وتحديد الحدود التي يعمل ضمنها المقاولون الاجتماعيون.

وفقًا لمركز سكول للمقاولاتية الاجتماعية، فإن "تعريف المقاولاتية الاجتماعية لا ينبغي أن يمتد ليشمل المحسنين، والناشطين، والشركات التي لديها مؤسسات، أو المنظمات التي هي ببساطة مسؤولة اجتماعيًا. في حين أن كل هؤلاء الوكلاء مطلوبون ومقدّرون، إلا أنهم ليسوا مقاولين اجتماعيين" (Abu-Saifan, 2012, p. 26).

حسب بعض الباحثين يعمل المقاولون الاجتماعيون ضمن حدود استراتيجيتين تجاريتين:

1. "استراتيجيات غير ربحية ذات دخل مكتسب Non-profit with earned income strategies: مقاوله اجتماعية تمارس نشاطاً مقاولاتياً اجتماعياً وتجاريّاً مختلطاً لتحقيق الاكتفاء الذاتي. يدير المقاول الاجتماعي منظمة اجتماعية وتجارية في الوقت نفسه.

2. الربح من خلال استراتيجيات موجهة نحو المهمة For-profit with mission-driven strategies: شركة ذات غرض اجتماعي تؤدي أنشطة مقاولاتية اجتماعية وتجارية في وقت واحد لتحقيق الاستدامة. يدير المقاول الاجتماعي منظمة اجتماعية وتجارية في الوقت نفسه؛ المنظمة مستقلة مالياً ويمكن للمستثمرين الاستفادة من المكاسب المالية الشخصية" (Abu-Saifan, 2012, pp. 26-27).

كان القطاع غير الربحي مدفوعاً تقليدياً بنموذج التبعية، الذي يعتمد في المقام الأول على العمل الخيري والعمل التطوعي والإعانات الحكومية، مع الدخل المكتسب في المرتبة الرابعة. لكن المقاولون الاجتماعيون قبلوا هذه الصيغة رأساً على عقب، إن العمل الخيري والتطوعي والدعم الحكومي موضع ترحيب، ولكنه لم يعد محورياً، لأن نموذج التبعية تم استبداله بنموذجين للاستدامة والاكتفاء الذاتي. "في العالم غير الربحي، يمكن تحقيق الاستدامة من خلال مزيج من العمل الخيري والدعم الحكومي والإيرادات المكتسبة. الاكتفاء الذاتي" لا يمكن تحقيقه إلا من خلال الاعتماد الكامل على الدخل المكتسب، فالاعتماد على مساهمات الأفراد، والمنح المقدمة من المؤسسات، والإعانات الحكومية وغيرها، يجعل هذه المنظمات غير مستدامة أو غير مكتفية ذاتياً أبداً. وبدون الإيرادات الذاتية، ستظل المنظمات غير الربحية تعتمد على كرم الآخرين، وهذه مخاطرة لا يرغب المقاولون الاجتماعيون في تحملها. إنهم يسعون إلى أن يكونوا مستدامين مالياً أو مكتفين ذاتياً من أجل القيام بمهمتهم" (Nigam, Narang, & Narang, 2014, p. 7).

كل من المنظمات غير الربحية والمقاولاتية الاجتماعية ترمي إلى التخفيف من مشكلة اجتماعية معينة، لكن المقاولاتية الاجتماعية تخطو خطوة أخرى إلى الأمام في سعيها لإحداث تغيير اجتماعي إيجابي، كما أن المنظمات غير الربحية قد لا تهدف بالضرورة إلى إحداث تغيير اجتماعي إيجابي، يرى دارت (2004) أن "المقاولاتية الاجتماعية تختلف عن غيرها من المنظمات غير الربحية من حيث الإستراتيجية والهيكل والمعايير والقيم، وتمثل ابتكاراً جذرياً في القطاع غير الربحي، من ناحية أخرى،

تهدف الشركات/الأعمال التجارية في المقام الأول إلى تحديد ومعالجة متطلبات السوق التي لم يتم تلبيتها (مثل المنتجات المتقدمة تقنيًا مثل أجهزة الكمبيوتر وأجهزة الاتصالات المحمولة) (Nigam, Narang, 2014, p. 9).

3. المقاولاتية الاجتماعية والعمل الاجتماعي: نظرة عامة

يقول بيل درايتون مؤسس شركة أشوكا "كلما تعثر المجتمع أو أتيحت له فرصة لاغتنام فرصة جديدة، فإنه يحتاج إلى مقاول يرى الفرصة ثم يحول تلك الرؤية إلى فكرة واقعية، ومن ثم إلى واقع، ومن ثم إلى النمط الجديد في جميع أنحاء المجتمع. ونحن في حاجة إلى مثل هذه القيادة الريادية على الأقل في مجالات التعليم وحقوق الإنسان بقدر ما نحتاج إليها في مجال الاتصالات والفنادق. هذا هو عمل المقاولين الاجتماعيين" (Abu-Saifan, 2012, p. 22).

هذا التحديد الشهير الذي قدمه بيل درايتون يبين أهمية ودور المقاول الاجتماعي في سياق العمل الاجتماعي الذي يبحر فيه هذا النوع من الفاعلين الاجتماعيين، عادة يتم تعريف المقاول الاجتماعي أولاً من خلال الأهداف التي يحددها: تطوير العمل الاجتماعي الذي يلبي احتياجات مجموعة سكانية معينة. "إحدى السمات الفريدة للمقاول الاجتماعي هي قدرته على الجمع بين عناصر العمل والقطاع التطوعي/ الاجتماعي لمعالجة المشكلات الاجتماعية (جديز، 1998). إن تطوير مشاريع المقاولاتية الاجتماعية هو إلى حد كبير نتيجة لإخفاقات السوق التقليدية والأساليب العامة المتخلفة لمعالجة بعض المشكلات الاجتماعية والبيئية الأكثر إلحاحًا" (Nigam, Narang, & Narang, 2014, p. 9).

تم تحديد ثلاثة أبعاد محورية تشكل الهيكل العظمي الذي يبدو أن مفهوم المقاولاتية الاجتماعية قد بني حوله: مهمة اجتماعية Social Mission، ابتكار اجتماعي Social Innovation، التغيير الاجتماعي Social Change.

"المهمة الاجتماعية: يؤكد العديد من المؤلفين على أن المهمة الاجتماعية لها أهمية مركزية في حياة المقاول الاجتماعي، في الواقع، يمكن العثور على فكرة الرسالة الاجتماعية في كل مكان وفي جميع الظروف، ويبدو أنه لا توجد حدود لها، وفي بعض الأحيان يظهر الأمر في سياق تقليدي، حيث لا يتوقع أحد أن تتجسد مقاربة اجتماعية جديدة" (Praszkier & Nowak, 2012, p. 15). تحدد الوظيفة الأولى

للمقاول الاجتماعي في سياق العمل الاجتماعي في المهمة الاجتماعية التي تتمحور في الرسالة الاجتماعية التي يؤديها في سياق حل المشكلات الاجتماعية وتقليص الفجوات الاجتماعية والصحية والتكنولوجية المختلفة.

"يشير معظم المؤلفين إلى أن الابتكار هو شرط لا غنى عنه في المشاريع الاجتماعية" (Praszkier & Nowak, 2012, p. 17). لعل الوظيفة الثانية للمقاول الاجتماعي تتحدد في قدرته على تجسيد خاصية الابتكار الاجتماعي، لإيجاد الحلول وفق طرق مبتكرة وفريدة، يعالج من خلالها الخلل الذي أنتجه القطاع العام و/أو الخاص، إن هامش الابتكار والتجديد الاجتماعي استراتيجية ناجعة ينتهجها المقاول الاجتماعي اليقظ، الذي يستغل الفرص المتاحة لتجسيد أفكار جديدة.

التغيير الاجتماعي: يعمل المقاول الاجتماعي على تحقيق التغيير الاجتماعي في مجالات عدة، ويقلل من الصدع الذي تشكل عبر انتظامات تاريخية متعاقبة، فإذا أخذنا بأطروحات شومبيتر وبيتر دراكر، يعمل المقاول على تحقيق التغيير من خلال عمليات التجديد المستمرة التي يعمل على تجسيدها عمليا.

يدرك المقاولون الاجتماعيون وجود مشكلة اجتماعية ويقومون بتنظيم وإنشاء وإدارة مشروع ما لإحداث تغيير اجتماعي. يدرك المقاولون الاجتماعيون الفرص التي يرى فيها الآخرون الفوضى أو الارتباك. فهم ينشئون المشاريع، ويخلقون فرص العمل، ويدعمون التنمية الاقتصادية، ويحسنون نوعية الحياة" (London & Richard, 2010, p. 2).

في الممارسة المقاولاتية، القيمة الاجتماعية هي منتج ثانوي للقيمة الاقتصادية الناتجة، ولكن في المقاولاتية الاجتماعية، يكون التركيز الرئيس على خلق قيمة اجتماعية، وليس ما إذا كانت المنظمة غير ربحية أو ربحية. غالبًا ما يحظى المقاولون الاجتماعيون باحترام كبير بسبب تعدد الاحتياجات الاجتماعية التي يرضونها وتحسين نوعية الحياة التي يقدمونها للمجتمعات المتضررة. نرى أن الهدف النهائي للمقاول هو خلق ثروة اقتصادية، في حين أن الأولوية بالنسبة للمقاول الاجتماعي هي تحقيق مهمته الاجتماعية. يصمم المقاولون الاجتماعيون استراتيجياتهم المدرة للدخل لخدمة مهمتهم بشكل مباشر في تقديم القيمة الاجتماعية المضافة.

لكن ما يبدو حاسماً هو هدف المقاتل الاجتماعي، وعلى وجه الخصوص، إذا أشرنا إلى التعريف المشار إليه في العنصر الأول، "الهدف الصريح المتمثل في خدمة المجتمع". على سبيل المثال "أنشأ ج. إيستمان شركة كوداك، أعلن أنه يريد أن يجعل التصوير الفوتوغرافي في متناول الجميع، سواء من الناحية الفنية أو الاقتصادية: وذلك لتصميم وتصنيع منتج سهل الاستخدام وغير مكلف، مهمة الشركة اجتماعية أولاً، واقتصادية ثانياً. لكن تحقيق البعد الاجتماعي يعتمد بشكل كبير على الأداء الاقتصادي للشركة" (Boutillier, 2009, p. 124).

يسعى المقاتل الاجتماعي بالتأكيد إلى تحقيق الأهداف، تفضيل المصلحة الجماعية على النجاح الشخصي، لكنه يدرك أيضاً أنه لا يستطيع النجاح اجتماعياً إذا لم ينجح اقتصادياً. فإذا كان العمل الاجتماعي أو البيئي هو المفضل، فإن المنافع الاقتصادية ليست معدومة (زيادة دخل السكان الفقراء، وتطوير النشاط السياحي، وبناء الطرق، وما إلى ذلك). ولكن هذه لا تتحقق على الفور، ويبدو أنها الأهداف التي يسعى إليها المقاتلون الاجتماعيون. والسؤال الأساسي هو بالتأكيد العلاقة بين الأنشطة الاجتماعية والأنشطة المربحة، حيث تغذي الأنشطة الاجتماعية تطور الأنشطة الأولى.

إن المقاتلين الاجتماعيين "يسعون دائماً إلى القضاء على الاحتياجات بدلاً من الاستجابة لها، ومن المهم أن نلاحظ أن أنشطتهم ونهجهم في حل المشكلات لديها دائماً القدرة على تحفيز التحسينات العالمية المستدامة". التركيز النهائي للمقاتلين الاجتماعيين هو خلق القيمة الاجتماعية والحفاظ عليها. المكافأة التي يحصل عليها المقاتل الاجتماعي ليست خلق الثروة أو تحقيق الأرباح، بل التحسينات الاجتماعية والتأثير" (Chinonye & Ayodole, 2014, p. 162).

تخلق المقاتلات الاجتماعية حلولاً مبتكرة للمشكلات الاجتماعية المباشرة، وتحشد الأفكار والقدرات والموارد والترتيبات الاجتماعية اللازمة للتحويلات الاجتماعية المستدامة". هذا وقد سطر سيلوس وماير (2005) الضوء على دور المقاتلات الاجتماعية في تلبية الاحتياجات الإنسانية الأساسية الموجودة في السوق والمؤسسات الأخرى بكفاءة، وهي التي فشلت في تلبيتها كيانات أخرى " (Salamzadeh, Salamzadeh, & Nejati, 2011, p. 521).

في حين أن "المقاول قد ينشئ صناعة جديدة تمامًا، فإن المقاول الاجتماعي سيتوصل إلى حلول جديدة للمشاكل الاجتماعية. يلعب المقاولون الاجتماعيون دور عوامل التغيير في القطاع الاجتماعي (Dees 1998) من خلال: (أ) تبني مهمة خلق القيم الاجتماعية والحفاظ عليها؛ (ب) الاعتراف بالفرص الجديدة والسعي وراءها بلا هوادة لخدمة تلك الرسالة؛ (ج) الانخراط في عملية الابتكار والتكيف والتعلم المستمر؛ (د) التصرف بجرأة دون التقيد بالموارد المتاحة في ذلك الوقت، و (هـ) إظهار إحساس قوي بالمساءلة أمام الفئات المستهدفة وتجاه النتائج التي يتم تحقيقها" (Krishna & Kummitha, 2017, p. 18). على هذا الأساس يقع المقاول الاجتماعي في قلب العمل الاجتماعي، لأنه لا يساهم في العمل التطوعي، ومساعدة الفئات الهشة فحسب، بل يجد حلولاً للأسباب التي جعلت هؤلاء يعانون من الهشاشة، ويقدم فرص أحسن لهم بناء على رؤية مبتكرة ينعتها وفق استراتيجيات محددة، فهو يرأب الصدع الناتج عن تشابك العوامل السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية.

خاتمة:

إن الإشكال الذي دفعنا إلى التركيز على الإطار المفاهيمي لموضوع المقاولاتية الاجتماعية هو الخلط الكبير بين المفاهيم بين العديد من الباحثين الجزائريين وصناع القرار، حيث تستخدم هذه المصطلحات بغير معناها الذي وجدت من أجلها، وهذا يؤسس لتداخل وتعارض وجهات النظر، لذلك جاءت هذه الورقة لتعيد وضع الأحجار في مكانها بناء على الأدبيات السوسيولوجية والاقتصادية التي اهتمت بالمقاولاتية الاجتماعية والمقاول الاجتماعي بوصفه فاعلاً اجتماعياً له دور كبير في عمليات التغيير الاجتماعي.

يقع المقاول الاجتماعي في مركز شبكة من العلاقات الاقتصادية والاجتماعية، لأنه يمازج بين الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية وفق رؤية مبتكرة، يستغل المقاول الاجتماعي الفرص من أجل تحسين الأوضاع وابتكار ونشر استراتيجيات جديدة، علاوة على تقديم علاجات مستدامة قادرة على خلق القيمة. لا يقتصر تركيز المقاول الاجتماعي على التأثير الفوري والصغير الحجم فحسب، بل على التغيير الدائم طويل المدى. المقاول الاجتماعي في هذه الحالة مدفوع بالهدف الاجتماعي بشكل أساسي، وبالهدف الاقتصادي بشكل ثانوي، ولا يعني البتة أنه مجرد فرد عادي يقدم عملاً تطوعياً بسيطاً، بل يتعداه ليقدم استراتيجيات مبتكرة للحد أو التخفيف من المشكلات الاجتماعية التي تواجهها العديد من

الفئات الاجتماعية في مجتمعه، سواء تعلق الأمر بجوانب مثل الفقر، عمالة الأطفال، التعليم، أو التفاوت الصحي أو البيئة أو التنمية المستدامة بشكل عام.

تتمثل مهمة الما قول الاجتماعي في تحديد المجالات التي وصل فيها المجتمع إلى طريق مسدود بالإضافة إلى توفير طرق مبتكرة لتقديم الحلول من خلال إدخال تغييرات محددة، وكذلك إقناع المجتمع بتبني الحلول المقدمة. في نهاية المطاف، يتمثل دافع الما قول الاجتماعي في إحداث تأثير اجتماعي واضح وقابل للقياس، مع التركيز بشكل خاص على المهمشين والمحرومين في محاولة للتغلب على التحديات الاجتماعية وكذلك تحقيق الاستدامة الاجتماعية. تخلق الما قولانية الاجتماعية حلولاً مبتكرة للمشكلات الاجتماعية المباشرة، وتحشد الأفكار والقدرات والموارد والترتيبات الاجتماعية اللازمة للتحويلات الاجتماعية المستدامة، والمتمثلة في الابتكار وحشد الموارد وتعبئتها، وإقامة الشبكات العلانقية المنتجة، ولكنه يسلط الضوء على فكرة مفادها أن المنتج النهائي لهذه الأنشطة هو التغيير الاجتماعي العميق طويل الأمد.

قائمة المراجع

- Bahari , M., Kadira, A., & Suhaimi, M. S. (2016). Social Entrepreneurship, Social Entrepreneur and Social Enterprise: A Review of Concepts, Definitions and Development in Malaysia . *journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 4(2), 51-66.
- Nigam, S., Narang, A., & Narang, Y. (2014). DELINEATING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP FROM RELATED TERMINOLOGIES . *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 2(1), 1-20.
- Praszkier, R., & Nowak, A. (2012). *Social Entrepreneurship theory and practice* . New York: Cambridge university press.
- Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology innovation lanagement review*, 22-27.
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP WHAT EVERYONE NEEDS TO KNOW*. New York: Oxford university press.

BOUTILLIER, S. (2008). L'entrepreneur social, un entrepreneur socialisé dans une société entrepreneuriale ? *HUMANISME & ENTREPRISE*, 5(290), 41 - 60.

Boutillier, S. (2009). AUX ORIGINES DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL. LES AFFAIRES SELON JEAN-BAPTISTE ANDRÉ GODIN (1817-1888) . *Innovations*, 2(30), 115-134. doi:doi : 10.3917/inno.030.0115

Chinonye , L. M., & Ayodole, M. (2014). Social Entrepreneurship: An Effective Tool for Meeting Social Challenges and Sustainable Development . *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 2(3), 158-1.

Dees, J. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship* . Consulté le August 29, 2010, sur <http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/dp4012.pdf>

kilckul, j., & Lyons, T. (2012). *Understanding Social Entrepreneurship The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World*. New York: Routledge.

Krishna, R., & Kummitha, R. (2017). *Social Entrepreneurship and Social Inclusion: Processes, Practices, and Prospects*. Singapore: Palgrave Macmillan.

Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur* . UK: Demos.

London, M., & Richard, M. (2010). *Social Entrepreneurship How to Start Successful Corporate Social Responsibility and Community-Based Initiatives for Advocacy and Change and Richard G. Morfopoulos*. New York: Routledge Taylor & Francis group.

Salamzadeh, A., Salamzadeh, Y., & Nejati, M. (2011). SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: ANALYZING LITERATURE AND PROPOSING A COMPREHENSIVE MODEL. *The 9h Asian Academy of Management International Conference*, (pp. 520-525).

Tishler, B. (2019). Exploring Knowledge and Awareness of Social Entrepreneurship. *Doctoral dissertation*. Abraham S Fischler College of Education, Nova Southeastern University: https://nsuworks.nova.edu/fse_