Iranian Scientific Association of Public Administration

Governance and Development Journal

Online ISSN: 2783-3461

Homepage: www.jipaa.ir

University of Sistan and Baluchestan

Identifying Strategies for Fostering and Developing Social Entrepreneurship in Charities with an Emphasis on Human Capital for Social Development

Mojdeh Kheirati Saadi[1] | **Aleme Keikha**[2] ✉ | **Roghieh Ahmadi**[3]

[1.] M.A. Student, Department of Entrepreneurship, Faculty of Management and Economics, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran. Email: m.kheyraty.s@gmail.com

[2.] Corresponding Author, Associate Professor, Department of Educational Administration, Faculty of Education and Psychology, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran. E-mail: aleme.keikha@entp.usb.ac.ir

[3.] Chief Executive Officer, Ghamar Bani Hashem Charity, Birjand, South Khorasan, Iran. E-mail: Roghayea1364@gmail.com

Abstract:

Objective: In recent decades, social entrepreneurship has emerged as an effective approach to addressing complex societal challenges and promoting sustainable social development. Charitable organizations, owing to their humanitarian missions and social capacities, provide a suitable context for fostering social entrepreneurship. However, strategies for developing social entrepreneurship in charitable organizations with a particular emphasis on human capital have not yet been systematically synthesized and analyzed. Therefore, this study aimed to identify and explain the key strategies for creating and developing social entrepreneurship in charitable organizations by emphasizing the role of human capital in promoting social development.

Article type: Research

Cite this article: M. Kheirati Saadi, A. Keikha, R. Ahmadi (2026). Identifying Strategies for Fostering and Developing Social Entrepreneurship in Charities with an Emphasis on Human Capital for Social Development. Governance and Development Journal, 6 (3), 211-238.
DOI: 10.22111/JIPAA.2026.54121.1154.

Received: 18.12.2025 **Revised:** 30.07.2026

Accepted: 08.09.2026 **Published:** 23.09.2026

© The Author (s

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

Methods: This study adopted a qualitative meta-synthesis approach. A total of 357 studies published between 2000 and 2025 were initially identified, from which 22 eligible studies were selected based on predefined inclusion and exclusion criteria. The selected studies were systematically reviewed, coded, synthesized, and analyzed using Sandelowski and Barroso's seven-step meta-synthesis framework. The final themes were extracted through thematic analysis.
Results: The findings revealed six major strategic themes for developing social entrepreneurship in charitable organizations: education and capacity building, financial support and investment, social innovation, networking and relationship development, continuous evaluation and improvement, and culture-building and attitude change. Among these, education and capacity building was the most frequently reported strategy, accounting for 82% of the reviewed studies.
Conclusions: The study provides a comprehensive framework for leveraging human capital in the development of social entrepreneurship within charitable organizations. The identified strategies offer practical guidance for managers, policymakers, and social development practitioners in designing empowerment programs, strengthening social entrepreneurship initiatives, reducing poverty, and improving the quality of life of target communities.
Keywords: Social Entrepreneurship, Charitable Organizations, Human Capital, Social Development, Meta-synthesis.

حکمرانی و توسعه
شاپا الکترونیکی: ۲۷۸۳-۳۴۶۱
Homepage: www.jipaa.ir

شناسایی راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌ها با تاکید بر سرمایه انسانی در راستای توسعه اجتماعی

مژده خیراتی سعدی[۱] | عالمه کیخا[۲]✉ | رقیه احمدی[۳]

[۱]. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و امور اداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.
رایانامه: m.kheyraty.s@gmail.com

[۲]. نویسنده مسئول، دانشیار گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.
رایانامه: aleme.keikha@entp.usb.ac.ir

[۳]. مدیرعامل خیریه قمربنی‌هاشم بیرجند، خراسان جنوبی، ایران. رایانامه: Roghayea1364@gmail.com

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۹/۲۷
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۵/۰۸
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۱۷
تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۷/۰۱

کلیدواژه‌ها:
کارآفرینی اجتماعی،
سازمان‌های خیریه،
سرمایه انسانی،
توسعه اجتماعی،
فراترکیب.

چکیده

هدف: کارآفرینی اجتماعی در دهه‌های اخیر به‌عنوان رویکردی مؤثر برای مواجهه با چالش‌های پیچیده اجتماعی و تحقق توسعه پایدار مورد توجه قرار گرفته است. سازمان‌های خیریه، به دلیل مأموریت‌های انسان‌دوستانه و برخورداری از ظرفیت‌های اجتماعی، بستر مناسبی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی محسوب می‌شوند؛ بااین‌حال، تاکنون راهبردهای توسعه این نوع کارآفرینی با تأکید بر سرمایه انسانی به‌صورت نظام‌مند تجمیع و تحلیل نشده است. ازاین‌رو، هدف پژوهش حاضر شناسایی و تبیین راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌ها با تأکید بر نقش سرمایه انسانی در راستای توسعه اجتماعی است.

روش پژوهش: این پژوهش با رویکرد کیفی و به روش فراترکیب انجام شد. منابع پژوهش شامل ۳۵۷ مطالعه منتشرشده در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۵ بود که پس از غربالگری بر اساس معیارهای ورود و خروج، ۲۲ منبع واجد شرایط انتخاب شدند. داده‌ها با بهره‌گیری از الگوی هفت‌مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو گردآوری، کدگذاری، تحلیل و ترکیب شدند و مضامین نهایی از طریق تحلیل مضمون استخراج گردید.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد که راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌ها در شش مضمون اصلی شامل «آموزش و توانمندسازی»،

استناد: خیراتی سعدی، مژده؛ کیخا، عالمه؛ احمدی، رقیه (۱۴۰۵) " شناسایی راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌ها با تاکید بر سرمایه انسانی در راستای توسعه اجتماعی" *حکمرانی و توسعه*، (۳)۶، ۲۳۸-۲۱۱. DOI: 10.22111/JIPAA.2026.54121.1154

ناشر: دانشگاه سیستان و بلوچستان

© نویسندگان

«پشتیبانی مالی و سرمایه‌گذاری»، «نوآوری اجتماعی»، «شبکه‌سازی و توسعه ارتباطات»، «ارزیابی و بهبود مستمر» و «فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش» قابل طبقه‌بندی هستند. در میان این راهبردها، «آموزش و توانمندسازی» با فراوانی ۸۲ درصد، بیشترین سهم را در مطالعات بررسی‌شده به خود اختصاص داد.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش چارچوبی منسجم برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های سرمایه انسانی در توسعه کارآفرینی اجتماعی سازمان‌های خیریه ارائه می‌دهد. این چارچوب می‌تواند مبنایی برای تصمیم‌گیری مدیران خیریه‌ها، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه توسعه اجتماعی در طراحی برنامه‌های توانمندسازی، توسعه کارآفرینی اجتماعی، کاهش فقر و ارتقای کیفیت زندگی گروه‌های هدف باشد.

مقدمه

کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان یکی از رویکردهای نوین کارآفرینی، فراتر از دستیابی به منافع اقتصادی، بر خلق ارزش‌های اجتماعی پایدار و پاسخگویی به مسائل و نیازهای جوامع تمرکز دارد (کیانی ده‌کیانی، ۱۴۰۱). این رویکرد با ایجاد پیوند میان توسعه انسانی و توسعه اجتماعی پایدار، نقش مهمی در کاهش نابرابری‌ها، افزایش رفاه عمومی و توانمندسازی گروه‌های اجتماعی ایفا می‌کند (زاجدا [1] و همکاران، ۲۰۲۳). در این میان، مؤسسات خیریه به دلیل مأموریت‌های انسان‌دوستانه، سرمایه اجتماعی گسترده و ارتباط مستقیم با گروه‌های هدف، ظرفیت مناسبی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی و تحقق اهداف توسعه اجتماعی دارند (حیدری، ۱۳۹۹).

یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت کارآفرینی اجتماعی، سرمایه انسانی است. مطالعات نشان می‌دهد سرمایه انسانی، شامل دانش، مهارت، تجربه و شایستگی‌های افراد، نقش تعیین‌کننده‌ای در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه دارد (یدالهی فارسی و رضوی، ۱۳۹۰). همچنین، سطح سرمایه انسانی به‌طور مستقیم بر توانایی افراد در تشخیص فرصت‌ها، نوآوری و خلق ارزش اجتماعی اثرگذار است (باگاواتولا [2] و همکاران، ۲۰۱۰). ازاین‌رو، با توجه به شرایط پیچیده اقتصادی و اجتماعی امروز، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند از طریق مؤسسات خیریه و با بهره‌گیری از ظرفیت‌های سرمایه انسانی، راهکارهای نوآورانه‌ای برای حل مسائل اجتماعی ارائه دهد (احمدی[3] و همکاران، ۲۰۱۲). افزون بر این، فرآیند کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌ها زمینه توانمندسازی افراد، توسعه مهارت‌های شغلی و ورود پایدار آنان به بازار کار را فراهم کرده و به جای ارائه کمک‌های مقطعی، بر حل ریشه‌ای و بلندمدت مسائل اجتماعی تمرکز دارد (ریبیرو سوریانو[4] و گالیندو[5]، ۲۰۱۲).

[1] zajda
[2] Bhagavatula
[3] Ahmadi
[4] Ribeiro Soriano
[5] Galindo

اهمیت کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه، پیش‌تر نیز مورد تأکید اندیشمندان این حوزه قرار گرفته است. یونس (۲۰۰۷) در کتاب جهانی بدون فقر، ضمن نقد شیوه‌های سنتی مقابله با مشکلات اجتماعی و محدودیت‌های اقتصاد بازار، کسب‌وکار اجتماعی را راهکاری پایدار برای حل مسائل جامعه معرفی می‌کند و معتقد است که مؤسسات خیریه نیز برای استمرار فعالیت‌های اجتماعی خود، ناگزیر از حرکت به سمت ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای اجتماعی هستند. در همین راستا، بخش خیریه به‌عنوان بخش سوم اقتصاد، همواره در کنار دولت و بخش خصوصی، نقش مهمی در جبران کاستی‌های این دو بخش و ارتقای رفاه عمومی ایفا کرده است و پیشینه فرهنگی و تاریخی ایران نیز مؤید جایگاه ارزشمند این بخش در توسعه اجتماعی است (کیانی و سلیمانی، ۱۳۹۷). از سوی دیگر، نظریه سرمایه انسانی بیان می‌کند که سرمایه‌گذاری در آموزش، مهارت و توانمندسازی نیروی انسانی، بهره‌وری و در نهایت توسعه اقتصادی و اجتماعی را افزایش می‌دهد (مارگینسون[1]، ۲۰۱۷). این موضوع در شرایطی اهمیت بیشتری می‌یابد که بر اساس گزارش‌ها، حدود هفتاد هزار مؤسسه خیریه در ایران فعالیت می‌کنند و بسیاری از آن‌ها با چالش ناپایداری منابع مالی مواجه هستند(رمضانی و رمضانی، ۱۳۹۲). بنابراین، بهره‌گیری از ظرفیت‌های سرمایه انسانی و توسعه کارآفرینی اجتماعی می‌تواند راهکاری مؤثر برای افزایش پایداری، اثربخشی و استقلال اقتصادی این سازمان‌ها باشد.

با وجود گسترش مطالعات در حوزه کارآفرینی اجتماعی، مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که بخش عمده این مطالعات بر موضوعاتی نظیر ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی، نوآوری اجتماعی، مدل‌های کسب‌وکار اجتماعی، شیوه‌های تأمین مالی و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی تمرکز داشته‌اند (احمدی و همکاران، ۲۰۱۲؛ زاجدا و همکاران، ۲۰۲۳؛ رضایی‌آبکنار، ۱۴۰۰). در مقابل، نقش سرمایه انسانی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل راهبردی در ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه، کمتر به‌صورت جامع و نظام‌مند بررسی شده است. همچنین، مطالعات موجود عمدتاً به بررسی موردی سازمان‌ها یا جوامع آماری خاص پرداخته‌اند و تاکنون پژوهشی که با استفاده از روش فراترکیب، راهبردهای توسعه کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌ها را با تأکید بر سرمایه انسانی به‌صورت نظام‌مند استخراج، تلفیق و طبقه‌بندی کند، گزارش نشده است.

از سوی دیگر، با گسترش نقش خیریه‌ها در حل مسائل اجتماعی و افزایش انتظارات از این نهادها، نبود یک چارچوب جامع و مبتنی بر شواهد برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های سرمایه انسانی، به یکی از خلأهای مهم در حوزه سیاست‌گذاری و مدیریت سازمان‌های خیریه تبدیل شده است. ازاین‌رو، انجام پژوهشی که بتواند با ترکیب نظام‌مند یافته‌های مطالعات پیشین، راهبردهای کلیدی توسعه کارآفرینی اجتماعی را شناسایی و تبیین کند، از جنبه نظری و کاربردی ضرورتی انکارناپذیر دارد.

[1] Marginson

بر همین اساس، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش فراترکیب، به شناسایی، طبقه‌بندی و تبیین راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه با تأکید بر سرمایه انسانی می‌پردازد. نوآوری این پژوهش در ارائه چارچوبی جامع، مبتنی بر شواهد و حاصل از تلفیق نظام‌مند مطالعات پیشین است که می‌تواند مبنایی برای تصمیم‌گیری مدیران، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه خیریه و توسعه اجتماعی در طراحی برنامه‌های توانمندسازی، ارتقای پایداری سازمان‌های خیریه و توسعه کارآفرینی اجتماعی باشد.

ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش

راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینان اجتماعی با استفاده از رویکردهای تجاری، در پی تحقق اهداف اجتماعی، بهبود شرایط اقتصادی و ایجاد آثار مثبت و پایدار در جامعه هستند (دانش و حجازی، ۱۴۰۳). هرچند مفهوم کارآفرینی اجتماعی در ایران طی سال‌های اخیر رشد قابل‌توجهی داشته است، اما همچنان از نظر توسعه نظری، تبیین ابعاد راهبردی و به‌کارگیری عملی در سازمان‌های اجتماعی و خیریه با چالش‌هایی مواجه است (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹).

ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی مستلزم اتخاذ رویکردی جامع و مشارکت هماهنگ میان بخش‌های دولتی، غیردولتی و خصوصی است. در این زمینه، فرهنگ‌سازی، افزایش آگاهی عمومی، بهره‌گیری از تجارب موفق، بهبود نظام حکمرانی، توسعه آموزش‌های تخصصی و نهادینه‌سازی کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزشی، از مهم‌ترین راهبردهای توسعه این حوزه به شمار می‌روند (اعلامی و رحیمیان، ۱۳۹۳).

علاوه بر این، توسعه کارآفرینی اجتماعی متأثر از مجموعه‌ای از عوامل سازمانی، محیطی و انسانی است که به‌صورت هم‌زمان بر موفقیت و پایداری آن اثر می‌گذارند. ستار و جان[1] (۲۰۱۹) مهم‌ترین بازیگران موفقیت کارآفرینی اجتماعی را رهبری اثربخش، برنامه‌ریزی سازمانی، تعامل با جامعه، تأمین مالی نوآورانه، سرمایه انسانی، حمایت‌های حقوقی و بازاریابی اجتماعی معرفی کرده‌اند. همچنین بونفانتی[2] و همکاران (۲۰۲۴) نشان می‌دهند که نقش کارآفرینان اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی و حمایت‌های دولتی، از عوامل کلیدی در استمرار و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی محسوب می‌شوند.

برآیند مطالعات نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی اجتماعی صرفاً به وجود منابع مالی یا ساختارهای سازمانی وابسته نیست، بلکه تعامل میان سرمایه انسانی، نوآوری، رهبری، شبکه‌سازی و حمایت‌های نهادی، زمینه‌ساز شکل‌گیری و پایداری این نوع کارآفرینی است. ازاین‌رو، شناسایی راهبردهای مؤثر در این حوزه مستلزم نگاهی جامع و میان‌رشته‌ای به عوامل اثرگذار است.

---

[1] Satar&John
[2] Bonfanti

سرمایه انسانی

سرمایه انسانی، بر اساس تعریف فرهنگ لغت آکسفورد، مجموعه‌ای از دانش، مهارت، تجربه، توانایی‌ها و شایستگی‌های فردی است که به‌عنوان سرمایه‌ای ارزشمند برای افراد، سازمان‌ها و جوامع تلقی می‌شود و می‌تواند در تحقق اهداف اقتصادی و اجتماعی به‌کار گرفته شود. این مفهوم، امروزه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع نامشهود سازمان‌ها شناخته می‌شود که نقش تعیین‌کننده‌ای در خلق ارزش، نوآوری و توسعه پایدار ایفا می‌کند.

در ادبیات کارآفرینی اجتماعی، سرمایه انسانی یکی از ارکان اصلی خلق ارزش اجتماعی و تحقق مأموریت‌های سازمانی محسوب می‌شود. این مفهوم، علاوه بر دانش و آموزش تخصصی، مهارت‌های حرفه‌ای، تجربه‌های کارآفرینانه، توانایی حل مسئله، خلاقیت، یادگیری مستمر و شبکه‌های ارتباطی افراد را نیز در بر می‌گیرد (آنگر[1] و همکاران، ۲۰۱۱). بر این اساس، هرچه کیفیت سرمایه انسانی در یک سازمان بالاتر باشد، ظرفیت آن سازمان برای شناسایی فرصت‌های نوآورانه، مدیریت اثربخش منابع و ارائه راهکارهای خلاقانه برای حل مسائل اجتماعی نیز افزایش خواهد یافت.

سرمایه انسانی از طریق تحصیلات رسمی و یادگیری ضمن کار انباشته می‌شود(کمیجانی و علمی، ۱۳۸۴). در این میان، آموزش و توانمندسازی منابع انسانی از مهم‌ترین سازوکارهای ارتقای سرمایه انسانی به شمار می‌رود. توسعه سرمایه انسانی مستلزم نیازسنجی آموزشی، طراحی برنامه‌های آموزشی اثربخش، توسعه مهارت‌های تخصصی و ارتقای شایستگی‌های حرفه‌ای است که در نهایت به توانمندسازی منابع انسانی برای ایفای نقش‌های سازمانی و افزایش اثربخشی عملکرد آنان منجر می‌شود (سپهوند[2] و همکاران، ۲۰۲۲).

نظریه سرمایه انسانی بیان می‌کند که سرمایه‌گذاری در آموزش رسمی، یادگیری و توسعه مهارت‌ها، ظرفیت تولیدی افراد را افزایش داده و از طریق ارتقای دانش و توانمندی‌های شناختی، بهره‌وری و کارایی نیروی انسانی را بهبود می‌بخشد. بر اساس این نظریه، آموزش نه‌تنها موجب افزایش بازده اقتصادی افراد می‌شود، بلکه زمینه‌ساز نوآوری، کارآفرینی، رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی نیز خواهد بود. ازاین‌رو، سرمایه انسانی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه اقتصادی در اقتصاد دانش‌بنیان شناخته می‌شود (فیتزسیمونز[3]، ۱۳۹۹).

پژوهش‌های اخیر نیز این دیدگاه را تأیید می‌کنند و نشان می‌دهند که افزایش سرمایه انسانی، علاوه بر بهبود بهره‌وری، زمینه توسعه فعالیت‌های نوآورانه، افزایش توان رقابتی سازمان‌ها و خلق فرصت‌های جدید را فراهم می‌آورد (عباس[4] و همکاران، ۲۰۲۴). در سازمان‌های خیریه، برخورداری از سرمایه انسانی توانمند

[1] Unger
[2] Sepahvand
[3] Fitzsimons
[4] Abbas

می‌تواند با ارتقای توان مدیریتی، تقویت مشارکت ذی‌نفعان، افزایش کیفیت خدمات و توسعه راهکارهای نوآورانه، زمینه شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی اجتماعی را فراهم سازد. بنابراین، سرمایه انسانی نه‌تنها یک منبع سازمانی، بلکه یک مزیت راهبردی برای تحقق اهداف اجتماعی و توسعه پایدار در نهادهای خیریه محسوب می‌شود. بر این اساس، سرمایه انسانی را می‌توان حلقه اتصال میان ظرفیت‌های سازمان‌های خیریه و تحقق کارآفرینی اجتماعی دانست؛ ظرفیتی که در نهایت زمینه‌ساز توسعه اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی گروه‌های هدف خواهد بود.

توسعه اجتماعی

توسعه اجتماعی یکی از مفاهیم بنیادین و چندبعدی در علوم اجتماعی است که فراتر از رشد اقتصادی، بر بهبود کیفیت زندگی، ارتقای رفاه عمومی، کاهش نابرابری‌ها، گسترش فرصت‌های برابر و افزایش مشارکت اجتماعی افراد تأکید دارد. اگرچه در سند کپنهاگ چارچوب نسبتاً روشنی برای این مفهوم ارائه شده است، اما توسعه اجتماعی همچنان مفهومی پویا و میان‌رشته‌ای محسوب می‌شود که ابعاد اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و انسانی را به‌صورت هم‌زمان در بر می‌گیرد.

استس[1] (۲۰۰۱) توسعه اجتماعی را مفهومی میان‌رشته‌ای می‌داند که با بهبود کیفیت زندگی، ارتقای رفاه اجتماعی و ایجاد تغییرات مثبت در ساختارهای اقتصادی و اجتماعی ارتباط دارد. بر این اساس، توسعه اجتماعی تنها به رشد شاخص‌های اقتصادی محدود نمی‌شود، بلکه توسعه قابلیت‌های انسانی، افزایش مشارکت شهروندان و ارتقای عدالت اجتماعی را نیز شامل می‌شود. در این میان، کارآفرینی اجتماعی با ارائه راهکارهای نوآورانه برای پاسخگویی به مسائل اجتماعی، به‌عنوان یکی از سازوکارهای مؤثر تحقق توسعه اجتماعی شناخته می‌شود.

جاکبز و کلولند[2] (۲۰۰۸) توسعه اجتماعی را فرآیندی سازمان‌یافته برای بسیج ظرفیت‌ها، فعالیت‌ها و توانمندی‌های انسانی به‌منظور دستیابی به نتایج مطلوب‌تر در جامعه معرفی می‌کنند. از دیدگاه آنان، توسعه اجتماعی زمانی تحقق می‌یابد که سرمایه‌ها و ظرفیت‌های انسانی در مسیر خلق ارزش اجتماعی و توسعه پایدار هدایت شوند.

ازکیا و غفاری (۱۳۸۶) نیز توسعه اجتماعی را مفهومی مرتبط با بهبود کیفیت زندگی افراد جامعه دانسته و آن را ناظر بر ارتقای شرایط زندگی در حوزه‌هایی مانند فقرزدایی، بهداشت، آموزش، اشتغال، مسکن، تغذیه و اوقات فراغت می‌دانند. از منظر این پژوهشگران، توسعه اجتماعی علاوه بر ابعاد اقتصادی، مفاهیمی همچون جامعه مدنی، عدالت اجتماعی، رفاه اجتماعی، سرمایه اجتماعی و مشارکت شهروندان را نیز دربرمی‌گیرد که همگی در ایجاد جامعه‌ای پایدار و توانمند نقش دارند.

در همین راستا، مطالعات نشان می‌دهد که محیط اجتماعی، نهادهای مدنی و عوامل نهادی می‌توانند زمینه توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی را فراهم کرده و از طریق ایجاد فرصت‌های نوآورانه، به بهبود

[1] Estes
[2] Jacobs& Cleveland

شاخص‌های توسعه اجتماعی کمک کنند (جیائو[1]، ۲۰۱۱). بنابراین، کارآفرینی اجتماعی و توسعه اجتماعی رابطه‌ای دوسویه دارند؛ به‌گونه‌ای که توسعه اجتماعی بستر شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌کند و کارآفرینی اجتماعی نیز از طریق ایجاد اشتغال، توانمندسازی گروه‌های آسیب‌پذیر، کاهش فقر، ارتقای سرمایه انسانی و افزایش مشارکت اجتماعی، تحقق اهداف توسعه اجتماعی را تسهیل می‌کند.

با توجه به این دیدگاه‌ها، می‌توان توسعه اجتماعی را پیامد نهایی تعامل میان سرمایه انسانی، نوآوری اجتماعی و ظرفیت‌های سازمان‌های خیریه دانست. ازاین‌رو، هرگونه راهبرد برای توسعه کارآفرینی اجتماعی در نهادهای خیریه، زمانی اثربخش خواهد بود که در نهایت به ارتقای شاخص‌های توسعه اجتماعی، بهبود کیفیت زندگی جامعه هدف و تحقق توسعه پایدار منجر شود.

پیشینه‌ی پژوهش

پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه کارآفرینی اجتماعی، سرمایه انسانی و توسعه اجتماعی، هر یک از جنبه‌ای به تبیین ابعاد مختلف این حوزه پرداخته‌اند. مرور این مطالعات نشان می‌دهد که طی سال‌های اخیر، توجه پژوهشگران به نقش سازمان‌های خیریه در توسعه کارآفرینی اجتماعی افزایش یافته و موضوعاتی همچون نوآوری، ارزش‌آفرینی، سرمایه انسانی، تأمین مالی و توسعه اجتماعی بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفته است. با این حال، یافته‌های این پژوهش‌ها در حوزه‌های مختلف پراکنده بوده و ضرورت تلفیق و یکپارچه‌سازی آن‌ها بیش از پیش احساس می‌شود.

در ادبیات داخلی، بهار و محمودیان (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «شناسایی مدل پارادایمی توسعه نوآوری در مؤسسات خیریه ایران» با بهره‌گیری از رویکرد نظریه داده‌بنیاد، نقش مؤلفه‌هایی همچون دانش بازار، خلاقیت مدیریتی و آموزش نیروی انسانی را در شکل‌گیری نوآوری در مؤسسات خیریه تبیین کردند. همچنین عباسی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهش «شناسایی پیشایندهای ارزش‌آفرینی سازمان بسیج سازندگی در توسعه کسب‌وکارهای خانگی به‌منظور محرومیت‌زدایی» توسعه اجتماعی را یکی از ابعاد اساسی ارزش‌آفرینی دانسته و بر نقش توسعه چندجانبه، شامل فرهنگ‌سازی جهادی، توسعه اجتماعی و توسعه اقتصادی، در بهبود کیفیت زندگی جامعه هدف تأکید کردند. در ادامه، کیائی و سلیمانی (۱۳۹۵) نیز با بررسی نقش تأمین مالی جمعی خیرخواهانه در ایجاد اشتغال و تولید، ظرفیت منابع خیریه را در توسعه فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد اشتغال مورد توجه قرار داده و نشان دادند که این منابع می‌توانند فراتر از کمک‌های مستقیم، در قالب سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی و فعالیت‌های کارآفرینانه مورد استفاده قرار گیرند. همچنین طغیانی و درخشان (۱۳۹۵) در کتاب «اقتصاد وقف و خیریه» با معرفی بخش وقف و خیریه به‌عنوان بخش سوم اقتصاد، نقش این بخش را در تحقق اهداف اقتصادی و اجتماعی و تکمیل‌کننده فعالیت‌های دولت و بخش خصوصی تبیین کرده و سازوکارهایی برای بهره‌گیری مؤثرتر از ظرفیت‌های آن

[1] Jiao

ارائه کرده‌اند. از سوی دیگر، یدالهی فارسی و رضوی (۱۳۹۰) نیز با بررسی نقش سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی در کارآفرینی جوانان روستایی، نشان دادند که دانش، مهارت، تجربه و شبکه‌های ارتباطی افراد، در کنار سرمایه اجتماعی، نقش مهمی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه، توسعه کسب‌وکار و ایجاد اشتغال پایدار ایفا می‌کنند.

در مطالعات خارجی نیز ابعاد مختلف کارآفرینی اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. وانگ و یی[1] (۲۰۲۳) در مرور ادبیات کارآفرینی اجتماعی بیان می‌کنند که این حوزه به یکی از موضوعات نوظهور مدیریت تبدیل شده و عمده پژوهش‌ها بر پیشایندها، فرایندها و مدیریت کارآفرینی اجتماعی متمرکز بوده‌اند. ژانگ[2] و همکاران (۲۰۲۲) نیز با بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی در کاهش فقر، بر ظرفیت این رویکرد در ارائه راهکارهای نوآورانه و پایدار برای حل مسائل اجتماعی تأکید کرده‌اند. مورفی[3] و همکاران (۲۰۱۷) با مطالعه یک سازمان غیردولتی در مالزی، مدلی چهارمرحله‌ای برای گذار از خیریه سنتی به کارآفرینی اجتماعی ارائه کردند که بر ایجاد ظرفیت، توانمندسازی و کاهش وابستگی تأکید دارد. همچنین دیس[4] (۲۰۱۲) با طرح دو رویکرد خیریه سنتی و حل مسئله کارآفرینانه، بر ضرورت تلفیق ارزش‌های این دو نگرش برای افزایش اثربخشی کارآفرینی اجتماعی تأکید کرده و ریبیرو سوریانو و گالیندو (۲۰۱۲) نیز نقش مؤسسات خیریه را در توسعه کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی مورد توجه قرار داده‌اند. علاوه بر این، بورنشتاین[5] (۲۰۰۷) با معرفی نمونه‌های موفق کارآفرینان اجتماعی در نقاط مختلف جهان، نقش ویژگی‌های فردی، نوآوری و سرمایه انسانی را در ایجاد تغییرات اجتماعی برجسته ساخته است.

در مجموع، مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که پژوهش‌های انجام‌شده، هر یک بخشی از ابعاد کارآفرینی اجتماعی، سرمایه انسانی، نوآوری، تأمین مالی و توسعه اجتماعی را تبیین کرده‌اند و بدنه ارزشمندی از دانش را در این حوزه شکل داده‌اند. با این حال، یافته‌های این مطالعات به‌صورت پراکنده گزارش شده و تاکنون پژوهشی که با بهره‌گیری از روش فراترکیب، این یافته‌ها را به‌صورت نظام‌مند تجزیه، ترکیب و یکپارچه کرده و راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه را با تأکید بر سرمایه انسانی استخراج کند، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. ازاین‌رو، پژوهش حاضر با استفاده از روش فراترکیب، درصدد تلفیق نظام‌مند یافته‌های مطالعات پیشین و ارائه چارچوبی جامع برای شناسایی راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه است.

[1] Wang &Yee
[2] Zhang
[3] Murphy
[4] Dees
[5] Bornstein

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، توسعه‌ای–کاربردی، از نظر ماهیت داده‌ها کیفی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، اسنادی است. این پژوهش با استفاده از روش فراترکیب[1] انجام شده است؛ روشی که با تجزیه، تحلیل، تلفیق و تفسیر نظام‌مند یافته‌های حاصل از مطالعات پیشین، امکان دستیابی به درکی جامع‌تر از یک پدیده را فراهم می‌آورد. هدف از به‌کارگیری این روش، استخراج، یکپارچه‌سازی و تفسیر یافته‌های پژوهش‌های منتخب به‌منظور شناسایی راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه با تأکید بر سرمایه انسانی بود.

روش گردآوری اطلاعات، مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد علمی بوده و جامعه پژوهش را کتاب‌ها، مقالات علمی‌پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و سایر منابع علمی معتبر در حوزه کارآفرینی اجتماعی، سرمایه انسانی و توسعه اجتماعی تشکیل می‌دهند. در این پژوهش، فراترکیب به‌عنوان روشی کیفی، امکان شناسایی الگوها، مفاهیم و مضامین مشترک در مطالعات مختلف را فراهم ساخته و از طریق تلفیق نظام‌مند یافته‌های پژوهش‌های پیشین، به ارائه تفسیری جامع‌تر از موضوع منجر می‌شود (زیمر[2]، ۲۰۰۶).

به‌منظور اجرای فراترکیب، از الگوی هفت‌مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو[3] (۲۰۰۶) استفاده شد. این الگو یکی از شناخته‌شده‌ترین چارچوب‌های نظام‌مند در پژوهش‌های فراترکیب است و با فراهم کردن فرآیندی ساختاریافته، به افزایش اعتبار، شفافیت و قابلیت اعتماد یافته‌ها کمک می‌کند. مراحل این الگو شامل تدوین سؤال پژوهش، جست‌وجوی نظام‌مند منابع، انتخاب مطالعات مرتبط، استخراج داده‌ها، تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی، ارزیابی کیفیت مطالعات و در نهایت ارائه یافته‌ها است (سندلوسکی و باروسو، ۲۰۰۶).

گام‌های فراترکیب

گام اول: تنظیم سوال پژوهش

در نخستین گام فراترکیب، سؤال پژوهش براساس چارچوب پیشنهادی سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۶) و با استفاده از مؤلفه‌های «چه چیزی»، «چه کسانی»، «چه زمانی» و «چگونه» تدوین شد. این چارچوب، با تعیین حدود پژوهش، از پراکندگی در فرایند جست‌وجو و انتخاب مطالعات جلوگیری کرده و مسیر انجام پژوهش را به‌صورت نظام‌مند مشخص می‌کند. جدول (۱) مؤلفه‌های اصلی سؤال پژوهش را نشان می‌دهد.

[1] Meta-synthesis
[2] Zimmer
[3] Sandelowski & Barroso

جدول ۱- پارامترها و پاسخ سؤالات

پارامترهای سوالی	پاسخ سوال
چه چیزی *(What)*؟	شناسایی راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه
جامعه آماری مورد مطالعه *(Who)*؟	کتاب‌ها، مقالات علمی، پایان‌نامه‌ها و سایر اسناد علمی مرتبط
محدودیت زمانی *(When)*؟	مطالعات منتشرشده بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۵
چگونه *(How)*؟	فراترکیب با استفاده از الگوی هفت‌مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۶) و تحلیل مضمون

گام دوم: جست‌وجوی نظام‌مند منابع

در این مرحله، جست‌وجوی نظام‌مند منابع علمی با هدف شناسایی مطالعات مرتبط انجام شد. جامعه پژوهش شامل کتاب‌ها، مقالات علمی، پایان‌نامه‌ها، گزارش‌های پژوهشی و سایر اسناد علمی منتشرشده در فاصله زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۵ بود. جست‌وجو با استفاده از کلیدواژه‌های فارسی و انگلیسی و ترکیب آن‌ها در پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی و بین‌المللی انجام گرفت.

جدول ۲- کلیدواژه‌های جستجو

English	فارسی
Social entrepreneurship	کارآفرینی اجتماعی
Charitable Organizations	سازمان‌های خیریه
Human capital	سرمایه انسانی
social development	توسعه اجتماعی
Meta-synthesis	فراترکیب

به منظور جستجوی پژوهش‌های صورت گرفته در خارج از کشور، پایگاه‌های اطلاعاتی ساینس دایرکت[۱]، امرالد[۲]، ، پروکوئست[۳]، تیلور اند فرانسیس[۴]، الزویر[۵]، وایلی[۶]، وب آوساینس[۷] و موتور جستجوی گوگل اسکولر[۸] مورد جستجو قرار گرفتند. فهرست منابع پژوهش‌ها نیز برای دستیابی به منابع بیشتر بررسی شدند. در مورد پژوهش‌های صورت گرفته در ایران، پایگاه‌های اطلاعاتی مگیران، ایران‌داک، سیکا، نورمگز، سیویلیکا، جهاد دانشگاهی و علم‌نت مورد جست‌وجو قرار گرفتند. علاوه بر این، فهرست منابع مقالات منتخب نیز به‌صورت دستی بررسی شد تا احتمال از قلم افتادن مطالعات مرتبط کاهش یابد. فرایند

[1] Science Direct
[2] Emerald
[3] ProQuest
[4] Taylor and Francis
[5] Elsevier
[6] Wiley
[7] Web of Science (WOS)
[8] Google Scholar

جست‌وجو تا زمانی ادامه یافت که مطالعات جدید، اطلاعات تازه‌ای به مجموعه یافته‌ها اضافه نکرده و اشباع نظری حاصل شد.

گام سوم: غربالگری و انتخاب مطالعات

در این مرحله، مطالعات بازیابی‌شده براساس معیارهای ورود و خروج به‌صورت نظام‌مند بررسی شدند. معیارهای ورود شامل ارتباط مستقیم با موضوع پژوهش، انتشار در منابع علمی معتبر، دسترسی به متن کامل و انتشار در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۵ بود. همچنین، مطالعات تکراری، منابع فاقد متن کامل، پژوهش‌های غیرمرتبط و مطالعاتی که از کیفیت علمی لازم برخوردار نبودند، از فرایند بررسی حذف شدند.
در مرحله نخست، تعداد ۳۵۷ مطالعه مرتبط شناسایی شد. پس از حذف ۵۲ مطالعه تکراری و ۹۷ مطالعه نامرتبط، عناوین و چکیده مطالعات باقی‌مانده بررسی شد که در نتیجه ۱۲۱ مطالعه دیگر حذف گردید. سپس متن کامل مطالعات منتخب از نظر میزان ارتباط با موضوع، کیفیت علمی و انطباق با هدف پژوهش ارزیابی شد و در نهایت با حذف ۶۵ مطالعه، ۲۲ مطالعه واجد شرایط برای ورود به مرحله تحلیل نهایی انتخاب شدند.

گام چهارم: استخراج داده‌ها و تحلیل یافته‌ها

پس از انتخاب مطالعات نهایی، متن کامل منابع منتخب چندین بار مطالعه و داده‌های موردنیاز به‌صورت کدگذاری دستی استخراج شد. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون[1] استفاده شد. در این فرایند، ابتدا کدهای اولیه از یافته‌های مطالعات استخراج، سپس کدهای مشابه در قالب مضامین میانی طبقه‌بندی و در نهایت مضامین نهایی شناسایی شدند.
برای نمونه، مضمون نهایی «آموزش و توانمندسازی» طی چند مرحله استخراج شد. در مرحله نخست، کدهای اولیه‌ای مانند «آموزش مهارت‌های شغلی»، «استفاده از ظرفیت‌های بومی» و «ایجاد کارگاه‌های محلی و کوچک» استخراج گردید. سپس این کدها در قالب مضامین میانی شامل «ارتقای مهارت و توانمندسازی منابع انسانی» و «بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی در آموزش» سازمان‌دهی شدند. در نهایت، با ادغام این مضامین میانی، مضمون نهایی «آموزش و توانمندسازی» به‌عنوان یکی از راهبردهای اصلی توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه شناسایی شد.

جدول ۳- کدهای اولیه، مضامین میانی و نهایی در فرایند پژوهش

کدهای اولیه	مضامین میانی	مضامین نهایی
آموزش مهارت‌های شغلی	ارتقای مهارت‌های فردی و حرفه‌ای	آموزش و توانمندسازی
ایجاد کارگاه‌های محلی و کوچک	بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی	آموزش و توانمندسازی
استفاده از شبکه‌های ارتباطی خیرین	توسعه تعاملات و شبکه‌های حمایتی	شبکه‌سازی و توسعه ارتباطات
استفاده از کمک‌های مالی هدفمند	تأمین منابع مالی پایدار	پشتیبانی مالی و سرمایه‌گذاری

[1] Thematic Analysis

حمایت از نوآوری در طراحی کسب‌وکارهای اجتماعی	ترویج تفکر خلاق و حل مسئله	تشویق به نوآوری اجتماعی
ارزیابی مستمر عملکرد پروژه‌ها	استقرار نظام پایش و بازخورد	ارزیابی و بهبود مستمر
اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی	ارتقای آگاهی عمومی	فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش‌ها

جدول ٤- خلاصه اطلاعات و نتایج مقالات منتخب داخلی و خارجی

ردیف	محققین	سال	نتایج پژوهش
۱	Mohammed Faiz Kamaludin Jesrina Ann Xavier Muslim Amin	2024	مطالعه انجام شده نشان‌دهنده چهار بعد کلیدی (اجتماعی، اقتصادی،رفتاری و حکمرانی) در کارآفرینی اجتماعی است.
۲	Robert H. Gertner	2023	نتایج حاکی از ان است که معامله با گروه‌های محروم، به کارآفرینان انگیزه می‌دهد تا ویژگی‌ها و نیازهای ذینفعان خود را اندازه‌گیری یا جمع‌آوری کنند. نوآوری اصلی شرکت‌های اجتماعی انگیزه‌های مختلط کارآفرینان آنها نیست بلکه ساختار منحصر به فرد آن‌هاست که مبتنی بر معامله با ذینفعان، می‌باشد.
۳	Aiwen Wang Cheok Mui Yee	2023	نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کمتر به دیدگاه‌های جامعه شناختی کارآفرینی اجتماعی توجه شده است، مانند حکمرانی اجتماعی و نظریه جمعیت و نیز عدم توجه به عملکرد کارآفرینی قابل ملاحظه است و همچنین چارچوب نظری کارآفرینی اجتماعی که باید بیشتر بهبود یابد.
۴	Xiaoyi Zhang, Yu Sun, Yang Gao, Yueqi Dong	2022	در نتیجه تحقیق بیان شد که هسته اصلی کارآفرینی اجتماعی خلق ارزش اجتماعی است تا ارزش اقتصادی. شرکت‌های اجتماعی باید اهداف اجتماعی روشنی داشته باشند (مانند بهبود آموزش و سلامت، کاهش طرد اجتماعی و غیره) و در فعالیت‌های تجاری به روش‌های نوآورانه شرکت کنند و فعالیت‌های خود را با فروش محصولات یا خدمات حفظ کنند. بنابراین، کارآفرینی اجتماعی نیاز به در نظر گرفتن‌منافع اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی دارد.
۵	María-Teresa Méndez-Picazo Miguel-Angel Galindo-Martin Maria-Soledad Castaño-Martínez	2021	نتایج نشان می‌دهد هر دو نوع فعالیت کارآفرینی عمومی و اجتماعی، توسعه پایدار را تحریک می‌کنند. اما عامل اجتماعی–فرهنگی تأثیر بیشتری نسبت به عامل اقتصادی نشان می‌دهد. سیاست‌هایی که با هدف ارتقای سرمایه انسانی، اشتغال و کمک به سرمایه‌گذاری به نفع کارآفرینی اجتماعی است، در حالی که سیاست‌هایی که نوآوری را افزایش می‌دهند و مؤسسات را بهبود می‌بخشند و با هدف کاهش فساد و آزادتر و مؤثرتر کردن بازار هستند، تأثیر زیادی بر کارآفرینی عمومی خواهند داشت. از سوی دیگر، سیاست های توزیع مجدد با هدف بهبود توزیع درآمد تأثیر

			مشابهی بر هر دو نوع کارآفرینی خواهند داشت.
۶	Sucheta Agarwal Usha Lenka Kanhaiya Singh Vivek Agrawa Anand Mohan Agrawal	2020	نتایج پژوهش نشان می‌دهد، زنان کارآفرین اجتماعی در ابتدا با مشاغل و فعالیت‌های کوچک شروع می‌کنند، آنها موضوعاتی را هدف قرار می‌دهند که بیان محلی اما اهمیت ملی و بین‌المللی دارند، مثلاً ایجاد شغل، نوآوری و تشویق زنان دیگر به کارآفرینی،خود اتکایی یا کمک به مردم فقیر.
۷	Jamie Murphy Albert C.K. Teo Casey Murphy Eunice Liu	2017	نتایج نشان می‌دهد که مشکلات مالی به طور فزاینده‌ای از حمایت مستقیم و غیرمستقیم دولتی برای نیازمندان می‌کاهد و سازمان های غیردولتی به دنبال رفع این کمبود با راه حل‌های بلندمدت و پایدار برای محرومان و نیازمندان هستند.کارآفرینان اجتماعی در سه مرحله به این مهم می‌پردازند: قطع وابستگی، ایجاد ظرفیت و توسعه کارآفرینان و مرحله آخر به گیرندگان خودباوری، اتکا به خود و عزت نفس می‌دهند.
۸	Dragos Marian Radulescu Cristina Teodora Balaceanu	2013	کارآفرینی اجتماعی یعنی ایده انجام کارهای خوب برای خود و جامعه، به‌عنوان نمونه، مشارکت و ایجاد یک فعالیت خاص که باعث تولید ثروت می‌شود و فرصت‌های جدیدی را برای توسعه‌ی محلی ایجاد می‌کند.
۹	J. Gregory Dees	2012	دو فرهنگ خیریه و کارآفرینی اجتماعی ریشه در پاسخ‌های روانی ما به نیازهای دیگران دارند و توسط هنجارهای اجتماعی تقویت می‌شوند. موفقیت کارآفرینی اجتماعی مستلزم ادغام ارزش‌های خیریه و کارآفرینی است، که در آن رضایت از بخشش با مزایای اجتماعی و حل دقیق مشکل مرتبط است.
۱۰	Yazilmiwati Yaacob Ilhaamie Abdul Ghani Azmi	2012	تحقیقات نشان‌دهنده تعهد کارآفرینان مالزی در انجام مسئولیت‌های اجتماعی است و هنگامی که مردم می‌توانند تلاش‌های انجام شده توسط کارآفرینان و مسئولیت‌های انجام شده را احساس کنند آنها نیز احساس می‌کنند که پیشرفت کرده‌اند و این پیشرفت نه فقط در حوزه اقتصادی بلکه از نظر رشد روحی و روانی نیز سنجیده می‌شود.
۱۱	Daniel Isenberg	2011	آیزنبرگ اکوسیستم کارآفرینی را مجموعه‌ای از سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت‌ها، سرمایه انسانی و بازار معرفی میکند؛ که ارتباط تنگاتنگی با هم دارند.
۱۲	محمدرضا فلاح شیرین قره خانی	2024	نتایج پژوهش نشان می‌دهد یکی از موضوع‌های بسیار مهم در ایجاد اشتغال مولد و ثروت پایدار، استفاده از خلاقیت و نوآوری به همراه شکار فرصت‌ها و

			ریسک‌پذیری است. در این بین، نیازها و آسیب های جامعه با توجه به تغییرات فناوری و ظهور تکنولوژی‌های جدید، دست خوش تحولات عمیقی شده‌اند که نیازمند روش جدیدی برای مواجهه با این تغییرات هستند که کارآفرینی اجتماعی می‌تواند ابزار مناسبی برای این کار باشد.
۱۳	سیده منا فاضلی پور حسین ملتفت عبدالرضا نواح علی اصغر سعد آبادی	2024	یافته‌ها نشانگر تکوین ابعاد کارآفرینی اجتماعی در قالب پنج‌دسته‌ی کلی «نوآوری چندسطحی»، «ارزش آفرینی اجتماعی»، «بوم‌شناسی و طراحی مدل کسب‌وکار اجتماعی»، «تعریف نقش کارآفرین اجتماعی» و «اشتغال و درآمدزایی» می‌باشد.
۱۴	مهری بهار، زینب محمودیان	2023	در مجموع، یافته‌ها نشان می‌دهند که توسعه نوآوری در مؤسسات خیریه یک فرایند پیچیده است که به عوامل مختلفی بستگی دارد. بهره‌مندی از دانش بازار به عنوان محوری‌ترین عامل، و سایر عوامل مانند ویژگی‌های مدیریتی، شبکه‌ها و ارتباطات میان فرهنگی، نقش‌های مهمی در این توسعه ایفا می‌کنند. این یافته‌ها می‌توانند برای سیاست‌گذاران و مدیران مؤسسات خیریه در طراحی برنامه‌های بهبود و توسعه نوآوری بسیار مفید باشند.
۱۵	رسول عباسی، محمدرضا فلاح و عاطفه اکبری کجانی	2023	در این پژوهش مجموعه‌ای از پیشنهادات عملی برای رفع فقر و توسعه کسب‌وکارهای خانگی از طریق سازمان بسیج سازندگی ارائه می‌شودکه شامل ارتقای فرهنگ کار خانگی، آموزش روش‌های جدید بازاریابی، تشویق کسب‌وکارهای خانگی نوآور و موفق، تشویق دستگاه‌های دولتی به خرید محصولات این مشاغل، راه‌اندازی و توسعه شبکه‌های عرضه محصولات، حمایت‌های مالی، ایجاد مراکز رشد و مشاوره کسب‌وکارهای خانگی، حمایت از تشکیل تعاونی‌ها توسط خانوارهای صاحب این بنگاه‌ها و همچنین برگزاری دوره‌های‌آموزشی‌وفراهم‌کردن‌نمایشگاه‌های‌دائمی می‌باشد.
۱۶	محمد هادی باقری محمد علی عبدالوند سید جمال الدین طبیبی بهناز خدایاری	2020	تایج پژوهش نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی نقش بسیار مهمی در کارآفرینی و توسعه پایدار ایفا می‌کند و می‌تواند به عنوان یک عامل پیش‌برنده و فرصت‌ساز برای کارآفرینی باشد اما برای تحقق این ارتباط مثبت، شرایط و عوامل متعددی از جمله: عوامل فردی شخص کارآفرین، عوامل نهادی یا محیطی و... مورد نیاز است. در نهایت، با فراهم شدن شرایط و عوامل مناسب، می‌توان از ظرفیت‌های مسئولیت اجتماعی برای توسعه کارآفرینی و ایجاد یک جامعه پایدار بهره برد.

۱۷	مهدی کیانی محمد سلیمانی	2018	نتایج پژوهش نشان می‌دهد که هدایت منابع خیریه‌ای به سمت فعالیت‌های کارآفرینی، یکی از ابعاد اصلی توانمندسازی فقرا است. نهادهای خیریه با کمک فناوری‌های ارتباطاتی می‌توانند فرصت‌های ارزان‌قیمت اشتغال‌زایی را به‌راحتی شناسایی کرده و نسبت به استفاده از این فرصت‌ها اقدام نمایند. به‌طور خلاصه بستر ICT و فرصت‌هایی که ذیل آن ایجاد می‌شود، می‌تواند یکی از اصلی‌ترین‌اهداف اجتماعی مؤسسات خیریه را برآورده سازد.
۱۸	علی داوری لیلا سفیدبری وجیهه باقرصاد	2018	براساس نتایج تحقیق، ۱. سیاست (رهبری و دولت) ۲. تامین مالی ۳. فرهنگ (هنجارهای اجتماعی و داستان‌های موفقیت) ۴. حمایت‌ها (غیردولتی، أصناف و زیرساخت‌ها) ۵. سرمایه انسانی (موسسات آموزشی و نیروی‌کار) ۶. بازار (شبکه‌ها و مشتریان) در توسعه اکوسیستم کارآفرینی در ایران سهم دارند.
۱۹	حسن کیائی محمد سلیمانی	2017	نتایج پژوهش نشان می‌دهد روش تأمین مالی جمعی قادر است فرهنگ کارآفرینی و سرمایه اجتماعی را ارتقاء بخشیده و از این طریق توسعه اقتصادی و اجتماعی را در جوامع تسریع نماید.
۲۰	محمد طغیانی مرتضی درخشان	2016	نتایج پژوهش حاکی از آن است که اگر بخواهیم فضا را برای توسعه بخش سوم، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی فراهم کنیم، باید سیاست‌های اجرایی زیر را درپیش بگیریم: ۱.حل مشکلات سازگاری اَنگیزشی الف) شفافسازی و اطلاع‌رسانی ب) تنظیم قرارداد سازگار با انگیزه‌ها ۲.نوع موضوعی بخش سوم ۳.تنوع روشهای تأمین مالی بخش سوم ۴.تنوع انگیزه‌ها در بخش سوم ۵.صیانت از دارایی‌ها و درآمدهای بخش سوم اقتصاد ۶.فرهنگ‌سازی ۷.نهادسازی ۸.مقابله با سازمان‌های انتفاعی متظاهر به غیرانتفاعی ۹.اجرای سیاست «بخش سومی‌سازی» در کنار خصوصی‌سازی
۲۱	اسدالله کردنائیج محمدرضا زالی ماجد بهامین	2013	نتایج نشان می‌دهد؛ «تدوین سند ملی توسعه‌ی کارآفرینی» مهم‌ترین عامل در توسعه‌ی کارآفرینی و «ایجاد مراکز کارآفرینی و خدمات مشاوره‌ای»، «اصلاح

			قوانین و مقررات اداری- بانکی»، «ایجاد دانشکده‌ها و آموزشگاه‌های کارآفرینی»، «حمایت‌های مالی و مالیاتی سازمان یافته»، «ایجاد و تقویت پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد»، «کاهش الزامات و مراحل اداری- بانکی و ثبت شرکت‌ها» و «ایجاد شبکه‌های حامی کارآفرینی» به‌ترتیب در اولویت‌های دوم تا هشتم قرار دارند.
۲۲	جهانگیر یدالهی فارسی سیدمصطفی رضوی	2011	یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی کارآفرینان و هر سه متغیر وابسته (تعداد فرصت‌های شناسایی‌شده، تعداد فرصت‌های بهره‌برداری شده و پایداری کسب‌وکار) رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد. این یافته تأکید می‌کند که سرمایه‌گذاری در توسعه سرمایه انسانی و اجتماعی کارآفرینان، می‌تواند به موفقیت و پایداری کسب‌وکارهای آنها کمک کند.

بررسی تطبیقی مطالعات منتخب نشان می‌دهد که اگرچه پژوهش‌های پیشین هر یک بخشی از ابعاد کارآفرینی اجتماعی، سرمایه انسانی، توسعه اجتماعی، تأمین مالی، نوآوری یا شبکه‌سازی را مورد توجه قرار داده‌اند، اما این مؤلفه‌ها غالباً به‌صورت مستقل و در چارچوب مطالعات موردی بررسی شده‌اند. در مقابل، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش فراترکیب، تلاش می‌کند با تجمیع نظام‌مند یافته‌های پژوهش‌های پیشین، راهبردهای کلیدی ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه را در قالب چارچوبی منسجم و مبتنی بر سرمایه انسانی استخراج و یکپارچه‌سازی کند.

گام پنجم: ترکیب و یکپارچه‌سازی یافته‌ها

در این مرحله، مضامین استخراج‌شده از مطالعات منتخب با یکدیگر مقایسه و مضامین مشابه ادغام شدند. سپس، روابط میان مضامین بررسی و چارچوب نهایی راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه با تأکید بر سرمایه انسانی شکل گرفت. این مرحله امکان ارائه تفسیری جامع و منسجم از یافته‌های مطالعات مختلف را فراهم ساخت.

جدول۵- فراوانی مضامین در منابع

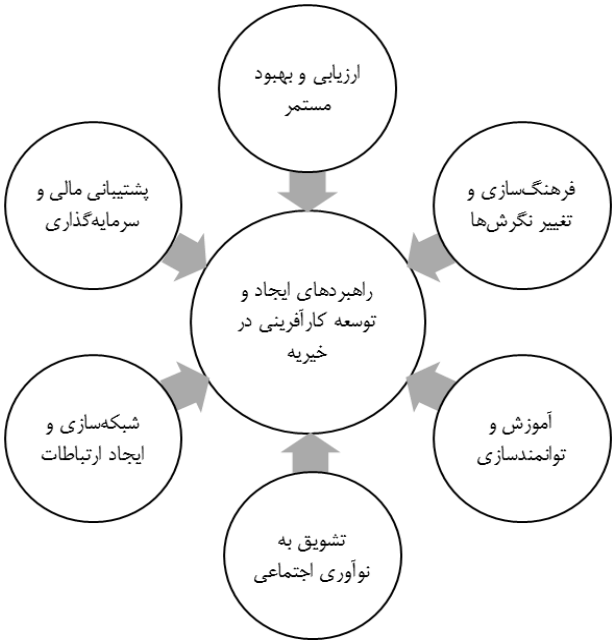
مضمون نهایی	تعداد مطالعات	درصد فراوانی
آموزش و توانمندسازی	۱۸	٪۸۱/۸
فرهنگ‌سازی	۱۵	٪۶۸/۲
پشتیبانی مالی	۱۴	٪۶۳/۶
شبکه‌سازی	۱۳	٪۵۹/۱
نوآوری اجتماعی	۱۲	٪۵۴/۵
ارزیابی و بهبود	۹	٪۴۰/۹

گام ششم: کنترل کیفیت پژوهش

به‌منظور افزایش قابلیت اعتماد یافته‌ها، بخشی از فرآیند کدگذاری به‌صورت مستقل توسط یک پژوهشگر آشنا با روش‌های پژوهش کیفی مورد بررسی قرار گرفت و میزان توافق بین کدگذاری‌ها با استفاده از ضریب کاپا محاسبه شد. مقدار ضریب کاپای به‌دست‌آمده بیش از ۶۰/۰ بود که نشان‌دهنده توافق قابل قبول و پایایی مناسب فرایند کدگذاری است.

گام هفتم: ارائه یافته‌ها

در مرحله پایانی، مضامین نهایی استخراج‌شده همراه با مضامین میانی، کدهای اولیه و فراوانی آن‌ها در قالب جداول و نمودارها ارائه و تفسیر شدند. این مرحله زمینه تبیین چارچوب نهایی راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه با تأکید بر سرمایه انسانی را فراهم کرد.



شکل ۱- مدل مفهومی استخراج‌شده از فراترکیب پژوهش

بحث، نتیجه گیری و ارائه پیشنهاد

هدف پژوهش حاضر، شناسایی راهبردهای ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه با تأکید بر سرمایه انسانی و در راستای توسعه اجتماعی بود. یافته‌های حاصل از فراترکیب مطالعات منتخب نشان داد که توسعه کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌ها پدیده‌ای چندبعدی است و تحقق آن مستلزم تعامل

همزمان مجموعه‌ای از راهبردهای آموزشی، فرهنگی، مالی، ارتباطی، نوآورانه و مدیریتی است. بر این اساس، شش راهبرد اصلی شامل آموزش و توانمندسازی، فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش، پشتیبانی مالی و سرمایه‌گذاری، شبکه‌سازی و توسعه ارتباطات، نوآوری اجتماعی و ارزیابی و بهبود مستمر به عنوان مهم‌ترین راهبردهای توسعه کارآفرینی اجتماعی شناسایی شدند.

یافته‌های پژوهش نشان داد که آموزش و توانمندسازی با بیشترین فراوانی، مهم‌ترین راهبرد توسعه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه است. این یافته بیانگر آن است که سرمایه انسانی، هسته اصلی شکل‌گیری و تداوم فعالیت‌های کارآفرینانه محسوب می‌شود و بدون ارتقای دانش، مهارت، نگرش و توانمندی افراد، تحقق سایر راهبردها نیز با محدودیت مواجه خواهد شد. از این منظر، خیریه‌های موفق صرفاً به ارائه خدمات حمایتی اکتفا نمی‌کنند، بلکه با سرمایه‌گذاری بر آموزش، مهارت‌آموزی و توانمندسازی افراد، زمینه خروج تدریجی آنان از چرخه وابستگی و ورود به فعالیت‌های مولد اقتصادی را فراهم می‌سازند. این نتیجه با دیدگاه سرمایه انسانی و همچنین یافته‌های یدالهی فارسی و رضوی (۱۳۹۰)، داوری و همکاران (۱۳۹۶)، کمال‌الدین و همکاران (۲۰۲۴) و وانگ و یی (۲۰۲۳) همخوانی دارد که توسعه مهارت‌ها و شایستگی‌های انسانی را از مهم‌ترین پیش‌نیازهای موفقیت کارآفرینی اجتماعی معرفی کرده‌اند.

از سوی دیگر، قرار گرفتن فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش در رتبه دوم نشان می‌دهد که موفقیت کارآفرینی اجتماعی تنها به منابع مالی یا مهارت‌های فردی وابسته نیست، بلکه نیازمند تغییر نگرش جامعه، خیرین و ذی‌نفعان نسبت به مأموریت سازمان‌های خیریه است. در واقع، حرکت از الگوی سنتی کمک‌رسانی به سمت الگوی توانمندسازی و ایجاد ارزش اجتماعی مستلزم شکل‌گیری فرهنگ جدیدی است که در آن افراد جامعه، خیریه را نه صرفاً نهادی حمایتی، بلکه سازمانی توسعه‌گرا و کارآفرین تلقی کنند. این یافته با دیدگاه دیس (۲۰۱۲) درباره گذار از فرهنگ خیریه سنتی به فرهنگ حل مسئله و نیز با نتایج بورنشتاین (۲۰۰۷) همسو است.

همچنین، پشتیبانی مالی و سرمایه‌گذاری و شبکه‌سازی و توسعه ارتباطات از دیگر راهبردهای کلیدی شناسایی‌شده بودند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه تنها در گرو برخورداری از سرمایه انسانی نیست، بلکه نیازمند دسترسی به منابع مالی پایدار، ایجاد شبکه‌های ارتباطی مؤثر، تعامل با خیرین، نهادهای دولتی، بخش خصوصی و سایر ذی‌نفعان نیز هست. چنین شبکه‌هایی امکان انتقال دانش، تبادل تجربه، جذب منابع و توسعه فرصت‌های شغلی را فراهم می‌کنند و زمینه پایداری فعالیت‌های اجتماعی را افزایش می‌دهند. این نتایج با مطالعات کیائی و سلیمانی (۱۳۹۵)، طغیانی و درخشان (۱۳۹۵)، کردنائیج و همکاران (۱۳۹۲) و مورفی و همکاران (۲۰۱۷) همخوانی دارد.

از دیگر یافته‌های قابل توجه پژوهش، شناسایی نوآوری اجتماعی و ارزیابی و بهبود مستمر به عنوان دو راهبرد مکمل توسعه کارآفرینی اجتماعی بود. این یافته نشان می‌دهد که سازمان‌های خیریه برای پاسخگویی به مسائل پیچیده اجتماعی ناگزیر از ارائه راهکارهای نوآورانه، یادگیری مستمر و ارزیابی مداوم

عملکرد خود هستند. نوآوری اجتماعی موجب افزایش اثربخشی مداخلات، بهبود کیفیت خدمات و خلق ارزش اجتماعی می‌شود و ارزیابی مستمر نیز امکان اصلاح برنامه‌ها و افزایش کارایی فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌آورد. بنابراین، توسعه کارآفرینی اجتماعی فرآیندی پویا و یادگیرنده است که نیازمند بازنگری مستمر در راهبردها و سازوکارهای اجرایی است.

به طور کلی، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌ها زمانی می‌تواند به توسعه اجتماعی پایدار منجر شود که سرمایه انسانی به عنوان محور اصلی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مورد توجه قرار گیرد. در چنین شرایطی، خیریه‌ها از نهادهایی صرفاً توزیع‌کننده کمک‌های مالی به سازمان‌هایی توانمندساز، یادگیرنده و ارزش‌آفرین تبدیل می‌شوند که علاوه بر کاهش فقر، زمینه ارتقای سرمایه انسانی، افزایش اشتغال، تقویت سرمایه اجتماعی، کاهش وابستگی اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی گروه‌های هدف را فراهم می‌کنند.

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود مدیران سازمان‌های خیریه برنامه‌های آموزشی مستمر و مهارت‌محور را متناسب با نیازهای واقعی جامعه هدف طراحی و اجرا کنند و در کنار آن، از ظرفیت‌های بومی هر منطقه برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه بهره بگیرند. همچنین ایجاد صندوق‌های حمایتی و سرمایه‌گذاری اجتماعی، توسعه شبکه همکاری میان خیریه‌ها، دانشگاه‌ها، بخش خصوصی و دستگاه‌های اجرایی، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی برای جذب مشارکت خیرین، طراحی نظام‌های ارزیابی عملکرد مبتنی بر شاخص‌های مشخص و حمایت از ایده‌های نوآورانه اجتماعی می‌تواند زمینه تحقق مؤثرتر اهداف کارآفرینی اجتماعی را فراهم آورد.

از منظر پژوهشی نیز، با توجه به محدود بودن مطالعات داخلی در زمینه کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های خیریه، انجام پژوهش‌های تجربی و میدانی برای آزمون مدل‌ها و راهبردهای استخراج‌شده ضروری به نظر می‌رسد. همچنین پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده، روابط علّی میان ابعاد شناسایی‌شده با استفاده از روش‌های کمی، مدل‌سازی معادلات ساختاری یا روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره بررسی شود تا میزان اثرگذاری هر یک از راهبردها بر توسعه کارآفرینی اجتماعی و پیامدهای توسعه اجتماعی با دقت بیشتری تبیین گردد.

منابع و ماخذ:

۱- احمدی، عبادالله، ایرانبان، جواد، و احمدی، نادر. (۱۳۹۱). تبیین رابطه بین استفاده از فناوری اطلاعات با کارآفرینی و پیشرفت شغلی کارکنان مدارس متوسطه شهرستان بستک. *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی*، ۶(۱)، ۹-۲۵. https://civilica.com/doc/1847956

۲- ازکیا، مصطفی، و غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی توسعه* (چاپ ششم). انتشارات کیهان.

۳- اعلامی، فرنوش، و رحیمیان، حمید. (۱۳۹۳). راهبردهای آموزش و توسعه کارآفرینان اجتماعی در ایران. *آموزش و توسعه منابع انسانی*، ۱(۲)، ۱۰۳-۱۲۱. https://sid.ir/paper/255518/fa

۴- باقری، محمدهادی، عبدالوند، محمدعلی، طبیبی، سید جمال‌الدین، و خدایاری، بهناز. (۱۳۹۹). طراحی الگوی مسئولیت اجتماعی در کارآفرینی با استفاده از روش فراترکیب. *توسعه کارآفرینی*، ۱۳(۱)، ۴۱-۶۰. https://doi.org/10.22059/jed.2020.298180.653278

۵- بهار، مهری، و محمودیان، زینب. (۱۴۰۲). شناسایی مدل پارادایمی توسعه نوآوری در مؤسسات خیریه ایران (یک نظریه زمینه‌ای). *پژوهشنامه مطالعات وقف و امور خیریه*، ۱(۱)، ۱-۲۴. https://doi.org/10.22108/ecs.2022.133009.1000

۶- جاکبز، گری، و کلولند، هارلن. (۱۳۸۷). *ابعاد نظریه توسعه اجتماعی*. جمعی از مترجمان (مترجم)، تهران:پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، ۱۲۹-۱۷۶.

۷- حیدری، سامان. (۱۳۹۹). *نیکوکاری و خیریه؛ آسیب‌ها و چالش‌ها*. سومین همایش ملی خیر ماندگار، تهران. https://civilica.com/doc/1274006

۸- دانش، مژگان، و حجازی، سیدرضا. (۱۴۰۳). مروری جامع بر تحقیقات کارآفرینی اجتماعی: تحلیلی از چهار دهه گذشته. *کسب‌وکار اجتماعی*، ۱(۱)، ۵۵-۷۵. https://doi.org/10.22059/jsbu.2024.99130

۹- داوری، علی، سفیدبری، لیلا، و باقرصاد، وجیهه. (۱۳۹۶). عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ. *توسعه کارآفرینی*، ۱۰(۱)، ۱۰۱-۱۲۰. https://doi.org/10.22059/jed.2017.62306

۱۰- رضایی‌آبکنار، فاطمه. (۱۴۰۰). *راهکارهای اشتغال‌زایی و توسعه درآمد شهری با رویکرد ایجاد فرصت‌های نوین کارآفرینی*. هشتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران، تهران. https://civilica.com/doc/1316967

۱۱- رمضانی، ابوالفضل، و رمضانی، ابوذر. (۱۳۹۲). *راهبرد توسعه کارآفرینی در مؤسسه‌های خیریه*. همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت کسب‌وکارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش‌بنیان، رامسر. https://civilica.com/doc/306743

۱۲- زارع، رضا، و صفری‌دشتکی، محمد. (۱۳۹۸). طراحی و تبیین مدل پارادایمی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار. *زن در توسعه و سیاست*، ۱۷(۱)، ۱۴۷-۱۷۱. https://doi.org/10.22059/jwdp.2019.268055.1007520

۱۳- سپهوند، رضا، حکاک، محمد، و فعلی، راضیه. (۱۴۰۰). مربیگری خیرخواهانه و تقویت سرمایه انسانی: تحلیل نقش میانجی سرمایه انگیزشی. *رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، ۱۲(۶)، ۱۹-۳۴. https://doi.org/10.30495/jedu.2022.25139.5001

۱۴- طغیانی، محمد، و درخشان، مرتضی. (۱۳۹۵). *اقتصاد وقف و خیریه*. انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۱۵- عباسی، رسول، فلاح، محمدرضا، و اکبری کجانی، عاطفه. (۱۴۰۲). شناسایی پیشایندهای ارزش‌آفرینی سازمان بسیج سازندگی در توسعه کسب‌وکارهای خانگی به‌منظور محرومیت‌زدایی. *پژوهشنامه مطالعات وقف و امور خیریه*، ۱(۲)، ۲۶۵–۲۸۸. https://doi.org/10.22108/ecs.2023.138413.1059
۱۶- عمرانی، زهرا، حقیقی‌کفاش، مهدی، و نادر، نادر. (۱۳۸۹). اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی. *توسعه کارآفرینی*، ۳(۲)، ۱۱–۳۶.
۱۷- فاضلی‌پور، سیده منا، ملتفت، حسین، نواح، عبدالرضا، و سعدآبادی، علی‌اصغر. (۱۴۰۲). فراترکیب مدل‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی. *پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر*، ۱۲(۲۳)، ۴۰۳–۴۳۳. https://doi.org/10.22084/csr.2024.26094.2091
۱۸- فلاح، محمدرضا، و قره‌خانی، شیرین. (۱۴۰۳). تدوین راهبرد برای توسعه کارآفرینی اجتماعی. *پژوهشنامه مطالعات وقف و امور خیریه*، ۲(۲)، ۲۷–۵۰. https://doi.org/10.22108/ecs.2024.140216.1083
۱۹- کردنائیج، اسدالله، زالی، محمدرضا، و بهامین، ماجد. (۱۳۹۲). راهکارهای ساختاری توسعه کارآفرینی در ایران. *توسعه کارآفرینی*، ۶(۲)، ۹۵–۱۱۴. https://doi.org/10.22059/jed.2013.36261
۲۰- کمیجانی، اکبر، و علمی، زهرا (میلا). (۱۳۸۴). اثر سرمایه انسانی بر درآمد. *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، ۱۳(ویژه‌نامه)، ۹۱–۱۱۱.
۲۱- کیائی، حسن، و سلیمانی، محمد. (۱۳۹۵). *بررسی نقش تأمین مالی جمعی خیرخواهانه در ایجاد اشتغال و تولید*. اولین همایش ملی خیر ماندگار، تهران. https://civilica.com/doc/624179
۲۲- کیانی، مهدی، و سلیمانی، محمد. (۱۳۹۷). *جایگاه نهادهای خیریه در تأمین مالی و ترویج کارآفرینی در بستر ICT*. دومین همایش ملی خیر ماندگار، تهران. https://civilica.com/doc/954409
۲۳- کیانی ده‌کیانی، کورش. (۱۴۰۱). *کارآفرینی؛ رهیافتی برای ایجاد اشتغال و توسعه*. چهارمین همایش ملی پژوهش‌های حرفه‌ای در روان‌شناسی و مشاوره با رویکرد از نگاه معلم، میناب. https://civilica.com/doc/1527819
۲۴- یدالهی فارسی، جهانگیر، و رضوی، سیدمصطفی. (۱۳۹۰). نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال. *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۴۴(۷۹)، ۱۰۳–۱۱۵. https://civilica.com/doc/1807961
۲۵- یونس، محمد. (۱۳۸۸). *جهانی بدون فقر* (علی تیماجی و همکاران، مترجمان). مؤسسه پرتو. (اثر اصلی منتشرشده در ۲۰۰۷)

References :

1. Aalami, F., & Rahimian, H. (2014). Strategies for training and developing social entrepreneurs in Iran. *Human Resources Training and Development*, 1(2), 103–121. (In Persian). https://sid.ir/paper/255518/fa

2. Abbas, A., Ekowati, D., Suhariadi, F., & Anwar, A. (2024). Human capital creation: A collective psychological, social, organizational, and religious perspective. *Journal of Religion and Health*, 63(3), 2168–2200. https://doi.org/10.1007/s10943-022-01665-8

3. Abbasi, R., Fallah, M., & Akbari Kojani, A. (2023). Identifying the antecedents of value creation of Basij Sazandegi Organization in the development of home businesses for deprivation alleviation. *Journal of Endowment & Charity Studies*, 1(2), 265–288. (In Persian). https://doi.org/10.22108/ecs.2023.138413.1059

4. Agarwal, S., Lenka, U., Singh, K., Agrawal, V., & Agrawal, A. M. (2020). A qualitative approach towards crucial factors for sustainable development of women social entrepreneurship: Indian cases. *Journal of Cleaner Production*, 274, 123135. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123135

5. Ahmadi, E., Iranban, J., & Ahmadi, N. (2012). Explaining the relationship between the use of information technology and entrepreneurship and career advancement among secondary school employees in Bastak County. *Quarterly Journal of Educational Leadership and Management, 6*(1), 9–25. (In Persian). https://civilica.com/doc/1847956

6. Azkia, M., & Ghafari, G. (2007). *Sociology of development* (6th ed.). Kayhan Publications. (In Persian)

7. Bagheri, M. H., Abdolvand, M. A., Tabibi, S. J., & Khodayari, B. (2020). Designing a social responsibility model in entrepreneurship using the meta-synthesis method. *Quarterly Journal of Entrepreneurship Development, 13*(1), 41–60. (In Persian). https://doi.org/10.22059/jed.2020.298180.653278

8. Bahar, M., & Mahmoudian, Z. (2023). Identifying the paradigm model of innovation development in Iranian charities: A grounded theory. *Journal of Endowment & Charity Studies, 1*(1), 1–24. (In Persian). https://doi.org/10.22108/ecs.2022.133009.1000

9. Bhagavatula, S., Elfring, T., Van Tilburg, A., & Van de Bunt, G. G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing, 25*(3), 245–260. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.006

10. Bonfanti, A., De Crescenzo, V., Simeoni, F., & Loza Adaui, C. R. (2024). Convergences and divergences in sustainable entrepreneurship and social entrepreneurship research: A systematic review and research agenda.

Journal of Business Research, 170, 114336. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114336
11. Bornstein, D. (2007). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*? Oxford University Press.
12. Danesh, M., & Hejazi, S. R. (2024). A comprehensive review of social entrepreneurship research: An analysis of the past four decades. (In Persian). https://civilica.com/doc/2257830/
13. Davari, A., Sefidbari, L., & Bagersad, W. (2018). Factors of Iran's entrepreneurship ecosystem based on the Isenberg model. *Quarterly Journal of Entrepreneurship Development, 10*(1), 101–120. (In Persian). https://doi.org/10.22059/jed.2017.62306
14. Dees, J. G. (2012). A tale of two cultures: Charity, problem-solving, and the future of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics, 111*(3), 321–334. https://doi.org/10.1007/s10551-012-1412-5
15. Estes, R. (2001). *Social welfare and social development: Partners or competitors?* University of Pennsylvania Press.
16.Fallah, M. R., & Gharekhani, S. (2024). Developing strategies for the development of social entrepreneurship. *Journal of Endowment & Charity Studies, 2*(2), 27–50. (In Persian). https://doi.org/10.22108/ecs.2024.140216.1083
17. Fazelipour, S. M., Moltafat, H., Navah, A., & Saadabadi, A. A. (2024). Meta-synthesis of social entrepreneurship development models. *Contemporary Sociological Research, 12*(23), 403–433. (In Persian). https://doi.org/10.22084/csr.2024.26094.2091
18. Fitzsimons, P. (2017). Human capital theory and education. In M. A. Peters (Ed.), *Encyclopedia of Educational Philosophy and Theory* (pp. 1050–1053). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-287-532-7
19. Gertner, R. H. (2023). The organization of social enterprises. *Annual Review of Economics, 15*(1), 41–62. https://doi.org/10.1146/annurev-economics-082222-075249
20. Heydari, S. (2021). *Charity and benevolence: Harms and challenges*. Third National Conference on Enduring Charity, Tehran, Iran. (In Persian). https://civilica.com/doc/1274006
21. Isenberg, D. J. (2011). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship*. Institute of International and European Affairs.
22. Jacobs, G., & Cleveland, H. (2008). *Dimensions of social development theory* (Trans. Collective of Translators). Institute for Cultural and Social Studies. (In Persian)

23. Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal, 7*(2), 130–149. https://doi.org/10.1108/17508611111156600
24. Kamaludin, M. F., Xavier, J. A., & Amin, M. (2024). Social entrepreneurship and sustainability: A conceptual framework. *Journal of Social Entrepreneurship, 15*(1), 26–49. https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1900339
25. Kardanaeij, A., Zali, M. R., & Bahamin, M. (2013). Structural strategies for entrepreneurship development in Iran. *Journal of Entrepreneurship Development, 6*(2), 95–114. (In Persian). https://doi.org/10.22059/jed.2013.36261
26. Kiai, H., & Soleimani, M. (2017). Investigating the role of charitable crowdfunding in employment creation and production. *Proceedings of the First National Conference on Enduring Charity*, Tehran, Iran. (In Persian). https://civilica.com/doc/624179
27. Kiani Deh Kiani, K. (2022). Entrepreneurship as an approach to employment creation and development. *Proceedings of the Fourth National Conference on Professional Research in Psychology and Counseling from a Teacher's Perspective*, Minab, Iran. (In Persian). https://civilica.com/doc/1527819
28. Kiani, M., & Soleimani, M. (2018). The role of charitable institutions in financing and promoting entrepreneurship in the context of ICT. *Proceedings of the Second National Conference on Enduring Charity*, Tehran, Iran. (In Persian). https://civilica.com/doc/954409
29. Komijani, A., & Elmi, Z. (2005). The effect of human capital on income. *Agricultural Economics and Development, 13*(Special Issue), 91–111. (In Persian).
30. Marginson, S. (2019). Limitations of human capital theory. *Studies in Higher Education, 44*(2), 287–301. https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1359823
31. Méndez-Picazo, M. T., Galindo-Martín, M. Á., & Castaño-Martínez, M. S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation & Knowledge, 6*(2), 69–77. https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001
32. Murphy, J., Teo, A. C. K., Murphy, C., & Liu, E. (2017). The BEST Society: From charity to social entrepreneurship. In *Social Entrepreneurship and Tourism* (pp. 237–249). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-46518-0_14

33. Namasivayam, K., & Denizci, B. (2006). Human capital in service organizations: Identifying value drivers. *Journal of Intellectual Capital, 7*(3), 381–393. https://doi.org/10.1108/14691930610681465
34. Omrani, Z., Haghighi Kaffash, M., & Nader, N. (2010). Prioritizing factors affecting social entrepreneurship in Iran from the perspective of social activists. *Journal of Entrepreneurship Development, 3*(2), 11–36. (In Persian).
35. Radulescu, D., & Balaceanu, C. (2013). The act of charity, part of the social economy. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences, 2*(4), 214–220.
36. Ramezani, A., & Ramezani, A. (2014). Strategy for entrepreneurship development in charitable organizations. *Proceedings of the National Conference on Business Administration with a Focus on Entrepreneurial Businesses and the Knowledge-Based Economy*, Ramsar, Iran. (In Persian). https://civilica.com/doc/306743
37. Rezaei Abkenar, F. (2021). Strategies for employment generation and urban income development through creating new entrepreneurial opportunities. *Proceedings of the Eighth National Conference on Modern Studies and Research in Humanities, Management and Entrepreneurship*, Tehran, Iran. (In Persian). https://civilica.com/doc/1316967
38. Sandelowski, M., & Barroso, J. (2007). *Handbook for synthesizing qualitative research*. Springer Publishing Company.
39. Satar, M. S., & John, S. (2019). The critical success factors of social entrepreneurship in India: An empirical study. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 37*(3), 309–341. https://doi.org/10.1504/IJESB.2019.101103
40. Sepahvand, R., Hakak, M., & Fali, R. (2022). Benevolent coaching and strengthening human capital: An analysis of the mediating role of motivational capital. *A New Approach to Educational Management, 12*(6), 19–34. (In Persian). https://doi.org/10.30495/jedu.2022.25139.5001
41. Soriano, D. R., & Galindo, M. Á. (2012). An overview of entrepreneurial activity in nonprofit organizations in the international context. *Small Business Economics, 38*(3), 265–269. https://doi.org/10.1007/s11187-010-9308-5
42. Toghiani, M., & Derakhshan, M. (2016). *Endowment and charity economics*. Imam Sadiq University Press. (In Persian).
43. Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing, 26*(3), 341–358. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004

44. Wang, A., & Yee, C. M. (2023). A literature review of social entrepreneurship. *Open Journal of Business and Management, 11*(5), 2232–2246. https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.115123
45. Yaacob, Y., & Azmi, I. A. G. (2012). Entrepreneur's social responsibilities from an Islamic perspective: A study of Muslim entrepreneurs in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 58*, 1131–1138. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1097
46. Yadolahi Farsi, J., & Razavi, S. M. (2011). The role of social capital and human capital in youth entrepreneurship in villages of the Karbal district. *Human Geography Research, 44*(79), 103–115. (In Persian).
47. Yunus, M. (2007). *Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism*. PublicAffairs.
48. Zajda, K. K., Pasikowski, S., & Kretek-Kamińska, A. (2023). The implementation of grassroots product-oriented social innovations by non-governmental organizations: Proposal of a measurement tool. *Innovation: The European Journal of Social Science Research, 36*(2), 301–315. https://doi.org/10.1080/13511610.2020.1742668
49.Zare, R., Safari Dashtaki, M. (2019). Designing and explaining the paradigmatic model of social entrepreneurship with the approach of empowering female-headed households. *Women in Development and Politics, 17*(1), 147–171. (In Persian). https://doi.org/10.22059/jwdp.2019.268055.1007520
50. Zhang, X., Sun, Y., Gao, Y., & Dong, Y. (2022). Paths out of poverty: Social entrepreneurship and sustainable development. *Frontiers in Psychology, 13*, Article 1062669. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1062669
51. Zimmer, L. (2006). Qualitative meta-synthesis: A question of dialoguing with texts. *Journal of Advanced Nursing, 53*(3), 311–318. https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2006.03721.x