



Examining the Impact of Environmental Factors on the Development of Social Entrepreneurship: Emphasizing the Mediating Role of Institutional Factors

Zahra Mousavi

PhD Candidate, Department of Entrepreneurship, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Gholamhossein Hosseininia

Associate Professor, Faculty of Management and Accounting, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author).

Email: Hosseininia@ut.ac.ir

Mortaza Moosakhani

Professor, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

Abstract

Over the past two decades, the concept of social entrepreneurship and its development has gained considerable popularity, to the extent that it has become one of the important fields of academic research. Discussing the development of social entrepreneurship without considering the surrounding environmental factors and the set of conditions that contribute to its promotion and reinforcement would be incomplete. Environmental factors and institutional variables play a fundamental and significant role as drivers and facilitators that encourage social entrepreneurs to engage in the development of social entrepreneurship. Numerous studies have so far examined the factors influencing social entrepreneurship, and the findings of each have contributed to the body of knowledge in this field. Nevertheless, as acknowledged by these studies and supported by an in-depth review of the literature, substantial theoretical gaps still remain. Accordingly, the present study aims to address one of these key gaps by structurally examining the role of environmental and institutional factors in the development of social entrepreneurship. To this end, using a statistical population consisting of university professors in social entrepreneurship and employees of the Deputy for Entrepreneurship Development and Employment of the Ministry of Cooperatives, Labour, and Social Welfare, a sample of 142 respondents was selected. Data were collected through a questionnaire and analyzed using structural equation modeling to examine the impact of environmental factors and the mediating role of institutional factors in the development of social entrepreneurship. The results confirm the direct effect of environmental factors on the development of social entrepreneurship at the micro, meso, and macro levels. Moreover, for the first time in studies within this research domain, the mediating role of institutional factors in defining the relationship between environmental factors and the development of social entrepreneurship was empirically examined and validated. Finally, the study presents the theoretical and practical implications of the findings, outlines the research limitations, and proposes directions for future research.

Keywords: Social Entrepreneurship, Entrepreneurship Development, Environmental Factors, Institutional Factors, Structural Equation Modeling



بررسی تأثیر عوامل محیطی بر توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر نقش میانجی عوامل نهادی

سیده زهرا موسوی

کандید دکتری، گروه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

غلامحسین حسینی‌نیا

دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Email: Hosseininia@ut.ac.ir

مرتضی موسی‌خانی

استاد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

چکیده

در دو دهه گذشته مفهوم کارآفرینی اجتماعی و توسعه آن محبوبیت بسیاری پیدا کرده است؛ تا جایی که امروزه به یکی از حوزه‌های مهم پژوهشی تبدیل شده است. سخن از توسعه کارآفرینی اجتماعی بدون در نظر گرفتن عوامل محیطی در برگیرنده آن و مجموعه عواملی که به ترویج و تقویت آن منجر می‌شود، سخنی ناقص خواهد بود. عوامل محیطی و متغیرهای نهادی، نقش اساسی و عمده‌ای را به عنوان عامل ارتقا و محرک کارآفرینان اجتماعی در راستای اقدام به توسعه کارآفرینی اجتماعی دارا هستند. تاکنون پژوهش‌های متعددی بر روی عوامل تأثیرگذار بر روی کارآفرینی اجتماعی انجام شده است و یافته‌های هرکدام، بخشی از بدنه دانشی این حوزه مطالعاتی را تشکیل داده است. با این حال، مطابق ادعای همان مطالعات و البته مطالعه عمیق ادبیات حوزه، همچنان شکاف‌های ادبی بسیاری را در آن نشان می‌دهد. در این راستا، مرتفع نمودن یکی از این موارد و بررسی ساختارگرایانه نقش عوامل محیطی و عوامل نهادی در توسعه کارآفرینی اجتماعی هدف پژوهش حاضر قرار گرفت. در این راستا در جامعه آماری از اساتید رشته کارآفرینی اجتماعی و کارکنان زیرمجموعه معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با تعداد ۱۴۲ نمونه و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به سنجش مدلی در راستای بررسی نقش عوامل محیطی و نقش میانجی عوامل نهادی در توسعه کارآفرینی اجتماعی پرداخته شد. نتایج پژوهش، مؤید تأثیر مستقیم عوامل محیطی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در سه سطح خرد، میانی و کلان است. همچنین، برای اولین بار در پژوهش‌های این حوزه مطالعاتی، نقش عوامل نهادی به عنوان متغیر میانجی در تعریف ارتباط میان عوامل محیطی با توسعه کارآفرینی اجتماعی سنجیده و تأیید گردید. در انتها، دلالت‌های گوناگون نظری و کاربردی نتایج پژوهش، بیان محدودیت‌های پژوهش و مسیرهای پیشنهادی برای تحقیقات آتی ذکر شده است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی اجتماعی، توسعه کارآفرینی، عوامل محیطی، عوامل نهادی، مدل‌سازی معادلات ساختاری

مقدمه

نیاز به شناخت هرچه بیشتر سازمان‌های اجتماعی و فرایندهای کارآفرینی اجتماعی از تعدادی از دلایل پیشران تبعیت می‌کند. این حوزه، یکی از رایج‌ترین بحث‌های حوزه سیاست‌گذاری اخیر بوده است که به تقویت دستورکارهای مرتبط با خلق و مساعدسازی شرایط محیطی توسعه سازمان‌های اجتماعی در برخی از کشورها (مثلاً در بریتانیا و کشورهای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی) منتج شده است. مضاف بر آن، بستر و زمینه جهانی و ملی که کارآفرینی اجتماعی در آن توسعه یافته است، در برگیرنده موضوعات پرکاربرد جهانی در خصوص «پارادایم پاسخ‌گویی سازمانی» است که متعاقباً ضرورت شناخت هرچه بیشتر فرایندهای کارآفرینی اجتماعی را تقویت می‌نماید. خصوصی‌سازی روزافزون خدمات عمومی و پیمانکاری دولتی به همراه تمرکز فزاینده سازمان‌های بخش عمومی بر روی مواردی همچون «کارایی»، اقتصاد بومی و توسعه اجتماع‌های منطقه‌ای و شهری (چل و همکاران^۱، ۲۰۱۰)، می‌تواند بخشی از شرایط تواناساز سازمان‌های اجتماعی به‌شمار آید. در سازمان‌های اجتماعی مذکور، افرادی حضور دارند که با مشکل یا مسئله اجتماعی خاصی سروکار دارند و یا از ایدئولوژی خاصی پیروی می‌کنند. حضور این دسته از افراد، به‌طور قابل ملاحظه‌ای در حال ارتقای نوع خاصی از سرمایه اجتماعی است که باعث طرح‌ریزی اقتصادی و اقدامات اجتماعی معطوف به مسائل مذکور می‌شود که در مطالعه لاولیل و نیسن^۲ (۲۰۰۱) نیز بدان اشاره شده است. سازمان‌های اجتماعی از این دیدگاه، در حال نمایش توانایی خود در خصوص نوآوری اقتصادی در مسائل و حوزه‌های چندبُعدی و میان رشته‌ای بوده و همچنین توانایی خود در به‌کارگیری سرمایه اجتماعی از طریق انتقال آن از حوزه خصوصی به حوزه عمومی را نشان می‌دهد. با توجه به طبیعت این دسته از مباحث، به‌نظر می‌رسد اکنون برای بررسی سرشت سازمان‌های اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی و چگونگی توسعه توانایی آن‌ها زمان مناسبی به‌شمار آید که یکی از مهم‌ترین ابعاد این حوزه، به عوامل محیطی و بستر و زمینه‌های رشد و توسعه کارآفرینی اجتماعی برمی‌گردد. در پژوهش حاضر، تلاش شده

1. Chell et al.

2. Laville and Nyssens



است، براساس پیشنهادهای متعدد تحقیقات پیشین در خصوص مطالعه عوامل محیطی و نهادی ناظر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی، با رویکردی ساختارگرایانه به ارزیابی نقش عوامل مذکور در توسعه کارآفرینی اجتماعی پرداخته شود.

گسترش و پیچیده‌تر شدن رقابت در حوزه‌های کسب‌وکار به سبب حاکمیت پدیده‌هایی چون جهانی شدن گستره تجارت، رشد سریع فناوری، و تنوع و دگرگونی نیازهای مشتریان، توجه محققین را به سمت مطالعه محیط و تأثیر آن بر مؤلفه‌های سازمانی توسعه کارآفرینی جلب نموده است (پارچی^۱، ۲۰۲۱؛ جرومانوا و زویرگزدینا^۲، ۲۰۲۱). در این میان، عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی نقشی عمده در موفقیت یا شکست آن در کشورها داشته و در ادبیات این حوزه مورد اشاره زیادی قرار گرفته است (آیدیس و همکاران^۳، ۲۰۰۸؛ مندز-پیکازو و همکاران^۴، ۲۰۲۱). بُعد محیطی را برخی عوامل رسمی و غیررسمی تعریف نموده‌اند که می‌تواند بر توسعه کارآفرینی موثر باشد، از قبیل: سیاست‌های عمومی (مارجیانو^۵، ۲۰۲۱)، قوانین و مقررات (هانتز^۶، ۲۰۲۱)، استانداردهای صنعتی و خدماتی، منابع موجود در محیط (فقیه^۷، ۲۰۲۱)، نهادهای عمومی (ال چارانی و رایمی^۸، ۲۰۲۱)، فرهنگ (شریفی تهرانی و همکاران^۹، ۲۰۲۱)، جوامع و روابط بین سازمانی (حسینی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۳).

شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی تحت تأثیر ضرورت‌های محیطی همچون محیط قانون، محیط اقتصادی، محیط سیاسی و ... است (یوسید^{۱۰}، ۲۰۰۰؛ آلوورد و همکاران^{۱۱}، ۲۰۰۳؛ هانتز، ۲۰۲۱). زیرا کارآفرینی اجتماعی وابستگی زیادی به دو عامل مهم یعنی شرایط زیربنایی ایجاد شده توسط دولت (قوانین، حقوق مالکیت، آزادی سازماندهی و انتقاد) (جنسن

1. Parchi

2. Jeromanova-Maura & Zvirgzdina

3. Aidis et al.

4. Méndez-Picazo et al.

5. Margiono

6. Hunter

7. Faghih

8. El Chaarani & Raimi

9. Sharifi-Tehrani et al.

10. Usaid

11. Alvord et al.

و هاونس^۱، ۲۰۰۲؛ گوکلو و دیس^۲، ۲۰۰۲؛ لویس^۳، ۲۰۰۱؛ ارهان و اسکات^۴، ۲۰۰۱؛ فاجاردو گارسیا^۵، ۲۰۲۱) و میزان حمایت آشکار دولت از پیمانکاران و بنیان‌گذاران دارد (مایر و رابینسون^۶، ۲۰۰۶؛ لویس^۷، ۲۰۰۱؛ محد هیدزیر و همکاران^۷، ۲۰۲۱). از دیگر ملاحظات مربوط به محیط و عوامل زمینه‌ای، با توجه به اینکه کشور ایران در مسیر توسعه و پیشرفت بوده، طرح مفهوم توسعه کارآفرینی اجتماعی و تلاش در راستای نهاده‌سازی و تسهیل آن می‌تواند به روند پیشرفت کشور کمک قابل توجهی نماید. از سوی دیگر، ایران کشوری است که سابقه پربار و دیرینه‌ای در حوزه فعالیت‌های عام‌المنفعه دارد و توجه رویکردی نو در این زمینه، سبب بالفعل شدن قابلیت‌های بالقوه موجود در این حوزه می‌شود. اگرچه در داخل کشور پژوهشی با ویژگی‌ها و متغیرهای تحقیق حاضر انجام نشده است؛ با این وجود، در خارج از کشور پژوهش‌هایی غیرجامع و موردی و تا حدی مرتبط انجام شده‌اند (جانسون، ۱۹۹۹، ۲۰۰۰؛ مک‌میلان و وودراف^۸، ۱۹۹۹، ۲۰۰۲؛ جانکو و همکاران^۹، ۲۰۵۵، ۲۰۰۶؛ موهدهیدزیر و همکاران، ۲۰۲۱؛ مارجیانو، ۲۰۲۱) که پژوهش حاضر به دلیل جامعیت، چندسطحی بودن عوامل محیطی و لحاظ نمودن بستر و زمینه، تنها به کامل نمودن یافته‌های پژوهش‌های پیشین کمک خواهد نمود، بلکه شکاف نظری موجود در این حوزه در انجام تحقیقات در جامعه آماری بومی و داخلی را نیز پُر خواهد نمود. مدل مورد نظر مسیرهای شفاف و مفیدی را برای محققان در پژوهش‌های آتی مشخص خواهد نمود و بنابراین به‌طور بالقوه قادر است از هدر رفت زمان، انرژی و سرمایه زیادی در انجام پژوهش‌های مرتبط در مسیرهای انحرافی بکاهد. همچنین عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی را به فعالان و کارآفرینان و سیاست‌گذاران و تمامی ذی‌نفعان خواهد شناساند که هم در مقام نظر و هم در عمل قادر است به تسهیل توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشور کمک شایان توجهی نماید. از دیگر

1. Jenssen & Havnes

2. Guclu & Dees

3. Lewis

4. Orhan & Scott

5. Fajardo García

6. Mair & Robinson

7. Mohd Hidzir et al.

8. McMillan & Woodruff

9. Djankov et al.



مسائل مهم که انجام پژوهش حاضر را در ایران منطقی می‌نماید، این است که کارآفرینی اجتماعی برای جوامع دارای چالش‌های اجتماعی حیاتی بوده و به‌طور گسترده‌ای از آن به‌عنوان ابزاری برای حمایت از سیاست‌های اجتماعی و اقتصادی، مخصوصاً در شرایط نرخ بالای بیکاری و نیاز به توسعه‌ای اجتماعی-اقتصادی پایدار استفاده می‌شود (برزگا و دفورنی، ۲۰۰۴). در این راستا، یکی از مهم‌ترین دلالت‌های یافته‌های پژوهش حاضر از جنبه بومی، بررسی میزان نقش عوامل محیطی و نوع نقش متغیر عوامل نهادی در توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران خواهد بود.

به‌طور خلاصه اهمیت و ضرورت پژوهش حاضر را می‌توان از سه منظر محتوایی، مکانی و زمانی مورد بحث قرار داد. از جنبه محتوایی، برای اولین بار است که در پژوهشی به ارزیابی تأثیر عوامل محیطی از سه سطح خُرد و میانی و کلان بر روی توسعه کارآفرینی اجتماعی پرداخته می‌شود و همچنین برای نخستین بار در کل تحقیقات یافته شده در ادبیات این حوزه است که نقش پررنگ عوامل نهادی در شکل‌دهی ارتباط مذکور مورد سنجش قرار می‌گیرد.

از جنبه مکان نیز با توجه به اهمیت توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران با تمامی محدودیت‌های بین‌المللی (همان‌گونه که پیش‌تر بیان شد)، اهمیت انجام این پژوهش در جغرافیای ایران را بدیهی می‌نماید. از نظر زمانی نیز با توجه دعوت پژوهش‌های اخیر برای انجام ارزیابی‌های کمی و ساختارگرایانه بر روی مدل محیطی سه سطحی (حسینی‌نیا و همکاران، ۱۴۰۰) و نظر به اینکه اکنون ابزار لازم برای سنجش ارتباطات مورد نظر در اختیار محققین قرار گرفته است، بهترین زمان برای انجام این پژوهش و پُر کردن خلأهای ادبی یاد شده است.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در گذشته، توسعه اقتصاد کشورها به دو عامل «سرمایه»^۱ و «نیروی کار»^۲ ارتباط داده می‌شد. در پارادایم‌های جدید، علاوه بر دو عامل کلاسیک فوق، عامل حیاتی دیگری نیز تحت عنوان «کارآفرینی»^۳ به آن اضافه شده است. امروزه توسعه کارآفرینی یک موضوع به شدت حیاتی برای توسعه اقتصادی کشورها به شمار آید تا جایی که از ضعف در آن به عنوان یکی از دلایل اصلی توسعه نسبی پایین کشورها یاد شده است (تامبونان^۴، ۲۰۰۷؛ پلوچا و همکاران^۵، ۲۰۱۷). کارآفرینی اجتماعی یکی از زیرمجموعه‌های حوزه کارآفرینی بوده (سرتو و میلر^۶، ۲۰۰۸؛ بانسال و همکاران^۷، ۲۰۱۹) و به معنی انجام مأموریت‌های اجتماعی و انسان‌دوستانه با فعالیت‌های کسب‌وکار است (انجمن بریتج^۸، ۲۰۱۸). فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی به اقدام‌هایی گفته می‌شود که ضمن برخورداری از ویژگی‌های عمومی کارآفرینی، یعنی داشتن ماهیت نوآورانه، خلاقانه و کسب‌وکارانه، جهت‌گیری اصلی آن‌ها به جای سود فردی و گروهی، به سوی اهداف اجتماعی نظیر هم‌آوایی و همبستگی جمعی، مقابله با محرومیت، یأس و درماندگی باشد (مندز پیکازو و همکاران، ۲۰۲۱). مهم‌ترین هدف کارآفرینی اجتماعی پرداختن به یک انگیزه اجتماعی همچون بهبود انسجام اجتماعی، مبارزه با فقر، دفاع از حقوق بشر یا ارتقای خدمات بهداشتی و درمانی است (تایسن و فرنویج^۹، ۲۰۰۷: ۵۶۷). در این راستا، با توجه به اینکه کارآفرینی اجتماعی، امروزه یکی از عوامل مهم در توسعه پایدار و رشد اقتصادی کشورها است (جانسون و چالتگر^{۱۰}، ۲۰۲۰؛ چالتگر، ۲۰۲۰)، بدیهی است که آمار جهانی نیز حاکی از گرایش کشورها به توسعه کارآفرینی اجتماعی و بهره‌برداری از منافع آن هستند (بهارالدین و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۲). طبق طبق تحقیق بنیاد تامسون رویترز در سال ۲۰۱۶، کشورهای متعددی نظیر آمریکا، کانادا،

1. Capital

2. Labor

3. Entrepreneurship

4. Tambunan

5. Pelucha et al.

6. Certo & Miller

7. Bansal et al.

8. Britch Council

9. Thijssen & Vernooij

10. Johnson & Schaltegger

11. Baharuddin et al.



انگلیس، سنگاپور، شیلی، کره جنوبی، مالزی، کشورهای توسعه یافته اروپا، کلمبیا، هند و ... در سراسر جهان به طور چشمگیری از منافع توسعه کارآفرینی اجتماعی استفاده کرده‌اند. این کشورها حمایت‌های دولتی را برای توسعه کارآفرینی اجتماعی در حوزه‌های گوناگونی برقرار ساخته‌اند؛ مانند نیازمندی‌های جذب نیروی کار، تسهیل سرمایه‌گذاری، درک عمومی از نیاز به تغییر اجتماعی و تسهیل رشد بخش‌های اقتصادی مرتبط با کارآفرینی اجتماعی (سنگوپتا و ساهای^۱، ۲۰۱۷). تحقیقات بسیاری نیز از تأثیر آن بر روی رشد اقتصادی، منافع اجتماعی، کاهش فقر و حتی منافع محیط‌زیستی خبر داده‌اند (کاستانو و همکاران^۲، ۲۰۱۶؛ دوران و همکاران، ۲۰۱۸؛ آیینی و همکاران^۳، ۲۰۱۹؛ استوشیا و همکاران^۴، ۲۰۲۰).

کارآفرینی اجتماعی پدیده‌ای جدید به‌شمار می‌آید که توجه روزافزونی را به خود معطوف داشته است. در این راستا، تعاریف متعددی نیز از آن ارائه شده است که طیفی از مفاهیم را از قبیل عدالت اجتماعی، ارزش اجتماعی، ساختار قابل اتکای اجتماعی-اقتصادی، ایجاد برابری جدید، نوآوری استخدامی، مهارت‌های کارآفرینانه، شکاف‌های بازار، حل معضلات اجتماعی و ... را شامل می‌شود. این مفاهیم همگی به منبعی به‌عنوان رویکردی پژوهشی به پدیده کارآفرینی اجتماعی تبدیل گشته‌اند، ولی در میان رشد توجه روزافزون به پدیده مذکور و حجم زیاد مطالعات این حوزه، پژوهشی جامع که عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی را در قالب مدلی چند سطحی بررسی و تشریح نماید یافت نمی‌شود. با توجه به اینکه بدون در نظر گرفتن اهمیت عوامل محیطی، تمامی ابتکارات در زمینه کارآفرینی اجتماعی به‌صورت بالقوه ممکن است با شکست مواجه شوند، در این پژوهش هدف اصلی، بررسی ساختارگرایانه یافته‌های تحقیقات کیفی پیشین و با جزئیات تمامی عوامل محیطی مذکور بوده است تا شکاف نظری موجود در این حوزه حل شود.

شکاف‌های نظری این حوزه پژوهشی علاوه بر فقدان مدل چندسطحی عوامل محیطی تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی که پیش‌تر اشاره شد، شامل موارد بسیار دیگری نیز

1. Sengupta & Sahay
2. Castano et al.
3. Aeeni et al.
4. Stoica et al.

می‌شود، از قبیل: عدم توجه کافی به نقش زمینه و بستر در پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی (زهرآ، ۲۰۰۷؛ پارچی، ۲۰۲۱)، عدم توجه به اکوسیستم نوآوری در پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی (زهرآ و نامیسان، ۲۰۱۱)، مشخص نبودن اجزا و ظواهر فرهنگی و تأثیرات اقتصادی آن بر روی پیامدهای کارآفرینی (جرارد و زهرآ، ۲۰۰۲؛ آزوری^۱، ۲۰۲۲)، نیاز به تفکر تحقیق مجدد در خصوص ارزش افزوده اجتماعی فعالیت‌های کارآفرینانه (زهرآ و رایث، ۲۰۰۷؛ تیسما و همکاران^۲، ۲۰۲۲)، فقدان تمرکز و توجه کافی به طبیعت، پویایی‌ها و محدودیت‌های زمینه و بستر کارآفرینی (زهرآ، ۲۰۰۷؛ جرومانوا و زویرگزدینا، ۲۰۲۱).

با آنکه تحقیقات پیشین در حوزه محیط کارآفرینی اجتماعی پیشرفت‌هایی را در درک ما از پدیده مذکور به ارمغان آورده‌اند (وورث و همکاران^۳، ۲۰۲۱)، بسیاری از جهات این پدیده همچنان نیازمند بررسی و مذاقه بیشتر است (آلودالن و بوچما^۴، ۲۰۱۷؛ معروفخانی و همکاران^۵، ۲۰۱۸؛ کوالو و همکاران^۶، ۲۰۱۹؛ فرناندز و فریرا، ۲۰۲۱). یکی از شکاف‌های کاربردی و نظری دانش موجود در این زمینه، بررسی عوامل و بازیگرهای به‌خصوص موجود در محیط کارآفرینی اجتماعی است (کلیماس و رونکاپاسپیچ^۷، ۲۰۲۲)؛ نهایتاً، انتظار می‌رود نتایج حاصل از این مطالعه مبنای مناسب و جامعی را برای سنجش میزان تأثیر عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی ایجاد کرده، نقش عوامل نهادی را در آن بررسی نموده و به تسهیل و موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی کمک نماید. با توجه به قیاسی بودن روش پژوهش، مدل مفهومی پژوهش نیز در انتهای این بخش ارائه خواهد شد.

از زاویه سطوح متفاوت موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی، این پژوهش برای نخستین‌بار و بر مبنای مدل چندسطحی توسعه کارآفرینی اجتماعی حسینی‌نیا و همکاران (۱۴۰۰) شکل گرفته است. باید توجه داشت که مدل‌های چندسطحی همواره ابزارهای مهمی در علوم اجتماعی محسوب می‌شوند. این دسته از مدل‌ها در صورت استفاده صحیح، ناظر بر بافت و

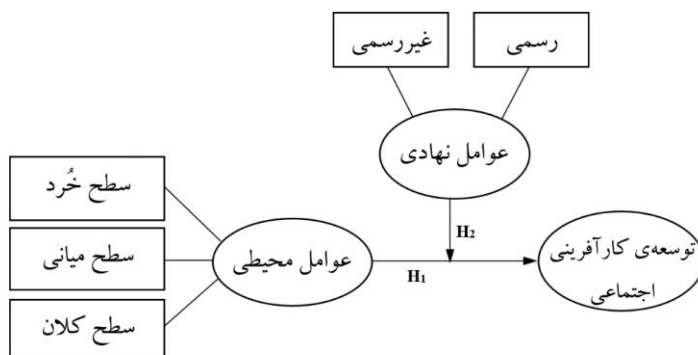
1. Azoury
2. Tisma et al.
3. Wurth et al.
4. Alvedalen & Boschma
5. Maroufkhani et al.
6. Cavallo et al.
7. Klimas & Wronka-Pospiech



زمینه‌ای است که در آن سطوح تحلیل متفاوت رعایت می‌شوند و با توجه با اینکه غالب نظریه‌های علوم اجتماعی به جایگاه افراد در محیط اجتماعی اشاره می‌کنند؛ مدل‌های چندسطحی کاربردهای بیشتری را به ارمغان می‌آورند (اشمیت و فیبرادر^۱، ۲۰۱۶).

به بیان فنی‌تر، در مقایسه با مدل‌های تک‌سطحی، مدل‌های چندسطحی پاسخ‌گوی وابستگی متغیرها در سطوح هم بوده و بنابراین پتانسیل ارائه استنتاج‌های مناسب‌تری را دارد. نظر به موارد فوق‌الذکر، علی‌رغم وجود پژوهش‌های متفرقه در خصوص عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی، فقدان ارزیابی کمی عوامل موثر محیطی براساس یک نظریه یا چهارچوب مفهومی کاملاً به چشم می‌خورد.

در این راستا و با توجه به موارد ذکر شده در خصوص اهمیت مدل‌های چندسطحی در مطالعات علوم اجتماعی، انتظار می‌رود ارائه ارزیابی کمی این پژوهش در خصوص عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی، این مهم را هم در انجام مطالعه و هم از دو جنبه نظری و کاربردی کمک نماید. نظر به کاربردهای مدل‌های چندسطحی، تست چنین مدلی از توسعه کارآفرینی همچنین قادر خواهد بود متعاقباً به بررسی ارتباط میان سطوح مختلف، عوامل را نیز به تصویر بکشد که این یافته خواهد توانست توصیف و درک از پدیده توسعه کارآفرینی اجتماعی را بهبود بخشد و همچنین به افزایش بهره‌وری اقدامات مربوط به بهبود و ارتقای آن بینجامد. در راستای ارزیابی مدل ارائه شده در پژوهش حسینی‌نیا و همکاران (۱۴۰۰)، محققان به ایجاد فرضیه‌هایی در خصوص ارتباط عوامل محیطی (خرد، میانی، کلان) با توسعه کارآفرینی اجتماعی با در نظر گرفتن نقش عوامل نهادی در آن پرداختند. این فرضیه‌ها منجر به مدل مفهومی شد که دو فرضیه اصلی و دو فرضیه فرعی را در خود جای می‌دهد (شکل ۱).



شکل ۱: مدل مفهومی فاز کمی پژوهش

مطابق شکل (۱)، مدل مفهومی بخش کمی پژوهش، بیانگر مجموعه‌ای از عوامل محیطی و ارتباطات آن با توسعه کارآفرینی اجتماعی است که به تعداد هر کدام از مسیرهای ارتباطی جهت‌دار موجود در مدل، یک فرضیه اصلی و متناظر با سایر خطوط مدل، فرضیه‌ای فرعی مطرح شده است. بر این اساس، فرضیه‌های مدل مفهومی به قرار زیر تعیین شدند:

❖ فرضیه اصلی ۱: عوامل محیطی، به‌طور مستقیم بر توسعه کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذارند.

❖ فرضیه اصلی ۲: عوامل نهادی بر ارتباط میان عوامل محیطی با توسعه کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار است.

❖ فرضیه فرعی ۱: سطوح خرد، کلان و میانی در تعریف عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی برآزش لازم را داراست.

❖ فرضیه فرعی ۲: ابعاد رسمی و غیررسمی در تعریف عوامل نهادی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی برآزش لازم را داراست.



۲. روش پژوهش

در راستای آزمون فرضیه‌های پژوهش، از روش کمی مبتنی بر فلسفه ساختارگرایانه و از ترکیب دو پرسش‌نامه به‌عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شد که پرسش‌نامه اول برای بررسی نظر مشارکت‌کنندگان در خصوص عوامل محیطی محاط بر فعالیت‌های سازمان در سه سطح خرد، میانی و کلان در حوزه اقدامات کارآفرینانه اجتماعی بود. این پرسش‌نامه دارای ۳۱ گویه بود که تمامی متغیرهای موجود در سه سطح خرد، میانی و کلان عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی را براساس مدل پژوهش در برمی‌گرفت و همچنین متغیرهای ذیل عوامل نهادی در هر دو بُعد رسمی و غیر رسمی نیز در آن لحاظ شده بود. پرسش‌نامه مکمل آن نیز پرسش‌نامه استاندارد کارآفرینی اجتماعی بوده که شامل ۳۶ گویه بوده و کلیه اقدامات کارآفرینی اجتماعی را از ابعاد گوناگون نظری آن (عامل تغییر در بخش اجتماعی و انتخاب مأموریت در راستای ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی؛ شناخت و پیگیری فرصت‌های جدید در جهت ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی؛ حضور در فرایند مستمر نوآوری، تطابق و یادگیری و فعالیت جسورانه بدون توجه به محدودیت منابع موجود؛ ایجاد حس مسئولیت‌پذیری در قبال نهادهای موثر در ایجاد نتایج؛ خلق سازوکارهای شبه‌بازاری جهت افزایش مسئولیت‌پذیری) می‌سنجد. بنابراین، نهایتاً از پرسش‌نامه‌ای شامل ۶۷ گویه در راستای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شد.

جامعه آماری پژوهش به دو بخش آکادمیک-نظری و تجربی-عملی تفکیک شد. بخش دانشگاهی و نظری از جامعه آماری پژوهش، با توجه به اطلاعات سایت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشگاه‌هایی تعیین شدند که به‌طور اختصاصی گرایش کارآفرینی توسعه را از میان گرایش‌های مختلف رشته مذکور در مقطع دکترا پوشش می‌دادند. در این راستا، جامعه آماری پژوهش متشکل از اساتید رشته کارآفرینی دانشگاه‌های آزاد و سراسری تهران و قزوین و در بخش تجربی کارکنان زیرمجموعه معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی که سابقه علمی یا تجربی در خصوص کارآفرینی اجتماعی را در پیشینه فعالیت‌های خود داشته‌اند و همچنین اعضای کانون کارآفرینان استان تهران بودند که

در حوزه کارآفرینی اجتماعی کار کرده‌اند. در این راستا، به دلیل نیاز کمتر به اشراف نظری و الزام بهره‌گیری از دانش تجربی، مدرک لیسانس به عنوان حداقل مدرک تحصیلی مشارکت‌کنندگان قرار گرفت؛ زیرا بسیاری از افراد با تجربه بالا در زمینه کارآفرینی، فاقد مدرک تحصیلات تکمیلی در این حوزه بودند. همچنین برای آن دسته از افرادی که دارای مدرک تحصیلات تکمیلی در رشته مرتبط نبودند، میزان حداقل ۲ سال سابقه کاری در حوزه‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی تعیین گردید که شکاف نظری آنان با حداقل سطح دانش تجربی پوشش داده شود. برای تعیین حجم نمونه و تضمین کفایت نسبی آن از جدول مورگان (بر مبنای فرمول کوکران) استفاده شد که از جامعه آماری حدود ۲۲۰ نفره طبق اطلاعات کسب‌شده از مرحله اول پژوهش، تعداد ۱۳۶ نفر انتخاب شد. به دلیل احتمال دریافت پاسخ‌های غیرقابل استفاده، محققان به ارسال مجموعه ۱۵۰ پرسش‌نامه اقدام نمودند که در پایان تعداد ۱۴۲ پاسخ قابل قبول دریافت و تحلیل شد. برای نمونه‌گیری و انتخاب نمونه‌ها نیز به دلیل عدم امکان کسب مشارکت افراد تعیینی به‌طور تصادفی یا خوشه‌ای (دلایلی مانند وجود پاندمیک کرونا و فقدان مسیر ارتباطی با همه افراد؛ عدم تمایل بسیاری افراد به همکاری؛ عدم دسترسی به بسیاری از افراد عضو جامعه و ...) از نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد.

برای تحلیل داده‌های پژوهش، از تحلیل‌های گوناگون استفاده شده است. در مرحله اول نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف و ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله بعد روایی سازه متغیرهای تحقیق و شاخص‌های منتج از آن‌ها با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفت و به دو سوال فرعی پاسخ داده شد. در سرانجام با استفاده از مدل معادلات ساختاری که در حقیقت آمیزه‌ای از نمودار تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تأییدی است نیز، به آزمون دو فرضیه‌ی اصلی تحقیق پرداخته شد.



۲-۱. روایی و پایایی پژوهش

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرض‌ها، لازم بود تا از وضعیت نرمال بودن داده‌ها اطلاع حاصل شود تا براساس نرمال بودن یا نبودن آن‌ها، از آزمون‌های متناسب استفاده شود. در این آزمون اگر سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده از اجرای آن، بزرگتر از مقدار خطا یعنی $\alpha=0/05$ باشد فرض H_1 و در غیر این صورت فرض H_0 تأیید خواهد شد.

H_0 : داده‌ها نرمال نیستند (از جامعه نرمال نیامده‌اند)

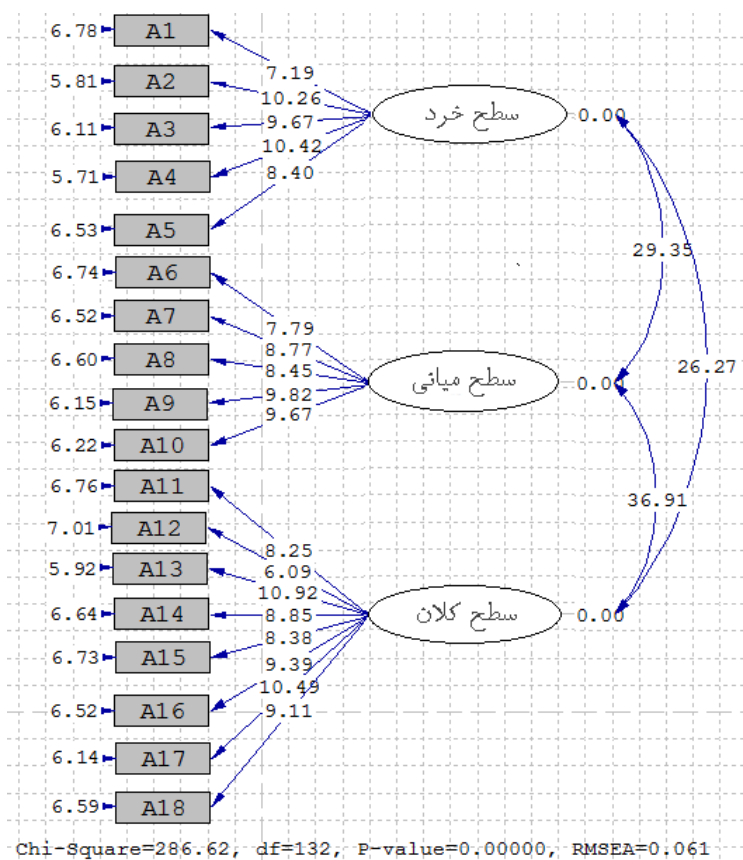
H_1 : داده‌ها نرمال هستند (از جامعه نرمال آمده‌اند)

جدول ۱: آزمون کولموگروف- اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

متغیر	مقدار آزمون	ابعاد	مقدار آزمون
عوامل محیطی	۰/۶۷۰	سطح خرد	۰/۴۹۸
		سطح میانی	۰/۸۱۲
		سطح کلان	۰/۲۳۱
عوامل نهادی	۰/۴۹۳	رسمی	۰/۱۳۹
		غیررسمی	۰/۲۴۴
توسعه کارآفرینی اجتماعی	۰/۳۶۶	عامل تغییر و حفظ ارزش اجتماعی	۰/۱۵۹
		پیگیری فرصت‌ها	۰/۱۴۳
		نوآوری و یادگیری مستمر	۰/۲۳۱
		حس مسئولیت‌پذیری	۰/۲۰۴
		سازوکارهای شبه‌بازاری	۰/۰۸۸

براساس جدول (۱)، با توجه به اینکه سطح معناداری برای متغیرهای تحقیق بزرگتر از $0/05$ است پس فرض H_1 تأیید می‌شود و نتیجه می‌گیریم که داده‌های جمع‌آوری شده برای متغیرهای تحقیق نرمال است.

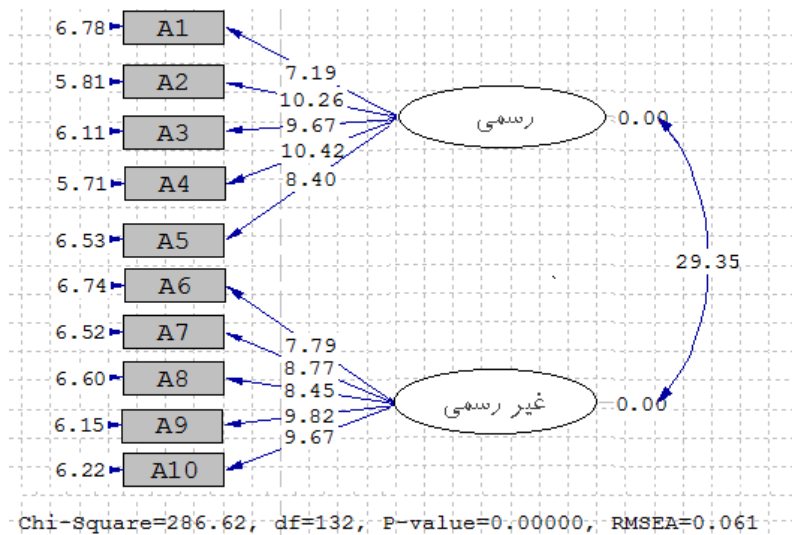
برای تحلیل ساختار درونی پرسش‌نامه و کشف عوامل تشکیل‌دهنده هر سازه یا متغیر مکنون و همچنین پاسخ به دو سوال فرعی پژوهش، از ابزار تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. همچنین در این بخش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی معادلات اندازه‌گیری شده مربوط به هر سازه (متغیر مکنون) استخراج و تفسیر می‌شوند. تحلیل عاملی تأییدی سازه‌های تحقیق (معناداری ضرایب) در ادامه ارائه شده‌اند. در این راستا، شکل (۲)، به معناداری ضرایب سطوح سه‌گانه‌ی عوامل محیطی، شکل (۳)، به معناداری ضرایب جنبه‌های دوگانه (رسمی، غیر رسمی) عوامل نهادی، و شکل (۴)، به معناداری ضرایب اجزای تشکیل‌دهنده توسعه کارآفرینی اجتماعی تعلق دارد.



شکل ۲: مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های عوامل محیطی (معناداری ضرایب)



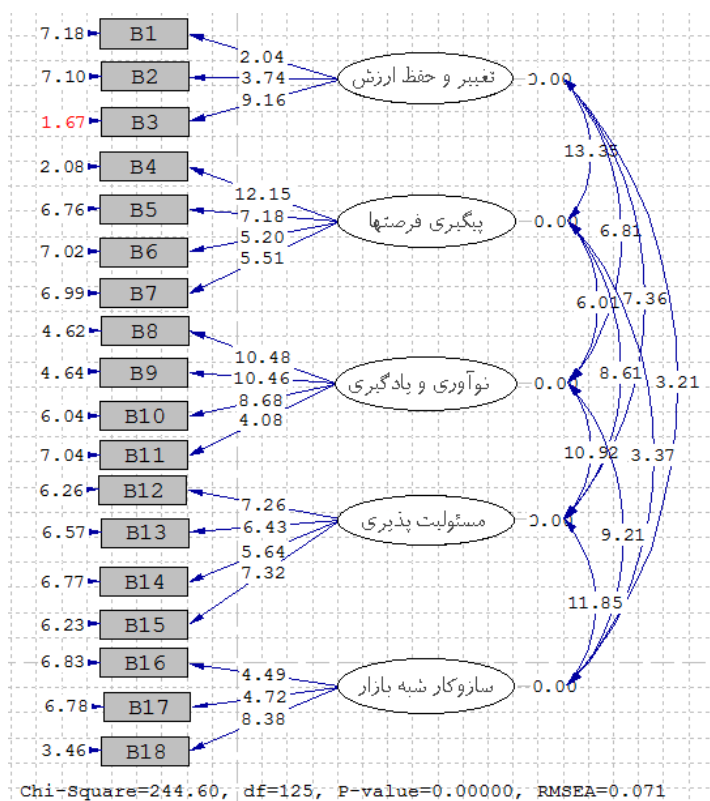
نتایج تحلیل عاملی مندرج در شکل (۲)، و تخمین استاندارد، نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌های عوامل محیطی از مقادیر تی (بیشتر از ۱/۹۶) و بار عاملی (بیشتر از ۰/۴) مورد قبولی برخوردارند و برای سنجش کلیت عوامل محیطی شاخص‌های مناسبی به‌شمار می‌آیند. در این راستا، با توجه به مقادیر به‌دست‌آمده، فرضیه فرعی نخست پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و سطوح سه‌گانه شناسایی شده برای عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی، برای سنجش عوامل محیطی برازش لازم را احراز می‌کند.



شکل ۳: مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های عوامل نهادی (معناداری ضرایب)

نتایج تحلیل عاملی مندرج در شکل (۳)، و نتایج حاصل از تخمین استاندارد نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌های عوامل نهادی از مقادیر تی (بیشتر از ۱/۹۶) و بار عاملی (بیشتر از ۰/۴) مورد قبولی برخوردارند و برای سنجش کلیت عوامل نهادی شاخص‌های مناسبی به‌شمار می‌آیند. در این راستا، با توجه به مقادیر به‌دست‌آمده، فرضیه فرعی دوم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد و سطوح دوگانه شناسایی شده برای عوامل موثر بر ارتباط میان عوامل

محیطی با توسعه کارآفرینی اجتماعی، برای سنجش عوامل نهادی برآزش لازم را احراز می‌کند.



شکل ۴: مدل تحلیل عاملی تأییدی متغیر توسعه کارآفرینی اجتماعی (معناداری ضرایب)

نتایج تحلیل عاملی مندرج در شکل (۴) و نتایج حاصل از تخمین استاندارد نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌های مربوط به متغیر توسعه کارآفرینی اجتماعی از مقادیر تی (بیشتر از ۱/۹۶ و بار عاملی (بیشتر از ۰/۴) مورد قبولی برخوردارند و برای کلیت توسعه کارآفرینی اجتماعی، شاخص‌های مناسبی تلقی می‌شوند.



۳. یافته‌های پژوهش

در این بخش، ارائه نتایج تحلیل آماری در تحقیقات دانشگاهی، ابتدا به ارائه آمار و اطلاعات جمعیت‌شناختی اعضای نمونه آماری تحت عنوان آمار توصیفی پرداخته خواهد شد و سپس نتایج و یافته‌ها براساس مدل‌سازی معادلات ساختاری تحت عنوان آمار استنباطی ارائه شده است.

۳-۱. آمار توصیفی

در راستای درک بهتر ماهیت جامعه مرتبط با پژوهش و متعاقباً نمونه آماری، قبل از ارائه نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه‌ها، ویژگی‌های دموگرافیک نمونه آماری توصیف شده است. در این پژوهش برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از مشارکت ۱۴۲ نفر با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زیر بهره گرفته شد (جدول ۲).

جدول ۲: ویژگی‌های دموگرافیک نمونه آماری

ویژگی دموگرافیک	ابعاد	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۹۸	۶۹
	زن	۴۴	۳۱
سن	بین ۲۰ تا ۳۰ سال	۱۲	۹
	بین ۳۱ تا ۴۰ سال	۵۹	۴۰
	بین ۴۱ تا ۵۰ سال	۴۸	۳۴
	بالای ۵۰ سال	۲۳	۱۷
تحصیلات	لیسانس	۵۸	۴۰
	فوق لیسانس	۷۰	۴۹
	دکتری	۱۷	۱۱
سابقه خدمت	تا ۵ سال	۱۹	۱۳
	بین ۵ تا ۱۵ سال	۸۱	۵۸
	بین ۱۵ تا ۲۵ سال	۳۲	۲۲
	بالا تر از ۲۵ سال	۱۰	۷
مجموع نفرات = ۱۴۲		درصد کل = ۱۰۰٪	

همان‌گونه که در جدول (۲)، به ذکر شده است، ۶۹ درصد پاسخ‌دهندگان را مردان و ۳۱ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. از نظر سنی، ۹ درصد پاسخ‌دهندگان بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۴۰ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۳۴ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۱۷ درصد بالاتر از ۵۰ سال سن داشتند. در خصوص تحصیلات مشاهده می‌شود که میزان تحصیلات مشارکت‌کنندگان، ۴۰ درصد لیسانس، ۴۹ درصد فوق لیسانس و ۱۱ درصد دکتری بود. نهایتاً، از منظر سابقه کار، ۱۳ درصد پاسخ‌دهندگان تا ۵ سال سابقه، ۵۷ درصد پاسخ‌دهندگان بین ۵ تا ۱۵ سال، ۲۲ درصد بین ۱۵ تا ۲۵ سال و ۷ درصد بالاتر از ۲۵ سال سابقه خدمت داشتند.

۲-۳. آمار استنباطی

مدل‌سازی معادلات ساختاری یک تکنیک چندمتغیره است که می‌تواند برای آزمون نظریه‌های مربوط به روابط علی بین متغیرها مورد استفاده قرار گیرد (لونبرگ و ایربی^۱، ۱۳۹۳: ۱۱۳). مدل معادلات ساختاری رویکرد آماری جامع برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط بین متغیرهای مشاهده شده^۲ و متغیرهای مکنون^۳ است، که گاه تحلیل ساختاری کوواریانس، مدل‌یابی علی و گاه نیز «LISREL»^۴ نامیده شده است؛ اما اصطلاح غالب در این روزها، مدل‌یابی معادله ساختاری یا به گونه خلاصه «SEM»^۵ نامیده شده است. بررسی و تحلیل مدل‌های اندازه‌گیری در مراحل اولیه مطالعات تأییدی مفید بوده چرا که می‌تواند روشنگر نقاط ضعف نظری بوده و به تفسیر یافته‌های پژوهش کمک نموده و در طرح مطالعات آینده سهم عمده‌ای داشته باشد؛ بر این اساس مدل‌سازی معادلات ساختاری شامل دو مرحله عمده تدوین مدل و آزمون مدل است. در تدوین مدل، محقق با استفاده از کلیه نظریات مرتبط پژوهش و اطلاعات در دسترس به طرح مدل می‌پردازد و در این مرحله مدل، روابط علی بین متغیرها را توصیف می‌نماید. ارتباط بین متغیرها می‌تواند مبین فرضیه‌هایی باشد که روابط

1. Lunenburg & Irby

2. Observed Variables

3. Latent Variables

4. Liner Structural Relationships

5. Structural Equation Modeling



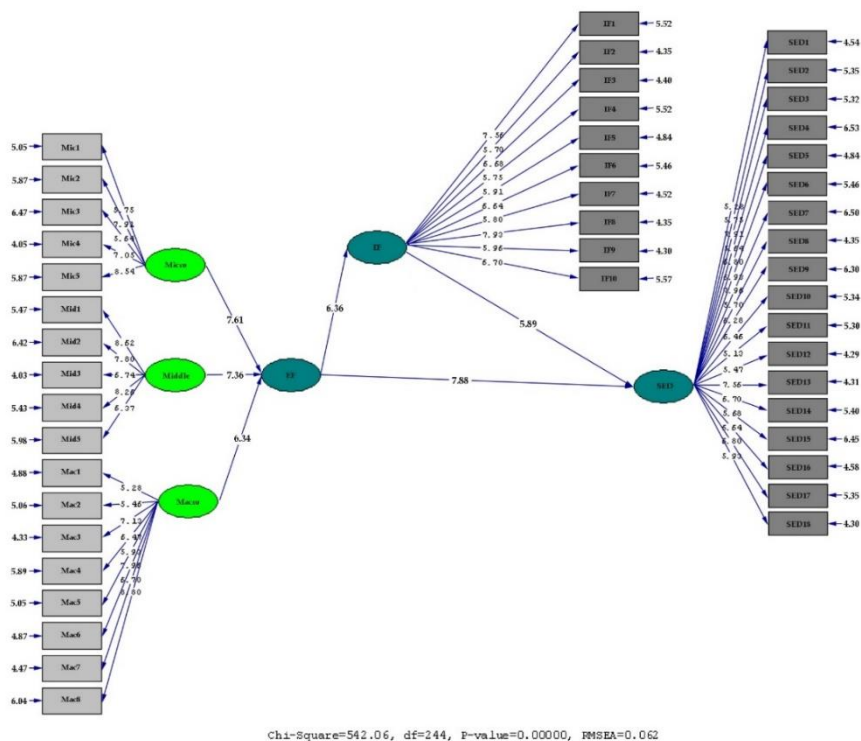
علی بین متغیرهای مشهود و مکنون را از فضای تئوریک استنتاج نموده‌اند. مرحله بعدی آزمون برازندگی و میزان انطباق این نظریه‌ها با داده‌های تجربی است که از جامعه معین گردآوری شده‌اند. در بررسی بخش ساختاری مدل، روابط بین متغیرهای نهفته درونی و بیرونی (متغیرهای نهفته مستقل و وابسته) مورد توجه قرار می‌گیرند. در اینجا هدف، تشخیص این موضوع است که آیا روابط تئوریکی که بین متغیرها در مرحله تدوین چهارچوب مفهومی مد نظر محقق بوده است، به وسیله داده‌ها تأیید گردیده یا نه. در رابطه با این موضوع، سه مسئله مد نظر قرار می‌گیرد.

۱. علائم (مثبت یا منفی) پارامترهای مربوط به مسیرهای ارتباطی بین متغیرهای نهفته نشان می‌دهند که آیا پارامترهای محاسبه شده جهت روابط فرضی را مورد تأیید قرار داده‌اند.

۲. مقدار پارامترهای برآورد شده نشان می‌دهد که تا چه حد روابط پیش‌بینی شده، قوی هستند. در اینجا پارامترهای تخمینی باید معنی‌دار باشند (یعنی مقدار قدر مطلق t باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد).

۳. مجذور همبستگی چندگانه (R^2) برای معادلات ساختاری، مقدار واریانس هر متغیر نهفته درونی که به وسیله متغیرهای نهفته مستقل (بیرونی) تبیین می‌شود را نشان می‌دهد. هرچه مقدار R^2 بزرگتر باشد قدرت تبیین بالای واریانس را بیان می‌کند (کلانتری، ۱۳۸۸: ۱۴۰).

بر این اساس، در ادامه نمودار مسیر معناداری ضرایب مدل مفهومی تحقیق (شکل ۵) و همچنین شاخص‌های برازش مدل مفهومی تحقیق (جدول ۳) ارائه شده است.



شکل ۵: معناداری ضرایب مدل مفهومی تحقیق

بر مبنای شکل (۵)، نقش مهم عوامل محیطی (با اختصار EF در شکل)، هم به صورت مستقیم ($T=7.88$) و هم با واسطه نقش عوامل نهادی (با اختصار IF در شکل) به صورت غیرمستقیم ($T=5.89$) مشهود است. مطابق جدول (۳) نیز تمامی شاخص‌های برازندگی مدل در حد استاندارد خود برآورد شده‌اند و در ناحیه قابل قبول قرار گرفته‌اند.



جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل مفهومی تحقیق

IFI	NFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA	RMR	شاخص برازندگی
۰/۹۲	۰/۹۶	۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۰۶۲	۰/۰۲۱	نتیجه

با توجه به مورد تأیید بودن شاخص‌های برازش مدل و بر مبنای مدل معادلات ساختاری به‌دست آمده، می‌توان به فرضیه‌های پژوهش پاسخ داد. فرضیه اصلی نخست در خصوص تأثیر نقش عوامل محیطی بر روی توسعه کارآفرینی اجتماعی (با اختصار SED در شکل) بود که با توجه به مقادیر به‌دست آمده از ضریب مسیر (β) ۰/۸۸ و آماره t به مقدار ۷/۸۸ و ضریب تعیین کل $R^2=0/77$ می‌توان ادعا نمود مجموعه عوامل محیطی شناسایی شده در مدل مفهومی تحقیق حاضر که متشکل از عوامل گوناگون در سه سطح خرد، میانی و کلان هستند، تأثیر مثبت و مستقیمی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشور دارند. در خصوص فرضیه اصلی دوم و برای اندازه‌گیری اثر متغیر میانجی، طبق دستور «بارون و کنی»^۱ سه شرط مورد نیاز است: ۱. نمایش رابطه معنادار میان متغیرهای مستقل و وابسته؛ ۲. نمایش رابطه معنادار میان متغیرهای مستقل و میانجی؛ ۳. سنجش همزمان تأثیر متغیرهای میانجی و متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته. همانطور که در شکل (۵)، نیز مشخص است، با توجه به برقراری هر سه شرط مذکور و تأثیر عوامل نهادی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی براساس مقادیر به‌دست‌آمده، ضریب مسیر (β) ۰/۷۶ و آماره t به مقدار ۵/۸۹ و ضریب تعیین کل $R^2=0/72$ ، در پاسخ به فرضیه دوم پژوهش می‌توان ادعا نمود عوامل نهادی نقش واسطه تأثیرگذاری را در تعریف ارتباط میان عوامل محیطی و توسعه کارآفرینی اجتماعی ایفا می‌کنند و این نتیجه به نوعی از مدل چندسطحی ارائه شده از تأثیر عوامل محیطی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی پشتیبانی می‌کند. جزئیات مقادیر به‌دست‌آمده از تحلیل مدل مفهومی در راستای پاسخ به فرضیه‌های پژوهش در جدول (۴)، گردآوری و ارائه شده است.

1. Baron and Kenny

جدول ۴:

رگرسیون چندمتغیره روابط ابعاد عوامل محیطی با عوامل نهادی و توسعه کارآفرینی اجتماعی

توسعه کارآفرینی اجتماعی		عوامل نهادی		سایر متغیرها
سطح معناداری (Sig)	بتا (β)	سطح معناداری (Sig)	بتا (β)	عوامل محیطی
۰/۰۰۴	۰/۲۹	۰/۰۰	۰/۳۴	سطح خرد
۰/۰۰۰	۰/۲۶	۰/۰۰	۰/۳۶	سطح میانی
۰/۰۰۶	۰/۱۸	۰/۰۰۵	۰/۲۸	سطح کلان

نتیجه گیری و پیشنهاد

در دو دهه گذشته، مفهوم کارآفرینی اجتماعی و توسعه آن محبوبیت بسیاری پیدا کرده است تا جایی که امروزه به یکی از حوزه‌های مهم پژوهشی تبدیل شده است (سینکلیر و همکاران^۱، ۲۰۱۸؛ هوتا و همکاران^۲، ۲۰۲۰). این پدیده، تاحد زیادی مفهومی جدید و پدیده‌ای پیچیده به‌شمار آید. تاکنون نویسندگان مختلفی به ارائه تعاریف گوناگون از پدیده مذکور پرداخته‌اند که این تعاریف موضوعات گوناگونی از قبیل: عدالت اجتماعی، ارزش اجتماعی، ساختارهای اجتماعی-اقتصادی قابل اتکا، ایجاد نوعی برابری جدید، کاربست نوآوری، مهارت‌های کارآفرینانه، شکاف‌های بازار و حل مشکلات اجتماعی را شامل می‌شود (زهر و همکاران، ۲۰۰۹). سخن از توسعه کارآفرینی اجتماعی بدون در نظر گرفتن عوامل محیطی در برگیرنده آن و مجموعه عواملی که به ترویج و تقویت آن منجر می‌شود، سخنی ناقص خواهد بود. امروزه توسعه کارآفرینی اجتماعی تا حدی اهمیت یافته است که فارغ از میزان توسعه اجتماعی یا اقتصادی کشورها، آن را یکی از کلیدی‌ترین راهکارهای پایداری اجتماعی قلمداد می‌نمایند (کستسکا و برزیاک^۳، ۲۰۱۴). ادبیات این حوزه مطالعاتی نشان می‌دهد توسعه کارآفرینی اجتماعی و ظهور آن تحت تأثیر سه عامل عمده اصلی قرار دارد: تقاضا (خواست

1. Sinclair et al.

2. Hota et al.

3. Kostetska & Berezyak



عمومی برای خدمات-محصولات اجتماعی، به‌عنوان مشتریان یا کاربران؛ عرضه (کارآفرینان اجتماعی) و عوامل محیطی و نهادی ناظر بر آن که بر دو عامل اول نیز تأثیرگذار است (چل و همکاران^۱، ۲۰۱۰؛ اسپیر^۲، ۲۰۰۶). عوامل محیطی، نقش اساسی و عمده‌ای را به‌عنوان عامل ارتقا و محرک کارآفرینان اجتماعی در راستای اقدام به توسعه کارآفرینی اجتماعی داراست (اوانا و شهرازاد^۳، ۲۰۱۳). تاکنون پژوهش‌های متعددی بر روی هر کدام از عوامل سه‌گانه مذکور (عرضه، تقاضا و عوامل محیطی) انجام شده است و یافته‌های هر کدام، بخشی از بدنه دانشی این حوزه مطالعاتی را تشکیل داده است. با این حال، مطابق ادعای همان مطالعات و البته مطالعه عمیق ادبیات حوزه، همچنان شکاف‌های ادبی بسیاری را در آن نشان می‌دهد. در این راستا، مرتفع نمودن شکاف وجود مدلی نوین از عوامل محیطی و نهادی ناظر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در دستور کار پژوهش حاضر قرار گرفت. نتایج پژوهش، طیفی از عوامل محیطی را برای اولین بار در سه سطح خرد و میانی و کلان طبقه‌بندی نمود و تأثیر توأمان سطوح را بر توسعه کارآفرینی اجتماعی و نقش عوامل نهادی را در آن میان بررسی نمود. براساس یافته‌ها، مدل سه سطحی عوامل محیطی و مدل نهادی دو جنبه‌ای (رسمی و غیر رسمی) از برازش لازم برخوردار بوده و مطابق فرضیه‌های پژوهش حاضر، هر دو متغیر تأثیر بسزایی را بر توسعه کارآفرینی اجتماعی دارا هستند. در مورد دلالت‌های گوناگون نتایج پژوهش و مقایسه آن با ادبیات حوزه، در ادامه بحث شده است.

در خصوص بخش عوامل نهادی ارائه شده در مدل، یافته‌های پژوهش حاضر به اعلام نیاز بسیاری از تحقیقات پیشین (برناردینو، همکاران^۴، ۲۰۱۵؛ مایر و مارتی، ۲۰۰۹؛ وولکمان و همکاران، ۲۰۱۲؛ ولتر و اسمال‌بون^۵، ۲۰۱۱) در راستای نیاز به مذاقه بیشتر در عوامل نهادی پاسخ داده است. یافته‌های این پژوهش در خصوص نقش عوامل نهادی در توسعه کارآفرینی اجتماعی به‌نوعی مؤید و گسترش‌دهنده ادعای شل و همکاران^۶ (۲۰۱۰)، است که بر مبنای ادعای آنان، اهمیت

1. Chell et al.

2. Spear

3. Oana & Shahrazad

4. Bernardino et al.

5. Welter & Smallbone

6. Chell et al.

نقش نهادهای گوناگونی از قبیل سازمان‌های جهانی (مثلاً بانک جهانی)، دانشگاه‌های تراز اول جهان، دولت‌ها، آژانس‌های عمومی، شرکت‌های خصوصی و کارآفرینی به دلیل حجم توجه و اختصاص منابع‌شان به کارآفرینی اجتماعی قابل ملاحظه است. نتایج همچنان هم‌راستایی زیادی با یافته‌ها و ادعای سایر پژوهش‌ها با تأکید و تکمیل نقش عوامل نهادی (مانند: باون و دی‌کلرک، ۲۰۰۸؛ برناردینو و همکاران، ۲۰۱۶؛ غزالی و همکاران، ۲۰۲۱) را نشان می‌دهد. با این وجود، بخشی از ارزش افزوده یافته‌های پژوهش حاضر غیر از پاسخ‌گویی به اعلام نیاز پژوهش‌های پیشین، دسته‌بندی عوامل نهادی به دو بخش رسمی و غیر رسمی و طبقه‌بندی عوامل آن در دسته‌های دوگانه‌ای است که به افزایش دقت مطالعات آتی این حوزه کمک خواهد نمود. همچنین، تاکنون طبق اطلاع محققان این پژوهش، تمامی پژوهش‌های پیشین نقش عوامل نهادی را مستقیماً بر روی کارآفرینی اجتماعی توصیف می‌کردند، در صورتی که طبق یافته‌های این پژوهش، عوامل نهادی به نوعی قادر است میزان کمیت و کیفیت ارتباط میان عوامل محیطی با توسعه کارآفرینی اجتماعی را از خود متأثر سازد و به عبارت دیگر نقش میانجی را در ارتباط مذکور ایفا می‌نماید که این مورد در عین هم‌راستایی با نتایج پژوهش‌های پیشین (در خصوص اهمیت و نقش عوامل نهادی)، دیدگاه جدیدی را نسبت به نقش اصلی عوامل نهادی در توسعه کارآفرینی اجتماعی عرضه می‌نماید که در کنار دلالت‌های کاربردی، دلالت نظری مهمی را برای پژوهش‌های آتی این حوزه مطالعاتی در بر خواهد داشت.

علاوه بر مباحث فوق، نتایج پژوهش حاضر به مقدار زیادی پاسخ‌گوی درخواست پژوهش‌های پیشین در خصوص تلفیق عوامل اجتماعی، فرهنگی، شهری و سیاسی در مطالعات توسعه کارآفرینی اجتماعی (چل و همکاران، ۲۰۲۱) به شمار می‌رود. با این وجود، یافته‌های تحقیق حاضر ارزش افزوده دوسویه‌ای را برای ادبیات حوزه به ارمغان آورده است. از یک سو، یافته‌های پژوهش از صرف توجه به عوامل فرهنگی، سیاسی و اقتصادی فراتر رفته و برای نخستین بار مجموعه‌ی زیادی از عوامل محیطی دیگر را نیز با آن تلفیق نموده است



که از جمله آنان می‌توان به عوامل تکنولوژیکی، محیط‌زیستی، قانونی و سایر عوامل نام برد که انتظار می‌رود یافته‌های مرتبط به آن، به غنی‌سازی قابل ملاحظه‌ای ادبیات حوزه انجامیده باشد. از دیگر سو، یافته‌های این پژوهش برای نخستین بار طبقه‌بندی جدیدی از عوامل محیطی موثر بر توسعه کارآفرینی را به صورت کمی آزمون کرده است. این دریچه جدید به سطح‌بندی عوامل محیطی، پتانسیل‌های زیادی را در اختیار تحقیقات آتی برای مطالعه‌ی سایر ابعاد کارآفرینی اجتماعی قرار می‌دهد. به عنوان مثال، طیف زیادی از پژوهش‌های این حوزه بر روی ویژگی‌ها و خصوصیات شخصی کارآفرینان اجتماعی و پرورش آنان پرداخته‌اند (لان و همکاران^۱، ۲۰۱۴؛ پولاس و جهانشاهی^۲، ۲۰۲۱؛ کوهن و همکاران، ۲۰۱۹؛ ارنست^۳، ۲۰۱۲) و عوامل محیطی آن را یا اشاره نکرده‌اند و یا به صورت پراکنده و کلی اشاره نموده‌اند. به عقیده محققان این پژوهش، توصیف عوامل محیطی به صورت کلی و طبقه‌بندی نشده، در مقام اجرا به نوعی سردرگمی در تخصیص وظایف و مسئولیت‌های سازمان‌های دخیل در مسیر تسهیل و توسعه کارآفرینی اجتماعی خواهد انجامید. همچنین ممکن است منجر به تنفیذ وظایف به سازمان-هایی شود که حوزه اختیاراتشان در سایر سطوح بوده و این موضوع به طور بالقوه می‌تواند به هدر رفت و اتلاف طیف وسیعی از منابع اعم از زمان، انرژی، منابع انسانی، منابع مالی و بینجامد.

در خصوص اقتضائات اقلیمی و جغرافیایی نیز این پژوهش تا حدی پاسخ‌گوی ادعای «اسمیت و استیونز»^۴ (۲۰۱۰)، در خصوص ضرورت لحاظ نمودن تفاوت‌های اقلیمی و جغرافیایی در بسط و توسعه دانش موجود از توسعه کارآفرینی اجتماعی است. البته، صرف شناسایی متغیرهای ذیل عوامل اقلیمی و جغرافیایی در این حوزه گام اول کاربردی‌پذیری آن محسوب شده و در ادامه مسیر نیاز است مطالعات تطبیقی بسیاری در راستای تبیین نقش تفاوت‌های اقلیمی و جغرافیایی کشورهای مختلف در توسعه کارآفرینی اجتماعی صورت پذیرد. این ادعا در خصوص اهمیت مقایسه تطبیقی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی

1. Lan et al.

2. Polas & Jahanshahi

3. Ernst

4. Smith and Stevens

برای بهبود قابلیت تعمیم‌پذیری یافته‌های پژوهشی، نیز در سایر تحقیقات این حوزه مطالعاتی (برزگا و دیفورنی، ۲۰۰۱؛ امین و همکاران، ۲۰۰۲؛ برناردینو و همکاران، ۲۰۱۶) قبلاً مورد تأکید قرار گرفته است.

در نهایت می‌توان بیان کرد نتایج پژوهش حاضر قادر است به عملیاتی‌سازی تعداد زیادی از مسائل اجتماعی اشاره شده در پژوهش‌های پیشین؛ از قبیل: مسائل و چالش‌های مرتبط با عوامل محیطی و زمینه و بستر توسعه کارآفرینی اجتماعی، به‌عنوان موضوعات کلیدی دستورکار کارآفرینی اجتماعی منجر شود. به‌عبارت دیگر، دلالت کاربردی مذکور قادر است ضرورت «ارتباط و ادغام»^۱ کارآفرینی را با حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی، مدنی و ملاحظات سیاسی و نهادی برجسته ساخته و به‌دلیل ارائه تصویری کامل‌تر، چندبعدی و چندسطحی از مجموعه عوامل نهادی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی به‌طور بالقوه از اتلاف منابع و آزمون و خطا در مسیر توسعه کارآفرینی جلوگیری نماید.

مهم‌ترین دلالت‌های پژوهش حاضر با توجه به ماهیت بنیادی بخش عمده آن، در حوزه سیاست‌گذاری عمومی است. در این راستا، ضرورت دارد تصمیم‌گیران سطوح کلان و سیاست‌گذاران کشور چهارچوب عوامل نهادی و محیطی را به‌گونه‌ای تقویت نمایند که حامی کارآفرینی اجتماعی باشد و این چهارچوب باید از نوعی تناسب بومی و منطقه‌محوری بهره‌مند باشد که ترکیبی از جنبه‌های تقنینی، اجرایی و قضایی را برای پشتیبانی از کارآفرینی اجتماعی متناسب‌سازی کند. به‌صورت جزئی‌تر، هرگونه اقدامی در راستای تسهیل شرایط توسعه کارآفرینی در کشور بدون در نظر گرفتن تسهیلگرها و موانع محیطی کارآفرینی اجتماعی، ناکارا خواهد بود و حتی ممکن است اثربخشی آن را تحت‌الشعاع قرار دهد. از این منظر، مطابق یافته‌های پژوهش، صرف آگاهی از عوامل نهادی رسمی برای سیاست‌گذاران کافی نیست؛ زیرا در کنار آن، مجموعه عوامل نهادی غیر رسمی نیز بر توسعه کارآفرینی اجتماعی تأثیر بسزایی دارند که از جمله آنان می‌توان به «فرایندهای تصمیم‌سازی» اشاره نمود که در ارتباط با سیاست‌گذاران به نوعی پیشنهاد دهنده نگاه به درون است تا نگاه به



بیرون. در این زمینه، شفافیت در تصمیم‌سازی‌ها، ثبات مدیریتی مخصوصاً در عرصه‌های کلان تصمیم‌سازی، ایفای نقش اصناف در فرایندهای تصمیم‌سازی و بسیاری از موارد دیگر حاکی از ضرورت اصلاحات و تغییرات داخل سیستم تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری عمومی است که به صورت خلاصه می‌توان آن را «نگاه به درون و اصلاح از داخل» در حوزه تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری توصیف کرد.

براساس یافته‌های تحقیق، پیشنهاد اصلی به مدیران سطح کلان کشور، استفاده از ظرفیت‌های بزرگ اجتماعی- فرهنگی کشور در مسیر توسعه کارآفرینی اجتماعی است. یکی از مزیت‌های بزرگ کشور ایران در مسیر توسعه کارآفرینی اجتماعی، در حوزه اجتماعی و فرهنگی بوده که برخی از جزییات آن حتی در کشورهای توسعه‌یافته نیز وجود ندارد. به عنوان مثال، ایران از منظر مدل‌های فرهنگی، دارای خصوصیات فرهنگی جمع‌گرایانه (در برابر فردگرایانه) است، فرهنگ مشارکتی در آن به چشم می‌خورد و پتانسیل‌های عظیم فرهنگی، آیینی و مذهبی (مثلاً: قرض‌الحسنه، وقف، خیریه و ...) در آن وجود دارد که در صورت بهره‌گیری اصولی و هدفمند از این مواهب، پتانسیل عظیمی را برای توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشور در اختیار مدیران خواهد گذاشت.

❖ محدودیت‌های پژوهش

یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های تحقیق حاضر که در غالب پژوهش‌های رشته‌های انسانی نیز به چشم می‌خورد، مطالعه جامعه و نمونه آماری خاص و محدود است که در این پژوهش به نمونه آماری در دسترس محدود می‌شد. در این خصوص، اگرچه محققان با در نظر گرفتن هر دو جامعه دانشگاهی و اجرایی، سعی در غنی‌سازی داده‌ها و افزایش درجه شمول نظری آن پرداختند، با این حال نیاز است تعمیم یافته‌های پژوهش با احتیاط و با در نظر داشتن محدودیت جامعه و نمونه آماری صورت گیرد و موضوع تعمیم‌پذیری یکی از محدودیت‌های عمده پژوهش حاضر محسوب می‌شود که البته در بخش مسیرهای آتی پژوهشی پیشنهادهایی برای پُرکردن شکاف مذکور ارائه شده است. همچنین انجام تحقیق حاضر در زمان وقوع

پاندمیک کرونا بود که دسترسی به افراد و جذب همکاری و دریافت پاسخ‌ها را غالباً به استفاده از ابزارهای ارتباطی در محیط مجازی محدود ساخت و این موضوع باعث تأخیر در روند انجام کار و تا حدی تحت‌الشعاع قرار گرفتن کیفیت دسترسی به مشارکت‌کنندگان شد.

❖ پیشنهادهای پژوهش

از حیث دلالت‌های نظری و پژوهشی در دهه اخیر، توسعه کارآفرینی اجتماعی توجهات به‌خصوصی را از جانب سیاست‌گذاران، دانشگاهیان، متخصصان و عموم مردم به خود معطوف داشته است (سکلیوکیم و کیسیلیوس^۱، ۲۰۱۵). بااین‌وجود، مبحث توسعه کارآفرینی اجتماعی هنوز نیز یکی از حوزه‌های علمی و مطالعاتی در حال رشد است و نظریه کارآفرینی اجتماعی هنوز نیز در مرحله مفهوم‌پردازی است (گربلیکایت^۲، ۲۰۱۲). در همین راستا، مطابق با یافته‌های پژوهش حاضر، تعدادی از شکاف‌ها و مسیرهای پیشنهادی مطالعاتی در تحقیقات آتی معرفی می‌شود:

به زعم شل و همکاران^۳ (۲۰۱۰)، حتی در اروپا نیز [با آن میزان بالای شاخص‌های توسعه‌یافتگی]، نوع توسعه‌یافتگی کارآفرینی اجتماعی می‌تواند از کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد. در این راستا، در هر کشور به‌دلیل وجود عوامل موثر و متغیرهای متأثر خاص خود، این انتظار می‌رود که شرایط توسعه کارآفرینی اجتماعی آنان نیز با هم متفاوت باشد. این شرایط در برگیرنده مواردی از قبیل متغیرهای پیشران، فرصت‌ها، تهدیدها، مسیرهای مختلف، تجارب موفقیت‌آمیز و اقدامات توسعه کارآفرینی اجتماعی خاص هر کشور است. اهمیت نقش عامل بافت-زمینه و به‌طور کلی عوامل محیطی ناظر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی، قبلاً توسط گریمز و همکاران^۴ (۲۰۱۳)، تشریح شده است؛ تاجایی که به عقیده آنان، در نخستین مرحله مطالعات حوزه کارآفرینی اجتماعی و پی‌ریزی مقدمات توسعه آن، می‌بایست به مطالعه محیط و شرایط محیطی آن پرداخت که فراهم‌کننده فرصت‌ها و

1. Sekliuckiene & Kisielius

2. Greblikaite

3. Chell et al.

4. Grimes et al.



نشان‌دهنده مشکلات اجتماعی است. بنابراین، عملیاتی‌سازی ایده «فضاها و محیط‌های متفاوت» و «زمینه‌ها و شرایط» مختلف که اقدامات توسعه کارآفرینی اجتماعی در آن رشد می‌یابند، می‌تواند زمینه‌ای برای مطالعات و تحقیقات آتی را در خصوص سرشت و تنوع اشکال توسعه کارآفرینی اجتماعی فراهم سازد. این مهم همچنین اهمیت پژوهش در مواردی مانند مطالعات مردم‌شناسانه و فرهنگی حول محور تحقیقات حوزه توسعه کارآفرینی اجتماعی را بیش‌از پیش برجسته می‌سازد.

از آنجایی‌که سازمان‌های اجتماعی را می‌توان یکی از پایه‌های لازم برای رشد و توسعه کارآفرینی اجتماعی قلمداد نمود؛ یکی از مسیرهای مورد نیاز در مطالعات آتی این حوزه می‌تواند چالش‌ها و موانع موجود در مسیر رشد و توسعه سازمان‌ها و بنگاه‌های اجتماعی باشد. به‌عنوان مثال، از آنجایی‌که «مبانی اخلاقی»^۱ سازمان‌های اجتماعی به‌طور قابل توجهی بر استراتژی‌ها و عملیات این سازمان‌ها تأثیرگذار است، چگونگی پاسخ‌گویی به انتظارات متعدد همه ذی‌نفعان و تضمین اثربخشی رشد سازمان و فعالیت‌های آن در راستای کارآفرینی اجتماعی، یکی از چالش‌هایی است که پاسخ داده نشده است و می‌تواند مبنای مناسب و پراهمیتی را برای مسیرهای آتی پژوهشی در این حوزه مطالعاتی فراهم آورد.

بر مبنای مطالعه ادبیات، یکی از مهم‌ترین مسیرهای آتی پژوهشی در زمینه کارآفرینی اجتماعی و توسعه آن، مربوط به بومی‌سازی آن در تعریف و محتوا و اجرا و تعیین معیارهای ارزیابی آن است. در این راستا باید در نظر داشت رویکرد آمریکایی به کارآفرینی اجتماعی، تا حد زیادی معطوف بر موفقیت فردی و مالی و دستاوردهای مالی کوتاه‌مدت است؛ ولی رویکرد اروپایی به آن بیشتر متمرکز بر موفقیت جمعی و برنامه‌ریزی بلندمدت است. همچنین، رویکرد اروپایی در گفتمان سازمان اجتماعی، بر روی مدل‌های جمعیت‌شناختی و مشارکتی حکمرانی تأکید می‌ورزد و بیشتر بر روی ارائه‌دهندگان خدمات متمرکز است (اشمیتز، ۲۰۱۵)؛ درحالی‌که رویکرد آمریکایی برجسته‌کننده مرز میان خیریه و کارآفرینی اجتماعی بوده و شامل تولیدکنندگان انتفاعی و استراتژی‌های انتفاعی است (ریدلی داف^۲،

1. Ethical foundations

2. Ridley-Duff

۲۰۰۷). با توجه به موارد فوق، روشن است که نقش محیط و فرهنگ در مفهوم‌پردازی توسعه کارآفرینی اجتماعی نقشی اساسی دارد. بر این اساس، هنوز در کشور در ابعاد دیگری از مطالعات بومی نیازمند پژوهش بر روی توسعه کارآفرینی هستیم: ۱. مفهوم‌پردازی توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران و نسبت آن با رویکردهای آمریکایی و اروپایی؛ ۲. ارائه ابزارهای کاربردی توسعه کارآفرینی اجتماعی بر مبنای مفهوم‌پردازی متناسب با کشور ایران؛ ۳. تعیین ابزار سنجش نرخ توسعه کارآفرینی اجتماعی بر مبنای نیازمندی‌های کشور.

از دیگر مسیرهای مهم پژوهشی که می‌تواند در تحقیقات آتی پیگیری شود، تفاوت سازمان‌های انتفاعی و غیر انتفاعی (یا از منظری دیگر، سازمان‌های دولتی، شبه‌دولتی و خصوصی) در تأثیرپذیری از عوامل محیطی و نهادی موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی است. این موضوع که شدت تأثیر عوامل محیطی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی از کشوری به کشور دیگر و از منطقه‌ای به منطقه‌ای دیگر متفاوت است، در خصوص ماهیت و سرشت سازمان‌های مختلف هم صدق می‌کند و شدت و اولویت تأثیرگذاری عوامل مذکور بر سازمان‌های مختلف، متفاوت خواهد بود. به عقیده محققان پژوهش حاضر، اکنون که مدلی کامل‌تر و شفاف‌تر و دارای طبقه‌بندی و سطح‌بندی بهتری از عوامل محیطی توسعه کارآفرینی اجتماعی در دسترس است، زمان مناسبی را برای مطالعات تطبیقی بین‌سازمانی و ارائه راهکارهای بهبود توسعه کارآفرینی اجتماعی مناسب با سرشت هر دسته از سازمان‌ها فراهم می‌کند که می‌تواند مورد توجه محققان در تحقیقات آتی قرار گیرد.



فهرست منابع

- حسینی نیا، غلامحسین؛ موسی‌خانی، مرتضی؛ یعقوبی، احمد؛ موسوی، سیده‌زهرا (۱۴۰۰).
ارائه مدل یکپارچه عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد داده‌بنیاد، فصلنامه
 آینده‌پژوهشی راهبردی، ۱(۱)، ۳۵-۶۲.
- عرب، عباس (۱۳۹۰). *نقش سبک رهبری تحولی مدیران در پیش‌بینی کارآفرینی اجتماعی*
کارکنان: مطالعه تطبیقی دانشگاه‌های دولتی با دانشگاه‌های غیردولتی مشهد، پایان‌نامه مقطع
 کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد: دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی.
- لوننبرگ، فردریک سی؛ آیربی، بورلی ج (۱۳۹۳). *روشن‌شناسی تحقیق و نگارش پایان‌نامه در*
علوم اجتماعی، رفتاری و مدیریت، ترجمه: وجه‌الله قربانی‌زاده و سید محمدتقی حسینی مرام،
 تهران: انتشارات بازتاب.

References

- Aeeni, Z., Motavaseli, M., Sakhdari, K., & Dehkordi, A.M. (2019). Baumol's theory of entrepreneurial allocation: A systematic review and research agenda, *European Research on Management and Business Economics*, 25(1), 30–37.
- Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2008). Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 656-672.
- Alvedalen, J., & Boschma, R. (2017). A critical review of entrepreneurial ecosystems research: Towards a future research agenda, *European Planning Studies*, 25(6), 887–903. <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1299694>.
- Alvord, S.H., Brown, L.D. & Letts, C.W. (2003). *Social Entrepreneurship Leadership That Facilitates Societal Transformation an Explortory Study*, Working Papers, John F. Kennedy School of Government, Center for Public Leadership, Harvard University.
- Amin, A., Cameron, A., and Hudson, R. (2002). *Placing the social economy*. London: Routledge.
- Azoury, N. (2022). *Entrepreneurship and Social Entrepreneurship in the MENA Region: Advances in Research*. Springer Nature.
- Baharuddin, A., Guntur, N.O., Asyari, M.S., Lubis, A., & Lubis, M.A. (2022). Political Economy Factors Affecting the Development of Social Entrepreneurship in Eastern Indonesia. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 28(1), 1-11.
- Bansal, S., Garg, I., & Sharma, G.D. (2019). Social entrepreneurship as a path for social change and driver of sustainable development: A systematic review and research agenda, *Sustainability*, 11(4), 1091.
- Borzaga, C., and Defourny, J. (2004). Conclusions: Social enterprises in Europe: A diversity of initiatives and prospects, In *The emergence of social enterprise*, ed. C. Borzaga and J. Defourny, 350–71. London: Routledge.
- Bowen, H.P., and De Clercq, D. (2008). Institutional context and the allocation of entrepreneurial effort, *Journal of International Business Studies*, Vol. 39 No. 4, pp. 747-768.
- Bernardino, S., Santos, J.F. and Ribeiro, J.C. (2015). Social entrepreneurship: Does institutional environment makes a difference, paper presented at 55th Congress of the European Regional Science Association, Lisbon, Portugal.
- Bernardino, S., Santos, J. F., & Ribeiro, J. C. (2016). Social entrepreneurship: Does institutional environment make a difference?, In *Handbook of research on entrepreneurial success and its impact on regional development* (pp. 513-538). IGI Global.
- Castano, M.S., Méndez, M.T., & Galindo, M.A. (2016). The effect of public policies on entrepreneurial activity and economic growth, *Journal of Business Research*, 69(11), 5280–5285.
- Cavallo, A., Ghezzi, A., & Balocco, R. (2019). Entrepreneurial ecosystem research: Present debates and future directions, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1291–1321. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0526-3>.
- Certo, S.T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key Issues and Concepts, *Business Horizons*, 51, 267-271.
- Chell, E., Nicolopoulou, K., & Karataş-Özkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives, *Entrepreneurship & Regional Development*, 22, 485-493.



- Cohen, H., Kaspi-Baruch, O., & Katz, H. (2019). The social entrepreneur puzzle: the background, personality and motivation of Israeli social entrepreneurs, *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 211-231.
- Djankov, S., Miguel, E., Qian, Y., Roland, G., Zhuravskaya, E. (2005). Who are the Russian entrepreneurs? *Journal of European Economic Association Papers and Proceedings* 3(23), 587-597.
- Djankov, S., Qian, Y., Roland, G., Zhuravskaya, E. (2006). Entrepreneurship and development: first results for China and Russia. Paper presented at the American Economic Association Conference, Boston, MA.
- Doran, J., McCarthy, N., & O'Connor, M. (2018). The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries, *Cogent Economics & Finance*, 6(1), 1-14.
- El Chaarani, H., & Raimi, L. (2021). Determinant factors of successful social entrepreneurship in the emerging circular economy of Lebanon: exploring the moderating role of NGOs, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. ahead-of-print, No. ahead-of-print.
- Ernst, K. (2012). Social entrepreneurs and their personality, In *Social entrepreneurship and social business* (pp. 51-64). Gabler Verlag.
- Faghih, N. (2021). *Strategic Entrepreneurship: Perspectives on Dynamics, Theories, and Practices*. Springer Nature.
- Fajardo García, I.G. (2021). The legal recognition of the social economy in Europe: Scope and consequences. Available at: <https://repositorio.coomewa.com.co/handle/coomeva/2719>
- Fernandes, A.J., & Ferreira, J.J. (2021). Entrepreneurial ecosystems and networks: A literature review and research agenda, *Review of Managerial Science*, 1-59. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00437-6>.
- Gerard, G., and Shaker, A.Z. (2002). Culture and Its Consequences for Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 5-8.
- Ghazali, E.M., Mutum, D.S., & Javadi, H.H. (2021). The impact of the institutional environment and experience on social entrepreneurship: a multi-group analysis, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Greblikaite, J. (2012). Development of Social Entrepreneurship: Challenge for Lithuanian Researchers, *European Integration Studies*, (6), 210-215.
- Grimes, M.G., McMullen, J.S., Vogus, T.J., & Miller, T.L. (2013). Studying the Origins of Social Entrepreneurship: Compassion and the Role of Embedded Agency, *Academy of Management Review*, 38, 460-463.
- Guclu, Ayse & Dees, J. Gregory. (2002). *The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit*. by the Fuqua School of Business.
- Hota, P.K., Subramanian, B., & Narayanamurthy, G. (2020). Mapping the intellectual structure of social entrepreneurship research: A citation/co-citation analysis, *Journal of Business Ethics*, 166, 89-114. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04129-4>.
- Hunter, S.A. (2021). The Debt Burden of Social Enterprises: How Choices Around Legal Form and Purpose Can Impact the Funding Options for Social Entrepreneurs, In *Ethical Discourse in Finance* (pp. 201-221). Palgrave Macmillan, Cham.
- Jenssen, J., & Havnes, P. (2002). Public Intervention in the Entrepreneurial Process: A Study Based on Three Norwegian Cases, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 8, N. 3.

- Jeromanova-Maura, S., & Zvirgzdina, R. (2021). Impact of globalization on the development of social entrepreneurship in Latvia, In SHS Web of Conferences (Vol. 129, p. 08008). EDP Sciences.
- Johnson, S. (2000). Literature review on social entrepreneurship, Canadian Centre for Social Entrepreneurship, 16(23), 96-106.
- Johnson, S., McMillan, J., Woodruff, C. (1999). Contract enforcement in transition. EBRD Working paper no. 45. (<http://www.ebrd.org>).
- Johnson, M.P., & Schaltegger, S. (2020). Entrepreneurship for sustainable development: A review and multilevel causal mechanism framework, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(6), 1141-1173.
- Klimas, P., & Wronka-Pospiech, M. (2022). Social Entrepreneurship and Entrepreneurial Ecosystems: Do They Fit?, *Problemy Zarzadzania (Management Issues)*, 20(1), 43-66. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.95.2>.
- Kostetska, I., & Berezyak, I. (2014). Social entrepreneurship as an innovative solution mechanism of social problems of society, *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 36(3), 569-577.
- Lan, H., Zhu, Y., Ness, D., Xing, K., & Schneider, K. (2014). The role and characteristics of social entrepreneurs in contemporary rural cooperative development in China: case studies of rural social entrepreneurship, *Asia Pacific Business Review*, 20(3), 379-400.
- Laville, J., and Nyssens M.V.T. (2001). The social enterprises: Towards a theoretical approach, In *The emergence of social enterprise*, ed. C. Borzaga and J. Defourny, 312-32. London: Routledge.
- Lewis, D. (2001). *The Management of Non-Governmental Development organizations*, Taylor & Francies Group.
- Mair, J., and Marti, I. (2009). Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh, *Journal of Business Venturing*, Vol. 24 No. 5, pp. 419-435.
- Mair, J., & Robinson, J. (2006). *Social Entrepreneurship*, New York, Palgrave Macmillan.
- Margiono, A. F. (2021). The Government Initiative and Social Entrepreneurship in Thailand: Exploring the Role of Pracharath Rak Samakee, Business Law, and Management (BLM2): International Conference on Advanced Marketing (ICAM4) An International Joint e-Conference-2021 Department of Marketing Management, Faculty of Commerce and Management Studies, University of Kelaniya, Sri Lanka, pp. 58-59.
- Maroufkhani, P., Wagner, R., & Wan Ismail, W.K. (2018). Entrepreneurial ecosystems: A systematic review, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(4), 545-564. <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2017-0025>.
- McMillan, J., Woodruff, C. (1999). Inter-firm relationships and informal credit in Vietnam. *Quarterly Journal of Economics*, 114(4), 1285-1320.
- McMillan, J., Woodruff, C. (2002). The central role of entrepreneurs in transition economies. *Journal of Economic Perspectives*, 16(3), 153-170.
- Méndez-Picazo, M.T., Galindo-Martín, M.A., & Castaño-Martínez, M.S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development, *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(2), 69-77.
- Mohd Hidzir, P.A., Ismail, S., & Kassim, E.S. (2021). The government support and stakeholder engagement towards social entrepreneurship performance in Malaysia: an



- empirical investigation, In: E-Proceeding for Asian Conference on Business, Economics and Social Science (ACBESS) 2021. Center for Islamic Philanthropy and Social Finance (CIPSF), Alor Gajah, p. 33.
- Oana, G., & Shahrazad, H. (2013). Does civil society create social entrepreneurs?, *Annals of The University of Oradea, Economic Science Series*, 22, 650-657.
 - Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why Women Enter in Entrepreneurship, an Explanatory Model", *Women in Management Review*, vol. 16, N. 5.
 - Pelucha, M., Kourilova, J., & Kveton, V. (2017). Barriers of social entrepreneurship development—a case study of the Czech Republic. *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(2), 129-148.
 - Polas, M.R.H., & Afshar Jahanshahi, A. (2021). The effects of individual characteristics on women intention to become social entrepreneurs?, *Journal of Public Affairs*, 21(2), e2204.
 - Ridley-Duff, R. (2007). Communitarian perspectives on social enterprise, *Corporate Governance: An International Review*, 15(2), 382–392. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2007.00568.x>.
 - Schaltegger, S., Hörisch, J., & Loorbach, D. (2020). Corporate and entrepreneurial contributions to sustainability transitions, *Business Strategy and the Environment*, 29(1), 1617–1618.
 - Schmidt-Catran, A.W., & Fairbrother, M. (2016). The Random Effects in Multilevel Models: Getting Them Wrong and Getting Them Right, *European Sociological Review*, 32(1), 23-38.
 - Schmitz, B. (2015). Social entrepreneurship, social innovation, and social mission organizations: Toward a conceptualization, In Cnaan, Ram A. (Ed.), *Cases in innovative nonprofits: Organizations that make a difference*, (pp. 17–42). Los Angeles, California: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781483398082.n4>.
 - Sekliuckiene, J., & Kisielius, E. (2015). Development of social entrepreneurship initiatives: a theoretical framework, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 1015-1019.
 - Sengupta, S., & Sahay, A. (2017). Social entrepreneurship research in Asia-Pacific: Perspectives and opportunities, *Social Enterprise Journal*, 13(1), 17-37.
 - Sharifi-Tehrani, M., Seyfi, S., & Zaman, M. (2021). At the intersection of tourism social entrepreneurship and empathy: Development and validation of an empathy scale, *Journal of Business Research*, 141, 433-447.
 - Sinclair, S., Mazzei, M., Baglioni, S., & Roy, M. J. (2018). Social innovation, social enterprise, and local public services: Undertaking transformation?, *Social Policy & Administration*, 52(7), 1317–1331. <https://doi.org/10.1111/spol.12389>.
 - Smith, B.R., & Stevens, C. (2010). Different forms of social entrepreneurship: The role of geography and structural embeddedness on measurement and scaling of social value, *Entrepreneurship and Regional Development*, 22, 575–598.
 - Spear, R. (2006). Social entrepreneurship: A different model?, *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 399–410.
 - Stoica, O., Roman, A., & Rusu, V.D. (2020). The nexus between entrepreneurship and economic growth: A comparative analysis on groups of countries, *Sustainability*, 12(1186), 1–19.
 - Tambunan, T. (2007). Entrepreneurship development: SMES in Indonesia, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(01), 95-118.

- Thijssen, T.J.P. and Vernooij, F.T.J. (2007). Social Entrepreneurship and Cultural Change: The Relevance of a Public Sector Experiment for Innovative Education, London: Springer, P. 555-579.
- Tišma, S., Maleković, S., Jelinčić, D.A., Škrtić, M.M., & Keser, I. (2022). From Science to Policy: How to Support Social Entrepreneurship in Croatia, Journal of Risk and Financial Management, 15(1), 1-19.
- Usaid, (2000). New Pathsherp Initiative: NGO Empowerment, NPI Core Report.
- Volkmann, C.K., Tokarski, K.O. and Ernst, K. (2012). Background, characteristics and context of social entrepreneurship, in Volkmann, C. K., Tokarski, K. O. and Ernst, K. (Eds.), Social Entrepreneurship and Social Business, Gabler Verlag, Berlin, pp. 3-30.
- Welter, F., and Smallbone, D. (2011). Institutional perspectives on entrepreneurial behaviour in challenging environments, Journal of Small Business Management, Vol. 49, No. 1, pp. 107-125.
- Wurth, B., Stam, E., & Spigel, B. (2021). Toward an entrepreneurial ecosystem research program, Entrepreneurship Theory and Practic. <https://doi.org/10.1177/1042258721998948>.
- Zahra, S.A. (2007). Contextualizing theory building in entrepreneurship research, Journal of Business Venturing, 22, 443-452.
- Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O., & Shulman, J.M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges, Journal of business venturing, 24(5), 519-532.
- Zahra, S.A., Nambisan, S. (2011). Entrepreneurship in global innovation ecosystems, AMS Review, 1(1), 4-17.
- Zahra, S.A., & Wright, M. (2016). Understanding the social role of entrepreneurship, Journal of Management Studies, 53(4), 610-629.