



فصلنامه علمی  
اقتصاد و مدیریت شهری

فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری، ۸(۴)پیاپی ۳۲، ۶۳-۴۷

www.iueam.ir

نمایه در JISC, EconLit, EBZ, Econbiz, EBZ, GateWay-Bayern, SID, Google Scholar, Noormags, Magiran, Civilica, RICEST, Ensani

شاپا: ۲۸۷۰-۲۳۴۵

## بررسی و اعتباریابی مهم‌ترین علل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی

عباس عباسپور\*

دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

محمدرضا میگون پوری

استادیار گروه کارآفرینی در فناوری، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

دانیال داوودی‌راد

دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

نوع مقاله: پژوهشی

دریافت: ۱۳۹۹/۰۵/۱۶ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۸/۲۴

**چکیده:** مهم‌ترین علل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی ایران، از موارد شایان توجه در مقوله آموزش هستند که پژوهش پیش‌رو به روش ترکیبی (کیفی-کمی) به بررسی آن پرداخته است. این مقاله، از نظر هدف، در رده تحقیقات کاربردی قرار دارد و از لحاظ گردآوری داده‌ها (در بعد کمی) جزو تحقیقات توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه مورد مطالعه، صاحب‌نظران نظام آموزش عالی در حیطه کارآفرینی و دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران می‌باشد. روش نمونه‌گیری در بین صاحب‌نظران نظام آموزش عالی به صورت هدفمند (که در بخش کیفی و با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته اقدام به گردآوری داده‌ها شد) بود و به دلیل ماهیت کیفی بودن پژوهش حجم نمونه تا زمان رسیدن به اشباع تئوریک نامشخص و زمانی که داده‌ها محقق به اشباع رسید، فرایند جمع‌آوری داده‌ها خاتمه یافت؛ به طوری که در بخش صاحب‌نظران نظام آموزش عالی، تعداد مشارکت‌کنندگان جامعه مورد نظر با ۱۵ نفر به اشباع رسید و در بخش کمی که شامل دانشجویان نظام آموزش عالی است، از طریق جدول مورگان حجم نمونه ۳۸۴ نفر تخمین زده شد و با استفاده از نمونه‌گیری چندمرحله‌ای (انتساب متناسب) به صورت تصادفی داده‌ها در بین دانشکده‌های دولتی شهر تهران، توزیع و جمع‌آوری گردید. به دنبال پرسشنامه تهیه شده، ابتدا روایی و پایایی این پرسشنامه، تحلیل شد و سپس براساس مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های آنها آزمون نرمالیت، اسمیرنوروف-کلموگروف مورد تحلیل قرار داد که به دنبال آن، مسیر اعتباریابی مشخص شد و برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. رتبه‌بندی در بین متغیرهای اصلی نشان داد که متغیر راهبردها، مهم‌ترین و متغیر کیفیت ناکارآمد، کمترین اهمیت را دارند. رتبه‌بندی در بین زیرمؤلفه‌های اصلی نشان داد زیرمؤلفه‌های نبود گرایش‌های تخصصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران، مهم‌ترین زیرمؤلفه محسوب می‌گردد و مؤلفه عوامل اقتصادی با مقدار ۰/۴۰۴ مهم‌ترین عامل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی ایران بود.

**واژگان کلیدی:** اکوسیستم، کارآفرینی اجتماعی، نظام آموزش عالی، اشتغال

طبقه‌بندی JEL: P46, E24, Q57, L26

\* نویسنده مسئول: abbaspour1386@gmail.com

## ۱- مقدمه

امروزه، موضوع کارآفرینی و ظهور کارآفرینان، از جایگاه مهمی برخوردار است. بخش‌های مختلف جامعه؛ از قبیل دولتی، خصوصی، تعاونی‌های محلی و ...، بخش عمده‌ای از منابع خود را صرف ارتقای کارآفرینی و توسعه سرمایه‌گذاری‌های کوچک می‌کنند. تقویت فرهنگ کارآفرینی، موجب افزایش موفقیت اجتماعی و اقتصادی در مقیاس محلی، ملی و جهانی خواهد شد و رویکردهای متفاوتی برای عملیاتی کردن آموزش کارآفرینی مورد نیاز است. کارآفرینی، فرایندی است که لازمه آن، برنامه‌ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی است و اجرای برنامه‌های آن از سطح خانواده، مدرسه تا دانشگاه و سازمان‌ها گسترده شده است و باعث می‌شود تا افراد با استفاده از تخصص و قدرت ابتکار و خلاقیت، فرصت‌ها و توانمندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند (شریف و همکاران، ۱۳۹۰).

تحقیقات نشان داده است که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور، همبستگی مثبتی وجود دارد؛ زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرک‌های تجاری و اقتصادی قوی‌تری برخوردار است (شریفی و همکاران، ۱۳۸۹). تربیت افراد کارآفرین با توجه به مسائل اقتصادی که در آینده با آن روبه‌رو می‌شوند، از جمله تأمین مواد اولیه و نقدینگی، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های اصلی است که خواسته و ناخواسته حضور مؤثر آنان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. از سوی دیگر با توجه به سلطه نظام ناقص کارآفرینی در کشور و فقدان قوانین پایدار و شفاف و مهم‌تر از همه نبود مراکز رشدی برای برندها و توسعه صادرات که خود نشأت گرفته از این نظام می‌باشد، پر واضح است که تربیت و شکوفایی کارآفرینان در این شرایط، فرایندی چالش‌برانگیز باشد. با نگاهی به گزارش‌های جهانی در عرصه کارآفرینی و مقایسه ایران با دیگر کشورها و همچنین مقایسه سیر نزولی شاخص‌های کلیدی طی سال‌های گذشته در کشور، به وضوح پیداست که لازم

است کلیه بازیگران عرصه کارآفرینی برای بهبود وضعیت و ایفای صحیح نقش خود عزم خود را جزم کنند (شاه‌محمدیان و شواخ، ۱۳۹۲). تنها تشویق افراد به کارآفرینی و حمایت مراکز رشد برای ترویج کارآفرینی، کافی نیست. توسعه کارآفرینی نیازمند آمادگی زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام‌های آموزشی، ساختارهای اداری و مالی و سایر سازوکارهای حمایتی می‌باشد؛ لذا توسعه کارآفرینی در کشور مستلزم نگاه سیستمی مسئولان به کارآفرینی می‌باشد؛ به طوری که عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی مرتبط با کارآفرینی را به طور هم‌زمان مورد توجه قرار دهند و در تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی همه ابعاد را مورد نظر قرار دهند؛ بنابراین توسعه کارآفرینی، نیازمند شبکه‌ای از عناصر مختلف است (قمبرعلی و همکاران، ۱۳۹۳).

بررسی کارآفرینی در نظام آموزش عالی به عنوان یکی از نهادهای آموزشی مهم در کشور بسیار حائز اهمیت است؛ زیرا وجود ارتباط بین کارآفرینی و نظام آموزشی، از جمله خلأهایی است که در این زمینه به چشم می‌خورد. نظام آموزش عالی ایران، از جمله مفاهیمی است که به شدت با مقوله کارآفرینی گره خورده است؛ زیرا آموزش عالی به عنوان پیش‌زمینه‌ای برای به وجود آمدن فضای کسب کار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

با توجه به مطالب بیان شده، این تحقیق درصدد پاسخگویی به سؤالات ذیل می‌باشد:

- مهم‌ترین شرایط علی در شکل‌گیری رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران چیست؟

- مهم‌ترین بسترهای (زمینه‌های) لازم در شکل‌گیری رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران چیست؟

- مهم‌ترین شرایط مداخله‌گر در شکل‌گیری رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران چیست؟

سرمایه‌داری به عنوان یک نظام اجتماعی-اجتماعی جهانی و درک نقش کارآفرینی اجتماعی در ارتباط با این سیستم، تمرکز دارد. تمایز بین دو نوع فعالیت کارآفرینی اجتماعی مشخص شده است: جبرانی و تحول. کارآفرینی اجتماعی جبران شکست‌های بازار در سیستم سرمایه‌داری جهانی است. در مقابل، کارآفرینی اجتماعی، به طور خاص به دنبال تغییر نظام سرمایه‌داری جهانی است. با استفاده از نمونه‌هایی از جنبش متحد جهانی‌سازی و شهرهای گذار، این مقاله مفهومی از کارآفرینی اجتماعی تحول‌یافته را پیش‌بینی می‌کند که با مفروضات با جبران تناقض دارد. این تمایز کمک می‌کند تا زمینه کارآفرینی اجتماعی به طور واقعی جهانی، چندرشته‌ای، نماینده و رهایی‌بخش باشد.

اسپیگل<sup>۴</sup> (۲۰۱۷) به بررسی سازمان ارتباطی اکوسیستم‌های کارآفرینی پرداخت. اکوسیستم‌های کارآفرینی به عنوان یک مفهوم محبوب شناخته شده‌اند که به توضیح ماندگاری کارآفرینی با رشد بالا در مناطق می‌پردازد. با این حال، به عنوان یک مفهوم نظری اکوسیستم هنوز توسعه نیافته است و ساختن ساختار آن و تأثیر آن بر روند کارآفرینی، دشوار است. این پژوهش اظهار داشت که اکوسیستم‌ها شامل ویژگی‌هایی از قبیل: فرهنگی، اجتماعی و مادی هستند که مزایا و منابعی را برای کارآفرینان فراهم می‌کنند و روابط بین این ویژگی‌ها، اکوسیستم را بازتولید می‌کند. این مدل با مطالعات موردی واترلو، انتاریو و کالگری، آبرتا و کانادا<sup>۵</sup>، نشان داده شده است. موارد، نشان‌دهنده تنوع تنظیمات مختلفی است که اکوسیستم‌ها می‌توانند انجام دهند.

ابراشی<sup>۶</sup> (۲۰۱۳) پژوهشی با عنوان «تئوری کارآفرینی اجتماعی و تأثیر اجتماعی پایدار» انجام داد. هدف این پژوهش، معرفی یک نظریه برای کارآفرینی اجتماعی است. بر اساس ادغام ادبیات کارآفرینی، یک تحقیق تجربی جهانی بر استفاده از کارآفرینان اجتماعی

- مهم‌ترین نتایج و پیامدهای شکل‌گیری رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران چیست؟

- مهم‌ترین راهبردها در شکل‌گیری رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران چیست؟

- اعتباریابی علل شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران بر مبنای معادلات ساختاری چگونه است؟

## ۲- پیشینه تحقیق

### الف) پژوهش‌های خارجی

چو<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) روش تفکر طراحی و همچنین استفاده از آن در پروژه‌های کارآفرینی اجتماعی را معرفی کرده است. نتایج نشان دادند تفکر طراحی، فرایند نوآوری متمرکز بر انسان است که بر مشاهدات، همکاری، یادگیری سریع، تجسم ایده‌ها، مدل‌سازی سریع مفهوم و تجزیه و تحلیل کسب‌وکار هم‌زمان، تأکید دارد که در نهایت بر نوآوری و استراتژی تأثیر می‌گذارد. پروژه کارآفرینی اجتماعی و روش تفکر طراحی، به شدت به ویژگی‌های آنها مرتبط است؛ بنابراین می‌توان ثابت کرد که با هم ادغام می‌شوند. مطالعه موردی دانشگاه استنفورد، به طور کامل استفاده از تفکر طراحی را برای اجرای پروژه کارآفرینی اجتماعی با ایجاد یک محصول نوآورانه برای کمک به نوزادان مورد نیاز در جهان نشان داد. مطالعه موردی بنیاد بیل و ملیندا گیتس<sup>۲</sup> نشان داد که همکاری موفق بین کارشناسان طراحی و کارآفرینان اجتماعی برای کاهش فقر در جامعه وجود دارد.

نوی<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تغییر سیستم: کارآفرینی اجتماعی جبرگرایانه در مقابل تحول اجتماعی» نشان داد تغییر سیستم، مدت‌هاست که بخشی از تعاریف کارآفرینی اجتماعی است. این مقاله بر

4- Spigel

5- Waterloo, Ontario & Calgary, Alberta & Canada

6- Ebrashi

1- Chou

2- Bill and Melinda Gates

3- Newey

اجتماعی که در آن، فرد یا افراد به طور انحصاری یا به روش‌های برجسته‌ای برای ایجاد ارزش اجتماعی از نوع خاص عمل می‌کنند، از طریق ترکیبی از شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد این ارزش، استفاده از نوآوری، تحمل خطر و کاهش پذیرش محدودیت در منابع موجود است.

### ب) پژوهش‌های داخلی

نادعلی پورپلکی و همکاران (۱۳۹۸) به تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ایران پرداختند. جامعه آماری پژوهش شامل صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی ایران بودند که ۲۴ نفر بر اساس اصل اشباع نظری با روش نمونه‌گیری هدفمند به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌ها با روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. روایی داده‌ها با روش روایی درونی و روایی بیرونی و پایایی داده‌ها با یافته‌ها با روش‌های همکار پژوهشی و ناظر بیرونی تأیید شد. داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند. نتایج نشان دادند که عواملی مانند استعدادهای بالقوه با زیرمقوله‌های صلاحیت‌های شخصی و صلاحیت‌های گروهی، خط‌مشی‌های عمومی با زیرمقوله‌های رسمی‌سازی‌ها و رویه‌های کارآفرینان و سرمایه‌گذاری مادی و معنوی با زیرمقوله‌های سرمایه‌های اجتماعی و سرمایه‌های مالی به‌عنوان عوامل زمینه‌ای توسعه کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی شناسایی شدند.

ربیعی و دل‌باز (۱۳۹۱) به بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه گیلان و نیز میزان تأثیر آنها پرداختند. این پژوهش از نوع کمی و کیفی و به شیوه علی-مقایسه‌ای و از نوع پیمایشی بود و جامعه آماری آن شامل ۲۵۳ نفر از دانشجویان دانشگاه گیلان در سه گروه هنر، مدیریت و فنی و مهندسی می‌باشد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که شاخص‌های محتوای درسی و فضای

انجام شد. این تحقیق، یک تحقیق کیفی استقرایی اکتشافی است که بر اساس روش نظری مبتنی بر گلاسر و استراوس<sup>۱</sup> و روش‌های توسعه‌یافته توسط استراوس و کوربین<sup>۲</sup> با موضع سازنده‌گرا است. نظریه رفتاری کارآفرینی اجتماعی، عوامل زمینه‌ای را که منجر به ایجاد سرمایه‌گذاری اجتماعی، پویایی سازمانی و ساختار سازمان می‌شود، بررسی می‌کند و این سنخ‌شناسی‌ها، تأثیر اجتماعی را اندازه‌گیری می‌کند، منابع را بسیج می‌کند و تغییرات اجتماعی پایدار را به ارمغان می‌آورد.

پرینی و وورو<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) پژوهشی با عنوان «کارآفرینی اجتماعی: نوآوری و تغییر اجتماعی در سراسر نظریه و عمل» انجام دادند. نتایج نشان دادند از شرکت‌ها و افراد غیرانتفاعی بدون در نظر گرفتن بخش مربوط به آنها، ابعاد و موقعیت جغرافیایی آنها، به طور فزاینده‌ای خواسته می‌شود که راه‌حل‌های نوآورانه برای حل مسائل پیچیده اجتماعی را از طریق توسعه جامعه به انزوای اجتماعی و کاهش فقر ارائه دهند. کارآفرینی اجتماعی، نقطه تماس غیرمعمول در میان کارآفرینی، نوآوری و تغییرات اجتماعی، به طور فزاینده‌ای از علاقه آکادمی‌ها، شرکت‌ها و بحث‌های تجاری در حدود یک دهه به وجود آمده است. تعداد زیادی از نشریات، مبانی MBA و دوره‌های انتخابی و مراکز تحقیقاتی آکادمیک، به طور جدی بر تحلیل عمیق پدیده کارآفرینی اجتماعی، تمرکز دارند. همچنین بازیگران نوآورانه و حمایت‌کننده‌ای مانند گروه‌های مشاوره تخصصی، سرمایه‌داران سرمایه‌گذاری اجتماعی، فرشتگان اجتماعی و غیره وجود دارد.

پردو و مک‌لین<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) به بررسی انتقادی مفهوم کارآفرینی اجتماعی در استفاده مشترک از آن، با توجه به عناصر اجتماعی و کارآفرینی در مفهوم پرداختند نتایج این مطالعه نشان دادند کارآفرینی

1- Glaser and Strauss

2- Corbin

3- Perrini and Vurro

4- Peredo and McLean

اساس یافته‌های این پژوهش، بین عوامل سه‌گانه با کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

### ۳- مبانی نظری

کارآفرینی اجتماعی؛ به معنی خلق ارزش اجتماعی نوآورانه است و ماهیت زمینه‌ای کارآفرینی اجتماعی، ایجاب می‌کند که برای توسعه آن در هر زمینه خاص، ابتدا فرایندها و سازوکارهای خاص آن، شناخته شود (یادگار و همکاران، ۱۳۹۰). فالر<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) کارآفرینی اجتماعی را در سه لایه مختلف تعریف می‌کند: ۱- کارآفرینی اجتماعی منسجم که در آن سازمان‌ها به دنبال سودآوری هستند و مزایای اجتماعی نیز ایجاد می‌کنند. ۲- تفسیر مجدد کارآفرینی که شامل کاهش 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 (صالحی صدقیانی، ۱۳۸۹).

برای کارآفرینی اجتماعی سه وضعیت به شرح زیر قابل بازشناسی است:

۱- شناسایی تعادلی پایدار، اما ناعادلانه که موجب محرومیت، به حاشیه رانده شدن یا ناراحتی بخشی از انسان‌ها می‌شود؛ در نتیجه این دسته از انسان‌ها نمی‌توانند نیازهای خود را در سطح مناسب پاسخ دهند.

۲- شناسایی یک فرصت که در این تعادل ناعادلانه، ارزش اجتماعی را گسترش دهد و موجب الهام، خلاقیت، عملکرد مستقیم، شجاعت و بردباری شود؛ به طوری که از طریق آن شرایط پایدار اما ناعادلانه موجود به چالش کشیده شود.

۳- ایجاد تعادلی که موجب از بین رفتن نقص‌های بالقوه یا کمبودهایی شود که گروه خاصی با آن مواجه‌اند و با ایجاد نظام طبیعی، پایدار، اثبات، جدید و اطمینان‌بخش به آینده‌ای بهتر برای گروه هدف و حتی

دانشگاهی بر کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه گیلان مؤثر هستند اما شاخص فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی بر کارآفرینی در دانشجویان این دانشگاه، تأثیری ندارد.

شریف و همکاران (۱۳۹۰) به تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران پرداختند. سؤال‌های تحقیق با در نظر گرفتن الگوهای برنامه درسی آموزش‌های کارآفرینی (هدف‌ها، محتوا، راهبردها و روش‌ها)، تدوین و بررسی شده است. جامعه آماری این پژوهش را کارآفرینان و مدیران کارآفرین، متخصصان برنامه درسی و مدیریت آموزشی تشکیل می‌دهند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، ۶۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌های پژوهش با سه ابزار، اسناد و مدارک، پرسشنامه و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته اکتشافی محقق ساخته، گردآوری شد. نتایج نشان دادند هدف‌ها، محتوا، راهبردهای یاددهی و یادگیری، شیوه‌های مدیریت و نظارت و ارزشیابی آموزش کارآفرینی باید بیش از سطح متوسط در آموزش کارآفرینی مدنظر قرار گیرد.

علایی (۱۳۹۳) به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی کارکنان ستادی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و شیوه‌های پرورش آن پرداختند. مؤلفه‌های ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای مؤثر بر کارآفرینی در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، بررسی شدند. جامعه پژوهش کلیه کارکنان شاغل متشکل از مدیران، معاونین و کارشناسان هستند که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۲۹۱ نفر انتخاب شدند. روش انجام پژوهش به صورت میدانی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است و از مدل آلفای کرونباخ، میانگین، توزیع فراوانی، انحراف معیار، واریانس و آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که عوامل ساختاری، رفتاری و محیطی (زمینه‌ای) بر کارآفرینی کارکنان ستاد مرکزی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تأثیرگذار می‌باشند. بر

شغلی کم توجهی می کنند. این نوع کارآفرینی اجتماعی که بر مشکلات اجتماعی تمرکز دارد به جای این که به ضوابط و معیارهای اجتماعی یا تقاضای بازار پاسخ دهد، نوآوری‌ها را پایه‌ریزی می کند، سازماندهی‌های اجتماعی جدیدی بنا می کند و منابعی را تجهیز می کند تا با آن به مشکلات پاسخ داده شود.

۳- عده‌ای، کارآفرینی اجتماعی را به عنوان راهی برای سرعت بخشیدن به تحولات اجتماعی مطرح می کنند که البته کاملاً فراتر از راه‌حل‌های مشکلات اجتماعی خواهد بود. از این دیدگاه، کارآفرینی اجتماعی در بهترین حالت، تغییرهای کوچکی در اندازه‌های کوچک به وجود می آورد که این تغییرها در کل سیستم موجود، باعث سرعت بخشیدن تغییرهای بزرگ‌تر می شود (میرکزاده و بهرامی، ۱۳۹۰).

توسعه کارآفرینی نیازمند شبکه‌ای از عناصر مختلف است که از آن به عنوان اکوسیستم کارآفرینی یاد می شود. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر، افراد، سازمان‌ها یا مؤسساتی اشاره دارد که می توانند همچون محرک یا مانعی در راستای کارآفرین شدن افراد عمل کنند. چنین اکوسیستمی دربرگیرنده صدها عنصر است که می توانند در شش قلمرو اصلی بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت‌ها و سرمایه انسانی گروه‌بندی شوند. اکوسیستم کارآفرینی به عنوان مبنایی برای طراحی سیاست‌های کارآفرینی به ویژه برای کسب و کارهای جدید فناوری مدار ظهور یافت. استراتژی اکوسیستم کارآفرینی در نتیجه، مخاطب قرار دادن بعضی از اشتباهات سیاسی؛ از قبیل اختصاص پایین دارایی عمومی به کارآفرینی، فقدان وضوح اهداف سیاسی کارآفرینی، عدم پذیرش برنامه‌ریزی نشده مهیاکنندگان اعتبار کارآفرینی و نتایج گمراه برنامه‌های تدریجی همچون آموزش به وجود آمده است. از طرف دیگر، اکوسیستم کارآفرینی به عناصر- افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات- خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه

کل جامعه منجر شود (مرجانی و صدری، ۱۳۹۳).

دیس<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «معنی و مفهوم کارآفرینی اجتماعی»، ضمن معرفی کامل کارآفرینی اجتماعی، کارآفرین اجتماعی را عامل تغییر در بخش اجتماعی از طریق زیر معرفی می کند:

۱- مأموریت‌گرایی: اتخاذ مأموریت برای ایجاد و سازگاری ارزش اجتماعی (نه فقط ارزش شخصی) ۲- پشتکار: شناخت و پیگیری فرصت‌ها برای انجام مأموریت ۳- نوآوری: اشتغال مستمر در نوآوری، تطبیق و یادگیری ۴- شهامت: انجام کار بدون این که کمبود منابع آن را متوقف کند ۵- مسئولیت‌پذیری: پاسخگو بودن نسبت به مردم و پیامدهای کارش (مالکی و همکاران، ۱۳۹۴).

سه دیدگاه راجع به کارآفرینی اجتماعی به شرح ذیل وجود دارد:

۱- برخی، کارآفرینی اجتماعی را ترکیبی از سرمایه‌گذاری بازرگانی با تأثیرات اجتماعی دانسته‌اند. در این دیدگاه کارآفرینی به عنوان مهارت‌های فنی و علمی برای ایجاد کارآفرینی که مقاصد اجتماعی به اضافه بازرگانی پایدار را به سرمنزل می‌رساند دیده شده است. سازمان‌های غیرانتفاعی ممکن است مجموعه‌ای از پست‌های تجاری را ایجاد کنند و از آنها در راه ایجاد و به‌کارگیری و درآمدزایی که البته مقاصد اجتماعی را در نظر دارد استفاده کنند. استفاده از این دیدگاه برای مؤسسه‌های انتفاعی می‌تواند به صورت واگذاری قسمتی از سود یا سازماندهی فعالیت‌هایشان برای خدمت به اهداف اجتماعی باشد. این گونه نوآوری‌ها از منابع به وجود آمده از فعالیت‌های تجاری موفق برای پیشبرد و تقویت فعالیت‌های اجتماعی بهره می‌برند.

۲- دیدگاه دوم، کارآفرینی اجتماعی را به عنوان نوآوری برای تأثیرات اجتماعی بیان می‌کند. این منظر عمدتاً بر نوآوری‌ها و سازماندهی اجتماعی تأکید دارد و به مشکلات اجتماعی بیشتر می‌پردازد و به پایداری اقتصادی به وسیله ضوابط و معیارهای اجتماعی معمول

شفاف‌تر سازد. در سال‌های اخیر، به نقش کارآفرینان در تسهیل توسعه اقتصاد جهانی توجه ویژه شده است تا آنجا که برخی، کارآفرینی را بر رشد توسعه اقتصادی در جهان امروز مؤثر می‌دانند. بدیهی است یکی از ابزارهای عمده توسعه کارآفرینی و به تبع آن ایجاد اشتغال، آموزش به ویژه در سطح تحصیلات عالی است. کشورهای توسعه‌یافته نظیر آمریکا و انگلستان و کشورهای در حال توسعه نظیر مالزی و هندوستان به آموزش کارآفرینی توجه خاصی نشان داده‌اند تا آنجا که هندوستان، استراتژی اصلی خود را برای توسعه کارآفرینی بر آموزش، متمرکز کرده است (عباسپور و همکاران، ۱۳۹۵).

دانشگاه کارآفرین، دانشگاهی است که در آن، پارادایم سنتی آموزش که سال‌ها بدون تغییر مانده است به پارادایم جدیدی تغییر یابد. در این پارادایم، دانشگاه کارآفرین، دانشگاهی است که هم‌زمان با تأکید بر تولید علم و گسترش مرزهای دانش بشری، نسبت به نیازهای آموزشی، پژوهشی و خدمات مشاوره‌ای تخصصی محیط حساس است و از طریق ایجاد خلاقیت و شیوه‌های تفکر هوشمندانه، ضمن پاسخگویی سریع و دقیق به نیازهای افراد، کمک می‌کند تا توانایی تعریف، فرموله کردن و برطرف ساختن مشکلات به صورت مستقل یا گروهی، تحقق یابد و زمینه برای توسعه پایدار کشور آماده گردد. اگرچه موضوع اشتغال در کشورمان، مسئله‌ای پیچیده و چندبعدی است، نگاه سیستمی و کلان، توأم با تفکر استراتژیک به موضوع دانشگاه کارآفرین می‌تواند افق جدیدی را برای حل معضل بیکاری بگشاید (کردنائیج، ۱۳۸۴).

در شرایط کنونی، ایجاد فرصت‌های شغلی برای انبوه بیکاران کشور، به ویژه دانش‌آموختگان بیکار، اصلی‌ترین و مهم‌ترین دغدغه سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کلان کشور است؛ لذا ترویج و اشاعه مفاهیم و راهکارهای عملی کارآفرینی در عرصه جامعه، به ویژه در بین دانش‌آموختگان می‌تواند مکمل این

است (قمبرعلی و همکاران، ۱۳۹۳). اکوسیستم کارآفرینی، محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق کند. به اعتقاد آمولو و می‌گی‌رو<sup>۱</sup> (۲۰۱۵)، اکوسیستم کارآفرینی، منابع افراد و تسهیلات و فضای کارآفرینانه است. به نظر سورش و رامراج<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) هشت عامل بر تصمیم‌گیری افراد برای انتخاب مسیر کارآفرینی تأثیر می‌گذارند که اکوسیستم کارآفرینی را تشکیل می‌دهند: حمایت اخلاقی، مالی، فناوری، بازار، اجتماعی، شبکه، دولت و حمایت محیطی (حسینی‌نیا و علی‌آبادی، ۱۳۹۸).

نظام آموزشی هر کشور، یک ارگانسم پیچیده است که همه عوامل و شرایط محیطی، اجتماعی و فرهنگی، بر روند توسعه آن تأثیر می‌گذارند. یکی از اهداف نظام آموزش عالی و تکمیلی ضمن ارتقای دانش تخصصی، ایجاد بسترهای مناسب اشتغال، نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی است. آموزش کارآفرینی، سیاستی است که به طور مستقیم در کمیت عرضه کارآفرین و نوآوری در یک جامعه تأثیر می‌گذارد و دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نیز باید با نگرشی نو به آموزش‌های کاربردی و توسعه فرهنگ کارآفرینی و نیز با تربیت نیروهای محقق و خلاق، زمینه کارآفرینی و نوآوری را در جامعه بسترسازی کنند. گفتنی است که دستاوردهای دانشگاه‌ها از دو راه، فعالیت‌های جامعه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد: ابتدا با ارائه خدمات آموزشی، موجب رشد سرمایه انسانی می‌شود. سپس به عنوان یک مرکز تحقیقاتی در قالب مراکز تحقیق و توسعه، امکان به‌کارگیری سایر دستاوردهای جدید علمی در عرصه‌های گوناگون اقتصادی اعم از صنعت، کشاورزی و خدمات را فراهم می‌آورد. در این میان، تقویت و توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌تواند موجب حل معضل اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها شود و آینده وضعیت شغلی آنان را با توجه به نوع رشته و تخصص دانشگاهی‌شان

1- Amolo and Migiro  
2- Suresh and Ramraj

تلاش‌ها باشد. بی‌تردید گسترش کارآفرینی می‌تواند گروه‌گشای بسیاری از مشکلات موجود در بخش اشتغال کشور باشد و راه توسعه همه‌جانبه را هموار کند. امروزه، ضرورت ایجاد زمینه‌های فعالیت‌های کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است اما هرگونه تلاش برای فعالیت افراد، مستلزم حمایت دولت و دستگاه‌های متولی توسعه اشتغال و فراهم کردن زمینه مساعد برای بروز خلاقیت و نوآوری کارآفرینان و دانش‌آموختگان رشته‌های فنی و حرفه‌ای است؛ زیرا در این شرایط می‌توان انتظار داشت که سایر اقشار جامعه نیز بتوانند توان و مهارت‌های خود را در این جهت معطوف کنند و بدین ترتیب طیف وسیعی از بیکاران نیز دارای شغل مناسب و پایدار شوند. سرمایه‌گذاری برای تمهید مقدمات و لوازم خود اشتغالی افراد و فارغ‌التحصیلان نظیر تسهیلات مالی، اطلاع‌رسانی آموزش و فراهم آوردن بسترهای قانونی، به دلیل توان تخصصی و قدرت نوآوری دانش‌آموختگان، از اهمیت بیشتری نسبت به سایر زمینه‌های سرمایه‌گذاری برخوردار است (سالمی، ۱۳۸۶).

#### ۴- روش تحقیق

پارادایم حاکم بر پژوهش حاضر، ترکیبی می‌باشد و از آنجایی که حجم بیشتر داده‌ها از طریق پارادایم کیفی، حاصل خواهد شد؛ لذا می‌توان پژوهش حاضر را کیفی- کمی قلمداد کرد. از نظر هدف، در رده تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد و از لحاظ گردآوری داده‌ها، در بُعد کمی، جزو تحقیقات توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه مورد مطالعه، صاحب‌نظران نظام آموزش عالی در حیطه کارآفرینی و دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران می‌باشد. روش نمونه‌گیری در بین صاحب‌نظران نظام آموزش عالی به صورت هدفمند است که در بخش کیفی و با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته اقدام به گردآوری داده‌ها شد و به دلیل

ماهیت کیفی بودن پژوهش حجم نمونه تا زمان رسیدن به اشباع تئوریک نامشخص و زمانی که داده‌ها محقق به اشباع رسید، فرایند جمع‌آوری داده‌ها خاتمه یافت؛ به طوری که در بخش صاحب‌نظران نظام آموزش عالی، تعداد مشارکت‌کنندگان جامعه مورد نظر با ۱۵ نفر به اشباع رسید و در بخش کمی که شامل دانشجویان نظام آموزش عالی است، از طریق جدول مورگان، حجم نمونه ۳۸۴ نفر تخمین زده شد و با استفاده از نمونه‌گیری چندمرحله‌ای (انتساب متناسب) به صورت تصادفی داده‌ها در بین دانشکده‌های دولتی شهر تهران، توزیع و جمع‌آوری گردید. ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با عنایت به هدف غایی پژوهش، نرم‌افزار MAXQDA می‌باشد و در بخش کمی به منظور اعتباریابی داده‌های شناسایی شده از نرم‌افزار PLS و SPSS بهره گرفته شد و همچنین استفاده از مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه محقق‌ساخته، دو نمونه از پرکاربردترین ابزارهای گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر می‌باشد. به دنبال پرسشنامه تهیه شده، ابتدا روایی و پایایی این پرسشنامه تحلیل شد و سپس براساس مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های آنها آزمون نرمالیتت اسمیرنوروف- کلموگروف مورد تحلیل قرار داده شد که به دنبال آن، مسیر اعتباریابی مشخص شد و برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق، روش آلفای کرونباخ به کار رفت. در جدول آلفای کرونباخ، مقدار آن ۰/۹۱۷ به دست آمد؛ به این ترتیب می‌توان گفت که پرسشنامه از اعتبار خوبی برخوردار است.

#### ۵- یافته‌های تحقیق

با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته با ۱۵ نفر از صاحب‌نظران نظام آموزش عالی کشور، نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها به شرح جدول ۱ می‌باشد.



جدول ۱- نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها

کد انتخابی	کد محوری	کد باز
	دانشجو	عدم دسترسی به منابع مالی
		حاکمیت نداشتن فضای کسب‌وکار در دانشگاه‌ها
		انگیزه پایین دانشجویان
		بالارفتن روحیه فرهنگ مدرک‌گرایی در دانشجویان
		بی تفاوت بودن نسبت به دوره‌های آموزشی
		نداشتن مهارت لازم
		ضعف توانمندی‌های دانشجو در طراحی و کاربرد ایده‌ها
		پایین بودن روحیه مطالبه‌گری در دانشجویان
		نداشتن ایده‌های نو برای کارآفرینی
		نبود روحیه مطالبه‌گری ایده‌های برتر
عوامل علی	استاد	پایین بودن انگیزه استادان
		ارحیت نداشتن دروس کارآفرینی نسبت به بقیه دروس
		اعتقاد نداشتن برخی از اساتید به مفهوم کارآفرینی اجتماعی
		به روز نبودن استادان در زمینه تدریس دروس کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی
		توجه نداشتن به ضرورت وجود این مهم در نظام آموزش عالی کشور توسط اساتید
		مقاومت در برابر تغییر سیلابس‌ها و دروس تخصصی کارآفرینی اجتماعی
		به روز نبودن دانش تخصصی طراحان برنامه‌های تخصصی کارآفرینی
		سلیقه‌ای عمل کردن طراحان و برنامه‌ریزان
		توجه نداشتن طراحان و برنامه‌ریزان آموزشی در زمینه تدوین برنامه‌های کارآفرینی با توجه به فرهنگ حاکم بر کشور
		اطلاع نداشتن برنامه‌ریزان از به‌روزترین مفاهیم مطرح شده در زمینه کارآفرینی اجتماعی
عوامل زمینه‌ای	مدیریت آموزش عالی	حضور طراحان و برنامه‌ریزان درسی غیرمتخصص و سیاسی
		کاربردی نبودن مفاهیم مطرح شده کارآفرینی با نیازهای بازار کار
		بی‌اعتنایی به آینده رشته کارآفرینی اجتماعی
		نبود مکانیزم لازم در راستای گسترش فرهنگ کارآفرینی
		کم‌رنگ بودن آموزش‌های میان‌رشته‌ای مرتبط با مباحث کارآفرینی
		تئوری محور بودن فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه
		کم‌توجهی به توانمندسازی و بهسازی اعضای هیئت علمی در زمینه تقویت کارآفرینی اجتماعی
		نبود توجه کافی به مقوله کارآفرینی اجتماعی در اهداف و رسالت‌های آموزش عالی
		حمایت نکردن از دانشجویان کارآفرین دانشگاهی
		عدم برنامه‌ریزی اصولی
عوامل مداخله‌گر	عوامل اقتصادی	عدم تشویق و افزایش انگیزه در بین دانشجویان توسط اساتید
		حضور مدیران غیرمرتبط در امر تدوین سرفصل‌های تخصصی به واسطه نوگرایی کارآفرینی اجتماعی
		کم‌توجهی به کیفیت مفهوم کارآفرینی در نظام آموزش عالی
		عدم ایجاد روحیه کارآفرینی از دوران راهنمایی و دبیرستان در بین فراگیران
		کم‌توجهی به زیرساخت‌ها و ساختارها در تدوین دوره‌های کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی
	عوامل فرهنگی و برنامه‌های اجتماعی و برنامه‌های درسی	حضور ناکافی و مشارکت تمامی ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری‌ها
		توجه نداشتن به آموزش‌های کارآفرینی
		نبود نظارت و پیگیری اثربخشی دوره‌های کارآفرینی اجتماعی در سطح دانشگاه
		فقدان آینده‌پژوهی در زمینه کارآفرینی
		عدم استقبال از نوآوری‌های آموزشی در تدریس کارآفرینی اجتماعی
عوامل فرهنگی و برنامه‌های اجتماعی و برنامه‌های درسی	نبود هماهنگی بین نهادهای متولی و نظام دانشگاهی	
	عدم ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی	
	ضعف نظام اقتصادی	
	عدم حاکمیت روحیه کارآفرینی در کشور	
	نداشتن شناخت نسبت به مفهوم کارآفرینی اجتماعی	
عوامل فرهنگی و برنامه‌های اجتماعی و برنامه‌های درسی	پایین بودن رشد اقتصادی نسبت به بازارهای جهانی	
	نبود دوره‌های کارآموزی و منتورینگ در زمینه فراگیری کارآفرینی	
	عدم تطبیق برنامه‌های درسی نظام آموزش عالی هماهنگ با سرفصل‌های مطرح کارآفرینی اجتماعی در دنیا	
	نبود گرایش‌های تخصصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران	
	عدم تعادل بین مؤلفه‌های برنامه درسی کارآفرینی	
انتخاب درس کارآفرینی به عنوان درس اختیاری در چارت برنامه آموزشی		

کد انتخابی	کد محوری	کد باز
		فقدان فرهنگ اختصاصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی
		رویه های اجرایی نامناسب
پیامد	پیامدهای اقتصادی و اجتماعی	تطابق نداشتن نیاز کار و دانش فارغ التحصیلان در زمینه کارآفرینی اجتماعی
		افزایش نرخ بیکاری
		فشار فزاینده فارغ التحصیلان بیکار بر بخش دولتی
		عدم میل به ادامه تحصیل در بین جوانان
		افزایش مشاغل فاقد مهارت کافی در بازار کار
		سرخوردگی و کاهش نشاط در بین دانشجویان
		سرخوردگی و کاهش نشاط در بین استادان
		کاهش اعتماد به آموزش و ادامه تحصیل
راهبرد	زیرساختی	محتوای به روز نشده
		افزایش حجم دروس تئوری نسبت به عملی در آموزش های کارآفرینی
		مسئله محور نبودن محتوای دروس کارآفرینی اجتماعی
		نبود بودجه کافی برای کاربردی کردن آموزش های کارآفرینی
		سازمان های مجازی توسعه دهنده کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه
		عدم حاکمیت استراتژی های تقویت روحیه
		ارائه خدمات مشاوره ای
		ارائه خدمات اطلاع رسانی
		عدم تلاش در راستای ظرفیت سازی علمی
		عدم ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران
		برنامه ریزی های بلندمدت
		نبود زیرساخت های مناسب
		توجه نداشتن به کیفیت آموزش کارآفرینی اجتماعی
	کیفیت ناکارآمد	

در بخش کمی با توجه به پرسشنامه احصا شده از مصاحبه های صورت گرفته جهت اعتباریابی مؤلفه های به دست آمده در نرم افزار PLS، موارد ذیل به دست آمده است (جدول ۲ تا ۵).

جدول ۲- رتبه بندی مؤلفه های مورد نظر در بررسی و اعتباریابی مهم ترین علل مؤثر بر شکل گیری کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی

میانگین رتبه	مؤلفه ها
۱۰/۶۹	عوامل زمینه ای
۱۰/۹۱	استاد
۶/۹۸	دانشجو
۵/۲۹	طراحان و متخصصان برنامه ریزی درسی
۶/۰۵	عدم آینده پژوهی کارآفرینی
۵/۴۰	عوامل اقتصادی
۵/۹۸	عوامل فرهنگی
۸/۷۸	پیامد
۱۱/۴۰	زیرساخت
۱	کیفیت ناکارآمد
۱۳	راهبردها
۲/۹۶	سیاست های نظام آموزشی
۶/۵۷	مدیریت نظام آموزشی

مهم ترین زیرمؤلفه محسوب می گردد و متغیر کیفیت ناکارآمد، کمترین اهمیت را دارد.

همانطور که در جدول ۲ نشان داده شده مؤلفه های زیرساخت، عوامل زمینه ای و راهبردها،

جدول ۳- تب‌بندی زیرمؤلفه‌های مورد نظر در اعتباریابی علل مؤثر شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی ایران

میانگین رتبه	زیرمؤلفه
۳۵/۱۴	تطابق نداشتن نیاز کار و دانش فارغ‌التحصیلان در زمینه کارآفرینی اجتماعی
۲۴/۵۵	افزایش نرخ بیکاری
۳۵/۲۰	فشار فزاینده فارغ‌التحصیلان بیکار بر بخش دولتی
۱۶/۶۶	عدم میل به ادامه تحصیل در بین جوانان
۱۷/۹۰	افزایش مشاغل فاقد مهارت کافی در بازار کار
۴۵/۳۷	سرخوردگی و کاهش نشاط در بین دانشجویان
۳۸/۸۳	سرخوردگی و کاهش نشاط در بین استادان
۰/۴/۳۱	کاهش اعتماد به آموزش و ادامه تحصیل
۳۸/۸۷	محتوای به‌روز نشده
۴۸/۹۸	افزایش حجم دروس تئوری نسبت به عملی در آموزش‌های کارآفرینی
۴۸/۶۸	مسئله‌محور نبودن محتوای دروس کارآفرینی اجتماعی
۲۸/۷۳	نبود بودجه کافی برای کاربردی کردن آموزش‌های کارآفرینی
۳۷/۵۲	سازمان‌های مجازی توسعه‌دهنده کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه
۵۲/۰۲	عدم حاکمیت استراتژی‌های تقویت روحیه
۳۸/۰۵	ارائه خدمات مشاوره‌ای
۳۷/۱۹	ارائه خدمات اطلاع‌رسانی
۴۲/۱۲	عدم تلاش در جهت ظرفیت‌سازی علمی
۳۴/۲۸	ترویج نیافتن کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران
۳۰/۸۲	برنامه‌ریزی‌های بلندمدت
۲۰/۲۸	نبود زیرساخت‌های مناسب
۴۱/۰۶	توجه نداشتن به کیفیت آموزش کارآفرینی اجتماعی
۴۴/۲۴	تئوری‌محور بودن فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه
۳۵/۹۶	کم‌توجهی به توانمندسازی و بهسازی اعضای هیئت علمی در زمینه تقویت کارآفرینی اجتماعی
۳۰/۷۳	کم‌توجهی به مقوله کارآفرینی اجتماعی در اهداف و رسالت‌های آموزش عالی
۲۴/۹۴	حمایت نکردن از دانشجویان کارآفرین دانشگاهی
۲۴/۶۸	نبود برنامه‌ریزی اصولی
۵۰/۶۹	نبود تشویق و افزایش انگیزه در بین دانشجویان توسط اساتید
۳۸/۵۳	حضور مدیران غیرمرتبط در امر تدوین سرفصل‌های تخصصی (به واسطه نوگرایی کارآفرینی اجتماعی)
۲۸/۵۷	کم‌توجهی به کیفیت مفهوم کارآفرینی در نظام آموزش عالی
۲۷/۱۵	ایجاد نشدن روحیه کارآفرینی از دوران راهنمایی و دبیرستان در بین فراگیران
۳۴/۳۶	کم‌توجهی به زیرساخت‌ها و ساختارها در تدوین دوره‌های کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی
۳۵/۱۴	حضور ناکافی و مشارکت تمامی ذینفعان در تصمیم‌گیری‌ها
۲۴/۵۵	بی‌توجهی به آموزش‌های کارآفرینی.
۳۵/۲۰	نبود نظارت و پیگیری اثربخشی دوره‌های کارآفرینی اجتماعی در سطح دانشگاه
۱۶/۶۱	فقدان آینده‌پژوهی در زمینه کارآفرینی
۱۷/۹۰	عدم استقبال از نوآوری‌های آموزشی در تدریس کارآفرینی اجتماعی
۴۵/۳۷	نبود هماهنگی بین نهادهای متولی و نظام دانشگاهی
۳۸/۸۳	عدم ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی
۴۱/۳۱	ضعف نظام اقتصادی
۳۹/۸۷	عدم حاکمیت روحیه کارآفرینی در کشور
۴۸/۹۸	نداشتن شناخت نسبت به مفهوم کارآفرینی اجتماعی
۴۸/۶۸	پایین بودن رشد اقتصادی نسبت به بازارهای جهانی
۲۸/۷۳	نبود دوره‌های کارآموزی و منتورینگ در زمینه فراگیری کارآفرینی

میانگین رتبه	زیرمؤلفه
۳۷/۵۲	تطبيق نداشتن برنامه‌های درسی نظام آموزش عالی هماهنگ با سرفصل‌های مطرح کارآفرینی اجتماعی در دنیا
۵۲/۹۲	نبود گرایش‌های تخصصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران
۳۸/۰۵	عدم تعادل بین مؤلفه‌های برنامه درسی کارآفرینی
۳۷/۱۹	انتخاب درس کارآفرینی به عنوان درس اختیاری در چارت برنامه آموزشی
۴۲/۱۲	فقدان فرهنگ اختصاصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی
۳۷/۲۸	رویه‌های اجرایی نامناسب
۳۰/۸۲	دسترسی نداشتن به منابع مالی
۲۰/۲۸	عدم حاکمیت فضای کسب و کار در دانشگاه‌ها
۴۱/۰۶	انگیزه پایین دانشجو
۲۵/۴۴	بالارفتن روحیه فرهنگ مدرک‌گرایی در دانشجویان
۳۵/۹۶	بی تفاوت بودن نسبت به دوره‌های آموزشی
۳۲/۷۳	نداشتن مهارت لازم
۴۲/۱۲	ضعف توانمندی‌های دانشجو در طراحی و کاربرد ایده‌ها
۳۴/۲۸	پایین بودن روحیه مطالبه‌گری در دانشجویان
۳۰/۸۲	نداشتن ایده‌های نو برای کارآفرینی
۲۰/۲۸	نبود روحیه مطالبه‌گری ایده‌های برتر
۱۷/۹۰	پایین بودن کیفیت زندگی
۴۲/۳۷	ارجحیت نداشتن دروس کارآفرینی نسبت به بقیه دروس
۲۹/۹۴	پایین بودن انگیزه استادان
۲۹/۹۴	اعتقاد نداشتن برخی از اساتید به مفهوم کارآفرینی اجتماعی
۲۴/۶۸	به روز نبودن استادان در زمینه تدریس دروس کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی
۵۰/۶۹	بی توجهی به ضرورت وجود این مهم در نظام آموزش عالی کشور توسط اساتید
۳۸/۵۳	مقاومت در برابر تغییر سیلابس‌ها و دروس تخصصی کارآفرینی اجتماعی
۲۸/۵۷	به روز نبودن دانش تخصصی طراحان برنامه‌های تخصصی کارآفرینی
۲۷/۱۵	سلیقه‌ای عمل کردن طراحان و برنامه‌ریزان
۳۴/۳۶	بی توجهی طراحان و برنامه‌ریزان آموزشی در زمینه تدوین برنامه‌های کارفرینی با توجه به فرهنگ حاکم بر کشور
۲۵/۴۴	اطلاع نداشتن برنامه‌ریزان از به‌روزترین مفاهیم مطرح شده در زمینه کارآفرینی اجتماعی
۳۲/۷۳	حضور طراحان و برنامه‌ریزان درسی غیرمتخصص و سیاسی
۲۴/۹۴	کاربردی نبودن مفاهیم مطرح شده کارآفرینی با نیازهای بازار کار
۲۴/۶۸	بی‌اعتنایی به آینده رشته کارآفرینی اجتماعی
۵۰/۶۹	نبود مکانیزم لازم در جهت گسترش فرهنگ کارآفرینی
۳۸/۵۳	کم‌رنگ بودن آموزش‌های میان‌رشته‌ای مرتبط با مباحث کارآفرینی

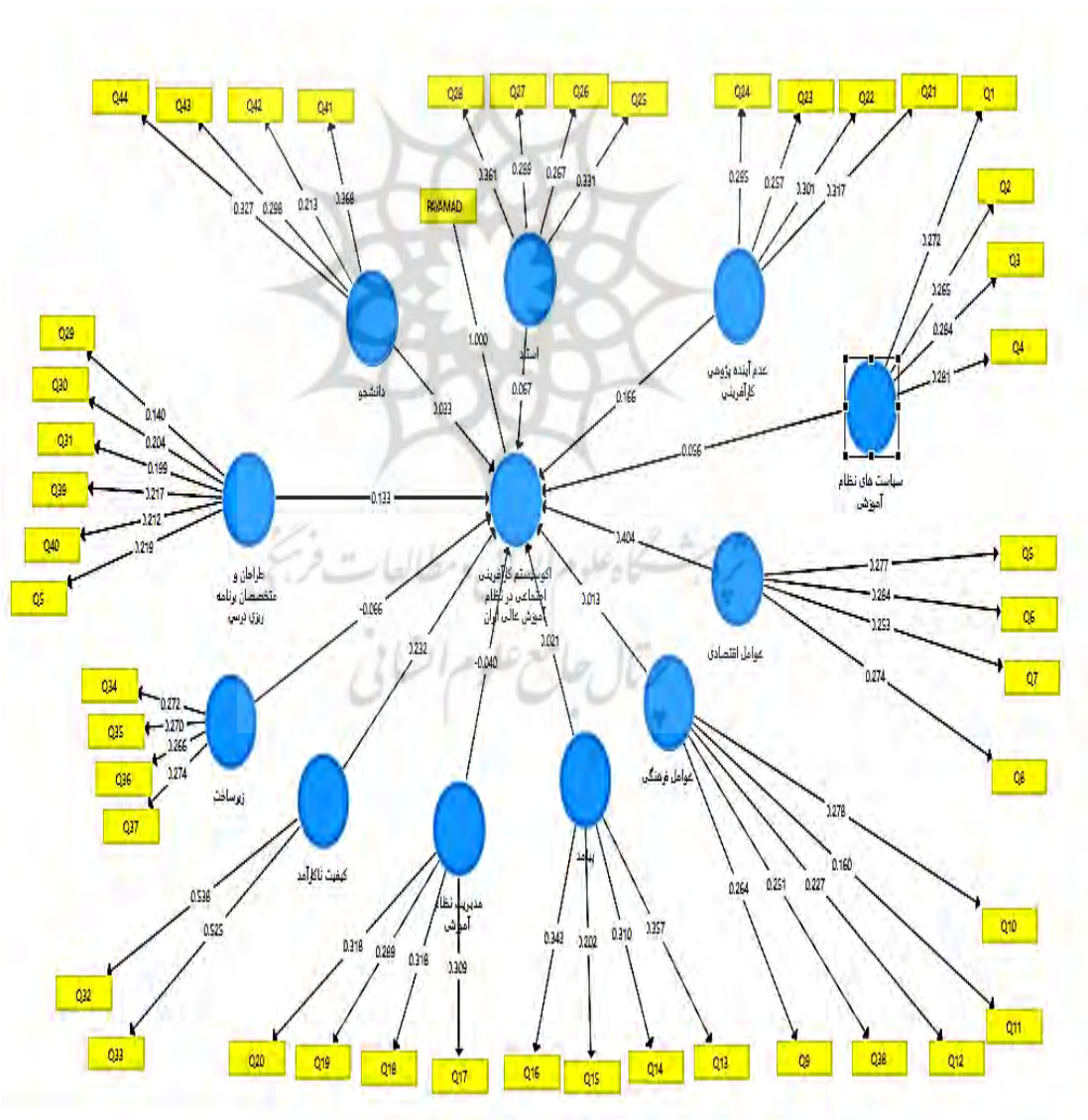
دسته‌ها به عواملی بستگی دارد که در این تحقیق آورده شده است. این عوامل، به طور قابل‌توجهی می‌توانند تأثیرگذار باشند یا خیر. برای شناسایی میزان اهمیت هر کدام از این عامل‌ها، به تحلیل عاملی آنها از طریق معادلات ساختاری پرداخته شد و میزان اهمیت هر کدام از آنها در جدول ۴ آورده و همچنین رتبه‌های آنها مشخص شد.

با توجه به جدول ۳، زیرمؤلفه‌های نبود گرایش‌های تخصصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران، مهم‌ترین زیرمؤلفه هستند. نتایج معادلات ساختاری نشان می‌دهد که شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران، به عوامل مختلفی بستگی دارد که در قالب‌های شرایط علی، بسترهای لازم (زمینه‌ها)، نتایج و پیامدهای و راهبردها دسته‌بندی می‌شود. هر کدام از این

جدول ۴- نتایج معادلات ساختاری

رتبه	درجه از نظر اهمیت	عوامل مؤثر
۸	۰/۰۳۳	دانشجو
۷	۰/۰۶۷	استاد
۳	۰/۱۶۶	آینده‌پژوه نبودن کارآفرینی
۴	۰/۰۱۳	عوامل فرهنگی
۵	۰/۱۳۳	طراحان و متخصصان برنامه‌ریزی درسی
۸	۰/۰۴۰	مدیریت نظام آموزشی
۷	۰/۰۶۶	سیاست‌های نظام آموزشی
۲	۰/۲۳۲	کیفیت ناکارآمد
۷	۰/۰۶۶	زیرساخت
۹	۰/۰۲۱	پیامد
۱	۰/۴۰۴	عوامل اقتصادی

مدل معادلات ساختاری



شکل ۱- الگوی مدل تی برای پژوهش

جدول ۵- خلاصه برازش مدل

	مدل اشباع	مدل برآورد شده
SRMR	۰/۰۷۱	۰/۰۷۱
d_ ULS	۵/۳۹۵	۵/۳۹۵
Chi Squer	۰/۰۲۷۸	۰/۸۰۷
NFI	۰/۲۷۸	۰/۷۶۳

به طور کلی، نتایج نهایی مدل معادلات ساختاری در جدول ۵ آمده است.

مقادیر به دست آمده برای شاخص SRMR بین ۰ تا ۱ بود که برای مدل تحقیق با برازش ۰/۰۷، برازش خوبی محسوب می‌گردد؛ زیرا مقدار آن، از ۰/۰۸ کمتر است. یکی از شاخص‌های عمومی برای به حساب آوردن پارامترهای آزاد در محاسبه شاخص‌های برازش شاخص خی-دو بهنجار است که از تقسیم ساده خی-دو بر درجه آزادی مدل محاسبه می‌شود. چنانچه این مقدار، کوچک‌تر از ۲ باشد؛ مطلوب است و اگر از ۵ کوچک‌تر باشد؛ با اغماض قابل قبول است که در این تحقیق در مدل برآورده شده ۰/۸ می‌باشد که قابل قبول است.

#### ۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

هدف از پژوهش حاضر، بررسی و اعتباریابی علل شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران می‌باشد. با توجه به یافته‌های پژوهش، به طور کلی می‌توان گفت که مهم‌ترین شرایط علی در اجرای رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران عبارتند از: دسترسی نداشتن به منابع مالی، حاکمیت نداشتن فضای کسب و کار در دانشگاه‌ها، انگیزه پایین دانشجویان، بالارفتن روحیه فرهنگ مدرک‌گرایی در دانشجویان، بی‌تفاوت بودن نسبت به دوره‌های آموزشی، نداشتن مهارت لازم، ضعف توانمندی‌های دانشجویان در طراحی و کاربرد ایده‌ها، پایین بودن روحیه مطالبه‌گری در دانشجویان، نداشتن ایده‌های نو برای کارآفرینی، نبود روحیه مطالبه‌گری ایده‌های برتر، پایین بودن کیفیت

زندگی، ارجحیت نداشتن دروس کارآفرینی نسبت به بقیه دروس، پایین بودن انگیزه استادان، اعتقاد نداشتن برخی از استادان به مفهوم کارآفرینی اجتماعی، به‌روز نبودن استادان در زمینه تدریس دروس کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی، بی‌توجهی استادان به ضرورت وجود این مهم در نظام آموزش عالی کشور، مقاومت در برابر تغییر سیلابس‌ها و دروس تخصصی کارآفرینی اجتماعی، به‌روز نبودن دانش تخصصی طراحان برنامه‌های تخصصی کارآفرینی، سلیقه‌ای عمل کردن طراحان و برنامه‌ریزان، بی‌توجهی طراحان و برنامه‌ریزان آموزشی در زمینه تدوین برنامه‌های کارآفرینی با توجه به فرهنگ حاکم بر کشور، اطلاع نداشتن برنامه‌ریزان از به‌روزترین مفاهیم مطرح شده در زمینه کارآفرینی اجتماعی، حضور طراحان و برنامه‌ریزان درسی غیرمتخصص، کاربردی نبودن مفاهیم مطرح شده کارآفرینی با نیازهای بازار کار، بی‌اعتنایی به آینده رشته کارآفرینی اجتماعی، نبود مکانیزم لازم در راستای گسترش فرهنگ کارآفرینی و کم‌رنگ بودن آموزش‌های میان رشته‌ای مرتبط با مباحث کارآفرینی.

در این تحقیق، با توجه به مصاحبه‌های به عمل آمده می‌توان گفت که بسترهای لازم در شکل‌گیری رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران عبارتند از: سیاست‌های آموزش عالی، تئوری‌محور بودن فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه، کم‌توجهی به توانمندسازی و بهسازی اعضای هیئت علمی در زمینه تقویت کارآفرینی اجتماعی، نداشتن توجه کافی به مقوله کارآفرینی اجتماعی در اهداف و

رسالت‌های آموزش عالی، حمایت نکردن از دانشجویان کارآفرین دانشگاهی، عدم برنامه‌ریزی اصولی، عدم تشویق و افزایش انگیزه در بین دانشجویان توسط اساتید، حضور مدیران غیرمرتبط در امر تدوین سرفصل‌های تخصصی (به واسطه نوگرایی کارآفرینی اجتماعی)، کم‌توجهی به کیفیت مفهوم کارآفرینی در نظام آموزش عالی، مدیریت آموزش عالی، ایجاد نشدن روحیه کارآفرینی از دوران راهنمایی و دبیرستان در بین فراگیران، کم‌توجهی به زیرساخت‌ها و ساختارها در تدوین دوره‌های کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی، حضور ناکافی و مشارکت تمامی ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری‌ها، بی‌توجهی به آموزش‌های کارآفرینی، نبود نظارت و پیگیری اثربخشی دوره‌های کارآفرینی اجتماعی در سطح دانشگاه، فقدان آینده‌پژوهی در زمینه کارآفرینی، عدم استقبال از نوآوری‌های آموزشی در تدریس کارآفرینی اجتماعی، نبود هماهنگی بین نهادهای متولی و نظام دانشگاهی و عدم ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی.

با توجه به مصاحبه‌های به عمل آمده می‌توان گفت که شرایط مداخله‌گر در شکل‌گیری رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران عبارتند از: حاکمیت نداشتن روحیه کارآفرینی در کشور، شناخت نداشتن نسبت به مفهوم کارآفرینی اجتماعی، پایین بودن رشد اقتصادی نسبت به بازارهای جهانی، نبود دوره‌های کارآموزی و منتورینگ در زمینه فراگیری کارآفرینی، تطبیق نداشتن برنامه‌های درسی نظام آموزش عالی هماهنگ با سرفصل‌های مطرح کارآفرینی اجتماعی در دنیا، نبود گرایش‌های تخصصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران، نبود تعادل بین مؤلفه‌های برنامه درسی کارآفرینی، انتخاب درس کارآفرینی به عنوان درس اختیاری در چارت برنامه آموزشی، فقدان فرهنگ اختصاصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی و رویه‌های اجرایی نامناسب.

در این تحقیق با توجه به مصاحبه‌های به عمل آمده می‌توان گفت که نتایج و پیامدهای شکل‌گیری

رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران عبارتند از: اشتغال‌زایی، رفع خلل، شکاف‌ها و تنگناهای بازار و اجتماعی، ارتباط برقرار شدن بین بازارها، افزایش ثروت و درآمد، عدم تطابق نیاز کار و دانش فارغ‌التحصیلان در زمینه کارآفرینی اجتماعی، افزایش نرخ بیکاری، فشار فزاینده فارغ‌التحصیلان بیکار بر بخش دولتی، میل نداشتن جوانان به ادامه تحصیل، افزایش مشاغل فاقد مهارت کافی در بازار کار، سرخوردگی و کاهش نشاط در بین دانشجویان، سرخوردگی و کاهش نشاط در بین استادان و کاهش اعتماد به آموزش و ادامه تحصیل.

در این تحقیق با توجه به مصاحبه‌های به عمل آمده می‌توان گفت که راهبردهای مؤثر در شکل‌گیری رویکرد کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران عبارتند از: زیرساختی، افزایش حجم دروس تئوری نسبت به عملی در آموزش‌های کارآفرینی، مسأله‌محور نبودن محتوای دروس کارآفرینی اجتماعی، نبود بودجه کافی برای کاربردی کردن آموزش‌های کارآفرینی سازمان‌های مجازی توسعه‌دهنده کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه، حاکمیت نداشتن استراتژی‌های تقویت روحیه، ارائه خدمات مشاوره‌ای، ارائه خدمات اطلاع‌رسانی، نبود تلاش در راستای ظرفیت‌سازی علمی، عدم ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران، برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، کیفیت ناکارآمد، نبود زیرساخت‌های مناسب، عدم توجه به کیفیت آموزش کارآفرینی اجتماعی.

همچنین نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین عامل در امر کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران، عوامل اقتصادی می‌باشد. می‌توان در توجیه این عامل این‌گونه سخن گفت که رشد اقتصادی یا افزایش متغیرهای کمی اقتصادی مانند تولید ناخالص داخلی و درآمد سرانه، نشانگرهای توسعه قلمداد می‌گردد. ولی این دیدگاه، با برهم‌زدن تعادل میان متغیرهای غیراقتصادی مانند فقر، بیکاری، نابرابری، محرومیت‌های اجتماعی و غیره، تغییر پیدا کرد. بحث توسعه انسانی،

نیست و بدون حمایت مالی انجام شده است.

#### ۷- منابع

- حسینی نیا، غلامحسین؛ علی‌آبادی، وحید. (۱۳۹۸). تحلیل شکاف وضعیت موجود و مطلوب ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی در استان‌های همدان و کرمانشاه. *نشریه تعاون و کشاورزی*، ۸(۲۹)، ۷۸-۵۷.
- ربیعی، علی؛ دل‌باز، هانیه. (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه گیلان. *ماهنامه کار و جامعه*، شماره ۱۴۹، ۳۴-۴۵.
- سالمی، محمد. (۱۳۸۶). موانع و راه‌های توسعه کارآفرینی دانش‌آموختگان فنی و حرفه‌ای. *فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی رویش*، شماره ۱۶ و ۱۷.
- شاه‌محمدیان، فرناز؛ شواخ، مریم. (۱۳۹۲). *کارآفرینی در اجتماع*. تهران: نی‌ریز.
- شریف؛ سید مصطفی؛ جمشیدیان، عبدالرسول؛ رحیمی، حمید؛ نادری، ناهید. (۱۳۹۰). تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران. *نشریه توسعه کارآفرینی*، ۴(۱۱)، ۸۷-۱۰۶.
- شریفی، امید؛ اسدی، علی؛ رضایی، روح‌الله؛ عادل، محسن. (۱۳۸۹). کارآفرینی زنان دانشگاهی. *نشریه پژوهشنامه زنان*، ۱(۱)، ۱۰۶-۷۳.
- صالحی صدقیانی، جمشید. (۱۳۸۹). بررسی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مشخصه‌های رفتاری. *نشریه توسعه کارآفرینی*، ۳(۱)، ۹۴-۶۷.
- عباسپور، عباس، رحیمیان، حمید؛ داوودی راد، دانیال. (۱۳۹۵). تحلیل وضعیت ترویج کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی ایران. پنجمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
- علائی، عذرا. (۱۳۹۳). بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی و شیوه‌های پرورش آن در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. *ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی فرهنگی کار و جامعه*، شماره ۱۶۷، ۴۷-۵۹.
- قمبرعلی، رضوان؛ آگهی حسین؛ علی بیگی، امیرحسین؛ زرافشانی، کیومرث. (۱۳۹۳). راهبرد اکوسیستم

توسعه فرد انسان در جمیع جهات است، توسعه فرد در زندگی کاری و شغلی، زندگی اجتماعی، زندگی خصوصی و مسائل فرهنگی. توسعه و همکاری‌های اقتصادی در امر اجرای کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی با تغییر جهت آرام از سیاست‌های متمرکز بر توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط به سمت سیاست‌های متمرکز بر کارآفرینی دیده می‌شود. به عبارتی، سیاست‌مداران به نحو چشمگیری به درک این واقعیت دست یافته‌اند که حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط بدون توجه ویژه به مقوله کارآفرینی موفق نخواهد بود. بدین ترتیب توجه به برنامه‌های ترویج کارآفرینی، اساس برنامه‌های توسعه فرصت‌های شغلی در بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی می‌باشد و سازمان‌های دارای کارکرد ترویجی و آموزشی می‌توانند با ارائه برنامه‌هایی برای ترویج کارآفرینی، نقش اساسی را در فرایند توسعه کارآفرینی ایفا نمایند. اعتباریابی علل شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی پایدار در نظام آموزش عالی ایران بر مبنای معادلات ساختاری در نظام آموزش عالی ایران صورت گرفت و مدل نهایی ارائه شد. در این مدل، مؤلفه عوامل اقتصادی با مقدار ۰/۴۰۴، مهم‌ترین عامل در شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی ایران بود. مقادیر به‌دست آمده برای شاخص برای مدل تحقیق با برازش ۰/۰۷، برازش خوبی محسوب می‌گردد؛ چون مقدار آن از ۰/۰۸ کمتر است و مقدار خی‌دو که در این تحقیق در مدل برآورده شده ۰/۸ می‌باشد که قابل قبول است. رتبه‌بندی در بین متغیرهای اصلی نشان داد که متغیر راهبردها، مهم‌ترین اهمیت را دارد و متغیر کیفیت ناکارآمد دارای کمترین اهمیت می‌باشد. رتبه‌بندی در بین زیرمؤلفه‌های اصلی نشان داد زیرمؤلفه نبود گرایش‌های تخصصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران، مهم‌ترین زیرمؤلفه محسوب می‌گردد.

\* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه دکتری نویسنده سوم مقاله در دانشگاه علامه طباطبائی می‌باشد و نتایج پژوهش حاضر با منافع هیچ ارگان و سازمانی در تعارض



- Fowler, A. (2000). NGDOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation?. *Third world quarterly*, 21(4), 637-654.
- Newey, L. R. (2018). 'Changing the system': Compensatory versus transformative social entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(1), 13-30.
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of world business*, 41(1), 56-65.
- Perrini, F., & Vurro, C. (2006). Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice. In *Social entrepreneurship* (pp. 57-85). Palgrave Macmillan, London.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.
- Suresh, J., & Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: Case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. *European Journal of Business and Management*, 4(16), 95-101.
- کارآفرینی: پارادایم جدید توسعه کارآفرینی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۳)، ۲۱-۳۸.
- کردنائیج، اسداله. (۱۳۸۴). دانشگاه کارآفرین و نقش آن در ایجاد اشتغال. دومین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور.
- مالکی، رسول؛ ییلاق چغاخور، حمید؛ احمدوند، مصطفی. (۱۳۹۴). بررسی ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: اداره کل امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد). نشریه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۲۵، ۴۱-۶۲.
- مرجانی، تیمور؛ صدوری، سید صدرالدین. (۱۳۹۳). توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب‌ها، عوامل مؤثر و راهکارها. نشریه مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۲(۲)، ۲۷۷-۲۹۷.
- میرک‌زاده، علی‌اصغر؛ بهرامی، مجید. (۱۳۹۰). لزوم توجه به کارآفرینی اجتماعی به عنوان بستر پایداری در اجتماعات روستایی. نشریه کار و جامعه، شماره ۱۳۴، ۳۸-۴۸.
- نادعلی پورپلکی، حسن؛ کریمی، فریبا؛ نادلی، محمدعلی. (۱۳۹۸). تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ایران. نشریه رهبری و مدیریت آموزشی، ۱۳(۲)، ۲۶۷-۲۸۴.
- یادگار، نسیم؛ بازرگان، عباس؛ فقیه، نظام‌الدین. (۱۳۹۰). فرایند شکل‌گیری ابتکارات کارآفرینانه اجتماعی: الگویی برگرفته از نظریه برخاسته داده‌ها. نشریه توسعه کارآفرینی، ۴(۱۳)، ۷-۲۹.
- Amolo, J., & Migiro, S. O. (2015). An entrepreneurial flair development: the role of an ecosystem. *Problems and perspectives in management*, (13, Iss. 2 (spec. iss. 1)), 495-505.
- Chou, D. C. (2018). Applying design thinking method to social entrepreneurship project. *Computer Standards & Interfaces*, 55, 73-79.
- Ebrashi, R. E. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188-209.