

فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار
سال سیزدهم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۸
صص ۲۸۴-۲۶۷

تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران حسن نادعلی پورپلکی^۱، فریبا کریمی^۲، محمدعلی نادلی^۳

چکیده

هدف تحقیق حاضر تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران بود. این پژوهش جزء پژوهش‌های کیفی است و با استفاده از رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد انجام شد. جامعه پژوهش شامل صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی ایران بودند که مجموعاً ۲۴ نفر بر اساس اصل اشباع نظری با روش نمونه‌گیری هدفمند به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌ها با روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. روایی داده‌ها با روش روایی درونی و روایی بیرونی و پایایی داده‌ها و یافته‌ها با روش‌های همکار پژوهشی و ناظر بیرونی تایید شد. داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند. نتایج نشان داد که عواملی مانند استعدادها، 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. در نهایت، مولفه‌ها و عناصر شناسایی شده جهت کاربرد در الگوی نهایی توسعه کارآفرینی اجتماعی بکار برده شد.

کلید واژه‌ها: شرایط زمینه‌ای، کارآفرینی اجتماعی، آموزش عالی.

پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۵/۲۳

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۲/۲۵

^۱ - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران
rahavard.h@gmail.com

^۲ - دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران (نویسنده
مسئول) faribakarimi@khuisf.ac.ir

^۳ - دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران
mnadi@khuisf.ac.ir

مقدمه

در عصری که دانش ته تنها کلیدی برای حل مشکلات جامعه بشری، بلکه حتی به مثابه یکی از اصلی‌ترین منابع ارزش‌آفرینی تلقی می‌شود، پرداختن به مسائل مربوط به دانشگاه‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین پایگاه تولید، توزیع، تبدیل و ترویج دانش و هویت‌آفرینی فرهنگی و اجتماعی به یکی از اولویت‌های سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان جوامع تبدیل شده است. نقش نظام آموزش عالی در زمینه رشد و شکوفایی استعدادهای جوانان به‌عنوان آینده‌سازان جامعه غیرقابل انکار است. این نظام، نظام مهمی است که تاثیر وسیعی بر بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه دارد. فعالیت دانشگاه‌ها در عصر جهانی شدن مأموریت انحصاری تولید دانش را تحت‌الشعاع قرار داده و دانشگاه‌ها را به بنگاه‌های خدماتی برای حل مشکلات منطقه‌ای، ملی و جهانی تبدیل کرده است؛ به طوری که مطالعه فرایند توسعه در جهان حکایت از این واقعیت دارد که نظام‌های آموزش عالی همواره عامل بنیادی در تکامل و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع بودند (فراست‌خواه، ۱۳۹۶). در نتیجه دوام و توسعه سازمان‌های امروزی در گرو همسو شدن با تغییرات سریع، توسعه و بالندگی است که در این مسیر نیازهای دانشی، کارآفرینی و توانمندسازی به شدت احساس می‌شوند. کارآفرینی ابتدا در نظریه‌های اقتصادی تبلور یافت و به‌عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت و یا ارزش اقتصادی شناخته شد (زند، احقر و احمدی، ۱۳۹۷). در زندگی عقلایی و منطقی جامعه جدید وظایف و مسئولیت‌های منحصر به فرد، ضروری و مهمی را دانشگاه‌ها بر عهده دارند که از آن جمله می‌توان دانشگاه مدرن آموزش و پژوهش، دانشگاه چندکاره، دانشگاه‌های کارآفرین، دانشگاه‌های مهارت‌آموز و کارآفرین را مثال زد. برخی صاحب‌نظران اذعان کردند که این انتظارات، وظایف و مسئولیت‌ها را برای دانشگاه می‌توان غیرمنتظره و چالشی دانست (موسیو و راماسیوتی^۱، ۲۰۱۶). بنابراین به منظور حمایت از کیفیت آموزش عالی و افزایش اثرات مثبت آن بر رشد جوامع انسانی بسیار مهم است که به کشف و اعمال روش‌های جدید مدیریت و رهبری در آموزش عالی پرداخته شود. امروزه اکثر صاحب‌نظران یکی از راهکارهای مهم و حیاتی توسعه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور جهت بالا بردن سطح پاسخگویی به جامعه را

^۱ . Muscio & Ramaciotti

توجه به کارآفرینی عنوان کرده‌اند (گلدستین، ایک، راتانگ، هاتاجولو و بلیسیا^۱، ۲۰۱۶). در چشم‌انداز جهانی آموزش عالی برای قرن بیست و یکم دانشگاه‌های نوین را این طور توصیف می‌کنند: دانشگاه جایگاهی است که در آن مهارت‌های کارآفرینی در آموزش عالی به منظور قابلیت‌های دانش‌آموختگان و برای تبدیل شدن به کارآفرینان توسعه می‌یابد. تغییر و تحول در شرایط و نیازهای جامعه موجب تغییر و تحول در رسالت دانشگاه‌ها شده است. بدین صورت که رسالت اولیه آنها که آموزش بوده است به سمت پژوهش رفته و با تحولات بعدی باز به سمت کارآفرینی تغییر جهت داده است (کریستینا، پوروکو و کوساموویداگدو^۲، ۲۰۱۵). فشارهای روزافزون بر دوش دولت و وزات‌خانه علوم، تحقیقات و فناوری و کاهش بودجه دولتی در سال‌های اخیر، افزایش تعداد دانش‌آموختگان، بیکاری فزاینده و بحران اشتغال جوانان به‌ویژه تحصیل کرده‌ها، تغییر در انتظارات متقاضیان دانشگاه‌ها، رقابت، نیازهای متغیر بازار، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی در مقابل افراد جامعه، انقلاب کیفیت و بهره‌وری تغییر در دانش و ضرورت مدیریت دانش و تجاری‌سازی آن، ضرورت تحول در آموزش‌های سنتی و گرایش به سمت آموزش‌های نو و پژوهش‌های کاربردی، ضرورت بکارگیری فناوری‌ها و سایر مواردی که موجب تحول در رسالت، نقش و کارکردهای دانشگاه شده استف ضرورت کارآفرینی دانشگاهی و ایجاد دانشگاه کارآفرین به‌عنوان یکی از ابزارهای حیاتی راهبردی و کلیدی آموزش عالی برای مواجهه با این تغییرها و فشارها را کاملاً روشن کرده است (شریف‌زاده، رضوی، زاهدی و نجاری، ۱۳۸۸).

ماموریت‌هایی که متناسب با ماهیت وجودی دانشگاه است ماموریت‌هایی شامل توسعه فرهنگ، هنر و معارف و توسعه همزیستی است می‌باشد که به آن کارکرد فرهنگی و اجتماعی دانشگاه اطلاق می‌گردد. بنابراین امروزه دانشگاه در کشاکش مسائل سیاسی و اقتصادی از کارکرد اصلی خود یعنی کارکرد اجتماعی و فرهنگی هر روز فاصله بیشتری می‌گیرد؛ به طوری که بزرگ‌ترین دام برای دانشگاه غلبه تفکرات اقتصادی نئوکلاسیک بر سر راه آن است که به جای اجتماع‌سازی علم و دانش به تجاری‌سازی آن بپردازد. بر این اساس ماموریت دانشگاه‌ها در بستر زمان همگام با تحولات و دگرگونی‌های جهانی و در راستای هدف پاسخگویی به نیازهای

^۱ . Goldstein, Ick, Ratang, Hutajulu & Blesia

^۲ . Christina, Purwoko & Kusumowidagdo

اقتضایی جوامع دچار تحول شده و به سوی مشارکت در پارادایم کارآفرینانه اجتماعی در حال حرکت است (فراست‌خواه، ۱۳۹۶). در سال‌های اخیر بر نوآوری در همه ابعاد دانشگاه (درون‌دادها، فرایندها و برون‌دادها) تاکید می‌شود، اما در تازه‌ترین رویکرد کارآفرینی اجتماعی نیز به بخشی جدایی‌ناپذیر از دانشگاه کارآفرین تبدیل شده است. در حال حاضر کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان شکل جدیدی از دانشگاه کارآفرین مطرح شده است. این رویکرد از دانشگاه کارآفرین در پاسخ به نگرانی‌ها در مورد کم‌رنگ شدن جهت‌گیری همگانی بودن آموزش عالی به دست بازار منفعت‌جو شکل گرفته است. در مفهوم سنتی دانشگاه کارآفرین فعالیت‌های کارآفرینانه منفعت‌جویانه دانشگاه‌ها برحسب منافع اقتصادی تفسیر می‌شود، ولی اخیراً توجه بیشتری به ارزش اجتماعی چنین کارآفرینی علمی جلب شده است. روش‌های نوآورانه دانشگاهی که برای حل معضلات اجتماعی مورد استفاده قرار گرفته است نشان داد که کارآفرینی ذاتاً در تضاد با رسالت اجتماعی آموزش عالی نیست (چریئر، گوسوامی و ری^۱، ۲۰۱۸). کارآفرینی اجتماعی یافتن جدیدترین و مناسب‌ترین راه‌های ممکن برای ایجاد و تقویت ارزش‌های اجتماعی است (آروگاسوامی^۲، ۲۰۱۷). دانشگاه‌هایی که قرار است بر مدار تعالی مستمر و در خدمت توسعه و پیشرفت جوامع خود باشند در تعاریف جدید دانشگاه‌های کارآفرین اجتماعی نامیده می‌شوند. به کارآفرینی اجتماعی که امروزه به مفهوم ماموریتی اجتماعی و انسان‌دوستانه از طریق فعالیت‌های مختلف کسب‌وکار مدنظر قرار می‌گیرد به‌عنوان یکی از راهکارهای حل برخی مسائل و آسیب‌های اجتماعی توجه شده است. اگرچه متون نظری کارآفرینی اجتماعی نسبتاً جدید است، اما این پدیده به هیچ وجه پدیده‌ای نو محسوب نمی‌شود (مرجانی و صدری، ۱۳۹۳). کارآفرینی اجتماعی به فرایندی اشاره دارد که طی آن کارآفرینان به ساخت یا تغییر نهادها در سطح اجتماع محلی می‌پردازند و با بیان راهکارهای مفید برای کاهش مسائل اجتماعی چون فقر، بی‌سوادی، تخریب‌های زیست محیطی و غیره اقدام می‌کنند. کارآفرینان اجتماعی با ساماندهی مجدد سرمایه‌ها و دارایی‌های انسانی و اقتصادی به نیازهای اجتماعی جوامع پاسخ می‌دهند و به منزله پذیرش مسئولیت اجتماعی ناشی از توسعه سریع جوامع است (فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴). کارآفرینی اجتماعی سازه‌ای چندبعدی،

^۱ . Cherrier, Goswami & Ray

^۲ . Arogyaswamy

دینامیک و پویا است که در نقطه تقاطع میان بخش‌های عمومی، خصوصی و اجتماعی قابل فهم است. کارآفرینی اجتماعی را سرمایه‌گذاری بر فرصت‌ها و نوآوری در بخش غیرانتفاعی یا اجتماعی و در مسیر توسعه جامعه می‌باشد (فیروزآبادی، ایمانی جاجرمی و دباغی، ۱۳۹۷).

کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه یعنی همان تولید و ساخت سرمایه اجتماعی که زیربنای توسعه همه جانبه اجتماع اعم از ابعاد اقتصادی، سیاسی، علمی و فرهنگی است. به بیان دیگر مشروعیت پیدا کردن دانشگاه با انجام مسئولیت‌های اجتماعی. در همین راستا اکثر پژوهشگران پرداختن به موضوع کارآفرینی اجتماعی را در برنامه‌درسی دانشگاه‌ها یک رویکرد کاملاً جدید و در حال رشد می‌دانند. آموزش این نوع کارآفرینی در دانشگاه باعث بوجود آمدن روحیه خودکفایی، خلاقیت، همدلی و تفکر منطقی شده و زمینه پیشرفت و موفقیت تحصیلی دانشجویان را مهیار می‌سازد (ارتورگات و سائسکیرکی^۱، ۲۰۱۲). بر این اساس ماموریت دانشگاه‌ها در بستر زمان همگام با تحولات و دگرگونی‌های جهان و در راستای هدف پاسخگویی به نیازهای اقتصادی جوامع دچار تحول شده و به سوی مشارکت در پارادایم کارآفرینانه به‌ویژه کارآفرینی اجتماعی در حال حرکت می‌باشد (کوراتکو، مک‌مولن، هورنسی و جکسون^۲، ۲۰۱۷).

با اینکه پژوهش‌هایی درباره کارآفرینی اجتماعی انجام شده، اما پژوهش‌های اندکی به بررسی شرایط زمینه‌ای توسعه آن در آموزش عالی پرداختند. برای مثال هندیجانی فرد و حجازی (۱۳۹۷) ضمن پژوهشی با عنوان شناسایی عوامل تاثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی به این نتیجه رسیدند که عوامل فردی (باورها و مفروضات اسلامی شامل باور به آخرت و اجر اخروی، خوش‌بینی به انسان‌ها، امید به آینده، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد اجتماعی، انفاق و کمک به دیگران، ماموریت‌گرایی، برکت و عمران زمین، عوامل روانشناختی شامل شفقت، وجدان، حس خیرخواهی، سرمایه انسانی شامل تجربه کارآفرینانه قبلی، تجربه اجتماعی پیشین و آموزش، ویژگی‌های شخصیتی درک‌شده شامل برون‌گرایی، استقلال‌طلبی، توفیق‌طلبی و مرکز کنترل درونی، سرمایه مالی و اتفاقات خاص دوران کودکی) و عوامل محیطی (ارزش‌ها و رفتارهای خانواده، الگوهای نقش، اقدامات تشکل‌های اجتماعی، نگرش مثبت افراد جامعه به کارآفرینی اجتماعی، معضلات اجتماعی در جامعه و عوامل قانونی شامل منافع مالیاتی و سهولت

^۱ . Erturgut & Soysekerici

^۲ . Kuratko, McMullen, Hornsby & Jackson

راه‌اندازی) از عوامل تاثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی بودند. نتایج پژوهش شکوهی، رئیسی شهروی و یعقوبی (۱۳۹۷) با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی در حوزه زنان سرپرست خانوار (مورد مطالعه: استان سیستان و بلوچستان) نشان داد که عوامل سیاسی، نهادی و قانونی از دید خبرگان در رتبه نخست عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار است و عامل تسهیلات کسب‌وکار در رتبه دوم قرار گرفته. همچنین ۳۷ استراتژی تعیین شده، استراتژی‌های بیمه زنان سرپرست خانوار، پشتیبانی و خدمات بازاریابی محصولات و ارائه تسهیلات اشتغال به زنان خانوار به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفته است. در پژوهشی دیگر رحیمیان، عباسپور و داوودی‌راد (۱۳۹۵) ضمن تحقیقی با عنوان تحلیل وضعیت ترویج کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی ایران به این نتیجه رسیدند که با توجه به تفاوت کارآفرینان تجاری و اجتماعی در ویژگی‌های فردی، انگیزه‌ها، ماموریت، منابع فرصت و چگونگی شناسایی فرصت‌ها، حوزه فعالیت، بسیج منابع و عملکرد، قصد کارآفرینان اجتماعی متفاوت از کارآفرینان تجاری خواهد بود، اما آنچه که به عنوان مساله اساسی در نظام آموزشی کشور به چشم می‌خورد، نحوه ترویج این مهم است. از این رو ضرورت پرداختن به آن امری است که کمتر در مطالعات انجام شده به چشم می‌خورد و نتایج نشان داد که به کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزشی کشور توجهی نمی‌شود و کمتر کسی با این مفهوم آشنا می‌باشد. علاوه بر آن مرجانی و صدری (۱۳۹۳) ضمن پژوهشی با عنوان توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب‌ها، عوامل موثر و راهکارها به این نتیجه رسیدند که به ترتیب موانع فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی شامل نبود دسترسی به منابع مالی، نداشتن فضای کسب‌وکار، نداشتن انگیزه، نداشتن مهارت‌های کسب‌وکار لازم، نداشتن ایده‌های مناسب و نو برای کارآفرینی و قوانین و مقررات دست‌وپاگیر می‌باشند. نتایج پژوهش سجادی و قاسمی بنا بری (۱۳۹۲) ضمن پژوهشی با عنوان عوامل کلیدی موفقیت در کارآفرینی اجتماعی از دیدگاه محققان و فعالان اجتماعی ایران به این نتیجه رسیدند که پنج عامل با اولویت فضیلت اجتماعی، رسالت اجتماعی، آگاهی اجتماعی، تعهد اجتماعی و نیاز اجتماعی به عنوان عوامل کلیدی در کارآفرینی اجتماعی معرفی شدند. آراستی، ملکی کرم‌آباد و متوسلی (۱۳۹۱) ضمن پژوهشی با عنوان عوامل نهادی تاثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی به این نتیجه رسیدند که عوامل نهادی رسمی و غیررسمی بر فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی تاثیرگذار بودند و نیاز

و ارزش اجتماعی و نگرش و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از عوامل نهادی غیررسمی و ناکارآمدی دولت از عوامل نهادی رسمی بر فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی تاثیر می‌گذارند. نتایج پژوهش شریف، جمشیدیان، رحیمی و نادری (۱۳۹۰) با عنوان تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران نشان داد که 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. همچنین دابل^۱ (۲۰۱۶) ضمن پژوهشی با عنوان یک رویکرد جدید در آموزش عالی: آموزش کارآفرینی اجتماعی به این نتیجه رسید که کارآفرینی اجتماعی رویکردی جدید در توسعه آموزش عالی جهت ارائه آموزش‌های کارآفرینانه در دانشگاه‌ها است و زمینه‌ساز توسعه توانایی‌های فردی دانشجویان جهت ارائه راه حل‌های ابتکاری برای حل مشکلات اجتماعی می‌باشد. برای تحقق و آموزش کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی باید مهارت‌هایی مانند خودکفایی فردی، خلاقیت، همدلی و تفکر منطقی در دانشجویان ایجاد گردد. علاوه بر آن کربی^۲ (۲۰۱۱) ضمن پژوهشی درباره آموزش کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌های مصر به این نتیجه رسید که با وجود تلاش‌های تبلیغاتی سازمان‌هایی مانند آشوکا و بنیاد شوآب آگاهی نسبتاً ضعیفی نسبت به کارآفرینی اجتماعی در مصر وجود دارد. در این پژوهش اکثر نمونه‌ها اعلام کردند که نیازمند جذب علاقه قابل توجه از شرکت‌های اجتماعی هستند و اظهار داشتند که برای شروع سرمایه‌گذاری فقط به پشتیبان‌های مالی نیاز ندارد و دانشجویان نه فقط در مورد کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی باید یادگیرند، بلکه لازم است با مهارت‌ها، توانایی تجهیز به مهارت‌ها و نگرش به ایجاد کسب‌وکار اجتماعی نیز آشنا شوند.

کارآفرینی اجتماعی پدیده‌ای وابسته به زمینه است، لذا برای توسعه آن در هر زمینه خاص فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، دانشگاه و غیره باید ابتدا شناختی از فرایندها، سازوکارها و عناصر خاص این پدیده انجام شود. با وجود اهمیت این موضوع خلاء شناختی عمده‌ای در زمینه کارآفرینی اجتماعی کشور موجود است که موجب شده این پدیده در داخل کشور تقریباً ناشناختی باقی بماند. همچنین درباره کارآفرینی اجتماعی پژوهش‌هایی انجام شده، اما شرایط زمینه‌ای آن در آموزش عالی مورد غفلت واقع شده است. علاوه بر آن به نظر می‌رسد که عوامل

^۱ . Dobele

^۲ . Kirby

متعددی در مشارکت و درگیری ذینفعان از قبیل اساتید، دانشجویان، مدیران و کارفرمایان در کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی نقش داشته باشند. پس با توجه به اهمیتی که کارآفرینی اجتماعی در پویایی آموزش عالی برعهده دارد بررسی شرایط زمینه‌ای آن برای صاحب‌نظران، سیاست‌گذاران و متولیان و دست‌اندرکاران آموزش عالی جهت دیدی جامعه و دقیق ضروری می‌باشد.

سوالات تحقیق

- ۱- مقوله‌های اصلی، زیرمقوله‌ها، مفاهیم و کدهای باز شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران کدامند؟
- ۲- مدل پژوهش برای تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران چگونه است؟

روش تحقیق

از آنجایی که هدف این تحقیق تبیین شرایط زمینه‌ای برای توسعه کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی بود، این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرا جزء پژوهش‌های کیفی بود و با استفاده از رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد انجام شد. جامعه پژوهش صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی ایران بودند که مجموعاً ۲۴ نفر بر اساس اصل اشباع نظری با روش نمونه‌گیری هدفمند به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. انتخاب این گروه به دلیل انجام تحقیق و یا فعالیتی کارآفرینانه با رویکرد اجتماعی در آموزش عالی که برای مشارکت در این پژوهش مناسب تشخیص داده شدند. برای انجام این پژوهش در مرحله اول از پژوهشگر منابع و افراد مرتبط با حوزه کارآفرینی اجتماعی را شناسایی کرد و به فرایند داده‌یابی در پژوهش ادامه داد تا جایی که با استفاده از روش دیگری (نمونه‌گیری نظری ملاک‌محور) که از همان آغاز نمونه‌گیری لحاظ گردید و به اشباع در فرایند داده‌یابی رسید. پژوهشگران با استفاده از نمونه‌گیری نظری سعی دارند تا تحلیل‌های مقایسه‌ای دائم از داده‌های متمرکز و آنها را تغذیه کنند. در طول این فرایند نیاز به اطلاعات بیشتر جهت اشباع مقوله‌ها تحت توسعه ضرورت می‌یابد. این موضوع اغلب هنگامی که پژوهشگر قصد دارد به اطلاعات بیشتری درباره ویژگی‌های یک مقوله، شرایطی که یک مقوله خاص تحت آن قرار گرفته، ابعاد یک مقوله یا روابط میان مقوله‌ها دست یابد، رخ می‌دهد. تعداد نمونه در راهبرد داده بنیاد با توجه به فرایند

اشباع نظری تعیین می‌گردد و افراد نمونه در این تحقیق شامل کسانی بود که حداقل یکی از دو ویژگی زیر را داشته باشند. یکی کسانی که در زمینه کارآفرینی اجتماعی مقاله‌ای داشته باشند، دیگری اینکه در زمینه کارآفرینی اجتماعی کتابی داشته و تدوین کرده باشند و یا کسانی که فعالیت‌های کارآفرینانه با رویکرد اجتماعی در حوزه خدمات به‌ویژه نظام‌های دانشگاه داشته باشند. تعداد نمونه از کل شرکت‌کنندگان در بخش اول بیست و دو نفر از متخصصان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی اجتماعی دانشگاهی بود. علت انتخاب این تعداد رسیدن به اشباع نظری در داده‌ها توسط محقق بود. لیکن در ادامه جهت اطمینان از اشباع نظری با دو نفر دیگر از واجدین شرایط مصاحبه شد تا مشخص شود که اشباع داده‌ها صورت گرفته یعنی داده و اطلاعات جدیدی جهت مفهوم‌سازی بدست نمی‌آید و مقولات به خوبی به مرحله رسش رسیدند. داده‌ها با روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. روایی داده‌ها با روش روایی درونی و روایی بیرونی و پایایی داده‌ها و یافته‌ها با روش‌های همکار پژوهشی و ناظر بیرونی تایید شد. داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند.

یافته‌ها

شرایط یا عوامل زمینه‌ای نشان‌دهنده سلسله خصوصیات ویژه‌ای است که به پدیده‌ای دلالت می‌کند. به عبارت دیگر محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده‌ای در طول یک بعد است که در آن راهبردهای کنش متقابل برای کنترل، اداره و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد. شرایط زمینه‌ای در این پژوهش شامل استعدادها بالقوه (صلاحیت‌های شخصی و صلاحیت‌های گروهی)، خط‌مشی‌ها (رسمی‌سازی‌ها و رویه‌های کارآفرینان) و سرمایه‌گذاری مادی و معنوی (سرمایه‌های اجتماعی و سرمایه‌های مالی) می‌باشد.

از عوامل مهم و تاثیرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی داشتن صلاحیت‌های شخصی و گروهی می‌باشد. موضوعی که متاسفانه از سوی دانشگاهیان نادیده گرفته می‌شود و امروزه این صلاحیت‌ها در پذیرش‌های هیأت علمی، سیاست‌گذاران و دانشجویان خیلی جدی گرفته نمی‌شود. وقتی که یک فرد از نظر اخلاقی و شخصی دارای خودباوری بالا و دارای افکار والایی باشد، می‌تواند بسیار موثرتر واقع شود و بسیاری از مصاحبه‌شوندگان این مورد را به طور جدی بیان کردند. از الزامات کارآفرینی اجتماعی داشتن صلاحیت‌های فردی است و متاسفانه امروزه تنها راه جذب دانشجو از طریق کنکور است و کنکور توانایی‌های یک کارآفرین را

نمی‌تواند بسنجد. توانایی ادراکی، ریسک‌پذیری و تفکر نقاد را نمی‌توان به خوبی از این طریق سنجید، ولی به‌عنوان یک ضرورت در امر ظهور و حضور پدیده موثر واقع می‌شود. در همین زمینه و در تایید دانستن صلاحیت‌های گروهی برای گسترش کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه مصاحبه‌شونده‌ای می‌گوید: امر مسلم این است که مسئولان وزارت علوم باید ببینند که دانشگاه مرکز تجمع عقلانیت و خرد جمعی است. پس پتانسیل کار دسته جمعی نیز در آن وجود دارد و باید زمینه‌ای مناسب برای آن ایجاد گردد تا تعاملات گروهی به خوبی جهت توسعه مهارت‌های کسب‌وکار گسترش یابد.

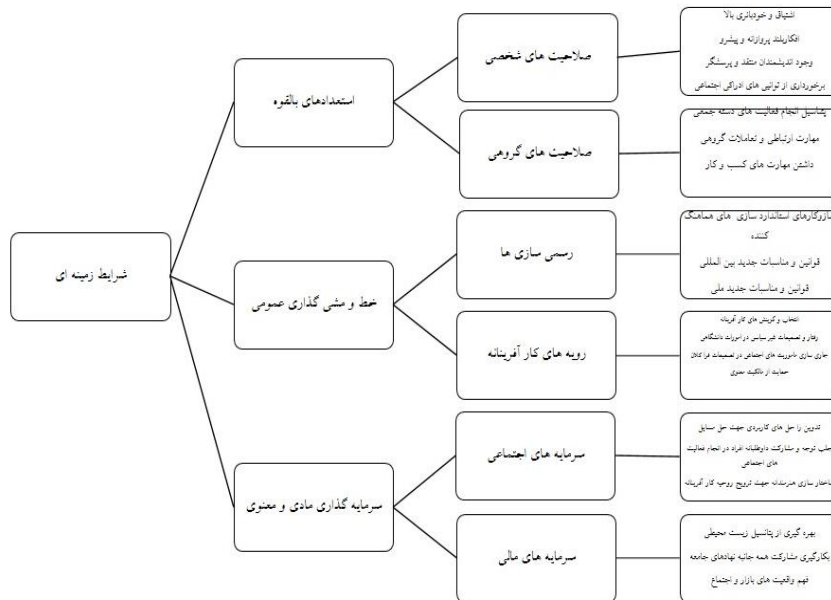
کارآفرینی اجتماعی روزانه‌اش خط‌مشی‌گذاری‌ها است که از طریق در نظر گرفتن قوانین و مناسبات ملی و بین‌المللی و همچنین ایجاد سازوکارها و استانداردهای هماهنگ کننده آن قوانین می‌باشد. مصاحبه‌کننده‌ای در این زمینه می‌گوید. هیچ‌گاه نمی‌توان قطاری را بدون ریل‌گذاری به حرکت درآورد و برای گسترش هر امر و پدیده جدیدی باید شرایط آن مهیا شود و استانداردهایی تعیین و مطابق با آن حرکت کرد. ملزومات ایجاد آن را فراهم نمود چه از طریق ساختارسازی‌های جدید و چه از طریق راه‌اندازی رویه‌های جدید. از دیگر مواردی که در مصاحبه‌های شرکت‌کنندگان در جهت شرایط کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی بدان اشاره‌های فراوانی شد اتخاذ رفتارها و تصمیمات غیرسیاسی در امور دانشگاهی بود و در همین رابطه یکی از مصاحبه‌شوندگان که سمت مهمی در یکی از دانشگاه‌های مطرح کشور دارد در این خصوص می‌گوید. برخی از تصمیم‌گیری‌های مربوط به آموزش عالی واقعا دور از شأن دانشگاهیان در عزل و نصب‌ها به گونه‌ای عمل می‌شود که هیچ تناسبی با روح کار فرهنگی ندارد. اصلا با روح دانشگاه سازگاری ندارد. گاهی تصمیمات غیرکارشناسی است و چنانچه بخواهیم این روند اصلاح گردد، تنها را آن اتخاذ تصمیمات حقیقت‌جویانه و اصلاح‌گراانه در دانشگاه می‌باشد. از دیگر مواردی که مصاحبه‌شوندگان در متن مصاحبه خویش بدان اشاره کردند می‌توان مواردی چون جاری‌سازی ماموریت‌های اجتماعی و انتخاب و گزینش‌های کارآفرینانه، بهره‌گیری از شرایط زیست محیطی و بکارگیری همه نهادهای جامعه اشاره کرد. بنابراین در جدول ۱ نتایج تحلیل مصاحبه‌ها برای تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران گزارش شد.

جدول ۱. نتایج تحلیل مصاحبه‌ها برای تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران

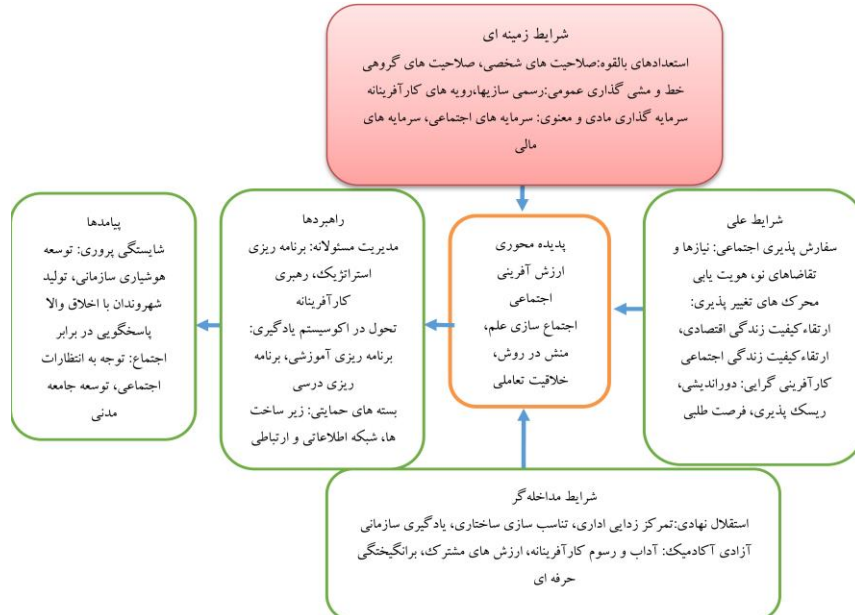
مقوله اصلی	زیرمقوله‌ها	مفاهیم	کدهای باز
استعدادهای بالقوه	صلاحیت‌های شخصی	اشتیاق و خوباوری بالا، افکار والا، وجود اندیشمندان منتقد و داشتن توانایی ادراکی اجتماعی	داشتن اعتماد به نفس و خوداتکایی، روحیه پیشکار و سرسختی، توانایی رویاپردازی و تحقق آن، بکارگیری افراد نقاد و وجود ایده‌های آرمان‌گرایانه
صلاحیت‌های گروهی	پتانسیل فعالیت‌های گروهی، مهارت‌ها و تعاملات گروهی و مهارت‌های کسب‌وکار	تدوین برنامه‌های مشارکتی، تلاش‌ها برای بازدهی بیشتر، انجام فعالیت‌های گروهی، روحیه تاکتیک‌پذیری، برقراری ارتباط، ریسک‌پذیری و کار گروهی	
خط‌مشی‌های عمومی	رسمی‌سازی‌ها	سازوکارها و استانداردهای همکاری و هماهنگ‌کننده، قوانین جدید بین‌المللی و قوانین جدید ملی	وجود قوانین تسهیل‌گر، اعطای تسهیلات بدون بهره، تقویت کارآفرینی اجتماعی با اسناد بالادستی، حذف آیین‌نامه‌های غیرقابل انعطاف و توجه دولت برای صرف هزینه جهت فعالیت‌های اجتماعی
رویه‌های کارآفرینان	گزینه‌های کارآفرینانه، تصمیمات غیرسیاسی، جاری‌سازی مأموریت‌های اجتماعی و حمایت از مالکیت معنوی	بکارگیری صلاحیت‌های کارآفرینی اجتماعی در جذب دانشجویان، لزوم قوانین قابل اجرا و منعطف، داشتن رفتارهای غیرسیاسی، گاه اصلاح‌گرایانه، تصمیمات کارشناسی و حقیقت‌جویانه، آگاهی‌بخشی دانشگاه و تحقق دیپلماسی علمی دانشگاهی	
سرمایه‌گذاری مادی و معنوی	سرمایه‌های اجتماعی	تدوین راه حل‌های کاربردی، مشارکت داوطلبانه در انجام فعالیت‌های اجتماعی و ساختارسازی هنرمندانه جهت ترویج کارآفرینی	ترویج فرهنگ عمل‌گرایی، تمرکز بر مشاغل نوین، پاسخگویی به نیازهای جامعه، تقویت روحیه ظلم‌ستیزی و آزاداندیشی، استفاده از هنر، آموزش ریسک‌پذیری و استفاده از ادبیات بومی
سرمایه‌های مالی	بهره‌گیری از پتانسیل زیست محیطی، بکارگیری مشارکت همه نهادهای جامعه و شناخت واقعیت‌های بازار و بازار و تقاضا در جامعه	دیدگاه حداکثر بهره‌وری از منابع، ارتباط دانشگاه با صنعت و بازار، ارتباطات فراسازمانی، شوق بازاریابی اقتصادی و ایجاد حس نیاز و	

نتایج تحلیل مصاحبه‌ها برای تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران به تفکیک مقوله‌های اصلی، زیرمقوله‌ها، مفاهیم و کدهای باز در جدول ۱ قابل مشاهده است. بنابراین در شکل ۱ مدل تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران گزارش شد.

با توجه به نتایج جدول ۱ و شکل ۱ 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. در نتیجه در شکل ۲ مدل نهایی توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران با توجه به شرایط زمینه‌ای، علی، مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها گزارش شد.



شکل ۱. مدل تبیین شرایط زمینه ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ایران



شکل ۲. مدل نهایی توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ایران با توجه به شرایط زمینه ای، علی، مداخله گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها

بحث و نتیجه‌گیری

در زمینه کارآفرینی اجتماعی خلأهای پژوهشی بسیار وجود دارد و هدف تحقیق حاضر تبیین شرایط زمینه‌ای در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ایران بود.

نتایج نشان داد 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. در نهایت، مولفه‌ها و عناصر شناسایی شده جهت کاربرد در الگوی نهایی توسعه کارآفرینی اجتماعی بکار برده شد. نتایج تحقیق حاضر از جهاتی با نتایج تحقیق‌های هندیجانی فرد و حجازی (۱۳۹۷)، شکوهی و همکاران (۱۳۹۷)، رحیمیان و همکاران (۱۳۹۵)، مرجانی و صدری (۱۳۹۳)، سجادی و قاسمی بنابری (۱۳۹۲)، آراستی و همکاران (۱۳۹۱)، شریف و همکاران (۱۳۹۰)، دابل (۲۰۱۶) و کربی (۲۰۱۱) همسو بود.

راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه متأثر از بستری است که در آن به وقوع می‌پیوندد. با توجه به یافته‌های پژوهش سه عامل استعدادهای بالقوه، خط‌مشی‌گذاری عمومی و سرمایه‌گذاری مادی و معنوی راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه می‌باشند. در زمینه استعدادهای بالقوه نتایج مصاحبه نشان داد که استعدادهای بالقوه می‌توانند در پیشبرد استراتژی‌های استقرار کارآفرینی اجتماعی دانشگاهی موثر باشند که این مقوله خود شامل صلاحیت‌های شخصی و صلاحیت‌های گروهی بود. اشتیاق و خودباوری بالا، افکار بلندپروازانه و والا، وجود اندیشمندان منتقد و پرسشگر و برخورداری از توانایی‌های ادراکی و اجتماعی مواردی هستند که صلاحیت‌های شخصی را دربر می‌گیرند و پتانسیل انجام فعالیت‌های دسته جمعی، مهارت‌های ارتباطی و تعاملات گروهی و داشتن مهارت‌های کسب‌وکار مواردی هستند که صلاحیت‌های گروهی را پوشش می‌دهند. برخی از مهمترین کدهای استعدادهای بالقوه شامل وجود روحیه پشتکار و سرسختی دانشگاهیان، گزینش و بکارگیری افراد نقاد و تلاش‌های متعدد جهت استفاده از امکانات کم و بازدهی زیاد می‌باشد. عامل استعداد کارآفرینی چه به صورت فردی و چه استعدادهای جمعی در موفقیت و گسترش کارآفرینی دانشگاهی موثر است.

برای اجرای موفق و پایدار کارآفرینی‌گرایی باید تلاش کرد افراد و گروه‌هایی که می‌توانند در توسعه این امر نقش داشته باشند را شناسایی کرد و پرورش داد و آنها را در این مسیر نگهداشت. این جذب‌ها می‌تواند داشته‌های سازمانی را در زمینه استفاده از افراد باهوش و همراه کارآفرین بالا ببرد. داشتن روحیه تاکتیک‌پذیری و یا داشتن روحیه برقراری ارتباط و یا تفکر نقاد خود می‌تواند یک سازمان را همیشه کارآفرین نگهدارد و اگر در ادامه اتصال این ویژگی‌ها، صفاتی مانند همدلی و گذشت گسترش یابد، می‌تواند این پدیده نوین دانشگاهی را به صورت مداوم و به سرعت گسترش دهد. داشتن پشتکار و نهراسیدن از مشکلات و تلاش در حل مسائل جامعه و گروه‌های مرتبط با زندگی صفاتی هستند که می‌توانند یک سازمان را به اوج برسانند و اعتماد آحاد جامعه را به آن نهاد زیاده‌تر کنند. بسترهای لازم باری به ثمر نشستن راهبردها بیشتر جنبه کلی دارند و این موارد می‌تواند صلاحیت‌هایی باشند که افراد و گروه‌ها باید داشته باشند تا بتوان زمینه‌های شکل‌گیری کارآفرینی را بوجود آورند. اگر افراد خلاق به ویژگی‌هایی مانند اشتیاق بالا و قدرت اعتماد به نفس و یا توانایی‌های ادراکی بالا باشند که بیشتر می‌توان آنها را به صورت بالقوه در افراد مشاهده کرد. لازمه پرداختن به کارآفرینی اجتماعی داشتن ابزار و لوازمی هست که می‌توان آنها را در فعالیت‌های فردی و گروهی مشاهده کرد و مهارت‌های کسب‌وکار از طریق فعالیت‌های گروهی بهتر و راحت‌تر انتقال می‌یابد.

همچنین در زمینه خط‌مشی‌گذاری عمومی نتایج مصاحبه نشان داد که این زمینه می‌تواند در کاهش یا افزایش استراتژی‌ها و پیامدهای حاصل از آن موثر باشد که از آن جمله می‌توان به رسمی‌سازی‌ها و رویه‌های کارآفرینانه اشاره کرد. رسمی‌سازی‌ها با مقوله‌هایی از جمله سازوکارها و استانداردهای هم‌هنگ‌کننده، قوانین و مناسبات جدید بین‌المللی و قوانین و مناسبات جدید ملی توصیف می‌شود و رویه‌های کارآفرینانه با مقوله‌هایی مثل انتخاب و گزینش‌های کارآفرینانه، رفتارها و تصمیمات و حمایت از مالکیت معنوی پوشش داده می‌شود. مهمترین کدهای انتخابی این بخش شامل وجود قوانین تسهیل‌گر و اعطای تسهیلات بدون بهره، حذف آیین‌نامه‌های غیرقابل انعطاف، تحقق دیپلماسی علمی دانشگاهی با رویکرد بین‌المللی و تصمیمات کارشناسی و حقیقت‌جویانه می‌باشد. ریل‌گذاری‌ها می‌تواند فرایند کارآفرینی‌گرایی دانشگاهی را تسهیل و تسریع و یا کند نماید. استانداردهای خود‌سازها به خودی خود مناسب و نامناسب نیستند، بلکه نحوه استفاده ما از آنها ممکن است که کمی آنها را غیرقابل تحمل کنند. از عوامل

مهم اثرگذار در بروز کارآفرینی اجتماعی دانشگاهی ایجاد قوانین و مناسبات منطقی است. این قوانین می‌توانند کمک شایانی در زمینه راه‌اندازی کارآفرینی داشته باشند. در مسیر نظم و قوانین و مقررات صحیح و نه دست‌وپاگیر هست که مهارت‌های انسانی تحقق می‌یابد. این قوانین سیستم را جابجا و پویا می‌کند. از دیگر مواردی که می‌تواند بر پیشبرد استراتژی‌های کارآفرینی دانشگاهی و آموزش عالی دولتی ایران اثرگذار باشد، گزینش‌های کارآفرینانه در همه سطوح دانشگاهی است. کسانی مسئولیت‌های خرد و کلان را برعهده خواهند گرفت که بتوانند رویه‌های کارآفرینی‌گرایی را در حوزه کاری خود گسترش دهند و ماموریت‌های نوین دانشگاهی که همان ماموریت‌های نسل چهارم دانشگاهی (دانشگاه خدماتی و اجتماعی) است را تا سر حد حصول پیگیری نمایند. بنابراین نگرش مثبت به استانداردها و ایجاد راه‌های قانونی برای جلوگیری از اتلاف منابع و تسریع در رسیدن اهداف دانشگاه کارآفرین نسل چهارمی مورد نیاز دانشگاهیان می‌باشد.

علاوه بر آن در زمینه سرمایه‌گذاری مادی و معنوی نتایج مصاحبه نشان داد که این زمینه می‌تواند کاهش یا افزایش استراتژی‌ها و پیامدهای حاصل از آن موثر باشد. از جمله عوامل این مقوله می‌توان به سرمایه‌های اجتماعی و سرمایه‌های مالی اشاره کرد. سرمایه‌های اجتماعی شامل مقوله‌هایی مانند تدوین راه حل‌های کاربردی جهت حل مسائل، جلب توجه و مشارکت داوطلبانه افراد در انجام فعالیت‌های اجتماعی و ساختارسازی هنرمندانه جهت ترویج روحیه کارآفرینانه می‌باشد. از جمله مقوله‌های سرمایه مالی می‌توان به بهره‌گیری از پتانسیل زیست محیطی، بکارگیری مشارکت همه جانبه نهادهای جامعه و فهم واقعیت‌های بازار و اجتماع اشاره کرد. مهمترین کدهای این بخش شامل فرهنگ عملگرایی به جای نظریه‌پردازی صرف و یک جانبه در فعالیت‌های دانشگاهی، تقویت روحیه آزاداندیشی و ارتباطات فرادانشگاهی و اخذ تجربیات راه‌اندازی و توسعه کارآفرینی اجتماعی می‌باشند. هیچ عاملی به اندازه سرمایه‌گذاری که انواع مختلف آنها در اطراف ما موج می‌زنند، نمی‌تواند توجه به یک موضوع را در چشم و ذهن دیگران برانگیزاند. توسعه هدفمند آموزش عالی با توجه به شرایط ملی و بین‌المللی و منطقه‌ای به‌عنوان یکی از طرح‌های وزارت علوم است. برای این مهم نیاز به سرمایه‌گذاری‌های مادی و معنوی می‌باشد. سرمایه‌گذاری‌های مادی از قبیل تأمین فضاها و سخت‌افزارهای مورد نیاز و سرمایه‌گذاری‌های معنوی شامل آموزش‌ها، آماده‌سازی‌ها و کلیه برنامه‌های نرم‌افزاری

است که همه و همه نیازهای بالقوه راه‌اندازی و تاسیس مکان‌های جدید توسعه دانشگاه هستند. از طرف دیگر دانشگاه باید بتواند برای مسائل پیش رو راه حل ارائه کند و پیشنهادات کاربردی ارائه نماید. برای این سرمایه‌گذاری‌ها نیاز مبرم به جلب مشارکت داوطلبانه افراد محیط اطراف خود چه درون دانشگاه و چه بیرون از آن می‌باشد تا از طریق آن بتوان این مهم را به سرانجام رساند. تاییدات محیطی و داشتن شأن و کرامت به‌عنوان یک نهاد و پذیرش در راه‌اندازی هر نهادی بسیار مهم است و می‌تواند در رسیدن به اهداف دانشگاهی کمک شایانی کند. آخرین مطلب اینکه باید توجه داشت که هیچ کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی بدون سرمایه‌گذاری مادی و اقتصادی امکان‌پذیر نیست. یعنی هر کاری بدون پشتوانه مالی و مادی محکوم به شکست است و در همین راستا دانشگاه باید واقعیت‌های بازار را متوجه شود و با مشارکت همه نهادها و بهره‌گیری از پتانسیل محیطی در رسیدن به اهداف و مأموریت‌های خود تلاش کند تا بتواند آنها را محقق سازد.

منابع

- آراستی، زهرا؛ ملکی کرم‌آباد، محمد مهدی و متوسلی، محمود. (۱۳۹۱). عوامل نهادی تاثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی. **مجله توسعه کارآفرینی**، ۵(۲)، ۱۸۵-۲۰۳.
- رحیمیان، حمید؛ عباسپور، عباس و داوودی‌راد، دانیال. (۱۳۹۵). تحلیل وضعیت ترویج کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزش عالی ایران. **کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری**، سن پترزبورگ روسیه، ۱۴-۱.
- زند، غلامرضا؛ احقر، قدسی و احمدی، امینه. (۱۳۹۷). رابطه راهبردهای مدیریت دانش، مهارت‌های کارآفرینی و توانمندسازی کارکنان با اثربخشی سازمانی و ارائه الگوی مناسب. **فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی**، ۱۲(۳)، ۱۶۰-۱۴۱.
- سجادی، زینب‌السادات و قاسمی بنابری، حمیدرضا. (۱۳۹۲). عوامل کلیدی موفقیت در کارآفرینی اجتماعی از دیدگاه محققان و فعالان اجتماعی ایران. **فصلنامه مطالعات منابع انسانی**، ۷، ۱۳۷-۱۱۹.
- شریف‌زاده، فتح؛ رضوی، سیدمصطفی؛ زاهدی، شمس‌السادات و نجاری، رضا. (۱۳۸۸). طراحی و تبیین الگوی عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور). **مجله توسعه کارآفرینی**، ۲(۶)، ۱۱-۳۸.
- شریف، سیدمصطفی؛ جمشیدیان، عبدالرسول، رحیمی، حمید و نادری، ناهید. (۱۳۹۰). تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران. **مجله توسعه کارآفرینی**، ۳(۱۵)، ۱۰۶-۸۷.

شکوهی، جواد؛ رئیسی شهرویی، حفصه و یعقوبی، نورمحمد. (۱۳۹۷). شناسایی و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی در حوزه زنان سرپرست خانوار (مورد مطالعه: استان سیستان و بلوچستان). **فصلنامه زن و جامعه**، ۹(۳)، ۲۴۵-۲۶۹.

فراست‌خواه، مقصود. (۱۳۹۶). **گاه و بی‌گاهی دانشگاه در ایران**. تهران: انتشارات آگاه.

فیروزآبادی، سیداحمد؛ ایمانی جاجرمی، حسین و دباغی، حمیده. (۱۳۹۷). تعاونی‌های زنان روستایی، پتانسیلی برای کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: تعاونی زنان روستایی مهرآفرین ارم-شهرستان پاکدشت). **مجله زن در توسعه و سیاست**، ۱۶(۱)، ۱۷۳-۱۴۹.

فیروزآبادی، سیداحمد و دباغی، حمیده. (۱۳۹۴). نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه محلی. **مجله توسعه محلی (روستایی - شهری)**، ۷(۱)، ۵۸-۲۹.

مرجانی، تیمور و صدری، سیدصدرالدین. (۱۳۹۳). توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ عوامل موثر و راهکارها. **مجله مدیریت فرهنگ سازمانی**، ۱۲(۲)، ۲۹۷-۲۷۷.

هندیجانی فرد، مرتضی و حجازی، سیدرضا. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل تاثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی. **مجله توسعه کارآفرینی**، ۴۱، ۶۰۰-۵۸۱.

Dobele, L. (2016). A new approach in higher education: Social entrepreneurship education. **Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century**, 227-237.

Erturgut, R., & Soysekerci, S. (2012). Social entrepreneurship effect on educational activity: the research in Turkey Universities. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 46, 3954-3958.

Cherrier, H., Goswami, P., & Ray, S. (2018). Social entrepreneurship: Creating value in the context of institutional complexity. **Journal of Business Research**, 86, 245-258.

Christina, W., Purwoko, H., & Kusumowidagdo, A. (2015). The role of entrepreneur in residence towards the students' entrepreneurial performance: A study of entrepreneurship learning process at Ciputra University, Indonesia. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 211, 972-976.

Goldstein, B. L., Ick, M., Ratang, W., Hutajulu, H., & Blesia, J. U. (2016). Using the Action Research Process to Design Entrepreneurship Education at Cenderawasih University. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 228, 462-469.

Kirby, D. (2011). The case for (social) entrepreneurship education in Egyptian Universities. **Education & Training**, 53(5), 403-415.

Kuratko, D. F., McMullen, J. S., Hornsby, J. S., & Jackson, C. (2017). Is your organization conducive to the continuous creation of social value? Toward a social corporate entrepreneurship scale. **Business Horizons**, 60(3), 271-283.

Muscio, A., & Ramaciotti, L. (2019). How does academia influence Ph.D. entrepreneurship? New insights on the entrepreneurial university. **Technovation**, 82, 16-24.

Arogyaswamy, B. (2017). Social entrepreneurship performance measurement: A time-based organizing framework. **Business Horizons**, 60(5), 603-611.