

مقاله پژوهشی: ارائه مدل یکپارچه عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کار آفرینی

اجتماعی با رویکرد داده‌بنیاد

20.1001.1.24234621.1401.12.47.7.9

سیده زهرا موسوی^۱، غلامحسین حسینی‌نیا^{۲*}، مرتضی موسی‌خانی^۳، احمد یعقوبی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۰۷

چکیده

یکی از موضوعاتی که در توسعه کارآفرینی اجتماعی اهمیت ویژه‌ای دارد نقش و تأثیر عوامل محیطی بر آن است. اگرچه تاکنون تعداد زیادی از پژوهش‌ها به‌منظور به‌تصویر کشیدن نقش عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی اجتماعی تلاش کرده‌اند، تعدادی از پژوهش‌ها نیز به فقدان دانش کافی و خلأ وجود مدلی یکپارچه در خصوص مجموعه عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی اشاره داشته‌اند. این پژوهش با هدف ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه از سطوح گوناگون عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی و به‌منظور پر کردن خلأ مورد تأکید پژوهشگران این حوزه مطالعاتی انجام شده است. روش پژوهش حاضر کیفی بوده و بر مبنای اهداف آن روش تحلیل داده‌بنیاد با رویکرد کلاسیک (گلنری) اتخاذ شده است. برای ارتقای کیفیت داده‌های حاصل از مصاحبه و پوشش هر دو جنبه نظری و تجربی از مفهوم مورد مطالعه، جامعه آماری پژوهش از میان اساتید رشته کارآفرینی دانشگاه‌های تهران و قزوین و کارکنان زیرمجموعه معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تعیین شد. مطابق با قاعده اشباع نظری، نمونه آماری به تعداد ۲۲ نفر از جامعه آماری مذکور رسید. یافته‌های تحقیق مدل مفهومی گسترده‌ای از عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در سه سطح کلی کلان (ملی و بین‌المللی)، میانی (سازمانی) و خرد (فردی) ارائه می‌کند. متعاقباً عوامل زیرمجموعه و تشکیل‌دهنده هر کدام از سطوح سه‌گانه نیز شناسایی و معرفی شدند. یافته‌های مذکور همچنین مسیرهای پژوهشی متعددی را برای ادامه مطالعات آتی در این حوزه آشکار ساخت که در انتهای این مقاله به آن اشاره شده است.

کلیدواژه‌ها: توسعه کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، مدل یکپارچه، داده‌بنیاد.

(مقاله استخراج‌شده از رساله دکتری)

۱. کاندید دکتری رشته کارآفرینی، دانشگاه آزاد قزوین.

۲. دانشیار دانشگاه آزاد قزوین، دانشکده مدیریت و حسابداری (نویسنده مسئول). ایمیل: Hosseininia@ut.ac.ir

۳. دانشیار دانشگاه آزاد قزوین، دانشکده مدیریت و حسابداری.

۴. دانشیار دانشگاه بوعلی سینا همدان، دانشکده مدیریت و حسابداری.

مقدمه

طرح مفهوم کارآفرینی اجتماعی و تلاش در راستای نهادینه‌سازی و تسهیل آن می‌تواند به روند پیشرفت کشورهای در حال توسعه کمک قابل توجهی نماید (ماتی و ماتی، ۲۰۱۱؛ دای و دیگران، ۲۰۱۲؛ نلسون و دیگران، ۲۰۱۸)؛ ایران نیز به‌عنوان کشوری در حال توسعه از این قاعده مستثنا نیست. ایران کشوری است که سابقهٔ پر بار و دیرینه‌ای در حوزهٔ فعالیت‌های عام‌المنفعه به اشکال گوناگون دارد (هاشمی و دیگران، ۱۳۹۷؛ محمدی، ۱۳۹۰؛ شاهرزایی و دیگران، ۱۳۸۱) و توجه رویکردی نو در این زمینه سبب بالفعل شدن قابلیت‌های بالقوه‌ی موجود در این حوزه می‌شود؛ در این زمینه کاهش احتمال موفقیت اقدامات در زمینهٔ توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی بدون شناخت جامع از عوامل و اقتضائات محیطی بدیهی به نظر می‌رسد؛ این در حالی است که علی‌رغم وجود پژوهش‌های متعدد در این حوزه، طبق اطلاع محققان تاکنون تحقیقات معطوف به عوامل محیطی غالباً رویکردی جزئی و تک‌بعدی به عوامل مذکور داشتند و مدلی یکپارچه از عوامل مذکور، سطوح آن‌ها و ارتباطات میان‌سطحی آنان در ادبیات مربوط یافت نمی‌شود. هدف از این پژوهش ارائهٔ مدلی یکپارچه و چندسطحی از عوامل محیطی مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی با استفاده از روش کیفی داده‌بنیاد^۱ است.

مدل موردنظر عوامل محیطی مؤثر بر توسعهٔ 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 توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی در کشور کمک شایان توجهی کند؛ همچنین مسیرهای شفاف و مفیدی را برای محققان در پژوهش‌های آتی مشخص خواهد کرد و به‌طور بالقوه قادر است از هدر رفت زمان، انرژی و سرمایهٔ زیادی در انجام پژوهش‌های مرتبط در مسیرهای انحرافی بکاهد. در این راستا سؤالات پژوهش حاضر به

^۱ Matei and Matei

^۲ Dai and Spire

^۳ Nelson-Nunez and Cartwright

^۴ Grounded Theory

این قرار در نظر گرفته شده‌اند؛ سؤال اصلی: «مدل یکپارچه عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی چیست؟»، سؤال فرعی ۱: «عوامل و مؤلفه‌های محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی کدامند؟»، سؤال فرعی ۲: «تأثیرگذاری عوامل محیطی بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در کدام سطوح اعمال می‌شود؟»

اهمیت و ضرورت پژوهش حاضر را می‌توان از سه جنبه محتوایی، زمانی و مکانی مورد بحث قرار داد. از جنبه محتوایی، همان‌گونه که اشاره شده کارآفرینی اجتماعی یکی از بهترین راهکارها برای برون‌رفت از چالش‌ها، مشکلات و محرومیت‌های متعددی است که جوامع مختلف با آن درگیرند (آرامش و دیگران، ۱۴۰۰؛ کانسترتینو و دیگران، ۲۰۲۰؛ موریس، و دیگران، ۲۰۲۰؛ ساهاسرانام و دیگران، ۲۰۲۰). این اهمیت و فرصت طلایی استفاده از ابزار کارآفرینی اجتماعی، ضرورت مطالعه و شناخت کامل و هرچه بیشتر این پدیده را محرز می‌سازد؛ با این حال هنوز هم بسیاری از جوانب مفهوم کارآفرینی اجتماعی مانند عوامل نهادی ناظر بر آن (داسین، و دیگران، ۲۰۱۱؛ اوربانو و دیگران، ۲۰۱۷) و عوامل محیطی دربرگیرنده آن (بیویو و دیگران، ۲۰۱۶) نیاز به بررسی و شناخت بیشتر داشته و از برخی از جنبه‌های آن دانش کافی در دسترس نیست؛ در خصوص اهمیت مکانی و زمانی نیز، کشور ایران با توجه به دارا بودن پتانسیل‌های عظیم رشد و توسعه و همچنین به‌عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه مطرح در سطح منطقه و جهان، هنوز نیز از بسیاری از معضلات و محرومیت‌ها رنج می‌برد (محمدیگی و دیگران، ۱۳۹۹؛ مشفق و دیگران، ۱۳۹۹؛ امین‌نژاد و دیگران، ۱۳۹۷؛ بت‌شکن و دیگران، ۱۳۹۶). بسیاری از شاخص‌های توسعه‌یافتگی ایران نیازمند رشد هرچه سریع‌تر و بهتر است تا بتواند در عرصه رقابت جهانی و کاهش فاصله با کشورهای توسعه‌یافته و سایر کشورهای در حال توسعه به مسیر خود ادامه دهد. این اهمیت و ضرورت مکانی در جایگاهی

۱ Canestrino et al.

۲ Dacin, Dacin and Tracey

۳ Urbano et al.

۴ Bewayo & Portes

بیش‌ازپیش خود را محرز می‌سازد که از نظر زمانی نیز توسعه کارآفرینی اجتماعی ضرورت خود را مبرهن سازد. در زمان انجام پژوهش حاضر، کشور ایران متحمل بیشترین میزان تحریم‌ها در تاریخ معاصر خود شده است که در صورت عدم مواجهه علمی و هدفمند با این تحریم‌ها معضلات و محرومیت‌های کشور پتانسیل رشد با نرخ تصاعدی را خواهند داشت که در آن صورت توقف و جلوگیری از رشد آن روزبه‌روز دشوارتر خواهد شد؛ بنابراین به نظر می‌رسد اهمیت سه جنبه محتوایی، زمانی و مکانی در خصوص «توسعه کارآفرینی اجتماعی» در کشور آنچنان درهم‌تنیده و آمیخته شده‌اند که ضرورت و اهمیت مطالعه آن را به‌منظور کمک به شناخت بهتر آن و کاهش ریسک انجام و تضمین موفقیت آن را کاملاً مشهود می‌سازد.

۲. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۲-۱. پیشینه پژوهشی

تاکنون پژوهش‌های متعددی در خصوص مفهوم و اهمیت کارآفرینی اجتماعی در داخل و خارج از کشور انجام شده است که اگرچه مبنای مناسبی را برای شکل‌گیری پژوهش حاضر فراهم می‌آورند و دستاوردهای ارزشمندی را به این حوزه علمی افزوده‌اند ولی همچنان از محدودیت‌ها و خلأهایی برخوردارند که برطرف کردن آن یکی از اهداف اصلی این پژوهش است؛ در ادامه (جدول ۱)، بخشی از پژوهشی‌های انجام‌شده در ارتباط با کارآفرینی اجتماعی در داخل و خارج از کشور ایران گردآوری و معرفی شده‌اند و فاصله آنان با اهداف خاص پژوهش حاضر نیز بیان شده است.

جدول ۱. جمع‌بندی پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی در داخل و خارج از کشور

محقق	تمرکز پژوهش	فاصله از اهداف پژوهش حاضر
کریمی حساری و همکاران (۱۴۰۰)	تبیین شرایط توسعه قصد کارآفرینی اجتماعی دانشجویان	تمرکز بر «قصد» کارآفرینی اجتماعی و نه عوامل مؤثر محیطی بر روی خود پدیده توسعه کارآفرینی اجتماعی
کارپیشه (۱۳۹۸)	توسعه گردشگری مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی	تمرکز صرف بر روی یکی از پیامدهای کارآفرینی اجتماعی و عدم تمرکز بر روی عوامل مؤثر بر آن
نادعلی‌پور پلکی و	تبیین شرایط زمینه‌ای به‌منظور توسعه	تمرکز صرف بر روی عوامل زمینه‌ای مؤثر بر

محقق	تمرکز پژوهش	فاصله از اهداف پژوهش حاضر
همکاران (۱۳۹۸)	کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ایران	توسعه کارآفرینی اجتماعی و محدود بودن به یک جامعه آماری و عدم امکان تعمیم‌پذیری نتایج
عمرانی و همکاران (۱۳۸۹)	رتبه‌بندی اهمیت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اجتماعی	عدم تمرکز بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی
خانی جزنی (۱۳۸۵)	توصیف بستر اجتماعی کارآفرینی	عدم تمرکز بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی
صالحی صدقیانی (۱۳۸۹)	بررسی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مشخصه‌های رفتاری	عدم تمرکز بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی
انصاری و همکاران (۱۳۸۹)	شناسایی ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی	عدم تمرکز بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی
لومپکین و همکاران (۲۰۱۸)	تشریح جزئیات هرکدام از اقسام سرمایه‌های فیزیکی، مالی، انسانی و اجتماعی در مسیر کارآفرینی اجتماعی	عدم تمرکز بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی
ابوسایفان (۲۰۱۲)	بررسی تعریف و مرزهای تعاریف مفهوم کارآفرینی اجتماعی	عدم تمرکز بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی
شاکر زهرا (۲۰۱۱)	بررسی «اکوسیستم‌های نوآوری» به‌عنوان یکی از عوامل محیطی بااهمیت و اثرگذار در اقدامات کارآفرینانه	تمرکز صرف بر روی یکی از عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی و اقدامات کارآفرینانه
شاکر زهرا و نامبسان (۲۰۰۷)	سناریوهای تئوری پردازی درزمینه کارآفرینی	اشاره به اهمیت عوامل محیطی و زمینه‌ای در پژوهش‌ها و نه ارائه مدلی از عوامل مذکور
مارتین و آزیبرگ (۲۰۰۷)	بررسی مفهوم و تعریف کارآفرین اجتماعی	عدم تمرکز بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی
جرارد و شاکر (۲۰۰۲)	معرفی «فرهنگ» به‌عنوان یکی از عوامل اقتضائی و محیطی مؤثر بر اقدامات کارآفرینانه	تمرکز صرف بر روی معرفی یکی از عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی (فرهنگ) و عدم بازگشایی جعبه سیاه ارتباط میان فرهنگ- کارآفرینی و پویایی‌ها و اقتضائات موجود در آن
دیویس (۲۰۰۲)	بررسی آسیب‌شناسانه رویکردهای کارآفرینی	عدم تمرکز بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی
دیس (۱۹۹۸ ب)	جست‌وجوی معنای کارآفرینی اجتماعی	عدم تمرکز بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی

بدیهی است که توسعه کارآفرینی اجتماعی نیازمند بسترسازی و فراهم کردن زیرساخت‌های موردنیاز و همکاری و کنشگری فعال و هدفمند سازمان‌ها و نهادهای

متعددی است؛ بنابراین ضمن صحنه گذاشتن بر نقش حیاتی کارآفرینان اجتماعی، اهمیت نقش بستر و شرایط نیز در تحقق کارآفرینی اجتماعی از موضوعات مهمی است که نادیده گرفتن آن می‌تواند به قیمت شکست فعالیت‌های کارآفرینانه تمام شود. همان‌طور که در جدول ۱ مشخص است تحقیقات داخلی و بومی مرتبط با اهمیت نقش بستر و شناسایی عوامل محیطی توسعه کارآفرینی اجتماعی، ناقص بوده و پژوهش‌هایی خارجی نیز غیر جامع و موردی و با ارتباط اندک با اهداف حقیقی انجام شده‌اند (جانسون و دیگران، ۱۹۹۹، ۲۰۰۰؛ مک‌میلان و دیگران، ۱۹۹۹، ۲۰۰۲؛ دانکوف و دیگران، ۲۰۰۵، ۲۰۰۶)؛ بنابراین انتظار می‌رود پژوهش حاضر به دلیل جامعیت و یکپارچه‌ساز بودن، نه تنها به کامل کردن یافته‌های پژوهش‌های پیشین کمک کند بلکه شکاف نظری موجود در این حوزه را نیز پر نماید.

۲-۲. نوآوری پژوهش حاضر

نوآوری پژوهش حاضر را از دو جنبه می‌توان بررسی کرد؛ نخست می‌توان از نوآوری روشی یاد کرد که بر آن مبنا این پژوهش (و دقیقاً موضوع عنوان پژوهش حاضر) برای نخستین بار است که از روش داده‌بنیاد و با رویکرد گلگیری برای ارائه مدل یکپارچه عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی انجام می‌شود که دست محقق را در مدل‌سازی آزاد گذاشته و از محدودیت‌های مدل‌های پارادایمی (مانند مدل استراوس و کوربین) برخوردار نیست؛ همچنین این روش، دست محقق را باز خواهد گذاشت که عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی را از منظر بومی نیز مورد مذاقه قرار دهد و نهایتاً دلالت‌های نظری و کاربردی‌ای را به ادبیات حوزه بیفزاید که تاکنون طبق اطلاع محقق در هیچ پژوهشی انجام نشده است. انتظار می‌رود نتایج حاصل از این مطالعه مبنای مناسبی را برای شناسایی و برجسته‌سازی اهمیت عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی ایجاد کرده و به تسهیل و موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی کمک کند؛ دوم نوآوری موضوعی و محتوایی آن است که برای اولین بار این پژوهش به دنبال به تصویر کشیدن

عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی به صورت یکپارچه و چند سطحی است. طبق اطلاع محقق و همان‌طور که در بخش پیشینه پژوهش نیز ذکر شد تاکنون هیچ پژوهشی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی را به صورت کلی و جامع بررسی نکرده است و غالباً محدود به یک جامعه آماری خاص و به‌خصوص بوده‌اند و همچنین سطوح تأثیرگذاری عوامل بر توسعه کارآفرینی اجتماعی (مانند سطوح فردی، گروهی و سازمانی) تاکنون در هیچ پژوهشی به صورت هم‌زمان بررسی نشده است.

۲-۳. ادبیات پژوهش

۲-۳-۱. مفهوم کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی پدیده‌ای جدید محسوب می‌شود که توجه روزافزونی را به خود معطوف داشته است (دی، ۲۰۰۶؛ داسین و دیگران، ۲۰۱۱؛ نادری و دیگران، ۲۰۲۰). 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. کارآفرینی اجتماعی یکی از زیرمجموعه‌های حوزه کارآفرینی بوده (سرتو و دیگران، ۲۰۰۸: ۲۶۷) و به معنی انجام مأموریت‌های اجتماعی و انسان‌دوستانه با فعالیت‌های کسب‌وکار است (اسدی و دیگران، ۱۳۹۰). کارآفرینی اجتماعی فعالیتی نوآورانه و خلق‌کننده ارزش اجتماعی محسوب می‌شود که می‌تواند در بخش‌های انتفاعی و غیرانتفاعی انجام شده و به‌عنوان راهکاری اثرگذار و پایدار در مسیر توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها شناخته می‌شود (عمرانی و دیگران، ۱۳۸۹).

۱ Dey

۲ Naderi et al.

۳ Certo and Miller

پرنسکی^۱ (۲۰۰۵) کارآفرینی اجتماعی را فرآیندی تلقی می‌کند که سازمان‌ها با آن برنامه‌های جدیدی برای حل مسایل اجتماعی طراحی و ارائه می‌کنند. در تعریف عملیاتی نیز کارآفرینی اجتماعی را «ساخت، ایجاد، تکامل و به‌کارگیری فرصت‌ها در راستای خلق کسب‌وکارها، مدل‌ها و راهکارهای جدید با تمرکز بر کسب ارزش آمیخته^۲ (مالی، اجتماعی و زیست‌محیطی)» می‌دانند (زهرآ و دیگران، ۲۰۱۳).

تداوم مشکلات و چالش‌ها و محرومیت‌های قابل توجه اجتماعی مانند فقر و بیکاری، نشان‌دهنده کافی نبودن مکانیسم‌های موجود فعلی در حل مسایل و مشکلات اجتماعی است. امروزه یکی از مؤثرترین و پایدارترین راهکارها برای حل مسایل مذکور، کارآفرینی اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان یکی از انواع کارآفرینی در دهه گذشته دستاوردهای فراوانی داشته و بسیار مورد توجه قرار گرفته است. این مفهوم در واقع به‌عنوان ابزاری مهم برای مقابله با چالش‌های اجتماعی و به‌منظور پاسخ‌گویی به آن‌ها زمانی که بازار و بخش دولتی نمی‌توانند به‌تنهایی جوابگوی نیازهای جامعه باشند مطرح می‌شود؛ همچنین چالش‌های مهم در سطح جهان، ملی و محلی و بالا رفتن میزان تقاضا، استراتژی جدیدی را می‌جوید؛ لذا کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به‌عنوان یک فاکتور اساسی نقش ایفا کند؛ زیرا بازار و دولت به‌تنهایی قادر نیستند همه مسایل را تنظیم و حل کنند؛ بنابراین روش‌های جدیدی برای پاسخگویی به مسایل اجتماعی بیش‌ازپیش احساس می‌شود و نیاز به آن کاملاً ملموس است که در پژوهش حاضر تأکید بر روی یکی از راهکارها یا همان «توسعه کارآفرینی اجتماعی» خواهد بود.

۲-۳-۲. توسعه و کارآفرینی اجتماعی

در گذشته توسعه اقتصاد کشورها به دو عامل سرمایه^۳ و نیروی کار ارتباط داده می‌شد. در پارادایم‌های جدید علاوه بر دو عامل کلاسیک فوق عامل حیاتی دیگری نیز تحت

^۱ Prensky

^۲ Blended value

^۳ Capital

عنوان «کارآفرینی»^۲ به آن اضافه شده است. امروزه توسعه کارآفرینی یک موضوع به شدت حیاتی برای توسعه اقتصادی کشورها محسوب می‌شود تا جایی که از ضعف در آن به عنوان یکی از دلایل اصلی توسعه نسبی پایین کشورها یاد شده است (تامبونان، ۲۰۰۳). کارآفرینی اجتماعی یکی از زیرمجموعه‌های حوزه کارآفرینی بوده (سرتو و میلر، ۲۰۰۸: ۲۶۷) و به معنی انجام مأموریت‌های اجتماعی و انسان‌دوستانه با فعالیت‌های کسب‌وکار است (اسدی و ریگران، ۱۳۹۰). فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی به اقدامی 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 (مایر و دیگران، ۲۰۰۶: ۱۲). مهم‌ترین هدف توسعه کارآفرینی اجتماعی پرداختن به یک انگیزه اجتماعی (مانند بهبود انسجام اجتماعی، مبارزه با فقر، دفاع از حقوق بشر یا ارتقای خدمات بهداشتی و درمانی) است (تیسن و دیگران، ۲۰۰۷: ۵۶۷).

۲-۳-۳. توسعه کارآفرینی اجتماعی و عوامل محیطی

مفاهیم یادشده همگی به منبعی به عنوان رویکردی پژوهشی به پدیده کارآفرینی اجتماعی تبدیل شده‌اند ولی در میان رشد توجه روزافزون به پدیده مذکور و حجم زیاد مطالعات این حوزه، پژوهشی جامع که عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی را در قالب مدلی چند سطحی بررسی و تشریح کند یافت نمی‌شود. با توجه به اینکه بدون در نظر گرفتن اهمیت عوامل محیطی، تمامی ابتکارات در زمینه کارآفرینی اجتماعی به صورت بالقوه ممکن است با شکست مواجه شوند در این پژوهش هدف اصلی، بررسی دقیق و با جزئیات تمامی عوامل محیطی مذکور بوده است تا شکاف نظری موجود در این

۱ Labor

2 entrepreneurship

۳ Tambunan

۴ Certo and Miller

۵ Mair and Robinson

۶ Thijssen and Vernooij

حوزه حل شود. شکاف و خلأهای 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 می‌شود؛ از قبیل عدم توجه کافی به نقش زمینه و بستر در پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی (زهرآ، ۲۰۰۷)، عدم توجه به اکوسیستم نوآوری در پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی (زهرآ و دیگران، ۲۰۱۱)، مشخص نبودن اجزا و ظواهر فرهنگی و تأثیرات اقتصادی آن بر روی پیامدهای کارآفرینی (جرارد و دیگران، ۲۰۰۲)، نیاز به تفکر تحقیق مجدد در خصوص ارزش افزوده اجتماعی فعالیت‌های کارآفرینانه (زهرآ و دیگران، ۲۰۱۶)، فقدان تمرکز و توجه کافی به طبیعت، پویایی‌ها، منحصربه‌فردی و محدودیت‌های زمینه و بستر کارآفرینی (زهرآ، ۲۰۰۷)؛ بنابراین عوامل محیطی نقشی عمده در موفقیت یا شکست توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشورها داشته و در ادبیات این حوزه مورد توجه زیادی قرار گرفته است (آیدیس و دیگران، ۲۰۰۸). گسترش و پیچیده‌تر شدن رقابت در حوزه‌های کسب‌وکار به سبب حاکمیت پدیده‌هایی چون جهانی شدن گستره تجارت، رشد سریع فناوری، کوتاه شدن دوره عمر محصولات و تنوع و دگرگونی نیازهای مشتریان، توجه بسیاری از محققان را به سمت مطالعه محیط و تأثیر آن بر مؤلفه‌های سازمانی توسعه کارآفرینی جلب نموده است (حسینی فهرجی و دیگران، ۱۳۹۲). بُعد محیطی را برخی عوامل رسمی و غیررسمی‌ای تعریف کرده‌اند که می‌تواند بر توسعه کارآفرینی مؤثر باشد از قبیل سیاست‌های عمومی، قوانین و مقررات، استانداردهای صنعتی و خدماتی، منابع موجود در محیط، نهادهای عمومی، فرهنگ، جوامع و روابط بین سازمانی (حسینی‌نیا و دیگران، ۱۳۹۳). شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی تحت تأثیر ضرورت‌های محیطی مانند محیط قانون، محیط اقتصادی، محیط سیاسی و ... است (یوسید، ۲۰۰۲؛ آل‌وورد و دیگران، ۲۰۰۳)؛ زیرا توسعه کارآفرینی اجتماعی وابستگی زیادی به دو عامل مهم یعنی شرایط زیربنایی ایجادشده

۱ Aidis et al.

۲ Usaid

۳ Alvord et al.

توسط دولت (قوانین، حقوق مالکیت، آزادی سازماندهی و انتقاد) (جسن و دیگران، ۲۰۰۲؛ گوکلو و دیگران، ۲۰۰۲؛ لويس، ۲۰۰۳؛ آرهان و دیگران، ۲۰۰۴) و میزان حمایت آشکار دولت از پیمانکاران و بنیان‌گذاران دارد (مایر و دیگران، ۲۰۰۶؛ لويس، ۲۰۰۱).

۳. روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از روش کیفی و میدانی با استراتژی داده‌بنیاد و رویکرد گلیزری شروع شده و در راستای اکتشاف مدل از ابزار مصاحبه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش نیز متشکل از ۲۲ نفر از اساتید رشته کارآفرینی دانشگاه‌های تهران و قزوین به دلیل دسترس‌پذیری و کارکنان زیرمجموعه معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی که سابقه علمی یا تجربی در خصوص بازاریابی اجتماعی را در پیشینه فعالیت‌های خود داشته‌اند و همچنین اعضای کانون کارآفرینان استان تهران است که در حوزه بازاریابی اجتماعی کار کرده‌اند. نمونه آماری به روش هدفمند (قضاوتی) از میان آنان انتخاب شد.

برای اطمینان از روایی و پایایی داده‌ها از مفهوم «قابلیت اعتماد»^۱ گوبا و لینکلن (۱۹۸۹) استفاده شد که از چهار عنصر قابلیت اعتبار،^۲ قابلیت انتقال،^۳ قابلیت اتکا^۴ و قابلیت تأیید^۵ تشکیل می‌شود. در همین راستا و به‌منظور اطمینان از روایی و پایایی پژوهش، محقق به‌واسطه آشنایی با مشارکت‌کنندگان و همچنین استفاده از افراد واسطه به جلب اعتماد

۱ Jessen and Havnes

۲ Guclu and Dees

۳ Lewis

۴ Orhan and Scott

۵ Trustworthiness

۶ Guba and Lincoln

۷ Credibility

۸ Transferability

۹ Dependability

۱۰ Conformability

شرکت‌کنندگان کمک کرد. تأیید صحت داده‌ها و گد‌ها نیز از طریق بازنگری توسط شرکت-کنندگان صورت پذیرفت؛ یعنی بعد از گدگذاری، متن مصاحبه به مصاحبه‌شونده بازگردانده شد تا از صحت گد‌ها و تفاسیر اطمینان حاصل شود و گد‌هایی که از نظر آنان بیانگر دیدگاهشان نبود اصلاح شد. متن تعدادی از مصاحبه‌ها علاوه بر بررسی توسط محققان، توسط تعدادی از کارشناسان مطلع نیز ملاحظه شد و توافق آن با نتایج استخراج‌شده بررسی شد. برای تأیید انتقال‌پذیری نیز یافته‌ها با افراد مطلعی که در مطالعه شرکت نداشتند در میان گذاشته شد و پس از تأیید آن‌ها در خصوص انتقال‌پذیری نیز اطمینان حاصل شد. در جدول ۲ اقدامات انجام‌شده برای تضمین کیفیت پژوهش از جنبه‌ی روایی و پایایی بر اساس معیارهای گوبا و لینکلن (۱۹۸۹)، خلاصه و تشریح داده شده است.

جدول ۲. اقدامات چهارگانه به‌منظور توجیه روایی و پایایی پژوهش

ردیف	معیار	اقدام
۱	قابلیت اعتبار	این معیار به اعتبار داخلی پژوهش مرتبط بوده و به تلاش آگاهانه برای اطمینان از تفسیر صحیح معنی داده‌ها اشاره دارد. برای تأمین ملاحظات مرتبط با این معیار، محققان در مرحله تعیین جامعه و نمونه آماری تلاش کردند جامعه‌ای با حداکثر تنوع و تجربیات (ترکیب اشراف نظری و تجربی) را برگزینند؛ همچنین در فاز گدگذاری داده‌ها نیز تلاش شد از پانل خبرگان یا همان گروه تحقیق استفاده شده و در موارد موردنیاز و نیاز به شفافیت و اطمینان بیشتر از روش بازبینی گد‌ها توسط مشارکت‌کننده‌ها استفاده شد.
۲	قابلیت تأیید	این معیار مشابه قابلیت پایایی در روش‌های کیفی بوده و به قابلیت تکرار داده‌ها در شرایط و زمان‌های مختلف اشاره دارد. در این راستا پژوهشگران تلاش کردند زمان انجام مصاحبه‌ها و جمع‌آوری داده‌ها در فشرده‌ترین حالت ممکن صورت پذیرفته و با توجه به نیمه‌ساختار یافتگی سؤالات مصاحبه تا حد امکان سؤالات مشابهی از مشارکت‌کنندگان پرسیده شود؛ ضمناً برای تحلیل و ارزیابی تعدادی از متون مصاحبه و مشابهت‌سنجی آن با دیدگاه محققان، از یک ناظر خارجی استفاده شد و درجه مشابهت به میزان بالایی مورد تأیید قرار گرفت.
۳	قابلیت اتکا	این معیار نشان می‌دهد یافته‌های پژوهش حاصل پیش‌فرض‌ها و تعصبات پژوهشگران در فرآیند پژوهش نبوده است. برای تأمین مفاد موردنظر این معیار و اجتناب از پیش‌فرض‌ها و تعصبات پژوهشی، محققان دو اقدام را انجام دادند؛ نخست به تشریح و شفاف‌سازی مراحل پژوهش اعم از جامعه آماری، روش گردآوری داده‌ها، روش گدگذاری و ارائه بخش‌های متن مصاحبه از زبان مشارکت‌کنندگان و گد‌های استخراج‌شده از آن در جداول اختصاصی پرداختند. این اقدام، امکان ارزیابی و ممیزی را

توسط سایرین فراهم آورده و به‌نوعی تأمین‌کننده مفاد موردنظر در قابلیت تأیید است؛ دوم جزئیات فرآیند پژوهش و بخش عمده‌ای از داده‌ها و گداهای مستخرج از آن مورد بازبینی سایر همکاران پژوهش قرار گرفت تا معیار قابلیت تأیید بیش‌ازپیش تأمین شود.		
این معیار به میزان تعمیم‌پذیری یافته‌ها به دیگر گروه‌ها یا بسترها اشاره دارد. این معیار در مرحله انتخاب نمونه آماری مورد تأکید محققان بود. بر آن اساس محققان جامعه آماری را «نخبگان» تعیین کردند و ذیل آن، دو گروه نخبگان از جامعه دانشگاهی و جامعه اجرایی را برگزیدند. هدف از این رویکرد، پوشش سطوح مختلف پدیده مورد مطالعه از هر دو جنبه نظری و عملی/تجربی بوده است که به دلیل تنوع در نمونه آماری و متعاقباً تنوع در داده‌های گردآوری‌شده به توجیه و ارتقای قابلیت انتقال یافته‌های پژوهش کمک کرد.	قابلیت انتقال	۴

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از فرآیند کدگذاری باز^۱ و محوری^۲ استفاده خواهد شد. کدگذاری باز، فرآیند تحلیلی است که از طریق آن، مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شوند (استراس و کوربین، ۱۹۹۸). کدگذاری محوری، فرآیند ربط-دهی مقوله‌ها به زیر مقوله‌هایشان و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد است. این کدگذاری به این دلیل «محوری» نامیده شده است که کدگذاری حول «محور» یک مقوله تحقق می‌یابد (استراس و دیگران، ۱۹۹۸؛ لی، ۲۰۰۱). در این مرحله مقوله‌ها، ویژگی‌ها و ابعاد حاصل از کدگذاری باز، تدوین شده و سر جای خود قرار می‌گیرد تا دانش فزاینده‌ای در مورد روابط ایجاد گردد (دانایی‌فرد و دیگران، ۱۳۹۲: ۹۷). شایان ذکر است محقق برای تسریع و تسهیل تحلیل اطلاعات به آن کدگذاری‌ها اکتفا نکرده و از رویکرد تحلیل داده‌های کیفی «غور کردن/شفاف‌سازی»^۳ نیز استفاده کردند که در این رویکرد پژوهشگر برای یک دوره زمانی طولانی خود را به‌جای آزمودنی قرار می‌دهد و از طریق بازاندیشی تحلیلی و شفاف‌سازی الهامی معنا، شرحی از یافته‌هایش شکل می‌دهد.

۴. یافته‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

۱ Open Coding

۲ Axial Coding

۳ Immersion/Crystallization

به‌منظور درک بهتر ماهیت جامعه مورد پژوهش و متعاقباً نمونه آماری مورد مطالعه، قبل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری لازم است داده‌های مرتبط با جامعه آماری توصیف شود؛ همچنین توصیف آماری داده‌ها گامی در جهت تشخیص الگوی حاکم بر آن‌ها و پایه‌ای برای تبیین روابط بین متغیرهایی است که در پژوهش به کار می‌رود. در ادامه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کلیه اعضای نمونه آماری که در بخش مدل‌سازی مبتنی بر رویکرد کیفی داده‌بنیاد از مشارکتشان بهره گرفته شد ارائه شده است.

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری

خصوصیات جمعیت‌شناختی											
سابقه خدمت			تحصیلات			سن				جنسیت	
بالاتر از ۲۵ سال	بین ۱۵ تا ۲۵ سال	پس از ۱۵ سال	دیگری	فوق لیسانس	لیسانس	۵۰ به بالا	۴۱ تا ۵۰ سال	۳۱ تا ۴۰ سال	۲۰ تا ۳۰ سال	زن	مرد
۴	۱۱	۷	۱۵	۶	۱	۶	۱۰	۵	۱	۶	۱۶
%۱۸	%۵۰	%۳۲	%۶۸	%۲۷	%۵	%۲۷	%۴۵	%۲۳	%۵	%۲۷	%۷۳
درصد کل=۱۰۰٪						مجموع نفرات=۲۲ نفر					

در این پژوهش با توجه به آنچه پیشتر بیان شد برای باز گذاشتن دست محقق در فرآیند شکل‌دهی به داده‌ها تا ظهور مدل و برخورداری از انعطاف بیشتر در این مسیر از رویکرد کُدگذاری باز و محوری استفاده شده است و برخلاف رویکرد استراوس و کوربین، فاقد مرحله کُدگذاری انتخابی خواهد بود. کُدگذاری باز فرآیند تحلیلی است که از طریق آن مفاهیم و مقوله‌ها شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شود (مانوج و دیگران، ۲۰۱۳). در مرحله کُدگذاری باز، با بررسی عمیق متن مصاحبه‌ها و یا مستندات، مفاهیم مستتر در آن‌ها شناسایی شده و این مفاهیم در قالب مقوله‌های اولیه طبقه‌بندی

می‌شوند (لی، ۲۰۰۱)؛ بدین منظور ابتدا با مطالعه سطر به سطر متن مصاحبه‌ها، واژه‌ها و عبارات مرتبط با پدیده توسعه کارآفرینی اجتماعی و عوامل محیطی مؤثر بر آن استخراج شد؛ سپس به هر یک از واژه‌ها و عبارات کُد اولیه‌ای اختصاص داده شد (اسمیت، ۲۰۰۸). در گام دوم با مرور مکرر کدهای اولیه و مقایسه مستمر آن‌ها شباهت‌ها و تفاوت‌های کدهای اولیه آشکار شده و کدهایی با محتوا و مفهوم مشترک تحت یک مفهوم طبقه‌بندی شد. این مفاهیم از کدهای اولیه انتزاعی‌تر بوده و گستره معنایی وسیع‌تری دارند (اسکات، ۲۰۰۹)؛ به‌عنوان مثال چندین کُد به‌اتفاق مفهوم «نهادهای غیررسمی» را شکل داده‌اند. «مفهوم»، برحسب یا نشانه‌ای است که با تحلیل رویدادها و رخدادهای طبیعی یک پدیده ظاهر شده و به‌جای آن می‌نشیند. در ادامه در جدول‌های زیر (جداول ۴ و ۵)، نحوه دستیابی به مفاهیم از متن مصاحبه‌ها ارائه شده است.

جدول ۴. مفاهیم استخراج شده از متن مصاحبه‌ها

ردیف	بخش‌های متن مصاحبه (کدهای اولیه)	مفاهیم اولیه
۱	سیاست‌های داخلی (م ۱)؛ میزان ثبات سیاسی (م ۱)؛ عوامل سیاسی ملی (م ۲)؛ گروه‌های ذی‌نفوذ در سیاست داخلی (م ۴)؛ فرآیندهای تصمیم‌گیری سیاسی داخلی (م ۴)؛ مسایل سیاست داخلی (م ۵)؛ حکمرانی عادلانه (م ۷)؛ ادراک نقش سیاست در توسعه کارآفرینی اجتماعی (م ۹)؛ ثبات سیاسی (م ۱۱)؛ میزان حمایت‌های دولت (م ۱۱)؛ نوع و کارکرد اصناف (م ۱۲)؛ میزان ثبات مدیریتی در کشور (م ۱۴)؛ پارامترهای حکمرانی (م ۱۸).	ثبات سیاسی، گروه‌های ذی‌نفعان، فرآیندهای تصمیم‌سازی، پارادایم سیاسی حاکم، حمایت‌های دولتی، جایگاه اصناف، ثبات مدیریتی
۲	میزان تورم (م ۱)؛ ثبات قیمت‌ها (م ۱)؛ تورم و افزایش قیمت‌ها (م ۴)؛ افزایش ناگهانی قیمت‌ها (م ۵)؛ افزایش فشار اقتصادی بر مردم (م ۵)؛ نرخ تورم (م ۵)؛ میزان ثبات اقتصادی (م ۵)؛ نرخ رشد اقتصادی (م ۸)؛ وضعیت تورم (م ۹)؛ شرایط وام‌ها (م ۱۳)؛ هزینه‌های آموزشی و بهداشتی و یارانه‌های پرداختی توسط دولت (م ۱۳)	میزان ثبات و رشد اقتصادی، شاخص تورم، شرایط وام و نرخ بهره، سیاست‌های توزیعی و بازتوزیعی دولت، جایگاه تعاونی‌ها در اقتصاد، پارادایم

۱ Lee

۲ Smith

۳ Scott

مفاهیم اولیه	بخش‌های متن مصاحبه (کدهای اولیه)	ردیف
اقتصادی حاکم، شرایط مالیاتی، شاخص امنیت سرمایه‌گذاری	۱۳؛ نرخ اقتصاد تعاونی (م ۱۳)؛ سیستم‌های توزیعی اقتصادی (م ۱۳)؛ تئوری اقتصادی حاکم (م ۱۵)؛ عوامل مالیاتی (م ۱۷)؛ میزان امنیت سرمایه‌گذاری (م ۱۸).	
شاخص‌های صادرات و واردات، دیپلماسی اقتصادی، جایگاه تعاونی‌ها، شاخص‌های اشتغال، سیاست‌های توزیعی و بازتوزیعی، وام و نرخ بهره، درآمد سرانه، شفافیت اقتصادی	آزادی تجارت (م ۱)؛ تراز صادرات (م ۲)؛ تراز واردات (م ۲)؛ نقطه تعادل صادرات و واردات (م ۳)؛ تراز صادرات (م ۴)؛ واردات زیاد (م ۵)؛ میزان رقابتی بودن بازار (م ۷)؛ ساختار و نهادهای بازار (م ۹)؛ دیپلماسی اقتصادی (م ۱۳)؛ دسترسی به بازارهای خارجی (م ۱۳)؛ تحریم‌ها (م ۱۳)؛ کم و کیف تعاونی‌ها (م ۱۳)؛ نرخ تقاضای کار و شاخص بیکاری (م ۱۳)؛ شاخص رشد اقتصادی (م ۱۳)؛ شاخص عدالت در توزیع (م ۱۳)؛ نرخ بهره بانک‌ها (م ۱۴)؛ میانگین سرانه درآمد (م ۱۶)؛ سطح شفافیت مالی (م ۱۸).	۳
ارزش‌ها و هنجارهای جامعه (م ۲)؛ عرف‌های رایج جامعه (م ۲)؛ ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی (م ۳)؛ متغیرهای فرهنگی، ارزشی و هنجارها (م ۴)؛ متغیرهای اجتماعی (م ۵)؛ متغیرهای فرهنگی (م ۵)؛ ادراک از ارزش‌ها و هنجارها (م ۸)؛ میزان همدلی اجتماعی (م ۱۰)؛ میزان اعتماد اجتماعی (م ۱۰)؛ میزان ارزش‌های مشترک (م ۱۲)؛ تشویق مردم به کار تعاونی (م ۱۳)؛ اعتماد مردم به مؤسسات اجتماعی (م ۱۳)؛ عدالت اجتماعی (م ۱۳)؛ فرهنگ خلاقیت، نوآوری و یادگیری در جامعه (م ۱۳)؛ دغدغه کارآفرین (م ۱۴)؛ جایگاه سازه اخلاق در جامعه (م ۱۵)؛ جهانی‌سازی فرهنگی و ارزشی (م ۱۵)؛ فرهنگ خانوادگی (م ۱۶)؛ جایگاه و میزان نقش و مشارکت زنان در جامعه (م ۱۷).	ارزش‌ها (م ۱)؛ ارزش‌ها و هنجارهای جامعه (م ۲)؛ عرف‌های رایج جامعه (م ۲)؛ ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی (م ۳)؛ متغیرهای فرهنگی، ارزشی و هنجارها (م ۴)؛ متغیرهای اجتماعی (م ۵)؛ متغیرهای فرهنگی (م ۵)؛ ادراک از ارزش‌ها و هنجارها (م ۸)؛ میزان همدلی اجتماعی (م ۱۰)؛ میزان اعتماد اجتماعی (م ۱۰)؛ میزان ارزش‌های مشترک (م ۱۲)؛ تشویق مردم به کار تعاونی (م ۱۳)؛ اعتماد مردم به مؤسسات اجتماعی (م ۱۳)؛ عدالت اجتماعی (م ۱۳)؛ فرهنگ خلاقیت، نوآوری و یادگیری در جامعه (م ۱۳)؛ دغدغه کارآفرین (م ۱۴)؛ جایگاه سازه اخلاق در جامعه (م ۱۵)؛ جهانی‌سازی فرهنگی و ارزشی (م ۱۵)؛ فرهنگ خانوادگی (م ۱۶)؛ جایگاه و میزان نقش و مشارکت زنان در جامعه (م ۱۷).	۴
کمیت و کیفیت سیاست خارجی، اقتضانات بین‌المللی، موانع سیاسی بین‌المللی، معاهده‌های بین‌المللی	سیاست‌های خارجی (م ۱)؛ میزان ارتباطات با سایر کشورها (م ۱)؛ ثبات ارتباطات سیاسی خارجی (م ۱)؛ عوامل سیاسی بین‌المللی (م ۲)؛ شرایط سیاست خارجی (م ۳)؛ سیاست‌های خارجی (م ۵)؛ تحریم‌ها (م ۵)؛ نحوه تعامل و مراوده با سایر کشورها (م ۷)؛ شرایط بین‌المللی مانند جنگ و بیماری‌های همه‌گیر (م ۱۱)؛ تبعیت و عضویت در پیمان‌ها و قوانین	۵

ردیف	بخش‌های متن مصاحبه (کُدهای اولیه)	مفاهیم اولیه
	بین‌المللی (م ۱۳).	
۶	مدل بودجه‌ریزی (م ۱)؛ شیوه‌های بودجه‌ریزی (م ۴)؛ شیوه بودجه‌ریزی (م ۵)؛ برنامه‌ریزی اختصاص بودجه (م ۶)؛ نوع هزینه‌کرد منابع مالی بانک‌ها (م ۱۰)؛ بودجه‌ریزی دولتی (م ۱۳).	روش بودجه‌ریزی، اولویت‌های اقتصادی دولت
۷	میزان بهره‌مندی از تکنولوژی روز دنیا (م ۱)؛ روند پیشرفت و توسعه تکنولوژی (م ۲)؛ روند توسعه صنایع در ابعاد بین‌المللی (م ۲)؛ تمامی روندهای تکنولوژیکی (م ۳)؛ روندهای تکنولوژیکی در سطح ارتباطات و اطلاعات (م ۴)؛ صنایع جدید (م ۴)؛ وجود تکنولوژی‌های جدید (م ۵)؛ میزان ارتباطات (م ۵)؛ میزان هزینه و روندهای به‌روز دسترسی به تکنولوژی (م ۷)؛ صنایع و روندهای جدید تکنولوژیکی (م ۹)؛ تجارت الکترونیک (م ۱۳).	به‌روز بودن فناوری، روند حرکت فناوری، فناوری‌های دیجیتال
۸	سطح دسترسی به منابع علمی روز (م ۱)؛ دسترسی آزاد به اطلاعات روز (م ۱)؛ دسترسی به فناوری‌های نوین (م ۱)؛ کمیت و کیفیت دسترسی اطلاعات (م ۲)؛ سطح دسترسی به ارتباطات و اطلاعات (م ۴)؛ اطلاعات (م ۵)؛ نرخ بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روز (م ۵)؛ شناخت اقتصاد و بازارهای منطقه‌ای (م ۶)؛ میزان شفافیت و دسترسی به آمار و اطلاعات کشور (م ۱۴)؛ رویکرد چندرشته‌ای و میان‌رشته‌ای به کارآفرینی اجتماعی (م ۱۴).	دسترسی به دانش، دسترسی به فناوری، فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، میزان به‌روز بودن فناوری، رویکرد علمی نسبت به کارآفرینی اجتماعی
۹	ویژگی‌های زیست‌محیطی (م ۱)؛ موقعیت‌های جغرافیایی و ژئوپلیتیکی (م ۱)؛ اقتضانات آب و هوایی (م ۱)؛ شرایط اقلیمی (م ۲)؛ متغیرهای جغرافیای سیاسی (م ۲)؛ تمامی متغیرهای محیط زیستی (م ۳)؛ میزان دسترسی به منابع طبیعی (م ۴)؛ استفاده بهینه از منابع طبیعی (م ۴)؛ متغیرهای طبیعی (م ۵)؛ متغیرهای ژئوپلیتیکی (م ۵)؛ میزان آلودگی محیط‌زیست (م ۱۲)؛ آلودگی آب و زباله (م ۱۲)؛ دسترسی به منابع و کمیت و کیفیت منابع طبیعی (م ۱۳)؛ تهدیدهای زیست‌محیطی (م ۱۵).	منابع طبیعی، انرژی، ویژگی‌های ژئوپلیتیک، ویژگی‌های اقلیمی، سطح دسترسی به منابع طبیعی، بحران‌های زیست‌محیطی
۱۰	قوانین محلی (م ۱)؛ مقررات محلی (م ۱)؛ وضع قوانین درست و علمی (م ۱)؛ بهره‌گیری از مقررات کارشناسی‌شده (م ۱)؛ فرآیند	کمیت و کیفیت قوانین و مقررات داخلی، فرآیندهای وضع قوانین،

ردیف	بخش‌های متن مصاحبه (کدهای اولیه)	مفاهیم اولیه
	وضع قوانین (م ۱)؛ سیاست‌های حمایتی داخلی (م ۴)؛ فرآیندهای تقنینی غیرشخصی (م ۴)؛ میزان صحت قوانین داخلی (م ۵)؛ قوانین درست و کارشناسی‌شده (م ۵)؛ میزان قوانین و مقررات تسهیل‌کننده (م ۶)؛ تسهیلات و معافیت‌های قانونی (م ۱۳)؛ نظام بیمه (م ۱۳)؛ تشریفات قانونی و اداری (م ۱۳)؛ موانع حکومتی (م ۱۵)؛ سیستم و حمایت‌های قضایی (م ۱۶)؛ میزان یکپارچگی قوانین (م ۲۱).	ویژگی‌های نظام بیمه، بروکراسی اداری، نظام قضایی، انسجام قوانین
۱۱	قوانین و مقررات بین‌المللی (م ۱)؛ مقررات بین‌المللی (م ۲)؛ تمامی قوانین مؤثر بر ذی‌نفعان (م ۲).	قوانین و مقررات بین‌المللی
۱۲	متغیرهای قومیتی (م ۲)؛ عوامل و متغیرهای مذهبی (م ۲)؛ اقوام و مذاهب (م ۳)؛ سطح اشتغال (م ۴)؛ ویژگی‌های دموگرافیک (م ۵).	ویژگی‌های دموگرافیک
۱۳	میزان آموزش افراد (م ۲)؛ شاخص‌های آموزشی مرتبط (م ۴)؛ متغیرهای آموزشی (م ۶)؛ نیروی کار ماهر (م ۱۰)؛ نرخ آموزش و توانمندسازی (م ۱۲)؛ آموزش کارآفرینی در محلات، مدارس و دانشگاه‌ها (م ۱۳)؛ میزان توانمندی و سطح آموزش شهروندان در خصوص مسایل قابل حل/بهبود توسط کارآفرینی اجتماعی (م ۱۴)؛ مهاجرت نخبگان حوزه مرتبط (م ۱۴).	ویژگی‌های دموگرافیک، کمیت و کیفیت آموزش، منابع انسانی، بحران‌های اجتماعی
۱۴	زیرساخت‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی (م ۲)؛ انرژی (م ۲)؛ تمامی زیرساخت‌ها (م ۵)؛ زیرساخت‌های حمل‌ونقل (م ۵)؛ توان اینترنتی کشور (م ۱۰)؛ فناوری اطلاعات و فضای مجازی (م ۱۲)؛ میزان مدیریت مصرف (م ۱۲)؛ ظرفیت‌های سازمان‌ها محلی (مانند مساجد، مدارس و باشگاه‌های ورزشی) (م ۱۳)؛ بازارهای مجازی (م ۱۳)؛ عوامل نهادی (م ۱۵)؛ حمایت‌های نهادی (م ۱۷)؛ زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری (م ۱۹).	انرژی، زیرساخت حمل‌ونقل، زیرساخت تکنولوژیکی، فرهنگ مصرف، زیرساخت‌های نهادی، عوامل نهادی، زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری
۱۵	کمیت و کیفیت ارتباطات (م ۲)؛ زیرساخت‌های ارتباطی (م ۵)؛ رسانه (م ۱۸)؛ رسانه‌ها (م ۱۹).	زیرساخت‌های ارتباطی، جایگاه رسانه‌ها
۱۶	میزان توجه به تولید داخلی (م ۴)؛ نوع حمایت از تولیدکنندگان (م ۴)؛ سطح تولید (م ۴)؛ تولید خالص و ناخالص داخلی (م ۱۳).	شاخص‌های تولید
۱۷	سطح کیفیت زندگی افراد (م ۴)؛ متغیرها/شاخص‌های بهداشتی (م ۶)؛ میزان اختلاف طبقاتی (م ۱۰)؛ میزان مشکلات اجتماعی (م ۱۲)؛ بیمه	میزان رفاه اجتماعی، شاخص‌های اشتغال، بحران‌های اجتماعی

ردیف	بخش‌های متن مصاحبه (کدهای اولیه)	مفاهیم اولیه
	درمانی و بازنشستگی (م ۱۳)؛ شاخص‌های بی‌کاری و فقر (م ۱۳)؛ قدرت خرید مردم (م ۱۳)؛ شدت و شیوع مشکلات اجتماعی (م ۱۴).	
۱۸	نرخ فساد اداری و مالی (م ۱۰)؛ رانت و نوع تعامل با منابع قدرت (م ۱۲)؛ رفتار کاسب‌آبانه عوامل دولتی و حاکمیتی در ادارات (م ۱۴).	شاخص‌های فساد سیاسی-اقتصادی
۱۹	میزان همکاری میان مردم با دولت (م ۱۰)؛ ارتباطات و تعاملات رسمی سطح کارآفرین-دولت (م ۱۲)؛ ارتباطات و تعاملات غیررسمی سطح کارآفرین-دولت (م ۱۲).	ارتباطات دولت-ملت، ارتباطات دولت-کارآفرین
۲۰	خدمات بهتر با هزینه کمتر (م ۱۲)؛ هزینه بالای دولت و اداره‌گران جامعه (م ۱۳).	میزان بهره‌وری فعالیت‌های دولت
۲۱	میزان آگاهی شرکت‌ها و سازمان‌ها از مسئولیت اجتماعی (م ۱۳)؛ حس نوع‌دوستی و همدلی در جامعه (م ۱۳)؛ التزام و ترویج باورها، اعتقادات و سنت‌های مذهبی (مانند قرض‌الحسنه، وقف، خیریه ...) (م ۱۳).	ادراک از مسئولیت اجتماعی سازمان، سرمایه اجتماعی، عقاید و ارزش‌های فرهنگی

در جدول ۴، در ستون کدها سعی شد کدهای اولیه‌ای که تا حدودی در یک حوزه هستند (مثلاً همگی به سیاست ربط دارند یا همگی از ویژگی‌های اقتصادی محسوب می‌شوند) از متن مصاحبه استخراج شود. لازم به ذکر است در این بخش از تکرار بیش‌ازحد کدهای تکرار شده در مصاحبه‌های مختلف اجتناب و بیشتر سعی شد صرفاً در صورت اشاره به موضوعی یکسان ولی با استفاده از توصیفات/کلمات متفاوت به ارائه کدهای تکراری اقدام شود. در ادامه و در ستون سوم جدول فوق، تلاش شد به هر حوزه از کدهای اولیه گردآوری شده در ستون نخست برچسب مفهومی‌ای اختصاص یابد که بیانگر و دربرگیرنده کدهای همسانی باشد که بر مفهومی واحد دلالت دارند. شایان ذکر است با توجه به رویکرد استقرایی و کیفی پژوهش و طبیعت ظهور یابندگی مدل در این دسته از پژوهش‌ها طبیعی است که کدهای اولیه گردآوری شده در ستون دوم جدول فوق همگی در نهایت به یک مفهوم ختم نشدند و در مراحل بعدی کدگذاری بسیاری از موارد در دسته‌بندی‌های جداگانه و دقیق‌تر قرار گرفتند. نکته نهایی که در خصوص جدول ۳ باید بدان اشاره شود این است که برخی از کدهای اولیه نیز به دلیل اینکه جزء عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی نبودند و ناظر بر جنبه‌های دیگر (مانند خصوصیات و

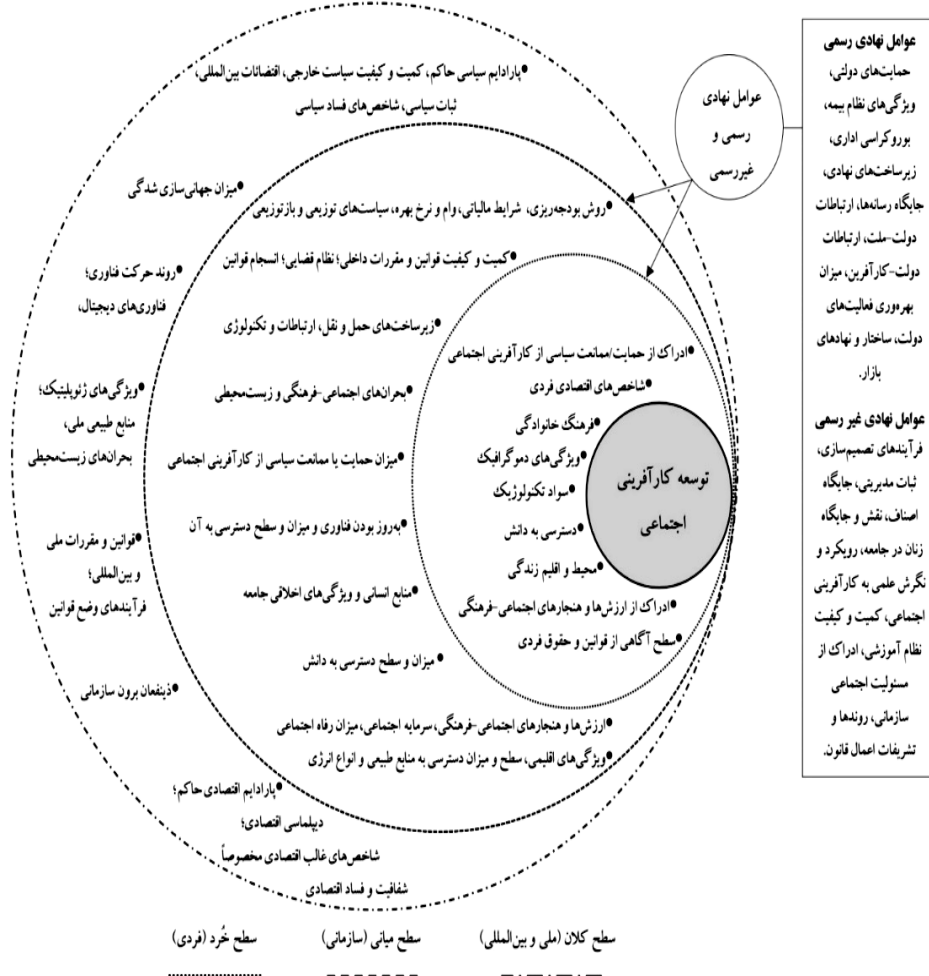
ویژگی‌های فردی کارآفرین) بودند در مرحله تعیین برجسب مفهومی به کار گرفته نشدند. پس از طبقه‌بندی گُدهای اولیه در قالب مفاهیم، با مقایسه مستمر مفاهیم و گُدها با یکدیگر میان طبقات مفاهیم ارتباط برقرار شد (جدول ۵) تا بر اساس آن مفاهیم در قالب مقوله‌های مدل طبقه‌بندی شوند؛ به بیان دیگر با مقایسه مستمر مفاهیم با یکدیگر و گُدهای اولیه، مفاهیم مشترک شناسایی شده و آن‌ها تحت عنوان یک مقوله دسته‌بندی شدند (اکتای، ۲۰۱۲). مقولات نسبت به آنچه مفاهیم نشان می‌دهند تجریدی بوده و از ترکیب یا کنار هم قرار گرفتن چند مفهوم تشکیل می‌شوند؛ همچنین در این مرحله بر اساس یافته‌های پژوهش در خصوص سطح عمده تأثیرگذاری عوامل مختلف محیطی و همچنین در راستای تسهیل گام بعدی در خلق و ترسیم مدل یکپارچه شده از عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در مقابل مفاهیم ارائه شده در جدول ۵ به اعلام سطح عمده تأثیرگذاری آنان (خُرد، میانی، کلان) نیز اقدام شده است.

جدول ۵. مقوله‌های استخراج شده از مفاهیم

ردیف	مفاهیم به دست آمده از مرحله نخست کُدگذاری	مقوله‌ها
۱	پارادایم سیاسی حاکم [کلان]، ثبات سیاسی [کلان]، کمیت و کیفیت سیاست خارجی [کلان]، اقتضانات بین‌المللی [کلان]، موانع سیاسی بین‌المللی [کلان]، معاهده‌های بین‌المللی [کلان]، شاخص‌های فساد سیاسی [کلان]، سیاست در توسعه کارآفرینی اجتماعی (ممانعت/تسهیل) [میانی]، ادراک از نقش سیاست در توسعه کارآفرینی اجتماعی (ممانعت/تسهیل) [خُرد]	عوامل سیاسی
۲	پارادایم اقتصادی حاکم [کلان]، میزان ثبات و رشد اقتصادی [کلان]، شاخص تورم [کلان]، شرایط وام و نرخ بهره [میانی]، سیاست‌های توزیعی و بازتوزیعی [میانی]، جایگاه تعاونی‌ها در اقتصاد [میانی]، شرایط مالیاتی [میانی]، شاخص امنیت سرمایه‌گذاری [کلان]، شاخص‌های صادرات و واردات [کلان]، دیپلماسی اقتصادی [کلان]، درآمد سرانه [خُرد]، شفافیت اقتصادی [کلان]، روش بودجه‌ریزی [میانی]، زیرساخت حمل‌ونقل و ارتباطات [میانی]، شاخص‌های تولید [کلان]، شاخص‌های فساد اقتصادی [کلان]	عوامل اقتصادی
۳	ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی-فرهنگی [میانی]، ادراک از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی-فرهنگی [خُرد]، سرمایه اجتماعی [میانی]، فرهنگ خانوادگی [خُرد]، بحران‌های اجتماعی-فرهنگی [میانی]، ویژگی‌های دموگرافیک [خُرد]، میزان رفاه اجتماعی [میانی]، جهانی‌سازی [کلان]، بحران‌های اجتماعی [میانی]	عوامل اجتماعی-فرهنگی
۴	روند حرکت فناوری [کلان]، به‌روز بودن فناوری [میانی]، دسترسی به فناوری [میانی]، فناوری‌های	عوامل تکنولوژیکی

ردیف	مفاهیم به‌دست‌آمده از مرحله نخست‌گذرداری	مقوله‌ها
	ارتباطات و اطلاعات [میانی]، زیرساخت تکنولوژیکی [میانی]، سواد تکنولوژیک [خُرد]	
۵	منابع طبیعی [کلان]، ویژگی‌های ژئوپلیتیک [کلان]، ویژگی‌های اقلیمی [میانی]، سطح دسترسی به منابع طبیعی [میانی]، میزان دسترسی به منابع طبیعی [میانی]، بحران‌های زیست‌محیط [میانی]، انرژی [میانی]	عوامل زیست‌محیطی
۶	کمیت و کیفیت قوانین و مقررات داخلی [میانی]، فرآیندهای وضع قوانین [کلان]، نظام قضایی [میانی]، سطح آگاهی از قوانین و حقوق فردی [خُرد]، انسجام قوانین [میانی]، قوانین و مقررات بین‌المللی [کلان]	عوامل قانونی
۷	ذی‌نفعان [کلان]، ویژگی‌های اخلاقی جامعه [میانی]، دسترسی به دانش [میانی-خُرد]، منابع انسانی [میانی]	سایر عوامل
۸	حمایت‌های دولتی، ویژگی‌های نظام بیمه، بوروکراسی اداری، زیرساخت‌های نهادی، جایگاه رسانه‌ها، ارتباطات دولت-ملت، ارتباطات دولت-کارآفرین، میزان بهره‌وری فعالیت‌های دولت	عوامل نهادهی رسمی
	فرآیندهای تصمیم‌سازی، ثبات مدیریتی، جایگاه اصناف، نقش و جایگاه زنان در جامعه، ساختار و نهادهای بازار، رویکرد و نگرش علمی به کارآفرینی اجتماعی، کمیت و کیفیت نظام آموزشی، ادراک از مسئولیت اجتماعی سازمانی، روندها و تشریفات اعمال قانون	عوامل نهادهی غیررسمی

بر مبنای اطلاعات جدول ۵، محققان به جمع‌بندی و یکپارچه‌سازی عوامل محیطی مؤثر توسعه کارآفرینی اجتماعی پرداختند. بر همین مبنای و در پاسخ به سؤال نخست پژوهش حاضر که در مورد «چیستی مدل یکپارچه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی» بود شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل چندسطحی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی

بر اساس یافته‌های فعلی و تا این مرحله از پژوهش می‌توان به سؤال اصلی و دو سؤال فرعی پژوهش پاسخ داد. سؤال پژوهش در راستای «چستی مدل یکپارچه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی» بود که مطابق شکل ۱، مدل مذکور متشکل از مجموعه سطوح سه‌گانه و متداخل خرد، کلان و میانی است که هرکدام دربرگیرنده بخشی از عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی بوده و دو سطح خرد و میانی نیز خود به‌طور مجزا از

مجموعه‌ای از عوامل نهادی رسمی و غیررسمی تأثیرپذیرند و به‌نوعی می‌توان ادعا کرد عوامل نهادی موجود در فضای کارآفرینی، تعیین‌کننده کم و کیف و میزان تأثیرگذاری عوامل محیطی سطوح خرد و میانی بر روی توسعه کارآفرینی اجتماعی است. نهایتاً با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت مجموعه عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی را می‌توان ذیل هفت عامل اصلی قرار داد؛ عوامل سیاسی (پارادایم سیاسی حاکم [کلان]، ثبات سیاسی [کلان]، کمیت و کیفیت سیاست خارجی [کلان]، اقتضائات بین‌المللی [کلان]، موانع سیاسی بین‌المللی [کلان]، معاهده‌های بین‌المللی [کلان]، شاخص‌های فساد سیاسی [کلان]، سیاست در توسعه کارآفرینی اجتماعی (ممانعت/تسهیل) [میانی]، ادراک از نقش سیاست در توسعه کارآفرینی اجتماعی (ممانعت/تسهیل) [خرد]؛ عوامل اقتصادی (پارادایم اقتصادی حاکم [کلان]، میزان ثبات و رشد اقتصادی [کلان]، شاخص تورم [کلان]، شرایط وام و نرخ بهره [میانی]، سیاست‌های توزیعی و بازتوزیعی [میانی]، جایگاه تعاونی‌ها در اقتصاد [میانی]، شرایط مالیاتی [میانی]، شاخص امنیت سرمایه‌گذاری [کلان]، شاخص‌های صادرات و واردات [کلان]، دیپلماسی اقتصادی [کلان]، درآمد سرانه [خرد]، شفافیت اقتصادی [کلان]، روش بودجه‌ریزی [میانی]، زیرساخت حمل‌ونقل و ارتباطات [میانی]، شاخص‌های تولید [کلان]، شاخص‌های فساد اقتصادی [کلان]؛ عوامل اجتماعی-فرهنگی (ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی-فرهنگی [میانی]، ادراک از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی-فرهنگی [خرد]، سرمایه اجتماعی [میانی]، فرهنگ خانوادگی [خرد]، بحران‌های اجتماعی-فرهنگی [میانی]، ویژگی‌های دموگرافیک [خرد]، میزان رفاه اجتماعی [میانی]، جهانی‌سازی [کلان]، بحران‌های اجتماعی [میانی]؛ عوامل تکنولوژیک (روند حرکت فناوری [کلان]، به‌روز بودن فناوری [میانی]، دسترسی به فناوری [میانی]، فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات [میانی]، زیرساخت تکنولوژیکی [میانی]، سواد تکنولوژیک [خرد]؛ عوامل زیست‌محیطی (منابع طبیعی [کلان]، ویژگی‌های ژئوپلیتیک [کلان]، ویژگی‌های اقلیمی [میانی]، سطح دسترسی به منابع طبیعی [میانی]، میزان دسترسی به منابع طبیعی [میانی]، بحران‌های زیست‌محیط [میانی]، انرژی [میانی]؛

عوامل قانونی (کمیت و کیفیت قوانین و مقررات داخلی [میانی]، فرآیندهای وضع قوانین [کلان]، نظام قضایی [میانی]، سطح آگاهی از قوانین و حقوق فردی [خُرد]، انسجام قوانین [میانی]، قوانین و مقررات بین‌المللی [کلان])؛ و سایر عوامل (ذی‌نفعان [کلان]، ویژگی‌های اخلاقی جامعه [میانی]، دسترسی به دانش [میانی-خُرد]، منابع انسانی [میانی])؛ همچنین خود مجموعه این عوامل نیز در دو سطح خُرد و میانی از مجموعه‌ای از عوامل نهادی موجود در فضای کسب‌وکار متأثر می‌شوند که این عوامل خود به دو دسته عوامل نهادی رسمی (حمایت‌های دولتی، ویژگی‌های نظام بیمه، بوروکراسی اداری، زیرساخت‌های نهادی، جایگاه رسانه‌ها، ارتباطات دولت-ملت، ارتباطات دولت-کارآفرین، میزان بهره‌وری فعالیت‌های دولت) و عوامل نهادی غیررسمی (فرآیندهای تصمیم‌سازی، ثبات مدیریتی، جایگاه اصناف، نقش و جایگاه زنان در جامعه، ساختار و نهادهای بازار، رویکرد و نگرش علمی به کارآفرینی اجتماعی، کمیت و کیفیت نظام آموزشی، ادراک از مسئولیت اجتماعی سازمانی، روندها و تشریفات اعمال قانون) تقسیم می‌شوند.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱. نتیجه‌گیری

معنای کارآفرینی اجتماعی اغلب واضح و مشخص نیست. جالب است که علت اصلی این عدم وضوح درباره معنای کارآفرینی اجتماعی در واقع مبنای تأثیر بسیار زیاد آنکه تأثیر پویا نامیده می‌شود نیز هست. کارآفرینان اجتماعی و شبکه آن‌ها تمرکز بی‌امانی بر تغییرات اجتماعی به هم پیوسته‌ای که نُرْم‌ها و محدودیت‌های سازمانی و نهادی را نادیده می‌گیرند دارند. این عاملان تغییر مخرب اغلب چون بت‌شکنانی عمل می‌کنند که به جای کسب‌وکارهای متداول دارای چشم‌انداز استراتژیک پویا و متنوع هستند و از آنجایی که نمی‌خواهند مأموریت اجتماعی خود را از بین ببرند در هر کجا که ممکن باشد به دنبال متحدان و منابع می‌گردند؛ از این رو بسیاری از آنان هم‌زمان با دولت، نهادهای بشردوستانه،

بخش داوطلبانه، بانک‌ها و نیز بازار تجاری همکاری می‌کنند (نیکولز، ۲۰۰۸: ۱۰)؛ بر این اساس لغت «اجتماعی» معمولاً به‌عنوان حقیقتی واضح و بدون ابهام در نظر گرفته می‌شود که به تعاریف یا بررسی‌های بیشتر نیاز ندارد (نیکولز، ۲۰۰۸: ۵)؛ از همین روست که در اکثر مباحث مربوط به کارآفرینی اجتماعی تمرکز بر فرآیندی است که طی آن رفتارهای خاصی برای تعقیب اهداف اجتماعی شکل می‌گیرند. با این فرض می‌توان مجموعه‌ای از اهداف را که اجتماعی خوانده می‌شوند برشمرد؛ ولی پرسش بعدی این خواهد بود که مادامی‌که اهداف برشمرده با اهداف تجاری کاملاً در تضاد هستند کارآفرین چگونه می‌تواند به آن دست یابد و اگر این اهداف با اهداف تجاری هم‌سو باشند تفاوت کارآفرین اجتماعی با کارآفرینی اقتصادی در چیست؟ (بیلیفد، ۲۰۰۸: ۵). این سؤال و تعداد زیادی از سؤالات دیگر در خصوص کارآفرینی اجتماعی همچنان پابرجا است ولی برای پاسخ‌گویی بدان‌ها ابتدا به مدلی مفهومی و چارچوبی کامل‌تر از عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی نیاز بود که مقدمات ورود به سؤالات و پژوهش‌های دیگر را تشکیل دهد؛ بنابراین یافته‌های این پژوهش ضمن تبیین محتوای توسعه کارآفرینی اجتماعی و به تصویر کشیدن عوامل محیطی مؤثر بر آن به بررسی سطوح مختلف عوامل مذکور و ارتباطان آنان با یکدیگر پرداخته است.

نتایج پژوهش حاضر به شناسایی و تشریح سه لایه متداخل (خُرد، میانی، کلان) از عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی انجامید؛ همچنین عوامل نهادی (رسمی و غیررسمی) مؤثر بر لایه‌های محیطی سه‌گانه نیز به تفکیک شناسایی و معرفی شدند و در نهایت مجموعه عوامل مذکور در قالب مدلی یکپارچه ارائه و تشریح شد. به عقیده محققان مدل فعلی یکی از کامل‌ترین مدل‌های مفهومی ناظر بر عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی بوده و به‌نوعی دربرگیرنده و هم‌راستا با نتایج سایر پژوهش‌های این حوزه مطالعاتی است. مدل ارائه‌شده در پژوهش حاضر از جنبه عوامل نهادی هم‌راستا و

تأییدگر پژوهش‌های پیشین (مانند باتیلانا و دیگران، ۲۰۱۰؛ مارتی و دیگران، ۲۰۰۹؛ تریسی و دیگران، ۲۰۱۱) است؛ با این تفاوت که ارزش افزوده و نوآوری مدل این پژوهش، تفکیک عوامل نهادی به دو دسته رسمی و غیررسمی و گردآوری مصادیق بیشتر و کامل‌تری ذیل هرکدام از دسته‌های دوگانه عوامل نهادی است.

در خصوص محدودیت‌های پژوهش نیز اولین محدودیت تحقیق حاضر بدیع بودن موضوع آن و عدم وجود تحقیق با موضوع دقیقاً مشابه و عدم وجود پرسشنامه استاندارد و مدون مرتبط با موضوع پژوهش بود؛ همچنین انجام تحقیق حاضر در زمان وقوع پاندمیک کرونا که دسترسی به افراد و جذب همکاری و دریافت پاسخ‌ها را صرفاً به استفاده از ابزارهای ارتباطی در محیط مجازی محدود ساخت و این موضوع باعث تأخیر در روند انجام کار شد؛ همچنین به دلیل شاخصه‌های فرهنگی کشور و در نتیجه طبع محافظه‌کارانه بسیاری از مشارکت‌کنندگان، دریافت پاسخ‌های صریح و شفاف از آنان گاهی با مشقت‌هایی توأم بود. در خصوص سایر محدودیت‌های یا همان محدودیت‌های محقق نیز می‌توان به این موارد اشاره کرد: محدودیت دسترسی به اطلاعات و منابع مکتوب و پژوهش‌های دانشجویی سایر دانشگاه‌ها؛ عدم دسترسی به تعدادی از پایگاه‌های مهم علمی لاتین، محدودیت زمانی، مکانی و هزینه‌ای در جمع‌آوری کامل اطلاعات، منابع و مستندات، نبود دسترسی کافی به تمامی افراد جامعه آماری مشکل در جذب همکاری آن‌ها.

۲-۵. پیشنهادها

تکثر و تنوع ماهوی موجود در کارآفرینی اجتماعی آن را به موضوعی جذاب برای حوزه‌های مختلف تحقیقاتی تبدیل کرده است؛ از این رو لازم است تا موضوع با دیدگاه‌های تئوریک مختلف مورد مطالعه قرار گیرد. کارآفرین اجتماعی در پس‌زمینه‌های اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی متفاوت وجوه مختلفی دارد. مشاهده کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان

۱ Battilana and Dorado

۲ Tracey, Phillips and Jarvis

فرآیندی حاصل از تعامل متداوم کارآفرینان اجتماعی و زمینه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند مفاهیمی چون جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و تئوری‌های سازمانی به ذهن متبادر می‌کند که آشنایی با آنان کمک می‌کند تا درک ما از موضوع جامع‌تر شود. کارآفرینی اجتماعی نیز مانند کارآفرینی تجاری نمی‌تواند در یک محیط صرفاً اقتصادی فهم شود؛ بنابراین یکی از مسیرهای آتی پژوهشی موردنیاز در این حوزه پژوهشی میان‌رشته‌ای^۱ در خصوص کارآفرینی اجتماعی است که به فهم و شناخت کامل‌تر اقتضات آن از دریچه علوم مختلف کمک و از نقص مفهوم‌پردازی تک‌بعدی جلوگیری خواهد کرد.

همان‌طور که بسیاری از محققان اشاره کرده‌اند مصالح اجتماعی بسیار ناهمگن هستند؛ بدین معنا که به‌طور بالقوه ارزش‌ها و اهداف ناهمسازی وجود دارند که ممکن است منجر به اهداف اجتماعی اساساً متفاوت و متضادی شوند؛ از این‌رو سؤال‌های پیچیده‌ای مطرح می‌شود از جمله اینکه چه کسی شایسته آن است که مصالح اجتماعی را تعریف کند (کارآفرین یا گروهی از شهروندان دیگر)؟ درنهایت مصالح اجتماعی چه کسی دنبال خواهد شد و با هزینه چه کسی؟ به‌خصوص در سطح کلان کارآفرینی اجتماعی این مسئله بسیار مشکل‌ساز است. جایی که ممکن است مزایای برخی در تغییرات گسترده بیشتر از سایرین باشد این مسئله به‌احتمال‌زیاد در طرح‌های مربوط به کشورهای توسعه‌یافته یا در حال توسعه توسعه‌ای رخ می‌دهد که دارای ارزش‌های متنوعی هستند. چنین مواردی تاکنون به‌ندرت در بحث کارآفرینی اجتماعی وارد شده است؛ بنابراین پرسشی که مطرح می‌شود این است: «تا چه اندازه کسب اهداف شخصی می‌تواند منجر به حصول دستاوردهای سودمندی برای جمع شود»؟ نهایتاً می‌توان از مسیرهای پژوهشی متعددی نام برد که از دریچه نقشه مفهومی کارآفرینی اجتماعی ارائه شده در پژوهش حاضر برمی‌خیزد. هرکدام از تم‌های سازمان‌دهنده و مفاهیم زیرمجموعه آن می‌توانند موضوع پژوهشی عمیق در حوزه کارآفرینی اجتماعی به شمار آیند. به‌طور مثال خصوصیات کارآفرینان موفق و عوامل حیاتی موفقیت (CSF) آنان چیست و آیا تمامی آنان را می‌توان ذیل ویژگی‌های سه-

^۱ Multi-disciplinary

گانه «مهارت»، «دانش» و «توانایی» جای داد یا خیر؟ وجوه اشتراک و افتراق ارزش‌ها، آرمان‌ها، مأموریت‌ها و مرز و دامنه آنان در بسترهای مختلف چگونه است و تعریف آنان در بسترهای گوناگون دولتی، خصوصی و شبه‌دولتی با چه اقتضائاتی عجین خواهد بود؟ پرسش مهم دیگر این است که نقش عوامل زمینه‌ای در تعریف موفقیت و شکست اقدامات کارآفرینانه اجتماعی چیست؟ همچنین ویژگی‌های سازمانی (اهداف، ساختار، فرهنگ، منابع و فناوری) چه نقشی در موفقیت کارآفرینی اجتماعی دارد و نقش ساختار سازمانی از دریچه «بهترین شیوه»^۱ و «بهترین تناسب»^۲ در کارآفرینی اجتماعی چگونه تبیین می‌شود؟

دو مسیر مطالعاتی آتی دیگر که به غنای هرچه بیشتر ادبیات این حوزه کمک می‌کند؛ نخست نقش و کارکرد نظریه‌های متفاوت در کاربست مدل ارائه‌شده در تحقیق و دوم در سطحی پایین‌تر از دیدگاه نظری و فلسفی؛ نقش و تأثیر استفاده از رویکردهای متفاوت به توسعه کارآفرینی اجتماعی است. مطابق دیدگاه نخست، پیشنهاد می‌شود مدل تحقیق از دریچه نظریه‌های متفاوت (اعم از نظریه هویت اجتماعی، نظریه سرمایه اجتماعی، نظریه قرارداد روان‌شناختی، تصویر سازمانی و...) مورد بررسی قرار گرفته و کارایی جداگانه و ترکیبی نظریه‌های مرتبط در افزایش بهره‌وری مدل مذکور مورد بررسی قرار گیرد؛ دوم پس از بررسی دلالت‌های متفاوت نظریه‌های گوناگون در مدل مطرح‌شده، ادبیات حوزه نیازمند مطالعه استفاده از رویکردهای متفاوت توسعه کارآفرینی اجتماعی (مانند رویکرد توانمندسازی، بازاریابی اجتماعی، نوآوری باز، نوآوری اجتماعی، جمع‌سپاری، مشارکت عمومی، کارآفرینی اجتماعی سبز و...) خواهد بود که این موارد قادرند مسیرهای ارزشمند و موردنیاز تحقیقات آتی در حوزه توسعه کارآفرینی اجتماعی را تشکیل دهند. در خصوص اجزا عوامل محیطی مدل نیز، یافته‌ها هم‌پوشان و مطابق بر یافته‌های مارتی و مایر (۲۰۰۹) و سایر تحقیقات (مانند آرامش و دیگران، ۱۴۰۰؛ تانسند و دیگران، ۲۰۰۸؛ ساد و دیگران، ۲۰۰۸)

۱ Best practice

۲ Best fit

۳ Townsend and Hart

بوده، با این تفاوت که تحقیق حاضر رویکردی جامع‌تر برای مطالعه عوامل مذکور داشته (رویکرد PESTEL) و همچنین توانسته است سطوح عوامل محیطی مذکور رو تفکیک نموده و حتی برهم‌کنش سطوح بر یکدیگر را نیز به نمایش گذارد که در تحقیقات یادشده صورت نگرفته بود.

فهرست منابع و مآخذ

الف. منابع فارسی

- اسدی، مه‌ری؛ رضوی، سید مصطفی؛ فراستخواه، مقصود (۱۳۹۰)، «الگوی کارآفرینی اجتماعی در سامان‌دهی کودکان خیابانی»، *توسعه کارآفرینی*، س ۳، ش ۱۲، ۸۳-۶۵.
- امین‌نژاد، کاوه؛ عزت‌پناه، بختیار (۱۳۹۷)، «تحلیلی تطبیقی از پیوند توسعه‌یافتگی و روند گسترش نظام شهرنشینی در ایران و جهان»، *آمایش محیط*، ۱۱(۴۰)، ۲۰-۱.
- انصاری، منوچهر؛ احمدپور داریانی، محمود؛ بهروز آذر، زهرا (۱۳۸۹)، «ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در مؤسسه‌های خیریه‌ی استان تهران»، *توسعه کارآفرینی*، س ۲، ش ۸، ۶۴-۳۷.
- بت‌شکن، محمدهاشم؛ عبده تبریزی، حسین؛ دهقان دهنوی، محمدعلی؛ قربانی‌یوانی، مهسا (۱۳۹۶)، «دلایل عدم توسعه‌یافتگی صنعت سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر در ایران»، *چشم‌انداز مدیریت مالی*، دوره ۷، ۴(۲۰)، ۱۵۱-۱۳۳.
- حسینی فهرجی، حسین؛ نصیری‌پور، امیر اشکان؛ رئیس‌ی، پوران (۱۳۹۲)، «عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در بیمارستان‌های دولتی ایران»، *مدیریت بهداشت و درمان*، ۳، ۲ و ۱.
- حسینی‌نیا، غلامحسین؛ یعقوبی فرانی، احمد؛ افشار، سعید (۱۳۹۳)، «عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی تکنولوژیک در صنعت برق»، *کیفیت و بهره‌وری صنعت برق ایران*، س ۳، ش ۵، ۱۷-۸.
- خانی جزنی، جمال (۱۳۸۵)، «بستر اجتماعی کارآفرینی»، *پیام مدیریت*، ش ۱۹ و ۲۰، ۹۲-۶۱.
- دانایی‌فرد، حسن (۱۳۸۴)، «روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت»، تهران: صفار.
- دانایی‌فرد، حسن؛ مهدی، الوانی؛ آذر، عادل (۱۳۹۲)، «روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع»، تهران: صفار.
- صالحی صدقیانی، جمشید (۱۳۸۹)، «بررسی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مشخصه‌های رفتاری»، *توسعه کارآفرینی*، س ۲، ش ۷، ۹۴-۶۷.
- شاهرضایی، عبدالرضا؛ گازرپور، فرشته (۱۳۸۱)، «نقش و جایگاه سازمان‌های غیردولتی در ارائه خدمات عام‌المنفعه و بشردوستانه در دنیای امروز با تأکید بر ارائه خدمات امداد و نجات»، *اولین همایش علمی تحقیقی مدیریت امداد و نجات*، ایران: تهران.

- عمرانی، زهرا؛ حقیقی کفاش، مهدی؛ مظلومی، نادر (۱۳۸۹)، «اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی»، *توسعه کارآفرینی*، س ۲، ش ۸، ۳۶-۱۱.
- کارپیشه، مریم (۱۳۹۸)، «توسعه گردشگری مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی»، *جغرافیا و روابط انسانی*، س ۲، ش ۳، ۴۸۷-۴۷۶.
- کریمی حصار، فرشید؛ روستا، علیرضا؛ مرادی، سعید (۱۴۰۰)، «تبیین شرایط توسعه قصد کارآفرینی اجتماعی دانشجویان (رویکرد نظریه زمینه‌ای)»، *دوماهنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، س ۱۲، ش ۱، ۱۱۶-۱۰۴.
- محمدبیگی، معصومه؛ بهرامی، شهاب؛ عیدی، حسین؛ ویسی، کوروش (۱۳۹۹)، «شناسایی شاخص‌های توسعه‌یافتگی آموزش تربیت بدنی در مدارس ایران»، *مدیریت مدرسه*، ۸(۲)، ۲۷۹-۳۰۰.
- محمدی، محمدعلی (۱۳۹۰)، «موقوفات هلال احمر گواهی بر نفوذ نهادی عام‌المنفعه در زندگی مردم ایران»، *فصلنامه وقف میراث جاویدان*، ش ۷۶، ۲۱۳-۱۹۵.
- مشفق، محمود؛ شکفته‌گوهری، محمد (۱۳۹۹)، «مطالعه وضعیت مهاجرت در شهرستان‌های مرزنشین ایران و اثرات سطح توسعه‌یافتگی بر آن»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۲۷(۸۸)، ۱۰۹-۱۴۴.
- نادعلی‌پور پلکی، حسن؛ کریمی، فریبا؛ ناد، محمدعلی (۱۳۹۸)، «تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ایران»، *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی*، دوره ۱۳، ش ۲، ۲۸۴-۲۶۷.
- هاشمی، سید مجید؛ جواهری، علیرضا؛ حیدرپور، مسعود (۱۳۹۷)، «کارکرد اجتماعی وقف و بناهای عام‌المنفعه الگوی پایدار احسان در شهرسازی ایرانی-اسلامی: نمونه موردی مجموعه گنجعلی خان کرمان»، *چهارمین همایش ملی معماری و شهر پایدار*، ایران: تهران.

ب. منابع انگلیسی

- Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 22-27.
- Aidis, R. Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2008). Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 656-672.

- Alvord, S.H., Brown, L.D. & Letts, C.W. (2003). *Social Entrepreneurship Leadership That Facilitates Societal Transformation an Exploratory Study*. Working Papers, John F. Kennedy School of Government, Center for Public Leadership, Harvard University.
- Battilana, J., Dorado, S. (2010). Building sustainable hybrid organizations: The case of commercial microfinance organizations. *Academy of Management Journal*, 53(6) 1419–1440.
- Bewayo, E.D., & Portes, L.S.V. (2016). Environmental factors for social entrepreneurship success: Comparing four regions. *American Journal of Management*, 16(4), 39-56.
- Bielefeld, W. (2008). *Social entrepreneurship and social enterprise*. WANKEL, C. (Ed.).
- Canestrino, R., Cwiklicki, M., Magliocca, P., and Pawelek, B. (2020). Understanding Social Entrepreneurship: A Cultural Perspective in Business Research. *Journal of Business Research*, 110: 132–143.
- Certo, S.T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key Issues and Concepts. *Business Horizons*, 51, 267-271.
- Dacin, M.T., Dacin, P.A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization science*, 22(5), 1203-1213.
- Dai, J., and A.J. Spire. (2018). Advocacy in an Authoritarian State: How Grassroots Environmental NGOs Influence Local Governments in China. *The China Journal*, 79: 62–83.
- Davis, S. (2002). Social Entrepreneurship: Towards a Social Entrepreneurial Culture for Social and Economic Development. *International Board Selection Committee*, Ashoka: Innovators for the Public, Prepared by request for the Youth Employment Summit, September 7-11.
- Dees, J.G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76(1), 55-66.
- Dees, J.G. (1998b). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. working paper, Stanford University.
- Devers, K.J., & Frankel, R.M. (2000). Study design in qualitative research--2: Sampling and data collection strategies. *Education for health*, 13(2), 263.
- Dey, P. (2006). *The rhetoric of social entrepreneurship: Paralogy and new language games in academic discourse*. C. Steyaert, D. Hjorth, eds. *Entrepreneurship as Social Change: A Third Movements of Entrepreneurship*. Edward Elgar, Cheltenham, UK, 121–144.
- 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.
- Gerard, G., and Shaker, A.Z. (2002). Culture and Its Consequences for Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 5-8.
- Guba, E.G., & Lincoln, Y.S. (1989). *Fourth generation evaluation*. Newbury Park, CA: Sage.
- Guclu, Ayse & Dees, J. Gregory. (2002). *The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit*. by the Fuqua School of Business.

- 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.
- Lumpkin, G.T., Bacq, S., Pidduck, R.J. (2018). Where Change Happens: Community-Level Phenomena in Social Entrepreneurship Research. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 24-50.
- Mair, J., & Robinson, J. (2006). *Social Entrepreneurship*. New York, Palgrave Macmillan.
- Martí, I., Mair, J. (2009). *Bringing change into the lives of the poor: Entrepreneurship outside traditional boundaries*. T.B. Lawrence, R. Suddaby, B. Leca, eds. Institutional Work: Actors and Agency in Institutional Studies of Organizations. Cambridge University Press, Cambridge, UK, 92–119.
- Martin R.L., Osberg, S. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*. Stanford Social Innovation review.
- Matei, A., and L. Matei. (2011). The Impact of Quality of Bureaucracy on Governance Performance: A Comparative Study in Balkan States. *Proceedings of the 7th European Conference on Management, Leadership and Governance*, Sophia Antipolis, France, 277–284.
- McMillan, J.H. and Schumacher, S. (1984). *Research in education: A Conceptual introduction*. Boston: Little Brown and Company.
- 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.
- Morris, M.H., Santos, S.C., and Kuratko, D.F. (2020). The Great Divides in Social Entrepreneurship and Where They Lead Us. *Small Business Economic*. 10.1007/s11187-020-00318-y.
- Naderi, N., Khosravi, E., Azadi, H., Karamian, F., Viira, A., and Naderi, H. (2020). Barriers to Developing Social Entrepreneurship in NGOs: Application of Grounded Theory in Western Iran. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1765409>
- Nelson-Nunez, J., and K. Cartwright. (2018). Getting Along or Going Alone: Understanding Collaboration between Local Governments and NGOs in Bolivia. *Latin American Politics and Society*, 60(1): 76–101.
- Nicholls, A. (2008). *Social entrepreneurship: new models of sustainable social change*. OUP Oxford.
- Oktay, J.S. (2012). *Grounded theory*. Oxford University Press.
- Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why Women Enter in Entrepreneurship, an Explanatory Model. *Women in Management Review*, vol. 16, N. 5.
- Prensky, D. (2005). *Social Entrepreneurship*. Working paper, The College of New Jersey.
- Sahasranamam, S., and Nandakumar, M. K. (2020). Individual Capital and Social Entrepreneurship: Role of Formal Institutions. *Journal of Business Research*, 107: 104–117.

- Strauss, A.L., Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. (2nd ED.), Sage, pp. 312.
- Sud, M., VanSandt, C.V., Baugous, A.M. (2008). Social entrepreneurship: The role of institutions. *Journal of Business Ethics*, 85(Supplement 1), 201–216.
- 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.
- Townsend, D.M., Hart, T.A. (2008). Perceived institutional ambiguity and the choice of organizational form in social entrepreneurial ventures. *Entrepreneurship Theory Practice*, 32(4), 685–700.
- Tracey, P., Phillips, N., Jarvis, O. (2011). Bridging institutional entrepreneurship and the creation of new organizational forms. *Organ. Sci.* 22(1), 60–80.
- Urbano, D., Ferri, E., Peris-Ortiz, M., & Aparicio, S. (2017). Social entrepreneurship and institutional factors: A literature review. *Social entrepreneurship in Non-Profit and profit sectors*, 36, 9-29.
- Usaid, (2000). “New Patthershhip Initiative: NGO Empowerment”, NPI Core Report.
- Weerawardena, J., & Mort, G.S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), 21-35.
- Zahra, S.A., Nambisan, S. (2011). Entrepreneurship in global innovation ecosystems. *AMS Review*, 1(1), 4-17.
- Zahra, S.A., Newey, L.R., Li, Y. (2013). On the Frontiers: The Implications of Social Entrepreneurship for International Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 137-158.
- Zahra, S.A., Wright, M. (2011). “Entrepreneurship’s Next Act”. *Academy of Management Perspectives*, 25(4), 67-83.
- Zahra, S.A., & Wright, M. (2016). Understanding the social role of entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 53(4), 610-629.

