

واکاوی نقش اخلاق کاری اسلامی بر قصد کارآفرینی اجتماعی با لحاظ نقش میانجی مثبت

اندیشی

مسلم سلیمان پور

استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

نویسنده مسئول ایمیل: m.soleymanpor@pnu.ac.ir (۰۹۱۴۸۷۸۸۷۹۸)

مهدیه سرحدی

مربی، گروه روانشناسی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

رضا نوروزی اجیرلو

استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده:

کارآفرینی اجتماعی یک موضوع تحقیقاتی در حال رشد است که اخیراً مورد توجه بسیاری قرار گرفته است. تفکر مثبت کارآفرینان اجتماعی را قادر می‌سازد تا تمرکز بلندمدت و هدف‌محور را روی پرداختن به مسائل اجتماعی حفظ کنند که بایستی توأم با رعایت مسیر اخلاقی گردد تا به توسعه جوامع منجر شود. این مطالعه به بررسی تاثیر اخلاق کاری اسلامی و مثبت اندیشی بر قصد کارآفرینی اجتماعی افراد می‌پردازد. در این پژوهش که به‌عنوان پژوهش‌های کاربردی و توصیفی از نوع همبستگی طبقه‌بندی شده است از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید. جامعه پژوهش مشتمل بر مدیران و کارشناسان حوزه کارآفرینی اجتماعی شهرداری تبریز بودند که تعداد ۱۰۰ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار SPSS23 و شیوه مدل‌سازی معادلات ساختاری (نرم‌افزار PLS SMART) انجام شد و نتایج برای آزمون مدل و بررسی فرضیه‌ها مورد استفاده قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد ارتباط مستقیم و معناداری بین مؤلفه‌های اخلاق کاری اسلامی با قصد کارآفرینی اجتماعی در ابعاد در سطح معناداری ۰/۰۰۱ وجود دارد ($B=0/402$). همچنین تأثیر مثبت متغیر میانجی مثبت اندیشی بر قصد کارآفرینی اجتماعی ($B=0/527$) قابل توجه و اثر قوی‌تر داشته است. اخلاق کاری اسلامی نشان می‌دهد که ابزار قوی برای تقویت مثبت اندیشی است ($B=0/781$). این مطالعه بر اهمیت پیاده‌سازی اخلاق کاری اسلامی و رویکرد مثبت اندیشی برای تضمین نوآوری، تعامل اجرایی، پایداری، مدیریت ریسک و همچنین اقدام پیشگیرانه تاکید دارد.

کلمات کلیدی: اخلاق کاری اسلامی، کارآفرینی اجتماعی، مثبت اندیشی، قصد کارآفرینی

مقدمه:

کارآفرینی اجتماعی^۱ شامل فعالیت‌های تجاری است که ترکیبی از «اجتماعی» و «کارآفرینی» است. بنابراین، کارآفرینی اجتماعی شاخه‌ای از تحقیقات کارآفرینی در نظر گرفته می‌شود. کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی واسطه‌ای در نظر گرفته می‌شود که در فعالیت‌های عمومی، خصوصی و داوطلبانه عمل می‌کند. کارآفرینی اجتماعی نقش مهمی در پرداختن به مشکلات اجتماعی حیاتی از طریق راه‌حل‌های سریع و نوآورانه، پیوند دادن ایده‌ها به محصولات و خدمات و آغاز سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی دارد (هافل^۲ و همکاران، ۲۰۲۰: ۲). کارآفرینی اجتماعی را می‌توان به‌عنوان «فعالیت ارزش‌آفرین اجتماعی نوآورانه‌ای که می‌تواند در داخل، یا در سراسر بخش‌های غیرانتفاعی، تجاری یا دولتی رخ دهد» در نظر گرفت (آستین، استیونسون و وی-اسکیلرن^۳، ۲۰۰۶: ۲) و اینکه کارآفرینی اجتماعی یک زمینه به‌سرعت در حال تحول است که هدف آن برآورده کردن نیازهای جامعه است (اوربان و کوچینگا^۴، ۲۰۱۷: ۶۳۸). مفهوم کارآفرینی اجتماعی به ایجاد ارزش اجتماعی به‌عنوان هدف اصلی فعالیت‌های کارآفرینانه گرایش دارد، درحالی‌که ایجاد ارزش اقتصادی شرط لازم در نظر گرفته می‌شود (سابی و همکاران^۵، ۲۰۱۹: ۱۶۲). بنابراین، قصد کارآفرینی اجتماعی را می‌توان به‌عنوان یک رفتار روان‌شناختی در نظر گرفت که فرد را تشویق به کسب دانش، کشف ایده‌های جدید و اجرای ایده‌ها و استراتژی‌های کارآفرینی اجتماعی برای اداره یک شرکت اجتماعی می‌کند. (تان^۶ و همکاران، ۲۰۲۰: ۳). بسیاری از مشکلات جامعه ماهیت اجتماعی دارند و از این رو حل آن‌ها نیازمند راه‌حل‌های اجتماعی بدیع است. از این منظر، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به حل مشکلات جامعه به‌ویژه فقر و نابرابری کمک کند. (شریفی و پیش‌بین، ۱۳۹۴: ۷۷).

اخلاق به‌طور گسترده به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده مهم در شکل‌گیری قصد کارآفرینی اجتماعی به دلیل ارتباط قوی با رفتار اجتماعی، عاملیت اخلاقی و انگیزه اجتماعی-اخلاقی در نظر گرفته می‌شود (چوی^۷ و همکاران، ۲۰۲۴: ۱۶۱). از طرفی مثبت اندیشی تأثیر قابل‌توجهی بر توسعه ذهنیت کارآفرینی دارد که برای کارآفرینی اجتماعی موفق بسیار مهم است. تحقیقات نشان می‌دهد که افرادی که دیدگاه مثبت و خوش‌بینانه‌تری دارند، احتمال بیشتری دارد که فرصت‌های جدید را شناسایی و دنبال کنند (ام‌کا و سلما^۸، ۲۰۲۲: ۸۵)، سطوح بالاتری از خلاقیت و نوآوری را نشان دهند (شفران و اوزدمیرچی^۹، ۲۰۲۰: ۳۰)، در مواجهه با چالش‌ها انعطاف‌پذیری بیشتری از خود نشان می‌دهند (ام‌کا و سلما، ۲۰۲۲: ۸۶). اخلاق کاری اسلامی بر کارمندان تأثیر می‌گذارد و باعث می‌شود آن‌ها در محل کار عملکرد مناسبی داشته باشند (قاسم و همکاران، ۲۰۲۲: ۹). با افزایش اهمیتی که به اخلاق در زندگی روزمره داده می‌شود و با کاوش در جنبه‌های اخلاقی شیوه‌های تجاری، اخلاق کار به یک حوزه موضوعی برای سازمان‌ها و عموم مردم تبدیل شده است.

1 Social Entrepreneur

2 Haefele

3 Austin, Stevenson, Wei-Skillern

4 Urban & Kujinga

5 Saebi

6 Tan

7 Choi

8 Mk & Selma

9 Safran & Ozdemirci

مطالعات متعددی رابطه مثبتی بین اخلاق بالا (یعنی قضاوت اخلاقی یا تعهد اخلاقی) و انگیزه کارآفرینی اجتماعی پیدا کرده‌اند. به عقیده می‌یر و نوبا^۱(۲۰۰۶) در مطالعه‌شان با عنوان "کارآفرینی اجتماعی: چگونه قصد ایجاد یک سرمایه‌گذاری اجتماعی شکل می‌گیرد." دریافته‌اند که کارآفرینان اجتماعی را می‌توان از طریق سطح قضاوت اخلاقی آن‌ها از کارآفرینان تجاری متمایز کرد. قضاوت اخلاقی به‌عنوان «فرایند شناختی که فرد را برای کمک به دیگران در جستجوی یک خیر مشترک برمی‌انگیزد» تعریف می‌شود (می‌یر و نوبا^۲، ۲۰۰۶، ۱۲۹). همان محققان پیشنهاد کردند که قضاوت اخلاقی نمود هنجارهای اجتماعی است که قصد کارآفرینی اجتماعی را بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده شکل می‌دهد. با این حال، تأثیر اخلاق و مثبت اندیشی بر قصد کارآفرینی اجتماعی به‌طور کامل در تحقیقات میدانی مورد بررسی قرار نگرفته است این شکاف در تحقیقات موجود ممکن است با درک پویایی بین بعد اخلاقی کارآفرینان اجتماعی و سایر عوامل تعیین‌کننده قصد کارآفرینی اجتماعی از سوی محققان توضیح داده شود. یکی از عوامل تعیین‌کننده مهم قصد کارآفرینی اجتماعی می‌تواند مثبت بودن باشد، که به‌عنوان یک سازه تحقیقی برای تعهد اخلاقی کارآفرینان اجتماعی پیشنهاد می‌شود (هوکر^۳، ۲۰۱۵: ۱۵). همچنین تفکر مثبت کارآفرینان اجتماعی را قادر می‌سازد تا تمرکز بلندمدت و هدف‌محور را روی پرداختن به مسائل اجتماعی حفظ کنند که بایستی توأم با رعایت مسیر اخلاقی گردد تا به توسعه جوامع منجر شود. دو هدف اصلی مطالعه حاضر وجود دارد. هدف اول شناسایی و درک اثرات اخلاق کاری اسلامی و مثبت اندیشی بر قصد کارآفرینی اجتماعی کارکنان شهرداری تبریز است. هدف دوم، بررسی اثر میانجی مثبت‌گرایی به‌عنوان سرمایه روان‌شناختی مثبت شخصی بر رابطه بین اخلاق و قصد کارآفرینی اجتماعی است.

ادبیات پژوهش:

شومپتر معتقد است که کارآفرینی روشی است برای انجام کسب‌وکار، رویکردی پیشگیرانه برای تمرکز بر مشتری و پذیرش ریسک‌های حساب‌شده و کارآفرین کسی است که از فرصت‌های ارائه‌شده به‌خوبی استفاده می‌کند و می‌تواند با ایجاد برخی تغییرات، کار جدیدی خلق کند. از این رو، کارآفرینی یک فعالیت جدید و نوآورانه نیست، اما نادر است. در شرایط به‌سرعت در حال تغییر، ما به رفتار کارآفرینانه در همه بخش‌ها نیاز داریم (ظهیری و تورانی، ۱۳۸۴: ۱). در تعاریف کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی تفاوت‌های مشترک و درعین حال متفاوتی وجود دارد. در تحلیل تعاریف هم از کارآفرینی و هم تعریفی که با پیشوند اجتماعی مشخص می‌شود، ویژگی مشترک شامل نوآوری، فداکاری، فرصت‌جویی، تعهد و ابتکار است. این ویژگیها برای همه انواع فعالیت‌های کارآفرینی اجرا می‌شود. با این حال، اگر هدف اصلی کارآفرینی بر ایجاد تأثیر اجتماعی بیشتر متمرکز باشد، باید ایجاد ارزش اجتماعی، مسئولیت‌پذیری، هوشیاری اجتماعی، عوامل تغییر، مشارکت جامعه و چشم‌اندازی برای دیدن آینده بهتر باشد (آموفاه^۳، ۲۰۲۱: ۱۵۶).

کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان یک رویکرد اخلاقی برای حل مشکلات اجتماعی توصیفی (بدی و ویجی^۴، ۲۰۱۶: ۲) و در نتیجه با به کارگیری استراتژی‌های کارآفرینی راه‌حلی پایدار برای مشکلات اجتماعی ارائه می‌دهند. کارآفرینی اجتماعی به شکل جدیدی از

¹Mair & Noboa

² Hockerts

³ Amofah

⁴ Bedi & Vijj

ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی اشاره دارد (اندرسون و جک^۱، ۲۰۰۲:۲). اگرچه توصیفات و توضیحات زیادی وجود دارد، کارآفرینی اجتماعی به‌طور کلی به‌عنوان «فرآیندی که با شکل‌گیری ایده‌های اجتماعی، شناسایی فرصت‌ها و راه‌حل‌ها برای توسعه اجتماعی پایدار آغاز می‌شود» تعریف می‌شود (سلام‌زاده، عظیمی و کربی^۲، ۲۰۱۳:۲۳). مفهوم قصد کارآفرینی اجتماعی توسط می‌یر و نوبا (۲۰۰۶: ۱۲۱) و بر اساس نظریه برنامه‌ریزی‌شده و مدل رویداد کارآفرینی پیشنهاد شد. قصد کارآفرینی اجتماعی را می‌توان به‌عنوان یک رفتار روان‌شناختی در نظر گرفت که فرد را تشویق به کسب دانش، کشف ایده‌های جدید و اجرای ایده‌ها و استراتژی‌های کارآفرینی اجتماعی برای اداره یک شرکت اجتماعی می‌کند (تان و همکاران، ۲۰۲۰: ۲).

اخلاق عبارت است از رعایت اصل معنوی و ارزش‌هایی که مستقیماً به باورهای فرد درباره آنچه درست یا غلط است مربوط می‌شود. (بهاری فرد و همکاران، ۲۰۱۳:۲۶). از سوی دیگر، اخلاق را مجموعه‌ای از صفات درونی و روحی انسان تعریف کرده‌اند که برای اعمال و رفتار خلیات درونی انسان پدید می‌آید. اخلاق مهم‌ترین مسائل دینی است و به تعبیری هدف اصلی پیامبران الهی را تشکیل می‌دهد، زیرا بدون اخلاق نه دین برای مردم معنا دارد و نه دنیای آن‌ها آن را سامان می‌دهد (دشتی، ۱۳۸۶: ۱۶). اخلاق کار در اسلام به مجموعه‌ای از ارزش‌های یک نظام اعتقادی مبتنی بر قرآن و سنت در رابطه با مفهوم کار اطلاق می‌شود. ظاهراً فرهنگ کار اسلامی با ابعاد مختلف زندگی اعم از اجتماعی، سیاسی و اقتصادی روابط چندبعدی دارد و مبتنی بر قرآن و سنت است و ایجاب می‌کند که بین فرد و جامعه تعادل وجود داشته باشد (احمد و همکاران، ۲۰۱۶: ۳۹۷). اخلاق کار اسلامی به مجموعه‌ای از اصول اخلاقی برگرفته از آموزه‌های اسلامی اطلاق می‌شود که افراد را در زندگی کاری خود راهنمایی می‌کند. ارزش‌هایی مانند صداقت، درستکاری، سخت‌کوشی، انصاف و احترام به دیگران را در برمی‌گیرد. اخلاق کار اسلامی بر اهمیت انجام مسئولیت‌های کاری، جستجوی برتری در تلاش‌ها و رفتار اخلاقی در محیط کار تأکید دارد. این چارچوب اخلاقی ریشه در باورهای اسلامی دارد و به‌عنوان راهنمای مسلمانان در رفتار حرفه‌ای و تعامل با همکاران، مافوق و زیردستان عمل می‌کند (آمالیسیتا^۳، ۲۰۲۳: ۸۳).

کارآفرینی اجتماعی یک زمینه فزاینده مهم است که اصول کسب‌وکار را با هدف ایجاد ارزش اجتماعی و پرداختن به مسائل اجتماعی ترکیب می‌کند. ملاحظات اخلاقی در کارآفرینی اجتماعی نقش اساسی دارند، زیرا هدف کارآفرینان اجتماعی ایجاد تغییرات مثبت در عین پایبندی به اصول اخلاقی است و تعهدات اخلاقی شخصی و باورهای معنوی آن‌ها می‌تواند آن‌ها را به تشکیل شرکت‌های اجتماعی بر اساس این ارزش‌ها سوق دهد. (هلفاریو^۴، ۲۰۲۳: ۳۱۴).

تفکر مثبت راهبردی است که افراد را قادر می‌سازد تا راه‌حل‌هایی ایجاد کنند و توانایی، اعتماد به نفس و انعطاف‌پذیری خود را در مدیریت عوامل استرس‌زا افزایش دهند (آیووا و وی دیانا^۵، ۲۰۲۲: ۱۴۰). مثبت‌اندیشی به افراد کمک می‌کند تا راه‌حل‌های جدیدی را جستجو و کشف کنند که نتایج مثبتی مانند موفقیت‌های شخصی یا ارزش‌های اجتماعی را به دنبال دارد (فردریکسون^۶، ۲۰۰۱: ۴).

1 Anderson & Jack

2 Salamzadeh, Azimi & Kirby

3 Amaliasita

4 Helfario

5 Aulia & Widiana

6 Cohn and Fredrickson

کارآفرینی اجتماعی در شهرداری‌ها به تلاش افراد یا سازمان‌ها برای ایجاد راه‌حل‌های نوآورانه برای مشکلات اجتماعی و ایجاد تغییرات مثبت در جوامع خود از قبیل شناسایی نیازهای محلی مانند فقر، بیکاری، عدم دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی یا آموزش، مسائل زیست‌محیطی و غیره اشاره کرد (استرادا آلول و ولیجو^۱، ۲۰۱۸: ۷۰). در این مورد کارآفرینان اجتماعی از خلاقیت و منابع خود برای توسعه رویکردهای جدید برای رسیدگی به این چالش‌های محلی استفاده می‌کنند که می‌تواند شامل راه‌اندازی برنامه‌ها، خدمات یا شرکت‌های جدیدی باشد که ارزش اجتماعی ایجاد می‌کنند (لوز رودریگز^۲، ۲۰۲۳). همکاری و مشارکت که کارآفرینان اجتماعی در شهرداری‌ها اغلب از نزدیک با ذینفعان جامعه، سازمان‌های غیرانتفاعی، مشاغل و سایر سازمان‌های دولتی همکاری و مشارکت می‌کنند تا منابع و تخصص را در مقابله با مشکلات پیچیده اجتماعی بکار گیرند (کاظمی و همکاران، ۲۰۱۶). هدف کارآفرینی اجتماعی شهرداری ایجاد تغییرات پایدار و سیستماتیک است که کیفیت زندگی و نتایج اجتماعی را برای ساکنان به شیوه‌ای پایدار بهبود می‌بخشد (استرادا آلول و ولیجو، ۲۰۱۸). کارآفرینان اجتماعی مؤثر می‌توانند منجر به توانمندسازی جوامع شوند تا در شناسایی مسائل و طراحی راه‌حل‌ها مشارکت فعال داشته باشند و حس مالکیت و عاملیت را تقویت کنند (موترو فرو^۳، ۲۰۲۴: ۱۰۰).

پیشینه پژوهش

تحقیقات نشان داده است که اخلاق کاری اسلامی می‌تواند انگیزه درونی کارکنان را افزایش دهد، که محرک اصلی تفکر مثبت و انعطاف‌پذیری است. افراد با انگیزه درونی تمایل دارند رویکردی خوش‌بینانه و خود راهبرتر به کار خود داشته باشند (شکیب^۴ و همکاران، ۲۰۲۲: ۱۲۱). علاوه بر این، نتایج جستجو نشان می‌دهد که اخلاق کاری اسلامی می‌تواند عملکرد خدمات عمومی را با افزایش سرمایه انسانی بهبود بخشد. کارکنان با سرمایه انسانی قوی، از جمله مهارت‌های شناختی و عاطفی مثبت، احتمال بیشتری دارد که تفکر مثبت از خود نشان دهند (بوسنا^۵، ۲۰۲۳: ۴۸۶). مطالعه دیگری نشان داد که اخلاق کاری اسلامی به‌طور مثبت بر هویت‌سازمانی و رفتار طرفدار اجتماع تأثیر می‌گذارد، به‌طوری‌که هویت‌سازمانی به‌عنوان میانجی و تعدیل‌کننده این رابطه عمل می‌کند. رفتار طرفدار اجتماع و شناسایی سازمانی هر دو با یک ذهنیت مثبت و خوش‌بینانه همراه هستند (آخمادی^۶ و همکاران، ۲۰۲۳: ۱۱). هینز، استریت و هاینز^۷ (۲۰۰۸) در مقاله‌ای با عنوان "تأثیر اهمیت درک شده یک موضوع اخلاقی بر قضاوت اخلاقی، تعهد اخلاقی و قصد اخلاقی." پی بردند تعهد اخلاقی به‌عنوان «ساخت حالت درونی شخصی که به میزان احساس مسئولیت در انجام رفتار (یا عدم انجام) اخلاقی (یا غیراخلاقی) در هنگام مواجهه با یک موقعیت اخلاقی مربوط می‌شود» (هینز، استریت و هاینز، ۲۰۰۸، ۳۹۰).

1 Estrada Alava, J., & Rivera Vallejo

2 Luz Rodríguez

3 Montero Ferreira

4 Saqib

5 Busenan

6 Akhmadi

7 Haines, Street, and Haines

مثبت اندیشی می‌تواند رفتار فردی را تغییر دهد و افراد را قادر می‌سازد بر مشکلات خود غلبه کنند. پذیرش یک طرز فکر مثبت، اعتماد به نفس و انگیزه افراد را برای پیگیری فعالانه راه‌حل‌های قابل‌اجرا افزایش می‌دهد. این به آن‌ها قدرت می‌دهد تا اقدامات قاطعی را در رسیدگی به مسائل انجام دهند و در عین حال توانایی خود را برای رویارویی با موانع و غلبه بر چالش‌های مهم‌تر با انعطاف‌پذیری تقویت کنند (سود و ناایما، ۲۰۲۳: ۵۶۶).

مله^۲ و همکاران (۲۰۲۱) استدلال می‌کنند که تفکر مثبت شامل تغییر افکار منفی و اتخاذ دیدگاه‌های خوش‌بینانه و منطقی است که با واقعیت همسو هستند. افراد می‌توانند آزادانه افکار و احساسات خود را در موقعیت‌های مختلف بیان کنند و بر چالش‌ها و فشارهای روانی غلبه کنند. باین‌حال، مهم است که به یاد داشته باشید که تفکر مثبت همیشه نمی‌تواند مشکلات را بلافاصله حل کند. گاهی اوقات، موضوع مورد نظر نیاز به رسیدگی پیچیده‌تر یا کمک دیگران دارد.

میلر^۳ و همکاران (۲۰۱۲)، در مقاله‌ای با عنوان " تربیت ذهن قلب‌های دلسوز: مقایسه دیدگاه پزشکان و مربیان در مورد اهمیت شایستگی‌های کارآفرینی اجتماعی " دریافتند که مدیران سازمان‌های انتفاعی، غیرانتفاعی و ترکیبی، خوش‌بینی را به‌عنوان یکی از حیاتی‌ترین شایستگی‌های کارآفرینان اجتماعی رتبه‌بندی کردند. با توجه به مدل شکل‌گیری قصد کارآفرینی اجتماعی، مثبت بودن، همراه با حمایت اجتماعی، ارتقا می‌یابد.

اوسیر و کنگو^۴ (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان «پیش‌بینی کننده‌های مقاصد کارآفرینی و مقاصد کارآفرینی اجتماعی: نگاهی به شخصیت فعال، خودکارآمدی و خلاقیت» پی بردند برای بررسی پیش‌بینی کننده‌های قصد کارآفرینی و قصد کارآفرینی اجتماعی، تنها شخصیت فعال به‌طور معناداری قصد کارآفرینی اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند.

حسین و عاشق^۵ (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با موضوع " آیا جهت‌گیری رهبری و شخصیت فعال بر قصد کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارد؟ " دریافتند که هر دو سبک رهبری وظیفه‌گرا و رابطه‌گرا و شخصیت فعال تأثیر مثبت معناداری بر قصد کارآفرینی اجتماعی دارد. بنتو^۶ و همکاران (۲۰۱۸) معتقدند در شهرداری، از جنبه مأموریت اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در پرداختن به چالش‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی محلی ایفا کند.

هلفاریو (۲۰۲۳) در پژوهشی در کشور اندونزی با عنوان "تحلیل چالش‌های کارآفرینی اجتماعی و اخلاق کسب و کار با روش SWOT" دریافت که اخلاق کاری در سازمان‌های کارآفرینی اجتماعی جزو چالش‌ها محسوب می‌شود.

با توجه به مرور ادبیات پژوهش و تحقیقات انجام شده شکل ۱ به عنوان چارچوبی برای نمایش دادن ارتباطات میان متغیرها ارائه شد:

1 M. Suud, F & Na'imah

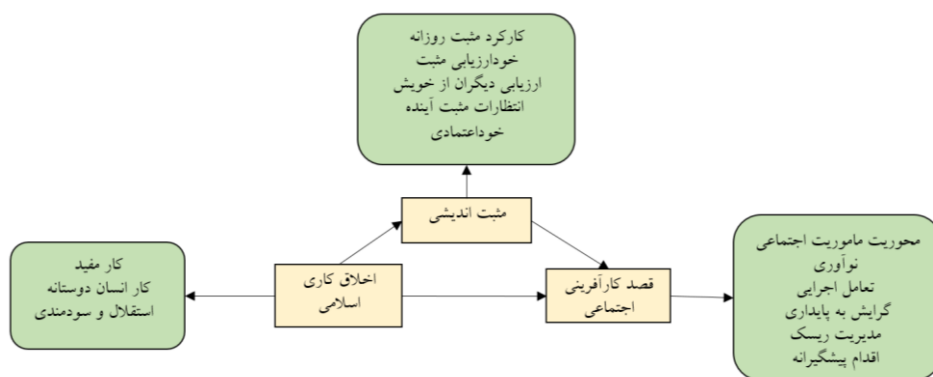
2 Melhe

3 Miller

4 Osiri, J. K., Kungu

5 Hossain, M. U., & Asheq

6 Bento



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش بر اساس مطالعات نویسندگان

با توجه به مدل مفهومی پژوهش فرضیات استفاده شده در تحقیق حاضر به قرار زیر است

- ۱- اخلاق کاری اسلامی بر قصد کارآفرینی اجتماعی تأثیر دارد.
- ۲- اخلاق کاری اسلامی بر مثبت اندیشی تأثیر دارد.
- ۳- مثبت اندیشی بر قصد کارآفرینی اجتماعی تأثیر دارد.
- ۴- اخلاق کاری اسلامی بر قصد کارآفرینی اجتماعی با ملاحظه نقش میانجی مثبت اندیشی تأثیر دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر، از نظر روش تحلیل از نوع توصیفی-همبستگی مبتنی برمدلسازی معادلات ساختاری و با توجه به هدف از نوع کاربردی است. برای آزمون فرضیه‌های تثبیت شده، یک روش تحقیق کمی انتخاب شد که به محققان این امکان را می‌دهد تا روابط بین متغیرها را در شواهد آماری تعمیم یافته بهتر درک کنند (پاشایی و گل محمدی، ۱۴۰۲). جمع‌آوری داده‌ها به شکل میدانی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش را مدیران و کارشناسان حوزه کارآفرینی اجتماعی از ده منطقه شهرداری شهر تبریز در سال ۱۴۰۳-۱۴۰۲ تشکیل داده‌اند. دلیل انتخاب جامعه این است که مدیران شهری همواره برای رفع دغدغه‌ها و معضلات شهری هزینه‌های هنگفتی را در نظر می‌گیرند. ضمن آنکه در این مسیر تنها مدیریت شهری به‌عنوان رافع معضلات اجتماعی شهری شناخته می‌شود. در این مطالعه از نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد.

سؤالات پرسشنامه در یک طیف ۵ درجه‌ای لیکرت کاملاً موافقم = ۵ تا کاملاً مخالفم (۱) درجه‌بندی شده بود. برای گردآوری داده‌ها از چارچوب کلی سؤالات پرسشنامه اخلاق کاری اسلامی علی و الکاظمی^۱ (۲۰۰۷) با ۳ بعد کار مفید، کار انسان دوستانه و استقلال و سودمندی، پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی دهقانی و همکاران با ۶ بعد محوریت مأموریت اجتماعی، نوآوری، تعامل اجرایی، گرایش به پایداری، مدیریت ریسک، اقدام پیشگیرانه و پرسشنامه مثبت اندیشی (اینگرام و وینسکی^۲، ۱۹۸۸) با پنج بعد کارکرد مثبت روزانه، خودارزیابی مثبت، ارزیابی دیگران از خویش، انتظارات مثبت آینده و خوداعتمادی استفاده شد.

روایی صوری پرسشنامه توسط پنج تن از متخصصان حوزه کارآفرینی اجتماعی ارزیابی قرار گرفت. متخصصان حاضر علاوه بر اینکه تخصص فنی و دانش کافی در حوزه مدیریت و کارآفرینی اجتماعی داشته، از تجربه عملیاتی و آگاهی از نیازهای این حوزه برخوردار بودند. این آگاهی می‌تواند در ارزیابی بهتر و مؤثرتر روایی صوری کمک کند. یکی از مواردی که برای سنجش پایایی در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری بکار می‌رود، پایداری درونی (سازگاری درونی) مدل‌های اندازه‌گیری یا آلفای کرونباخ است. پایداری درونی نشانگر میزان همبستگی بین یک سازه و شاخص‌های مربوط به آن است. در نهایت پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای همه متغیرها ۰/۸۰ برآورد شد. پرسشنامه‌ها به صورت الکترونیکی و آنلاین توزیع شد. از تعداد ۱۲۰ پرسشنامه ارسال شده تعداد ۱۰۵ مورد به صورت کامل دریافت شد که از این تعداد ۵ پرسشنامه که سازگاری میان جواب‌ها وجود نداشت و به اشتباه جواب داده شده بودند هم حذف گردید و تعداد ۱۰۰ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت (جهت بررسی جامعه به جدول (۱) رجوع شود). برای ارزیابی اعتبار سازه بارهای عامل استاندارد شده، میانگین واریانس استخراج شده ($AVE \geq 0.50$) و پایایی ترکیبی ($CR \geq 0.70$) محاسبه شد. تجزیه و تحلیل آماری با SPSS23 و برای برازش مدل و آزمون روابط بین متغیرهای تحقیق، با استفاده از شیوه مدل‌سازی معادلات ساختاری از نرم‌افزار (PLS Smart) انجام شده است. با توجه به مقادیر به دست آمده، ابزار اندازه‌گیری را می‌توان برای این مطالعه قابل اعتماد دانست.

متغیر	تعداد	
جنسیت	زن	۲۱
	مرد	۷۹
سن	کمتر از ۲۵ سال	۱۲
	بین ۲۵ تا ۳۵ سال	۲۴
	بین ۳۵ تا ۴۵ سال	۲۹
	بین ۴۵ تا ۵۵ سال	۲۱
	بزرگ‌تر از ۵۵ سال	۱۴
تحصیلات	کمتر از دیپلم	-
	فوق دیپلم	۴
	کارشناسی	۵۶
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۴۰
	کمتر از ۵ سال	۱۴

۴۱	بین ۱۰-۵ سال	سابقه فعالیت در حوزه
۳۵	بین ۲۰-۱۰ سال	کارآفرینی
۱۰	بین ۳۰-۲۰ سال	
۱۹	مجرد	وضعیت تأهل
۸۱	متاهل	

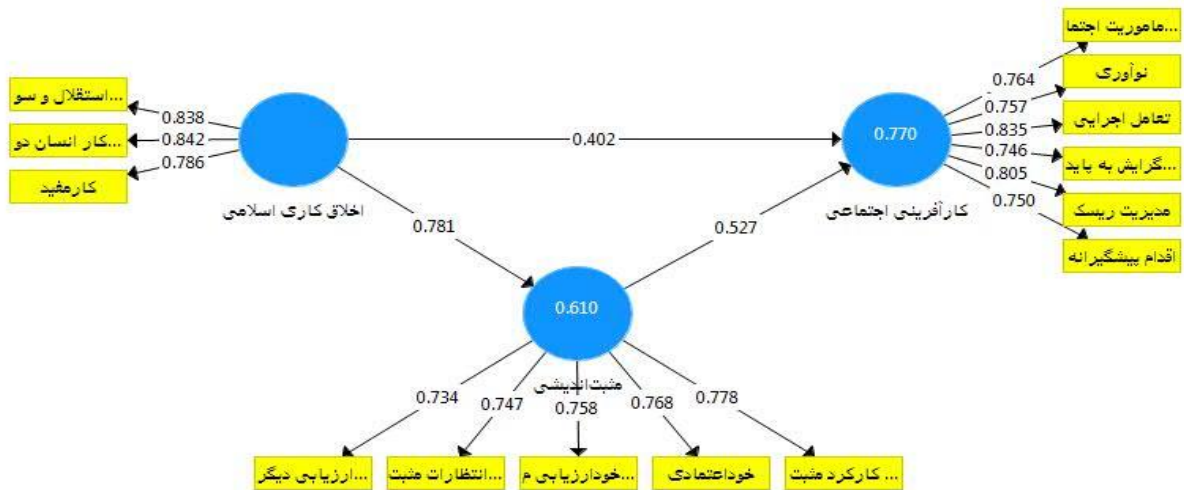
یکی از پیش فرض‌های اصلی مورد نیاز برای استفاده از آزمون‌های پارامتریک فرض نرمال بودن توزیع متغیرهای مورد بررسی است، از این رو قبل از انجام آزمون‌های مورد نظر و بررسی فرضیه‌های تحقیق، باید نرمال بودن توزیع متغیرها آزمون شود. نتایج آزمون در جدول (۱) گزارش شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود متغیر وابسته در سطح خطای ۵ درصد معنی‌دار هستند و به عبارت دیگر هیچ‌کدام از متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند زیرا دارای سطوح معنی‌داری کوچک‌تر از ۵ درصد هستند.

جدول ۱. نتایج آزمون نرمال بودن متغیر وابسته

متغیر وابسته	مقدار آماره	سطح معنی‌داری (sig.)
قصد کارآفرینی اجتماعی	۰/۱۱۱	۰/۰۰۱

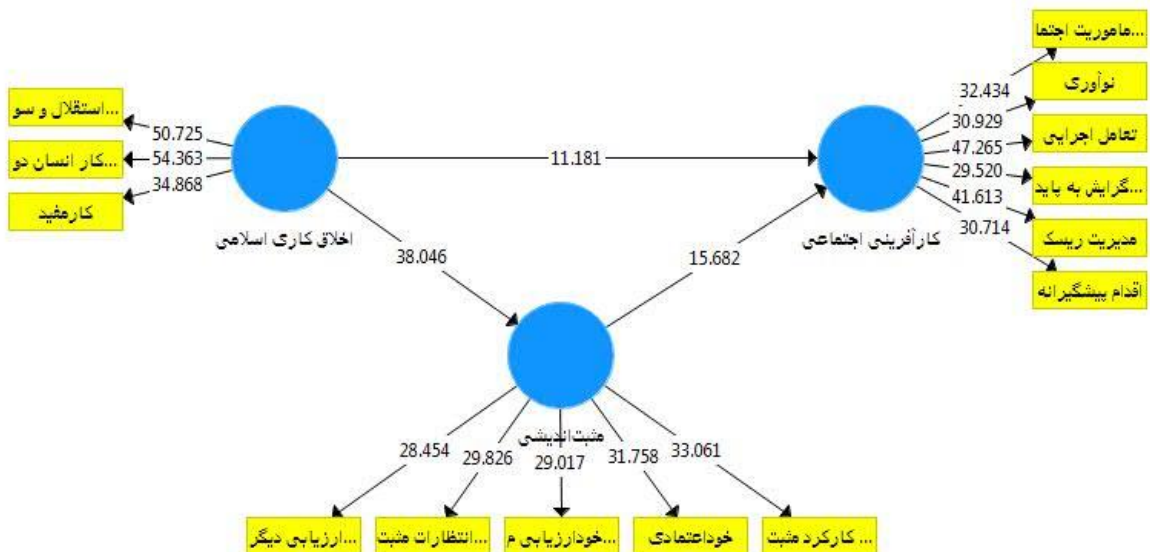
نتایج و یافته‌ها

به منظور سنجش مدل و آزمون فرضیه‌های تحقیق با توجه به نرمال نبودن توزیع تمام متغیرها از روش حداقل مربعات جزئی به کمک نرم‌افزار SMART PLS 3 استفاده شد. ضرایب مسیر، واریانس تبیین شده متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و بار عاملی متغیرهای مشاهده شده در نمودار (۱) مشخص شده‌اند.



نمودار ۱. ضرایب مسیر و بار عاملی متغیرها

معنی داری ضرایب مسیر و بارهای عاملی مربوط به هر کدام از متغیرهای پنهان با استفاده از روش خودگردان بررسی و در نمودار (۲) به نمایش درآمده است. در این نمودار اعداد روی مسیر و نیز خطوط مربوط به بارهای عاملی مقادیر آماره t مربوطه هستند و همانند آزمون t تفسیر می شوند، یعنی برای تعداد نمونه های بالا مقادیر بیشتر از $\pm 1/96$ در سطح ۵ درصد معنی دار می باشند.



نمودار ۲. مقدار آماره t برای بررسی معنی‌داری ضرایب مسیر و بارهای عاملی

پایایی (همسانی درونی) گویه‌ها

جهت بررسی پایایی هر کدام از گویه‌ها، بار عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده‌شده روی متغیرهای مکنون مربوطه در جدول (۲) گزارش شده است. معمولاً بارهای عاملی بالاتر از ۰/۴ مورد قبول و در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار هستند. به صورتی که مشاهده می‌شود بار عاملی تمام گویه‌ها بالاتر از میزان مطلوب هستند.

جدول ۲. بار عاملی گویه‌ها

اخلاق کاری اسلامی	مثبت اندیشی	قصد کارآفرینی اجتماعی	
کار مفید			۰/۷۱۹۸۲
کار انسان دوستانه			۰/۸۴۳۳۷
استقلال و سودمندی			۰/۷۸۶۲۱
کارکرد مثبت روزانه	۰/۷۷۸۲۹		
خودارزیایی مثبت	۰/۷۵۸۳۸		
ارزیایی دیگران از خویش	۰/۷۳۳۸۰		
انتظارات مثبت آینده	۰/۷۴۷۳۷		
خود اعتمادی	۰/۷۶۸۰۸		
محوریت مأموریت اجتماعی			۰/۷۶۴۰۲
نوآوری			۰/۷۵۶۷۸
تعامل اجرایی			۰/۸۳۵۱۵
گرایش به پایداری			۰/۷۴۶۱۵
مدیریت ریسک			۰/۸۰۴۶۳
اقدام پیشگیرانه			۰/۷۴۹۶۸

برای بررسی روایی واگرا در مدل معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی از معیار HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) استفاده می‌شود. روایی واگرا یا تشخیصی در عمل اثبات یگانگی یک ابزار اندازه‌گیری است. حد مناسب شاخص HTMT برابر با ۰/۹ است. اگر اعداد موجود در ماتریس شاخص HTMT از ۰/۹ کمتر باشند، بیانگر این است که روایی واگرایی ابزار مناسب است (سارستد^۱ و همکاران، ۲۰۲۱).

جدول ۳. شاخص HTMT

	اخلاق کاری اسلامی	مثبت اندیشی	قصد کارآفرینی اجتماعی
اخلاق کاری اسلامی			
مثبت اندیشی	۰/۸۶۱		
قصد کارآفرینی اجتماعی	۰/۸۴۳	۰/۸۹۸	

بر اساس نتایج، مقدار ضریب‌های تعیین چندگانه برای مدل تحقیق برابر ۰/۷۶۲ و ۰/۸۵۴ حاصل شده است. این بدین معنی هست که متغیرهای مستقل تحقیق در مجموع توانسته‌اند ۷۶/۲ درصد تغییرهای متغیر میانجی و ۸۵/۴ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند که درصد بسیار مناسبی است. برای بررسی برازش کلی مدل می‌توان از معیار نیکویی برازش (GOF) به صورت زیر استفاده کرد

$$GOF = \sqrt{(R^2) * (Communality)}$$

که مساوی مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی (که برابر مقادیر AVE هستند) و متوسط ضرایب تعیین است. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به عنوان مقادیرهای ضعیف، متوسط و قوی برای این معیار در نظر گرفته می‌شود. برای مدل تحقیق جاری مقدار این معیار برابر است با

$$GOF = \sqrt{0.55} * 0.808 = 0.666$$

بدین ترتیب با توجه به مقادیر ضریب پایایی ترکیبی، واریانس استخراج شده، ضریب تعیین مدل و معیار نیکویی برازش می‌توان به این نتیجه دست یافت که مدل ارائه شده در حیطه تحلیل مسیر از مفروضه‌های تجربی-نظری مناسبی برخوردار بوده و دارای برازش بسیار مناسبی می‌باشد.

نتایج معنی‌داری ضرایب مسیر نیز در جدول (۴) آورده شده‌اند. در این جدول مقدار ضریب مسیر، انحراف استاندارد، مقدار آماره t و سطح معنی‌داری مربوط به هر کدام از مسیرها نوشته شده است.

همان‌طور که در نمودار ۲ مشاهده می‌شود، مقدار آماره تی برای تمامی مسیرها بالاتر از ۱/۹۶ است و نشان می‌دهد تمام ضرایب مسیر به‌دست‌آمده معنادار هستند و بدین لحاظ فرضیه چهارم تحقیق تأیید می‌گردد.

برای تعیین اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام VAF استفاده می‌شود که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می‌کند و هرچه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم به اثر کل را می‌سنجد. روش محاسبه VAF از طریق فرمول زیر است.

فرمول ۱:

$$vaf = \frac{a * b}{(a * b) + c}$$

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

c: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و وابسته

بنابراین با توجه به نمودار ۱ داریم:

$$VAF = \frac{0/781 * 0/527}{(0/781 * 0/527) + 0/402} = 0/5058$$

در نتیجه می‌توان تعیین کرد که تا چه اندازه واریانس متغیر وابسته مستقیماً توسط متغیر مستقل تشریح می‌شود و چه مقدار واریانس هدف به‌وسیله روابط غیرمستقیم تشریح می‌شود. این بدان معناست که ۶۳٪ از اثر کل مدیریت ایمنی سلامت بر فرسودگی شغلی از طریق متغیر میانجی تاب‌آوری ایجاد می‌شود.

جدول ۴. مقدار ضرایب مسیر و آماره t

سطح معنی‌داری	مقدار آماره t	انحراف استاندارد	ضریب مسیر	مسیر
۰/۰۰۱	۱۱/۱۸۱	۰/۰۳۶	۰/۴۰۲	از اخلاق کاری اسلامی به قصد کارآفرینی اجتماعی
۰/۰۰۱	۳۸/۰۴۶	۰/۰۲۱	۰/۷۸۱	از اخلاق کاری اسلامی به مثبت‌اندیشی
۰/۰۰۱	۱۵/۶۸۲	۰/۰۳۴	۰/۵۲۷	از مثبت‌اندیشی به قصد کارآفرینی اجتماعی

پایایی ترکیبی

نتایج بررسی پایایی ترکیبی (Composite Reliability) هر یک از سازه‌ها در جدول (۴) گزارش شده است. در مورد این شاخص مقادیر بیشتر از ۰/۷ برای پایایی ترکیبی قابل قبول هستند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود تمامی اعداد بیشتر از ۰/۷ بوده و لذا پایایی ترکیبی سازه‌ها مورد قبول هستند.

واریانس استخراج شده

مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) مربوط به سازه‌ها نیز در جدول (۵) گزارش شده است. این شاخص توسط فورنل و لارکر (۱۹۸۱) پیشنهاد شد. مقدار قابل قبول برای این معیار که بیانگر اعتبار مناسب ابزارهای اندازه‌گیری است، مقدار ۰/۵ می‌باشد. به این معنا که متغیر پنهان مورد نظر حداقل ۵۰ درصد واریانس مشاهده پذیرهای خود را تبیین می‌کند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود مقادیر واریانس استخراج شده برای تمام متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۵ بوده و اعتبار ابزارهای اندازه‌گیری را تأیید می‌کند.

جدول ۵. پایایی ترکیبی و واریانس استخراج شده متغیرهای تحقیق

متغیرهای تحقیق	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	واریانس استخراج شده
اخلاق کاری اسلامی	۰/۷۶۱	۰/۸۶۲	۰/۶۷۷
مثبت اندیشی	۰/۸۱۴	۰/۸۷۰	۰/۵۷۴
قصد کارآفرینی اجتماعی	۰/۸۶۶	۰/۹۰۱	۰/۶۰۳

بحث و نتیجه‌گیری:

کارآفرینی اجتماعی اجرای مفهوم اساسی کارآفرینی در چارچوب فعالیت های اقتصادی با انگیزه اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی به دلیل تفاوت با کارآفرینان سنتی که تنها بر سود مادی و رضایت مشتری تمرکز می‌کنند، امروزه به یک پدیده بسیار جالب تبدیل شده است. این مطالعه با ارائه دیدگاه جدیدی از اخلاق کاری اسلامی به‌عنوان متغیر مستقل و تأثیر آن بر قصد کارآفرینی اجتماعی با در نظر گرفتن نقش مثبت اندیشی به‌عنوان یک متغیر میانجی، بینش‌های ارزشمندی را به حوزه رو به رشد تحقیقات کارآفرینی اجتماعی ارائه می‌کند و پیامدهای متعددی را برای محققان و شاغلانی که در آموزش کسب‌وکار، اقدامات کارآفرینی و سیاست‌های عمومی کار می‌کنند، پیشنهاد می‌کند. این مطالعه تأثیر متغیرهای کلیدی اخلاق کاری اسلامی و مثبت اندیشی را بر کارآفرینی اجتماعی بیان می‌کند که در تحقیقات گذشته فقط به‌طور جزئی و مستقل مورد توجه قرار گرفته بود. یافته‌های اصلی بدین شرح مورد بحث قرار می‌گیرند ابتدا این پژوهش اثر اثباتی اخلاق کاری اسلامی بر کارآفرینی اجتماعی را اظهار کرد این نتیجه با مطالعات انجام شده توسط هلفاریو (۲۰۲۳) همخوانی دارد که به ارتباط مستقیم مدیریت اصول اخلاقی و اخلاق کاری اسلامی بر کارآفرینی اجتماعی اشاره می‌کند. بنابراین اخلاق کار اسلامی نقش بسزایی در شکل دادن به رفتار و

عملکرد کارآفرینان اجتماعی دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش کار انسان دوستانه که هدف آن کاهش درد و رنج انسانی و بهبود رفاه افراد نیازمند است، تأثیر مثبتی بر کارآفرینی اجتماعی دارد. افرادی که در کار انسان دوستانه فعالیت می‌کنند اغلب احساس قوی مسئولیت اجتماعی و تمایل به ایجاد تغییرات مثبت در جوامع خود دارند و علاوه بر این، شبکه‌ها و مشارکت‌هایی که از طریق کار بشردوستانه شکل گرفته‌اند، می‌توانند منابع و پشتیبانی ارزشمندی را برای کارآفرینان اجتماعی فراهم کنند (لی^۱ و همکاران، ۲۰۲۳: ۱۲). این طرز فکر و تجربه می‌تواند به‌خوبی به کارآفرینی اجتماعی تبدیل شود، جایی که هدف رسیدگی به مشکلات اجتماعی از طریق مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه و پایدار است. نتایج جستجو نشان می‌دهد که یک ویژگی متمایز کلیدی کارآفرینی اجتماعی، تمرکز آن بر حل مشکلات اجتماعی مهم و به حداکثر رساندن منافع اجتماعی است، نه صرفاً به حداکثر رساندن سود. این «سودمند بودن» یا ایجاد ارزش اجتماعی، محرک و پیامد اصلی کارآفرینی اجتماعی است (کاشینا و تاها^۲، ۲۰۱۵).

در ادامه پژوهش حاضر تأثیر اخلاق کاری اسلامی بر مثبت‌اندیشی را اظهار کرد. این نتیجه با مطالعات انجام‌شده توسط آخمادی و همکاران (۲۰۲۳) و شکیب و همکاران (۲۰۲۲) همخوانی دارد. آموزه‌های اسلامی بر فضایی مانند صداقت، درستکاری و اخلاق کاری قوی تأکید دارند. درونی کردن این ویژگی‌های مثبت می‌تواند یک طرز فکر و دیدگاه خوش‌بینانه را پرورش دهد و کار مفید و انسان دوستانه و استقلال و سودمندی می‌تواند به کارکنان کمک کند تا استرس را بهتر مدیریت کنند و در مواقع سخت‌نگرش مثبت خود را حفظ کنند. فرض بعدی اثر اثباتی مثبت‌اندیشی بر قصد کارآفرینی اجتماعی را اظهار کرد. این نتیجه با مطالعات انجام‌شده سود و نایما (۲۰۲۳) و میلر و همکاران (۲۰۱۲) همخوانی دارد که خوش‌بینی را یکی از حیاتی‌ترین شایستگی‌های کارآفرینان اجتماعی رتبه‌بندی کردند. با جمع‌بندی مطالعه انجام‌شده می‌توان اثر اثباتی اخلاق کاری اسلامی بر قصد کارآفرینی اجتماعی را با لحاظ نقش میانجی مثبت‌اندیشی نتیجه گرفت. چون مطالعه حاضر در مورد کارآفرینان اجتماعی در شهرداری تبریز صورت گرفته بود الزاماً نیاز به نگارش چنین ویژگی‌هایی از دید مدیران و کارشناسان می‌باشد در اینجا نمونه‌هایی از این ویژگی‌ها را می‌شماریم: برخی از جنبه‌های کلیدی مأموریت اجتماعی در محیط شهرداری از دیدگاه بنتو (۲۰۱۸) شامل:

۱. توسعه جامعه: شرکت‌های اجتماعی می‌توانند برای بهبود شرایط زندگی، فرصت‌های اقتصادی، و رفاه کلی جوامع حاشیه‌نشین یا محروم در شهرداری تلاش کنند.

۲. پایداری زیست‌محیطی: کارآفرینان اجتماعی می‌توانند راه‌حل‌های نوآورانه‌ای برای رسیدگی به مسائل زیست‌محیطی محلی، مانند مدیریت زباله، انرژی‌های تجدیدپذیر، یا کشاورزی شهری ایجاد کنند.

۳. رشد اقتصادی فراگیر: شرکت‌های اجتماعی می‌توانند فرصت‌های شغلی و درآمدزایی را برای جمعیت‌های محروم ایجاد کنند و توسعه اقتصادی عادلانه‌تر و فراگیر را در شهرداری ارتقا دهند.

ادغام عوامل پایداری در استراتژی‌های مدیریت ریسک برای موفقیت و طول عمر طرح‌های کارآفرینی اجتماعی بسیار مهم است و تمرکز بر عوامل پایداری محیطی برای افزایش احتمال موفقیت کارآفرینی اجتماعی و استفاده از شیوه‌های نوآوری زیست‌محیطی برای یافتن راه‌حلی برای مشکلات زیست‌محیطی که کارآفرینان اجتماعی با آن مواجه هستند (پوپکوا و سرجی^۳، ۲۰۲۱: ۱). مدیریت ریسک مؤثر برای پایداری و موفقیت بلندمدت طرح‌های کارآفرینی اجتماعی ضروری است. کارآفرینان اجتماعی با شناسایی و کاهش خطرات، ادغام عوامل پایداری، تقویت انعطاف‌پذیری و سازگاری، و اندازه‌گیری تأثیر، می‌توانند تغییرات مثبت پایدار ایجاد کنند و درعین حال پایداری پروژه‌های خود را

1 Li

2 Kashina, M., & Уткина

3 Popkova, E.G., & Sergi

تضمین کنند. علاوه بر آن کارآفرینی اجتماعی در شهرداری‌ها از رویکردهای مأموریت محور، نوآورانه، پیشگیرانه و پایدار محور و جامعه‌محور برای رسیدگی به نیازهای ضروری اجتماعی و ایجاد تغییرات مثبت در سطح محلی استفاده می‌کند. همه این ویژگی‌ها برای کارآفرینان اجتماعی بسیار ارزشمند هستند که باید مشکلات اجتماعی پیچیده را بررسی کنند، راه‌حل‌های نوآورانه را توسعه دهند و در برابر شکست‌ها پایداری کنند و با پرورش ذهنیت مثبت، کارآفرینان اجتماعی مشتاق می‌توانند توانایی خود را در تشخیص نیازهای اجتماعی، ایده پردازی ابتکارات تأثیرگذار و حفظ سرمایه‌گذاری خود در درازمدت افزایش دهند که از ملزومات توسعه اجتماعی جوامع است.

در مطالعه حاضر اثر غیرمستقیم اخلاق کاری با لحاظ نقش میانجی مثبت اندیشی بر کارآفرینی اجتماعی (Total Indirect Effects) برابر ۰/۵۰۶ است که مقدار قابل توجهی است. به عقیده نویسندگان پتانسیل زیادی برای تحقیقات قصد کارآفرینی اجتماعی وجود دارد تا به درک بهتر فرآیند قصد رفتار کارآفرینی اجتماعی کمک کند. هنوز جای زیادی برای مطالعه شکل‌گیری قصد کارآفرینی اجتماعی با روش‌های مختلف، مانند تحقیقات کیفی و تحقیقات ترکیبی وجود دارد.

منابع:

- بهاری فر، علی، جواهری کامل، مهدی، احمدی، سید علی اکبر. (۲۰۱۱). رفتار اخلاقی و رفتار شهروندی سازمانی: تأثیر ارزش‌های اخلاقی، عدالت و تعهد سازمانی. پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، ۱۱(۱)، ۲۳-۴۲.
- پاشایی، سجاد، گل محمدی، حامد. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک بر قابلیت‌های نوآوری اماکن ورزشی: نقش تعدیل‌گری کوید-۱۹. مطالعات بازاریابی ورزشی، ۴(۳)، ۱۰۸-۱۲۸.
- دشتی، محمد. (۱۳۸۶). امام علی (علیه السلام) و اخلاق اسلامی. تهران: انتشارات میراث ماندگار
- دهقانی سلطانی، مهدی، سلیمانی دامنه، رضا & حدادی، سارا. (۱۴۰۱). نقش گرایش به کارآفرینی اجتماعی در توسعه بازاریابی و هم‌آفرینی ارزش‌نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، ۵(۳)، ۱۱۵-۱۳۵.
- ظهوری، منصور، تورانی، سوگند. (۱۳۸۷). ارائه الگوی راه اندازی مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌های علوم پزشکی. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۱۴(۱)، ۱-۱۸.

Ahmad, S., Rofie, M. K., & Salim, S. (2016). Rewards and commitment in social development: equipping modern Muslim communities with knowledge on Islamic work ethics towards better living conditions. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(1 S1), 395-400.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Akhmadi, A., Hendryadi, Suryani, Sumail, L.O., Pujiwati, A., & Narbona, A.M. (2023). Islamic work ethics and employees' prosocial voice behavior: The multi-role of organizational identification. *Cogent Social Sciences*, 9.

Ali, A. J., & Al- Kazemi, A. A. (2007). Islamic work ethic in Kuwait. *Cross cultural management: An international Journal*, 14(2), 93-104.

Amaliasita, M. (2023). Islamic Work Ethic and Employee Performance: The Role of Job Satisfaction as a Mediator. *International Journal of Islamic Business Ethics*.

Amofah, S (2021). Indigenous Women Social Entrepreneurship; Poverty Alleviation Tool Used by Development NGOs in Ghana. *Athens Journal of Social Sciences*, 8(2), 151-168. <https://www.athensjournals.gr/social/2021-02SOC.pdf#page=77>

Anderson, A. R., & Jack, S. L. (2002). The articulation of social capital in entrepreneurial networks: a glue or a lubricant?. *Entrepreneurship & regional development*, 14(3), 1-45.

Aulia, R., & Widyana, R. (2022). Positive thinking training in reducing stress for people with hypertension. *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 24(1), 139-151.

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.

Bento, P.T., Jacquinet, M., & Albuquerque, R. (2018). How Social Entrepreneurship Promotes Sustainable Development: With Some Examples from Developed and Developing Countries. *New Paths of Entrepreneurship Development*.

Besharov, M. (2019). Christian Seelos and Johanna Mair: Innovation and Scaling for Impact: How Effective Social Enterprises Do It.

Busenan, E.F. (2023). The Relationship between Human Capital and Public Services Performance: The Role of Islamic Work Ethics as a Mediating Variable A Case Study of Public Sector Organizations of Bahrain. *Technium Social Sciences Journal*, 45(1), 481-488.

Choi, J., Kim, K., Marjerison, R., Jeong, B. G., Lee, S., & Vaccaro, V. (2024). The effects of morality and positivity on social entrepreneurial intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 161-181.

Estrada Alava, J., & Rivera Vallejo, G.A. (2018). Reflection about Social Entrepreneurship in a Rural Area of the Municipality of Pasto (Reflexión en Torno al Emprendimiento Social en una Zona Rural del Municipio de Pasto). *Innovation Educator: Courses*, 32(1), 68-80

Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American psychologist*, 56(3), 1-15.

Haeffele, S., Hobson, A., & Storr, V. H. (2020). Coming back from COVID-19: Lessons in entrepreneurship from disaster recovery research. *Mercatus Special Edition Policy Brief*.

Haines, R., Street, M. D., & Haines, D. (2008). The influence of perceived importance of an ethical issue on moral judgment, moral obligation, and moral intent. *Journal of business ethics*, 81, 387-399.

Helfario (2023). Analysis of Collective Social Entrepreneurship and Business Ethics Challenges in Group Alms Giving with SWOT Method. *Scientia*.

Hockerts, K. (2015). The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260-280.

Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(1), 1-26.

Hossain, M. U., & Asheq, A. A. (2020). Do leadership orientation and proactive personality influence social entrepreneurial intention?. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 19(2), 109-125.

Ingram, R. E., & Wisnicki, K. S. (1988). Assessment of positive automatic cognition. *Journal of consulting and clinical psychology*, 56(6), 898.

Kashina, M., & Уткина, Н. (2015). Social Entrepreneurship as the 'Relevant' Business for Women. *ERP: Social Enterprise (Topic)*.

Kazemi, M., Gharibi, M., Rezazadeh, S.M., & Mosammam, H.M. (2016). Investigation of The Impacts of Social Capital on Organizational Entrepreneurship in Tehran Municipality. *Makara Hubs-Asia*, 20, 26-36.

Li, X., Abbas, J., Dongling, W., Baig, N. U. A., & Zhang, R. (2022). From cultural tourism to social entrepreneurship: Role of social value creation for environmental sustainability. *Frontiers in Psychology*, 13, 925768.

Luz Rodríguez, A. (2023). Analysis of associative entrepreneurship as a territorial strategy in the municipality of Mesetas, Meta. *Management (Montevideo)*.

M. Suud, F., & Na'imah, T. (2023). The effect of positive thinking training on academic stress of Muslim students in thesis writing: a quasi-experimental study. *International Journal of Adolescence and Youth*, 28(1), 564-575.

Mair, J., & Noboa, E. (2003). Social entrepreneurship: How intentions to create a social enterprise get formed, 1-22.

Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In *Social entrepreneurship* (pp. 121-135). London: Palgrave Macmillan UK.

- Melhe, M. A., Salah, B. M., & Hayajneh, S. (2021). Impact of training on positive thinking for improving psychological hardiness and reducing academic stresses among academically-late students. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 21(4), 155–164
- Miller, T. L., C. L. Wesley, and D. E. Williams. 2012. “Educating the Minds of Caring Hearts: Comparing the Views of Practitioners and Educators on the Importance of Social Entrepreneurship Competencies.” *Academy of Management Learning & Education* 11 (3): 349–370.
- Mk, A., & Selma, N.M. (2022). *Disruptive thinking in social entrepreneurship: Challenges and effectiveness*. *African Journal of Business Management*, 16(4), 82-89.
- Montero Ferreira, M.A., Jaimes Márquez, M.C., & Toloza Martínez, C.E. (2024). Entrepreneurship in venezuelan migrants settled in the municipality of Cúcuta. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 24(4), 100-110.
- Osiri, J. K., Kungu, K., & Dilbeck, M. (2019). Predictors of entrepreneurial intentions and social entrepreneurial intentions: a look at proactive personality, self-efficacy and creativity. *Journal of Business Diversity*, 19(1).
- Popkova, E.G., & Sergi, B.S. (2021). Dataset Modelling of the Financial Risk Management of Social Entrepreneurship in Emerging Economies. *Risks*, 1-20.
- Qasim, M., Irshad, M., Majeed, M., & Rizvi, S. T. H. (2022). Examining impact of islamic work ethic on task performance: mediating effect of psychological capital and a moderating role of ethical leadership. *Journal of Business Ethics*, 180(1), 283-295.
- Robinson, J., Hockerts, K., & Mair, J. (2006). *Social Entrepreneurship*. Palgrave Macmillan.
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of management*, 45(1), 70-95.
- Safran, B., & Özdemirci, A. (2020). *The Dark or Bright Side of Entrepreneurs' Social Capital: Effects on Creativity and Innovation*. *Business Management and Strategy*, 11, 17-39.
- Salamzadeh, A., Azimi, M. A., & Kirby, D. A. (2013). Social entrepreneurship education in higher education: insights from a developing country. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 20(1), 17-34.
- Saqib, M., Rafiq, N., & Asadullah, M.N. (2022). Mediating Effect of Intrinsic Motivation on the relationship between Islamic Work Ethics and Job Performance. *Journal of Islamic Business and Management (JIBM)*, 12(1), 111-124.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Cham: Springer International Publishing.
- Sunarni, S. (2023). The Effect of Environmental Sustainability Factors, Funding Models, and Risk Management on Social Entrepreneurship Success: A Case Study on CV. Pangalusna Sukabumi. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(3), 120-128.
- Talatapeh, M. B. B., & Nikzad, H. (2016). The relationship between Islamic management and social entrepreneurship with the role of Islamic work ethic mediation. *Research Journal of Management Reviews*. Vol, 2(6), 313-317.
- Tan, L. P., Le, A. N. H., & Xuan, L. P. (2020). A systematic literature review on social entrepreneurial intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(3), 1-16.
- Urban, B., & Kujinga, L. (2017). The institutional environment and social entrepreneurship intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(4), 638-655.