

اعتبار سنجی کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد

پروانه گلرد^۱

علیرضا دریکوند^۲

علی رضائیان^۳

چکیده

اشتغال و خودکفائی مددجویان تحت حمایت در کمیته امداد به عنوان سازمانی که در راستای کارآفرینی اجتماعی فعالیت می نمایند تابع عوامل گوناگونی است و هدف این تحقیق، طراحی و اعتبار سنجی مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی صورت میگیرد. پژوهش از نوع تحقیقات اکتشافی است. رویکرد پژوهش آمیخته بر مبنای نظریه داده بنیاد و روش کمی معادلات ساختاری بوده است. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه نیمه ساخت یافته با ۱۵ نفر از مدیران ارشد، میانی و کارشناسان کمیته امداد و کارشناسان فعال در حوزه کارآفرینی اجتماعی سازمانی، که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. سپس در بخش کمی تحقیق فرضیه های تحقیق تدوین و برای آزمون آنها پرسشنامه ای طراحی و اطلاعات توسط ۳۲۰ نفر از کلیه مدیران، معاونین و کارشناسان اشتغال و حمایت در کمیته امداد و تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها با روشهای تحلیل عاملی تأییدی و مدل های تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزارهای SPSS و Amos صورت پذیرفت. کدها و مؤلفه های کارآفرینی اجتماعی سازمانی (۲۵۷ مفهوم کلیدی، ۷۲ مقوله فرعی، ۳۰ مقوله اصلی) از مصاحبه ها احصاء و در قالب مدل مفهومی داده بنیاد تدوین گردید. مقوله محوری، خودکفائی و اشتغال است که در ۵ بعد ایجاد شغل با درآمد باثبات، شغل متناسب، توانمندسازی اقتصادی، مشاغل پایدار و ترویج و نهادینه سازی فرهنگ کارآفرینی و با توجه به عوامل علی، زمینه ای، مداخله گر، راهبردها و نتایج، تدوین و مدل نهایی ارائه شد. نتایج کمی نشان داد مدل تحلیل مسیر و روابط موجود در مدل با ضرایب تأثیر مناسبی به تأیید رسید و با بخش کیفی همخوانی داشت.

کلید واژه : کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی سازمانی، اعتبار سنجی، کمیته امداد.

^۱ گروه مدیریت دولتی، واحد تهران جنوب دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۲ گروه مدیریت کارآفرینی، واحد تهران مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۳ گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

مقدمه

امروزه مبحث جدیدی که در عرصه‌ی کارآفرینی و در کنار کارآفرینی سازمانی مورد توجه قرار گرفته، کارآفرینی اجتماعی است. این نوع کارآفرینی، منفعت موسسه اجتماعی را با تصویری از انضباط، نوآوری و وابستگی اجتماعی بیان می‌دارد و ریشه در تعاملات انسانی و روابط اجتماعی بشری دارد. کارآفرینان اجتماعی نگرش‌های خلاقانه برای حل مسائل اجتماعی به کار می‌برند و دارای ویژگی‌های خاص خود؛ یعنی عاملان تغییر در بخش اجتماعی، پذیرش مأموریت برای ایجاد و بقای ارزش اجتماعی، شناسایی و ترغیب فرصت‌های جدید به وسیله منابع در دسترس که در نهایت به ارزش سازی اجتماعی منجر می‌گردد، هستند (Pir Mohammadi 2017). جوهره کارآفرینی اجتماعی همان فعالیت‌های نوع‌دوستی، نیکوکاری و احساس مسئولیت در قبال مشکلات اقبال آسیب‌پذیر و محروم جامعه است. آنچه ضرورت کارآفرینی اجتماعی را در جامعه مدرن امروزی آشکار می‌سازد، نسبت نظام سرمایه‌داری است که با اصالت دادن به منافع شخصی و نادیده گرفتن حقوق و نیازهای اقبال و طبقات آسیب‌پذیر جامعه بر شدت فقر و محرومیت و افزایش شکاف طبقاتی در جامعه افزوده است. همچنین با توجه به ناکامی دولت‌ها و مؤسسه‌های تجاری برای حل مسائل توسعه‌ای، جامعه امروزی برای رویارویی با مسائل پیچیده اجتماعی به کارآفرینی و خلاقیت اجتماعی نیازمند است (Falah 2020). یک روش جایگزین و جامع‌تر برای کمک به حل این گونه مسائل، کارآفرینی اجتماعی سازمانی است (Hemingway 2005). همینگوی اولین شخصی است که در کتاب خود مفهوم کارآفرینی اجتماعی سازمانی را به‌عنوان افرادی در داخل سازمان که به‌عنوان عوامل اخلاقی عمل می‌کنند، توسعه داد از سوی دیگر یکی از مفاهیمی که اخیراً در درون جامعه خیلی شنیده می‌شود بحث توسعه است. بی‌شک هنگامی که بحث توسعه کشورها به میان می‌آید از مهم‌ترین و شاید اولین جهاتی که ذهن شنونده را به خود جلب می‌کند توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهاست. قاعدتاً تصور کشوری توسعه‌یافته بدون توجه به رشد اقتصادی و اجتماعی غیرممکن است. علی‌رغم پوشش مفهوم توسعه بر کلیه‌ی جوانب اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، در اکثر مواقع به دلیل نقش و جایگاه مهمی که رشد اجتماعی در فرآیند توسعه کشورها دارد، رشد اجتماعی و توسعه کشورها به‌صورت مترادف به کار می‌رود. امروزه کارآفرینی اجتماعی سازمانی

⁴ Corporate Social Entrepreneurship

به‌عنوان راه‌کاری اثرگذار و پایدار در راه توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها شناخته می‌شود و هرروزه توجه بخش‌های گسترده‌تری از جامعه را به خود جلب می‌کند؛ بنابراین توجه به این مفهوم در فضای کشور ایران نیز ضرورت دارد اهمیت کارآفرینی اجتماعی سازمانی به این دلیل است که در پی یافتن راه‌حلی‌هایی اثرگذار و پایدار است که در بیشتر نقاط جهان قابلیت اجرا داشته باشند کشور ما نیز در مسیر برداشتن گام‌هایی به سمت توسعه و پیشرفت بوده و مطرح کردن تحقیق جامع کارآفرینی اجتماعی سازمانی در ایران می‌تواند به سرعت دادن روند پیشرفت کمک کند از سوی دیگر ایران کشوری است که سابقه‌ی پر بار و دیرینه‌ای در حوزه فعالیت‌های عام‌المنفعه دارد و توجه به رویکردی نو در این زمینه سبب به فعل درآمدن قابلیت‌های بالقوه موجود در این حوزه می‌شود (Abdi 2010). مهم‌ترین هدف کارآفرینی اجتماعی توجه به یک انگیزه اجتماعی، مانند بهبود انسجام اجتماعی، مبارزه با فقر، دفاع از حقوق بشر و یا ارتقای خدمات بهداشتی و درمانی است. با گسترش فقر و نابرابری در جوامع، در سال‌های اخیر توجه به کارآفرینی اجتماعی افزایش چشمگیری یافته و سازمان‌های غیردولتی گوناگونی در جوامع مختلف و همچنین در ایران تأسیس گردیدند که حل این معضلات اجتماعی را به‌عنوان موانع اصلی توسعه جوامع هدف خود قرار داده‌اند و از الگوهای کارآفرینی اجتماعی گوناگونی در این راستا بهره گرفته‌اند. در این میان، یکی از مراکزی که از بدو تأسیس تاکنون، گام‌های ارزشمندی را در مبارزه با ابر چالش فقر برداشته است، کمیته امداد امام خمینی (ره) است. این نهاد اجتماعی که با فرمان رهبر کبیر انقلاب اسلامی ایران و باهدف کمک به تحقق آرمان عدالت اجتماعی تشکیل شد، موفقیت‌های بسیاری در توانمندسازی و شکوفایی استعدادها و تأمین خوداتکایی نیازمندان و محرومان با ارائه خدمات اجتماعی، حمایتی، فرهنگی و معیشتی کسب نموده است به‌گونه‌ای که برخی از طرح‌های کمیته امداد امام خمینی (ره) مانند اکرام ایتم، مراکز نیکوکاری و ... را می‌توان مصداق نوآوری اجتماعی قلمداد کرد. علیرغم هدف و مأموریتی که کمیته امداد دارد به‌خوبی نتوانسته است مأموریتش را اجرایی بکند و با صرف هزینه‌های زیاد بازهم این کار محقق نشده است و می‌بایست با در نظر گرفتن تجربه دیگر کشورها و هزینه‌ها و منابع و بستر اجتماعی و شرایط اقتصادی و مدل‌های کارآفرینی اجتماعی سازمانی و نظریات و تئوری‌های پیشین گام‌های مؤثر و کارآمدی در راستای کارآفرینی اجتماعی سازمانی خود بردارد. از سویی نوظهور بودن مبحث کارآفرینی اجتماعی سازمانی، کلی‌گویی پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه و

در نهایت عدم وجود الگویی جامع برای کارآفرینی اجتماعی سازمانی، پژوهشگر را بر آن داشت تا با کسب دانش کافی در زمینه خصوصیات و ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی سازمانی و استفاده از دانش و تجربیات مشاوران دانشگاهی و مدیران سازمان‌های دولتی، به‌طور خاص کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد را کنکاش کند. از این‌رو این پژوهش باهدف واکاوی مبحث کارآفرینی اجتماعی سازمانی در پی پاسخگویی به این سؤال است که طراحی و تبیین مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی چگونه است؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مبانی نظری

هرچند که مفهوم کارآفرینی اجتماعی نسبتاً جدید است، اما ابتکاراتی که قابلیت‌های کارآفرینانه را برای حل مسائل اجتماعی به کار می‌گیرند، سابقه طولانی دارند. برواستین (۲۰۱۴) ابتکارهایی را به‌ویژه در مورد مسائل مرتبط با فقر و توانمندسازی جمعیت حاشیه‌نشین، تبیین نموده‌اند که روی هم‌رفته بهبود زندگی هزاران نفر در سراسر دنیا را موجب شده‌اند. کارآفرینی اجتماعی را در سه لایه‌ی مختلف تعریف می‌شود: ۱) کارآفرینی اجتماعی منسجم که در آن سازمان‌ها به دنبال سودآوری هستند و مزایای اجتماعی نیز ایجاد می‌کنند؛ ۲) تفسیر مجدد کارآفرینی که شامل تقلیل هزینه یا تنوع درآمد در سازمان‌های غیرانتفاعی است، ۳) کارآفرینی اجتماعی تکمیلی که در آن سازمان‌های غیرانتفاعی فعالیت‌های سودآوری را برای تحقق مأموریت‌های اجتماعی دنبال می‌کنند (Cooper AC 1994). از طرفی رهبران سازمان‌ها تلاش کردند تا فرایندهای کارآفرینی را در سازمان خود وارد کنند. این «کارآفرینی سازمانی» باهدف شناسایی و تعریف مجدد فرصت‌های بازار از طریق استراتژی‌ها، فرایندها و سازمان‌های نوآورانه‌ای انجام می‌شود که مزیت رقابتی جدید را به وجود می‌آورد. مفهوم کارآفرینی اجتماعی سازمانی این سه مفهوم دیگر از کارآفرینی را ترسیم می‌کند و در اینجا به‌عنوان «فرایند گسترش حوزه شایستگی سازمانی و فرصت مربوطه تعریف‌شده از طریق

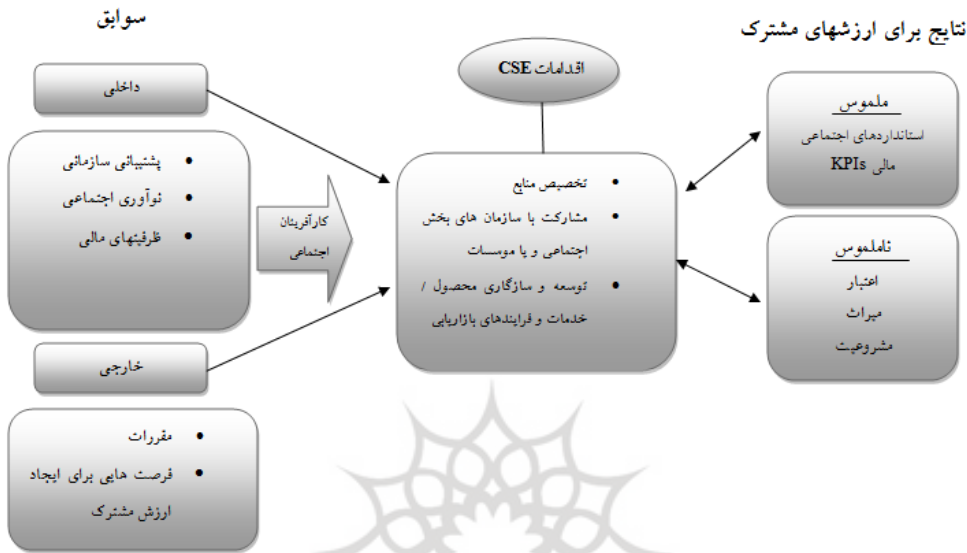
⁵ Bornstein

اعمال نفوذ نوآورانه منابع، چه در داخل و چه از خارج از کنترل مستقیم» تعریف شده است. باهدف ایجاد هم‌زمان ارزش اقتصادی و اجتماعی می‌باشد؛ مانند همه انواع کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی سازمانی شامل فرصت و نوآوری است. باین حال، برخلاف کارآفرینی سازمانی یا اجتماعی، به همان میزان در تلاش است تا منابع داخلی را به‌عنوان منابع خارجی به‌منظور تولید ارزش اقتصادی و اجتماعی بسیج کند. محققین کارآفرینی اجتماعی سازمانی را فرایندی می‌دانند که به‌منظور ایجاد فرصت‌های شغلی برای توسعه اشکال پیشرفته‌تر و قدرتمندتر از مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها است. کارآفرینی اجتماعی سازمانی به‌منظور اجبار سازمان‌ها به مسئولیت‌پذیری بیشتر اجتماعی نیست بلکه در عوض این است که شرکت‌ها را از مزایای بالقوه برای مشارکت بیشتر در حوزه شرکت‌های اجتماعی آگاه سازند (Austin 2016). شرکت‌های سراسر جهان با ترکیبی از فشار و رقابت‌ها روبرو هستند که آن‌ها را به سمت شکل‌های محکم‌تر مسئولیت اجتماعی سوق می‌دهد. شرکت‌ها برای پاسخ به این چالش باید فرایندی را پیدا کنند و ابتکارات اجتماعی خود را به سطحی بالاتر منتقل کنند. آن فرایند کارآفرینی اجتماعی سازمانی است (Bohman 2015). در زیر به ارائه چند نمونه از مهم‌ترین مدل‌های کارآفرینی اجتماعی سازمانی می‌پردازیم:

مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی (Nikolov 2017)

این مدل یک چارچوب جامع از کارآفرینی اجتماعی سازمانی است که نمای سیستماتیک را در مورد کارآفرینی اجتماعی سازمانی ایجاد می‌کند. آنچه این مدل‌ها نشان می‌دهد این است که پیش‌زمینه‌ها و نتایج خاصی برای اقدامات کارآفرینی اجتماعی سازمانی وجود دارد. اول‌ازهمه، سازمان‌ها باید فرصت‌های بالقوه برای ایجاد ارزش مشترک و ازاین‌رو نوآوری اجتماعی شناسایی کنند. سپس شرکت‌ها باید از دانش و قابلیت‌های اصلی انباشته‌شده خود استفاده کنند. برای توسعه اقدامات کارآفرینی اجتماعی سازمانی، شرکت‌ها نیاز به تخصیص منابع و ایجاد همکاری با سازمان‌های بخش اجتماعی و یا مؤسسات دارند. داشتن کارآفرینی اجتماعی سازمانی همچنین به معنای توسعه یا تطبیق

محصولات (خدمات) و فرایندهای بازاریابی برای دستیابی به بازار برای شرکت است و نتایج آن می‌تواند هم مشهود (بهبود استانداردهای اجتماعی) و هم نامشهود (شهرت بهتر، میراث و مشروعیت) باشند (Nikolov 2017).



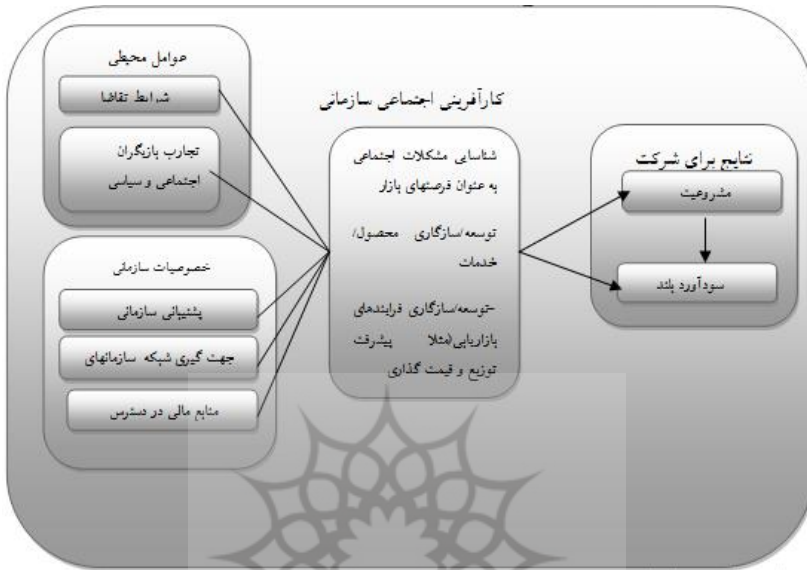
شکل ۱. مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی نیکولو و وستگرن (۲۰۱۷)

مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی (Zaefarian 2016)

در این مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی، آنها تحقیقاتی را در مورد بازار پایه هرم جمعیت‌آدر هند انجام دادند. این تحقیق مشخص کرد که سازمان‌هایی که مشغول انجام کارآفرینی اجتماعی سازمانی هستند، مشکلات اجتماعی رابه‌عنوان فرصت، توسعه و انطباق محصولات یا خدمات خود به‌منظور ارتقاء کیفیت زندگی فقرا می‌دانند. با این وجود، شرکت‌ها برای اجرای اقدامات کارآفرینی اجتماعی سازمانی که قبلاً ذکر شده، باید درک بهتری از عوامل محیطی مانند تقاضای محصولات جدید و انتظارات سهامداران داشته باشند. همچنین نشان می‌دهد که باید اقدامات پیشین سازمانی برای اقدامات کارآفرینی اجتماعی سازمانی وجود داشته باشد. این موارد شامل تأییدیه برتر مدیریت، همراه

⁶ BOP

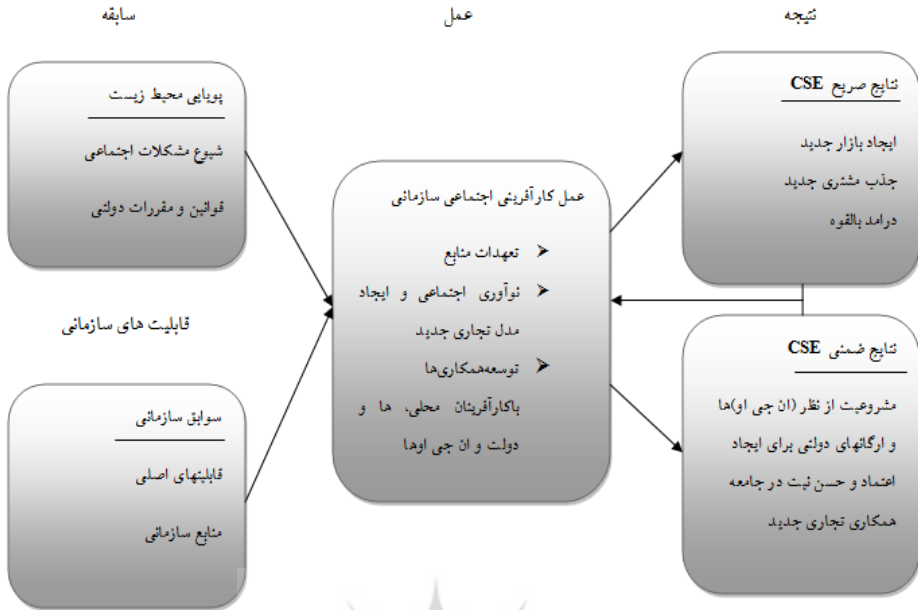
با پشتیبانی مالی و همچنین شبکه با سازمان‌های محلی غیردولتی (سازمان‌های غیردولتی) که محیط را بهتر می‌شناسند. ترکیب همه این مؤلفه‌ها می‌تواند مشروعیت شرکت و سودآوری طولانی مدت را به همراه داشته باشد (Zaefarian 2016).



شکل ۲. مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی (Zaefarian 2016)

مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی (Agrawal 2016)

در این مدل نویسندگان با جزئیات بیشتری کل فرآیند کارآفرینی اجتماعی سازمانی، از جمله پیشینان، اقدامات و نتایج آن را توضیح می‌دهند. دو پیشین اصلی پویایی محیط و توانایی‌های سازمانی هستند. همان‌طور که قبلاً مشاهده شد، شرکت باید مشکلات اجتماعی در بازارها را شناسایی کند و مقررات دولتی را نیز در نظر بگیرد. منابع شرکت نقش حیاتی دارند، زیرا کارآفرینی اجتماعی سازمانی یک استراتژی طولانی مدت است. وقتی صحبت از اقدامات کارآفرینی اجتماعی سازمانی می‌رسد، شرکت‌ها علاوه بر توسعه همکاری با سازمان‌های غیردولتی، کارآفرینان محلی و نهادهای دولتی، باید منابعی را که نیاز به نوآوری اجتماعی و ایجاد مدل تجاری جدید است، اختصاص دهند (Agrawal 2016).



شکل ۳. مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی آگراول و سهرانم (۲۰۱۶)

پیشینه پژوهش

از بعد پیشینه، در این بخش پژوهش‌های مرتبط با سؤال تحقیق بررسی می‌شود. سؤال اصلی پژوهش حاضر طراح مدل جامع کارآفرینی اجتماعی سازمانی است. در ادبیات حوزه کارآفرینی، پژوهش‌های مختلفی انجام شده است که به طرق مختلف «بخشی» از این سؤال را پوشش می‌دهند که در ذیل به‌طور مختصر به آنها پرداخته می‌شود. در تحقیقی عنوان کارآفرینی اجتماعی شرکتی در مقابل کارآفرینی اجتماعی: ایده‌های مشابه، سیرهای مختلف؟ که توسط (Hadad. Sh 2017) انجام گرفت. به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی اجتماعی شرکتی هیچ هسته حمایتی ندارد و منابع کمیاب و پراکنده‌ای را برای شکل‌گیری هویت سازمان ارائه می‌دهد (Bohman 2015) در تحقیق خود با عنوان کارآفرینی اجتماعی سازمانی به این نتیجه رسیدند که بعد اجتماعی و بعد تجارت، به‌عنوان شواهدی عمل می‌کند که یک سازمان کارآفرینی اجتماعی سازمانی است و برای موفقیت در کارآفرینی اجتماعی سازمانی باید هر دو بعد در استراتژی سازمان هماهنگ و درج شوند. در نهایت

آن‌ها برای کارآفرینی اجتماعی سازمانی یک مدل پیشنهاد می‌کنند که در این مدل بیان می‌شود که تراز کردن این دو بعد از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است؛ که اگر شرکتی در تراز کردن این ابعاد ناموفق باشد ممکن است موفقیت با کارآفرینی اجتماعی سازمانی دشوار باشد. (Tiwari 2015) در تحقیق خود با عنوان کارآفرینی اجتماعی شرکتی به این نتیجه رسید که استقرار کارآفرینی اجتماعی شرکتی می‌تواند مشکلات ایجادشده توسط جامعه سرمایه‌داری مانند نابرابری‌های منطقه‌ای و زوال کیفیت محیط اقتصادی را از بین ببرد. (Spitzeck 2013) در تحقیق خود با عنوان پایداری به‌عنوان محرک نوآوری: نسبت به الگویی از کارآفرینی اجتماعی شرکت‌ها در برزیل پس از مطالعه موردی به یک مدل برای کارآفرینی اجتماعی سازمانی رسیدند مطالعه آن‌ها نشان داده است که عوامل محرک خارجی، علاوه بر فاکتورهای بازار، خطرات اجتماعی - زیست‌محیطی و فرصت‌های ایجاد ارزش مشترک را به‌عنوان عوامل غیر بازار نیز دربر می‌گیرد. (Hemingway 2013) در تحقیق خود با عنوان کارآفرینی اجتماعی شرکتی عنوان کردند که برنامه‌های آموزشی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای مدیران و مدیران ارشد و همچنین افرادی که مدیریت میانی را بر عهده‌دارند ضرورت دارد. بررسی پژوهش‌های مرتبط با موضوع نیز، نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی با تمرکز بر سازمان خاص به تشریح و کارآفرینی اجتماعی سازمانی نپرداخته است، گونه‌ای که پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه کارآفرینی اجتماعی سازمانی بدون ارائه مدلی جامع در زمینه کارآفرینی اجتماعی سازمانی و کارکردهای آن با ارائه مطالبی کلی به بیان اهمیت نقش سازمان در پیاده‌سازی موفق کارآفرینی اجتماعی سازمانی پرداخته‌اند.

روش تحقیق

در این پژوهش از روش آمیخته اکتشافی، به عنوان راهبرد پژوهش استفاده شده است. در روش پژوهش آمیخته پژوهشگر با استفاده از روش‌های پژوهش کیفی و کمی به درک بهتری از پدیده‌ها

دست می‌یابد؛ بنابراین هدف پژوهش آمیخته این است که شواهد بیشتری برای درک پدیده‌ها به دست آورند. در این نوع پژوهش، پژوهشگر با روش‌های کیفی، ابعاد نهفته یک پدیده را مورد مطالعه و سپس با استفاده از روش‌های کمی به بررسی و مطالعه در مورد ابعاد قابل مشاهده پدیده اقدام می‌نماید (Bazargan 2008). بر این اساس، پژوهشگر تفسیر می‌نماید که چگونه نتایج کمی مبتنی بر یافته‌های اولیه کیفی است و سرانجام، پژوهشگر یافته‌های نتایج کیفی و کمی را با هم تلفیق می‌کند (Kersoul 2005).

روش بخش کیفی

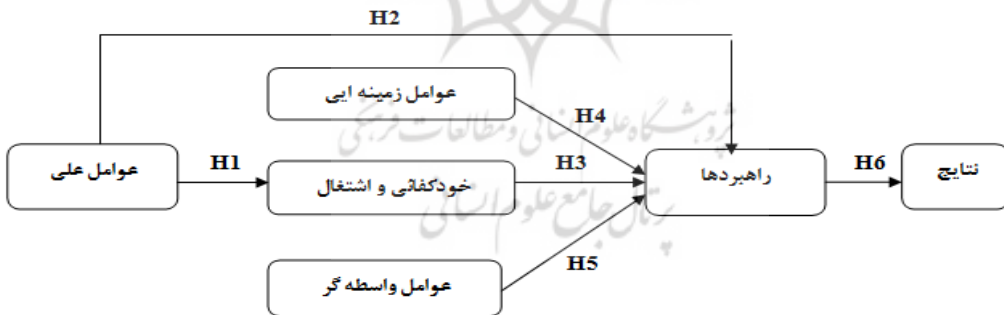
این پژوهش بر اساس روش‌های پیمایشی ترکیبی نگارش شده است. نظریه داده‌بنیاد، یکی از راهبردهای پژوهش کیفی محسوب می‌شود که از طریق آن نظریه بر مبنای مفاهیم اصلی حاصل از داده‌ها شکل می‌گیرد و هدف نهایی این راهبرد، ارائه تبیین‌های جامع نظری دربارهٔ یک پدیدهٔ خاص است که به صورت استقرایی از مطالعه آن پدیده حاصل می‌شود (Asgharizadeh 2019). درگام تجزیه و تحلیل داده در این تحقیق خبرگان بر مبنای معیار خبرگی (حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد، دارا بودن حداقل ۱۰ سال سابقه کار، حداقل ۵ سال سابقه مدیریت یا فعالیت در زمینه کارآفرینی اجتماعی سازمانی) گزینش شده‌اند. در فرآیند کد گذاری مبنای تمرکز بر نکات کلیدی مصاحبه در راستای معنا سازی عمیق بوده تا به این ترتیب بر مبنای ۲۵۷ کد باز حاصله، ۲۱ کد محوری، و در نهایت ۴۷ کد انتخابی در حوزه عوامل علی و ۴۶ کد انتخابی در حوزه عوامل زمینه‌ای و ۳۶ کد انتخابی در حوزه مداخله‌گر علاوه بر ۷۶ کد برای راهبردها و ۳۱ کد انتخابی در حوزه پیامدها حاصل گردد.

جدول ۱. ویژگی جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

مصاحبه‌شونده	جنسیت	سطح تحصیلات	رشته تخصصی	سابقه کار اجرایی (سال)
P1	مرد	دکتری	کارآفرینی	۱۵
P2	مرد	فوق‌لیسانس	مدیریت بازرگانی	۱۴

۲۰	مدیریت کارآفرینی	فوق لیسانس	مرد	P3
۱۱	کارآفرینی اجتماعی	دکتری	زن	P4
۵	نرم افزار	فوق لیسانس	زن	P5
۲۵	مدیریت	فوق لیسانس	مرد	P6
۲۵	کارآفرینی	فوق لیسانس	مرد	P7
۱۰	اقتصاد	دکتری	مرد	P8
۳۰	مدیریت	لیسانس	مرد	P9
۱۰	اقتصاد بین الملل	دکتری	مرد	P10
۲۵	دامپزشکی	دکتری	مرد	P11
۲۰	کارآفرینی	دکتری	مرد	P12
۱۰	حقوق	کارشناس ارشد	مرد	P13
۲۰	مدیریت	کارشناس ارشد	مرد	P14
۱۰	مدیریت	دکتری	زن	P15

در گام دوم بر مبنای فرآیند معادلات ساختاری در نرم افزار (Amos) مدل های ساختاری و اندازه گیری بر مبنای سازه های انعکاسی استخراجی از مدل پارادایمی برای بررسی متغیرهای مکنون در فرضیات مورد استفاده واقع شده اند.



شکل ۱. مدل مفهومی پیشنهادی پژوهش پس از تأیید خبرگان

جدول ۲. نمونه کدگذاری انتخابی، محوری و باز در فرایند مصاحبه

کد باز	کد محوری	کد انتخابی	طبقه در مدل پارادایمی
مشروعیت شرکت‌ها، ایجاد بازارهای جدید، سودآوری طولانی مدت، جذب مشتری جدید، درآمد بالقوه، ارتقا تکنولوژی و دانش فنی، مشروعیت از نظر (NGO) ها و ارگان دولتی برای ایجاد اعتماد و حسن نیت در جامعه، ایجاد همکاری‌های تجاری جدید	ایجاد شغل با درآمد باثبات		توسعهٔ اقتصادی
شغل متناسب	شغل متناسب		
شناسایی محرومیت‌های اقتصادی، بسترسازی جهت خودکفایی، مساعدت‌های مالی و غیرمالی، ارائه انواع تسهیلات قرض الحسنه، تقویت فرهنگ اقتصادی سالم	توانمندسازی اقتصادی	خودکفائی و اشتغال	
تشویق مشارکت و حمایت جامعه از محصولات/خدمات، حمایت قانون از تولیدات داخلی، تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری، ارتقا کیفیت محصولات/خدمات مددجویان، مدیریت جامع تمامی ظرفیت‌های موجود، سیاست‌های باثبات توسعه اشتغال در کمیته امداد	مشاغل پایدار		
ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی	ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی		



شکل ۱. مدل پارادایمی کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی (ره)

تعیین اعتبار الگویی کیفی

تأمین روایی و پایایی پژوهش، از روش ارزیابی (G 1985). استفاده شد که معادل روایی و پایایی در پژوهش‌ها کمی است. به این منظور و بر پایه این روش چهار معیار موثق بودن و اعتبار، انتقال پذیری، اطمینان پذیری و تأیید پذیری، اهنایی برای حصول روایی و پایایی در پژوهش کیفی محسوب می‌شود (G 1985). برای کسب قابلیت اعتبار، نمونه‌گیری تا رسیدن داده‌ها به حد اشباع ادامه پیدا کرد و از راه روایی صوری به وسیله ده نفر از مدیران سازمان (پنل خبرگان) ارزیابی

⁷ Credibility

⁸ Transferability

⁹ Dependability

¹ Conformability

شد. به این منظور متن مصاحبه و کدهای استخراج‌شده به مشارکت‌کنندگان ارائه شد و آن‌ها درباره صحت و سقم آن اظهار نظر کردند و در صورت داشتن هرگونه مغایرت، مراتب مورد توجه و بررسی قرار گرفت. انتقال‌پذیری اشاره به این دارد که یافته‌های مطالعه تا چه حدی در دیگر گروه‌ها قابل انتقال یا استفاده است که به منظور تحقق آن سعی شد مشارکت‌کنندگان در پژوهش از سطوح مختلف سازمانی با تخصص و تجربیات متفاوت انتخاب شوند.

اطمینان‌پذیری یک پژوهش بیانگر سازگاری، منطقی بودن و پیوستگی یافته‌های پژوهش است که در پژوهش بالا از ضبط کامل مصاحبه‌ها به منظور ایجاد امکان بررسی چندباره داده‌ها و امکان کدگذاری به‌وسیله همکار استفاده شد و از طولانی شدن زمان جمع‌آوری داده (انجام مصاحبه‌ها) تا حد امکان خودداری و از همه مشارکت‌کنندگان راجع به یک موضوع پرسیده شد.

تأیید‌پذیری نشان‌دهنده ارتباط داده‌ها با منابع، ظهور نتایج و تفاسیر از این منابع است. تشریح کامل مراحل پژوهش اعم از جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل و شکل‌گیری درون‌مایه‌ها به منظور فراهم کردن امکان ممیزی در اختیار چند تن از مشارکت‌کنندگان در پژوهش قرار داده شد تا صحت نحوه انجام و نتایج حاصل‌شده در پژوهش تأیید شود.

در گام دوم بر مبنای پرتکرارترین سازه‌های حاصله در بخش کیفی نسبت به سازماندهی فرایند مدل مفهومی اقدام و فرضیه‌های حاصله از مدل مورد آزمون قرار گرفت، که فرآیند و در ادامه نتایج حاصله ارائه می‌گردد:

فرضیه‌ها و مدل مفهومی پژوهش

هر الگوی پژوهشی مبنای نظری و تجربی است که در آن بایستی بتوان بروندادهای نهایی الگو را بر اساس چیدمان منطقی و تجربی متغیرها تبیین و توجیه کرد. بر اساس مطالعه مبانی نظری و دیدگاه خبرگان، این پژوهش دارای ۶ فرضیه است.

فرضیه های بخش کمی

H1: عوامل علی (عوامل سازمانی، عوامل محیطی) مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد بر خودکفائی و اشتغال تأثیر دارند.

H2: عوامل علی (عوامل سازمانی، عوامل محیطی) مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد بر راهبردهای استقرار این مدل تأثیر دارند.

H3: خودکفائی و اشتغال بر راهبردهای مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی تأثیر دارد.

H4: عوامل زمینه ای (استراتژی سازمان، سیاست‌های اجرایی اشتغال کمیته امداد، برنامه‌ها و اقدامات مدیریتی، برنامه‌های آموزش شغلی، ثبات مدیریت و برون‌سپاری) بر راهبردهای مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی تأثیر دارد.

H5: عوامل مداخله‌گر (ویژگی شخصیتی مدیران، عوامل محیطی، اقتصادی و عمومی، خصوصیات سازمانی، عوامل مؤثر بر شرایط شغل، عوامل مربوط به محصولات/خدمات، ویژگی شخصیتی مددجویان، سیستم مدیریت دولتی کارآمد) بر راهبردهای مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی تأثیر دارد.

H6: راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی بر پیامدهای سطح خرد، میانی و کلان تأثیر دارد.

روش بخش کمی

هدف از این مرحله پژوهش، تعیین الگوهای روابط، آزمون میزان روابط بین مقوله‌ها و دستیابی به سطوحی از توانایی تعمیم‌پذیری مدل تدوین شده در بخش کیفی در نمونه‌ای بزرگتر است. پس از گام‌های اساسی غربال‌گری و جایگزینی مقادیر گمشده^۱، تجزیه و تحلیل داده‌های کمی در ۲

¹ Missing values

مرحله اصلی انجام شد: ۱- تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها، ۲- تجزیه و تحلیل همبستگی چند متغیره داده‌ها شامل تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و مدل معادلات ساختاری (SEM). جامعه آماری پژوهش خبرگان ۳۲۰ نفر از کمی کلیه مدیران، معاونین و کارشناسان اشتغال و حمایت در کمیته امداد خمینی (ره) میباشند. بازه زمانی انجام تحقیق زمستان ۱۳۹۷ تا زمستان ۱۳۹۹ بوده است، در جامعه آماری خبرگان (N=۱۸۰۰) بر اساس جدول مورگان و روش نمونه‌گیری در دسترس حجم نمونه ۳۲۰ نفر برآورد گردید. از این تعداد ۲۳۹ نفر مرد (۷۴/۶۸٪) و ۸۹ نفر زن (۲۵/۳۲٪) با بیشترین مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد با درصد معادل ۵۴/۳۷ با بیشترین سابقه خدمت بالای ۲۰ سال به پرسشنامه‌ها به صورت کامل پاسخ داده بودند. روایی پرسشنامه به‌کاررفته، به صورت محتوایی و از نظر خبرگان بررسی گردید. ضمن اینکه پایایی ابزارها با استفاده ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و بالاتر از ۰/۷ حاصل شد. لذا میتوان گفت که پرسشنامه پژوهش از پایایی مناسبی برخوردار است.

یافته‌های بخش کمی تحقیق

تحلیل توصیفی داده‌ها

در این بخش، ویژگی‌های توصیفی مربوط به ۲۵ مقوله اصلی و ۷۲ مقوله فرعی حاصل از تحلیل مرحله کیفی و ۶۱ سؤال مربوط به آنها در پرسشنامه با توجه به سؤال‌های ویژه و بخش‌های مدل پارادایمی ارائه شده است. شرکت‌کنندگان به ۵ گویه مربوط به شایسته‌پروری، ارائه شده در قالب طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) پاسخ دادند. میانگین مقوله اصلی، خودکفائی و اشتغال (۳/۹۰) بود که حاکی از آن است که وضع موجود خودکفائی و اشتغال در حد متوسط می‌باشد.

شرکت‌کنندگان به ۴ گویه مربوط به موجبات علی ارائه شده در قالب طیف لیکرت ۵ درجه‌ای پاسخ دادند که خود آن نیز دارای ۲ مؤلفه فرعی بود. بهترین وضعیت برای عامل سازمانی (۳/۵۳=

(M) و ضعیف ترین ارزیابی از آن عامل محیطی ($M = 3/39$) بود. شرکت کنندگان به ۱۲ گویه مربوط به ویژگی های زمینه ای ارائه شده در قالب طیف لیکرت ۵ درجه ای پاسخ دادند که خود آن نیز دارای ۶ مولفه فرعی بود. بهترین وضعیت برای مولفه برنامه های آموزش شغلی ($M = 3/83$) و ضعیف ترین ارزیابی از آن مولفه ثبات مدیریت ($M = 3/07$) بود.

شرکت کنندگان به ۱۴ گویه مربوط به عوامل مداخله گر ارائه شده در قالب طیف لیکرت ۵ رجه ای پاسخ دادند که خود آن نیز دارای ۷ مولفه فرعی بود. بهترین وضعیت برای مولفه ویژگی شخصی مددجویان ($M = 3/86$) بود. شرکت کنندگان به ۱۵ گویه مربوط به راهبردهای ارائه شده در قالب طیف لیکرت ۵ درجه ای پاسخ دادند که خود آن نیز دارای ۷ مولفه فرعی بود.

بهترین وضعیت برای مولفه ارزیابی عملکرد ($M = 4/26$) و ضعیف ترین ارزیابی از آن، مولفه بهبود فضای کسب و کار برای مددجویان ($M = 2/83$) بود. شرکت کنندگان به ۶ گویه مربوط به مقوله پیامدهای ارائه شده در قالب طیف لیکرت ۵ درجه ای پاسخ دادند که خود آن نیز دارای ۳ مولفه فرعی بود. بهترین وضعیت برای مولفه پیامدهای سطح خرد ($M = 4/88$) بود.

الف) تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول

به عنوان یک گام پیشین برای مدلسازی معادلات ساختاری (SEM)، تحلیل عاملی تأییدی برای ایجاد اعتبار سازه عوامل انجام شد (براون ۲۰۰۶: ۲۱۲). بر مبنای یافته های بخش کیفی پژوهش، در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول با استفاده از نرم افزار Amos، ۶۱ گویه پرسشنامه الگوی کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد به تفکیک ۳۰ عامل اصلی استفاده شد.

جدول شماره ۱ نتایج تحلیل عاملی تأییدی و برخی از مهمترین معیارهای برازش تحلیل عاملی تأییدی برای هر کدام از عوامل و مقایسه آنها با ملاک های تعیین شده را نشان می دهد. بر مبنای این نتایج می توان گفت تحلیل عاملی مورد تأیید است.

جدول ۳. شاخص های برازش تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد

شاخص	شاخص	شاخص	ریشه خطای	نسبت خی دو به	عامل های مرتبه
نیکیوی	برازش	نرم شده	میانگین	درجه آزادی	اول
برازش	تطبیقی	برازش	مجذورات	CMIN/DF	
CFI	IFI	NFI	RMSEA		
بیشتر از ۰/۹	بیشتر از ۰/۹	بیشتر از ۰/۹	کمتر از ۰/۱	بین ۱ تا ۵	معیار
۰/۹۹۷	۰/۹۹۷	۰/۹۷۷	۰/۰۲۳	۱/۱۴۵	عوامل علی
۰/۹۶۳	۰/۹۸۰	۰/۹۶۳	۰/۰۵۴	۱/۷۹۰	خودکفائی و اشتغال
۰/۹۲۱	۰/۹۲۶	۰/۹۵۱	۰/۰۶۰	۴/۹۶۱	عوامل زمینه ای
۰/۹۸۴	۰/۹۹۰	۰/۹۱۸	۰/۰۶۸	۲/۲۳۹	عوامل واسطه گر
۰/۹۱۲	۰/۹۲۸	۰/۹۱۰	۰/۰۳۲	۲/۰۳۵	راهبردها
۰/۹۸۱	۰/۹۸۱	۰/۹۷۹	۰/۰۲۶	۴/۸۹۹	پیامدها

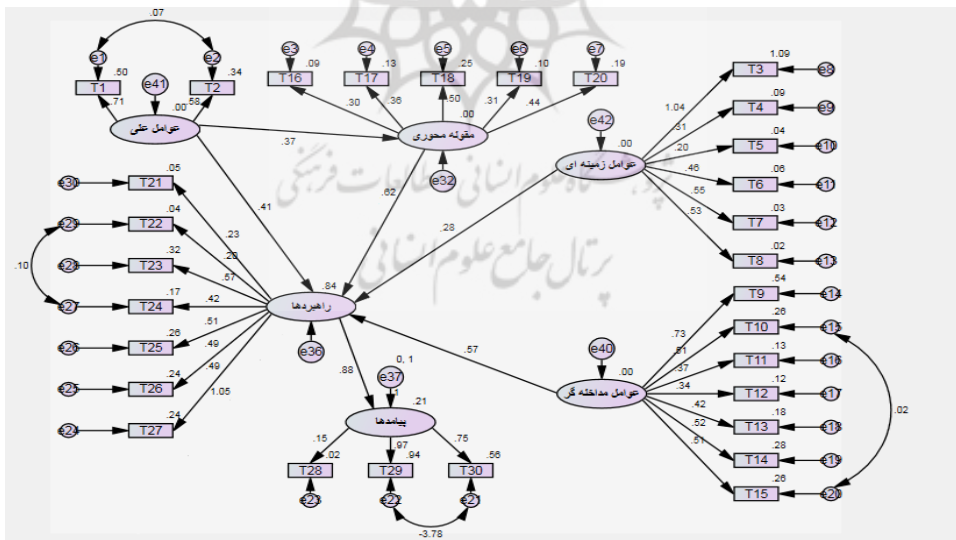
ب) تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم

شاخص های آماری در تحلیل عاملی مرتبه دوم، نشان دهندهٔ برازش کاملاً مطلوب مدل است. به طور خاص، شاخص خی د و به درجه آزادی (χ^2 / df) بین ۲/۰۲۹ تا ۴/۱۲۴، ریشه خطای میانگین مجذورات تقریبی (RMSEA) بین ۰/۰۱۳ تا ۰/۰۶۸، شاخص نرم شده برازش (NFI) بین ۰/۹۱۱ تا ۰/۹۶۹، شاخص برازش تطبیقی (IFI) بین ۰/۹۲۴ تا ۰/۹۷۳، شاخص نیکیوی برازش (CFI) بین ۰/۹۳۵ تا ۰/۹۷۳ قرار داشتند. مقیاس های ایجاد شغل با درآمد باثبات، شغل متناسب، توانمند سازی اقتصادی، مشاغل پایدار، ترویج و نهادینه سازی فرهنگ کارآفرینی تشکیل دهنده سازه مکنون دیگری به نام مقوله مرکزی هستند. مقیاس های عوامل سازمانی و عوامل محیطی تشکیل دهنده سازه مکنون دیگری به نام موجبات علی هستند. خرده مقیاس های استراتژی های سازمان، سیاست های اجرایی اشتغال کمیته امداد، برنامه و اقدامات مدیریتی، برنامه های آموزش شغلی، ثبات مدیریت، برون سپاری تشکیل دهنده سازه مکنون دیگری به نام ویژگی های زمینه ای هستند. خرده مقیاس های ویژگی شخصی مدیران، عوامل محیطی، اقتصادی و عمومی، خصوصیات سازمانی، عوامل اجتماعی مؤثر بر شرایط شغل، عوامل مؤثر بر محصولات/ خدمات، ویژگی شخصی مددجویان، سیستم مدیریت دولتی کارآمد، تشکیل دهنده سازه مکنون دیگری به نام عوامل

وا سطره گر ه ستنند. خرده مقیاس بهبود فضای کسب و کار برای مددجویان، تو سعه زنجیره های ارزش، اقدامات کار شنا سان فنی اشتغال کمیته امداد، تو سعه اشتغال، برون سپاری برنامه هدایت شغلی، تو سعه همکاری فعالان کسب و کار کارآفرینی در کشور، ارزیابی عملکرد، تشکیل دهنده سازه مکنون دیگری به نام راهبردها ه ستنند. خرده مقیاسهای پیامدهای سطح خرد، میانی و کلان، تشکیل دهنده سازه مکنون دیگری به نام پیامدها ه ستنند.

ج) مدل معادله ساختاری

از تحلیل معادلات ساختاری و نرم افزار Amos22 برای اعتباریابی مدل طراحی شده جهت کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی (ره) استفاده شد. بر مبنای مدل پارادایمی مستخرج از تحلیل داده های کیفی و عوامل حاصل از تحلیل عاملی مرتبه دوم، روابط مستقیم و غیر مستقیم بین متغیرها مشخص شد. با توجه به مدل مفهومی به دست آمده از مرحله کیفی پژوهش، هر یک از سازه های مدل به عنوان متغیرهای مشاهده شده در مدل فرضی پژوهش آمده اند.



شکل ۲. ضرایب استاندارد شده مدل نهایی پژوهش

شاخص ریشه خطای میانگین مجزورات تقریبی (RMSEA)، شاخص نرم شده برازش (NFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI) و سطح معنی داری برآوردها، بیانگر آن است که مدل با داده‌ها برازش مطلوبی دارد (جدول شماره ۲ را ببینید).

جدول ۴. شاخص‌های برازش تحلیل مسیر

نام شاخص	حد مجاز	مقدار برآورد شده	نتیجه
CFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵۶	تائید
IFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷۹	تائید
NFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۹۱	تائید
CMIN/DF	بین ۱ تا ۵	۳/۸۳۵	تائید
RMSEA	کمتر از ۰/۱	۰/۰۳۳	تائید

نتایج جدول بالا حاکی از آن است که تمامی شاخص‌ها در حد بسیار مطلوب گزارش شده‌اند و مدل با داده‌ها برازش خوبی دارد و بیانگر این است که رابطه خطی بین متغیرها وجود دارد.

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش

شماره فرضیه	عنوان فرضیه	ضرایب مسیر	ضرایب بحرانی	P Values	نتیجه آزمون
H1	عوامل علی (عوامل سازمانی، عوامل محیطی) مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد بر خودکفائی و اشتغال تأثیر دارند.	۰/۳۷	۵/۰۳۷	۰/۰۰۰	پذیرش
H2	عوامل علی (عوامل سازمانی، عوامل محیطی) مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد بر راهبردهای استقرار این مدل تأثیر دارند.	۰/۴۱	۲/۰۵۶	۰/۰۰۱	پذیرش
H3	خودکفائی و اشتغال بر راهبردهای مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی تأثیر دارد.	۰/۶۲	۸/۷۲۷	۰/۰۰۰	پذیرش
H4	عوامل زمینه‌ای (استراتژی سازمان، سیاست‌های اجرایی اشتغال کمیته امداد، برنامه‌ها و اقدامات مدیریتی، برنامه‌های آموزش شغلی، ثبات مدیریت	۰/۲۸	۵/۲۲۵	۰/۰۰۰	پذیرش

				و برون‌سپاری) بر راهبردهای مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی تأثیر دارد	
پذیرش	۰/۰۱۲	۸/۳۶۴	۰/۵۷	عوامل مداخله‌گر (ویژگی شخصیتی مدیران، عوامل محیطی، اقتصادی و عمومی، خصوصیات سازمانی، عوامل مؤثر بر شرایط شغل، عوامل مربوط به محصولات/خدمات، ویژگی شخصیتی مددجویان، سیستم مدیریت دولتی کارآمد) بر راهبردهای مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی تأثیر دارد.	H5
پذیرش	۰/۰۰۰	۵/۱۶۱	۰/۸۸	راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی بر پیامدهای سطح خرد، میانی و کلان تأثیر دارد	H6

نتیجه‌گیری

طراحی و اعتبار یابی الگوی کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد خمینی (ره) هدف اصلی پژوهش حاضر بود. برای این منظور، از دیدگاه روش‌شناسی، از راهبرد روش‌های ترکیبی اکتشافی بهره بردیم. در مرحله نخست، پژوهشگر از طرح نظام‌مند نظریه داده بنیاد (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸) جهت شناسایی پدیده اصلی مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی بهره گرفت و با تحلیل داده‌های کیفی، طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی به طراحی مدل پارادایمی پژوهش دست یافت. مدل پارادایمی حاکی از آن است که پدیده اصلی خودکفائی و اشتغال تحت تأثیر ۵ مقوله اصلی ایجاد شغل با درآمد باثبات، شغل متناسب، توانمندسازی اقتصادی، مشاغل پایدار و ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی ایجاد شده و بدون وجود و کارکرد درست آن‌ها خودکفائی و اشتغال در کمیته امداد محقق نمی‌شود. در این میان، چندین راهبرد از بطن دیدگاه‌های مطلعین کلیدی و با عنایت به تجربیات و ادراک آنان از وضعیت پدیده خودکفائی و اشتغال و الگوی کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد به دست آمد که شامل بهبود فضای کسب‌وکار برای

مددجویان، توسعه زنجیره‌های ارزش، اقدامات کارشناسان فنی اشتغال کمیته امداد، توسعه اشتغال، برون‌سپاری برنامه هدایت شغلی، توسعه همکاری فعالان کسب‌وکار و کارآفرینی در کشور و ارزیابی عملکرد هستند. این راهبردها در استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی دارای نقش شایان توجهی هستند. ولی جهت استقرار و پیاده‌سازی این راهبردها نباید نقش عوامل سازمانی و محیطی از قبیل قابلیت‌های سازمانی، اقدامات حوزه بازاریابی، اقدامات حوزه تجاری، اقدامات حوزه اجتماعی، اقدامات حوزه طراحی و پیشنهاد شغل، اقدامات حوزه مشاوره شغلی، ضمانت سهل‌الوصول برای مددجو، راهبری شغلی و همچنین نقش ویژگی‌های زمینه‌ای مانند استراتژی سازمان، سیاست‌های اجرائی اشتغال کمیته امداد، برنامه‌ها و اقدامات مدیریتی، برنامه‌های آموزش شغلی، ثبات مدیریت، برون‌سپاری و همچنین عوامل تقویت‌کننده و تضعیف‌کننده‌ی مداخله‌گر مغفول بماند. درنهایت باوجود این کنش‌ها و واکنش‌ها و با مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد باید منتظر پیامدهایی در سطح خرد، میانی و کلان باشیم. پس از دستیابی به این روایت، می‌بایست به این سؤال پاسخ داده می‌شد که آیا یافته‌های کیفی را می‌توان به سایر سازمان‌ها و مؤسسات کارآفرین قلمرو پژوهش تعمیم داد؟ پاسخ به این سؤال انجام مرحله دوم پژوهش و یا مرحله کمی را می‌طلبد. یافته‌های کمی نشان داد که شرایط علی استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی بر خودکفائی و اشتغال اثر (ضریب مسیر = ۰/۳۷) مستقیم و معناداری دارد. همچنین، شرایط علی بر راهبردهای استقرار این الگو اثر مستقیم و مثبت (ضریب مسیر = ۰/۴۱) دارد. خودکفائی و اشتغال بر راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی اثر مستقیم و مثبت (ضریب مسیر = ۰/۶۲) دارد. عوامل زمینه‌ای بر راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی اثر مستقیم و مثبت (ضریب مسیر = ۰/۲۸) دارد. عوامل مداخله‌گر بر راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی اثر مستقیم و مثبت (ضریب مسیر = ۰/۵۷) دارد و درنهایت این‌که پدیده راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد بر پیامدهای سطح خرد، میانی و کلان سازمانی اثر مستقیم و مثبت

(ضریب مسیر = ۰/۸۸) دارد. بالأخره اینکه، اعتبار و درستی یافته‌های کیفی و کمی پژوهش با محک ادبیات پژوهش سنجیده شد. درزمینه مقایسه نتایج حاصل از پژوهش با دستاوردهای پژوهش‌های داخلی و خارجی می‌توان عنوان کرد که تمرکز پژوهش بر پیاده‌سازی کارآفرینی اجتماعی سازمانی به‌عنوان کلیدی‌ترین وظیفه مدیران سازمان‌هایی کارآفرینی همچون کمیته امداد، سبب توجه همه‌جانبه به فرایند خودکفائی و اشتغال شده است که علاوه بر آشکارسازی جنبه‌هایی پنهان از این مهم، سبب تجمع شاخص‌های پراکنده پژوهش‌های مختلف در قالب مدلی جامع و بومی شده است. این در حالی است که در هیچ‌یک از پژوهش‌های انجام‌شده درزمینه کارآفرینی اجتماعی سازمانی، خودکفائی و اشتغال به‌طور مجزا موردبحث قرار نگرفته و نگاه کلی بر نقش منابع سازمانی در رویکرد کارآفرینی، کلی‌گویی درزمینه فعالیت‌ها و وظایف متعدد مدیریت را در پی داشته است. . بااین‌وجود بخشی از یافته‌های حاصل از پژوهش بالا قابلیت مقایسه با نتایج پژوهش‌های پیشین را دارد. درزمینه هم‌راستایی نتایج حاصل از پژوهش می‌توان عنوان کرد که اجرای برنامه‌های آموزش شغلی، استراتژی سازمان ازجمله شرایط زمینه‌ای برای دستیابی به کارآفرینی اجتماعی سازمانی شناسایی شد که این نتیجه هم‌راستا با نتایج پژوهش (Hadad. Sh 2017) و (Zaefarian 2015) است. توسعه زنجیره‌های ارزش، برون‌سپاری برنامه هدایت شغلی به‌عنوان راهبردی برای دستیابی به کارآفرینی اجتماعی سازمانی، مؤید نتایج پژوهش (Nikolov 2017) و (Hemingway 2013) است. شناسایی ترویج فرهنگ کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان بستری برای؛ دستیابی به کارآفرینی اجتماعی سازمانی نیز هم‌راستا با نتایج (Agrawal 2016) می‌باشد. بر اساس نتایج حاصل از طراحی مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی و رسیدن به نتایج شناسایی‌شده، پیشنهادهای کاربردی زیر به سازمان‌های کارآفرین و جامعه آماری مورد مطالعه قابل‌ارائه است.

یکپارچه‌سازی درون‌سازمانی: بهره‌گیری از بخش‌های دیگر سازمان ازجمله حمایت فرهنگی، حقوقی و ... و هم‌راستا نمودن عملکرد تمامی بخش پیشنهاد می‌شود.

برنامه‌ریزی: طراحی برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در راستای کارآفرینی اجتماعی سازمانی پیشنهاد می‌شود.

توسعه زنجیره‌های منتخب متناسب با زیست‌بوم کمیته امداد: ایجاد زنجیره‌های ارزش و تولید و زنجیره‌های شغلی با رویکرد صادراتی پیشنهاد می‌شود.

ایجاد مشاغل نوین: تمرکز بر شناسایی و حمایت از نخبگان برای ایجاد مشاغل نوین و دانش‌بنیان در سطح کشوری پیشنهاد می‌شود.

تمرکز بر آموزش منابع انسانی: تمرکز بر آموزش‌های به‌روز منابع انسانی حوزه خودکفایی با تأکید بر مهارت روز پیشنهاد می‌شود.

در ادامه باید اذعان کرد که هیچ مطالعه و پژوهشی خالی از اشکال نبوده است و همواره محدودیت‌هایی بر سر راه پژوهشگر وجود دارد که سبب دوری نتایج از حالت ایدئال می‌شود. پژوهش بالا نیز از این امر مستثنا نیست و با برخی از محدودیت‌های مربوط به انجام پژوهش‌های کیفی همراه است. نگاه نظری پژوهشگر در مقوله‌بندی داده‌های کیفی و دخیل بودن ذهنیت، تجربه و دانش پژوهشگر در طبقه‌بندی و نام‌گذاری مقوله‌ها، یکی از محدودیت‌های پژوهش بالا بود که با بررسی تحلیل داده‌های کیفی به‌وسیله ارزیابان خارج از پژوهش سعی در حداقل سازی محدودیت بالا شد. استفاده از روش نمونه‌گیری غیر تصادفی در انتخاب مصاحبه‌شوندگان محدودیت دیگری بود که در نتیجه آن عدم دربرگیری دامنه متنوع موضوع پژوهش به‌وسیله داده‌های گردآوری شده محتمل می‌باشد.

منابع

- Abdi, J. (2010). "Study of determinants of donors' tendency to social entrepreneurship in charitable activities in Zahedan Master Thesis, Sistan and Baluchestan University, Faculty of Management, Department of Entrepreneurship Management".

- Agrawal, A. S. (2016). "Corporate social entrepreneurship in India." *South Asian Journal of Global Business Research* 5 (2): 105-124. Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/110.1108/SAJGBR-1112-2014-0098>.
- Asgharizadeh, E. K., Habib; Sadeghi, Mohammad Reza (۲۰۱۹). "Presenting the three-way coordination model of business services: a data foundation study in the Iranian automotive industry." *Business Management Research*, 8 (25): 320-295.
- Austin, J. S., H. Wei-Skillern, J (2016). "Social and Commercial Entrepreneurship." *Entrepreneurship theory and practice* 30 (1): 1-22.
- Bazargan, A. (2008). "Introduction to Qualitative and Mixed Research Methods: Common Approaches in Behavioral Sciences." , Didar Publishing.
- Bohman, O. K., A, & Norén (2015). "Corporate Social Entrepreneurship." Jonkoping University.
- Cooper AC, G.-G. F., Woo CY (1994). "Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance." *Journal of Business Venturing* 9(5): 371-395.
- Falah, M. R. J., Mehdi; Ebadi, Ruhollah (2020). "Presenting a model to study and explain the role of endowment on the size of government in the economy with emphasis on the role of social entrepreneurship." *Parliament and Strategy* 27 (104): 30-35.
- G, L. Y. S. G. E. (1985). "Epistemological and methodological bases of naturdistic inquiry." *Educational Communication and Technology Journal* 30(4): : 233-252.
- Hadad. Sh, C., R (2017). "Corporate social entrepreneurship versus social intrapreneurship: same idea, different trajectories? *Management & Marketing*". *Challenges for the Knowledge Society*. " 12 (2): 252-276.
- Hemingway, C. A. (2005). ""Personal Values as A Catalyst for Corporate Social Entrepreneurship." *Journal of Business Ethics* 60: 233–249.
- Hemingway, C. A. (2013). ""The conditions and character traits of corporate social entrepreneurship." (: *Insights from a UK-based multi-national corporation*.)
- Kersoul, J. (2005). "Qualitative scanning and research design, selection from five approaches of narrative research, phenomenology, data theory, ethnography, case study, second edition translated by Hassan Danaeifard and Hassan Kazemi, Tehran: Saffar Publications".
- Nikolov, A., Westergren, L (2017). "Corporate Social Entrepreneurship as a new approach to CSR - A Swedish Outlook..Lund University - School of Economics and Management."

- *Nikolov, A. W., L. (2017). "Corporate Social Entrepreneurship as a new approach to CSR - A Swedish Outlook", . " Lund University - School of Economics and Management.*
- *Pir Mohammadi, S. S., Ghaderi, Shiva (2017). "Social Entrepreneurship, Effective Factors and Its Role in Economic Development (Emphasis on Kermanshah and Kurdistan Provinces)". " Paper presented at the First International Conference on Economic Planning, Sustainable and Balanced Development of Regional Approaches and Applications in Sanandaj, University of Kurdistan 39-31.*
- *Spitzeck, H. B., C, & Leao, C (2013). "Sustainability as a Driver for Innovation – towards a model of Corporate Social Entrepreneurship at Odebrecht in Brazil". " Corporate Governance International Journal of Business in Society 13(5): 613-625.*
- *Tiwari, E. (2015). "Corporate Social Entrepreneurship: Face of Caring Capitalism." Journal of Social Science, Commerce and Management .*
- *Zaefarian, R., Tasavori, M & Ghauri, PN (2015). "A corporate social entrepreneurship approach to market-based poverty reduction." Emerging Markets Finance and Trade vol. 51.no. 2: pp. 320-334.*
- *Zaefarian, R., Tasavori, M & Ghauri, PN (2016). "A corporate social entrepreneurship approach to market-based poverty reduction." Emerging Markets Finance and Trade 51, no. 2: pp. 320-334.*

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی