

قصد کارآفرینانه اجتماعی: اثر متقابل نگرش کارآفرینانه اجتماعی، امنیت مالی و سرمایه اجتماعی

نسیم یادگار^{۱*}، محمدمهدی معماریانی^۲، عبدالرضا صدق‌آمیز^۳

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه تهران

۲. دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه تهران

۳. کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت ۹۱/۰۹/۰۸

تاریخ تصویب ۹۲/۰۸/۲۹

چکیده

از آنجا که کارآفرینان اجتماعی عاملان تغییر اجتماعی و اقتصادی شناخته می‌شوند، توسعه کارآفرینان اجتماعی موضوع مورد توجه بسیاری از محققان و سیاست‌گذاران شده است. با توجه به قصدمحور بودن رفتار کارآفرینانه اجتماعی، پژوهش حاضر به بررسی رابطه قصد کارآفرینانه اجتماعی و نگرش کارآفرینانه اجتماعی پرداخته است؛ همچنین نقش تعدیل‌گری امنیت مالی و سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی بررسی شده است. برای انجام این کار از رویکرد کمی-همبستگی و روش تحلیل رگرسیون چندمتغیره با راهبرد تحلیل سلسله‌مراتبی استفاده شده است. داده‌ها از ۱۴۱ عضو داوطلب در مؤسسات خیریه شهر شیراز به کمک ابزار پرسشنامه و به روش نمونه در دسترس جمع‌آوری شده‌اند. برای تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزارهای SPSS 17 و تحلیل مسیر AMOS²¹ استفاده شده‌است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که نگرش کارآفرینانه اجتماعی - که در این پژوهش داشتن واکنش‌های عاطفی، شناختی و رفتاری نسبت به همدلی و مسئولیت‌پذیری در مورد نیازهای اجتماعی تعریف شده است - با قصد کارآفرینانه اجتماعی رابطه دارد. در ضمن، این رابطه به ترتیب شدت اثر از طریق امنیت مالی و سرمایه اجتماعی تقویت می‌شود؛ با وجود این سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی را تقویت نمی‌کند.

واژه‌های کلیدی: امنیت مالی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، قصد، نگرش کارآفرینانه اجتماعی

مقدمه

کارآفرینی اجتماعی به معنی فرایندهای نوآورانه برای ایجاد ارزش اجتماعی است که از طریق افرادی با اولویت اهداف اجتماعی و در زمینه سازمان‌های جدید یا تثبیت شده صورت می‌گیرد (Austin et al., 2007; Mair, Marti, 2006; Zahra et al., 2009). این پدیده نوظهور علمی در دنیا راه حلی برای تسهیل تغییرات اجتماعی و کمک به توسعه پایدار اجتماعی - اقتصادی در سطح کلان و افزایش بازدهی و پاسخگویی سازمان‌های اجتماعی در سطح خرد شناخته می‌شود (Austin et al., 2007)؛ ولی بر اساس پژوهش دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)^۱ (Bosma et al., 2010) در کشورهای کمتر توسعه یافته کمیت و کیفیت فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی بسیار کمتر از کشورهای توسعه یافته است، ضمن اینکه اختلاف میزان کل فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی نوپا (SEA)^۲ و کل فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا (TEA)^۳ هم با کاهش سطح توسعه یافتگی بیشتر می‌شود؛ برای مثال در ایران به ازای هر دوازده کارآفرین تجاری یک کارآفرین اجتماعی داریم (زالی و همکاران، ۱۳۸۹). نیاز مبرم کشور به توسعه اجتماعی - اقتصادی از طریق کارآفرینی اجتماعی از یک سو و ماهیت زمینه‌ای کارآفرینی اجتماعی از سوی دیگر توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران را به موضوعی حائز اهمیت تبدیل می‌کند. حال، پرسش اینجاست که چه چیزی باعث توسعه کارآفرینی اجتماعی یا افزایش رفتارهای کارآفرینانه اجتماعی می‌شود؟

با به کارگیری یافته‌های علمی در حوزه کارآفرینی (Bird, Krueger, Reily, Carsrud, 2000; Boyd, Vozikis, 1998) می‌توان انتظار داشت افزایش قصد کارآفرینانه اجتماعی به معنی تصمیم فرد برای راه‌اندازی کسب و کار با اولویت هدف اجتماعی (Bosma, 2010) به رفتارهای کارآفرینانه اجتماعی یا توسعه میزان فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی منجر شود. اگر چنین فرض شود، پرسش بعدی این است که چه عامل یا عواملی با قصد کارآفرینانه اجتماعی رابطه خواهند داشت. با در نظر گرفتن یافته‌های حوزه کارآفرینی تجاری در مورد قصد کارآفرینانه (Robinson et al., 1991., Luthje and Franke, 2004., Krueger & Carsrud, 1993., Ajzen

1. Global Entrepreneurship Monitor
 2. Social Entrepreneurship Activity
 3. Total Entrepreneurial Activity

Fishbein, 1977 و همچنین نتایج پژوهش داخلی اخیر در زمینه فرایند ایجاد سازمان‌های کارآفرینانه اجتماعی (یادگار و همکاران، ۱۳۹۱) انتظار می‌رود نگرش کارآفرینانه اجتماعی پیشایند قصد کارآفرینانه اجتماعی افراد باشد؛ ولی از آنجا که در مورد نگرش کارآفرینانه اجتماعی تا کنون مقیاس خاصی توسعه داده نشده است، پژوهش حاضر در مفهوم‌سازی نگرش کارآفرینانه اجتماعی از روش رایبسون و همکاران^۱ (۱۹۹۱) و یافته‌های پژوهش یادگار و همکاران (۱۳۹۱) استفاده کرده است؛ همچنین نقش تعدیل‌گری امنیت مالی، سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند. اهمیت انجام این پژوهش در دو بعد نظری و عملی شایان تأمل است. در بعد نظری، با توسعه ابزار سنجش نگرش کارآفرینانه اجتماعی و ایجاد دانش نظری در خصوص پیشایندهای قصد کارآفرینی اجتماعی به محققان و اندیشمندان این حوزه کمک می‌کند و در بعد عملی بینش‌های مفیدی برای سیاست‌گذاران حوزه توسعه کارآفرینی اجتماعی در کشور فراهم می‌سازد؛ بنابراین به طور خلاصه ما در این پژوهش به دنبال بررسی رابطه نگرش کارآفرینانه اجتماعی و قصد کارآفرینانه اجتماعی هستیم؛ همچنین اثر تعدیل‌گری امنیت مالی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی کارآفرینانه اجتماعی را در رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی بررسی خواهیم کرد.

مروری بر ادبیات و پیشینه پژوهش

خلاصه چارچوب نظری مورد استفاده در این پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است: بر اساس چارچوب نظری، که خلاصه آن در جدول ۱ آورده شده است، نتایج زیر استخراج شد:

۱. در ایجاد قصد کارآفرینانه اجتماعی، نگرش کارآفرینانه اجتماعی پیشایند اصلی است (یادگار و همکاران، ۱۳۹۱).
۲. نگرش کارآفرینانه اجتماعی را می‌توان با پیروی از رویکرد رایبسون و همکارانش (۱۹۹۱) بدین صورت مفهوم‌سازی کرد: داشتن احساس مثبت (واکنش عاطفی)،

جدول ۱. خلاصه چارچوب نظری پژوهش

صاحبان پژوهش / نظریه	دستاورد مورد توجه در این پژوهش	موارد خاص استفاده در این پژوهش
کروگر و همکاران (۲۰۰۰)	قصد کارآفرینانه به درک مطلوبیت، رغبت به عمل و درک امکان‌پذیری بستگی دارد.	سنجش قصد کارآفرینانه اجتماعی با استفاده از بینش‌های حاصل از ابزار سنجش
یادگار و همکاران (۱۳۹۱)	نگرش به فعالیت‌های مسئولانه اجتماعی مقوله اصلی در ایجاد قصد کارآفرینانه اجتماعی است و باعث می‌شود فرد ایجاد کسب‌وکار جدید اجتماعی را مطلوب بداند. سرمایه اجتماعی، دسترسی به منابع مالی چندگانه (امنیت مالی)، داشتن توانایی‌ها و مهارت‌های تسهیلگر فرایند کارآفرینی اجتماعی (سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی)، نقش واسطه‌ای را در تبدیل نگرش به فعالیت‌های مسئولانه اجتماعی به قصد کارآفرینانه اجتماعی ایفا می‌کند.	استخراج مدل مفهومی پژوهش. کمک به عملیاتی کردن متغیرهای مورد بررسی در پژوهش به خصوص نگرش کارآفرینانه اجتماعی و امنیت مالی
بوسما و همکاران ^۱ (۲۰۱۰)	قصد کارآفرینانه اجتماعی به معنی تصمیم آگاهانه فرد برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید اجتماعی (کسب‌وکاری با بیش از ۵۰ درصد اهداف اجتماعی و زیست-محیطی در مقابل اهداف اقتصادی) در سه سال آینده است.	کمک به تهیه ابزار سنجش قصد کارآفرینانه اجتماعی
رابینسون و همکاران (۱۹۹۱)	طبق این رویکرد، جزء عاطفی نگرش شامل احساساتی است که بر اثر مواجهه با موضوع نگرش در شخص برانگیخته می‌شود و ارزشیابی او را از آن موضوع مشخص می‌کند. جزء شناختی نگرش شامل عقاید و تفکرات افراد درباره موضوع نگرش و جزء رفتاری نگرش، شامل مقاصد رفتاری یا زمینه‌های ^۲ فرد در مورد رفتار به طرز خاصی در زمینه موضوع نگرش است. نگرش کارآفرینانه بر ساخته‌های سه بعدی است که شامل سه واکنش عاطفی، شناختی و رفتاری به ویژگی‌های اصلی کارآفرینان شامل توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و نوآوری است.	کمک به مفهوم‌سازی نگرش کارآفرینانه اجتماعی و سنجش نگرش کارآفرینانه اجتماعی
میر و نوبوآ (۲۰۰۳)	درک احساس دیگران و همدلی جزء ویژگی‌های خاص کارآفرینان اجتماعی است. موارد خاص در مورد پیشینه کارآفرینان اجتماعی: بزرگ‌شدن در جو اهداکردن و کمک‌کردن به خیریه، حساس‌بودن به احساس دیگران و احساس ناراحتی درباره مشکلات دیگران، تجربه کارآفرینانه قبلی، حمایت اجتماعی	استخراج موارد خاص ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی برای مفهوم‌سازی و سنجش نگرش کارآفرینانه اجتماعی.
کارسو و مایر ^۳ (۱۹۹۸)	موارد خاص در زمینه کارآفرینان اجتماعی: درگیری با بخش اجتماعی، در معرض مباحث اجتماعی بودن، وفاداربودن به ارزش‌ها و فلسفه‌ها، برانگیختن برای مسئول-بودن اجتماعی، ارزش نهادن به سبک زندگی و موفقیت دیگر کارآفرینان اجتماعی. همدلی را این گونه می‌توان تعریف کرد: توانایی تشخیص هوشمندانه و شریک‌شدن در عواطف و احساسات دیگران.	کمک به ساخت ابزار سنجش نگرش کارآفرینانه اجتماعی در بعد همدلی

1. Bosma
2. predisposition
3. Caruso, Mayer

ادامه جدول ۱. خلاصه چارچوب نظری پژوهش

صاحبان پژوهش / نظریه	دستاورد مورد توجه در این پژوهش	موارد خاص استفاده در این پژوهش
سچی ^۱ (۲۰۱۲)	مسئولیت‌پذیری درباره نیازهای اجتماعی عبارت است از: اعمال و تصمیماتی که فرد به صورت انتخابی و بر اساس انگیزه‌های درونی و خرد عملی خود برای رفع نیازهای اجتماعی و افزایش رفاه جامعه انجام می‌دهد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی را می‌توان در سه بعد خیرخواهی، رفتار جامعه‌گرایانه و اخلاق بررسی کرد.	کمک به ساخت ابزار سنجش مسئولیت‌پذیری نسبت به نیازهای اجتماعی در سطح فردی
داویدسون و هانیگ ^۲ (۲۰۰۳)	سرمایه انسانی در دو بعد دانش پیشین و تجربه پیشین بررسی می‌شود. تجربه پیشین شامل: تجربه کاری، تجربه مدیریت و تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار. دانش پیشین شامل: مقطع تحصیلی، تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار، گذراندن دوره‌های کارآفرینی.	کمک به ساخت ابزار سنجش سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی
داویدسون و هانیگ (۲۰۰۳)	سرمایه اجتماعی به دو قسمت سرمایه اجتماعی اتصالی بر پایه گره‌های ضعیف و سرمایه اجتماعی پیوندی بر پایه گره‌های قوی طبقه‌بندی می‌شود. سرمایه اجتماعی پیوندی بر پایه گره‌های قوی: والدین صاحب کسب‌وکار، دوستان نزدیک صاحب کسب‌وکار، دوستان و خانواده مشوق راه‌اندازی کسب‌وکار. سرمایه اجتماعی اتصالی بر پایه گره‌های ضعیف: عضوی از تیم راه‌اندازی، عضویت در سازمان‌ها و مؤسسات حامی کسب‌وکار و شبکه‌های کسب‌وکار.	کمک به ساخت ابزار سنجش سرمایه اجتماعی
میر و مارتی (۲۰۰۶)	کارآفرینی اجتماعی را باید در دو بعد کارآفرینانه و اجتماعی در نظر گرفت.	کمک به مفهوم‌سازی و سنجش سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی در حوزه کارآفرینی اجتماعی

اعتقاد داشتن (واکنش شناختی) و قصد رفتاری (واکنش رفتاری) به ویژگی‌های مورد توافق کارآفرینان اجتماعی (Mair and Noboa, 2003) شامل همدلی با احساسات دیگران (Ibid) و مسئولیت‌پذیری در مورد نیازهای اجتماعی (Prabhu, 1999).

۳. در رابطه بین نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و امنیت مالی نقش تعدیل‌کننده را ایفا می‌کنند (یادگار و همکاران، ۱۳۹۱).

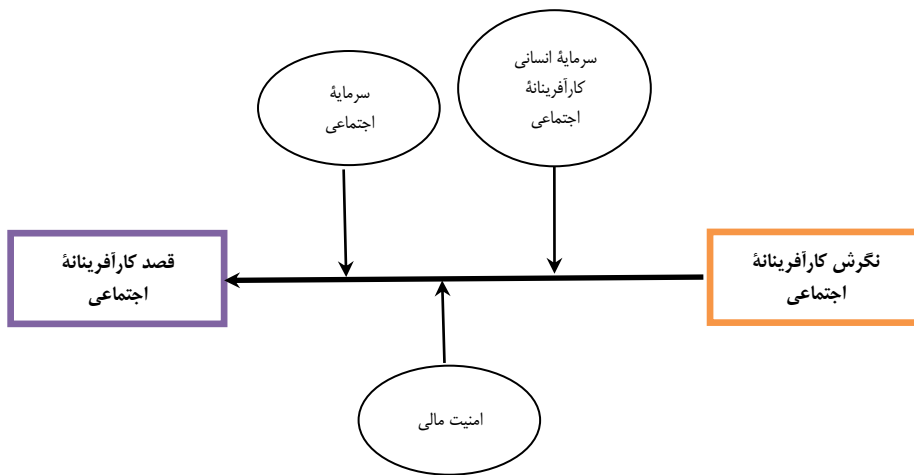
۴. کارآفرینی اجتماعی را باید در دو بعد کارآفرینانه و اجتماعی در نظر گرفت (Mair and Marti, 2006). بر این اساس، در این پژوهش سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی عبارت است از: دانش پیشین و تجربه پیشین (Davidson and Honig, 2003) در دو حوزه رفتارهای کارآفرینانه و رفتارهای اجتماع‌گرا (در جهت رفع نیازهای اجتماعی) و سرمایه اجتماعی کارآفرینانه اجتماعی عبارت است از: سرمایه اجتماعی پیوندی بر پایه گره‌های قوی در ابعاد کارآفرینانه و اجتماعی

1. Secchi

2. Davidson and Honig

(والدین صاحب کسب و کار و صاحب مؤسسه اجتماعی، دوستان نزدیک صاحب کسب و کار و صاحب مؤسسه اجتماعی، دوستان و خانواده مشوق راه اندازی کسب و کار و مشوق راه اندازی مؤسسه اجتماعی) و سرمایه اجتماعی اتصالی بر پایه گره های ضعیف در ابعاد کار آفرینانه و اجتماعی (عضوی از تیم راه اندازی کسب و کار بودن و عضوی از تیم راه اندازی مؤسسه اجتماعی بودن، عضویت در سازمان ها و مؤسسات حامی کسب و کار و حامی مؤسسات اجتماعی و عضویت در شبکه های کسب و کار و شبکه های مؤسسات اجتماعی).

۵. امنیت مالی را با توجه به نتایج یادگار و همکاران (۱۳۹۱) دسترسی به منابع مالی چند گانه و دسترسی به منابع مالی پایدار در نظر می گیریم و در دو بعد عینی و ذهنی می سنجیم. بنابر نتیجه گیری های مذکور مدل مفهومی پژوهش حاضر مطابق شکل ۱ حاصل شد:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

بر اساس مدل مفهومی فوق فرضیات پژوهشی زیر حاصل می شود:

فرضیه پژوهشی ۱: هرچه نگرش کارآفرینانه اجتماعی فرد بیشتر باشد، قصد کارآفرینانه

اجتماعی وی نیز بیشتر خواهد بود.

فرضیه پژوهشی ۲: سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی بالا، شدت رابطه نگرش قصد

کارآفرینانه اجتماعی را بیشتر خواهد کرد.

فرضیه پژوهشی ۳: سرمایه اجتماعی بالا شدت رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی را بیشتر خواهد کرد.

فرضیه پژوهشی ۴: امنیت مالی بالا شدت رابطه نگرش قصد کارآفرینانه اجتماعی را بیشتر خواهد کرد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با توجه به هدف آن، که "پیش‌بینی قصد کارآفرینی اجتماعی است، در پارادایم کارکردگرایانه^۱ و مکتب پوزیتیویستی^۲ ریشه دارد (بوریل و مورگان، ۱۳۹۰) و بر این اساس از رویکرد کمی پژوهش در علوم انسانی بهره می‌گیرد. پژوهش حاضر با فراهم آوردن بینش‌هایی در مورد "قصد کارآفرینانه اجتماعی" یا به عبارتی تصمیم فرد برای راه‌اندازی کسب‌وکار با اولویت هدف اجتماعی، به درک علمی در مورد پیش‌زمینه‌ها، پیشایندها^۳ و علل احتمالی این مفهوم باز (سازه)^۴ افزوده و افق‌هایی برای تئوری‌پردازی گشوده است و به این ترتیب در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد.

همچنین، پژوهش حاضر از نظر روش و ماهیت در دسته پژوهش‌های توصیفی-همبستگی قرار می‌گیرد. از آنجا که هدف پیش‌بینی متغیر ملاک از روی چند متغیر پیش‌بین است، به لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های تحلیل رگرسیون چندمتغیره است (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۸۷). افزون بر این، با توجه به نوع متغیرهای پیش‌بین، که شامل متغیر مستقل و متغیر تعدیل-گر هستند، در این پژوهش از تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی^۵ به عنوان راهبرد اساسی برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات استفاده شده است (همان). جدول ۲ متغیرهای پژوهش، نوع و مقیاس اندازه‌گیری آن‌ها را نشان می‌دهد.

1. Functionalist
2. Positivist
3. antecedents
4. Open concept: construct
5. Hierarchical Regression

جدول ۲. متغیرهای پژوهش

مقیاس	نوع متغیر		متغیر
	ملاک		
	پیش بین	وابسته	
فاصله‌ای			قصد کارآفرینانه اجتماعی *
فاصله‌ای		*	نگرش کارآفرینانه اجتماعی
فاصله‌ای	*		سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی
فاصله‌ای	*		سرمایه اجتماعی
فاصله‌ای	*		امنیت مالی

جامعه آماری، حجم نمونه

یادگار و همکاران (۱۳۹۰) نشان داده‌اند که کارآفرینان اجتماعی پیش از راه‌اندازی سازمان خودشان، سابقه فعالیت در سازمان‌های اجتماعی دیگر را به صورت‌های مختلف داشته‌اند و به نوعی عضو سازمان‌های اجتماعی بوده‌اند. میر و نویوآ (۲۰۰۳) نیز در پیشینه کارآفرینان اجتماعی به این موارد اشاره کرده‌اند. بر این اساس نمونه خود را از میان افرادی انتخاب کردیم که به نحوی در یکی از سازمان‌های اجتماعی عضویت داشته باشند؛ همچنین الزامات پژوهش علمی ما را بر آن داشت که محدوده مکانی جامعه آماری را به شهر شیراز محدود کنیم. جامعه آماری این پژوهش شامل ۲۲۰ نفر از اعضای خیر و داوطلب در سازمان‌های خیریه شهر شیراز است؛ چراکه ایشان عناصری هستند که موضوع پژوهش در مورد آن‌ها مصداق پیدا می‌کند؛ علاوه بر این، آگاه هستیم که تنها در مورد آن‌ها می‌توانیم استنباط کنیم (هومن، ۱۳۸۹، ص ۲۶۷).

برای به دست آوردن مقدار خطای مجاز ابتدا ۳۰ پرسشنامه به طور تصادفی میان افراد واجد شرایط توزیع شد. با استفاده از آزمون t در نرم‌افزار SPSS و احتساب میانگین خطای استاندارد ۰/۰۲۲۵ و $t = 1/7$ برای ۳۰ پرسشنامه توزیع شده، مقدار خطای مجاز از فرمول زیر $0/065$ (شصت و پنج هزارم) به دست آمد.

$$d = t^2 S$$

(فرمول محاسبه مقدار خطای مجاز)

در نتیجه، طبق فرمول کوکران حجم نمونه ۱۴۱ به دست آمد. ۲۰۰ پرسشنامه تهیه و به روش نمونه در دسترس توزیع شد.

روش

در این پژوهش، از روش رگرسیون سلسله‌مراتبی استفاده شده است. در این راهبرد، متغیر نگرش کارآفرینانه اجتماعی به عنوان پیش‌بینی‌کننده متغیر قصد کارآفرینانه در مدل وارد شد و پارامترهای مدل رگرسیون برای مدل حاصل (شامل ضرایب مسیر، مقدار واریانس تبیین‌شده (R^2) و آزمون معنی‌داری) برآورد شدند. در مرحله بعد، متغیرهای تعدیلگر به ترتیب سرمایه‌انسانی کارآفرینانه اجتماعی، سرمایه اجتماعی و امنیت مالی وارد مدل شدند و مقدار تغییر در واریانس تبیین‌شده متغیر وابسته در مقایسه با مدل تک متغیره اولیه (ΔR^2) برآورد و معنی‌داری آن آزمون شد (جدول ۲). با توجه به اینکه نگرش کارآفرینانه در این پژوهش در سطح سازه و به صورت متغیر مکنون مطرح شده است و در نتیجه به طور غیر مستقیم و از طریق نشانگرهای نگرش به فعالیت‌های مسئولانه اجتماعی و همدلی مشاهده می‌شود، از نسخه ۲۱ نرم‌افزار تحلیل مسیر AMOS برای برآورد پارامترهای مدل استفاده شده است.

ابزار

در گام نخست، به علت نبود پرسشنامه‌های استاندارد، به‌ویژه در زمینه متغیرهای مختص کارآفرینی اجتماعی، پرسشنامه‌ای محقق ساخته با بررسی پیشینه پژوهش، مدل‌ها و نظریه‌های موجود برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش فراهم شد. پرسشنامه این پژوهش در ۶۴ سؤال و ۷ قسمت شامل پرسش‌های بسته-پاسخ (چندجوابی، مقیاس چنددرجه‌ای) تنظیم شده است.

بخش اول: اطلاعات جمعیت‌شناسی

بخش دوم: پرسش‌های مربوط به اندازه‌گیری نگرش به مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سطح فردی

بخش سوم: پرسش‌های مربوط به امنیت مالی در بعد عینی و ذهنی

بخش چهارم: پرسش‌های مربوط به نگرش به همدلی

بخش پنجم: پرسش‌های مربوط به قصد کارآفرینانه اجتماعی

بخش ششم: پرسش‌های مربوط به سرمایه‌انسانی کارآفرینانه اجتماعی

بخش هفتم: پرسش‌های مربوط به سرمایه اجتماعی کارآفرینانه اجتماعی

جدول ۳. ساختار مفهومی پرسشنامه

مفاهیم	منبع	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
نگرش کارآفرینانه اجتماعی	رابینسون (۱۹۹۱) کارسو و مایر (۱۹۹۸)	نگرش به همدلی	احساسات مثبت در مورد شریک‌شدن در احساسات دیگران
	سچی (۲۰۱۲)	نگرش به مسئولیت پذیری اجتماعی	احساسات مثبت در مورد مسئولیت‌پذیری نسبت به نیازهای اجتماعی تلاش برای مسئولیت‌پذیر اجتماعی بودن اعتقاد به رفتارهای مسئولانه اجتماعی
قصد کارآفرینانه اجتماعی	کروگر (۱۹۹۸) شاپیرو (۱۹۹۳)	درک مطلوبیت درک امکان‌پذیری تمایل به عمل	دشواری بودن راه‌اندازی مؤسسه اجتماعی اطمینان به موفقیت مؤسسه اجتماعی میزان تلاش برای راه‌اندازی مؤسسه اجتماعی برخورداری از دانش راه‌اندازی مؤسسه اجتماعی اطمینان از خود برای راه‌اندازی مؤسسه اجتماعی علاقه به راه‌اندازی مؤسسه اجتماعی میزان تنش و نگرانی حاصل از راه‌اندازی مؤسسه اجتماعی اشتیاق به راه‌اندازی مؤسسه اجتماعی
	داویدسون و هانینگ (۲۰۰۳) ساندارا راجان (۲۰۰۸) میلسکی و کار (۲۰۰۸)	دانش پیشین تجربه پیشین	دانش کارآفرینی دانش فرد در حوزه مسائل اجتماعی دانش فرد در حوزه فعالیت‌های اجتماع‌گرا تجربه کاری تجربه مدیریت تجربه راه‌اندازی کسب و کار
امنیت مالی	محقق ساخته	عینی ذهنی	تعداد منابع تأمین مالی درک امنیت مالی
سرمایه اجتماعی	داویدسون و هانینگ (۲۰۰۳)	اتصال (گره ضعیف)	عضویت در سازمان‌ها ارتباط با آژانس‌ها، انجمن‌ها و شبکه‌های کسب و کار و مؤسسه‌های اجتماعی دامنه دوستی با صاحبان مؤسسات اجتماعی والدین صاحب کسب و کار و مؤسسات اجتماعی خانواده و دوستان صمیمی مشوق راه‌اندازی مؤسسه اجتماعی
		پیوندی (گره قوی)	

در گام دوم، این پرسشنامه مورد پیش‌آزمون قرار گرفت. برای ارزیابی پایایی سنج‌ها از نرم‌افزار SPSS17 و روش در صورت حذف سؤال^۱ استفاده شد و آلفای کرونباخ در هر مرحله مورد ارزیابی قرار گرفت. برای بررسی روایی پرسشنامه تحلیل عاملی تأییدی صورت گرفت که نتایج آن تأییدکننده روایی بلوک‌بندی پرسشنامه بود. به این ترتیب، پرسشنامه اولیه تعدیل و اصلاح شد و به ابزاری با روایی و پایایی توجیه‌شده دست یافتیم.^۲ متأسفانه، امکان افزودن تفسیر بیشتر در مورد آلفای کرونباخ و روایی و پایایی با توجه به محدودیت تعداد صفحات مقاله در مجله وجود ندارد، به‌ویژه با توجه به فضای محدود برای ارائه و تفسیر نتایج که هدف اصلی مقاله است.

یافته‌ها

۵۵ درصد پاسخگویان زن و ۴۵ درصد مرد بودند. ۳۷ درصد تحصیلات دیپلم و ۵۰ درصد فوق دیپلم و لیسانس و مابقی تحصیلات بالاتر از لیسانس داشتند. همان‌طور که در بحث روش‌شناسی پرداخته شد، بررسی رابطه متغیر "قصده کارآفرینانه اجتماعی" (وابسته) و متغیر مستقل "نگرش کارآفرینانه اجتماعی" اولین گام برای آزمون فرض است (مدل ۱). وارد کردن هریک از سه متغیر تعدیلگر به مدل ۱ و آزمون افزایش قدرت مدل برای تبیین متغیر وابسته سه گام بعدی را شکل می‌دهند. به این ترتیب چهار مدل رگرسیونی چندگانه مورد آزمون قرار گرفت که نتایج آن در جدول ۴ آورده شده است.

رابطه نگرش و قصده کارآفرینانه اجتماعی

در این مرحله، پرسش زیربنایی این است که آیا می‌توان نگرش کارآفرینانه اجتماعی (متغیر مستقل) را به عنوان پیش‌بین قصده کارآفرینانه اجتماعی (متغیر وابسته) در نظر گرفت یا خیر. بر این اساس فرضیه آماری متناسب با فرضیه پژوهشی ۱ به این صورت تدوین می‌شود:

H: ضریب همبستگی میان متغیر مکنون نگرش کارآفرینانه اجتماعی و متغیر قصده

کارآفرینانه اجتماعی صفر است.

1. If item deleted

2. total Chronbach' α = 0.84 total

جدول ۴. نتایج آزمون مدل‌های رگرسیون چندگانه

مدل ۴		مدل ۳		مدل ۲		مدل ۱	
نگرش کارآفرینانه اجتماعی	امنیت مالی	نگرش کارآفرینانه اجتماعی	سرمایه اجتماعی	نگرش کارآفرینانه اجتماعی	سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی	نگرش کارآفرینانه اجتماعی	
۰/۴۴	۰/۲۲	۰/۴۱۹	۰/۱۸۰	۰/۴۵۱	۰/۰۷۲	۰/۴۸	ضریب مسیر به قصد کارآفرینانه
۰/۰۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۱۰۹	۰/۰۰	سطح معنی داری
۴۶۶/۱۴۰		۴۷۰/۹۶۴		۴۶۵/۳۹۱		۴۶۵/۵۲	مجذور کای
۴۳/۵۶		۰/۳۶۰۰		۰/۲۵۰۴		۰/۲۳۰۴	R^2
۲۹۱/۱۹۸		۲۷۹/۳۴		۲۵۰/۶۳		۲۴۴/۱۳	F
۰/۰۰۰		۰/۰۰۰		۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	سطح معنی داری
۰/۲۰۵۲		۰/۱۲۹۶		۰/۰۲			ΔR^2
۱۱۲/۸۴		۱۱۲/۸۴		۱/۴۳۱			F
۰/۰۰۰		۰/۰۰۰		۰/۲۸۹			سطح معنی داری

مطابق جدول ۴ سطح معنی داری ضریب مسیر (۰/۴۸) کمتر از خطای ۰/۰۱ است؛ بنابراین فرض آماری (H₀) رد و در نتیجه فرضیه پژوهشی ۱ تأیید می‌شود؛ به عبارت دیگر، با ۹۹٪ اطمینان می‌توان اظهار کرد که بین نگرش کارآفرینانه اجتماعی و قصد کارآفرینانه اجتماعی همبستگی مثبت وجود دارد. با وجود این معنی داری، نگرش کارآفرینانه اجتماعی صرفاً ۲۳٪ از پراکندگی^۱ قصد کارآفرینانه اجتماعی را تبیین می‌کند. بر همین اساس می‌توان گفت رابطه بین نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی با وجود معناداری رابطه‌ای ضعیف است.

بررسی اثر تعدیلگری سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی در رابطه میان نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی

در این مرحله، پرسش زیربنایی این است که آیا افزایش سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی فرد (متغیر تعدیلگر) می‌تواند رابطه نگرش کارآفرینانه اجتماعی را به عنوان پیش‌بین قصد کارآفرینانه اجتماعی تقویت کند یا خیر. بر این اساس فرضیه آماری زیر متناسب با فرضیه پژوهشی ۲ تدوین می‌شود:

H. واریانس تبیین شده متغیر "قصد کارآفرینانه" اجتماعی از طریق مدلی شامل دو متغیر مستقل "نگرش کارآفرینانه اجتماعی" و "سرمایه انسانی" با واریانس تبیین شده توسط مدلی شامل یک متغیر مستقل "نگرش کارآفرینانه اجتماعی" برابر است.

از ملاحظات مدل ۲ جدول ۴ نتیجه می‌شود که اضافه کردن سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی به مدل به افزایش ناچیز واریانس تبیین شده قصد کارآفرینانه اجتماعی منجر شده است ($\Delta R^2 = .02$). آماره F و آزمون فیشر نیز نشان می‌دهد که این افزایش، معنی‌دار نیست. به این ترتیب بر پایه نتایج این پژوهش نمی‌توان فرضیه H را رد کرد و در نتیجه فرضیه پژوهشی ۲ تأیید نمی‌شود؛ به عبارت دیگر، سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی نقش تعدیلگری را در زمینه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی ایفا نکرده است.

بررسی اثر تعدیلگری سرمایه اجتماعی در رابطه میان نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی

در این مرحله، پرسش زیربنایی این است که آیا افزایش سرمایه اجتماعی فرد (متغیر تعدیلگر) می‌تواند رابطه نگرش کارآفرینانه اجتماعی را به عنوان پیش‌بین قصد کارآفرینانه اجتماعی تقویت کند یا خیر. بر این اساس فرضیه آماری زیر متناسب با فرضیه پژوهشی ۳ تدوین می‌شود:

H. واریانس تبیین شده متغیر "قصد کارآفرینانه" اجتماعی با استفاده از مدلی شامل دو متغیر مستقل "نگرش کارآفرینانه اجتماعی" و "سرمایه اجتماعی" با واریانس تبیین شده از طریق مدلی شامل یک متغیر مستقل "نگرش کارآفرینانه اجتماعی" برابر است.

از ملاحظات مدل ۳ جدول ۴ نتیجه می‌شود که اضافه کردن سرمایه اجتماعی به مدل منجر به افزایش واریانس تبیین شده قصد کارآفرینانه اجتماعی شده است ($\Delta R^2 = .13$)؛ همچنین آماره F و آزمون فیشر نشان می‌دهند که این افزایش در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است. به این ترتیب بر پایه نتایج این پژوهش فرضیه آماری H رد و در نتیجه فرضیه پژوهشی ۳ تأیید می‌شود. این امر بدان معنی است که سرمایه اجتماعی در رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی نقش تعدیلگری داشته است.

بررسی اثر تعدیلگری امنیت مالی در رابطه میان نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی

در این مرحله، پرسش زیربنایی این است که آیا افزایش امنیت مالی (متغیر تعدیلگر) می‌تواند رابطه نگرش کارآفرینانه اجتماعی را به عنوان پیش بین قصد کارآفرینانه اجتماعی تقویت کند یا خیر. بر این اساس، فرضیه آماری زیر متناسب با فرضیه پژوهشی ۴ تدوین می‌شود:

H: واریانس تبیین شده متغیر "قصد کارآفرینانه" اجتماعی با استفاده از مدلی شامل دو متغیر مستقل "نگرش کارآفرینانه اجتماعی" و "امنیت مالی" با واریانس تبیین شده از طریق مدلی شامل یک متغیر مستقل "نگرش کارآفرینانه اجتماعی" برابر است.

از ملاحظات مدل ۴ جدول ۴ نتیجه می‌شود که اضافه کردن امنیت مالی به مدل به افزایش واریانس تبیین شده قصد کارآفرینانه اجتماعی منجر شده است ($\Delta R^2 = .20$)؛ همچنین آماره F و آزمون فیشر نشان می‌دهند که این افزایش در سطح 0.01 معنی دار است. به این ترتیب بر پایه نتایج این پژوهش فرضیه H رد و فرضیه پژوهشی ۴ تأیید می‌شود. این امر بدان معنی است که امنیت مالی در رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی نقش تعدیلگری داشته است. متأسفانه، امکان اضافه کردن نتایج AMOS با توجه به محدودیت حجم مقاله وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد افرادی که دارای واکنش عاطفی، شناختی و رفتاری در زمینه همدلی و مسئولیت پذیری در مورد نیازهای اجتماعی هستند، بیشتر از سایرین تصمیم می‌گیرند که در آینده نزدیک مؤسسه‌ای با اهداف اجتماعی راه‌اندازی کنند؛ به عبارت دیگر، افرادی با نگرش کارآفرینانه اجتماعی به احتمال بیشتری قصد کارآفرینانه اجتماعی خواهند داشت. در پژوهش یادگار و همکاران (۱۳۹۱) نیز این رابطه پیش‌بینی شده بود. تحقیقات زیادی در حوزه کارآفرینی تجاری هم نشان داده‌اند که نگرش کارآفرینانه پیش‌بینی کننده قصد کارآفرینانه است (برای مثال: Krueger, 2000; Luthje, Franke, 2003). ولی از آنجا که فقط ۲۳ درصد از واریانس قصد کارآفرینانه اجتماعی با استفاده از واریانس نگرش کارآفرینانه اجتماعی تبیین شد، رابطه بین نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی چندان قوی نیست. در توضیح این یافته می‌توان گفت احتمالاً نگرش کارآفرینانه اجتماعی بالاتر همان‌طور که یادگار

و همکاران (۱۳۹۱) هم نشان دادند مطلوبیت کارآفرینی اجتماعی را در ذهن افراد بالاتر می‌برد، در حالی که در ایجاد قصد کارآفرینانه اجتماعی علاوه بر مطلوبیت باید درک امکان‌پذیری هم وجود داشته باشد (برای مثال: Mair and Noboa, 2003). بر این اساس همان‌طور که در این پژوهش هم در نظر گرفته شد، باید عوامل دیگری تقویت‌کننده این رابطه باشند. برخی از این عوامل، که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند، شامل سرمایه‌انسانی کارآفرینانه اجتماعی، سرمایه اجتماعی و امنیت مالی هستند.

بر اساس یافته‌ها، سرمایه اجتماعی تعدیلگر رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی است. این یافته در تأیید نتایج پیشین در حوزه کارآفرینی اجتماعی (برای مثال: یادگار و همکاران، ۱۳۹۱; Mair and Noboa, 2003; Bhawe et al., 2006) تأکید کرد که اثر متقابل نگرش بالای کارآفرینانه اجتماعی و سرمایه اجتماعی غنی باعث افزایش قصد کارآفرینانه اجتماعی می‌شود. همان‌طور که اسمیت^۱ (۲۰۰۸) هم در حوزه کارآفرینی اجتماعی پیش‌بینی کرده است، سرمایه اجتماعی دسترسی به منابع مالی را بیشتر می‌کند؛ بنابراین به نظر می‌رسد در صورت برخورداری از سرمایه اجتماعی غنی فرد احساس کند که توان تأمین منابع مالی و نیروی کار مورد نیاز خود را جهت راه‌اندازی مؤسسه اجتماعی خود خواهد داشت. بر همین اساس ایجاد مؤسسه اجتماعی خود را امکان‌پذیرتر می‌یابد.

همچنین، پژوهش حاضر نشان داد که امنیت مالی به شدت رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی را تقویت می‌کند؛ به عبارت دیگر، اثر متقابل نگرش کارآفرینانه اجتماعی و امنیت مالی قصد کارآفرینانه را بالا می‌برد. بنابر این یافته انتظار می‌رود افرادی که دارای نگرش کارآفرینانه اجتماعی هستند در صورت بهره‌مندی از منابع تأمین مالی بیشتر (بعد عینی) و پایدارتر (بعد ذهنی) بیشتر از سایرین تصمیم بگیرند که در آینده مؤسسه اجتماعی خود را راه‌اندازی کنند. در تأیید این نتیجه‌گیری، دیز^۲ (۲۰۰۲) بیان می‌کند که با درگیر شدن در فرایند کارآفرینی اجتماعی امنیت مالی و اجرت مالی شخصی کارآفرینان اجتماعی چه در کوتاه‌مدت چه در بلندمدت تحت تأثیر منفی قرار می‌گیرد. ماهیت فعالیت‌های کارآفرینانه

اجتماعی به گونه‌ای است که سودهای اصلی آن خشنودی شخصی و آگاهی نسبت به حل یک مسئله اجتماعی است نه دستاوردهای مالی؛ بنابراین افرادی با نگرش کارآفرینانه اجتماعی با انتخاب مسیر شغلی کارآفرینی اجتماعی یک ریسک شغلی را متقبل می‌شوند؛ چراکه از یک سو دستاوردهای مالی در مسیر کارآفرینی اجتماعی وجود ندارد و از سوی دیگر فرصت کار کردن در یک مؤسسه تجاری جا افتاده و پول خوب در آورن را از دست می‌دهند؛ بنابراین کاملاً منطقی به نظر می‌رسد که فردی با نگرش کارآفرینانه اجتماعی چنانچه خود را از نظر مالی متناسب با الزامات درگیر شدن در فرایند کارآفرینی اجتماعی نبیند (یا امنیت مالی نداشته باشد)، کمتر برای ایجاد مؤسسه اجتماعی تصمیم بگیرد. در حوزه کارآفرینی هم پژوهش وان گلدرن و همکاران^۱ (۲۰۰۸) نشان داد افرادی که گرایش به امنیت مالی^۲ دارند کمتر ریسک ایجاد کسب و کار جدید خود را قبول می‌کنند و بر همین اساس کمتر قصد کارآفرینی تجاری خواهند داشت. شواهد به دست آمده از پژوهش یادگار و همکاران (۱۳۹۱) نیز نشان داد که دسترسی به منابع پایدار مالی شرط واسطه‌ای مؤثر بر شکل‌گیری قصد کارآفرینی اجتماعی افراد است.

همچنین، یافته‌ها نشان داد که بر خلاف انتظار سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی، که به صورت تجربه پیشین و دانش پیشین در دو حوزه فعالیت‌های کارآفرینانه و فعالیت‌های اجتماع‌گرا در نظر گرفته شد، بر شدت رابطه بین نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی نیفزود. این نتیجه را می‌توان با سه احتمال توجیه کرد: ۱. احتمال رابطه مستقیم سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی با قصد کارآفرینانه اجتماعی. در متون کارآفرینی تجاری، چن^۳ و همکاران (۱۹۹۸) نشان دادند که آموزش از طریق افزایش خودباوری باعث افزایش قصد کارآفرینانه می‌شود. بر همین اساس این احتمال منطقی است که افراد تحصیل کرده‌تر و باتجربه‌تر در حوزه کارآفرینی و فعالیت‌های اجتماع‌گرا به دلیل خودباوری بالاتر بیشتر از دیگران قصد کارآفرینانه اجتماعی داشته باشند. بر این اساس شاید داشتن دانش و تجربه پیشین در حوزه کارآفرینی و فعالیت‌های اجتماع‌گرا بیشتر از آنکه رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه

1. Van Gelderen

2. Attitude to financial security

3. Chen

اجتماعی را تقویت کند، خود به طور مستقیم با قصد کارآفرینانه اجتماعی ارتباط داشته باشد. ۲. احتمال رابطه مستقیم سرمایه انسانی با نگرش کارآفرینانه اجتماعی. مدل یادگار و همکاران (۱۳۹۱) نشان می‌دهد که قرار گرفتن فرد در معرض تجربه نیابتی به واسطه مدل‌های نقش ارزش‌گرا و همچنین تجربه فعالیت‌های اجتماع‌گرا، که بعدی دیگر از سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی است، از جمله شرایط علی مؤثر بر شکل‌گیری نگرش به فعالیت‌های مسئولانه اجتماعی است. شواهد حکایتی دال بر این رابطه هم وجود دارد؛ برای مثال دانشجویانی که در رشته‌های علوم انسانی همچون جامعه‌شناسی و مددکاری تحصیل می‌کنند بیشتر از دانشجویان فنی و مهندسی قصد کارآفرینی اجتماعی دارند. ۳. احتمال نقش سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی بر سایر مراحل فرایند کارآفرینی اجتماعی مانند تشخیص فرصت یا بهره‌برداری از فرصت (برای مثال: شین^۱، ۲۰۰۳) در حوزه کارآفرینی تجاری این احتمال را تأیید می‌کند.

پیشنهادها

محدودیت‌های خاص این پژوهش در خصوص نمونه مورد مطالعه ایجاب می‌کند که فرضیات در نمونه‌هایی با خصوصیات متفاوت بررسی شوند؛ ضمن اینکه مفهوم‌سازی متغیرهایی که برای اولین بار در حوزه کارآفرینی اجتماعی سنجیده شدند ایجاب می‌کند برای توسعه بینش علمی در حوزه تئوری‌پردازی کارآفرینی اجتماعی پژوهش‌های آتی در زمینه مفهوم‌سازی نگرش کارآفرینانه اجتماعی، سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی و امنیت مالی صورت گیرند و ابزارهای استاندارد اندازه‌گیری این متغیرها توسعه داده شوند. با توجه به نتایج فرعی حاصل از این پژوهش، رابطه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی_به‌ویژه جنسیت، تحصیلات و طبقه خانوادگی و قصد و نگرش کارآفرینانه اجتماعی_همین‌طور نقش متغیرهای سطح محیطی در رابطه با نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی موضوعات خوبی برای پژوهش‌های آتی در این حوزه به نظر می‌رسند؛ همچنین با توجه به نتایج این پژوهش و پژوهش یادگار و همکاران (۱۳۹۱) بررسی محرک‌های برانگیزاننده افراد برای تبدیل قصد به رفتار هم جالب به نظر

می‌رسد. چنانکه در پژوهش یادگار و همکاران (۱۳۹۱) نقش رویدادهای محوری در زندگی فرد مانند بیماری، مرگ و غیره به عنوان مقوله واسطه‌ای استخراج شد. افزون بر این نقش شایان توجه امنیت مالی در تقویت رابطه نگرش و قصد کارآفرینانه اجتماعی هم بررسی جنبه‌های برانگیزاننده کارآفرینی اجتماعی را برای افراد دارای امنیت مالی به موضوع جالبی برای پژوهش‌های آتی بدل می‌سازد؛ همچنین با توجه به رد فرضیه تعدیلگری سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی توصیه می‌شود با در نظر گرفتن احتمالات سه گانه مطرح شده در نتایج نقش سرمایه انسانی کارآفرینانه اجتماعی در فرایند کارآفرینی اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- بوریل، گیسون. گارت مورگان. ترجمه نوروزی، محمدتقی (۱۳۹۰). نظریه های کلان جامعه شناختی و تجزیه و تحلیل سازمان. چاپ سوم. تهران: انتشارات سمت.
- زالی، محمد رضا (۱۳۸۹). گزارش دیده بان جهانی کارآفرینی. تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- سرمد، زهره. بازرگان، عباس. حجازی، الهه. (۱۳۸۷). روش های پژوهش در علوم رفتاری. چاپ پانزدهم. تهران: انتشارات آگاه.
- هومن، حیدرعلی (۱۳۸۹)، شناخت روش علمی در علوم رفتاری. چاپ دوم. تهران: انتشارات سمت.
- یادگار، نسیم. بازرگان، عباس. فقیه، نظام الدین (۱۳۹۱)، " فرایند شکل گیری ابتکارات کارآفرینانه ی اجتماعی: موردی از نظریه برخاسته از داده ها"، توسعه کارآفرینی، شماره ۱۴.
- Austin. J., Stevenson. H., Wei-Skillern. Jane., Leonard. H., (2007) *Entrepreneurship in the Social Sector*. SAGE Publication.p. 10
- Bhawe, Nachiket, Gupta, Vishal K. and Jain, Trilok Kumar , (2006)." *The Entrepreneurship of the Good Samaritan: A Development Framework to Understand Social Entrepreneurship Using Insights from Qualitative Study*". Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract-902685>. November. 2009. p.1-40
- Bosma. N, Levie.J, (2010)," 2009 Executive Report: *Global entrepreneurship monitor*". London: London Business School, MA: Babson College.p.32
- Caruso, D. R., & Mayer, J. D. (1998). A Measure of Emotional Empathy for Adolescents and Adults. Unpublished Manuscript.
- Chen, C.C., Greene, P.G. and Crick, A. (1998) 'Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?' *Journal of Business Venturing*, Vol. 13, No. 4,pp.295–316.
- Davidson, P., Honing, B., (2003)." The role of social and human capital among nascent entrepreneurs". *Journal of Business Venturing*, 18, 301331.
- Dees, G., Guclu, A., Anderson, B. (2002)." The Process of Social Entrepreneurship: *Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit*". Availabe at : <http://www.caseatduke.org>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000)." Competing models of entrepreneurial intentions". *Journal of Business Venturing* , 15, 411–432
- Lüthje, C. Franke, N, (2004) Entrepreneurial intentions of business students— A benchmarking study *International Journal of Innovation- World Scientific*
- Mair, J., Martí, I., (2006a). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business* 41 (1), 36–44.

- Mair, J., Noboa, E., (2003) Social entrepreneurship: how intentions to create a social enterprise get formed. Barcelona: *IESE Business School Working Paper* No. 521.
- Prabhu, G.N., (1999). Social entrepreneurship leadership. *Career Development International* 4 (3), 140–145.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 15(4), 13-31.
- Secchi, D. (2012). The Social Responsibilities of the Individual: *Towards a Theoretical Framework*. Academy of Management Annual Meeting.
- Shane. S, (2003), *General Theory of Entrepreneurship the individual-opportunity Nexus*, Edward Elgar publication.
- Smith-Hunter, A. (2008). Towards a Multidimensional Model of Social Entrepreneurship: Definitions, Clarifications and Theoretical Perspectives. *Journal of Business & Economics* Vol. 6, No. 6.
- Van Gelderen, M.; Brand, M.; van Praag, M.; Bodewes, W.; Poutsma, E.; van Gils, A. (2006). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behavior. *Career Development International* Vol. 13, No. 6, pp. 538 - 559.
- Zahra ,Shaker A. , Gedajlovic. E., Neubaum ,D.O, Shulman, J. M.,(2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges, *Journal of Business Venturing* 24 .519–532