



Developing a Model for the Social Entrepreneurship Ecosystem in Tehran

Mitra Asadi¹ | Nosratollah Shadnough^{2✉} | Tahmores Sohrabi³

1. Department of Entrepreneurship Management, CT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: Mit.asadi.mng@iauctb.ac.ir

2. Corresponding Author, Department of Industry Management, CT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: ma95727d@gmail.com

3. Department of Industry Management, CT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: Dr.tsohrabi@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received:

11. 09. 2024

Revised:

15. 02. 2025

Accepted:

17. 02. 2025

Keywords:

Ecosystem,
Entrepreneurship,
Social Entrepreneurship,
Social Value Creation,
Tehran City.

Introduction: The social entrepreneurship ecosystem offers a novel approach to facilitating contemporary businesses and addressing the needs of target communities. However, research indicates that the majority of entrepreneurial initiatives fall short of achieving their intended objectives. This failure is largely attributable to their origin in the needs, capacities, and aspirations of specific individuals, groups, or organizations, without a comprehensive understanding of broader societal conditions. Such shortcomings stem from a lack of coordination among diverse initiatives, the absence of an ecosystemic structure and network-based connectivity, and insufficient logical integration between entrepreneurial hubs and the community at large. In response to these challenges, this study seeks to design a model for the social entrepreneurship ecosystem in Tehran.

Methodology: The present research adopts a mixed-methods approach (qualitative-quantitative). In the qualitative phase, 15 entrepreneurship specialists and experienced practitioners were selected through snowball sampling. Over three rounds of a fuzzy Delphi process, key components were identified from theoretical foundations and prior literature, culminating in expert consensus. In the first quantitative phase, fuzzy cognitive mapping was employed to delineate the causal relationships among various research elements. In the second quantitative phase, data were collected via 384 questionnaires distributed to citizens visiting neighborhood community centers across all 22 districts of Tehran, using convenience sampling. Questionnaire validity was assessed through confirmatory factor analysis employing structural equation modeling (SEM) using SmartPLS 3 software. Reliability was confirmed via Cronbach's alpha coefficient.

Findings: The results indicated that economic sustainability, social sustainability, and service quality exerted the greatest influence, while service quality, environmental sustainability, and social sustainability were the most significantly impacted dimensions. Furthermore, service quality and social sustainability demonstrated the highest centrality indices. The findings also confirmed that the proposed social entrepreneurship ecosystem model exhibits a strong goodness-of-fit. Within this ecosystemic framework, it is possible to enhance citizen satisfaction, trust, and cooperation, ultimately fostering economic, social, cultural, and environmental sustainability.

Conclusion / Implications: The findings suggest that addressing fundamental societal needs-alongside achieving social, cultural, environmental, economic, and service sustainability-is attainable through a well-designed social entrepreneurship ecosystem. Entrepreneurial success is assured when the target community's needs are effectively met, thereby securing their satisfaction, trust, and active cooperation. Accordingly, it is recommended that comprehensive studies be conducted to identify social and economic needs, particularly in vulnerable communities or areas with high potential for social entrepreneurship in Tehran-such as environmental conservation, education, healthcare, and social services. The establishment of innovation centers and accelerators specifically dedicated to social entrepreneurship is advised, offering consulting services, training programs, and specialized workshops to enhance entrepreneurial, managerial, and marketing competencies. Moreover, strengthening local networks to connect social entrepreneurs with one another and with supportive organizations is essential for fostering a resilient and sustainable ecosystem.

Cite this article:

Asadi, M., Shadnough, N., & Sohrabi, T. (2026). Developing a Model for the Social Entrepreneurship Ecosystem in Tehran. *Journal of Entrepreneurship Research*, 5 (1), 95-110.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2025.2040881.1187>



© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

ارائه الگویی برای اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی در شهر تهران

میترا اسدی^۱ | نصرت‌اله شادنوش^۲ | طهمورث سهرابی^۳

۱. گروه مدیریت کارآفرینی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: Mit.asadi.mng@iauctb.ac.ir

۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: ma95727d@gmail.com

۳. گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: Dr.tsohrabi@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه: اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی رویکردی نوین برای تسهیل کسب‌وکارهای امروزی و رفع نیازهای جامعه هدف آن است. متأسفانه پژوهش‌ها نشان می‌دهند که اکثر اقدامات کارآفرینی موفق به تحقق اهداف مورد انتظار خود نمی‌شوند؛ زیرا برآمده از نیاز، توان و خواست فرد، گروه یا سازمانی خاص هستند که مبتنی بر نگاهی جامع از اوضاع اجتماع نیست. این امر از عدم هماهنگی بین اقدامات مختلف، نداشتن ساختار اکوسیستمی و ارتباط شبکه‌ای و عدم انسجام و ارتباط منطقی بین مراکز کارآفرین و جامعه نشأت می‌گیرد؛ بنابراین، این پژوهش درصدد طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی در شهر تهران است.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر در زمره تحقیقات ترکیبی (کیفی و کمی) به شمار می‌آید. در بخش کیفی، ۱۵ نفر از متخصصان کارآفرینی یا خبرگان با سابقه در زمینه کارآفرینی به‌روش گلوله برفی انتخاب شدند و طی سه مرحله دلفی فازی، به شناسایی مؤلفه‌ها از مبانی نظری و پیشینه‌ها پرداخته و اجماع نظر حاصل شد. در بخش اول کمی، با کمک روش نقشه شناخت فازی، روابط علت و معلولی بین عناصر مختلف پژوهش مشخص شد. سپس در بخش دوم کمی پژوهش، از شهروندان مراجعه‌کننده به سراهای محلات ۲۲ گانه شهر تهران به‌صورت در دسترس، تعداد ۳۸۴ پرسشنامه جمع‌آوری شد. روایی پرسشنامه با کمک تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و نرم‌افزار SmartPLS3 ارزیابی شد. همچنین پایایی توسط آزمون آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی و کیفیت خدمات بیشترین تأثیرگذاری را دارند، در حالی که کیفیت خدمات، پایداری محیطی و پایداری اجتماعی بیشترین تأثیرپذیری را نشان دادند. همچنین، کیفیت خدمات و پایداری اجتماعی بالاترین شاخص محوریت را دارند. یافته‌ها نشان داد که الگوی اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی دارای برازش قوی است؛ بنابراین، در قالب یک اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی می‌توان رضایت، اعتماد و همکاری شهروند و پایداری‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی را افزایش داد.

نتیجه‌گیری / دستاوردها: با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت که تحقق نیازهای اساسی اجتماع، پایداری‌های اجتماعی، فرهنگی، محیطی، اقتصادی و خدمات از اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی قابل‌دستیابی است. زمانی می‌توان از تحقق هدف پس از اقدام به کارآفرینی اطمینان حاصل کرد که موفق به رفع نیاز جامعه هدف شده و رضایت، اعتماد و همکاری افراد این جامعه را کسب کرده باشد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود مطالعات جامع برای شناسایی نیازهای اجتماعی و اقتصادی، به‌ویژه در جوامع آسیب‌پذیر یا دارای پتانسیل بالا برای کارآفرینی اجتماعی در تهران، مانند محیط‌زیست، آموزش، سلامت و خدمات اجتماعی صورت گیرد. مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌های مختص کارآفرینی اجتماعی برای ارائه مشاوره، آموزش و برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای ارتقای مهارت‌های کارآفرینی، مدیریت و بازاریابی برای کارآفرینان اجتماعی ایجاد گردد و همچنین تقویت شبکه‌های محلی که کارآفرینان اجتماعی را با یکدیگر و با سازمان‌های حمایتی مرتبط می‌کند، شکل گیرد.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۶/۲۱

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۱/۲۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۱/۲۹

کلیدواژه‌ها:

اکوسیستم،

کارآفرینی،

کارآفرینی اجتماعی،

ارزش‌آفرینی اجتماعی،

شهر تهران.

اسدی، میترا، شادنوش، نصرت‌اله، و سهرابی، طهمورث. (۱۴۰۵). ارائه الگویی برای اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی در شهر تهران. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۵ (۱)، ۹۵-۱۱۰.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2025.2040881.1187>

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام

© نویسندگان.



مقدمه

در سال‌های اخیر، اکوسیستم‌های کارآفرینی توجهات زیادی را در بین سیاست‌گذاران، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران به خود جلب کرده‌اند (Bansal et al., 2019). به گفته استام و اسپیکل (Stam & Spigel, 2016)، اکوسیستم‌های کارآفرینی مجموعه‌ای از عوامل و بازیگران هماهنگ هستند که کارآفرینی مولد را در یک منطقه ممکن می‌سازند. در این چارچوب، کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان یکی از حوزه‌های کلیدی، می‌تواند هم مزیت‌آفرین باشد و هم به کاهش آسیب‌های اجتماعی بینجامد (Mozafari & Sadeghpour, 2016). اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی با ارائه شیوه‌ها و روش‌های نوآورانه و جدید در صنایع مختلف و حوزه‌های گوناگون، به خلق و ارائه ارزش به مشتریان و ذی‌نفعان می‌پردازد (Abubakre et al., 2021). علاوه بر تمام مزایای متنوع و گسترده مترتب، انتظار می‌رود روند برخورد اتفاقی با کارآفرینان به روند شناسایی، دعوت، جذب و ساماندهی نیروهای معنوی و مادی کارآفرین تبدیل شود و موضع بی‌ارادگی، تأثیرپذیری و کنش‌پذیری به موضع کنش‌گری، تأثیرگذاری و کنترل ارادی شرایط تبدیل گردد (Brambilla et al., 2021). در این راستا، کارآفرینی اجتماعی به‌جای تمرکز بر عملکرد کسب‌وکار و ثروت خصوصی، نیازمند تحقیقات پیشرفته در مورد ویژگی‌ها و گونه‌شناسی‌های مختلف برای ایجاد ثروت عمومی پایدار است (Yahchouchy & Dzenopoljac, 2022).

نظریه کارآفرینی اجتماعی که توسط شومپیتر در سال ۱۹۴۳ ارائه شده، بر اساس تغییرات اجتماعی، دگرگونی اجتماعی و تأثیر اجتماعی توسط کارآفرینان اجتماعی شکل می‌گیرد. این نظریه توضیح می‌دهد که کارآفرینی اجتماعی بر رفاه عمومی برای بهبود استانداردهای زندگی شهروندان تأثیر می‌گذارد (El Ebrashi, 2013). در این میان، تحولات سریع اقتصادهای ملی و تعامل با اقتصاد جهانی و مطرح شدن پدیده‌هایی همانند جهانی شدن اقتصاد و فناوری اطلاعات، تسریع فرآیند توسعه و رشد کارآفرینی را بیش از پیش نشان می‌دهد. همچنین کسب‌وکارها به سرعت و به‌صورت مداوم از نظر تعداد، سود و حجم در عرصه تجارت جهانی، مسیر توسعه‌ای خود را می‌پیمایند (Bozhikin et al., 2019). ایجاد و توسعه این کسب‌وکارها، سیاستی مهم در ایجاد مشاغل جدید، تسریع در بهبود اوضاع اقتصادی و رشد کشورها و در نهایت کارآفرینی اجتماعی به شمار می‌رود (Aqiqi et al., 2021). کارآفرینی اجتماعی در ابعاد مختلف با موانعی روبه‌روست که مشارکت فعال اقشار گوناگون جامعه و به‌کارگیری دانش و توانمندی‌های آنان در شناسایی نیازهای واقعی و ارائه راه‌حل‌های مؤثر، می‌تواند به رفع آن‌ها کمک کند. از جمله مهم‌ترین عوامل شکست در این حوزه، غفلت از فرصت‌های پیش‌روی کارآفرینی اجتماعی است (Crupi et al., 2022). مدیران موفق به محیط خارجی سازمان خود توجه دقیق دارند و در جستجوی فرصت‌ها هستند؛ فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند و به شکل مناسب از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنند و باعث پیشرفت و تعالی سازمان خود می‌گردند (Elia et al., 2020). در حوزه اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی، ارزیابی نادرست نسبت به فرصت‌ها و تهدیدات، باعث رکود و خارج شدن از بازار می‌گردد (Marcu et al., 2020). شهروندان به دنبال دریافت خدماتی ایمن و سودآور هستند تا علاوه بر کاهش هزینه‌ها، بتوانند کیفیت زندگی خود را بهبود بخشند (Gupta et al., 2020). از این‌رو، شناخت صحیح نسبت به موقعیت عملکردی شرکت‌ها در حوزه‌های اقتصادی و امنیتی فضای مجازی می‌تواند رشد و تعالی این صنعت را در کشور و منطقه افزایش دهد (Borgeyy et al., 2023).

راه‌اندازی هر کسب‌وکاری در هر زمینه‌ای نیازمند داشتن برنامه یا نقشه‌ای جامع و ژرف‌بینانه است، به‌گونه‌ای که بتواند مورد اقبال عموم مردم قرار گیرد (Ho & Yoon, 2022). تمامی جنبه‌ها، مخاطرات احتمالی، گام‌های لازم، پتانسیل‌های اقتصادی و امنیتی باید در این برنامه جامع و کامل گنجانده شده باشد. با گسترش روزافزون صنعت و تکنولوژی، کسب‌وکارهای مجازی برای ایجاد شدن و حتی ادامه بقا، باید با کارشناسان این حوزه تعاملات سازنده‌ای ایجاد کنند (Asadi & Sohrabi, 2018). در این میان، کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان عامل مهمی مطرح است که توسعه اقتصادی را تقویت می‌کند و همچنین نقش حیاتی در تزریق نوآوری به کشور ایفا می‌کند. این مطالعه بر روی کارآفرینی اجتماعی و تأثیر آن بر نوآوری، رشد اقتصادی پایدار و خلق ارزش تمرکز دارد. بر اساس تئوری کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی به‌طور قابل‌توجهی بر رشد و نوآوری پایدار برای

ایجاد تغییرات اجتماعی و شکوفایی برای جامعه تأثیر می‌گذارد. این امر نشان می‌دهد که کارآفرینی اجتماعی بر رفاه عمومی برای بهبود استانداردهای زندگی شهروندان تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین، این پژوهش درصدد است به طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی در بین شهروندان مراجعه‌کننده به سراهای محلات ۲۲ گانه شهر تهران بپردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بررسی روند توسعه اقتصادی در کشورهای پیشرفته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد هر کشوری بدون شک تحت تأثیر کارآفرینی قرار دارد. کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای پیشرفته نقش محوری دارند، اما بیشتر کشورهای در حال پیشرفت اهمیت آن را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته‌اند. کشورهای پیشرفته، سرمایه موجود کشور را کشف و از آن بهره‌برداری می‌کنند. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد علت توسعه کشورهای همچون آمریکا، ژاپن و آلمان که از نظر صنعتی توسعه یافته‌اند، توجه به کارآفرینی و کارآفرینان است (Rastgar et al., 2018). از دیدگاه اقتصاددانان، کارآفرین کسی است که منابع، نیروی کار، مواد و سایر دارایی‌ها را با هم ترکیب می‌کند تا ارزش آن‌ها را نسبت به قبل بیشتر نماید. طبق نظر شومپتر، کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد (Abubakre et al., 2021). در این میان، اکوسیستم کارآفرینی به‌عنوان چارچوبی است که به بخش خصوصی و بازیگران اجتماعی، اغلب با سنت‌ها و انگیزه‌های متفاوت و با اندازه‌ها و حوزه‌های نفوذ متفاوت، اجازه می‌دهد تا با هم فعالیت کرده و در یک رابطه همزیستی، خلق ثروت کنند (Jayawarna et al., 2020). اکوسیستم کارآفرینی به‌عنوان مجموعه‌ای از بازیگران کارآفرین به‌هم‌پیوسته (اعم از بالقوه و موجود)، سازمان‌های کارآفرین (به‌عنوان مثال، بانک‌ها، شرکت‌های تجاری، سرمایه‌گذاران، شرکت‌ها و صاحبان سرمایه، شرکت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری‌ها)، مؤسسات (دانشگاه‌ها، آژانس‌های بخش دولتی، نهادهای مالی) و فرآیندهای کارآفرینی (مانند نرخ تولد کسب‌وکار، تعداد شرکت‌های با رشد بالا، سطوح «کارآفرینی پرفروش»، تعداد کارآفرینان سریالی، میزان ذهنیت فروش در داخل و سطوح شرکت‌های طلبی کارآفرینی) تعریف شده است (Wang, 2022). کارآفرینی با ایجاد کسب‌وکارهای جدید با بهره‌گیری از فرصت‌هایی که در بازار پدید می‌آیند، سروکار دارد. این پدیده با ایجاد پایداری و ایجاد ارزش برای افراد، رشد بالاتر سازمان را تضمین می‌کند. علاوه بر این، کارآفرینان اجتماعی همچنین با توسعه محصولات جدید برای مردم و کار برای یک هدف اجتماعی، ایجاد ارزش را تضمین می‌کنند. باید توجه داشت که ابتکارات کارآفرینی اجتماعی، خدمت به جامعه را تسهیل می‌کنند و اثرات نامطلوب مشکلات و مسائل اجتماعی را به حداقل می‌رسانند؛ بنابراین، چنین فعالیت‌هایی منجر به ایجاد ارزش می‌شود. علاوه بر این، کارآفرینان اجتماعی بدون انتظار منافع شخصی برای جامعه کار می‌کنند و در نتیجه ارزش‌آفرینی را برای مردم افزایش می‌دهند. طبق تعریف، کارآفرینی اجتماعی فرآیند توسعه راه‌حلی برای کاهش مشکلات اجتماعی است؛ بنابراین، کارآفرینی اجتماعی پدیده‌ای است که ارزش‌آفرینی را تقویت می‌کند، زیرا هدف آن ایجاد تغییرات مثبت در جامعه و مردم است (Sanagoo Motlagh et al., 2021).

در بخش بررسی پیشینه پژوهش، تلاش شده است جامع‌ترین، مهم‌ترین و مرتبط‌ترین پژوهش‌ها شناسایی و مرور شوند؛ مطالعاتی که از نظر موضوعی، مفهومی و جهت‌گیری پژوهشی بیشترین قرابت را با مسئله مورد مطالعه داشته و می‌توانند مبنای نظری مناسبی برای تبیین و تحلیل ابعاد مختلف پژوهش فراهم کنند. در این راستا، میا و همکاران (Miah et al., 2024) در پژوهشی به تحلیل کتاب‌سنجی جامع برای پرداختن به فقر از طریق کارآفرینی اجتماعی برای توسعه پایدار همت گماشتند. افزایش چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی، به‌ویژه فقر، کارآفرینی اجتماعی را که حوزه‌ای بسیار مورد تحقیق است، مورد توجه دانشگاهیان قرار داده است. همچنین این حوزه به‌عنوان یک موضوع حیاتی در زمینه توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی پدیدار شده است. یافته‌ها افزایش قابل‌توجهی در تحقیقات از سال ۲۰۰۹ نشان می‌دهد که بیانگر افزایش تقاضا برای آن به‌عنوان راه‌حلی برای چالش‌های اجتماعی است. قابل‌توجه است که سال‌های ۲۰۲۱-۲۰۲۲ شاهد افزایش قابل‌توجه ۵۵ درصدی در بازده تحقیقاتی بود. مطالعه، توزیع جغرافیایی مشارکت‌های تحقیقاتی را ارزیابی می‌کند و مناطقی را با عملکرد تحقیقاتی نسبتاً پایین‌تر،

مانند کشورهای آسیای جنوبی و آفریقا، برجسته می‌کند. کشورهای پیشرو در این حوزه بریتانیا، اسپانیا، ایالات متحده آمریکا و مؤسسات اروپایی هستند. بهاردواج و همکاران (Bhardwaj et al., 2023) در پژوهشی به بررسی دیدگاه اکوسیستمی از کارآفرینی اجتماعی از دیدگاه تفکر سیستمی همت گماشتند. در این پژوهش با به‌کارگیری رویکرد تفکر سیستمی و استفاده از اصل «کلیت»، یک تحلیل نظری سیستمی از تحقیقات کارآفرینی اجتماعی صورت گرفت و سپس یک مدل اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی ارائه گردید. نیر (Nair, 2023) در پژوهشی به بررسی فرصت‌ها و چالش‌های اکوسیستم‌های کارآفرین اجتماعی زنان پرداخت. پژوهشگر با مرور ادبیات موجود، مقایسه‌ای بین کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی زنان انجام داده، سپس عوامل موفقیت در کارآفرینی اجتماعی زنان را بررسی کرده و چالش‌ها را نیز مورد بحث قرار داده است. دی اولیویرا راموس و همکاران (De Oliveira Ramos et al., 2023) در پژوهشی به بررسی اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی با مطالعه موردی ایالت پارایبا پرداختند. اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی مجموعه‌ای از استعدادها را با پتانسیل تحول‌آفرین گرد هم می‌آورد. با این حال، چالش‌های اصلی که با آن مواجه می‌شوند، فقدان سیاست‌ها و آموزش‌های عمومی است. روکو (Revko, 2023) در پژوهشی به بررسی نقش آموزش در توسعه اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی در لهستان و اوکراین همت گماشت. نتایج بیانگر آن بود که دانش‌آموزان در تمامی مقاطع تحصیلی باید دارای ذهنیت کارآفرینی باشند که پیش‌نیاز توسعه پایدار است. ریکت و همکاران (Ricket et al., 2023) چارچوبی برای توسعه روستایی اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی آپالاش اوهایو ارائه نمودند. مطالعه موردی بررسی شده، اهمیت سرمایه اجتماعی قهرمانان منطقه، دانشگاه به‌عنوان گردآورنده و مکانی برای همپوشانی اکوسیستم و رویکرد سرمایه‌های چندگانه برای بازسازی جامعه را نشان می‌دهد. اشتراکات شناسایی شده در میان موارد، نشان می‌دهد که موج چهارم توسعه اقتصادی به تلاقی سالم جامعه و توسعه اقتصادی بستگی دارد که نیاز به حفظ خدمات اکوسیستم واقعی را تشخیص دهد. چارچوب اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی مخصوصاً برای تسریع این تقاطع مناسب است. وانگ (Wang, 2022) در پژوهشی با عنوان به‌سوی رشد اقتصادی و ارزش‌آفرینی از طریق کارآفرینی اجتماعی: مدل‌سازی نقش میانجی نوآوری، دریافتند که کارآفرینی اجتماعی بر رشد اقتصادی و پایداری دولت تأثیر می‌گذارد. پاتاک و موکرگی (Pathak & Mukherjee, 2021) در پژوهشی تحت عنوان اکوسیستم کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی: مطالعات موردی صنایع دستی مبتنی بر جامعه، در منطقه کاج در گجرات، هند، نشان دادند که نقش کارآفرینان اجتماعی، شرکت‌های اجتماعی، شبکه‌های طراحی و مؤسسات آموزشی برای احیا و پایداری صنایع دستی به‌عنوان کالاهای اقتصادی که برای مقیاس‌پذیری طراحی شده‌اند، حیاتی است.

سحدری و همکاران (Sakhdari et al., 2023) در پژوهشی به ارائه مدل توسعه اکوسیستم کارآفرینی روستایی با تأکید بر اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستاهای هدف گردشگری استان خراسان رضوی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که توسعه این اکوسیستم نیازمند آمادگی در قالب پنج بُعد (جهت‌گیری استراتژیک و رهبری اثربخش، مکان‌یابی، پایش و مکانیزم‌های تکامل اکوسیستم، سیاست‌های تحریک تقاضا، سیاست‌های تحریک عرضه) و ۱۲ مؤلفه می‌باشد. جامه‌بزرگی و میگون‌پوری (Jame Bozorgi & Meigounpoory, 2023) در پژوهشی به بررسی فرهنگ اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی به‌عنوان پیشران توسعه کارآفرینی اجتماعی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها بیانگر آن است که فرهنگ اکوسیستم کارآفرینانه دانشگاهی می‌تواند به‌عنوان فضا و بستری برای توسعه کارآفرینی اجتماعی عمل نماید. همچنین ابعاد مختلف فرهنگ اکوسیستم، پیشران‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی تلقی می‌شوند. معتمدی‌نیا و همکاران (Motamedi Nia et al., 2022) در پژوهشی به طراحی الگوی رشد اکوسیستم کارآفرینی در بستر نظام آموزش عالی کشاورزی پرداختند. مطابق یافته‌ها، برای مؤلفه سیاست، پنج عامل تقویت بخش خصوصی، تعیین متولی برای اکوسیستم، حمایت از کارآفرینی مولد، توسعه متوازن کشور و سرمایه‌گذاری دولت در اکوسیستم شناسایی شدند. با توجه به پیشینه‌های بررسی شده، می‌توان گفت که نوآوری این پژوهش را باید در دو حوزه مورد بررسی قرار داد: نخست، نوآوری مفهومی این پژوهش، زیرا به لحاظ محتوایی در طراحی الگویی کلی و جامع برای اکوسیستم کارآفرینی

اجتماعی در شهر تهران تا امروز مسبوق به سابقه نبوده است. دومین بُعد نوآوری این پژوهش، پیشنهاد تشکیل شبکه از این نهاد است که تا به امروز پیشنهاد مشابه با این موضوع ارائه نشده است.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از رویکرد ترکیبی (کیفی و کمی) استفاده شد. در بخش کیفی، داده‌ها ابتدا از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش گردآوری شدند که به شناسایی ابعاد مختلف پدیده منجر گردید. سپس با استفاده از روش دلفی، شاخص‌ها و روابط میان آن‌ها نهایی و مدل مفهومی پژوهش تدوین شد. در مرحله اول (کیفی)، بر اساس داده‌های به‌دست آمده، ابزاری (مدل مفهومی) برای مرحله دوم طراحی شد. در بخش کمی، با استفاده از یافته‌های مرحله اول (مدل کیفی)، پرسشنامه‌ای برای مرحله دوم پژوهش تهیه گردید. پس از تأیید پایایی و روایی پرسشنامه (از طریق روایی صوری و تأیید خبرگان دلفی)، پرسشنامه در بین ۴۰۰ نفر از جامعه نمونه توزیع شد. داده‌های کمی گردآوری شده و امکان تعمیم‌پذیری یافته‌ها فراهم گردید. در مرحله اول، نمونه شامل ۱۵ نفر از اساتید و کارشناسان حوزه کارآفرینی بود که به‌روش گلوله برفی انتخاب شدند و برای اجرای روش دلفی از آن‌ها استفاده شد. در مرحله دوم (اعتبارسنجی)، با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ پرسشنامه به‌طور تصادفی در بین مراجعه‌کنندگان به سراهای محلات مناطق ۲۲ گانه شهر تهران توزیع شد.

در بخش روش دلفی فازی، ابتدا با مرور جامع مبانی نظری پژوهش و مشورت با افراد خبره، شاخص‌های مورد استفاده در پژوهش شناسایی شدند. پس از شناسایی معیارها، گروه تصمیم‌گیری متشکل از خبرگان مرتبط با موضوع پژوهش، شامل اساتید دانشگاه و کارشناسان تجربی یا مسئولان مراکز کارآفرینی، تشکیل شد. پرسشنامه‌ها به‌منظور ارزیابی مرتبط بودن شاخص‌های شناسایی شده با موضوع اصلی پژوهش و غربالگری آن‌ها ارسال گردید. در این پرسشنامه، از متغیرهای زبانی جدول (۱) برای بیان اهمیت هر معیار استفاده شد. در این پژوهش از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است. متغیرهای کلامی شامل: خیلی مهم (۱، ۱)، ۰/۷۵، مهم (۱، ۰/۷۵، ۰/۵)، متوسط مهم (۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)، بدون اهمیت (۰/۲۵، ۰/۵، ۰) و خیلی بدون اهمیت (۰، ۰، ۰/۲۵) می‌باشند. اعداد فازی مثلثی به‌شکل جدول (۱) در این پژوهش به‌کار رفته‌اند.

جدول ۱. متغیرهای کلامی فازی ۵ تایی

متغیر کلامی	علامت اختصاری	عدد فازی
خیلی مهم	VI	۱ ۱ ۰/۷۵
مهم	I	۱ ۰/۷۵ ۰/۵
متوسط مهم	MI	۰/۷۵ ۰/۵ ۰/۲۵
بدون اهمیت	U	۰/۵ ۰/۲۵ ۰
خیلی بدون اهمیت	VU	۰/۲۵ ۰ ۰

در بخش کمی پژوهش، از روش نقشه‌شناسی فازی (FCM) برای مدل‌سازی و تحلیل سیستم‌های پیچیده استفاده شد. نقشه‌های شناختی فازی که نخستین بار توسط کوسکو در سال ۱۹۸۶ معرفی شدند، روشی ترکیبی میان سیستم‌های فازی و شبکه‌های عصبی هستند. این روش، روابط علت و معلولی میان عناصر مختلف یک سیستم را با استفاده از منطق فازی مدل‌سازی می‌کند. هر عنصر به‌عنوان یک گره در نقشه نمایش داده شده و روابط میان آن‌ها به‌صورت یال‌های فازی با وزن‌های مختلف نشان داده می‌شوند. این وزن‌ها شدت و جهت روابط علی را بیان می‌کنند. برای ساخت نقشه‌شناسی فازی، ابتدا مفاهیم کلیدی مرتبط با مسئله شناسایی شده و سپس با استفاده از نظرات خبرگان و تحلیل‌های کیفی، وزن‌ها و روابط میان این مفاهیم مشخص می‌شوند. در نهایت، تأثیرات متقابل میان عناصر با استفاده از روش‌های محاسباتی فازی تحلیل و تفسیر می‌گردد. این روش امکان تحلیل سیستماتیک و دقیق‌تری از روابط پیچیده را فراهم می‌آورد (Ghasemi & Qabadian, 2015). به‌دلیل

موقعیت جغرافیایی مجریان، افراد مراجعه کننده به سراهای محلات مناطق ۲۲ گانه شهر تهران به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار (SPSS) و (Smart PLS) تحت تحلیل عاملی اکتشافی قرار گرفتند.

یافته‌ها

بخش کیفی

در این بخش، با استفاده از مرور جامع مبانی نظری پژوهش، شاخص‌های مورد استفاده در پژوهش شناسایی شدند. جدول (۲)، شاخص‌های استخراج شده از پیشینه پژوهش را به همراه ابعاد مربوطه و منابع هر یک نشان می‌دهد. همان گونه که در جدول (۲) مشاهده می‌شود، شاخص‌های استخراج شده در قالب ۱۰ بُعد اصلی شامل پایداری اجتماعی، پایداری فرهنگی، پایداری محیطی، پایداری مشارکتی، پایداری اقتصادی، پایداری مدیریت، مدیریت یکپارچه، تعاملات مدیریتی، کیفیت خدمات و پایداری جمعیتی دسته‌بندی شده‌اند. این ابعاد، مبانی اولیه مدل مفهومی پژوهش را تشکیل می‌دهند که در مراحل بعدی با استفاده از روش دلفی فازی، غربالگری و نهایی خواهند شد.

جدول ۲. شاخص‌های پژوهش استخراجی از پیشینه پژوهش

شاخص	بعد	نماد	سال	نویسنده
پایداری اجتماعی	کارایی اجتماعی	A1	۲۰۱۷	Roundy
	کارآفرینی تعالی محور جامعه	A2	۲۰۱۷	Roundy
	ایجاد حس رقابت	A3	۲۰۱۸	Escamilla-Fajardo et al.
پایداری فرهنگی	تعالی فرهنگ کارآفرینی	B1	۲۰۲۲	Wang
	برقراری همکاری فرهنگی برای توسعه کارآفرینی	B2	۲۰۲۲	Wang
	افزایش فهم و شناخت از فرهنگ کارآفرینی	B3	۲۰۱۹	Kabir
پایداری محیطی	ارتقای بسترهای کارآفرینی سازمانی	C1	۲۰۱۸	Muralidharan & Pathak
	ایجاد محیط مناسب برای کارآفرینی	C2	۲۰۱۸	Muralidharan & Pathak
	تغییر ساختار کاری درون سازمانی	C3	۲۰۱۵	Sharma
پایداری مشارکتی	ایجاد حس مشارکت سازمانی	D1	۲۰۱۸	Escamilla-Fajardo et al.
	مشارکت کارآفرینی بنیان	D2	۲۰۱۸	Escamilla-Fajardo et al.
	توسعه شناخت مشارکت بنیان در درون سازمان	D3	۲۰۱۵	Martin & Osberg
پایداری اقتصادی	پویاسازی اقتصاد کارآفرین محور سازمان	E1	۲۰۲۰	Kickul & Lyons
	پویاسازی ابزارهای اقتصادی	E2	۲۰۲۰	Kickul & Lyons
	اقتصاد کارآفرین محور کارکنان	E3	۲۰۲۰	Kickul & Lyons
پایداری مدیریت	مدیریت یکپارچه و جامع سازمان	F1	۲۰۱۷	De Bruin et al.
	تفہیم وظایف کارکنان به صورت مستمر	F2	۲۰۲۰	Pathak & Mukherjee
	تعامل پایدار مدیریت با کارکنان	F3	۲۰۱۵	Sharma
مدیریت یکپارچه	حفظ ساختار برد-برد مدیریت ارشد	G1	۲۰۲۳	Bhardwaj et al.
	تهیه منشور مدیریتی برای ادوار مختلف	G2	۲۰۱۷	Pandey et al.
	تثبیت مبانی و اصول مدیریت کلان سازمان	G3	۲۰۱۷	De Bruin et al.
تعاملات مدیریتی	تعامل مدیران تمامی پایه‌ها	H1	۲۰۱۵	Stephan et al.
	تعامل مدیریت ارشد با مدیران میانی و دون پایه	H2	۲۰۱۶	Kabbaj et al.
	برگزاری جلسات منظم برای تعامل پیوسته مدیران	H3	۲۰۲۰	Pathak & Mukherjee
			۲۰۱۵	Stephan et al.

جدول ۲. شاخص‌های پژوهش استخراجی از پیشینه پژوهش

شاخص	بعد	نماد	سال	نویسنده
ارتقای خدمات سازمانی		I1	۲۰۱۶	Rahdari et al.
کیفیت خدمات	تعالی خدمات انتقالی به مشتریان	I2	۲۰۲۰	Kickul & Lyons
	تلاش تمام جانبه برای رضایت مشتریان	I3	۲۰۱۶	Goyal et al.
توسعه برنامه‌های آموزشی برای جذب کارکنان جدید		J1	۲۰۱۹	Kabir
پایداری جمعیتی	جذب و حفظ کارکنان خلاق و کارآفرین	J2	۲۰۱۶	Kabbaj et al.
رویکردهای نوین حفظ کارکنان برجسته سازمان		J3	۲۰۱۵	Martin & Osberg

در این پژوهش، پس از شناسایی معیارها، گروه تصمیم‌گیری متشکل از خبرگان مرتبط با موضوع تشکیل شد. این گروه از اساتید دانشگاه، خبرگان تجربی و مسئولان مراکز حوزه کارآفرینی انتخاب گردید. سپس پرسشنامه‌هایی برای خبرگان ارسال شد تا با استفاده از متغیرهای زبانی، اهمیت هر یک از شاخص‌های شناسایی شده را ارزیابی کرده و شاخص‌های نامرتبط را غربال نمایند. نتایج نشان می‌دهد که تمامی شرکت‌کنندگان در این پژوهش، بیش از ۱۰ سال سابقه فعالیت در سازمان مربوطه داشته‌اند. همچنین، بیش از نیمی از آن‌ها دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند که نشان‌دهنده سطح علمی و تخصصی بالای مشارکت‌کنندگان است. تمامی پاسخ‌دهندگان نیز بالای ۳۵ سال سن داشتند و حدود ۶۰ درصد از آن‌ها را مردان تشکیل می‌دادند. جدول (۳) پاسخ‌های خبرگان را بر اساس متغیرهای کلامی فازی نمایش می‌دهد؛ به گونه‌ای که هر ستون نشان‌دهنده نظر یک خبره است. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌های دور سوم و انجام محاسبات لازم، توافق نظر بالایی میان خبرگان درباره معیارهای نهایی حاصل شد.

جدول ۳. نتایج اختلاف میانگین نظرات دور دوم و سوم خبرگان

میزان اختلاف	مقادیر دور سوم				مقادیر دور دوم				کدهای
	قطعی	میانگین فازی			قطعی	میانگین فازی			محوری
0.04	0.871	0.98	0.92	0.67	0.829	0.97	0.87	0.62	A1
0.01	0.721	0.88	0.75	0.50	0.708	0.88	0.73	0.48	A2
0.00	0.767	0.97	0.78	0.53	0.771	0.93	0.80	0.55	A3
-0.03	0.754	0.92	0.78	0.53	0.783	0.93	0.82	0.57	B1
-0.01	0.721	0.88	0.75	0.50	0.733	0.93	0.75	0.50	B2
-0.06	0.733	0.92	0.75	0.52	0.796	0.93	0.83	0.58	B3
0.10	0.842	0.97	0.88	0.63	0.738	0.90	0.77	0.52	C1
-0.03	0.742	0.90	0.77	0.53	0.775	0.95	0.80	0.55	C2
-0.09	0.738	0.93	0.75	0.52	0.829	0.97	0.87	0.62	C3
0.06	0.646	0.88	0.65	0.40	0.588	0.80	0.60	0.35	D1
0.11	0.554	0.75	0.57	0.33	0.442	0.63	0.43	0.27	D2
-0.01	0.663	0.90	0.67	0.42	0.675	0.83	0.70	0.47	D3
0.00	0.754	0.92	0.78	0.53	0.758	0.93	0.78	0.53	E1
0.10	0.888	1.00	0.93	0.68	0.783	0.98	0.80	0.55	E2
-0.09	0.704	0.85	0.73	0.50	0.792	0.92	0.83	0.58	E3
-0.09	0.583	0.73	0.60	0.40	0.671	0.82	0.70	0.47	F1
0.03	0.683	0.88	0.70	0.45	0.658	0.85	0.67	0.45	F2
-0.02	0.654	0.87	0.67	0.42	0.671	0.88	0.68	0.43	F3
0.15	0.617	0.82	0.63	0.38	0.463	0.65	0.47	0.27	G1
-0.01	0.663	0.85	0.68	0.43	0.671	0.88	0.68	0.43	G2
-0.01	0.650	0.85	0.67	0.42	0.663	0.90	0.67	0.42	G3
0.03	0.688	0.90	0.70	0.45	0.658	0.88	0.67	0.42	H1
0.05	0.667	0.87	0.68	0.43	0.621	0.83	0.63	0.38	H2
-0.04	0.629	0.87	0.63	0.38	0.667	0.87	0.68	0.43	H3
-0.05	0.733	0.92	0.75	0.52	0.788	0.95	0.82	0.57	I1
-0.02	0.750	0.90	0.78	0.53	0.767	0.92	0.80	0.55	I2
-0.02	0.717	0.87	0.75	0.50	0.738	0.90	0.77	0.52	I3
-0.05	0.613	0.82	0.62	0.40	0.663	0.83	0.68	0.45	J1
0.02	0.671	0.85	0.68	0.47	0.650	0.83	0.67	0.43	J2
0.02	0.667	0.87	0.68	0.43	0.650	0.90	0.65	0.40	J3

در این مرحله، با دریافت بازخورد از خبرگان و بر اساس درخواست آن‌ها، مواردی که امتیاز آن‌ها کمتر از ۰/۷ بود (مشخص شده با رنگ قرمز) از تمامی شاخص‌ها حذف و بقیه موارد به‌عنوان موارد نهایی انتخاب گردیدند. در نهایت، تعداد شاخص‌های پژوهش به ۱۵ مورد تقلیل یافت که در جدول (۴) قابل مشاهده است. بدین ترتیب، در بخش دلفی فازی و طبق نظر خبرگان، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های نهایی مورد تأیید قرار گرفتند.

جدول ۴. ابعاد، مؤلفه و شاخص‌های نهایی

ابعاد	مؤلفه	نماد	شاخص	نماد
پایداری اجتماعی	A		کارایی اجتماعی	A1
			کارآفرینی تعالی محور جامعه	A2
			ایجاد حس رقابت	A3
پایداری فرهنگی	B		تعالی فرهنگ کارآفرینی	B1
			برقراری همکاری فرهنگی برای توسعه کارآفرینی	B2
			افزایش فهم و شناخت از فرهنگ کارآفرینی	B3
اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی	C		همبستگی و همراهی افراد	C1
			ایجاد محیط مناسب برای کارآفرینی	C2
			تغییر ساختار کاری درون‌سازمانی	C3
پایداری اقتصادی	E		پویاسازی اقتصاد کارآفرین محور سازمان	E1
			پویاسازی ابزارهای اقتصادی	E2
			اقتصاد کارآفرین محور کارکنان	E3
کیفیت خدمات	I		ارتقای خدمات سازمانی	I1
			تعالی خدمات انتقالی به مشتریان	I2
			تلاش تمام جانبه برای رضایت مشتریان	I3

بخش کمی پژوهش

نقشه شناخت فازی

برای کسب نتایج نقشه شناخت فازی، ابتدا مؤلفه‌های نهایی شده در بخش دلفی فازی برای خبرگان ارسال شد. از خبرگان خواسته شد تا تمامی شاخص‌های استخراج شده در پژوهش را بر اساس متغیرهای کلامی جدول (۵)، اعمال نظر نمایند. ضمناً از خبرگان خواسته شد که برای مواردی که فاقد رابطه هستند، خانه‌ها را خالی بگذارند. همچنین برای روابط عکس، علامت «m» را در کنار متغیرهای کلامی قرار دهند. بدین ترتیب، پاسخ خبرگان به تفکیک دریافت شد. در نظرات خبرگان، تمامی نظرات مثبت بوده و رابطه مستقیم داشته‌اند. همچنین برخی متغیرها فاقد روابط بوده و خانه‌های مربوطه خالی گذاشته شده‌اند. حال بر اساس پاسخ‌ها، واژگان کلامی به اعداد فازی تبدیل شد و میانگین فازی برای آن‌ها محاسبه گردید (جداول ۶، ۷ و ۸).

جدول ۵. متغیرهای کلامی فازی ۹ تایی

متغیر کلامی	نماد	عدد فازی مثبت	نماد	عدد فازی منفی
بسیار زیاد	VVH	0.9, 1, 1	mVVH	-1, -1, -0.9
خیلی زیاد	VH	0.8, 0.9, 1	mVH	-1, -0.9, -0.8
زیاد	H	0.65, 0.8, 0.9	Mh	-0.9, -0.8, -0.65
نسبتاً زیاد	MH	0.5, 0.65, 0.8	mMH	-0.8, -0.65, -0.5
متوسط	M	0.35, 0.5, 0.65	Mm	-0.65, -0.5, -0.35
نسبتاً کم	ML	0.2, 0.35, 0.5	Mml	-0.5, -0.35, -0.2
کم	L	0.1, 0.2, 0.35	mL	-0.35, -0.2, -0.1
خیلی کم	VL	0, 0.1, 0.2	Mvl	-0.2, -0.1, 0
بسیار کم	VVL	0, 0, 0.1	Mvvl	-0.1, 0, 0,

جدول ۶. نتایج میانگین نظرات خبرگان (سمت چپ)

	I	E	C	B	A
A	0.79	0.35	0.80	0.61	0.00
B	0.76	0.22	0.50	0.00	0.59
C	0.81	0.22	0.00	0.50	0.55
E	0.87	0.00	0.80	0.73	0.80
I	0.00	0.65	0.59	0.55	0.65

جدول ۷. نتایج میانگین نظرات خبرگان (سمت وسط)

	I	E	C	B	A
A	0.91	0.50	0.90	0.75	0.00
B	0.86	0.37	0.65	0.00	0.73
C	0.93	0.37	0.00	0.65	0.68
E	0.98	0.00	0.90	0.82	0.90
I	0.00	0.80	0.74	0.70	0.80

جدول ۸. نتایج میانگین نظرات خبرگان (سمت راست)

	I	E	C	B	A
A	0.94	0.65	1.00	0.84	0.00
B	0.87	0.52	0.80	0.00	0.82
C	0.96	0.52	0.00	0.80	0.77
E	0.99	0.00	1.00	0.92	1.00
I	0.00	0.90	0.85	0.82	0.90

سپس بر اساس رابطه (۱)، فازی‌زدایی انجام شد. بدین منظور از روش میانگین فازی استفاده گردید. نتایج میانگین دی‌فازی نظرات خبرگان به‌مانند جدول (۹) می‌باشد. در ادامه، مجموع هر سطر برابر با توان تأثیرگذاری و مجموع هر ستون برابر با ظرفیت تأثیرپذیری متناظر با آن محاسبه شد. شاخص محوریت نیز شامل مجموع توان تأثیرگذاری و ظرفیت تأثیرپذیری است. به این ترتیب، هر چه شاخصی مجموع توان تأثیرگذاری و ظرفیت تأثیرپذیری بیشتری داشته باشد، آن را شاخص برتری یا محوریت می‌نامند. مقدار این شاخص نشان از میزان تعامل عامل مد نظر با سایر عوامل دارد. نتایج مربوط به توان تأثیرگذاری، ظرفیت تأثیرپذیری و شاخص محوریت مؤلفه‌های پژوهش در جدول (۱۰) ارائه شده است.

$$A_{crisp} = (a_l + 2a_m + a_u)/4$$

رابطه ۱:

جدول ۹. نتایج میانگین دی‌فازی نظرات خبرگان

I	E	C	B	A	
0.89	0.5	0.9	0.74	0	A
0.84	0.37	0.65	0	0.72	B
0.91	0.37	0	0.65	0.67	C
0.95	0	0.9	0.82	0.9	E
0	0.79	0.73	0.69	0.79	I

نتایج جدول (۱۰) نشان داد که متغیرهای با بالاترین توان تأثیرگذاری به‌ترتیب شامل: پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی، کیفیت خدمات، پایداری محیطی و پایداری فرهنگی می‌باشند. از سوی دیگر، متغیرهای با بالاترین ظرفیت تأثیرپذیری به‌ترتیب شامل: کیفیت خدمات، پایداری محیطی، پایداری اجتماعی، پایداری فرهنگی و پایداری اقتصادی هستند. در نهایت، متغیرهای با بالاترین شاخص محوریت به‌ترتیب عبارتند از: کیفیت خدمات، پایداری اجتماعی، پایداری محیطی، پایداری اقتصادی و پایداری فرهنگی.

جدول ۱۰. نتایج توان تأثیرگذاری، ظرفیت تأثیرپذیری و شاخص محوریت مؤلفه‌های پژوهش

شاخص محوریت	ظرفیت تأثیرپذیری	توان تأثیرگذاری	
6.11	3.08	3.03	پایداری اجتماعی
5.48	2.90	2.58	پایداری فرهنگی
5.78	3.18	2.60	پایداری محیطی
5.60	2.03	3.57	پایداری اقتصادی
6.59	3.59	3.00	کیفیت خدمات

مدل‌سازی معادلات ساختاری

در بخش کمی پژوهش، تعداد ۳۸۴ پرسشنامه تکمیل شده از میان نمونه جمع‌آوری شد. در گروه مورد بررسی از ۳۸۴ نفر، ۶۳/۳ درصد (۲۴۳ نفر) زن و ۳۶/۷ درصد (۱۴۱ نفر) مرد بودند. ۱۸/۵ درصد آزمودنی‌ها کمتر از ۳۰ سال، ۳۵/۷ درصد ۳۱ تا ۴۰ سال و ۱۵/۹ درصد ۵۱ سال و بیشتر سن داشتند. همچنین ۱۳/۸ درصد دیپلم، ۳۳/۹ درصد لیسانس، ۲۴/۷ درصد فوق‌لیسانس و ۶/۵ درصد دکترا بودند. در این پژوهش، برای بررسی توزیع داده‌ها از نظر نرمال یا غیرنرمال بودن متغیرهای مورد مطالعه، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف یک‌نمونه‌ای استفاده شد. در صورتی که سطح معناداری از ۰/۰۵ بیشتر باشد، متغیر نرمال محسوب می‌شود؛ در غیر این صورت، داده‌ها غیرنرمال هستند (جدول ۱۱). با توجه به جدول (۱۱)، تمامی متغیرها غیرنرمال می‌باشند.

جدول ۱۱. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی توزیع نرمال یا غیرنرمال داده‌ها

متغیرها	حجم نمونه	آماره آزمون	P-value
پایداری اجتماعی	۳۸۴	۰/۲۲۷	۰/۰۰۰
پایداری اقتصادی	۳۸۴	۰/۲۰۰	۰/۰۰۰
کیفیت خدمات	۳۸۴	۰/۲۱۲	۰/۰۰۰
پایداری محیطی	۳۸۴	۰/۱۹۸	۰/۰۰۰
پایداری فرهنگی	۳۸۴	۰/۳۴۱	۰/۰۰۰
اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی	۳۸۴	۰/۲۱۲	۰/۰۰۰

در این پژوهش، روایی صوری پرسش‌ها توسط گروهی از متخصصان مرتبط بررسی و تأیید شد و پایایی پرسش‌ها نیز از طریق انجام پیش‌آزمون و سپس با استفاده از آلفای کرونباخ، معیار پایایی ترکیبی (CR) و روایی همگرا (AVE) محاسبه گردید.

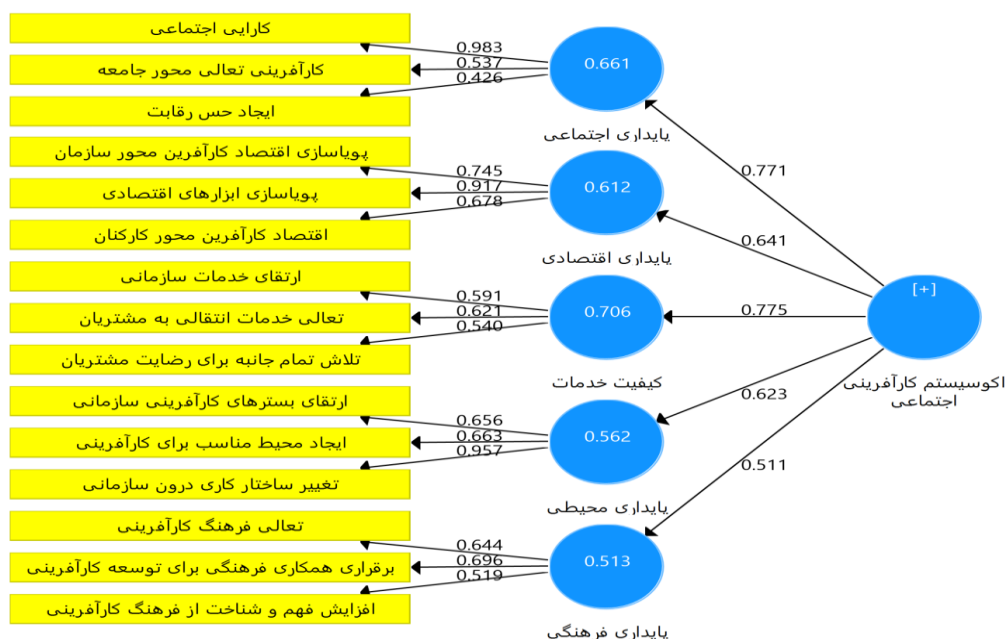
نتایج ارائه شده در جدول (۱۲) بیانگر آن است که آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پژوهش از ۰/۷ بیشتر است که نشان‌دهنده پایایی مناسب متغیرهای پژوهش می‌باشد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که ضرایب روایی همگرا (AVE) متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۵ است که حاکی از روایی همگرای مناسب متغیرهای پژوهش می‌باشد (جدول ۱۲).

جدول ۱۲. پایایی، روایی و میانگین واریانس استخراج شده متغیرهای پژوهش

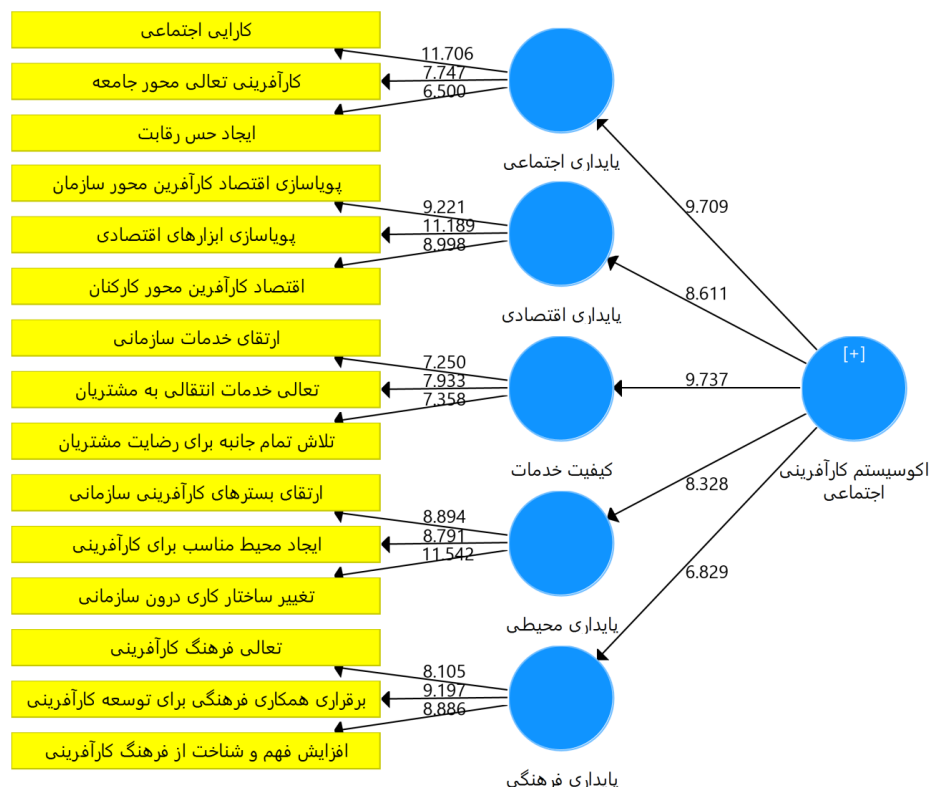
متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	مقدار میانگین واریانس استخراج شده
پایداری اجتماعی	۰/۷۶۶	۰/۷۶۸	۰/۶۲۲
پایداری اقتصادی	۰/۷۹۰	۰/۷۹۱	۰/۶۱۸
کیفیت خدمات	۰/۷۴۵	۰/۷۴۸	۰/۶۶۰
پایداری محیطی	۰/۸۰۶	۰/۸۱۰	۰/۶۲۹
پایداری فرهنگی	۰/۸۲۲	۰/۸۲۴	۰/۶۷۳
اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی	۰/۷۷۸	۰/۷۸۰	۰/۶۹۴
پایایی کل	۰/۹۷۱	۰/۹۷۱	-

اعتبارسنجی مدل با روش حداقل مربعات جزئی

شکل (۱)، خروجی دستور PLS الگوریتم را نشان می‌دهد. این دستور برای استخراج ضرایب بار خارجی و ضرایب مسیر استفاده می‌شود. همان‌طور که از شکل مشخص است، آیت‌های پژوهش دارای بار خارجی بالای ۰/۴ هستند و نیازی به حذف آیت نیست. شکل (۲)، مدل مفهومی پژوهش را همراه با مقادیر t-value نشان می‌دهد. اعداد بالای ۱/۹۶ نشان‌دهنده تأیید مدل و معناداری آن است. همچنین در این پژوهش، معیار (GOF) برای برازش مدل کلی برابر با ۰/۴۳ محاسبه شده است که نشان‌دهنده برازش قوی مدل می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی گویه‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که بار عاملی همه گویه‌ها از ۰/۴ بیشتر است. همچنین مقدار آماره t از ۱/۹۶ بیشتر است؛ بنابراین پرسشنامه دارای روایی مطلوب است و طبق آزمون (GOF) مدل از برازش قوی برخوردار می‌باشد.



شکل ۱: مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب مسیر و بارهای بیرونی



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش همراه با مقادیر t-value

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی در شهر تهران بود. یافته‌های بخش کیفی نشان داد که اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی از پنج زیرمؤلفه اصلی تشکیل شده است: پایداری اجتماعی، پایداری فرهنگی، پایداری محیطی، پایداری اقتصادی و کیفیت خدمات. نتایج حاکی از آن است که تحقق نیازهای اساسی جامعه، پایداری‌های اجتماعی، فرهنگی، محیطی، اقتصادی و خدمات از طریق اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی قابل‌دستیابی است. به عبارتی، زمانی می‌توان از تحقق هدف پس از اقدام به کارآفرینی اطمینان حاصل کرد که کارآفرین موفق به رفع نیاز جامعه هدف شده و رضایت، اعتماد و همکاری افراد آن جامعه را کسب کرده باشد. یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش‌های معتمدی‌نیا و همکاران (Motamedi Nia et al., 2022)، روکو (Revko, 2023) و دی اولیویرا راموس و همکاران (de Oliveira Ramos et al., 2023) همسویی و همخوانی دارد. همچنین نتایج تحلیل عاملی گویه‌های پرسشنامه نشان داد که بار عاملی همه گویه‌ها بالاتر از ۰/۴ و مقدار آماره t نیز بیشتر از ۱/۹۶ است؛ بنابراین پرسشنامه از روایی مطلوبی برخوردار بوده و مدل از برازش قوی برخوردار است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های سخدری و همکاران (Sakhdari et al., 2023)، میاه و همکاران (Miah et al., 2024) و ریکت و همکاران (Ricket et al., 2023) نیز هماهنگ است. به نظر می‌رسد ترتیبات و همکاری‌های مشارکتی به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان جریان حیاتی کارآفرینی اجتماعی درک می‌شوند. در مجموع می‌توان بیان داشت، کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است برخاسته از احساس مسئولیت اجتماعی که به حل مشکلات و رفع نیازهای اجتماعی می‌پردازد. در این نوع کارآفرینی، کارآفرین با بهره‌گیری از مفاهیم کارآفرینی، به سازماندهی، تولید و مدیریت سرمایه در جهت ایجاد تغییر و برآورده سازی تقاضا در جامعه اقدام می‌کند. اکوسیستم‌های کارآفرینی از طریق مکانیسم‌هایی مانند تنوع ارائه‌دهندگان منابع، زیرساخت‌های پشتیبانی، فرهنگ کارآفرینی و فرصت‌های یادگیری بر عملیات و اثربخشی کارآفرینان اجتماعی تأثیر می‌گذارند. به‌نوبه خود، کارآفرینان اجتماعی نیز با

تأثیرگذاری بر ناهمگونی شرکت کنندگان در اکوسیستم، به جلب توجه به اکوسیستم و افزایش جذابیت آن برای ذی‌نفعان کمک می‌کند. همچنین، فرهنگ اکوسیستم کارآفرینانه دانشگاهی می‌تواند به عنوان فضا و بستری برای توسعه کارآفرینی اجتماعی عمل نماید. ابعاد مختلف این فرهنگ، پیشران‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی تلقی می‌شوند: بُعد فردی با ایجاد انگیزه، اعتماد به نفس و شناسایی فرصت‌ها؛ بُعد سازمانی با همکاری تیمی، برنامه‌ریزی و رفتار شهروندی؛ بُعد آموزشی با کیفیت بخشی به آموزش و محتواسازی مناسب؛ بُعد کسب و کار با ریسک‌پذیری، خلاقیت و فرصت‌سازی؛ و بُعد پژوهشی با کیفیت بخشی به پژوهش فناورانه و خلق ارزش اجتماعی.

با توجه به نتایج این پژوهش، پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌شود: جذب و حفظ کارکنان خلاق و کارآفرین، به کارگیری رویکردهای نوین حفظ کارکنان برجسته سازمان، پذیرش مدیریت و همکاری با وی، مشارکت رضایت‌مندانه در مسئولیت‌های محوله، انتخاب رهبر کارآفرینی، تفهیم وظایف به ساکنان و برقراری اعتماد متقابل میان مدیر و ساکنان. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بعدی بر اساس نمونه‌های بزرگ‌تر و در صنایع و سازمان‌های مشابه در سایر کشورها نیز انجام شود. همچنین، این پژوهش به لحاظ عنوان و قلمرو پژوهشی خود در سطح کشور از ویژگی منحصر به فرد و پیشگام برخوردار است و می‌تواند زمینه مساعدی را برای تحقیقات آینده در زمینه توسعه اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی فراهم کند. در نهایت، می‌توان گفت که کارآفرینی اجتماعی با ایجاد تعادل میان ارزش‌آفرینی اقتصادی و اجتماعی، می‌تواند نقش کلیدی در توسعه پایدار جوامع شهری ایفا کند و الگوی ارائه شده در این پژوهش، چارچوبی عملیاتی برای تحقق این هدف در شهر تهران فراهم می‌آورد. در پایان باید یادآور شد که این پژوهش مانند هر پژوهش دیگری با محدودیت‌هایی مواجه بوده است: عدم آگاه‌سازی کافی در مخاطبان نسبت به اهمیت پژوهش در ساختار دانشگاه و جامعه، مقطعی بودن تحقیق که قابلیت تعمیم نتایج را محدود می‌سازد و عدم وجود تحقیقات مشابه در زمینه اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی به منظور مقایسه نتایج. استفاده از داده‌های مقطعی ما را در بهبود الگوی اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی یاری نمی‌دهد؛ لذا پیشنهاد می‌شود مطالعات طولی انجام گیرد تا دانش ما را در ارتباط با نسبت احتمالی میان علل و معلول افزایش دهد.

References

- Abubakre, M., Faik, I., & Mkansi, M. (2021). Digital entrepreneurship and indigenous value systems: An Ubuntu perspective. *Information Systems Journal*, 31(6), 838-862. <https://doi.org/10.1111/isj.12343>
- Aqiqi, M., Sharif Fard, A., & Heydari Heratmeh, M. (2021). *Investigating the impact of virtual space and new and electronic business on the organizational performance of the Social Security Organization*. Sixth International Interdisciplinary Research Conference in Management, Accounting and Economy in Iran, Tehran. [In Persian]
- Asadi, M., & Sohrabi, T. (2018). *The important role of education in the ecosystem of social entrepreneurship*. National Conference of Professional Research Minab in Psychology and Counseling with the Approach of New Achievements in Educational and Behavioral Sciences "From the Teacher's Point of View", Minab. <https://civilica.com/doc/1020319> [In Persian]
- Bansal, S., Garg, I., & Sharma, G. D. (2019). Social entrepreneurship as a path for social change and driver of sustainable development: A systematic review and research agenda. *Sustainability*, 11(4), 1091. <https://doi.org/10.3390/su11041091>
- Bhardwaj, R., Srivastava, S., Bindra, S., & Sangwan, S. (2023). An ecosystem view of social entrepreneurship through the perspective of systems thinking. *Systems Research and Behavioral Science*, 40(1), 250-265. <https://doi.org/10.1002/sres.2835>
- Borgeyy, Z., Saidi, P., & Samii, R. (2023). The entrepreneurial model of organization based on sustainable development and value-creating relationships. *Journal of Green Management*, 3(1), 76-94. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.28210050.1402.3.1.4.6> [In Persian]
- Bozhikin, I., Macke, J., & da Costa, L. F. (2019). The role of government and key non-state actors in social entrepreneurship: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 226, 730-747. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.076>

- Brambilla, N., dos Santos, S. A., & de Lima, E. P. (2021). Social entrepreneurship and innovation social: A systematic review publications in the last ten years. *Integrating Social Responsibility and Sustainable Development*, 525-539. https://doi.org/10.1007/978-3-030-59975-1_35
- Crupi, A., Liu, S., & Liu, W. (2022). The top-down pattern of social innovation and social entrepreneurship: Bricolage and agility in response to COVID-19: Cases from China. *R&D Management*, 52(2), 313-330. <https://doi.org/10.1111/RADM.12499>
- De Bruin, A., Shaw, E., & Lewis, K. V. (2017). The collaborative dynamic in social entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(7-8), 575-585. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1328902>
- De Oliveira Ramos, A., Vasconcelos, T. B., & de Oliveira, V. M. (2023). Social entrepreneurship ecosystem: The case of the state of Paraíba. *Contextus: Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 21(1), 1-22. <https://doi.org/10.19094/contextus.2023.81548>
- El Ebrashi, R. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188-209. <https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2011-0013>
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- Escamilla-Fajardo, P., Núñez-Pomar, J. M., & Prado-Gascó, V. (2018). Does the level of competition influence the relationship between entrepreneurial orientation and service quality? *Journal of Physical Education and Sport*, 18(3), 1306-1315. <https://doi.org/10.7752/jpes.2018.s3194>
- Ghasemi, A., & Ghobadian, M. (2015). Drawing and rating scenarios of the future of Iran's power industry utilizes the fuzzy cognitive map and scenario analysis. *Journal of Technology Development Management*, 3(1), 101-134. <https://dx.doi.org/10.22104/jtdm.2016.316> [In Persian]
- Goyal, S., Sergi, B. S., & Jaiswal, M. P. (2016). Understanding the challenges and strategic actions of social entrepreneurship at base of the pyramid. *Management Decision*, 54(2), 418-440. <https://dx.doi.org/10.1108/MD-11-2014-0662>
- 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>
- Ho, J. Y., & Yoon, S. (2022). Ambiguous roles of intermediaries in social entrepreneurship: The case of social innovation system in South Korea. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121324. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2021.121324>
- Jame Bozorgi, M. J., & Meigounpoory, M. R. (2023). Designing a model for developing a university entrepreneurial ecosystem with a cultural approach in Iran. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 54(2), 557-574. <https://dx.doi.org/10.22059/ijaedr.2023.349112.669181> [In Persian]
- Jayawarna, D., Jones, O., & Macpherson, A. (2020). Resourcing social enterprises: The role of socially oriented bootstrapping. *British Journal of Management*, 31(1), 56-79. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12334>
- Kabbaj, M., El Ouazzani Ech Hadi, K., Elamrani, J., & Lemtaoui, M. (2016). A study of the social entrepreneurship ecosystem: The case of Morocco. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21(4), 1650021. <https://doi.org/10.1142/S1084946716500217>
- Kabir, M. N. (2019). *Knowledge-based social entrepreneurship: Understanding knowledge economy, innovation, and the future of social entrepreneurship*. Springer. <https://link.springer.com/book/10.1057/978-1-137-34809-8>
- Kickul, J., & Lyons, T. S. (2020). *Understanding social entrepreneurship: The relentless pursuit of mission in an ever changing world* (3rd ed.). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203801925/understanding-social-entrepreneurship-jill-kickul-thomas-lyons>
- Marcu, C., Ciocoiu, C. N., & Paru, A. (2020). Digital economy development phase: Retrospective analysis on e-businesses across Europe. In *Proceedings of the International Management Conference*, 14 (1), 400-409. Bucharest, Romania. <https://doi.org/10.24818/IMC/2020/02.15>
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2015). *Getting beyond better: How social entrepreneurship works*. Harvard Business Review Press. <https://www.amazon.com/Getting-Beyond-Better-Social-Entrepreneurship/dp/1633690687>
- Miah, M. T., Lakner, Z., & Fekete-Farkas, M. (2024). Addressing poverty through social entrepreneurship for sustainable development: A comprehensive bibliometric analysis. *Administrative Sciences*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.3390/admsci14010016>

- Motamedi Nia, Z., Movahed Mohamadi, H., Rezvanfar, A., Alambeigi, A., & Mahdizadeh, H. (2022). Designing a model for entrepreneurial ecosystem growth in the context of agricultural higher education system. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 9(18), 8-21. <http://dx.doi.org/10.52547/jea.9.18.8> [In Persian]
- Mozafari, M. M., & Sadeghpour, M. (2016). *The role of the entrepreneurial ecosystem in identifying opportunities and expanding social entrepreneurship*. International Research Conference on New Technologies in Management, Economics and the Ability of the Tourism Industry in Development, Mashhad. <https://civilica.com/doc/699366> [In Persian]
- Muralidharan, E., & Pathak, S. (2018). Sustainability, transformational leadership, and social entrepreneurship. *Sustainability*, 10(2), 567. <https://doi.org/10.3390/su10020567>
- Nair, A. (2023). *Examining the opportunities and challenges of women's social entrepreneur ecosystems*. In Handbook of Research on Social Entrepreneurship and Solidarity Economics, 1665-1690. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2097-0.ch018>
- Pandey, S., Lall, S., Pandey, S. K., & Ahlawat, S. (2017). The appeal of social accelerators: What do social entrepreneurs value? *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(1), 88-109. <https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1299035>
- Pathak, S., & Mukherjee, S. (2021). Entrepreneurial ecosystem and social entrepreneurship: Case studies of community-based craft from Kutch, India. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 15(3), 350-374. <https://doi.org/10.1108/JEC-06-2020-0112>
- Rahdari, A., Sepasi, S., & Moradi, M. (2016). Achieving sustainability through Schumpeterian social entrepreneurship: The role of social enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 137, 347-360. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.159>
- Rastgar, A., Golshahi, B., & Dorostkar Ahmadi, N. (2018). Investigating effective factors on empowerment of street and working children: The role of social capital and social entrepreneurship. *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 12(4), 57-78. <https://dx.doi.org/10.22055/qjsd.2018.13680> [In Persian]
- Revko, H. (2023). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 102, 117-140.
- Ricket, A. L., Knutsen, F. B., Jolley, G. J., & Davis, S. C. (2023). Appalachian social entrepreneurship ecosystem: A framework for rural development. *Community Development*, 54(3), 315-336. <https://dx.doi.org/10.1080/15575330.2022.2155676>
- Roundy, P. T. (2017). Social entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems: Complementary or disjoint phenomena? *International Journal of Social Economics*, 44(9), 1252-1267. <https://doi.org/10.1108/IJSE-02-2016-0045>
- Sakhdari, J., Shahriari, M., & Yadollahi Farsi, J. (2023). Designing a model for the development of rural entrepreneurship ecosystem with emphasis on ecotourism resorts in tourist villages of Khorasan Razavi Province. *Journal of Industry & University*, 11(21), 169-194. <https://dx.doi.org/10.52547/journalitor.36239.11.21.169> [In Persian]
- Sanagoo Motlagh, N., Mousa Khani, M., Sakhdari, K., & Rahmani, H. (2021). Identifying the components of entrepreneurship ecosystem: A study of national, international and policies of Payam Special Economic Zone. *Iranian Journal of Public Policy in Management*, 12(41), 1-25. [In Persian]
- Sharma, V. (2015). *Identifying constraints in social entrepreneurship ecosystem of India: A developing country context*. SSRN Electronic Journal. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2729720>
- Stam, E., & Spigel, B. (2016). *Entrepreneurial ecosystems*. Discussion Paper Series, 16-13. Utrecht University. www.uu.nl/organisatie/utrecht-university-school-of-economics-use/onderzoek/publicaties/discussion-papers/2016
- Stephan, U., Uhlaner, L. M., & Stride, C. (2015). Institutions and social entrepreneurship: The role of institutional voids, institutional support, and institutional configurations. *Journal of International Business Studies*, 46(3), 308-331. <http://dx.doi.org/10.1057/jibs.2014.38>
- Wang, W. (2022). Toward economic growth and value creation through social entrepreneurship: Modelling the mediating role of innovation. *Frontiers in Psychology*, 13, 914700. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.914700>
- Yahchouchy, G., & Dzenopoljac, V. (2022). Entrepreneurship and social entrepreneurship: A trend or a real factor for a prosperous future? *Entrepreneurship and Social Entrepreneurship in the MENA Region*, Advances in Research, 49-74. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-88447-5_3