

eISSN: 2981-1554

Original Article (Qualitative)

# Leveling and Relationship Between Factors of Social Entrepreneurship Policies in Imam Khomeini Relief Committee Organization

Mohammad Iman Molaie<sup>1</sup>, Zahra Anjomshoae<sup>1</sup> , Sanjar Salajeghe<sup>1</sup> , Mohammad Jalal kamali<sup>1</sup> , Mehdi Mohammad Bagheri<sup>1</sup> 

1- Department of Management, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

## Receive:

29 August 2024

## Revise:

30 October 2024

## Accept:

13 February 2025

## Keywords:

Policy-making, entrepreneurship, social entrepreneurship, organizational interactions, sustainable value creation

## Abstract

The aim of the present study is to level and relate the factors of social entrepreneurship policies in Imam Khomeini Relief Committee. The research method is developmental-applicable in terms of its purpose, and qualitative in terms of its implementation method. The statistical population of this study includes 17 university professors, social entrepreneurship experts, and senior managers of Imam Khomeini Relief Committee, selected by purposive sampling. In order to level and examine the relationship between the factors of social entrepreneurship policies, the interpretive structural modeling (ISM) and MICMAC methods were used. Based on the results of the final model of relationships between the organizing themes, the final model of social entrepreneurship policies consists of four levels. At the first level, the theme of "promoting social justice and reducing poverty" is placed, which receives the greatest impact from other themes of the study. At the second level of the model, six themes are included: "Improving entrepreneurial capacities in the organization", "Taking advantage of economic activity", "Service-oriented human resources", "Social responsibility of the relief committee", "Creating organizational interactions" and "Improving the entrepreneurial performance of the organization". The themes included at the second level influence the themes at the first level and are influenced by the themes at the third level. At the third level, two themes are included: "Creating an entrepreneurial organizational culture" and "Sustainable value creation in the organization", and at the fourth level, the theme is "Drawing a vision supporting social entrepreneurship", which has the greatest impact on the themes at the lower levels.

Please cite this article as (APA): Molaie, M. I., Anjomshoae, Z., Salajeghe, S., kamali, M. J. and Bagheri, M. M. (2025). Leveling and Relationship Between Factors of Social Entrepreneurship Policies in Imam Khomeini Relief Committee Organization. *Journal of New Approaches in Management and Marketing*, 3(4), 222-241.



<https://doi.org/10.22034/jnamm.2025.544216.1133>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

**Publisher:** Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business

**Corresponding Author:** Zahra Anjom Shoua

**Email:** [anjomshoae@iau.ac.ir](mailto:anjomshoae@iau.ac.ir)

## **Extended Abstract**

### **Introduction**

Today, entrepreneurial activities have been proposed as a key axis of innovation, job creation and economic growth in the world. Among them, social entrepreneurship is a type of entrepreneurship that has recently attracted the attention of researchers. The goal of social entrepreneurship is to better understand the needs of society by entrepreneurs and also to create social responsibility towards society. High levels of social entrepreneurship can be a characteristic of a healthy society. Therefore, the need for human resource innovation processes and investment in social entrepreneurship is not endless (Davoudirad et al., 2021). Social entrepreneurship refers to a process in which entrepreneurs build or change institutions at the local community level and act by expressing useful solutions to reduce social problems such as poverty, illiteracy, environmental degradation, etc. (Viswanath et al., 2024). Due to its social nature, social entrepreneurship can have many impacts on societies; among other things, it can provide solutions to a wide range of social problems and as an effective mechanism for generating economic, social and environmental value. Social entrepreneurship has always been associated with social change processes (Gupta et al., 2020). Social entrepreneurs also act as agents of social change. They take advantage of opportunities that are ignored by others to grow society through new approaches and create solutions to improve the current situation (Haugh & Talwar, 2014). Just as an entrepreneur can create a new industry, a social entrepreneur can also find a new solution to social problems and implement it in the best possible way (Fazelipour et al., 2024). In this regard, the main research question is posed as follows: What is the leveling and relationship between the factors of social entrepreneurship policies in the Imam Khomeini Relief Committee organization?

### **Theoretical Framework**

#### **Entrepreneurship**

Entrepreneurship is a process that involves recognizing, evaluating, and exploiting opportunities to introduce new products, access new markets, or raw materials by organizing efforts that did not previously exist (Simeone et al., 2018).

#### **Social Entrepreneurship**

Social entrepreneurship is a process in which individuals, groups, and social sectors voluntarily work to create value from unused social assets and recognize the opportunities arising from them (Davoudirad et al., 2021).

Doozandeh Ziabari et al. (2025) examined the presentation of a social entrepreneurship model in rural tourism development in tourism target villages in Gilan province. The results showed that traditional tourism entrepreneurship follows a capitalist approach, is highly profit-oriented, and ignores the social aspects of doing business, which may in turn cause further harm to already disadvantaged communities. Social entrepreneurship in tourism, referred to here as tourism social entrepreneurship, is positioned as a market-based approach to address various social problems through tourism entrepreneurship.

Viswanath et al. (2024) conducted a study titled Social Entrepreneurship Opportunity Recognition among Higher Education Students: Scale Development and Validation. According to the results of the study, a 24-item scale was developed in this study, with six factors measuring the motivational factors influencing opportunity recognition in social entrepreneurship: life experiences, social awareness, social inclination, community development, institutional gaps, and natural choice for a meaningful career.

### **Research Methodology**

The research method is developmental-applicable in terms of its purpose, and qualitative in terms of its implementation method. The statistical population of this study includes 17 university professors, social entrepreneurship experts, and senior managers of the Imam Khomeini Relief Committee, selected through purposive sampling.

### **Research Findings**

In order to classify and examine the relationship between the factors of social entrepreneurship policies, the interpretive structural modeling (ISM) and MICMAC methods were used. Based on the results of the final model of relationships between organizing themes, the final model of social entrepreneurship policies consists of four levels. At the first level, the theme of "promoting social justice and reducing poverty" is placed, which receives the greatest impact from other research themes. At the second level of the model, six themes are included: "Improving entrepreneurial capacities in the organization", "Utilizing economic activity", "Service-oriented human resources", "Social responsibility of the Relief Committee", "Creating organizational interactions" and "Improving the entrepreneurial performance of the organization". The themes included at the second level influence the themes at the first level and are influenced by the themes at the third level. At the third level, two themes are included: "Creating an entrepreneurial organizational culture" and "Sustainable value creation in the organization"; and at the fourth level, the theme is "Drawing a supportive vision for social entrepreneurship", which has the greatest impact on the themes at the lower levels.

### **Conclusion**

The present study was conducted with the aim of classifying and relating the factors of social entrepreneurship policies in the Imam Khomeini Relief Committee. The results of this finding are consistent with the results of the research of Doozandeh Ziabari et al. (2025), Viswanath et al. (2024), Maziriri et al. (2024), Jafarinasab et al. (2023), Khalili Khezrabadi & Hassani (2023), Cortes & Lee (2021), Hoseini et al. (2022), Safari & Mooghali (2022), Nourpour et al. (2023), Mouseli et al. (2020), and Fazelipour et al. (2024). In the study of Safari & Mooghali (2022), the research findings showed that the social entrepreneurship model in non-governmental organizations includes seven dimensions of flexible structure, entrepreneurial culture, social value creation, entrepreneurial strategies, community-oriented leadership, social service-oriented employees, and innovative processes.

According to the research results, the following suggestions were made:

- Developing an innovative and knowledge-based jobs document as a top-level document in the relief committee (given the missions and position of this institution in the development of the innovative and knowledge-based jobs ecosystem)
- It is suggested that employees be sensitive to problems, incidents, and events that occur in the workplace by increasing their common understanding. The greater this sensitivity and commitment of employees, the more sensitive employees become in solving them, leading to better implementation of the organization's social policy.

eISSN: 2981-1554

علمی پژوهشی (کیفی)

## سطح‌بندی و ارتباط بین عوامل خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان کمیته امداد امام خمینی (ره)

محمدایمان مولائی<sup>۱</sup>، زهرا انجم شعاع<sup>۱</sup>، سنجر سلاجقه<sup>۱</sup>، محمد جلال کمالی<sup>۱</sup>، مهدی محمد باقری<sup>۱</sup>

۱- گروه مدیریت، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

### چکیده

هدف پژوهش حاضر سطح‌بندی و ارتباط بین عوامل خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان کمیته امداد امام خمینی (ره) می‌باشد. روش پژوهش با توجه به هدف آن، توسعه‌ای - کاربردی و از حیث شیوه اجرا، کیفی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۷ نفر از اساتید دانشگاه، صاحب‌نظران کارآفرینی اجتماعی و مدیران ارشد کمیته امداد امام خمینی (ره) می‌باشد که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. به منظور سطح‌بندی و بررسی ارتباط بین عوامل خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) و میک مک (MICMAC) استفاده شد. بر اساس نتایج حاصل از مدل نهایی روابط میان مضامین سازمان دهنده مدل نهایی خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی از چهار سطح تشکیل شده است. در سطح اول، مضمون «ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر» قرار گرفته است که بیشترین تأثیر را از سایر مضامین پژوهش می‌پذیرد. در سطح دوم مدل، شش مضمون «ارتقا ظرفیت‌های کارآفرینی در سازمان»، «بهره‌برداری از فعالیت اقتصادی»، «منابع انسانی خدمت‌گرا»، «مسئولیت اجتماعی کمیته امداد»، «ایجاد تعاملات سازمانی» و «بهبود عملکرد کارآفرینانه سازمان» قرار گرفته‌اند. مضامین قرار گرفته در سطح دوم بر مضامین سطح اول تأثیر گذاشته و از مضامین سطح سوم تأثیر می‌پذیرند. در سطح سوم نیز دو مضمون «ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه» و «ارزش‌آفرینی پایدار در سازمان» قرار گرفته‌اند و در سطح چهارم مضمون «ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی» قرار گرفته است که بیشترین تأثیر را بر مضمون‌های سطح پایین‌تر دارند.

تاریخ دریافت: ۰۸ شهریور ۱۴۰۳

تاریخ بازنگری: ۰۹ آبان ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۵ بهمن ۱۴۰۳

### کلید واژه‌ها:

خط‌مشی‌گذاری، کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، تعاملات سازمانی، ارزش‌آفرینی پایدار

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): مولائی، محمدایمان، انجم شعاع، زهرا، سلاجقه، سنجر، کمالی، محمد جلال و باقری، مهدی محمد. (۱۴۰۳). سطح‌بندی و ارتباط بین عوامل خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان کمیته امداد امام خمینی (ره). فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی، ۳(۴)، ۲۲۲-۲۴۱.



<https://doi.org/10.22034/jnamm.2025.544216.1133>



Authors retain the copyright and full publishing rights.  
Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ناشر: مرکز پژوهشی مطالعات مدیریت منابع و کسب و کار دانش محور

نویسنده مسئول: زهرا انجم شعاع

ایمیل: anjomshoae@iau.ac.ir

## مقدمه

امروزه، فعالیت‌های کارآفرینی به‌عنوان محور کلیدی نوآوری، ایجاد شغل و رشد اقتصادی در جهان مطرح شده است. در این میان کارآفرینی اجتماعی، یکی از انواع کارآفرینی است که اخیراً مورد توجه محققان قرار گرفته است. هدف از کارآفرینی اجتماعی، درک مناسب‌تر نیازهای جامعه از طرف کارآفرینان و نیز ایجاد مسئولیت اجتماعی در قبال جامعه است. سطوح بالایی از کارآفرینی اجتماعی می‌تواند خصوصیت یک جامعه سالم باشد. بنابراین نیاز برای فرایندهای نوآوری نیروی انسانی و سرمایه‌گذاری برای کارآفرینی اجتماعی پایان‌ناپذیر نیست (Davoudirad et al, 2021). 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 زیست‌محیطی و غیره اقدام می‌کنند (Viswanath et al, 2024).

کارآفرینی اجتماعی سازه‌ای چندبعدی، 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 (Firuzabadi & Dabaghi, 2015). کارآفرینی اجتماعی پدیده‌ای کاملاً جدید و پیچیده است نویسندگان مختلف تعاریف مختلفی از کارآفرینی اجتماعی ارائه می‌دهند در آن‌ها مؤلفه‌هایی از عدالت اجتماعی ارزش اجتماعی، ساختارهای اجتماعی - اقتصادی، پایدار ایجاد تعادل جدید به کارگیری نوآوری مهارت‌های کارآفرینی، شکاف‌های بازار حل مشکلات اجتماعی تا کارآفرین اجتماعی به‌عنوان عامل تغییر متغیر است (Torabi et al, 2020).

مایکل پورتر در مصاحبه‌اش حتی کارآفرینی اجتماعی را با نظم جدید و آینده اصطلاح سرمایه‌داری تحول‌گرا مرتبط می‌کند؛ زیرا کارآفرینی اجتماعی ارزش مشترک ایجاد می‌کند (Nourpour et al, 2023). کارآفرینی اجتماعی برای جامعه مفید است؛ زیرا به‌عنوان یکی از انواع نوآوری اجتماعی است و ممکن است منفعی را برای سهامداران مانند تجارت افزایش درآمد و سود حجم مشتری وفاداری و رضایت شهرت تجاری به همراه داشته باشد. می‌توان گفت برای هر کشور صرف‌نظر از اینکه توسعه اجتماعی یا اقتصادی آن چقدر است یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت، ثبات جامعه است و بنابراین در این مواقع استفاده از روش‌های نوآوری اجتماعی مانند کارآفرینی اجتماعی ضروری است (Kostetska & Berezyak, 2014).

کارآفرینی اجتماعی به دلیل اجتماعی بودن ماهیت خود می‌تواند تأثیرات فراوانی بر جوامع داشته باشد؛ از جمله می‌تواند ارائه‌دهنده راه‌حلی برای طیف گسترده‌ای از مسائل اجتماعی و به‌عنوان یک مکانیسم مؤثر برای تولید ارزش اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی باشد کارآفرینی اجتماعی همواره با فرآیندهای تغییر اجتماعی همراه بوده است (Gupta et al, 2020). کارآفرینان اجتماعی نیز به‌مثابه عاملین تغییرات اجتماعی عمل می‌کنند آن‌ها با بهره‌برداری از فرصت‌هایی که توسط دیگران نادیده گرفته می‌شود نسبت به رشد جامعه از طریق رویکردهای جدید و خلق راه‌حلی برای بهبود وضع موجود اقدام می‌کنند (Haugh & Talwar, 2014). همان‌گونه که یک کارآفرین می‌تواند سبب به وجود آمدن صنعت جدیدی، شود یک کارآفرین اجتماعی نیز می‌تواند راه‌حل جدیدی برای مسائل اجتماعی یافته و آن را به بهترین نحو عملیاتی کند (Fazelipour et al, 2024).

در سال‌های اخیر کمیته امداد امام خمینی (ره) با تدوین خط‌مشی‌های مختلف از جمله خط‌مشی‌های توسعه و ساماندهی مشارکت‌های مردمی در امر خیر و احسان و خط‌مشی‌های احسان و حمایت از نیازمندان رویکردهای کارآفرینی اجتماعی خود را بهبود بخشیده و با اجرای این خط‌مشی‌ها تلاش کرده تا است‌اصول علمی و نوین کارآفرینی اجتماعی را در ارائه خدمات حمایتی خود به کار گیرد. یکی از راهکارهای به کار گرفته‌شده توسط این نهاد تشویق و ترغیب فعالان اجتماعی برای تأسیس مراکز نیکوکاری با هدف واگذار کردن امور حمایتی به خود مردم و مردمی کردن بخشی از فعالیت‌های این نهاد است. بر اساس تعاریف موجود مرکز نیکوکاری کمیته امداد، تشکل مردمی مستقل (اشخاص حقیقی و حقوقی) است که با کسب مجوز از کمیته امداد امام (ره) و به صورت داوطلبانه به منظور جذب کمک‌های مردمی و ارائه خدمات به نیازمندان در چارچوب قوانین جمهوری اسلامی ایران و با نظارت عالی کمیته امداد امام (ره) در سطح جغرافیایی مشخص فعالیت می‌کند (Safari & Mooghali, 2022).

با وجود توافق محققان درباره ضرورت شناخت کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی بیشتر پژوهش‌ها در این زمینه با الهام از ادبیات کارآفرینی اقتصادی انجام شدند در حالی که ادبیات کارآفرینی اقتصادی نمی‌تواند به درک کارآفرینان اجتماعی که محرک اولیه‌شان ایجاد ارزش اجتماعی است کمک کند. همچنین متون پژوهشی کارآفرینی اجتماعی عموماً با استفاده از مطالعات موردی و یا شواهد حکایتی به دست آمده از سازمان‌های حامی کارآفرینان اجتماعی حاصل شده‌اند؛ بنابراین تبیین و مفهوم‌سازی کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک رشته علمی معجزا با استفاده از روش‌های تحقیق جدی‌تر وجود دارد. از سویی نوظهور بودن مبحث کارآفرینی اجتماعی کلی‌گویی پژوهش‌های انجام شده در این زمینه و در نهایت عدم وجود الگویی جامع برای کارآفرینی اجتماعی پژوهشگر را بر آن داشت تا با کسب دانش کافی در زمینه خصوصیات و ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی سو استفاده از دانش و تجربیات مشاوران دانشگاهی و مدیران سازمان‌های دولتی، به طور خاص کارآفرینی اجتماعی سازمانی در کمیته امداد را کنکاش کند. در همین راستا سؤال اصلی پژوهش به این صورت مطرح می‌شود: سطح‌بندی و ارتباط بین عوامل خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان کمیته امداد امام خمینی (ره) چگونه می‌باشد؟

## ادبیات نظری

### کارآفرینی

کارآفرینی فرآیند نوآوری، خلق و تأسیس یک کسب‌وکار جدید است که از چهار عامل «فرد»، «محیط»، «سازمان» و «فرآیند» تأثیر می‌پذیرد (Hamidizadeh et al, 2024). کارآفرینی عبارت است از فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. قرآن کریم که قانون اساسی و اساس قانونی ما مسلمانان است، با تأکید بر عناوین و مواضع مختلف، اهمیت اقتصاد و کار و کارآفرینی را مورد تأکید قرار داده است که موارد ذیل برخی از آنهاست: عدالت و دادگری در اقتصاد متعادل و کارآفرینی، نقش رهبری و مدیریت و حیات طیبه و کارآفرینی. با توجه به دلایلی که در زمینه اهمیت کارآفرینی وجود دارد ضروری است برنامه ریزان و کارگزاران دولتی با حمایت همه‌جانبه از فرایند کارآفرینی و برنامه‌ریزی جامع، زمینه رشد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را فراهم کنند. امروزه شواهد موجود نشان می‌دهد که کارآفرینی می‌تواند در نتیجه برنامه‌های آموزشی،

پرورش یابد (Nafisa, 2024). کارآفرینی یک فرآیند است که شامل شناخت، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای معرفی محصولات جدید، دسترسی به بازارهای جدید یا مواد اولیه با سازمان‌دهی تلاش‌هایی است که قبلاً وجود نداشته است (Simeone et al, 2018). کارآفرینی از جمله مباحثی است که به‌ویژه در دو دهه اخیر مورد توجه زیادی قرار گرفته است. این تمایل به دلیل رقابت شدید در عرصه اقتصادی و نیاز به بازنگری روش‌ها برای توسعه است (Arabiun et al, 2024).

### کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که طی آن، افراد، گروه‌ها و بخشهای اجتماعی داوطلبانه کار می‌کنند تا از دارایی‌های بلا استفاده اجتماعی ارزش آفرینی کنند و فرصتهای ناشی از آنها را تشخیص دهند (Davoudirad et al, 2021). کارآفرینی اجتماعی مقوله‌ای است که تأثیری مثبت در بسیاری از فعالیتهای جامعه دارد زیرا از سویی سبب رشد و توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و از سوی دیگر می‌تواند منجر به بهبود وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه گردد (Basharnia, 2023). ماهیت کارآفرینی اجتماعی، شامل مفهوم کلی کار به نفع اجتماع است اما ترکیبی از عوامل دیگر نظیر پیش کارآفرینانه و کسب و کار را نیز در بر می‌گیرد. کارآفرینی اجتماعی نوعی کارآفرینی است که منجر به برقراری مؤسسات اجتماعی جدید و ابتکارهای مستمر در آنها می‌شود (Gupta et al, 2020). این نوع از کارآفرینی روش‌شناسی‌ای است برای و حل فصل نگرانی‌های اجتماعی که از طریق در دسترس پذیر کردن منابع برای و رفع تعدیل نیازهای اجتماعی قابل اجرا است (Zare & Safari Dashtaki, 2019). کارآفرینی اجتماعی در برگیرنده فعالیت‌هایی است که در راستای پیشبرد اهداف اجتماعی صورت می‌گیرد، در اهداف اجتماعی حضور بیش از یک فرد مطرح است و منافع به گروه و یا جمعی از افراد خواهد رسید؛ اما برخلاف آن اهداف فردی در پی کسب منفعت یک نفر مجزا از دیگر افراد است (Al-Qudah et al, 2022). کارآفرینان اجتماعی و شبکه آنها تمرکز بی‌امانی بر تغییرات اجتماعی به‌هم پیوسته‌ای که نرم‌ها و محدودیت‌های سازمانی و نهادی را نادیده می‌گیرند دارند این عاملان تغییر مخرب اغلب چون بت‌شکنانی عمل می‌کنند که به‌جای کسب و کارهای متداول دارای چشم‌انداز، استراتژیک پویا و متنوع هستند و از آنجایی که نمی‌خواهند مأموریت اجتماعی خود را از بین برند در هر کجا که ممکن باشد به دنبال متحدین و منابع می‌گردند. از این رو بسیاری از آنان هم‌زمان با دولت نهادهای بشردوستانه بخش داوطلبانه و نیز بازار تجاری همکاری می‌کنند (Demircioglu et al, 2021).

### پیشینه پژوهش

به بررسی ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی در (Doozandeh Ziabari et al, 2025) روستاهای هدف گردشگری استان گیلان پرداختند. نتایج نشان داد که کارآفرینی گردشگری سنتی از رویکرد سرمایه‌داری پیروی می‌کند، به شدت سود محور است و جنبه‌های اجتماعی انجام کسب و کار را نادیده می‌گیرد که ممکن است به نوبه خود آسیب‌های بیشتری را برای جوامع در حال حاضر محروم ایجاد کند. کارآفرینی اجتماعی در

گردشگری، که در اینجا به عنوان کارآفرینی اجتماعی گردشگری نامیده می‌شود، به عنوان یک رویکرد بازارمحور برای پرداختن به مشکلات اجتماعی مختلف از طریق کارآفرینی گردشگری قرار دارد.

(Viswanath et al, 2024) تحقیقی با عنوان شناسایی فرصت کارآفرینی اجتماعی در بین دانشجویان آموزش عالی: توسعه مقیاس و اعتبار را انجام دادند. طبق نتایج تحقیق یک مقیاس ۲۴ ماده‌ای در این مطالعه ایجاد شده است، با شش عامل که عوامل انگیزشی مؤثر بر شناسایی فرصت در کارآفرینی اجتماعی را اندازه‌گیری می‌کند: تجربیات زندگی، آگاهی اجتماعی، تمایل اجتماعی، توسعه جامعه، خلأهای نهادی و گزینه طبیعی برای یک حرفه معنادار.

(Maziriri et al, 2024) تحقیقی با عنوان تأثیر الگوهای کارآفرینی اجتماعی بر خودکارآمدی کارآفرینی اجتماعی، قصد کارآفرینی اجتماعی و اقدام کارآفرینانه اجتماعی در آفریقای جنوبی: نقش تعدیل‌کننده تعهد اخلاقی را انجام دادند. این تحقیق نشان داد که داشتن الگوهای کارآفرینی اجتماعی تأثیر مثبتی بر خودکارآمدی کارآفرینی اجتماعی و قصد کارآفرینی اجتماعی دارد. علاوه بر این، بین قصد کارآفرینی اجتماعی و اقدام کارآفرینانه ارتباط یافت شد. تأثیر تعهد اخلاقی یک تعدیل‌کننده مثبت و معنادار بود. علاوه بر این، ارتباط بین الگوهای نقش کارآفرینی اجتماعی و قصد کارآفرینی اجتماعی با خودکارآمدی کارآفرینی اجتماعی واسطه شد.

(Jafarinasab et al, 2023) پژوهشی با عنوان تدوین و اعتبارسنجی مدل کارآفرینی اجتماعی دیجیتال انجام دادند. بر اساس نتایج بخش کیفی پژوهش، مفهوم کارآفرینی اجتماعی دیجیتال، پدیده محوری مدل را تشکیل داده است. از ۳۳ مؤلفه تأثیرگذار، شرایط علی با چهار مؤلفه: ویژگی‌های شخصیتی، الگوپذیری افراد، نیازهای مغفول جامعه، مزیت‌های خاص رویکرد دیجیتال؛ شرایط زمینه‌ای با مؤلفه‌های: پذیرش جامعه، فراهم بودن بستر کارآفرینی، دانش و تخصص کارآفرینی و کاربرد ابزار مناسب رویکرد دیجیتال؛ عوامل مداخله‌گر در سه دسته تقویت‌کننده، تضعیف‌کننده و بالقوه؛ راهبردها تحت پنج مقوله: استراتژی مشارکت، تدوین برنامه و اجرای حرفه‌ای، تسهیل شرایط و حمایت کسب‌وکارهای اجتماعی، رشد تدریجی بلندمدت و الگوسازی؛ پیامدها با مؤلفه‌های: تعالی جامعه، کسب جایگاه برتر اجتماعی، ارتقای رفاه عمومی، تسریع انجام امور، توسعه کسب‌وکارها و رفع نیازهای ارضانگشته شناسایی شده‌اند.

(Khalili Khezrabadi & Hassani, 2023) تحقیقی با عنوان ارائه مدل رابطه بین هویت اجتماعی کارآفرینانه با نیت کارآفرینی و نقش واسطه‌ای خودکارآمدی کارآفرینی را انجام دادند. نتایج حاکی از آن بود که بین هویت اجتماعی کارآفرینانه دانشجویان در دو بعد هویت داروینی و رسالت نگر با نیت کارآفرینی آن‌ها رابطه مثبت و معناداری برقرار است و خودکارآمدی کارآفرینی در این رابطه نقش واسطه‌ای دارد.

(Hoseini et al, 2022) به بررسی طراحی و اعتباربخشی مدل برنامه درسی کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی ایران پرداختند. با استفاده از نظر ۷ متخصص کارآفرینی اجتماعی و برنامه‌ریز درسی مدل به‌دست‌آمده اعتباربخشی شد که مورد تأیید قرار گرفت. در پایان مدل نهایی برنامه درسی کارآفرینی اجتماعی در آموزش عالی با ۸۷ عنوان در قالب عناصر دهگانه اگر، طراحی و تدوین شد.

(Safari & Mooghali, 2022) پژوهشی با عنوان تدوین الگوی کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد (مورد مطالعه: مراکز نیکوکاری کمیته امداد امام خمینی (ره)) انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد، مدل کارآفرینی

اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد شامل هفت بُعد ساختار منعطف، فرهنگ کارآفرینی، ارزش‌آفرینی اجتماعی، راهبردهای کارآفرینانه، رهبری اجتماع‌محور، کارکنان خدمت‌گرای اجتماعی و فرایندهای نوآورانه است. (Cortes & Lee, 2021) در تحقیق خود با عنوان کارآفرینی اجتماعی در شرکت‌های کوچک و متوسط یادداشتی در مورد سه سؤال اساسی «سه انگیزه اصلی شرکت‌های کوچک و متوسط را برای فعالیت‌های اجتماعی استخراج کردند که شامل (۱) خواسته‌ها و انتظارات از ذی‌نفعان خارجی (۲) انگیزه‌های غیرمالی ناشی از ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی و (۳) پیش‌بینی بهبود نتایج سازمانی مرتبط هستند.

### روش‌شناسی تحقیق

روش پژوهش با توجه به هدف آن، توسعه‌ای-کاربردی و از حیث شیوه اجرا، کیفی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۷ نفر از اساتید دانشگاه، صاحب‌نظران کارآفرینی اجتماعی و مدیران ارشد کمیته امداد امام خمینی (ره) می‌باشد؛ که اطلاعات موردنیاز پژوهش را در اختیار داشتند. نمونه‌گیری در این روش کیفی، نمونه‌گیری نظری است که به صورت هدفمند بوده است و مصاحبه‌شوندگان بر اساس اهداف پژوهش انتخاب می‌شوند. ویژگی‌های خبرگان پژوهش شامل موارد زیر می‌باشد: تجربه کاری خبرگان با حوزه فعالیت خط مشی‌گذاری و کارآفرینی. وجود خبرگانی از سمت‌های مدیریت ارشد کمیته امداد امام خمینی (ره). وجود خبرگان دانشگاهی و دارای تحصیلات آکادمیک مرتبط در برابر خبرگان حرفه‌ای. تسلط نظری، تجربه عملی، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و دسترسی. به منظور سطح‌بندی و بررسی ارتباط بین عوامل خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) روشی برای تجزیه و تحلیل ارتباط بین ویژگی‌های چند متغیر که برای یک موضوع تعریف شده‌اند به کار می‌رود. در این روش، با تجزیه معیارها در چند سطح مختلف، به تحلیل ارتباط بین معیارها پرداخته می‌شود. این روش ابتدا عوامل مؤثر بر موضوع مورد مطالعه را در سطوح مختلف قرار می‌دهد، سپس روابط بین این عوامل را به گونه‌ای شفاف و در سطوحی جداگانه مشخص می‌کند. روش میک مک (MICMAC) برای تحلیل ساختاری یکی از انواع روش‌های تحلیل اثرات متقابل است که از جداول روابط متقابل استفاده می‌کند و برخلاف روش‌های دیگر احتمالی نیست؛ بنابراین این روش احتمال تأثیر یک متغیر بر متغیر دیگر را محاسبه نمی‌کند اما شدت و وجود رابطه میان دو متغیر را به دست می‌دهد. وجود و شدت رابطه میان دو متغیر در مرحله تفکر جمعی مبتنی بر نظرات کارشناسان و خبرگان است و مراحل تحلیلی تنها به منظور جمع‌بندی و ارائه نتایج، طراحی و مدون شده است.

### یافته‌های پژوهش

ابتدا از طریق مدل‌سازی ساختاری تفسیری روابط بین متغیرها به صورت روابط سلسله مراتبی نشان داده می‌شود؛ این روش به منظور شناسایی و نشان دادن روابط بین اجزای مختلف که می‌توانند روابط پیچیده‌ای داشته باشند، مورد استفاده قرار می‌گیرد (Attri et al, 2013). گام‌های روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری به شرح زیر است (Singh & Kant, 2008):

**گام اول شناسایی عوامل مربوط به مسئله:** این مرحله با بررسی پژوهش‌های گذشته و دریافت نظر کارشناسان انجام می‌شود.

**گام دوم تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری:** در این مرحله عوامل به صورت دوبه دو با هم بررسی می‌شوند و پاسخ دهنده با استفاده از نمادهای ذیل به تعیین روابط بین عوامل می‌پردازد:

- نماد V: اگر متغیر i در ایجاد متغیر j تأثیر داشته باشد
- نماد A: اگر متغیر j در ایجاد متغیر i تأثیر داشته باشد
- نماد X: اگر متغیر i در ایجاد متغیر j تأثیر داشته باشد و برعکس
- نماد O: اگر متغیر i در ایجاد متغیر j تأثیر نداشته باشد و برعکس

**گام سوم ایجاد ماتریس دسترسی اولیه:** در این مرحله ماتریس خودتعاملی ساختاری به ماتریس دودویی تبدیل می‌شود و ماتریس دسترسی اولیه به دست می‌آید. از تبدیل نمادهای A و O به صفر و X و V به یک، ماتریس خودتعاملی ساختاری دودویی تبدیل شده است که به اصطلاح ماتریس دسترسی اولیه خوانده می‌شود.

**گام چهارم ایجاد ماتریس دسترسی نهایی:** پس از آنکه ماتریس دسترسی اولیه به دست آمد، با وارد کردن انتقال پذیری در روابط عوامل، ماتریس دسترسی نهایی به دست می‌آید.

**گام پنجم بخش بندی سطح وارفیلد:** دو قاعده اصلی را برای سطح بندی بیان می‌کند:

**قاعده اول:** مجموع فراوانی عناصر را بر اساس ستون مجموع خروجی و مجموع مشترک معین کرده و به ترتیب از کوچک‌ترین تا بزرگ‌ترین فراوانی سطح بندی کنیم.

**قاعده دوم:** این قاعده به قاعده تکرار معروف است. بر اساس اولین جدول با توجه به کوچک‌ترین مجموع فراوانی در ستون مجموع خروجی و مجموع مشترک، عنصر یا عناصر سطح بندی می‌شوند. عناصر سطح بندی شده از جدول حذف و دوباره قاعده اجرا می‌شود. فرایند حذف و روابط غیرمستقیم تعمیم می‌یابد. پس از مشخص شدن سطوح هر کدام از عوامل و همچنین با در نظر گرفتن ماتریس در دسترس پذیری نهایی، مدل اولیه ساختار تفسیری ترسیم می‌شود. جدول (۱) دربرگیرنده اطلاعات حاصل از جمع نظر خبرگان برای انجام فرآیند ساختار تفسیری است. همچنین جدول (۲) نشان دهنده روابط میان ابعاد از جهت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آنها بر یکدیگر می‌باشد. مدل نهایی روابط میان مضامین سازمان دهنده در شکل (۱) نشان داده شده است.

مدل نهایی خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی از چهار سطح تشکیل شده است. بر اساس نتایج حاصل از مدلسازی ساختاری تفسیر در سطح اول، مضمون «ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر» قرار گرفته است. به عبارتی مضمون مذکور بیشترین تأثیر را از سایر مضامین پژوهش می‌پذیرد.

در سطح دوم مدل، شش مضمون «ارتقا ظرفیت‌های کارآفرینی در سازمان»، «بهره‌برداری از فعالیت اقتصادی»، «منابع انسانی خدمت‌گرا»، «مسئولیت اجتماعی کمیته امداد»، «ایجاد تعاملات سازمانی» و «بهبود عملکرد کارآفرینانه سازمان» قرار گرفته‌اند. مضامین قرار گرفته در سطح دوم بر مضامین سطح اول تأثیر گذاشته و از مضامین سطح سوم تأثیر می‌پذیرند. در سطح سوم نیز دو مضمون «ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه» و «ارزش‌آفرینی پایدار در سازمان» قرار گرفته‌اند و در سطح چهارم مضمون «ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی» قرار گرفته است که بیشترین تأثیر را بر مضامین سطح پایین‌تر دارند.

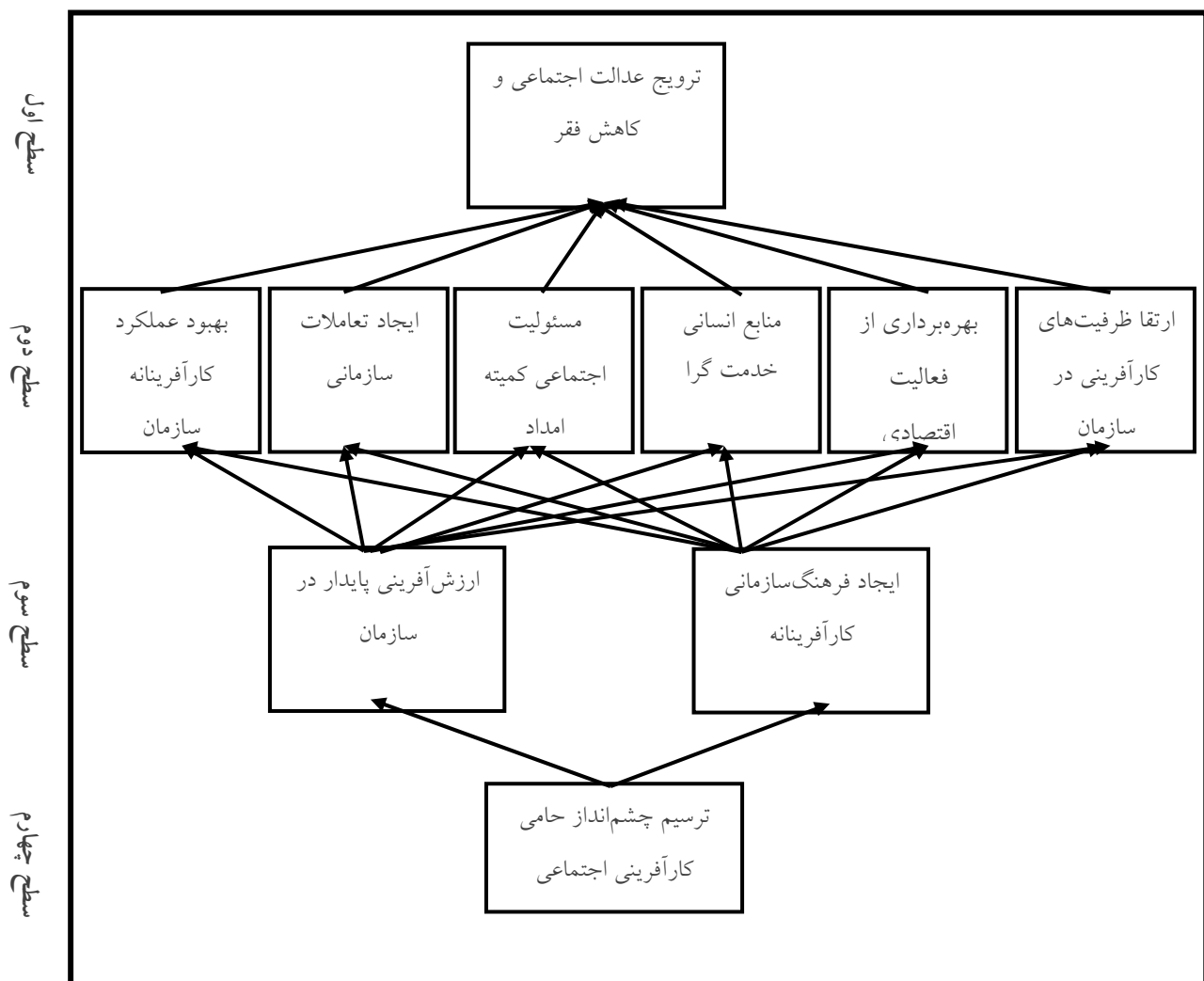
جدول ۱. ماتریس نهایی برای الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی

بهبود عملکرد کارآفرینانه سازمان	ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر	ایجاد تعاملات سازمانی	ارزش‌آفرینی پایدار در سازمان	مسئولیت اجتماعی کمیته امداد	منابع انسانی خدمت‌گرا	ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه	بهره‌برداری از فعالیت اقتصادی	ارتقا ظرفیت‌های کارآفرینی در سازمان	ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی	مضمون سازمان‌دهنده
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	ارتقا ظرفیت‌های کارآفرینی در سازمان
۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	بهره‌برداری از فعالیت اقتصادی
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	منابع انسانی خدمت‌گرا
۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	مسئولیت اجتماعی کمیته امداد
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	ارزش‌آفرینی پایدار در سازمان
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	ایجاد تعاملات سازمانی
۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	بهبود عملکرد کارآفرینانه سازمان

جدول ۲. ماتریس معیارهای ورودی و خروجی برای الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی

سطح	اشتراک	خروجی	ورودی	مضمون سازمان‌دهنده
IV	۱، ۴، ۶	۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰ ۱، ۲، ۳	۱، ۴، ۶	ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی
II	۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰ ۲، ۳، ۴	۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰ ۲، ۳	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰ ۱، ۲	ارتقا ظرفیت‌های کارآفرینی در سازمان
II	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸، ۱۰	۳، ۴، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۰ ۲	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰ ۱، ۲	بهره‌برداری از فعالیت اقتصادی
III	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰ ۱، ۲	۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰ ۱، ۲، ۳	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۱۰ ۱	ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه
II	۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰ ۲، ۳، ۴	۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰ ۲، ۳	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰ ۱، ۲	منابع انسانی خدمت‌گرا
II	۴، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۰ ۱، ۲، ۳	۳، ۴، ۵، ۶، ۸، ۹، ۱۰ ۱، ۲	۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰ ۱، ۲	مسئولیت اجتماعی کمیته امداد
III	۲، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰	۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰	۱، ۲، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰	ارزش‌آفرینی پایدار در سازمان

سطح	اشتراک	خروجی	ورودی	مضمون سازمان دهنده
		۲،۳		
II	۲،۳،۵،۶،۷،۸،۱۰	۳،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۱۰	ایجاد تعاملات سازمانی
I	۹	۹	۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰	ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر
II	۴،۵،۶،۷،۸،۱۰	۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۱۰	بهبود عملکرد کارآفرینانه سازمان
	۲،۳	۲،۳	۱،۲	



شکل ۱. نمودار مدل معادلات ساختاری تفسیری الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی

### تحلیل میک میک

تحلیل میک میک یا ماتریس ضرایب تحلیل اثر متقاطع یکی از مباحث مدل‌سازی ساختاری تفسیری است که بر اساس قدرت وابستگی و نفوذ متغیرها، می‌توان دستگاه مختصاتی تعریف کرد و این دستگاه مختصاتی را به چهار قسمت مساوی

تقسیم نمود. تجزیه و تحلیل میک میک بر پایه قدرت نفوذ (تأثیر گذاری) و میزان وابستگی (تأثیر پذیری) هر متغیر شکل گرفته و امکان بررسی بیشتر محدوده هر یک از متغیرها را فراهم می‌سازد.

➤ **قدرت نفوذ:** تعداد عناصری که عنصر i ام بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

➤ **میزان وابستگی:** تعداد عناصری که بر عنصر i ام تأثیر می‌گذارند.

در تحلیل میک میک متغیرها به چهار دسته متمایز خودمختار، وابسته، پیوندی (رابط) و مستقل تقسیم می‌شوند. تعریف هر یک از دسته‌بندی‌ها در ادامه ارائه گردیده است:

**خودمختار:** این دسته شامل متغیرهایی است که دارای قدرت هدایت و وابستگی ضعیف و متوسط می‌باشند. این متغیرها نسبتاً غیر متصل به سیستم هستند و دارای ارتباطات کم و ضعیف با سیستم می‌باشند.

**وابسته:** این نوع از متغیرها دارای قدرت هدایت کنندگی کم ولی وابستگی نسبتاً بالا می‌باشند. این دسته از متغیرها معمولاً متغیرهای نتیجه یا هدف هستند.

**پیوندی:** سومین دسته متغیرهایی هستند که دارای قدرت هدایت زیاد و وابستگی زیاد می‌باشند. این متغیرها غیر ایستا هستند، زیرا هر نوع تغییر در آنان می‌تواند سیستم را تحت تأثیر قرار دهد و در نهایت بازخور سیستم نیز می‌تواند این متغیرها را دوباره تغییر دهد.

**مستقل:** متغیرهایی که دارای قدرت هدایت کنندگی زیاد ولی وابستگی کم می‌باشند جزء متغیرهای نفوذی یا به عبارت دیگر محرک قرار می‌گیرند (Malon, 2014).

نتایج تحلیل میک میک نشان داد ده مضمون مؤثر بر الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی از بعد قدرت نفوذ‌پذیری و وابستگی به چهار دسته عوامل نفوذی، پیوندی، وابسته، خودمختار تقسیم می‌شوند. هر یک از ابعاد نیز بسته به قدرت نفوذ‌پذیری وابستگی‌شان در ارتباط به موضوع در یکی از چهار دسته عوامل نفوذی، پیوندی، وابسته، خودمختار قرار می‌گیرند (جدول ۳). بر اساس نتایج حاصل از تحلیل میک میک مضمون «ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی» در ناحیه عوامل خودمختار، مضمون «ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر» در ناحیه عوامل وابسته و مضامین «ارتقا ظرفیت‌های کارآفرینی در سازمان»، «بهره‌برداری از فعالیت اقتصادی»، «ایجاد فرهنگ‌سازمانی کارآفرینانه»، «منابع انسانی خدمت‌گرا»، «مسئولیت اجتماعی کمیته امداد»، «ارزش‌آفرینی پایدار در سازمان»، «ایجاد تعاملات سازمانی» و «بهبود عملکرد کارآفرینانه سازمان» در ناحیه عوامل پیوندی قرار گرفته‌اند.

جدول ۳. ماتریس تصمیم‌گیری میک میک برای الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی

مضمون سازمان‌دهنده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	نفوذ
۱. ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۰
۲. ارتقا ظرفیت‌های کارآفرینی در سازمان	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۹
۳. بهره‌برداری از فعالیت اقتصادی	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۸
۴. ایجاد فرهنگ‌سازمانی کارآفرینانه	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۰
۵. منابع انسانی خدمت‌گرا	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۹

مضمون سازمان دهنده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	نفوذ
۶. مسئولیت اجتماعی کمیته امداد	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۹
۷. ارزش آفرینی پایدار در سازمان	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۹
۸. ایجاد تعاملات سازمانی	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۸
۹. ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
۱۰. بهبود عملکرد کارآفرینانه سازمان	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۹
وابستگی	۳	۹	۱۰	۹	۷	۹	۹	۸	۹	۹	۳	

مضمون	مقیاس											
	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
خودمختار	۱. ترسیم چشم انداز حامی کارآفرینی اجتماعی									۱		
	۲. ارتقا ظرفیت‌های کارآفرینی در سازمان											۴
	۳. بهره‌برداری از فعالیت اقتصادی											۲۰، ۵، ۶، ۱۰
	۴. ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه											۳، ۸
	۵. منابع انسانی خدمت‌گرا											
نفوذی	۶. مسئولیت اجتماعی کمیته امداد											۶
	۷. ارزش آفرینی پایدار در سازمان											۵
	۸. ایجاد تعاملات سازمانی											۴
	۹. ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر											۳
	۱۰. بهبود عملکرد کارآفرینانه سازمان											۲
												۱
	۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	

وابستگی

شکل ۲. دسته بندی مضامین سازمان دهنده الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی

### بحث و نتیجه گیری

بر اساس نتایج حاصل از مدل‌سازی ساختاری تفسیر مدل نهایی روابط میان مضامین سازمان دهنده مدل نهایی خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی از چهار سطح تشکیل شده است. در سطح اول، مضمون «ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر» قرار گرفته است. به عبارتی مضمون مذکور بیشترین تأثیر را از سایر مضامین پژوهش می‌پذیرد. در سطح دوم مدل، شش مضمون «ارتقا ظرفیت‌های کارآفرینی در سازمان»، «بهره‌برداری از فعالیت اقتصادی»، «منابع انسانی خدمت‌گرا»، «مسئولیت اجتماعی کمیته امداد»، «ایجاد تعاملات سازمانی» و «بهبود عملکرد کارآفرینانه سازمان» قرار گرفته‌اند. مضامین قرار گرفته در سطح دوم بر مضامین سطح اول تأثیر گذاشته و از مضامین سطح سوم تأثیر می‌پذیرند. در سطح سوم نیز دو مضمون «ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه» و «ارزش آفرینی پایدار در سازمان» قرار گرفته‌اند و در سطح چهارم مضمون «ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی» قرار گرفته است که بیشترین تأثیر را بر مضمون‌های سطح پایین‌تر دارند. نتایج حاصل از این یافته با نتایج پژوهش‌های (Doozandeh Ziabari et al, 2025) (Viswanath et al, )

(2024) (Maziriri et al, 2024) (Jafarinasab et al, 2023) (Khalili Khezrabadi & Hassani, 2023) (Cortes & Mouseli et al, ) (Nourpour et al, 2023) (Safari & Mooghali, 2022) (Hoseini et al, 2022) (Lee, 2021) (2020)، (Fazelipour et al, 2024) همخوانی دارد.

در تبیین و توجیه این نتیجه می‌توان گفت کارآفرینی اجتماعی، شکلی از کارآفرینی است که در پی رسیدن به یک هدف یا اهداف اجتماعی می‌باشد. کارآفرینی اجتماعی چنانچه در پایه و اساس یک جامعه قرار بگیرد، این قابلیت را دارد که بسیاری از مشکلات اجتماعی را مرتفع سازد. به‌طوریکه امروزه کارآفرینان اجتماعی می‌کوشند تا با بهره‌گیری از طرح‌های نوین، برقراری ارتباطات مؤثر و بسیج کردن منابع، بستر مناسبی را برای شرکت نمودن تمامی اعضای جامعه در فرایند رفع مشکلات اجتماعی ایجاد کنند. در واقع وظیفه کارآفرینان اجتماعی این است که فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی موجود را تشخیص دهند و با تشخیص این‌گونه فرصت‌ها، نهادهای اجتماعی را ایجاد کنند و از این طریق تلاش می‌کنند تا گروه‌های ضعیف جامعه را توانمند کنند تا در نتیجه این عمل، اختلاف طبقاتی موجود در جامعه به حداقل برسد. می‌توان ادعان داشت که کارآفرینی اجتماعی، با در نظر گرفتن نقش بسزایی که در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع دارد، می‌تواند نقش بسیار مهمی نیز در حل مشکلات اجتماعی ایفا کند. از با توجه به پیچیدگی روزافزون مسائل اجتماعی و ناتوانی روش‌های سنتی برای پاسخگویی به این مسائل، تدوین الگوی کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد از اهمیت بسیار برخوردار شده است. کمیته امداد امام خمینی (ره) مهم‌ترین سازمان حمایتی در حوزه اشتغال و خودکفایی در کشور است. مدیران اجرایی کمیته امداد می‌توانند با استفاده از عوامل تشکیل‌دهنده الگوی خط‌مشی توسعه کارآفرینی خط‌مشی توسعه کارآفرینی را در کمیته امداد تدوین کنند و خط‌مشی‌های روشن و عملی جهت رسیدن به اهداف اشتغال‌زایی و کارآفرینی داشته باشند؛ کمیته امداد امام خمینی (ره) جهت پاسخ‌گویی بهتر به مسائل، بستر مناسبی جهت افزایش حمایت‌گری‌های اجتماعی فراهم سازد و شرایط اقتصادی و اجتماعی مددجویان را از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه ارتقا بخشد. کارآفرینی مهم‌ترین اولویت کمیته امداد در راستای توانمندسازی مددجویان تحت پوشش است و در تمامی برنامه‌ها و طرح‌های اشتغال‌زایی این نهاد حمایتی کارآفرینی و اشتغال‌زایی دنبال می‌شود.

با توجه به اینکه نتایج نشان می‌دهد «ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی» تأثیرگذارترین مضامین پژوهش در کمیته امداد امام خمینی (ره) برای اجرای الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی می‌باشد؛ می‌توان استدلال کرد توسعه کارآفرینی یکی از نیازهای جدی کشور و فرآیندی حیاتی در رشد و توسعه اقتصادی است. کمیته امداد امام خمینی (ره) به‌عنوان مهم‌ترین نهاد حمایتی، نقش مؤثری در جهت مقابله با ابعاد گوناگون فقر در جامعه از طریق ایجاد اشتغال دارد. در حال حاضر که اقتصاد کشور گرفتار نارسایی‌ها، کمبودها و سوء مدیریت‌هایی است که منجر به وضعیت ناهنجار بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری دولت، ضعف در صادرات غیرنفتی و مشکلاتی از این قبیل شده است، رشد کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه می‌تواند موجب بهبود شرایط کنونی اقتصاد کشور شود. کمیته امداد امام خمینی، سازمان حمایتی در ایران، برنامه‌های حمایت از کارآفرینی اجتماعی را برای مددجویان خود، به‌ویژه در مناطق محروم، اجرا کرده تا به آن‌ها کمک کند تا شغل و درآمد مستمری ایجاد کنند. این کارآفرینی اجتماعی به‌منظور ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار و افزایش توانمندی‌های اقتصادی مددجویان صورت می‌گیرد. در شرایط پیچیده محیطی، خط‌مشی کمیته امداد باید متناسب با اوضاع محیطی از قابلیت انعطاف برخوردار

باشد؛ در نتیجه ساختار کمیته امداد به منظور حمایت از کارآفرینی اجتماعی باید قابلیت مرزگستری به منظور مشارکت و به کارگیری نیروهای داوطلب مردمی با تخصص‌ها و مهارت‌های لازم دیدگاه‌ها و اعتقادات مختلف مذهبی سلاقی و فرهنگ‌های متفاوت در گستره مرزهای فیزیکی مجازی و ادراکی سازمان داشته باشد و پیوسته قادر باشد ساختار سازمانی خود را متناسب با شرایط جدید اجتماعی بازنگری و به روزرسانی کند. علاوه بر این، ساختار سازمانی کمیته امداد باید از ظرفیت پیاده‌سازی برنامه‌های جمع‌سپاری خدمات اجتماعی به مردم شهروندان و شبکه‌های فعال اجتماعی برخوردار باشد و ضوابط و سازوکارهای تشکیلاتی لازم به منظور پیاده‌سازی برنامه‌های جمع‌سپاری برای استفاده بهنگام از ظرفیت‌های اجتماعی را فراهم کند تا بتواند در حوزه تأمین منابع و ارائه خدمات اجتماعی از طریق مردم سپاری شهروند سپاری و شبکه سپاری مأموریت‌ها و برنامه‌های اجتماعی، به شکار فرصت‌ها برود. در راستای نتایج حاصل از این سؤال در پژوهش (Nourpour et al, 2023) مشخص شد در مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی بعد سازمانی متشکل از ۷ مؤلفه شامل فرهنگ سازمانی کارآفرینانه-منابع سازمان- عقلانیت اقتصادی- کنترل و ارزیابی عملکرد- ویژگی‌ها، ارزش‌ها و رفتار کارکنان- ارتباطات سازمانی - ساختار سازمانی مناسب و بعد استراتژیک شامل ۲ مؤلفه شامل ویژگی‌ها، ارزش‌ها و رفتار رهبران استراتژیک - مأموریت چشم‌انداز محور می‌باشد. در مطالعه (Safari & Mooghali, 2022) یافته‌های پژوهش نشان داد، مدل کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد شامل هفت بُعد ساختار منعطف، فرهنگ کارآفرینی، ارزش‌آفرینی اجتماعی، راهبردهای کارآفرینانه، رهبری اجتماع‌محور، کارکنان خدمت‌گرای اجتماعی و فرایندهای نوآورانه است. در پژوهش (Mouseli et al, 2020) مشخص شد در مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی در کمیته امداد شرایط زمینه‌ای شامل فرهنگ و ارزش‌های سازمان، مأموریت و رسالت سازمان و ساختار سازمانی می‌باشند. در پژوهش (Fazelipour et al, 2024) مناسب‌سازی محیط کار، تصویرسازی ذهنی، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری تحت عنوان مقولات اصلی کنش- تعامل (استراتژی‌ها) در راستای توسعه کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان زمینه‌ای برای اشتغال افراد دارای معلولیت، در مدل پارادایمی کارآفرینی اجتماعی قرار گرفته‌اند.

نتایج حاصل از ارتباط بین ابعاد الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی نشان می‌دهد «ترسیم چشم‌انداز حامی کارآفرینی اجتماعی» تأثیرگذارترین مضمون پژوهش و مضمون «ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر» تأثیرپذیرترین مضامین پژوهش در کمیته امداد امام خمینی (ره) برای اجرای الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی می‌باشد. نتایج حاصل از این یافته با نتایج پژوهش‌های (Doozandeh Ziabari et al, 2025) (Khalili Khezrabadi & Jafarinasab et al, 2023) (Maziriri et al, 2024) (Viswanath et al, 2024) (Hassani, 2023) (Nourpour et al, 2023) (Hoseini et al, 2022) (Cortes & Lee, 2021) (Safari & Mooghali, 2022) (Zare & Safari Dashtaki, 2019)، (Fazelipour et al, 2024) همخوانی دارد.

در تبیین و توجیه این نتیجه می‌توان گفت امروزه کارآفرینی برای رشد و ایجاد فضای سالم اقتصادی در جامعه لازم است و نقش آن در پایداری و ثبات اقتصادی تأیید شده است. کارآفرینی فرآیند نوآوری، خلق و تأسیس یک کسب‌وکار جدید است که از چهار عامل «فرد»، «محیط»، «سازمان» و «فرآیند» تأثیر می‌پذیرد. همچنین شبکه‌های مختلف همکاری بر توسعه کارآفرینی مؤثر هستند و از آن پشتیبانی می‌کنند. کارآفرینی اجتماعی فرایند به کارگیری ایده‌های نو و جدید برای کاهش مشکلات اجتماعی در جامعه و همچنین کمک به رفع معضلات اجتماعی می‌باشد. در واقع با پیچیده شدن

مشکلات اجتماعی در جوامع کنونی رشد و پیشرفت جوامع در گرو حل این مشکلات به ویژه به وسیله سازمان‌هایی است که کارآفرینی اجتماعی را هدف خود قرار داده‌اند. هدف و مقصود نهایی کارآفرین، ایجاد ثروت است. ولی برای کارآفرین اجتماعی این هدف صرفاً وسیله‌ای در جهت هدفی بزرگ‌تر است. این افراد تنها در صورتی در فعالیت‌های سودآور مشارکت می‌کنند که بدانند چنین فعالیت‌هایی به خلق «بهبود اجتماعی» قابل توجهی برای اعضای جامعه منجر خواهد شد. بهبودی که تمرکز بیشتری بر اقشار ضعیف و حاشیه‌ای جامعه دارد. در واقع این سازمان‌های مردم‌نهاد اقدام به فعالیت‌های متنوع و جدید در جهت ایجاد روحیه در جمعیت هدف خود کرده‌اند و روش‌های متنوع و برنامه‌های نوینی را در این زمینه به کار گرفته‌اند تا از طریق افزایش اعتماد به نفس جمعیت هدف و کاهش مشکلات مالی آنان بتوانند راه رسیدن به هدف اصلی خود را هموار کنند و راحت‌تر به اهداف خود دست یابند. این سازمان‌ها با در نظر گرفتن وضعیت و نیازهای گوناگون جمعیت هدفشان، به ویژه نیازهای روحی آنان سعی می‌کنند روش‌هایی متناسب را به کارگیرند تا ضمن کمک به این افراد نیازهای روحی و جسمی گوناگونی را که دارند نیز برطرف سازند. نکته‌ای که در این سازمان‌های مردم‌نهاد مانند کمیته امداد وجود دارد، احساس مسئولیت اجتماعی است که در تمامی کارکنان این سازمان‌ها و در پس تمامی فعالیت‌های این سازمان‌ها ملاحظه می‌گردد. این سازمان بر مبنای احساس مسئولیت اجتماعی عده‌ای افراد کارآفرین شکل گرفته‌اند و بر همین مبنای نیز همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند. در واقع احساس وظیفه در قبال افراد آسیب‌پذیر جامعه و احساس مسئولیت در قبال حل معضلاتی که در جامعه وجود دارد عامل اصلی شکل‌گیری و دوام این سازمان‌ها بوده است. از طرفی کمیته امداد نیز با ایجاد آمادگی در جمعیت هدف خود زمینه توانمندسازی آنان را فراهم سازند. این فعالیت‌ها از برگزاری اردوها و جشن‌ها تا ایجاد کارگاه‌ها برای تولید صنایع دستی و برگزاری مسابقات مختلف برای افراد را شامل می‌شود تا ضمن ایجاد روحیه در افراد اعتماد به نفس آنان را نیز افزایش دهند. در برخی موارد نیز این سازمان سعی می‌کنند با برگزاری برنامه‌های مختلف و واگذاری مسئولیت اداره بخش‌های مختلف این برنامه‌ها به افرادی که به دلیل مشکلات خود دچار انزوای اجتماعی شده‌اند زمینه فعالیت اجتماعی و توانمندسازی آنان را فراهم سازند. در واقع برخی از تلاش‌های این سازمان کمک به افراد برای حضور مؤثرتر آنان در اجتماع و برگرداندن آنان به زندگی اجتماعی است.

با توجه به اینکه نتایج نشان می‌دهد «ترویج عدالت اجتماعی و کاهش فقر» تأثیرپذیرترین مضامین پژوهش در کمیته امداد امام خمینی (ره) برای اجرای الگوی تدوین خط‌مشی‌های کارآفرینی اجتماعی می‌باشد؛ می‌توان استدلال کرد در ایران، کمیته امداد بزرگ‌ترین و مهم‌ترین نهاد خیریه‌ای و حمایتی فعال می‌باشد. لذا یکی از نهادهای عمومی تقریباً دولتی که به منظور حمایت از اقشار آسیب‌پذیر جامعه به وجود آمده‌اند و توانسته نقش مؤثری در ایجاد تحرک، حمایت، شکل‌گیری و حتی کمک مالی برای فعالیت‌های تجاری کارآفرینانه سودمند بخصوص برای فقرا و مستضعفین داشته و در شکل‌گیری اشتغال‌زایی افراد اجتماعی تأثیرگذار باشد، کمیته امداد امام خمینی (ره) است. در واقع مأموریت کمیته امداد از حمایت از اقشار محروم جامعه در مرحله اول خود اشتغالی و بسترسازی برای تأمین معاش آنان بوده و در مرحله بعد با ارائه آموزش‌ها و مهارت‌های مختلف می‌خواهد که این اقشار محروم و مستضعف توانمند شده و خودکفا گردند و دیگری نیازی به حمایت این نهاد نداشته باشند. کمیته امداد امام خمینی با برگزاری برنامه‌های فرهنگی و تفریحی، به ارتقای سطح فرهنگی و اجتماعی کودکان و نوجوانان نیز توجه دارد. در کنار این فعالیت‌ها، کمیته امداد امام خمینی (ره)

به‌عنوان یک نهاد اجتماعی، در مواقع بحران و حوادث طبیعی نیز به یاری مردم شتافته است. در زلزله‌ها، سیل‌ها و دیگر بلایای طبیعی، این نهاد با سرعت عمل و کارآمدی، به ارائه خدمات امدادی و کمک‌های فوری پرداخته و نقش مهمی در کاهش آلام مردم ایفا کرده است. این نهاد همچنین به‌عنوان یک نهاد حمایتی، در زمینه تأمین مسکن برای خانواده‌های نیازمند نیز فعالیت‌های مؤثری داشته است و با همکاری نهادهای دولتی و خیرین، به ساخت و تأمین مسکن برای خانواده‌های بی‌بضاعت پرداخته و به آن‌ها کمک کرده است تا در محیطی امن و سالم زندگی کنند. این اقدام نه تنها به بهبود وضعیت زندگی خانواده‌ها کمک کرده، بلکه به کاهش آسیب‌های اجتماعی نیز منجر شده است. کمیته امداد امام خمینی (ره) با تکیه بر اصول اسلامی و انسانی، همواره در تلاش است تا با ایجاد عدالت اجتماعی و کاهش فاصله‌های طبقاتی و فقر، به تحقق اهداف انقلاب اسلامی کمک کند. این نهاد با بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی و همکاری با سازمان‌ها و نهادهای دولتی، به دنبال ایجاد جامعه‌ای عادلانه و پویا است. در راستای نتایج حاصل از این سؤال در پژوهش (Jafarinasab et al, 2023) پیامدهای کارآفرینی اجتماعی در سازمان تعالی جامعه، کسب جایگاه برتر اجتماعی، ارتقای رفاه عمومی، تسریع انجام امور، توسعه کسب‌وکارها و رفع نیازهای ارضاننده شناسایی شده‌اند. در تحقیق (Zare & Safari Dashtaki, 2019)، نتایج نشان داد ظرفیت‌سازی، تقویت جسمی روانی و قوانین حمایتی در شکل‌گیری سیاست‌های توانمندساز تأثیر بسزایی دارند که در نهایت این نگرش پایه‌ای برای به وجود آمدن پدیده کارآفرینی اجتماعی می‌شود.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- تدوین سند مشاغل نوآورانه و دانش‌بنیان به عنوان یک سند بالادستی در کمیته امداد (با توجه به مأموریت‌ها و جایگاه این نهاد در توسعه اکوسیستم مشاغل نوآورانه و دانش‌بنیان)
- پیشنهاد می‌گردد با افزایش درک مشترک کارکنان از مشکلات، حوادث و اتفاقاتی که در محل کار روی می‌دهد، حساس باشند. هر قدر این حساسیت و تعهد کارکنان بیشتر شود، کارکنان بیشتر در حل آن‌ها حساس می‌شوند و باعث اجرای بهتر خط‌مشی اجتماعی سازمان می‌شود.
- معرفی و هدایت افراد مددجوی دارای طرح‌های کارآفرینی قوی به نهادهای تأمین مالی مربوطه، مانند صندوق نوآوری و شکوفایی (به عبارتی تعریف سازوکاری در جهت تأمین مالی اشتراکی با صندوق نوآوری و شکوفایی در طرح‌های نیازمند منابع مالی گسترده‌تر).
- سهل و آسان گرفتن شرایط دریافت وام توسط کمیته امداد و بانک‌ها برای ایجاد رضایت از روند آسان دریافت وام‌های اشتغال در طرح‌های اشتغال‌زا
- هدایت نظام‌مند و نهادینه اقتصاد غیررسمی به سوی اقتصاد رسمی با رویکرد شناسایی و حمایت از کارآفرینان اجتماعی و گسترش عدالت اجتماعی
- توسعه زنجیره‌های منتخب متناسب با زیست‌بوم کمیته امداد ایجاد زنجیره‌های ارزش و تولید و زنجیره‌های شغلی در راستای ترویج فرهنگ کارآفرینانه در سازمان

- اگر کمیته امداد امام نتواند خود را به سرعت با انتظارات اجتماعی همراه کند توانایی پاسخگویی صحیح و متناسب به نیازهای نوپدید اجتماعی را ازدست داده و با کاهش سطح رضایت مندی جامعه هدف روبه رو خواهد شد از این رو حساسیت نسبت به تغییرات محیطی و درک به موقع آن و اتخاذ رویکردهای نوآورانه و پیشگامی در حرکت به سمت پیاده سازی کارآفرینی سازمانی در آن‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است.
- به کارگیری نیروهایی با انگیزه و با احساس مسئولیت اجتماعی بالا و یا گسترش مشاوره برای نیروهای فعال در کمیته امداد از اهمیت بالایی برخوردار است که باید در این زمینه تمهیدات بیشتری اندیشیده شود.
- تسهیل فرایند ایجاد اداری سازمان‌های مردم‌نهاد مانند کمیته امداد از طریق درگاه ملی مجوزها و ارائه امکانات بلا استفاده دولتی مانند ساختمان اداری به این سازمان

### Reference

- 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. DOI: 10.1080/20430795.2021.1880219
- Arabiun, A., & Tajpour, M., & Zahedi, M. R. (2024). The effect of digital leadership on the performance of businesses: the mediating role of organizational entrepreneurship. *International Journal of Human Capital in Urban Management*, 9(1), 17-28. 10.22034/IJHCUM.2024.01.02
- Attri, R., & Dev, N., & Sharma, V. (2013). Interpretive Structural Modelling (ISM) approach: An Overview. *Research Journal of Management Sciences*, 2(2), 6.
- Bashirnia, A. (2023). A review of the concept of social entrepreneurship in organizations, Ninth National Conference on New Findings in Science and Technology with a Focus on Computer, Management and Accounting, Tehran, <https://civilica.com/doc/1751542>. (In Persian).
- Cortes, A.F., & Lee, Y. (2021). "Social entrepreneurship in SMEs: a note on three essential questions," *New England Journal of Entrepreneurship*, Emerald Group Publishing Limited, vol. 24(2), pages 62-78, September. Handle: RePEc:eme:nejep:nejep-03-2021-0014 DOI: 10.1108/NEJE-03-2021-0014
- Davoudirad, D., & Abbaspour, A., & Meigounpoory, M. (2021). Designing and Validation of Social Entrepreneurship Model for Higher Education in Iran. *Journal of Research in Educational Systems*, 15(54), 33-50. Doi: 20.1001.1.23831324.1400.15.54.3.9. (In Persian).
- Demircioglu, M. A., & Chowdhury, F. (2021). Entrepreneurship in public organizations: the role of leadership behavior. *Small business economics*, 57(3), 1107-1123. DOI: 10.1007/s11187-020-00328-w
- Doozandeh Ziabari, F., & Fallah Tafti, H., & Asadi, M. M., & Basouli, M. (2025). Presenting the model of social entrepreneurship in the development of rural tourism in the target villages of Gilan province. *Journal of value creating in Business Management*, 4(4), 1-23. doi: 10.22034/jvcbm.2024.453278.1360. (In Persian).
- Fazelipour, S. M., & Moltafet, H., & Navah, A., & Saadabadi, A. A. (2024). Meta-Synthesis of Social Entrepreneurship Development Models. *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 12(23), 403-433. doi: 10.22084/csr.2024.26094.2091. (In Persian).
- Firouzabadi, A., & Dabbaghi, H. (2015). The role of social entrepreneurship in local development. *Local Development (Rural-Urban)*. 7(1). 58-29. (In Persian).
- Gupta, P., & Chauhan, S., & Paul, J., & Jaiswal, M. P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of business research*, 113, 209-229. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.032>

- Hoseini, F., & Aliasgari, M., & Gholtaash, A., & Ahmadbeig, F.. (2022). A Social Entrepreneurship Curriculum Model in Iran Higher Education. *JOURNAL OF HIGHER EDUCATION CURRICULUM*, 13(25), 145-177. SID. <https://sid.ir/paper/1050769/en> .(In Persian).
- Hamidizadeh, A., & DanaeeFard, H., & Eshgarf, R. (2024). Exploring the Roles of Policy Entrepreneurs in Public Policy-Making: A Phenomenographic Study. *Journal of Iranian Public Administration Studies*, 7(1), 1-28. doi: 10.22034/jipas.2023.357715.1468 .(In Persian).
- Jafarinasab, I., & SHIRVANI, A., & Davoodi, M. R. (2024). Compilation and validation of digital social entrepreneurship model. *Journal of Entrepreneurship Development*, 17(2), 85-105. doi: 10.22059/jed.2024.373412.654338. .(In Persian).
- Khalili Khezrabadi, M., & Hassani, M. (2023). Presenting a model of the relationship between entrepreneurial social identity with entrepreneurial intention and the mediating role of entrepreneurial self-efficacy, *Quarterly Journal of Productivity Management*, 17(4). Doi: 10.30495/qjopm.2022.1961810.3398 .(In Persian).
- Kostetska, I., & Berezyak, I. (2014). Social entrepreneurship as an innovative solution mechanism of social problems of society. *Management theory & studies for rural business & infrastructure development*, 1 (3), 388-400. DOI:10.15544/mts.2014.053
- Maziriri, E.T., & Nyagadza, B., & Maramura, T.C. (2024), "Social entrepreneurial role models' influence on social entrepreneurial self-efficacy, social entrepreneurial intent, and social entrepreneurial action in South Africa: the moderating role of moral obligation", *Social Enterprise Journal*, Vol. 20 No. 3, pp. 278-317. <https://doi.org/10.1108/SEJ-12-2022-0114>
- Mouseli, M., & Salajegheh, S., & Sayadi, S. (2020). Designing a Conceptual Model for Organizational Entrepreneurship in Imam Khomeini Relief Foundation. *Journal of Iranian Public Administration Studies*, 3(3), 79-102. doi: 10.22034/jipas.2021.291000.1191 .(In Persian).
- Nafisa, R. (2024). Organization of Management in Small Business and Private Entrepreneurship. *Miasto Przyszłości*, 48, 503-509. Retrieved from <https://miastoprzyszlosci.com.pl/index.php/mp/article/view/3517>.
- Nourpour, A., & Saketi, P., & Taherpour Kalantari, H. (2023). "Presenting an organizational social entrepreneurship model " (Case study: Iranian non-profit organizations). *Socio-Cultural Strategy*, 12(3), 995-1024. doi: 10.22034/scs.2023.341540.1301 .(In Persian).
- Safari, M., & Mooghali, A. (2022). Designing a Social Entrepreneurship Model in NGOs (Case Study: Charity Centers of Imam Khomeini Relief Foundation). *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences*, 19(2), 175-147. doi: 10.22067/social.2022.77345.1196 .(In Persian).
- Simeone, L., & Secundo, G., & Schiuma, G. (2018). Arts and design as translational mechanisms for academic entrepreneurship: The metaLAB at Harvard case study. *Journal of Business Research*, 85, 434-443. DOI:10.1016/j.jbusres.2017.10.021
- Singh, M. D., & Kant, R. (2008). Knowledge management barriers: An interpretive structural modeling approach. *International Journal of Management Science and Engineering Management*, 3(2), 10. DOI:10.1080/17509653.2008.10671042
- Torabi, H., & Azma, F., & Saedi, P. (2020). Designing a social entrepreneurship model with an interpretive structural modeling approach. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 6(4), 57-72. doi: 10.22069/jead.2021.18847.1457 .(In Persian).
- Viswanath, P., & Annappally, S.R., & Kumar, A. (2024), "Social entrepreneurial opportunity recognition among higher education students: scale development and validation", *Social Enterprise Journal*, Vol. 20 No. 3, pp. 339-363. <https://doi.org/10.1108/SEJ-04-2023-0051>
- Zare, R., & Safari Dashtaki, M. (2019). Design of a Social Entrepreneurship Paradigm Model with an Approach to Empowerment of Female Household Heads, Imam Khomeini Relief Foundation, Fars Province (Case Study: The Imam Khomeini Relief Foundation of Fars Province). *Woman in Development & Politics*, 17(1), 147-171. doi: 10.22059/jwdp.2019.268055.1007520 .(In Persian).