



Scientific Journal

## Journal of Research in Educational Systems

Volume 15, Issue 54,  
Pp. 33-50  
Fall 2021

Print Issn: 2383-1324

Online Issn: 2783-2341

Indexed by ISC

[www.jiera.ir](http://www.jiera.ir)



Journal by  
Research in Educational  
Science is licensed under a  
Creative Commons  
Attribution-  
NonCommercial 4.0  
International License.

Document Type:  
Original Article

✉ Corresponding Author:  
[abbaspour@atu.ac.ir](mailto:abbaspour@atu.ac.ir)

Receive Date: 15 January 2021

Revise Date: 05 June 2021

Accept Date: 11 July 2021

Publish Date: 12 October 2021

**How to Site:** Davoudirad, D., Abbaspour, A., Meigounpoory, M. (2021). Designing and Validation of Social Entrepreneurship Model for Higher Education in Iran. *Journal of Research in Educational Science*, 15(54), 33-50.

[doi: 10.1001.1.23831324.1400.15.54.3.9](https://doi.org/10.1001.1.23831324.1400.15.54.3.9)

# Designing and Validation of Social Entrepreneurship Model for Higher Education in Iran ✱

**Daniel Davoudirad**

Ph.D. in Educational Management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

**Abbas Abbaspour**✉

Professor, Educational Management Dept., Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

**Mohammadreza Meigounpoory**

Assistant Professor, Entrepreneurship in Technology Dept., Tehran University, Tehran, Iran

## Abstract

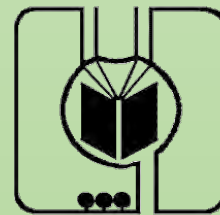
The present study was conducted to design and validate a model for social entrepreneurship of higher education in Iran. This study was conducted using a Mixed Method. In the qualitative part of this study, a questionnaire was designed using the method of Grounded Theory and also interviews with 15 experts were conducted. The designed questionnaire was conducted with 384 students in public universities of Tehran. Purposive sampling method was used in the qualitative part whereas random classified sampling method was applied in the quantitative part. In addition, analysis of Structural Equation Modeling was used in the quantitative part whereas the results of the qualitative part were analyzed through Grounded Theory. The results showed that infrastructural, designers and curriculum planning specialists, student, tenure, lack of entrepreneurship future studies, economic, higher education policies, economic and social consequences, higher education management, cultural, social and curriculum and inefficient quality factors, are the factors of social entrepreneurship in Iran's higher education system, respectively. Therefore, in a general perspective, the phenomenon of the existential agency was identified.

## Keywords:

Higher education, Grounded Theory, Mixed Method, Social Entrepreneurship

✱ The present article is taken from the doctoral dissertation in Educational Management, Allameh Tabataba'i University

# طراحی و اعتباریابی الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران \*



نشریه علمی

## پژوهش در نظام‌های آموزشی

دوره ۱۵، شماره ۵۴،  
ص ۳۳-۵۰  
پاییز ۱۴۰۰

شاپا (چاپی): ۱۳۲۴-۲۳۸۳

شاپا (الکترونیکی): ۲۳۴۱-۲۷۸۳

نمایه در ISC

www.jiera.ir



نشریه علمی  
پژوهش در نظام‌های آموزشی تحت قانون  
بین‌المللی کپی‌رایت Creative  
Commons: BY-NC می‌باشد.

نوع مقاله:

مقاله اصیل پژوهشی

✉ نویسنده مسئول:

abbaspour@atu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۰۳/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۷/۲۰

استناد به این مقاله: داوودی راد، د.، عباس پور، ع.؛

و میسون پوری، م. ر. (۱۴۰۰). طراحی و اعتباریابی

الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران.

پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۵(۵۴)، ۳۳-۵۰.

doi: 20.1001.1.23831324.1400.15.54.3.9

دانیال داوودی راد

دانش‌آموخته دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

✉ عباس عباس پور

استاد گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

محمدرضا میگون پوری

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

### چکیده

کارآفرینی اجتماعی، راهبردی اساسی برای توسعه پایدار است؛ آموزش عالی نیز، آبشخور تحولات بنیادین در نهادینه‌سازی کارآفرینی اجتماعی است. هدف پژوهش حاضر، طراحی و اعتباریابی الگوی کارآفرینی اجتماعی برای نظام آموزش عالی ایران بود. پژوهش حاضر از طریق روش تحقیق ترکیبی انجام شد. در بخش کیفی پژوهش، از طریق نمونه‌گیری هدفمند، با ۱۵ نفر از صاحب‌نظران آموزش عالی مصاحبه به عمل آمد. بر این اساس، پرسشنامه‌ای ساخته شد. در بخش کمی پژوهش نیز، از طریق نمونه‌گیری تصادفی، ۳۸۴ نفر از دانشجویان دانشگاه‌های شهر تهران انتخاب و پرسشنامه روی آن‌ها اجرا شد. داده‌های پژوهش، در بخش کیفی، با روش نظریه زمینه‌ای؛ و در بخش کمی، از طریق مدل‌یابی معادلات ساختاری تحلیل شد. نتایج نشان داد، عوامل زیرساختی، طراحان و متخصصان برنامه‌ریزی درسی، دانشجو، استاد، عدم آینده‌پژوهی کارآفرینی، اقتصادی، سیاست‌های آموزش عالی، پیامدهای اقتصادی و اجتماعی، مدیریت آموزش عالی، عوامل فرهنگی، اجتماعی و برنامه‌های درسی و کیفیت ناکارآمد، عوامل کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران هستند. بر این اساس، در یک چشم‌انداز کلی، پدیده کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی، به نام عاملیت وجودی شناسایی شد.

### واژه‌های کلیدی:

آموزش عالی، روش تحقیق ترکیبی، کارآفرینی اجتماعی، نظریه زمینه‌ای

\* مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری رشته مدیریت آموزشی دانشگاه علامه طباطبائی است.

## مقدمه

از اساسی‌ترین مشخصات جهان امروز، تغییرات فزاینده، افزایش پیچیدگی‌ها و رقابت‌ها است. سازمان‌های امروزی در محیطی پیچیده و درعین‌حال پویا فعالیت می‌کنند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۲). در چنین محیطی، آن جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت کند که با ایجاد بسترهای لازم، خود را به دانش و مهارت کارآفرینی<sup>۱</sup> تجهیز نماید تا با استفاده از این توانمندی ارزشمند، منابع را به‌سوی حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کند (معین‌نیا و ملامحمدی، ۱۳۹۹). نقش نهادها و عوامل نهادی در تعیین سطح کارآفرینی و عملکرد آن، دارای نقشی انکارناپذیر است (عیسی‌زاده و مهرانفر، ۱۳۹۱).

اقتصاددانان بر اهمیت مکانیسم کارآفرینی برای توسعه از طریق آثار اشتغال، نوآوری و رفاه تأکید دارند (پاداش و نیکونستی، ۱۳۸۶). در واقع، کارآفرینی، نقش مؤثری در توسعه ایفا می‌کند. توسعه نیازمند تغییرپذیری است و این کارآفرین‌ها و سازمان‌های کارآفرین هستند که الگویی مناسب برای تعادل پویا با شرایط متغیر به حساب می‌آیند (حیدری و همکاران، ۱۴۰۰). به این ترتیب، کارآفرینی به‌منزله راهبردی است که برنامه‌ریزان، از طریق آن، جوامع را به سمت توسعه سوق می‌دهند (عباسی و همکاران، ۱۴۰۱).

کارآفرینی، از یک سو، سبب توسعه اقتصادی و از سوی دیگر، موجب توسعه اجتماعی و فرهنگی می‌شود. به همین خاطر است که در دنیای امروز، کارآفرینی اجتماعی<sup>۲</sup>، به‌عنوان زیرشاخه کارآفرینی (احمدی‌فارسانی و صفری، ۱۳۹۶)، تبدیل به موضوعی با اهمیت در کارآفرینی (شائمی‌برزکی و همکاران، ۱۳۹۶)؛ و نیز، تبدیل به مأموریت و رسالت اجتماعی شده است (مرجانی و صدری، ۱۳۹۳). چراکه کارآفرینی اجتماعی، در ارتقاء شرایط زندگی افراد محروم از مزایای اجتماعی و اقتصادی؛ و نیز، تسهیل توسعه جامعه‌شناختی، نقش بارزی بازی کرده (مقیم، ۱۳۸۳)؛ و منفعت بالقوه و ماندگار به جامعه انتقال می‌دهد (احمدی‌فارسانی و صفری، ۱۳۹۶)؛ که فراتر از کسب سود و منافع شخصی است (کارپیشه، ۱۳۹۸). از این رو است که بین کارآفرینی اجتماعی و

توسعه پایدار<sup>۳</sup> رابطه مثبت وجود دارد (Al-Qudah et al., 2022).

کارآفرینی اجتماعی، فرایندی است که طی آن، کارآفرینان به ساخت یا تغییر نهادها در سطح اجتماع محلی پرداخته؛ و راهکارهای مفیدی برای کاهش مسائل اجتماعی چون فقر، بی‌سوادی، تخریب‌های زیست‌محیطی و غیره ارائه می‌دهند. کارآفرینی اجتماعی، با ساماندهی مجدد سرمایه‌های انسانی و اقتصادی به نیازهای اجتماعی جوامع پاسخ می‌دهد (فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴). جوهره اصلی کارآفرینی اجتماعی، جامعه‌گرایی است که در نحوه درک و ارزیابی فرصت‌های اجتماعی تجلی پیدا می‌کند (احمدی‌فارسانی و صفری، ۱۳۹۶). همچنین، تمرکز و هدف اصلی در کارآفرینی اجتماعی، ایجاد ارزش اجتماعی و تولید ثروت اجتماعی است (سیدی و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرینی اجتماعی، با فرآیندهای مبتنی بر کشف، خلق و بهره‌برداری از فرصت‌ها، ثروت اجتماعی به ارمغان می‌آورد. علاوه بر این، به‌منزله محور توسعه، عاملی برای حل مشکلات اجتماعی و چالش‌های پیش رو جامعه، تلقی شده (وقارموسوی و همکاران، ۱۳۹۵)؛ و ارزش اجتماعی (سیدی و همکاران، ۱۴۰۰). ایجاد می‌کند. به این گونه، توسعه پایدار به منصف ظهور رسیده و دیالکتیک خلق ارزش و بده و بستان آن جریان و سریان پیدا می‌کند (القوده و همکاران، ۲۰۲۲).

هرچند ایده کارآفرینی اجتماعی از دهه ۱۹۵۰ به منصف ظهور رسیده است، ولی صاحب‌نظران هنوز در مورد این پدیده پیچیده به اجماع نرسیده‌اند (Crupi et al., 2022). Choi and Majumdar (2014)، کارآفرینی اجتماعی را به‌عنوان «مفهومی که به‌طور اساسی و زیربنایی مورد مناقشه است»<sup>۴</sup>، تعریف می‌کند. این تعریف، روشن می‌کند، چرا، دست‌یابی به تعریف جهانی کارآفرینی اجتماعی مشکل است؛ و اینکه چرا این مفهوم، معانی متفاوتی را در میان صاحب‌نظران هم‌فکر مختلف برانگیخته است (Crupi et al., 2022). با همه تشتت آراء، اکثر تعاریف کارآفرینی اجتماعی، روی چهار عامل اصلی تمرکز دارد: ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی؛ حوزه عملیاتی آن‌ها؛

3. sustainable development  
4. essentially contested concept

1. entrepreneurship  
2. social entrepreneurship

محركه کارآفرینی اجتماعی مسئله اجتماعی است؛ بنابراین، شکل سازمانی کارآفرینی اجتماعی نیز می‌تواند به‌طور کارآمد منابع را برای حل مسائل اجتماعی بسیج کند (نورپور و همکاران، ۱۳۹۹). در واقع، از این منظر، کارآفرینی اجتماعی، اشاره به فرایندی دارد که سازمان‌ها از طریق آن، برنامه‌های جدیدی برای حل مسائل اجتماعی طراحی و ارائه می‌کنند (صالحی صدقیانی، ۱۳۸۹).

در بین سازمان‌های اجتماعی، وظیفه دانشگاه در زمینه نهادینه‌سازی کارآفرینی اجتماعی بسیار خطیر است. چراکه اولاً دانشگاه، مسئولیت اجتماعی دارد؛ دوم اینکه، کارآفرینی اجتماعی، پدیده پیچیده‌ای است که بازار، بخش عمومی و اقتصاد به‌تنهایی نمی‌تواند تأمین‌کننده استلزامات آن باشد. کارآفرینی اجتماعی، یک رویکرد اجرایی-علمی (Rosendahl Huber et al., 2014) است که ظرفیت‌سازی آن نیازمند متخصصانی، دارای نگرش و مهارت، است. پرورش چنین متخصصانی نیز در سازمان دانشگاه تبلور می‌یابد.

آموزش عالی، با داشتن کارکرد رشد و توسعه، پیشرفت همه‌جانبه را برای یک کشور به ارمغان می‌آورد (حسینی لرگانی و مجتبی‌زاده، ۱۴۰۰). در این زمینه، آموزش عالی می‌تواند با توسعه کارآفرینی اجتماعی، بسترهای فرهنگی را در جهت بازمهندسی نظام آموزشی، پژوهشی، مدیریتی ایجاد نماید. با نیم‌نگاهی به رتبه ایران، اهمیت ورود آموزش عالی به حوزه کارآفرینی اجتماعی دوچندان می‌شود. به این خاطر است که Kwong و همکاران (2022)، بیان می‌کنند، به علت تأکید روزافزون بر کارآفرینی اجتماعی، بسیاری از دانشگاه‌ها، دوره‌های کارآفرینی اجتماعی را برگزار می‌کنند تا از این طریق آگاهی‌ها، آمال و رفتارهای کارآفرینانه اجتماعی دانشجویان را توسعه دهند.

بر اساس گزارش بانک جهانی و داده‌های دیده‌بان کارآفرینی، ایران در شاخص کارآفرینی نوپا و فعالیت‌های کارآفرینانه جدید در جمعیت ۶۴-۱۸ ساله، داری رتبه ۳۹؛ در شاخص کارآفرینی تثبیت‌شده، داری رتبه ۲۰؛ و در شاخص قصد کارآفرینانه، داری رتبه ۴۹، در بین ۶۷ کشور در حال توسعه، است. همچنین، مقایسه ایران با کشورهای با

فرآیندها یا منابع مورد استفاده؛ و مأموریت اجتماعی کارآفرینان اجتماعی (Chandna, 2022).

ایده کارآفرینی اجتماعی که مفهومی متناسب با مقتضیات دنیای امروزی است، فعالیت اجتماعی را با فعالیتی تجاری ترکیب کرده است (مقیم، ۱۳۸۲). کارآفرینی اجتماعی، به‌غیر از کسب و کارهای غیرانتفاعی نوآورانه، شامل اهداف اجتماعی نیز است (Dees et al., 2002). همان‌طور که در سطور پیشین گفته شد، کارآفرینی اجتماعی معطوف به تغییر است، آن‌هم تغییر اجتماعی؛ زیرا پاسخگویی به نیازهای اجتماعی از سوی کارآفرینان، عامل بالقوه برای تغییر اجتماعات محلی است (سیدی و همکاران، ۱۴۰۰)؛ بنابراین، کارآفرینی اجتماعی، فرایندی است که طی آن، افراد، گروه‌ها و بخش‌های اجتماعی داوطلبانه کار می‌کنند تا از دارایی‌های بلااستفاده اجتماعی، ارزش آفرینی کنند و فرصت‌های ناشی از آن‌ها را تشخیص دهند (کارپیشه، ۱۳۹۸). کارآفرینان اجتماعی، در ترویج فعالیت‌های داوطلبانه و مشارکت اجتماعی نقش محوری دارند (رایاماجهی و همکاران، ۲۰۲۲). به‌این‌علت است که یک کارآفرین اجتماعی، صرفاً، زمانی در فعالیت‌های سودآور شرکت می‌کند که یقین داشته باشد منجر به بهبود اجتماعی خواهد شد (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۹). سودی را هم کارآفرین اجتماعی از این راه به دست می‌آورد، دوباره وارد چرخه حمایت از کارآفرینی اجتماعی می‌کند (Lall & Park, 2022)؛ بنابراین، کارآفرین اجتماعی به دنبال خلق ارزش است. در واقع، مفروضه زیربنایی کارآفرینی اجتماعی، این است که ضمن بهره‌گیری از روش‌ها و فنون مبتنی بر بازار، به خلق ارزش اجتماعی، به‌عنوان یک واقعیت، پردازد (Miller et al., 2012).

کارآفرینی اجتماعی، به دنبال این است که با استفاده از توان بالقوه کارآفرینی مانند استفاده از خلاقیت، نوآوری و شکار فرصت‌ها، به رفع نیازهای اجتماعی پردازد (فلاح و پاشایی‌نیا، ۱۳۹۹). بر این اساس، کارآفرینان اجتماعی و بنگاه‌های اجتماعی، کنش‌گرانی هستند که از طریق نوآوری، تغییرات اجتماعی را به وجود می‌آورند (سعدآبادی و همکاران، ۱۴۰۰). همان‌طور که گفته شد، نیروی

- سنجش برآزش الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزشی عالی ایران.

به منظور تحقق اهداف فوق، به جای ارائه فرضیه، سؤال‌هایی طرح شد. چراکه از نظر تجربه‌گرایی، بررسی سؤال پژوهش بسی مهم‌تر از روش مورد استفاده پژوهش‌گر یا جهان‌بینی تشکیل‌دهنده زیربنای روش است (مجتبی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷). بر همین اساس در پژوهش حاضر هدف پاسخ‌گویی به سؤال‌های زیر بود:

- عوامل سازنده الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران چیست؟

- الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران کدام است؟

- میزان اعتبار عوامل الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران چقدر است؟

- آیا الگوی طراحی شده کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران از مطلوبیت برخوردار است؟

در پژوهش حاضر، با ارائه عوامل سازنده الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران، زوایای بدیع و بینش‌مندی شناسایی شدند تا سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و تصمیم‌سازان حوزه آموزش عالی با اتخاذ استراتژی صحیح، گام‌های اساسی برداشته و راهگشای عملیاتی شدن خلق ارزش اجتماعی شده و موجبات توسعه و بالندگی کشور را از طریق به‌کارگیری الگوی کارآفرینی اجتماعی فراهم سازند. با توجه به مبانی و پیشینه نظری، چارچوب مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ است:

سطح درآمد متوسط، گویای آن است، در میان ۵۲ کشور در سال ۱۳۹۷، از نظر دسترسی به تأمین مالی کارآفرینانه، دارای رتبه ۳۷؛ از نظر سیاست دولتی، دارای رتبه ۳۴؛ از نظر پویایی بازار، دارای رتبه ۱۵؛ از نظر توان بازار داخلی، دارای رتبه ۳۳؛ و از نظر هنجارهای اجتماعی-فرهنگی دارای رتبه ۴۹ است (جامه‌بزرگی و میگون‌پوری، ۱۴۰۰). با توجه به مختصات فرهنگی و شرایط زمینه‌ای کشور، حق است ایران در تمامی حوزه‌ها، بالاترین رتبه را کسب کند. پیش‌شرط چنین جایگاهی، تحولات بنیادین در سازمان دانشگاه، به‌عنوان کنشگر علم و بسترساز فرهنگ، از طریق یک الگوی بومی است. از طریق الگوی بومی است که دانشگاه می‌تواند با اتخاذ استراتژی و تلاش سازنده و خلاق در جهت خلق کارآفرینی اجتماعی گام بردارد. بر این مبنا، مسئله اصلی پژوهش این است: الگوی کارآفرینی اجتماعی متناسب با شرایط بومی نظام آموزش عالی ایران چیست؟

هدف کلی پژوهش، «طراحی و اعتباریابی الگوی بومی کارآفرینی اجتماعی برای نظام آموزش عالی کشور» است. اهداف خاص‌تر پژوهش نیز به شرح زیر است:

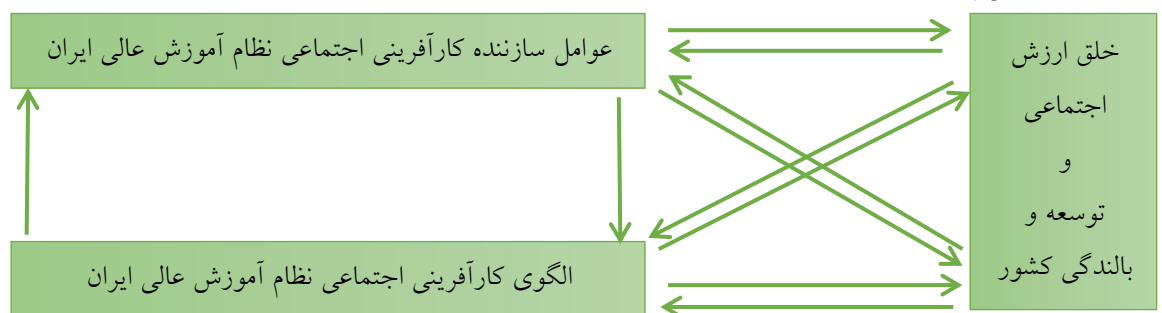
- شناسایی عوامل سازنده الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزشی عالی ایران؛

- ارائه یک الگوی پارادیمی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزشی عالی ایران؛

- بررسی اعتبار عوامل سازنده الگوی بومی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران؛

### شکل ۱.

چارچوب مفهومی پژوهش





## روش

در این پژوهش، از رویکرد روش ترکیبی (کیفی-کمی)<sup>۱</sup> استفاده شد. رویکرد کیفی از طریق نظریه زمینه‌ای<sup>۲</sup> و رویکرد کمی هم از طریق مدل‌بایی معادلات ساختاری<sup>۳</sup> انجام شده است. جامعه آماری بخش کیفی پژوهش شامل خبرگان علمی و صاحب‌نظران آموزش عالی که دارای تجربه نظری و عملی در زمینه کارآفرینی اجتماعی هستند، بوده است. جامعه آماری بخش کمی پژوهش نیز، دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران بود. در بخش کیفی پژوهش، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. در بخش کمی نیز، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی و تعیین حجم نمونه بر اساس جدول Krejcie and Morgan (1970) استفاده شد. تعداد نمونه در بخش کیفی، ۱۵ نفر و در بخش کمی، ۳۸۴ نفر بود. برای گردآوری اطلاعات در بخش کیفی تا زمان اشباع نظری، از مصاحبه‌های اکتشافی نیمه‌ساختمند استفاده شد. در این راستا، سؤالات از قبل تهیه‌شده در اختیار مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت. مدت‌زمان هر مصاحبه، به‌طور متوسط، ۹۰ دقیقه بود. برای گردآوری اطلاعات بخش کمی نیز، از پرسشنامه محقق‌ساخته، با ۱۱ مقیاس و ۷۵ خرده-مقیاس استفاده شد. برای تحلیل داده‌های کیفی از روش نظریه زمینه‌ای، در قالب مراحل کدگذاری باز (کدگذاری اولیه و کدگذاری ثانویه یا متمرکز)، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی استفاده شد. برای تحلیل داده‌های کمی نیز، با استفاده از نرم‌افزار SPSS و Amos نسخه ۲۶، از مقیاس کفایت نمونه‌گیری کایزر-مایر-الکین<sup>۴</sup>، آزمون کرویت بارتلت<sup>۵</sup> و تحیل عاملی تأییدی<sup>۶</sup> استفاده شد.

برای اطمینان از اعتبار یافته‌های کیفی، از ملاک‌های قابلیت اعتماد، قابلیت انتقال، قابلیت ارتباط و قابلیت تأیید استفاده شد. برای تأمین ملاک قابلیت اعتماد، پس از تحلیل اولیه، فرایند انجام کار به مصاحبه‌شوندگان ارسال و از استخراج اطلاعات از داده‌های مصاحبه اطمینان حاصل شد. در مورد ملاک قابلیت انتقال، از روش نمونه‌گیری هدفمند نظری استفاده شد. در خصوص ملاک قابلیت ارتباط، از فن بازبینی هم‌تایان و راهبرد کدگذاری-بازکدگذاری بهره گرفته شد. در

خصوص ملاک قابلیت تأیید، از فنون بررسی ممیزی، اسناد بازتابی و زاویه‌بندی استفاده شد (حسینی لرگانی و مجتبی‌زاده، ۱۳۹۷). برای اطمینان از اعتبار یافته‌های کمی نیز، پس از طراحی پرسشنامه، از فن بازبینی هم‌تایان استفاده شد. به این صورت که پرسشنامه در اختیار اساتید مسلط به روش‌ها و فنون تهیه پرسشنامه قرار داده شد. پس از چند بار تکرار فرایند بازخورد-اصلاح، از اعتبار آن اطمینان حاصل شد. همچنین، پس از اجرای پرسشنامه اصلی، ضریب پایایی ۰/۹۷۴ از طریق ضریب آلفای کرونباخ به دست آمد.

## یافته‌ها

در بخش کیفی پژوهش، در ابتدا، مصاحبه‌ها به متن تبدیل شد. بعد از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، فرایند تحلیل آغاز شد. در مرحله اولیه کدگذاری باز، متن‌ها چندین بار بازخوانی و مفاهیم اولیه، به‌عنوان اولین گام از کدگذاری باز، استخراج شد. این کار در کنار فهم عمیق‌تر، نمونه‌گیری نظری را در تحلیل مصاحبه‌ها به ارمغان آورد. در مرحله اول کدگذاری باز، ۵۱۰ مقوله عمده به دست آمد. در مرحله دوم کدگذاری باز، مقوله‌های مشابه در هم ادغام شد و تعداد آن‌ها به ۷۵ مقوله عمده کاهش یافت. در مرحله کدگذاری محوری، روی جنس مقوله‌ها تمرکز و روابط بین آن‌ها کشف شد. در واقع، مقایسه مستمر مقوله‌ها و طراحی ریز سؤالاتی، مانند چرا، چه پدیده‌ای، چگونه، چقدر، کجا، کی، با چه نتیجه‌ای، توسط چه کسی، به کشف روابط بین مقوله‌ها کمک کرد. به این ترتیب، شاکله مقوله‌های هسته‌ای شکل گرفت. در مرحله کدگذاری محوری، ۱۱ مقوله هسته‌ای تعیین شد.

در مرحله کدگذاری گزینشی، مقوله‌های هسته‌ای، بار دیگر از نو ترکیب و برحسب ویژگی‌های شرایطی، فرایندی و پیامدی طبقه‌بندی شد. همچنین، مقوله هسته‌ای نهایی که قلب الگوی پارادایمی است و سایر مقولات حول محور آن می‌چرخند، با عنوان «عاملیت‌گرایی وجودی» انتخاب شد. حال داده‌های لازم برای پاسخ دادن به سؤالات پژوهش به دست آمد که به تفکیک عبارت‌اند از:

4. Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling adequacy  
5. Bartlett's test of sphericity  
6. Confirmatory factor analysis

1. mixed method approche (qualitative-quantitative)  
2. Grounded Theory  
3. Structural equation modeling

سؤال اول: عوامل سازنده الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران چیست؟ عوامل سازنده الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران به شرح جدول ۱ است:

### جدول ۱.

عوامل سازنده الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران

کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی
مقوله‌های عمده خرده-عامل‌ها	مقوله‌های هسته‌ای عامل‌ها	طبقات
عدم دسترسی به منابع مالی عدم حاکمیت 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 دانشجویان در طراحی و کاربرد ایده‌ها پایین بودن روحیه مطالبه‌گری در دانشجویان نداشتن ایده‌های نو برای کارآفرینی عدم وجود روحیه مطالبه‌گری ایده‌های برتر پایین بودن کیفیت زندگی	دانشجو	شرایطی-علی
عدم ارجحیت دروس کارآفرینی نسبت به بقیه دروس پایین بودن انگیزه استادان عدم اعتقاد برخی از اساتید به مفهوم کارآفرینی اجتماعی به روز نبودن استادان در زمینه تدریس دروس کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی عدم توجه 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 عدم توجه طراحان و برنامه‌ریزان آموزشی در زمینه تدوین برنامه‌های کارآفرینی با توجه به فرهنگ حاکم بر کشور عدم اطلاع برنامه‌ریزان از به روزترین مفاهیم مطرح شده در زمینه کارآفرینی اجتماعی حضور طراحان و برنامه‌ریزان درسی غیرمتخصص و سیاسی عدم کاربردی بودن مفاهیم مطرح شده کارآفرینی با نیازهای بازار کار بی‌اعتنایی به آینده رشته کارآفرینی اجتماعی.	استاد	شرایطی-علی
عدم وجود مکانیسم لازم در جهت 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 هیئت‌علمی در زمینه تقویت کارآفرینی اجتماعی	طراحان و متخصصان برنامه‌ریزی درسی	شرایطی-علی
	سیاست‌های آموزش عالی	شرایطی-زمینه‌ای

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
		<p>عدم توجه کافی به مقوله کارآفرینی اجتماعی در اهداف و رسالت‌های آموزش عالی</p> <p>عدم حمایت از دانشجویان کارآفرین دانشگاهی</p> <p>عدم برنامه‌ریزی اصولی</p> <p>عدم تشویق و افزایش انگیزه در بین دانشجویان توسط اساتید</p> <p>حضور مدیران غیر مرتبط در امر تدوین سرفصل‌های تخصصی (به‌واسطه نوگرایی کارآفرینی اجتماعی)</p> <p>کم‌توجهی به کیفیت مفهوم کارآفرینی در نظام آموزش عالی</p>
شرایطی-زمینه‌ای	مدیریت آموزش عالی	<p>عدم ایجاد روحیه کارآفرینی از دوران راهنمایی و دبیرستان در بین فراگیران</p> <p>کم‌توجهی به زیرساخت‌ها و ساختارها در تدوین دوره‌های کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی</p> <p>حضور ناکافی و مشارکت تمامی ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری‌ها</p> <p>عدم توجه به آموزش‌های کارآفرینی</p> <p>عدم نظارت و پیگیری اثربخشی دوره‌های کارآفرینی اجتماعی در سطح دانشگاه</p> <p>فقدان آینده‌پژوهی در زمینه کارآفرینی</p> <p>عدم استقبال از نوآوری‌های آموزشی در تدریس کارآفرینی اجتماعی</p> <p>عدم وجود هماهنگی بین نهادهای متولی و نظام دانشگاهی</p> <p>عدم ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی</p>
شرایطی- مداخله‌گر	عوامل اقتصادی	<p>ضعف نظام اقتصادی</p> <p>عدم حاکمیت روحیه کارآفرینی در کشور</p> <p>عدم شناخت نسبت به مفهوم کارآفرینی اجتماعی</p> <p>پایین بودن رشد اقتصادی نسبت به بازارهای جهانی</p> <p>عدم وجود دوره‌های کارآموزی و منتورینگ در زمینه فراگیری کارآفرینی</p> <p>عدم تطبیق برنامه‌های درسی نظام آموزش عالی هماهنگ با سرفصل‌های مطرح کارآفرینی اجتماعی در دنیا</p>
شرایطی- مداخله‌گر	عوامل فرهنگی، اجتماعی و برنامه‌های شرایطی- مداخله‌گر	<p>عدم وجود گرایش‌های تخصصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران</p> <p>عدم تعادل بین مؤلفه‌های برنامه درسی کارآفرینی</p> <p>انتخاب درس کارآفرینی به‌عنوان درس اختیاری در چارت برنامه آموزشی</p> <p>فقدان فرهنگ اختصاصی کارآفرینی در نظام آموزش عالی</p> <p>رویه‌های اجرایی نامناسب</p>
		<p>عدم تطابق نیاز کار و دانش فارغ‌التحصیلان در زمینه کارآفرینی اجتماعی</p> <p>افزایش نرخ بیکاری</p> <p>فشار فزاینده فارغ‌التحصیلان بیکار بر بخش دولتی</p> <p>عدم میل به ادامه تحصیل در بین جوانان</p> <p>افزایش مشاغل فاقد مهارت کافی در بازار کار</p> <p>سرخوردگی و کاهش نشاط در بین دانشجویان</p> <p>سرخوردگی و کاهش نشاط در بین استادان</p> <p>کاهش اعتماد به آموزش و ادامه تحصیل</p>
	پیامدهای اقتصادی و اجتماعی	<p>محتوای به‌روز نشده</p>
	زیرساختی	<p>راهبردی</p>



مسئله محور نبودن محتوای دروس کارآفرینی اجتماعی  
عدم بودجه کافی برای کاربردی کردن آموزش‌های کارآفرینی  
سازمان‌های مجازی توسعه‌دهنده کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه  
عدم حاکمیت استراتژی‌های تقویت روحیه  
ارائه خدمات مشاوره‌ای  
ارائه خدمات اطلاع‌رسانی  
عدم تلاش در جهت ظرفیت‌سازی علمی  
عدم ترویج کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران  
برنامه‌ریزی‌های بلندمدت

عدم وجود زیرساخت‌های مناسب

راهبردی

کیفیت ناکارآمد

عدم توجه به کیفیت آموزش کارآفرینی اجتماعی

افزایش حجم دروس تنوری نسبت به عملی در آموزش‌های کارآفرینی

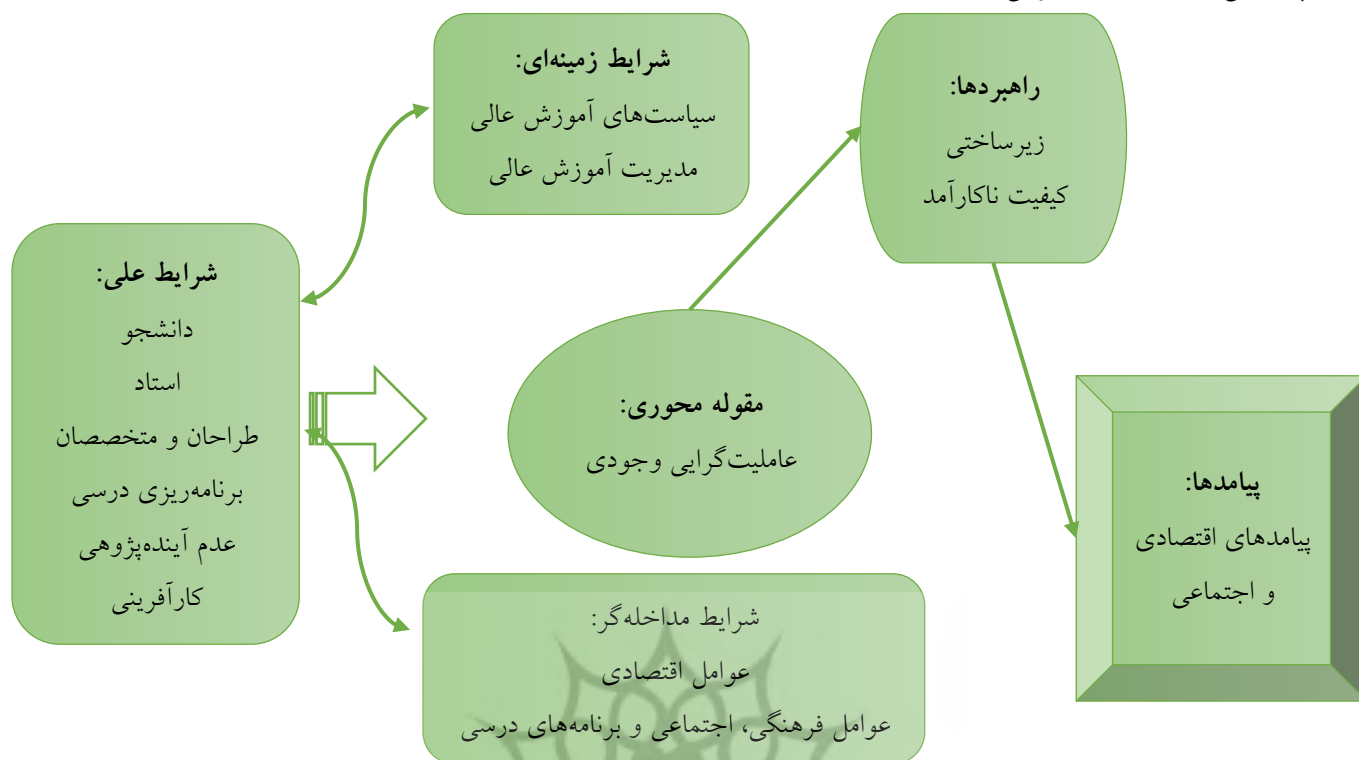
این عوامل، وقایع، دلایل و متغیرهایی هستند که گسترش پدیده کارآفرینی اجتماعی را پیش‌بینی می‌کنند. شرایط مداخله‌گر، شرایط ساختاری است که مداخله سایر عوامل را آسان یا سخت می‌کند. در این پژوهش، شرایط مداخله‌گر، عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی و برنامه‌های درسی. علاوه بر این، شرایط زمینه‌ای، مجموعه‌ای از مفاهیم، طبقه‌ها یا متغیرهایی است که بستر رویدادهای مربوط به کارآفرینی اجتماعی را به وجود می‌آورد. سیاست‌های آموزش عالی و مدیریت آموزش عالی در ذیل شرایط زمینه‌ای قرار دارند. هر سه شرایط مزبور، روی پدیده کارآفرینی اجتماعی (عاملیت‌گرایی وجودی) تأثیر می‌گذارند. کارکرد درست پدیده کارآفرینی اجتماعی (عاملیت‌گرایی وجودی) مستلزم اتخاذ راهبردهای خاص با عوامل زیرساختی و کیفیت ناکارآمد است. در اثر این راهبردها، پیامدهای اقتصادی و اجتماعی برای نظام آموزش عالی کشور حاصل می‌شود. علاوه بر این، منجر به خلق ارزش اجتماعی شده و توسعه و بالندگی را برای کشور به ارمغان می‌آورد.

سؤال دوم: الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران کدام است؟

برای پاسخ به این سؤال، بار دیگر، به کدگذاری محوری اقدام شد و همان‌طور که گفته شد، مقوله هسته‌ای نهایی، «عاملیت‌گرایی وجودی» انتخاب شد. به اعتقاد خبرگان، دغدغه آموزش عالی امروز، آن است که دانش‌آموختگان از «دانش کارآمد، دانش فناورانه و مهارت‌های حرفه‌ای لازم برخوردار باشند تا دست به کارآفرینی زده و مشاغل تازه پدید آورند». در شکل ۲، در قالب یک الگوی زمینه‌ای، به این امر توجه شده که کارآفرینی اجتماعی از چه عواملی متأثر است؟؛ با چه عواملی تعامل دارد؟؛ در این تعامل از چه راهبردهایی استفاده می‌کند؟؛ و نیز، پیامدهای این تعامل چیست؟ الگوی نهایی زمینه‌ای، بیان‌گر آن است که کارآفرینی اجتماعی تحت تأثیر شرایط علی، شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای است. شرایط علی، مجموعه عواملی است که به‌طور مستقیم روی پدیده کارآفرینی اجتماعی اثر می‌گذارند. در این پژوهش، شرایط علی عبارت‌اند از: دانشجو، استاد، طراحان و متخصصان برنامه‌ریزی درسی و عدم آینده‌پژوهی کارآفرینی.

شکل ۲.

الگوی پارادایمی زمینه‌ای عاملیت‌گرایی وجودی



جدول ۲.

مقادیر کیزر-میر-الکین و آزمون بارتلت

شاخص کفایت نمونه‌گیری (کیزر-میر-الکین)	آماره مجذور خی	درجه آزادی	سطح معناداری
۰/۹۱۳	۲۵۲۳۷/۵۶۲	۲۷۷۵	۰/۰۰۰

آزمون کیزر-میر-الکین نشان می‌دهد که آیا تعداد داده‌های نمونه برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر. با توجه به اینکه، مقدار شاخص کیزر-میر-الکین نزدیک به یک (۰/۹۱۳) است، داده‌های موردنظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند.

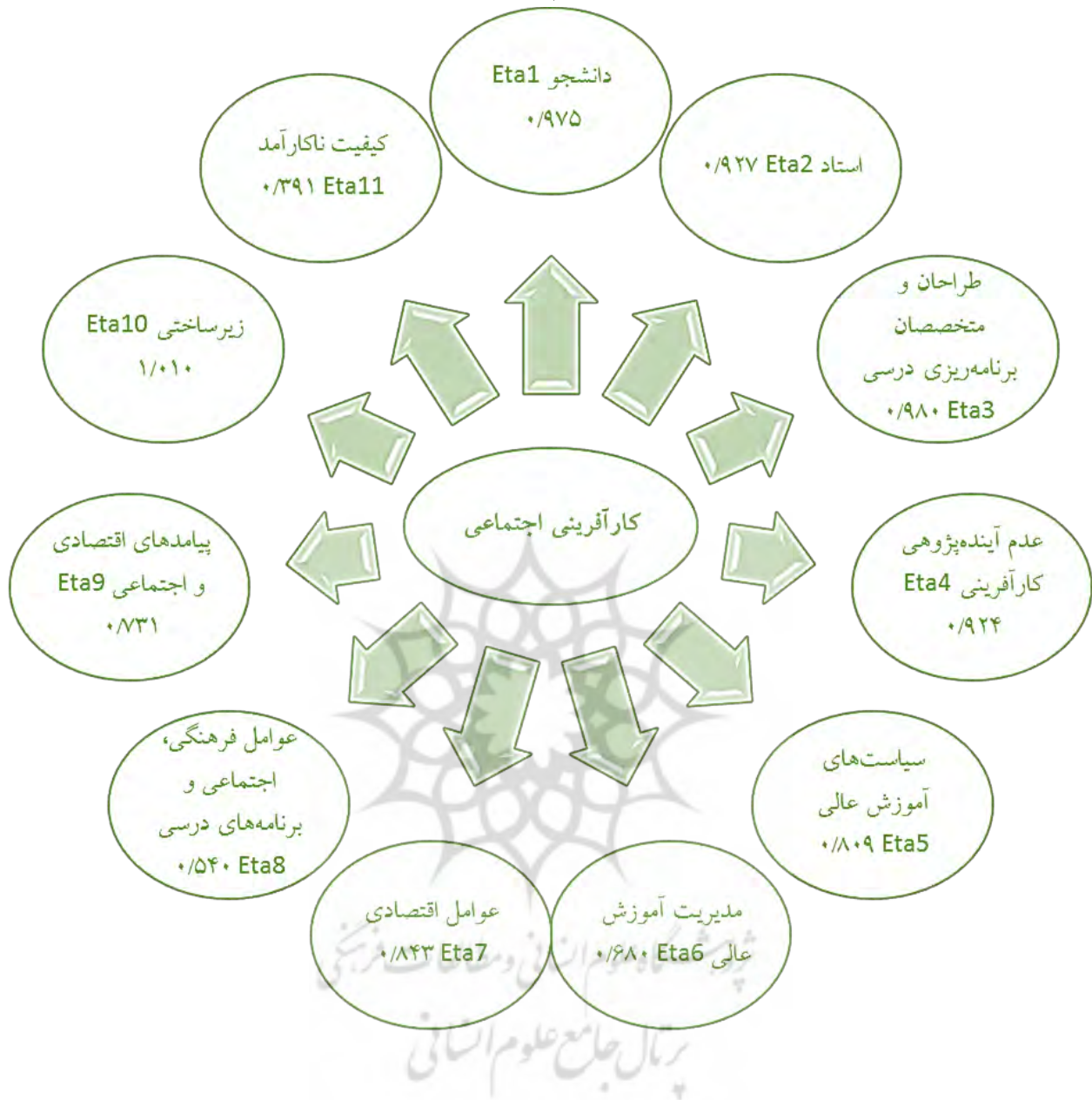
سؤال سوم: میزان اعتبار عوامل الگوی کارآفرینی اجتماعی

نظام آموزش عالی ایران چقدر است؟

برای پاسخ به این سؤال، قبل از انجام تحلیل عاملی، به‌منظور اطمینان از کفایت نمونه‌گیری و معناداری کرویت داده‌ها، مقادیر کیزر-میر-الکین و آزمون بارتلت مورد آزمون قرار گرفت. در جدول ۲، نتایج آزمون کیزر-میر-الکین و آزمون بارتلت ارائه شده است:

شکل ۳.

نمودار مفهومی ارتباط عامل‌های اصلی با سازه کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران



جدول ۳.

بازهای عاملی عامل‌های اصلی با سازه کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران

ردیف	نماد	عامل‌های اصلی	بار عاملی	مقدار قابل قبول	نتیجه
۱	Eta1	دانشجو	۰/۹۷۵	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۲	Eta2	استاد	۰/۹۲۷	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۳	Eta3	طراحان و متخصصان برنامه‌ریزی درسی	۰/۹۸۰	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۴	Eta4	عدم آینده‌پژوهی کارآفرینی	۰/۹۲۴	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۵	Eta5	سیاست‌های آموزش عالی	۰/۸۰۹	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۶	Eta6	مدیریت آموزش عالی	۰/۶۸۰	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۷	Eta7	عوامل اقتصادی	۰/۸۴۳	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۸	Eta8	عوامل فرهنگی، اجتماعی و برنامه‌های درسی	۰/۵۴۰	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۹	Eta9	پیامدهای اقتصادی و اجتماعی	۰/۷۳۱	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۱۰	Eta10	زیرساختی	۱/۰۱۰	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید
۱۱	Eta11	کیفیت ناکارآمد	۰/۳۹۱	بزرگ‌تر از ۰/۳۰	تأیید

مورداندازه‌گیری قرار می‌گیرند، تحت تأثیر یک متغیر پنهان، قرار دارند.

در این پژوهش، Xi (الگوی طراحی شده) به‌عنوان متغیر پنهان و Eta1 تا Eta11 به‌عنوان متغیر مشاهده شده است که تحت تأثیر متغیر پنهان Xi قرار دارد. با توجه به اینکه، الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی کشور دارای ۱۱ عامل است که به‌عنوان شاخص این سازه عمل می‌کنند، از این رو، تحلیل عاملی مرتبه دوم در راستای آزمون و نیز روایی عوامل سازه الگوی مزبور بررسی شده است.

نمودار مفهومی الگوی ساختاری سازه کارآفرینی نظام آموزش عالی ایران، در شکل ۴ ارائه شده است. در جدول ۴ نیز، شاخص‌های برازش آن آمده است. با توجه به شاخص‌های برازش جدول ۴؛ و نیز بارهای عاملی معنادار در الگوی ساختاری شکل ۴، نتیجه‌گیری می‌شود، الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی کشور از برازش بسیار مطلوبی برخوردار بوده و دارای قدرت توضیح‌دهی بسیار بالایی برای تبیین الگوی طراحی شده کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران است. بر این اساس، اطمینان حاصل شد، الگوی طراحی شده کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران از مطلوبیت برخوردار است.

همچنین، با عنایت به اینکه، در جدول ۲، سطح معناداری آزمون بارتلت برابر صفر شده است، بنابراین، فرض صفر رد و نتیجه گرفته می‌شود، میان متغیرها ارتباط معناداری وجود دارد. بر این اساس، شرط لازم برای انجام تحلیل عاملی فراهم شده است.

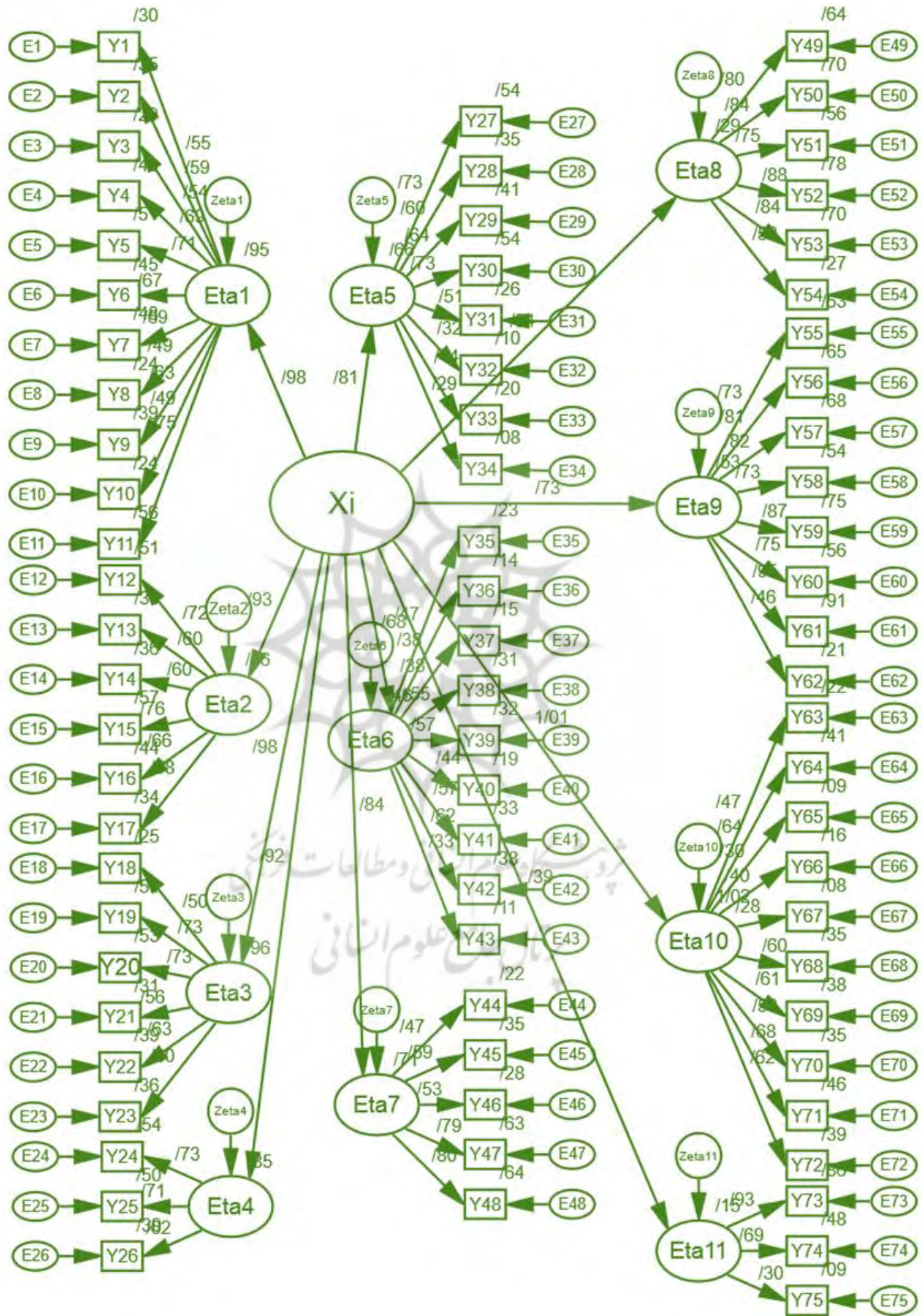
در نتیجه تحلیل عاملی مرتبه اول، تمام عامل‌های کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران مورد تأیید قرار گرفتند. به دیگر سخن، میزان اعتبار عوامل الگوی کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران، از مقدار قابل قبول ۰/۳۰ بالاتر بوده و تمام آن‌ها دارای بار عاملی کافی شدند. در شکل ۳ و جدول ۳، نتایج تحلیل مدل عاملی تأییدی مرحله اول، به تفکیک هر یک از عامل‌های پژوهش حاضر آمده است. همان‌طور که این شکل و جدول نشان می‌دهد، تمام عامل‌ها، دارای بار عاملی معنادار با سازه کارآفرینی اجتماعی هستند.

سؤال چهارم: آیا الگوی طراحی شده کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران از مطلوبیت برخوردار است؟ برای پاسخ به این سؤال، از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم استفاده شد. در این نوع تحلیل عاملی، عامل‌های پنهانی که با استفاده از متغیرهای مشاهده شده (خرده-عامل‌ها)



شکل ۴.

نمودار مفهومی الگوی ساختاری سازه کارآفرینی نظام آموزش عالی ایران





#### جدول ۴.

بارهای عاملی عامل‌های اصلی با سازه کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران

شاخص‌ها	برآورد	مقدار قابل قبول	نتیجه
نسبت مجذور خبی به درجه آزادی	۱/۹۹۶	کوچک‌تر از ۴	تأیید برازش
شاخص ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده	۰/۰۶۸	کوچک‌تر از ۰/۰۸	تأیید برازش
شاخص نکویی برازش	۰/۹۶۲	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	تأیید برازش
شاخص تعدیل‌شده نکویی برازش	۰/۹۸۴	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	تأیید برازش
شاخص برازش تطبیقی	۰/۹۶۰	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	تأیید برازش
شاخص برازش هنجار شده بنتلر بونت	۰/۹۹۰	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	تأیید برازش
شاخص برازش توکر-لویس	۰/۹۲۶	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	تأیید برازش
شاخص برازش افزایشی	۰/۹۱۲	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	تأیید برازش
شاخص برازش نسبی	۰/۹۴۸	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	تأیید برازش

Pham، (2022) و همکاران (2022)، Hussain و همکاران

(2022) و Anh و همکاران (2022) هم‌سو و همپوش است.

در این پژوهش، با مطالعه عناصر کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران، الگویی جامع در راستای شناخت مفهوم کارآفرینی اجتماعی آموزش عالی به دست آمد، که یاریگر سیاست‌گذاران آموزش عالی است. ولی با این حال، همان‌گونه که Creswell and Creswell (2017)، بیان داشته است، تمام راهبردهای پژوهشی دارای محدودیت هستند. بدیهی است که، این پژوهش نیز از این امر مستثنا نیست. مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهش حاضر، عواملی است که خارج از کنترل پژوهش‌گران هستند. از جمله: عدم امکان استفاده از نظرات مدیران دانشگاهی در بخش کمی پژوهش؛ گردآوری داده‌های بخش کیفی و کمی بر اساس موقعیت و شرایط فعلی و احتمال عدم انطباق آن‌ها با نیازهای آینده؛ محدود بودن جامعه آماری به دانشگاه‌های خاص؛ و دخالت ناخودآگاهانه پیش‌زمینه‌های ذهنی پژوهش‌گران در مقوله‌بندی و تفسیر داده‌های کیفی.

در پژوهش حاضر، ۱۱ عامل اصلی و ۷۵ خرده-عامل برای کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران شناسایی شد. با توجه به اینکه هر دانشگاه اکوسیستم منحصر به فرد خود را دارد، پیشنهاد می‌شود، یافته‌های این پژوهش در سایر دانشگاه‌های کشور، مورد اعتباریابی مجدد قرار گیرد. سایر پیشنهادها عبارت‌اند از:

#### بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی ایران، مفهومی چندبعدی و پیچیده است که تحت تأثیر عوامل مختلفی است. در پژوهش حاضر، عوامل سازنده الگوی کارآفرینی نظام آموزش عالی کشور در قالب شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها مورد شناسایی قرار گرفت. نتایج تحلیل عاملی از طریق مدل‌یابی معادلات ساختاری نیز نشان داد، میزان اهمیت عوامل شناسایی‌شده به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: عوامل زیرساختی، طراحان و متخصصان برنامه‌ریزی درسی، دانشجو، استاد، عدم آینده‌پژوهی کارآفرینی، عوامل اقتصادی، سیاست‌های آموزش عالی، پیامدهای اقتصادی و اجتماعی، مدیریت آموزش عالی، عوامل فرهنگی، اجتماعی و برنامه‌های درسی و کیفیت ناکارآمد. پژوهش حاضر، با یافته‌های جامه‌بزرگی و میگون‌پوری (۱۴۰۰)، کریمی‌حصاری و همکاران (۱۴۰۰)، سیدی و همکاران (۱۴۰۰)، حبیبی و همکاران (۱۳۹۹)، نادعلی پورپلکی و همکاران (۱۳۹۹) و (۱۳۸۸). شعاع‌اردبیلی و همکاران (۱۳۹۸)، ملکی‌پور و همکاران (۱۳۹۵)، وقارموسوی و همکاران (۱۳۹۵)، مالکی و همکاران (۱۳۹۴) و آراستی و همکاران (۱۳۹۲) هم‌پوشی و هم‌سوئی دارد. همچنین، با نتایج پژوهشی Kwong و همکاران (2022)، White و همکاران

و اساتید دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی؛ مسئولان و کارشناسان پژوهش و آموزش دانشگاه علامه طباطبائی؛ مسئولان و کارکنان کتابخانه‌های دانشگاه علامه طباطبائی؛ صاحب‌نظران و مصاحبه‌شوندگان بخش کیفی پژوهش، دانشجویان دانشگاه‌های شهر تهران بخش کمی پژوهش؛ هیئت داوران رساله و غیره؛ که ما را در انجام و ارتقای کیفی این پژوهش یاری دادند، اعلام کنند.

### تعارض منافع

پژوهش حاضر تعارض منافی ندارد.

### منابع

آراستی، ز.، زارعی، ه.، دیده‌ور، ف. (۱۳۹۲). بررسی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد تطبیقی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۶(۲)، ۱۹۵-۲۱۴. DOI: 10.22059/jed.2013.36265

احمدی‌فارسانی، م.، صفری، ع. (۱۳۹۶). کارآفرینی اجتماعی: عوامل و پیامدها با رویکرد نهج‌البلاغه. فصلنامه پژوهشنامه نهج‌البلاغه، ۵(۱۸)، ۹۹-۱۱۸. DOI: 10.22084/nahj.2017.6664.1297

پاداش، ح.، نیکونستی، ع. (۱۳۸۶). نقش نهادها در توسعه کارآفرینی. فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه، ۱۳(۱)، ۱۴۵-۱۲۹. URL: http://jpbud.ir/article-1-6-fa.html

جامه‌بزرگی، م. ج.، میگون‌پوری، م. ر. (۱۴۰۰). فرهنگ اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی، پیشران توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی. مدیریت فرهنگی، ۱۵(۱)، ۴۵-۵۷.

حیبی، م.، معظمی، م.، هاشمی، س. م. (۱۳۹۹). بررسی میزان تأثیر جهت‌گیری کارآفرینی اجتماعی بر نوآوری اجتماعی (کارآفرینان شهر تهران). مدیریت کسب‌وکار، ۱۲(۴۷)، ۴۹۴-۵۱۴.

حسینی‌لرگانی، س. م.، مجتبی‌زاده، م. (۱۳۹۷). طراحی و اعتباریابی الگوی برنامه‌درسی برای نظام آموزش عالی ایران. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۴(۳)، ۵۱-۲۳.

حسینی‌لرگانی، س. م.، مجتبی‌زاده، م. (۱۴۰۰). طراحی و اعتباریابی الگوی کیفیت آموزشی برای دانشگاه‌های کشور. مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی، ۱۴(۲)، ۲۵۸-۲۲۱. DOI: 10.52547/MPES.14.2.221

- معرفی کارآفرینان اجتماعی حوزه آموزش عالی در جهت ترغیب‌سازی فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی؛

- بررسی تطبیقی الگوهای مختلف ترکیبی و خالص کارآفرینی اجتماعی آموزش عالی در جهت بینش‌مندی و خردافزایی نسبت به این الگوها؛

- انجام مطالعات میدانی در حوزه کارآفرینی اجتماعی در حوزه آموزش عالی و حتی سایر نهادهای اجتماعی؛

- انجام پژوهش در خصوص بررسی عملکرد مدیران دانشگاهی در حوزه کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی؛

- انجام مطالعه تطبیقی در خصوص رویکرد مدیران دانشگاه‌های معتبر دنیا در حوزه کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی و استخراج الگو برای ارزیابی عملکرد مدیران؛

- انجام پژوهش مجزا برای هر یک از عوامل الگوی پارادیمی این پژوهش (شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها) در جهت بررسی دقیق‌تر و عمیق‌تر آن؛

- انجام پژوهشی مستقل در خصوص موانع پیش روی مدیران دانشگاهی برای پرداختن به موضوع آموزش و بهسازی اعضای هیئت‌علمی مرتبط با کارآفرینی اجتماعی نظام آموزش عالی؛

- ارائه آموزش کارآفرینی به دانشجویان؛

- گسترش مراکز ارائه خدمات حمایتی کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و برنامه‌ریزی و هدایت برنامه‌های کارآفرینانه اجتماعی در این مراکز؛

- ایجاد شبکه کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی، با هدف ارتباط بین دنیای نظر و عمل، سهیم شدن در منابع اطلاعاتی، جذب مشارکت‌های مردمی، تسهیل ارتباط با مجامع علمی، استفاده مؤثر از آزمایشگاه‌ها و زیرساخت‌های دانشگاهی؛

- حمایت از پژوهش‌های کارآفرینی اجتماعی از طریق پیش‌بینی سیاست‌های حمایتی و انتشار نتایج این پژوهش‌ها؛

- ارزیابی و بازنگری مستمر برنامه‌های کارآفرینی اجتماعی متناسب با اقتضات دنیای متحول و متغیر کنونی.

### سپاسگزاری

این مقاله، از رساله دوره دکتری تخصصی مصوب و دفاع شده در دانشگاه علامه طباطبائی استخراج شده است. نویسندگان بر خود لازم می‌دانند، مراتب تقدیر و تشکر صمیمانه خود را از مسئولان و اساتید دانشگاه علامه طباطبائی، به‌ویژه، مسئولان

فیروزآبادی، س. ا.، دباغی، ح. (۱۳۹۴). نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه محلی. توسعه محلی (روستائی-شهری)، ۷(۱)، ۲۹-۵۸. DOI: 10.22059/jrd.2015.58433

کارپیشه، ل. (۱۳۹۸). توسعه گردشگری مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی. جغرافیا و روابط انسانی، ۲(۳)، ۴۷۶-۴۸۷.

کریمی حصار، ف.، روستا، ع.، مرادی، س. (۱۴۰۰). تبیین شرایط توسعه قصد کارآفرینی اجتماعی دانشجویان (رویکرد نظریه زمینه‌ای). دوماهنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۱۲(۱)، ۱۱۶-۱۰۴. DOI: 10.30495/jedu.2021.23440.4729

مالکی، ر.، ییلاق چغاخور، ح.، احمدوند، م. (۱۳۹۴). بررسی ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: اداره کل امور عشایر استان کهگیلویه و بویراحمد). برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۷(۲۵)، ۴۱-۶۲. DOI: 10.22054/qjsd.2016.3852

ملکی‌پور، ا.، حکیم‌زاده، ر.، دهقانی، م.؛ و زالی، م. (۱۳۹۵). مطالعه کیفی کاربست بازی‌های شبیه‌سازی آموزش کارآفرینی در قلمرو رشته‌های کارشناسی علوم اجتماعی و رفتاری (مطالعه موردی: دانشگاه تهران). دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی، ۷(۱۴)، ۵۳-۷۶.

مجتبی‌زاده، م.، عباس‌پور، ع.، ملکی، ح.، فراستخواه، م. (۱۳۹۷). الگوی اعتبارسنجی و تضمین کیفیت نظام آموزش عالی ایران از دیدگاه خبرگان. پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۲(۴۲)، ۷-۲۴. DOI: 10.22034/jiera.2018.78680

مرجانی، ت.، صدری، س. ص. (۱۳۹۳). توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب‌ها، عوامل مؤثر و راهکارها. مجله علمی مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۲(۲)، ۲۷۷-۲۹۷. DOI: 10.22059/jomc.2014.51184

معین‌نیا، م.، ملامحمدی، م. (۱۳۹۹). بررسی استراتژی‌های کارآفرینی سازمانی در رشد و بقای شرکت‌ها. فصلنامه پژوهشنامه مدیریت و مهندسی صنایع، ۲(۴)، ۴۶-۶۱.

مقیمی، س. م. (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی: پژوهشی در سازمان‌های غیردولتی (NGOs) ایران. تهران: دانشگاه تهران.

نادعلی‌پورپلکی، ح.، کریمی، ف.، ناد، م. ع. (۱۳۹۸). تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در

حیدری، ز.، رحیمی‌اقدام، ص.، حسینی، س. ص. (۱۴۰۰). تأثیر حمایت مدیران ارشد بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی تعهد عاطفی اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۴(۱)، ۶۰-۴۱. DOI: 10.22059/jed.2021.312423.653494

سعدآبادی، ع. ا.، مهرآیین، ف.، رحیمی‌راد، ز. (۱۴۰۰). شبکه‌های اجتماعی در خدمت نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی تویتر). فصلنامه علمی مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۴(۱۲)، ۳۷-۶۶. DOI: 10.22034/jiscm.2021.298546.1249

سیدی، ف.، ذاکری، م.، مرسلی ارزق، زلیخا. (۱۴۰۰). تحلیل کارآفرینی اجتماعی شرکت‌های تعاونی در راستای سیاست‌های کلی بخش اشتغال. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۹(۳۴)، ۴۱۸-۴۴۳. DOI: 10.30507/jmsp.2020.232776.2074

شائمی‌برزکی، ع.، تیموری، ه.، عبدی، م. (۱۳۹۶). تحلیل تأثیر هوش اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۳۹۶ (ویژه‌نامه)، ۹-۱۸.

شعاع‌اردبیلی، ف.، رحمانی، ج.، ویسی، غ. (۱۳۹۸). طراحی و ارائه چارچوب مفهومی و مدل دانشگاه کارآفرین بر اساس نظریه داده بنیاد سیستماتیک. پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۳(۴۷)، ۱۱۵-۱۳۲. DOI: 10.22034/jiera.2019.160732.1736

صالحی‌صدقیانی، ج. (۱۳۸۹). بررسی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد مشخصه‌های رفتاری. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۳(۱)، ۶۷-۹۴.

عباسی، ص.، میردامادی، س. م.، امیدینجف‌آبادی، م.، فرج‌الله‌حسینی، س. ج. (۱۴۰۱). طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی با رویکرد کیفی. فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۲۰(۶۶)، ۱۳۱-۱۶۰. DOI: 10.22111/j10.22111.2022.6716

عیسی‌زاده، س.، مهرانفر، ج. (۱۳۹۱). نقش نهادها در شکل‌دهی کارآفرینی در کشورهای منتخب جهان. پژوهشنامه اقتصادی، ۱۲(۴۴)، ۱۹۹-۲۱۲.

فلاح، م. ر.، پاشایی‌نیا، ر. (۱۳۹۹). زنان کارآفرین و ورود موفقیت‌آمیز به حوزه کارآفرینی اجتماعی: ارائه یک مدل نظری. فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان سابق)، ۲۳(۹۰)، ۱۰۳-۱۳۲. DOI: 10.22095/JWSS.2020.237389.2389

- cases from China. *R&D Management*, 52(2), 313-330.
- Dees, J. G., Emerson, J., & Economy, P. (2002). *Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs*. John Wiley & Sons.
- Eisa Zade, S., Mehranfar, J. (2012). The Role of Institutions in Shaping Entrepreneurship in Selected Countries. *Economics Research*, 12(44), 199-212. [In Persian]
- Fallah, M., Pashae Nia, R. (2021). Women Entrepreneurs and Successful Entry into Social Entrepreneurship: A Theoretical Model. *Women's Strategic Studies*, 23(90(winter2021)), 103-132. DOI: 10.22095/JWSS.2020.237389.2389 [In Persian]
- Firouzabadi, S., Dabaghi, H. (2015). The role of social entrepreneurship in community development. *Community Development (Rural and Urban Communities)*, 7(1), 29-58. DOI: 10.22059/jrd.2015.58433 [In Persian]
- Habibi, M., Moazzami, M., Hashemi, S. (2020). The Effect's orientation of social entrepreneurship on social innovation. *Journal of Business Management*, 12(47), 494-514. [In Persian]
- Heydari, Z., Rahimiaghdam, S., Hosseini, S. (2021). The Effect of Top Managers Support on Organizational Entrepreneurship with the Mediating Role of Affective Commitment of Faculty Members in University of Tabriz. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14(1), 41-60. DOI: 10.22059/jed.2021.312423.653494 [In Persian]
- Hosseini Largani, S. M., Mojtazadeh, M. (2018). Designing and validating a curriculum model for Higher Education System in Iran. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 24(3), 23-51. URL: <http://journal.irphe.ac.ir/article-1-3878-fa.html> [In Persian]
- Hosseini Largani, S., Mojtazadeh, M. (2021). Designing and Validation of Instructional Quality Model for Universities in Iran. *Journal of Management and Planning In Educational System*, 14(2), 221-258. DOI: 10.52547/MPES.14.2.221 [In Persian]
- Hussain, B., Zafar Sheikh, A., & Fatima, T. (2022). Learning social entrepreneurship: Experiences of sociology students. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2032539.
- Jamebozorgi, M., Meigounpoory, M. R. (2021). The Culture of the University Entrepreneurship Ecosystem, the Drivers of Social Entrepreneurship Development. *Journal of Cultural Management*, 15(51), 45-57. [In Persian]
- Karimi Hesari, F., Rousta, A., moradi, S. (2021). Formulation of Factors Developing Social Entrepreneurial Intention of Students: (Grounded Theory Approach). *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 12(1), 116-104. DOI: 10.30495/jedu.2021.23440.4729 [In Persian]
- Karpisheh, L. (2019). Tourism-Based Social Entrepreneurship Development. *Geography and Human Relationships*, 2(3), 476-487. [In Persian]
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). *Determining sample size for research activities. Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Kwong, C., Cheung, C., Bhattarai, C., & Fieldhouse, S. (2022). How entrepreneurial are social entrepreneurship education providers? The role of universities' entrepreneurial ecosystems in the provision of elective دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ایران. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۱۳(۲)، ۲۶۷-۲۸۴.
- نادعلی پورپلکی، ح.، کریمی، ف.، نادى، م. ع. (۱۳۹۹). کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی: یک مطالعه داده بنیاد. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۵(۸)، ۷۵-۹۲.
- نورپور، ع.، ساکتی، پ.، طاهرپور کلاتری، ح. (۱۳۹۹). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی (در سازمان‌های غیرانتفاعی ایران). پژوهش اجتماعی، ۱۲(۴۸)، ۱۷۴-۱۹۷.
- وقار موسوی، م.، قدس‌علوی، آ.، عباسی، م. (۱۳۹۵). بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه عدالت اجتماعی. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۳(۲)، ۵۹-۷۶. DOI: 10.22069/jead.2016.3076

## References

- Abbasi, S., Mirdamadi, S., Omidi Najaf Abadi, M., Farajollah Hosseini, S. (2022). Designing a Model of Rural Ecotourism Entrepreneurship Development with a Qualitative Approach. *Geography and Development*, 20(66), 131-160. DOI: 10.22111/j10.22111.2022.6716 [In Persian]
- Ahmadi Farsani, M., Safari, A. (2017). Social Entrepreneurship: Causes and Consequences by Nahj-al balagha Approach. *Quarterly Journal of Nahj al-Balagha Research*, 5(18), 99-118. DOI: 10.22084/nahj.2017.6664.1297 [In Persian]
- Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., & Alqudah, H. (2022). The relationship between social entrepreneurship and sustainable development from economic growth perspective: 15 'RCEP' countries. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), 44-61.
- Anh, D. B. H., Duc, L. D. M., Yen, N. T. H., Hung, N. T., & Tien, N. H. (2022). Sustainable development of social entrepreneurship: evidence from Vietnam. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 45(1), 62-76.
- Arasti, Z., Zarei, H., Didehvar, F. (2013). Review of Regulatory Policies for Development of Social Entrepreneurship with a Comparative Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 6(2), 195-214. DOI: 10.22059/jed.2013.36265 [In Persian]
- Chandna, V. (2022). Social entrepreneurship and digital platforms: Crowdfunding in the sharing-economy era. *Business Horizons*, 65(1), 21-31.
- Choi, N., & Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of business venturing*, 29(3), 363-376.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications
- Crupi, A., Liu, S., & Liu, W. (2022). The top-down pattern of social innovation and social entrepreneurship. Bricolage and agility in response to COVID-19:



- organizations). *Social Research*, 12(48), 174-197. [In Persian]
- Padash, H., Nikou-Nesbati, A. (2008). Institutional Approach to Entrepreneurship. *Quarterly Journal of Planning and Budgeting*, 13(1), 129-154. URL: <http://jpbud.ir/article-1-6-fa.html> [In Persian]
- Pham, L. X., Phan, L. T., Le, A. N. H., & Tuan, A. B. N. (2022). Factors Affecting Social Entrepreneurial Intention: An Application of Social Cognitive Career Theory. *Entrepreneurship Research Journal*.
- Rayamajhee, V., Storr, V. H., & Bohara, A. K. (2022). Social entrepreneurship, co-production, and post-disaster recovery. *Disasters*, 46(1), 27-55.
- Rosendahl Huber, L., Sloof, R., & Van Praag, M. (2014). The effect of early entrepreneurship education: evidence from a randomized field experiment. *European Economic Review*, 72, 76-97.
- Sadabadi, A., Mehraien, F., Rahimi Rad, Z. (2021). Social Networks at the Service of Social Innovation and Social Entrepreneurship (The Case Study of Twitter). *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 4(12), 37-66. DOI: 10.22034/jiscm.2021.298546.1249 [In Persian]
- Salehi Sadeghiani, J. (2010). Investigating social entrepreneurship with a behavioral characteristics approach. *Entrepreneurship Development*, 3(1), 67-94. [In Persian]
- Saydi, F., Zakeri, M., morsaliarzanagh, Z. (2021). Analysis of social entrepreneurship in cooperatives in line with the general policies of the employment sector. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 9(34), 418-443. DOI: 10.30507/jmsp.2020.232776.2074 [In Persian]
- Shaemi Barzaki, A., Teimouri, H., Abdi, M. (2018). Analysis of the Impact of Social Intelligence on Social Entrepreneurship. *Journal of Development & Evolution Mngement*, 1396(special issue), 9-18. [In Persian]
- Shoardebili, F., Rahmani, J., Vaisi, G. (2019). Designing and Suggestion of Entrepreneur University Model ional Framework, based on Systematic Grounded Theory. *Journal of Research in Educational Science*, 13(47), 115-132. DOI: 10.22034/jiera.2019.160732.1736 [In Persian]
- Weqar Mousavi, M., Quds Alavi, A., Abbasi, M. (2016). Investigating the role of social entrepreneurship in the development of social justice. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 3(2), 59-76. DOI: 10.22069/jead.2016.3076 [In Persian]
- White, G. R., Allen, R., Samuel, A., Taylor, D., Thomas, R., & Jones, P. (2022). The Ecosystem of UK Social Entrepreneurship: a meta-analysis of contemporary studies. In *Disadvantaged Entrepreneurship and the Entrepreneurial Ecosystem*. Emerald Publishing Limited.
- social entrepreneurship courses to business students. *Studies in Higher Education*, 1-11.
- Lall, S. A., & Park, J. (2022). How social ventures grow: Understanding the role of philanthropic grants in scaling social entrepreneurship. *Business & Society*, 61(1), 3-44.
- Maleki, R., Yelaghchehghikhor, H., Ahmadvand, M. (2016). An Investigation into the Features of Social Entrepreneurship in Governmental Organizations: A Case Study of the Organization for Nomadic Peoples Affairs, Kohgiluyeh & Boyer-Ahmad Province. *Social Development & Welfare Planning*, 7(25), 41-62. DOI: 10.22054/qjds.2016.3852 [In Persian]
- Malekipour, A., Hakimzade, R., Dehghani, M., Zali, M. (2017). Simulation Games of Entrepreneurship Education in Social and Behavioral Sciences: A Case Study of Tehran University. *Journal of higher education curriculum studies*, 7(14), 53-76. [In Persian]
- Marjani, T., Sadri, S. (2014). Development of Social Entrepreneurship; Problems, Effective Factors, and Solutions. *Organizational Culture Management*, 12(2), 277-297. DOI: 10.22059/jomc.2014.51184
- Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., & Vogus, T. J. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of management review*, 37(4), 616-640.
- Moghimi, S. M. (2003). Social Entrepreneurship. *Rahyaft*, 13 (29), 49-59. [In Persian]
- Moghimi, S. M. (2004). *Entrepreneurship in Civil Society Institutions: A Research in Iranian Non-Governmental Organizations (NGOs)*. Tehran: University of Tehran [In Persian]
- Moinnia, M., Mohammadi, M. (2020). Investigating organizational entrepreneurship strategies in the growth and survival of companies. *Journal of Industrial Management and Engineering*, 2(4), 46-61. [In Persian]
- Mojtabazadeh, M., abbaspour, A., maleki, H., farasatkah, M. (2018). Accreditation and Quality Assurance Model of Iran's Higher Education System from the Perspective of the Experts. *Journal of Research in Educational Science*, 12(42), 7-24. DOI: 10.22034/jiera.2018.78680 [In Persian]
- Nadalipoor, H., Karimi, F., Nadi, M. A. (2019). Explaining the background conditions for the development of social entrepreneurship in Iranian universities and higher education institutions. *Educational Leadership & administration*, 13(2), 267-284. [In Persian]
- Nadalipoor, H., Karimi, F., Nadi, M. A. (2020). Social Entrepreneurship in Higher Education: A Data-Based Study. *Journal of Innovation and Value Creation*, 5(8), 75-92. [In Persian]
- Nourpour, A., Sakti, O., Taherpour Kalantari, H. (2020). Identification and ranking of factors affecting social entrepreneurship (in Iranian non-profit