



## Explaining the Relationship between Social Capital and Social Entrepreneurship Meta-Analysis of Researches in the Period 2009-2022

Akbar Zolfaghari<sup>1</sup> 

1. Department of Political Science-Development, Faculty of Social Sciences, Payame Noor University, Tehran.  
Email: [akbarzolfaghari@pnu.ac.ir](mailto:akbarzolfaghari@pnu.ac.ir)

Article Info	ABSTRACT
<p><b>Article type:</b> Research Article</p> <p><b>Article history:</b> Received 28 January 2023 Received in revised form 1 June 2023 Accepted 27 August 2023 Published online 21 September 2023</p> <p><b>Keywords:</b> Social Capital, Social Entrepreneurship, Political Affiliation, Religious Beliefs.</p>	<p><b>Aim:</b> Social entrepreneurship is a process in which community development strategies are proposed and suggestions are made to solve social problems. Social capital is a social asset and reserve that helps social development and improve the business environment through the creation of social entrepreneurship with the components of trust, cohesion, participation, collective belonging and commitment. The main purpose of the research is to study the relationship between social capital and social entrepreneurship through meta-analysis.</p> <p><b>Method:</b> The research method is quantitative meta-analysis in the period of 2009 to 2022 with a sample size of 22 research documents and a purposive-non-probability sampling method with compliance with the entry and exit criteria as well as considering the validity and reliability of the research. Specificity of the subject area, specificity of the spatial territory, specificity of the methodological territory, validity of the research, and specificity of the statistical findings in the text of the research document are among the criteria for selecting studies and researches in this research. The results show that social capital in the above 22 studies was able to explain and predict 0/65% of social entrepreneurship changes.</p> <p><b>Results:</b> According to research findings, there is a significant relationship between social capital and social entrepreneurship; and its overall effect is equal to 0/65 percent. According to this; the stronger the intensity of social capital in society, the better social entrepreneurship is realized. There is a significant relationship between social trust and social entrepreneurship; and its effect value is equal to 0/48. Accordingly, the greater the social trust in the society, the greater the tendency towards social entrepreneurship. There is a significant relationship between social cohesion and social entrepreneurship; and its value is equal to 0/57. Therefore, the greater the social cohesion in the society, the greater the tendency to social entrepreneurship. There is a significant relationship between social participation and social entrepreneurship; and its effect is equal to 0/50. Therefore, the greater the social participation in the society, the greater the tendency to social entrepreneurship. There is a significant relationship between social commitment and social entrepreneurship; and its effect value is equal to 0/48. According to this; increasing social commitment in the society will increase the tendency towards social entrepreneurship. There is a significant relationship between religious beliefs and social entrepreneurship; and its effect value is equal to 0/38. According to this; the stronger the intensity of religious beliefs in the society, the greater the tendency to social entrepreneurship; and finally, there is a significant relationship between social belonging and social entrepreneurship; and its effect is equal to 0/55. According to this; The higher the level of belonging in the society, the higher the tendency to social entrepreneurship.</p> <p><b>Conclusion:</b> According to this; social entrepreneurship can be provided by increasing and strengthening the bases of social capital and its components in the society. Social entrepreneurship creates innovative solutions to solve social problems by helping the social capital, in this way, social capital brings creativity, entrepreneurship and innovation by creating and strengthening trust, interest, and increasing cooperation capacity, social courage and employer culture.</p>

**Citation:** Zolfaghari, A (2023). Explaining the Relationship between Social Capital and Social Entrepreneurship Meta-Analysis of Researches in the Period 2009-2022. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16(2)129-148.  
Doi: <https://doi.org/10.22059/JED.2023.349850.654072> (*In pesrian*)




© The Author(s).

**Publisher:** University of Tehran Press.

<https://doi.org/10.22059/JED.2023.349850.654072>

## تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی: فرا تحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۴۰۱-۱۳۸۸

اکبر ذوالفقاری<sup>۱</sup> 

۱. گروه علوم سیاسی-توسعه، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: [akbarzolfaghari@pnu.ac.ir](mailto:akbarzolfaghari@pnu.ac.ir)

### چکیده

### اطلاعات مقاله

**هدف:** هدف اصلی پژوهش مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی به روش فراتحلیل است. **روش:** روش تحقیق از نوع فراتحلیل کمی در بازه زمانی ۱۳۸۸ الی ۱۴۰۱ با حجم نمونه ۲۲ سند تحقیقی و روش نمونه‌گیری عمدی - غیراحتمالی با رعایت ملاک ورود و خروج و همچنین ملاحظه روایی و پایایی پژوهش است. معیارهای انتخاب مطالعات و تحقیقات در پژوهش حاضر شامل مشخص بودن قلمرو موضوعی، مشخص بودن قلمرو مکانی، مشخص بودن قلمرو روشی، معتبر بودن پژوهش، و مشخص بودن یافته‌های آماری در متن سند پژوهشی است. **یافته‌ها:** سرمایه اجتماعی در ۲۲ پژوهش فوق، توانسته ۰/۶۵ درصد از تغییرات کارآفرینی اجتماعی را تبیین و پیش‌بینی نماید. بر اساس یافته‌های تحقیق، بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۶۵، بین اعتماد اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۴۸، بین انسجام اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۵۷، بین مشارکت اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۵۰، بین تعهد اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۴۸، بین باورهای مذهبی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۳۸ و بین تعلق اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۵۵ است. رابطه معنی‌داری وجود دارد.

### نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۳/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۶/۵

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۶/۳۰

### کلیدواژه‌ها:

سرمایه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، تعلق سیاسی، باورهای دینی.

**نتیجه‌گیری:** با افزایش و تقویت بسترهای سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن، می‌توان کارآفرینی اجتماعی را در جامعه فراهم نمود. با کمک سرمایه اجتماعی؛ کارآفرینی اجتماعی با ایجاد و تقویت اعتماد، علاقه‌مندی، افزایش ظرفیت تعاون، جسارت اجتماعی و فرهنگ کارفرمایی؛ خلأیت، کارآفرینی و نوآوری را به ارمغان می‌آورد.

**استناد:** ذوالفقاری، اکبر (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی: فراتحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۴۰۱-۱۳۸۸. توسعه کارآفرینی، ۱۶ (۲)، ۱۲۹-۱۴۸

Doi: <https://doi.org/10.22059/JED.2023.349850.654072>



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

## ۱. مقدمه

کارآفرینی اجتماعی؛ فرآیندی است که در آن راهبردهای توسعه جامعه مطرح و برای حل معضلات اجتماعی پیشنهادهایی ارائه می شود. کارآفرینی اجتماعی، سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی کسب‌وکار به منظور حل مشکلات اجتماعی (Perrini & Vurro, 2006: 57)، شناخت و تعقیب مدبرانه فرصت‌ها برای ایجاد رویکردهای نو برای تامین نیازهای حیاتی (Iyortsuun, 2016: 36; Nash, 2010: 267) و فرآیند شناخت فرصت‌ها برای ایجاد ارزش اجتماعی است (Jiao, 2011: 133; Terziev, 2017: 42) و نوآوری، تدبیر، نتیجه‌گرایی، بلندهمت بودن، تمرکزگرایی، هدف‌محوری، بصیرت داشتن، درایت داشتن، مأموریت‌محوری از ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی؛ و تحصیلات، جهانی شدن، تجربه، خلاقیت، همدلی، و رضایت هم از عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی است. (Pangriya, 2019: 15) تحقق و رمز موفقیت کارآفرینی اجتماعی به عوامل متعدد و مختلفی بستگی دارد.

برخی؛ علت این موفقیت‌ها را رفاه و ارزش‌های اجتماعی (Dufays & Huybrechts, 2014)، برخی؛ انگیزه‌های غیرانتفاعی و تامین منافع شخصی (Do Adro, Fernandes, Veiga, & Kraus, 2021)؛ عده‌ای؛ علم، دانش، مهارت، تجربه، و تدبیر (Roslan, Hamid, Ijab, Yusop, & Norman, 2022; Zhara, Rawhouser, Bhawe, Neubaum, & Hayton, 2008)؛ برخی؛ ایده‌های نوآورانه (Sen, 2007)؛ برخی؛ اخلاقیات و رفتارهای اخلاقی (Smith, Kistruck, & Cannatelli, 2016)؛ عده‌ای؛ شبکه‌های اجتماعی (Wang, Wang, & Li, 2007; Weber & Kratzer, 2013)؛ گروهی؛ رهبری (Suryandharu, Sanusi, & Harsono, 2019; Thorgren & Omoredede, 2018)؛ و عده‌ای؛ هم سیاست‌های محلی، دولتی، و حمایت‌های نهادی (Dredge, 2017; Shockley & Frank, 2011; Urban, 2013)، را عامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی عنوان کرده‌اند.

برخی نقش سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن شامل اعتماد، اطمینان، صداقت، اخلاق، روابط بین فردی، هنجارها، قوانین، ارزش‌ها، انتظارات حاکم بر تعاملات اجتماعی، و مجازات‌ها و پاداش‌ها را در ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی بسیار موثر دانسته، و تاکید کرده اند بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی روابط متقابلی وجود دارد که، بر یکدیگر اثر می‌گذارند و در تعاملات یکدیگر را تضعیف یا تقویت می‌کنند (Ali-Hassan, 2009; Nahapiet, 2009; Wanyoko, 2013). در سالهای اخیر به دلیل اهمیت نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی اجتماعی، در این باره، مطالعات متعددی اجرا شده، اما، پراکندگی و گستردگی این مطالعات، نتایج متفاوتی را در پی داشته است، و ضرورت اجرای یک مطالعه فراتحلیل را نمایان می‌سازد. فرا تحلیل، گزارش‌های متنوع پژوهشی، نوشته‌های بلاتکلیف و بدون استفاده در آرشیو کتابخانه‌ها، مراکز پژوهشی، سازمانها و دانشگاه‌ها را بررسی، ترکیب و منسجمی کند. ترکیب نتایج پژوهش‌های پیشین، به عنوان واحد تحلیل، برای ایجاد تصویری کلی و شفاف از موضوع، به مراتب مؤثرتر و مفیدتر از تعریف پژوهشی جدید است. با ارتباط نتایج پراکنده طرح‌های مطالعاتی، شبکه دائمی دانش به جریان می‌افتد، و حل یک مشکل و مسئله را در پی دارد. مطالعات فراتحلیل، نقایص و کاستی‌های حوزه پژوهش را تبیین، و چشم‌انداز جامعی از یافته‌های علمی را ارائه می‌کند. بنابراین، هدف این مطالعه برآورد اندازه اثر کلی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی با روش فراتحلیل کمی است.

## ۲. مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

### ۲-۱. کارآفرینی اجتماعی

واژه کارآفرینی از واژه‌های مربوط به قرن هجدهم است (Majid & Koe, 2012: 294)، که، فرایند ایجاد کالای جدید، روش جدید، بازار جدید و منابع جدید تعریف شده است (Schumpeter & Backhaus, 2021: 171). کارآفرینی اجتماعی هم از واژه‌های دهه‌های ۷۰-۱۹۶۰ و به مفهوم شیوه خلاقانه حل مشکلات غیرقابل حل اجتماعی است (Daru & Gaur, 2013: 26)، که، توسط درایتون (۱۹۸۰)، بنیانگذار آشوکا<sup>۱</sup> (نوآوری برای عموم)، (Elahi, 2012: 49)، و بنکس (۱۹۷۲)، برای

<sup>۱</sup> آشوکا؛ نخستین سازمانی است که از کارآفرینان اجتماعی جهان حمایت کرد.

تبیین نقش مهارت‌های مدیریتی در رسیدگی به مشکلات اجتماعی به کار گرفته شده است (Banks, 1972; El Ebrashi, 2013: 188). مایر و مارتی (۲۰۰۶)، از کارآفرینی اجتماعی به عنوان عمل ادغام ارزش‌آفرینی اقتصادی و اجتماعی یاد و تأکید می‌کنند کارآفرینی اجتماعی میراث طولانی و برد بین‌المللی دارد (Mair & Marti, 2006: 36-37). کارآفرینی اجتماعی، ارائه مدل‌های جدید کسب و کار برای حل فصل‌خلاقانه مشکلات پیچیده و پایدار اجتماعی است (Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009: 519). دیس (۱۹۹۸)، کارآفرینی اجتماعی را به عنوان فعالیت نوآورانه با هدف اجتماعی در بخش خصوصی یا غیرانتفاعی یا در هر دو بخش تعریف کرده است (Dees, 1998). مارتین و ازبرگ (۲۰۰۷) برای کارآفرینی اجتماعی سه وضعیت را قابل تصور می‌دانند: ۱. تعادل پایدار اما ناعادلانه که باعث محرومیت، حاشیه‌نشینی و ناراحتی بخشی می‌شود؛ ۲. شناسایی فرصت‌ها برای توسعه ارزش‌های اجتماعی و ایجاد الهام، خلاقیت، اقدام مستقیم، شجاعت و تحمل برای به چالش کشیدن شرایط پایدار اما ناعادلانه موجود؛ و ۳. ایجاد تعادلی برای از بین بردن کاستی‌های بالقوه‌ای و بالفعل جهت ایجاد نظم طبیعی، باثبات، پایدار، جدید و اطمینان بخش (Martin & Osberg, 2007: 35). صائبی و همکاران (۲۰۱۹)، نیز از کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک مکانیسم قدرتمند برای مقابله با فقر یاد و تأکید کرده‌اند علاوه بر این، کارآفرینی اجتماعی عامل مهم توانمندسازی زنان، سرعت بخشیدن به دگرگونی‌های اجتماعی، رشد فراگیر بازارهای امرار معاش، و تغییرات نهادی است (Saebi et al., 2019: 71). پویایی محیطی، نوآوری، فعال بودن، مدیریت ریسک، پایداری، ماموریت اجتماعی، و فرصت‌طلبی یا شناخت از مولفه‌های هفتگانه کارآفرینی اجتماعی به‌شمار می‌روند (Weerawardena & Mort, 2006: 27).

## ۲-۲. سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی

برای نخستین بار واژه سرمایه اجتماعی در حوزه جامعه‌شناسی در مطالعه هنیفان (Hanifan, 1916)، ظاهر شده و آنرا عامل بهبود وضعیت اجتماعات دانسته است. برت (۲۰۱۴)، سرمایه اجتماعی را استفاده از دوستان، همکاران و مخاطبان عمومی برای بهره‌برداری مالی و انسانی تعریف کرده است (Burt, 2014: 9). ناهاپیت<sup>۱</sup> و گوشال<sup>۲</sup> (۱۹۹۸)، سرمایه اجتماعی را منابع داخل شبکه‌های ارتباطی دانسته؛ که، افراد و اجتماعات به آن دسترسی دارند (Nahapiet & Ghoshal, 1998: 247). گرانووتر (Ali-Hassan, 2009: 422)، از اصطلاح "نظریه شبکه اجتماعی" بجای "سرمایه اجتماعی" استفاده کرده است. بر اساس این نظریه، کارآفرینان در ساختار شبکه‌های اجتماعی جاسازی شده‌اند؛ به گونه‌ای که، بخشی از ساختار، به فرصت‌ها تعلق دارد، و کارآفرینان از آنها استفاده می‌کنند (Wanyoko, 2013: 5, quotes Kelavzan, 2006). کارآفرینی اجتماعی؛ ایجاد ساختارها، روابط، مؤسسات، و شیوه‌های جدید و مداوم برای ایجاد و حفظ منافع اجتماعی است (Madhooshi, Samimi & Jaferi, 2015: 103, quotes Fuller, 2000). این سرمایه؛ تولید، انباشت و نشر شبکه‌ها، روابط، هنجارها و ارزش‌ها را شامل می‌شود (Westlund & Gawell, 2012: 5).

سرمایه اجتماعی روابطی را فراهم می‌کند؛ که، کارآفرینان اجتماعی با کمک آنها، برای استفاده از سایر سرمایه‌ها فرصت بیشتری دارند؛ و از ساختار شبکه‌ای، ظرفیت‌ها و توانایی‌ها برای اعمال کارآفرینانه استفاده بیشتری می‌کنند. با کمک سرمایه اجتماعی؛ کارآفرینی اجتماعی راه‌حل‌های نوآورانه‌ای را برای حل مسائل اجتماعی ایجاد می‌کند. گالبرایت<sup>۳</sup> (۲۰۰۷)، با ناهاپیت<sup>۴</sup> (۲۰۰۹)، سهم سرمایه اجتماعی در کارآفرینی اجتماعی را گسترده معرفی و اضافه کرده‌اند سرمایه اجتماعی یک دارایی برای حل معضلات اجتماعی است (Galbraith et al., 2007; Nahapiet, 2009).

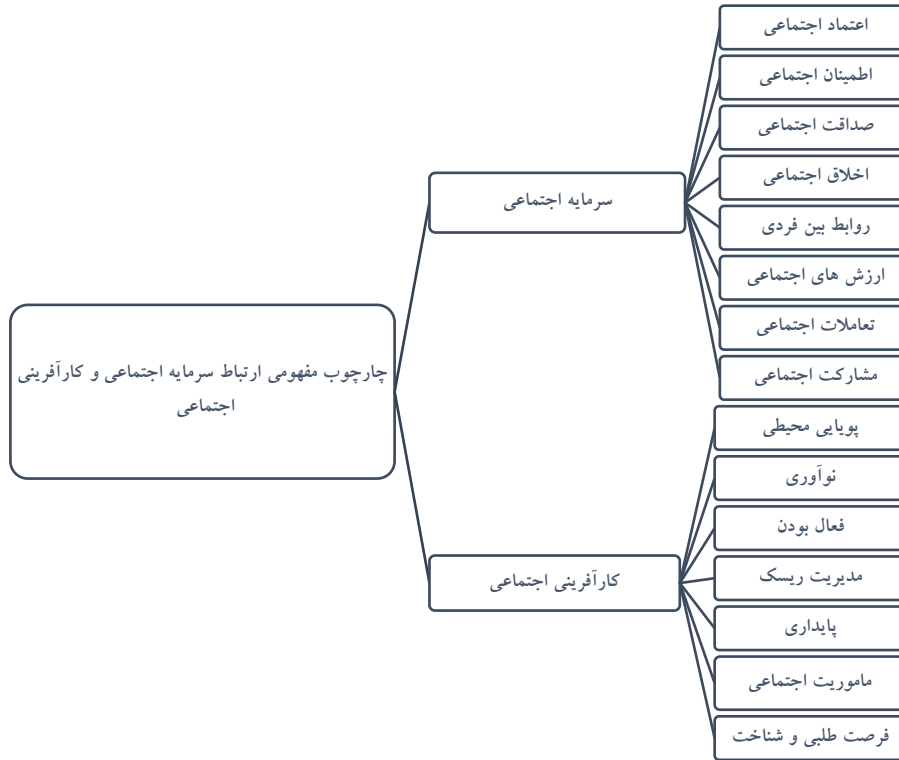
<sup>۱</sup> Nahapiet

<sup>۲</sup> Ghoshal

<sup>۳</sup> Galbraith

<sup>۴</sup> Nahapiet

## ۲-۳. چهار چوب مفهومی ارتباط سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی



شکل ۱. چهارچوب مفهومی تحقیق

## ۳. پیشینه پژوهش در فراتحلیل

پژوهش‌های بازه زمانی ۱۴۰۱-۱۳۸۸ درباره سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی، در جدول ۱ ذکر شده‌اند.

جدول ۱. پیشینه پژوهش

حجم	نشریه	نویسنده	عنوان مقاله
۳۰۳	مقاله پژوهشی	Rahimi, Sadat Naseri, ) ( & Fariborzi, 2022	شناسایی عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی
۳۹۰	مقاله پژوهشی	Bavarsad, jaldani, & ) (Ghezelbash, 2022	ارزیابی نقش میانجی کارآفرینی اجتماعی در تأثیر سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی بر عملکرد عملیاتی
۲۵۴	پایان نامه	(Golestani, 2021)	ارتباط هویت اجتماعی با کارآفرینی اجتماعی در دانشجویان تربیت‌بدنی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی
۲۰۰	مقاله پژوهشی	Ghasemzadeh, ) Razzaghi, & Hedayati (Khoshemehr, 2021	نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز: سهم متغیر مدیریت دانش
۱۶۲	مقاله پژوهشی	Bahmani, Zamanian, ) ( & Aslani, 2021	تبیین نقش میانجی همدلی در ارتباط بین سرمایه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی
۶۴	مقاله پژوهشی	Moradi, Maghsoudi ) (Ganjeh, & Bayati, 2018	تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOs) چهارمحال و بختیاری
۶۰۰	مقاله پژوهشی	Rastgar, golshahi, & ) (dorostkar ahmadi, 2018	بررسی عوامل مؤثر در توانمندسازی کودکان کار و خیابان: نقش سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی
۲۰۰	پایان نامه	(Ashrafiyan, 2017)	رابطه علی بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر متغیر میانجی توانمندسازی روان‌شناختی

اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه			
۳۶۴	مقاله پژوهشی	Ghadiri Masom, ) Hajipour, Gharagozloo, & (Ramezan Joriniyan, 2016	نقش سرمایه اجتماعی در ریسک‌پذیری و کارآفرینی جوانان روستایی؛ (مطالعه موردی: شهرستان تنکابن)
۳۰۲	پایان نامه	(Bahramikhah, 2016)	رابطه عدالت آموزشی و کارآفرینی اجتماعی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی
۱۸۴	مقاله پژوهشی	Mesbahi Jahromi, ) Adibzadeh, Nakhaei, & (Hosseini, 2015	تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی و رفتار شهروندی سازمانی (بررسی نقش تعدیلگری هوش هیجانی کارکنان)
۲۵۲	مقاله پژوهشی	Alavikeai, ) Nasrollahivsta, & Golabi, (2016	تأثیر سرمایه اجتماعی بر ریسک‌پذیری دانشجویان کارآفرینی (دانشجویان کارآفرینی دانشگاه تهران)
۵۶	مقاله پژوهشی	Rezaei & Abdolkarim, ) (2015	بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در بین کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه
۱۴۱	مقاله پژوهشی	Yadegar, Me'mariani, ) (& Sedgh Amiz, 2014	قصد کارآفرینانه اجتماعی: اثر متقابل نگرش کارآفرینانه اجتماعی، امنیت مالی و سرمایه اجتماعی
	پایان نامه	(Jafari Samimi, 2014)	بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی شهرستان بابل
۲۸۲	پایان نامه	(Maleki, 2013)	کارآفرینی اجتماعی دانشجویان کشاورزی با تأکید بر سرمایه اجتماعی (دانشجویان کارشناسی دانشکده کشاورزی)
۱۳۳	مقاله پژوهشی	Babalhavaeji & ) (Zamani Rad, 2013	سنجش رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی: کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مستقر در شهر تهران
۱۸۵	مقاله پژوهشی	Alibigi, Aliabadi, & ) (Gravandi, 2012	مدل ساختاری مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی مؤثر بر میزان ریسک‌پذیری روستاییان: کلزا کاران شهرستان کنگاور
۸۵	مقاله پژوهشی	Yadolahi Farsi & ) (Razavi, 2011	نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربلا
۹۶	پایان نامه	Hashemi Romojani, ) (2011	رابطه سرمایه اجتماعی و هوش هیجانی با کارآفرینی اجتماعی در بانک توسعه صادرات ایران
۱۰۸	پایان نامه	(Omran, 2009)	اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی
۳۹۳	پایان نامه	(Izadyar, 2009)	بررسی رابطه کارآفرینی اجتماعی و سرمایه اجتماعی در وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی و سازمان محیط‌زیست (تبیین نقش هوش هیجانی)

#### ۴. ارزیابی و نقد پژوهش‌ها

کارآفرینی اجتماعی از مسائل مهمی است که به واکاوی بیشتری نیاز دارد؛ و به همین سبب از سال ۱۳۸۸ تا سال ۱۴۰۱ مقالات علمی - پژوهشی زیادی نگارش و چاپ شده که ۶۷ مورد آن درباره رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی بوده است. از این اسناد، ۲۲ سند، پیمایشی و حائز معیارهای ورود به نرم‌افزار فراتحلیل بوده که در این پژوهش، به آن‌ها اشاره شده است. بر این اساس، مهم‌ترین نقدها بر مطالعات پیشین عبارت‌اند از:

۱. تحقیقات وفق علایق محققان، موقعیت مکانی و دسترسی جغرافیایی، در قلمرو مکانی متفاوت و متنوع انجام گرفته است؛
۲. نمونه‌های انتخاب شده از مناطق مختلف بوده که محققان تجارب زیسته و مطالعات اکتشافی متفاوتی داشته‌اند؛
۳. متناسب با هر پژوهش شرایط فرهنگی، و الگوهای کارآفرینی اجتماعی تغییر می‌یابد؛
۴. به لحاظ جامعه آماری، پژوهش‌ها در بین کارآفرینان مختلف اجتماعی با شرایط متفاوت اجتماعی به اجرا درآمده است؛
۵. گستردگی، و بعضاً محدودیت‌های بیش از حد حوزه تحقیقات، بر نتایج تحقیقات اثرگذار بوده است؛

۶. تنوع رشته و نویسندگان موضوعی مسئله پژوهش نتایج و یافته‌های تحقیق را متأثر ساخته است؛  
 ۷. استفاده از روش‌های مختلف تحقیق، نظریه‌ها و تعاریف متفاوت مفهومی و عملیاتی جهت سنجش واقعیت موردنظر (کارآفرینی)، نتایج و یافته‌های متعددی را حاصل کرده که بعضاً متفاوت و حتی متناقض بوده است.  
 براین اساس پراکندگی جغرافیایی، عدم جمع‌بندی نتایج کلی و جامع تحقیق جهت سیاست‌گذاری در جامعه و فقدان راهکار واحد، و تبیین تقسیم کارسازمانی از معایب تحقیقات قبلی بوده؛ و محققان را بر آن داشته است تا با استفاده از رویکرد فراتحلیل، نتایج تحقیقات پیشین را تجمیع و اندازه اثر نهایی آن‌ها و اندازه اثر متغیرهای تعدیلگر را برآورد نمایند؛ زیرا فراتحلیل با قراردادن اجزاء در یک ترکیب جدید می‌تواند برای رفع نقاط ضعف پژوهش‌های مستقل پژوهشگران مختلف چاره‌اندیشی نماید؛ و با جمع‌بندی گذشته علم در جهت تولید فرضیه، سؤال و روشن کردن چشم‌انداز آتی حرکت‌ها و جریان پژوهشی برای پرکردن خلأهای ناشناخته پژوهشگران، گام‌های بزرگی بردارد.

## ۵. روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع فراتحلیل کمی (cma2) است که در سال ۱۴۰۱ اجرا شده است. فراتحلیل با مرور سیستماتیک بر پژوهش‌های قبلی؛ درصد برآورد میزان اندازه اثر متغیرهای مستقل بر وابسته است (Homan, 2019). پژوهش حاضر مراحل: ۱. سرچ کلیدواژه "سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی"؛ ۲. گردآوری مقالات از پایگاه نورمگز، مگ ایران؛ علم نت و پایگاه جهاد دانشگاهی؛ ۳. غربالگری و گزینش مقالات دارای شرایط ملاک ورود (وجود ضریب همبستگی، حجم نمونه، سطح معنی‌داری، روایی و پایایی پژوهش، پیمایش و استفاده از ابزار پرسش‌نامه)؛ ۴. ورود به نرم‌افزار و ۵. برآورد اندازه اثر پژوهش؛ سوگیری انتشار و متغیرهای میانجی (تعدیلگر) را طی کرده است. جامعه آماری پژوهش ۶۷ مورد که ۲۲ پژوهش بعد از کنترل روشی و غربالگری (دارابودن ملاک‌های ورود) به روش هدفمند انتخاب شدند. مطالعاتی فراتحلیل شده‌اند که اطلاعات ضروری برای فراتحلیل شامل وجود ضریب همبستگی، حجم نمونه، سطح معنی‌داری، روایی و پایایی پژوهش، پیمایش و استفاده از ابزار پرسش‌نامه در دسترس داشته‌اند.

در نهایت با استفاده از فرمول فیشر و کوهن در نرم‌افزار فراتحلیل اندازه اثر نهایی هر پژوهش و اثر نهایی کل برآورد شده است. برای تشخیص همگنی یا ناهمگنی، از نمودار کیفی و آزمون Q استفاده شده و بعد از اثبات فرض ناهمگونی بین مطالعات از متغیر تعدیلگر (زمینه‌ای) برای تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی استفاده شده است؛ بنابراین، فراتحلیل پژوهش حاضر شامل مراحل زیر است:

مرحله اول - تعریف موضوع پژوهش: موضوع این پژوهش بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی با استفاده از رویکرد فراتحلیل است.

مرحله دوم - جمع‌آوری نظام‌مند مطالعات قبلی درباره موضوع تحقیق: در این مرحله، مطالعات پیشین درباره موضوع گردآوری شد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه پژوهش‌های انجام شده در ایران درباره رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی از سال ۱۳۸۸ تا سال ۱۴۰۱ تشکیل می‌دادند که در یکی از پایگاه‌های اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی<sup>۱</sup>، مجلات تخصصی نور<sup>۲</sup>، مرکز اسناد و مدارک علمی ایران<sup>۳</sup>، بانک اطلاعات نشریات کشور<sup>۴</sup>، نمایه شده باشند. این تعداد؛ قبل از غربالگری، ۶۷ مطالعه را شامل می‌شده است.

مرحله سوم - غربال مطالعات و گزینش مطالعات مناسب: جهت غربالگری مطالعات، ۲۲ سند پژوهشی که ملاک‌های انتخاب مانند ضریب همبستگی و حجم نمونه را داشتند، گزینش؛ و برای ترکیب کمی نتایج و به‌دست‌آوردن نتیجه واحد احصا شدند.

مرحله چهارم - گردآوری اطلاعات: فهرست اطلاعات مطالعات استخراجی؛ شامل موارد زیر است:

1- SID  
 2- Noormags  
 3- Irandoc  
 4- Magiran

۱- اطلاعات عمومی شامل: نام نویسنده (ها)، سال انتشار، و جامعه آماری ۲- اطلاعات مربوط به متغیرهای پژوهش شامل ضریب همبستگی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۳- حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری. در این مرحله، علاوه بر گردآوری، داده‌ها کدبندی و برای مرحله بعدی در نرم افزار CMA وارد گردیده است. مرحله پنجم: محاسبه اندازه اثر<sup>۱</sup>. روش اصلی فراتحلیل مبتنی بر ترکیب نتایج است که پس از تبدیل داده‌ها به شاخص  $r$  و برآورد اندازه اثر، مورداستفاده قرار می‌گیرد. در این پژوهش، داده‌ها با استفاده از رویکرد هانتر و اشمیت<sup>۲</sup>، به شاخص  $r$  تبدیل شد. برای تحلیل داده‌ها، مفروضات فراتحلیل بررسی گردید؛ به نحوی که، با نمودار قیفی<sup>۳</sup> و همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار<sup>۴</sup>، خطای انتشار<sup>۵</sup>، و با آزمون  $Q$ ؛ ناهمگونی مطالعات بررسی شد. باتوجه به ناهمگونی مطالعات، از مدل اثرات تصادفی<sup>۶</sup>، برای ترکیب نتایج و اخذ اندازه اثر استفاده شد. در محاسبات این مدل، تغییرات مؤلفه در مطالعات نیز در نظر گرفته شد؛ بنابراین، نتایج حاصل از مدل اثرات تصادفی در شرایط ناهمگنی؛ قابلیت تعمیم بیشتر نسبت به مدل اثرات ثابت دارد. برای تفسیر نتایج، از نظام تفسیری کوهن<sup>۸</sup> استفاده گردید. همه این عملیات با استفاده از نسخه دوم نرم‌افزار جامع فراتحلیل<sup>۹</sup> و به روش ترکیب تصادفی اندازه اثر انجام شد. در جدول ۲، خلاصه مطالعات رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی دیده می‌شود. این تحقیق با روش فراتحلیل انجام شد؛ و از نتایج ۲۲ عنوان پژوهش که صرفاً مشتمل بر پایان نامه‌ها و مقالات علمی - پژوهشی مرتبط با موضوع و دارای اعتبار علمی - پژوهشی بوده، استفاده گردیده است. در پژوهش حاضر و به منظور نمونه‌گیری از بین تحقیقات موجود دست به انتخاب و غربالگری زده شد که این انتخاب و غربالگری بر اساس یک‌سری معیارهایی انجام شده است. در واقع معیارهای درون گنجی مطالعات و تحقیقات تحت بررسی در پژوهش حاضر عبارتند از:

- مشخص بودن قلمرو موضوعی: باید حتماً در یافته‌های پژوهش به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی پرداخته باشد، حال بررسی این موضوع، می‌توان مهم‌ترین هدف یک پژوهش باشد یا یکی از اهداف فرعی آن.
- مشخص بودن قلمرو مکانی: در پژوهش حاضر صرفاً مقالات علمی - پژوهشی و پایان‌نامه‌هایی مورد بررسی قرار می‌گیرند که در ایران انجام شده باشند.
- مشخص بودن قلمرو روشی: از آنجاکه تمرکز فراتحلیل بر تحقیقات کمی باشد، لذا یکی از اصلی‌ترین معیارها برای انتخاب یک مطالعه این است که آن تحقیق کمی باشد.
- معتبر بودن پژوهش: از آنجاکه اعتبار یافته‌های یک پژوهش مبتنی بر روش فراتحلیل، به مطالعات تحت بررسی آن مربوط می‌شود، لذا مطالعاتی انتخاب شده است که به نحوی از اعتبار آنها اطمینان حاصل شده باشد که بدین منظور محقق معیارهایی مثل گزارش اعتبار و پایایی در متن اسناد را مدنظر قرار داده است؛ و بدین سبب، در پژوهش حاضر صرفاً مقالات علمی - پژوهشی و پایان‌نامه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرند که داوری سخت‌گیرانه‌ای داشته‌اند.

- مشخص بودن یافته‌های آماری در متن سند پژوهشی: به منظور انتخاب یک مطالعه برای فراتحلیل باید؛ اولاً یافته آماری به صورت دقیق، درست و با رعایت پیش‌فرض‌های آزمون‌های آماری گزارش شده باشد و ثانیاً این یافته‌ها متناسب با

1- Effect Size

2- Hunter&amp;Schmidt

3- Funnel Plot

4- Begg and Mazumdar Rank Correlation

5- Publication Bias

6- Q Test for Heterogeneity

7- Random Effect Model

8- Cohen

9- Comperhensive Meta-Analysis - V2



معیارهای ورودی نرم‌افزار به‌منظور گزارش اندازه اثر باشد. به‌عنوان مثال در تحقیقات همبستگی، لازم است در مطالعات تحت بررسی، ضریب همبستگی و حجم نمونه گزارش شده باشد. از آنجاکه مطالعات سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی بر اساس معیارهای فوق‌گزینش شده‌اند، لذا می‌توان گفت در پژوهش حاضر از شیوه نمونه‌گیری هدف‌مند استفاده شده است که بر مبنای این شیوه نمونه‌گیری بیست و دو سند پژوهشی مندرج در جدول ۲ انتخاب شدند.

جدول ۲. خلاصه پژوهش فراتحلیل

نویسنده	قومیت	گروه مورد مطالعه	روش تحقیق	استان
(Rahimi et al., 2022)	فارس	کارکنان و مدیران کمیته امداد استان فارس	پیمایش - تصادفی خوشه‌ای	فارس
(Bavarsad et al., 2022)	عرب	کارکنان و مدیران دانشگاه شهید چمران	پیمایش - تصادفی ساده	خوزستان
(Golestani, 2021)	فارس	دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه‌های تهران	پیمایش - تصادفی در دسترس	تهران
(Ghasemzadeh et al., 2021)	فارس	کلیه کارکنان دانشگاه شیراز	پیمایش - تصادفی ساده	فارس
(Bahmani et al., 2021)	مازنی	زنان روستای چوب‌بست	پیمایش - تصادفی ساده	مازندران
(Moradi et al., 2018)	لر	مدیران سازمانهای مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری	پیمایش - طبقه‌ای تصادفی	چهارمحال و بختیاری
(Rastgar et al., 2018)	فارس	کارکنان ستادهای توانمندساز شهر تهران	پیمایش - تصادفی ساده	تهران
(Ashrafiyan, 2017)	ترک	اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای مناسب حجم نمونه	آذربایجان غربی
(Ghadiri Masom et al., 2016)	مازنی	جوانان روستایی شهرستان تنکابن	پیمایش - خوشه‌ای چندمرحله‌ای	مازندران
(Bahramikhah, 2016)	لر	دانشجویان دانشگاه‌های هنر، فرهنگیان، پیام‌نور و آزاد چهارمحال و بختیاری	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای	چهارمحال و بختیاری
(Mesbahi Jahromi et al., 2015)	فارس	کارمندان دانشگاه یزد	پیمایش - تصادفی طبقه‌ای	یزد
(Alavikeai et al., 2016)	فارس	دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران	پیمایش - غیراحتمالی در دسترس	تهران
(Rezaei & Abdolkarim, 2015)	کرد	کارمندان دانشکده‌های ادبیات و علوم اجتماعی دانشگاه رازی کرمانشاه	پیمایش - تصادفی ساده	کرمانشاه
(Yadegar et al., 2014)	فارس	عضو داوطلب در مؤسسات خیریه شهر شیراز	پیمایش - تصادفی در دسترس	فارس
(Jafari Samimi, 2014)	مازنی	اعضای هیئت مؤسس دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی بابل	پیمایش - تصادفی ساده	مازندران
(Maleki, 2013)	کرد	دانشجویان کارشناسی گرایش‌های کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی	پیمایش - تصادفی چندمرحله‌ای با انتساب متناسب	کرمانشاه
(Babalhavaeji & )	فارس	کتابداران دانشگاهی	پیمایش - تصادفی	تهران

	ساده	کتابخانه‌های ۱۳ دانشگاه وابسته به وزارت علوم		(Zamani Rad, 2013)
کرمانشاه	پیمایش - تصادفی سیستماتیک	کشاورزان کلزا کار شهرستان کنگاور	کرد	(Alibigi et al., 2012)
فارس	پیمایش - تصادفی ساده	کلیه افراد جویای کسب و کار بعد از سال ۱۳۸۰ در منطقه	فارس	Yadolahi Farsi & ) (Razavi, 2011)
تهران	پیمایش - تصادفی ساده	کارکنان بانک توسعه صادرات ایران	فارس	Hashemi Romojani, ) (2011)
تهران	پیمایش - روش گلوله‌برفی و تصادفی طبقه‌بندی	فعالان اجتماعی در بخش‌های انتفاعی و غیرانتفاعی	فارس	(Omrani, 2009)
تهران	پیمایش - تصادفی چندمرحله‌ای با انتساب متناسب	کارکنان وزارت بهداشت و سازمان محیط‌زیست	فارس	(Izadyar, 2009)

## ۶. یافته‌ها

یافته‌های تحقیق در دودسته توصیفی و تحلیلی ارزیابی شده‌اند:

### الف: توصیفی

یافته‌های توصیفی شامل روند اجرای مطالعات؛ رشته تخصصی نویسندگان؛ شیوه نمونه‌گیری؛ حجم نمونه؛ هویت قومی، نوع منطقه و سطح توسعه استان‌های مورد بررسی هستند. یافته‌ها نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۴ بیشتر پژوهش‌ها (۱۳/۵۵ درصد) اجرا شده است، و کمترین پژوهش‌ها هم متعلق به سال‌های ۱۳۹۱، ۱۳۹۶ و ۱۳۹۹ است. بر اساس یافته‌ها؛ رشته‌های تحصیلی جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، علم اطلاعات و دانش‌شناسی و مدیریت ورزشی هر کدام با یک مقاله کمترین سهم را در نگارش مقالات این حوزه داشته‌اند و رشته‌های مدیریت کارآفرینی و مدیریت آموزشی با ۵ مقاله بالاترین نقش را ایفا کرده‌اند. یافته‌های تحقیق حاکی است نشریات علمی - پژوهشی با ۱۳ مقاله ۵۹/۰۹ درصد از مقالات این حوزه را به خود اختصاص داده‌اند. بر اساس یافته‌ها؛ ۵۴/۵۰ درصد از پژوهش‌ها در بین گروه‌های قومی فارس انجام شده است. مطابق یافته‌ها؛ ۶۸/۲۰ درصد از پژوهش در استان‌های توسعه‌یافته اجرا شده است.

### ب: تحلیلی

در این بخش، متغیرهای اثرگذار و مقدار اثر آن؛ سوگیری انتشار؛ اثر متغیرهای تعدیلگر نیز بررسی شده است.

جدول ۳. اندازه اثر پژوهش

گزارش آماری					نویسندگان و سال
معداری	آماره Z	حد بالا	حد پایین	اندازه اثر	
۰/۰۰۰	۵/۱۰۰	۰/۲۹۸	۰/۱۰۲	۰/۱۸۲	(Rahimi et al., 2022)
۰/۰۰۰	۱۰/۲۰۱	۰/۱۹۸	۰/۱۲۳	۰/۱۰۳	(Bavarsad et al., 2022)
۰/۰۰۰	۳/۵۹۱	۰/۳۰۱	۰/۲۰۰	۰/۲۸۷	(Golestani, 2021)
۰/۰۰۰	۱۲/۶۷۲	۰/۳۷۸	۰/۱۵۶	۰/۲۹۰	(Ghasemzadeh et al., 2021)
۰/۰۰۰	۵/۲۸۱	۰/۲۹۸	۰/۱۷۸	۰/۳۴۲	(Bahmani et al., 2021)
۰/۰۰۰	۱۰/۱۲۱	۰/۲۶۵	۰/۱۸۵	۰/۳۹۰	(Moradi et al., 2018)
۰/۰۰۰	۱۱/۷۰۹	۰/۱۷۶	۰/۱۰۲	۰/۴۵۰	(Rastgar et al., 2018)
۰/۰۰۰	۱۳/۷۶۱	۰/۴۷۹	۰/۲۸۷	۰/۴۳۰	(Ashrafiyan, 2017)
۰/۰۰۰	۱۰/۳۵۲	۰/۳۵۶	۰/۱۵۵	۰/۲۰۰	(Ghadiri Masom et al., 2016)

۰/۰۰۰	۸/۱۳۲	-/۲۸۷	-/۱۴۳	۰/۴۰۰	(Bahramikhah, 2016)
۰/۰۰۰	۵/۲۳۰	-/۲۶۷	-/۱۰۰	۰/۳۸۷	Mesbahi Jahromi et al., ) (2015)
۰/۰۰۰	۸/۱۵۴	-/۳۸۰	-/۱۴۴	۰/۱۲۸	(Alavikeai et al., 2016)
۰/۰۰۰	۴/۰۰۲	-/۵۷۶	-/۳۰۱	۰/۴۵۰	Rezaei & Abdolkarim, ) (2015)
۰/۰۰۲	۸/۹۴۳	-/۳۱۰	-/۲۰۰	۰/۴۷۱	(Yadegar et al., 2014)
۰/۰۰۰	۶/۱۰۰	-/۳۶۵	-/۱۵۰	۰/۲۸۰	(Jafari Samimi, 2014)
۰/۰۰۰	۳/۱۸۷	-/۳۹۲	-/۱۸۲	۰/۵۶۰	(Maleki, 2013)
۰/۰۰۰	۱۲/۵۸۱	-/۳۹۲	-/۲۸۰	۰/۲۴۸	Babalhvaeji & Zamani ) (Rad, 2013)
۰/۰۰۰	۱۰/۱۲۷	-/۵۰۰	-/۳۴۰	۰/۲۷۰	(Alibigi et al., 2012)
۰/۰۰۰	۳/۱۰۹	-/۸۷۴	-/۵۷۱	۰/۱۷۸	Yadolahi Farsi & Razavi, ) (2011)
۰/۰۰۰	۷/۸۰۱	-/۲۹۰	-/۱۷۲	۰/۳۸۱	(Hashemi Romojani, 2011)
۰/۰۰۰	۶/۲۳۵	-/۱۶۳	-/۱۰۱	۰/۳۶۹	(Omrani, 2009)
۰/۰۰۰	۱۰/۱۰۰	-/۳۰۰	-/۱۷۲	۰/۲۰۰	(Izadyar, 2009)

نتایج نشان می‌دهد که تمامی پژوهش‌ها دارای اثری معنی‌دار بر کارآفرینی اجتماعی داشته‌اند و مقدار اثر تک‌تک آنها با معادل اندازه اثر بیان شده است.

جدول ۴. اثر کل سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی

گزارش آماری					سرمایه اجتماعی
معناداری	آماره Z	حد بالا	حد پائین	اندازه اثر	
۰/۰۰۰	۱۰/۷۶۳	-/۶۷۱	۰/۳۰۰	۰/۶۵۱	

نتایج نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در ۲۲ پژوهش فوق، توانسته ۰/۶۵ از تغییرات کارآفرینی اجتماعی را تبیین و پیش‌بینی نماید. براین اساس با افزایش و تقویت بسترهای سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن، می‌توان کارآفرینی اجتماعی را در جامعه فراهم نمود.

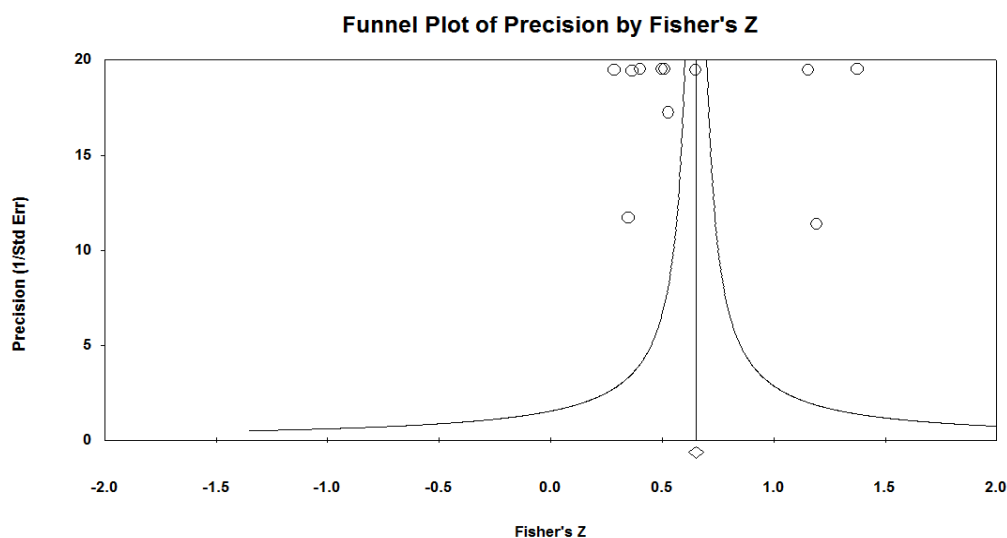
جدول ۵. تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی

گزارش آماری					نوع متغیر
معناداری	آماره Z	حد بالا	حد پائین	اندازه اثر	
۰/۰۰۰	۴/۳۸۷	-/۲۸۷	۰/۱۰۰	۰/۴۸۹	اعتماد اجتماعی
۰/۰۰۰	۱۰/۴۴۳	-/۶۵۱	۰/۳۱۹	۰/۵۷۱	انسجام اجتماعی
۰/۰۰۰	۳/۵۴۲	-/۲۸۹	۰/۱۳۲	۰/۵۰۰	مشارکت اجتماعی
۰/۰۰۰	۱۱/۱۶۴	-/۲۹۰	۰/۱۷۶	۰/۴۸۱	تعهد اجتماعی
۰/۰۰۰	۱۵/۱۰۰	-/۴۷۱	۰/۲۷۱	۰/۳۸۷	باورهای مذهبی
۰/۰۰۰	۱۰/۲۲۱	-/۶۹۱	۰/۳۷۱	۰/۵۵۰	تعلق اجتماعی

نتایج مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در فراتحلیل حاکی است متغیرهای اعتماد اجتماعی (۰/۴۸۹)؛ انسجام اجتماعی (۰/۵۷۱)؛ مشارکت اجتماعی (۰/۵۰۰)؛ تعهد اجتماعی (۰/۴۸۱)؛ باورهای مذهبی (۰/۳۸۷)؛ تعلق اجتماعی (۰/۵۵۰) تأثیر معنی‌داری در کارآفرینی اجتماعی داشته است.

## ۶-۱. نمودار کیفی (بررسی میزان همگنی و ناهمگنی پژوهش)

نمودار زیر نشان می‌دهد که بین پژوهش ناهمگنی وجود دارد و دارای سوگیری انتشار است:



شکل ۲. رگرسیون اگر برای میزان همگنی و ناهمگنی پژوهش

### ۶-۲. آزمون Q

آزمون فوق، در پی این است که آیا بین مطالعات همگنی وجود دارد؟ برای پاسخ به این پرسش اول از طریق نمودار رگرسیون اگر پراکنش و سوگیری انتشار مورد بررسی قرار گرفته و در صورت تجمیع مطالعات به صورت پراکنده در رأس نمودار، پژوهش‌ها دارای سوگیری انتشار واریانس است، در گام دوم، آزمون Q با استفاده از نتایج آماری، وضعیت ناهمگنی را ارزیابی می‌کند، نتایج نشان می‌دهد که به دلیل معنی‌داری بودن، مطالعات فوق، همگن نیستند و بین آن‌ها واریانس وجود دارد و به‌طور کلی ۹۱ درصد از ۲۲ سند پژوهشی، دارای سوگیری انتشار هستند. به این دلیل ضمن استفاده از اندازه اثر تصادفی ثابت، متغیرهایی که منجر به این تفاوت و واریانس شدند، مورد تحلیل قرار می‌گیرد. به این خاطر متغیرهای میانجی مهم پژوهش و اثر کلی آن‌ها در ادامه مورد ارزیابی قرار گرفته است.

### جدول ۶. آزمون Q

وضعیت همگنی مطالعات			
آزمون استقلال	سطح معناداری	درجه آزادی	میزان ناهمگنی یا همگنی
۹۱/۱۴۵	۰/۰۰۰	۲۱	۷۸۱/۱۰۰

نتایج نشان می‌دهد که ۹۱٪ از مطالعات فوق، دارای ناهمگنی بوده و بایستی متغیرهای میانجی بررسی و مقدار اثر و معنی‌داری بودن اثر برآورد شود.

### جدول ۷. تأثیر گروه مورد بررسی بر کارآفرینی اجتماعی

تصادفی		اندازه ترکیبی	گروه مورد بررسی
معناداری	آماره Z		
۰/۰۰۰	۸/۳۰۰	۰/۱۸۷	کارکنان اداری
۰/۰۰۰	۶/۷۹۰	۰/۳۸۹	کارکنان و اعضای هیئت‌علمی دانشگاهی
۰/۰۰۰	۷/۵۱۲	۰/۱۰۰	کارکنان بانک
۰/۰۰۰	۱۲/۲۰۰	۰/۱۶۵	کارکنان وزارت بهداشت
۰/۰۰۰	۳/۳۴۱۲	۰/۲۸۹	دانشجویان دانشگاه
۰/۰۰۰	۸/۷۲۱	۰/۱۰۲	شهروندان روستایی
۰/۰۰۰	۱۴/۹۲۱	۰/۳۰۱	کارآفرینان اجتماعی غیردولتی
۰/۰۰۰	۱۲/۱۰۰	۰/۲۵۶	اثر کلی

نتایج نشان می‌دهد که بین نوع گروه مورد بررسی و کارآفرینی اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود داشته و مقدار آن برابر با ۰/۲۵ است، در این میان کارکنان و اعضای هیئت‌علمی دانشگاهی با مقدار ۰/۳۸ و کارآفرینان اجتماعی غیردولتی با مقدار ۰/۳۰ و دانشجویان با مقدار ۰/۲۸ بیشترین تأثیر را در کارآفرینی اجتماعی داشته‌اند.

جدول ۸. تأثیر هویت قومی بر کارآفرینی اجتماعی

تصادفی			هویت قومی
معناداری	آماره Z	اندازه ترکیبی	
۰/۰۰۰	۱۰/۱۷۴	۰/۱۷۸	لر
۰/۰۰۰	۸/۴۵۱	۰/۱۹۸	ترک
۰/۰۰۰	۱۱/۲۸۷	۰/۲۰۳	فارس
۰/۰۰۰	۸/۳۱۸	۰/۱۲۰	عرب
۰/۰۰۰	۶/۲۳۴	۰/۱۶۷	کرد
۰/۰۰۰	۷/۱۰۰	۰/۱۸۷	مازنی
۰/۰۰۰	۱۰/۳۸۱	۰/۲۰۰	اثر کلی

نتایج نشان می‌دهد که گروه قومی فارس با مقدار ۰/۲۰؛ ترک با مقدار ۰/۱۹ بیشترین و گروه قومی عرب با مقدار ۰/۱۲ کمترین تأثیر را به‌عنوان متغیر میانجی بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی داشته است و اثر کلی هویت قومی بر کارآفرینی اجتماعی برابر با ۰/۲۰ است.

جدول ۹. تأثیر جنسیت بر کارآفرینی اجتماعی

تصادفی			هویت قومی
معناداری	آماره Z	اندازه ترکیبی	
۰/۰۰۰	۳/۲۶۵	۰/۱۸۴	زن
۰/۰۰۰	۶/۳۴۱	۰/۲۲۵	مرد
۰/۰۰۰	۷/۱۴۱	۰/۱۸۷	اثر کلی

نتایج نشان می‌دهد که بین جنسیت و کارآفرینی اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اثر کلی آن برابر با ۰/۱۸ است، در این میان، مردان با مقدار ۰/۲۲ نسبت به زنان، گرایش بیشتری به کارآفرینی اجتماعی دارند.

جدول ۱۰. تأثیر وضع تأهل بر کارآفرینی اجتماعی

تصادفی			هویت قومی
معناداری	آماره Z	اندازه ترکیبی	
۰/۰۰۰	۷/۴۰۱	۰/۱۴۵	مجرد
۰/۰۰۰	۹/۸۷۳	۰/۲۱۰	متاهل
۰/۰۰۰	۳/۳۲۱	۰/۱۶۴	اثر کلی

نتایج نشان می‌دهد که بین وضع تأهل و کارآفرینی اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار اثر کلی آن برابر با ۰/۱۶ است، در این میان، متأهل‌ها با مقدار ۰/۲۱ نسبت به مجردها، گرایش بیشتری به کارآفرینی اجتماعی دارند.

جدول ۱۱. تأثیر سطح توسعه استان بر کارآفرینی اجتماعی

نوع استان	مدل اثر تصادفی	
	آماره Z	اندازه ترکیبی
توسعه یافته	۱۰/۱۵۴	۰/۱۹۲
در حال توسعه	۳/۲۸۷	۰/۱۳۲
کم توسعه	۸/۱۰۰	۰/۱۰۲
اثر کل	۷/۱۵۴	۰/۱۴۳

نتایج نشان می‌دهد سطح استان بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر معنی‌داری داشته و مقدار آن برابر با ۰/۱۴ است. مقدار این تأثیر در استان‌های کمتر توسعه یافته (۰/۱۰)، در حال توسعه (۰/۱۳)، کمتر؛ و در استان‌های توسعه یافته (۰/۱۹)، بیشتر است.

## ۷. بحث و نتیجه‌گیری

گسترش نوآوری و فعالیت‌های فناوری از طریق سرمایه‌گذاری در تحقیق، معرفی تولیدات جدید، و بهبود فرایند تولید موجب پایداری و ثبات اقتصاد کشورها می‌شود. سرمایه اجتماعی، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در توسعه اجتماعی و فرهنگی یک جامعه و سازنده بنیان‌های اقتصاد جامعه است. جامعه کارآفرین دارای اعتماد غنی و عمیق، مشارکت فعال، انسجام اجتماعی و دارای پیوندهای جمعی است. بنابراین هدف این پژوهش مطالعه آثار سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن بر کارآفرینی اجتماعی است. در پاسخ به این پرسش از فراتحلیل ۲۲ سند پیمایشی در بازه زمانی ۱۳۸۸-۱۴۰۱ استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ و اثر کلی آن برابر با ۰/۶۵ صدم است. براین اساس؛ هرچه شدت سرمایه اجتماعی در جامعه قوی‌تر باشد، به همان اندازه کارآفرینی اجتماعی بهتر تحقق می‌پذیرد. این موضوع در خصوص ارتباط بین اعتماد اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی نیز مصداق می‌یابد؛ بدین صورت که، هرچه اعتماد اجتماعی در جامعه بیشتر باشد، به همان میزان، گرایش به کارآفرینی اجتماعی بیشتر خواهد شد. ارتباط بین انسجام اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی نیز چنین است؛ یعنی هرچه انسجام اجتماعی در جامعه بیشتر باشد، به همان میزان، گرایش به کارآفرینی اجتماعی بیشتر خواهد شد. رابطه بین مشارکت اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی نیز معنی‌دار است؛ بدین شکل که، هرچه مشارکت اجتماعی در جامعه بیشتر باشد، به همان میزان، گرایش به کارآفرینی اجتماعی بیشتر است. تعهد اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی هم ارتباط مثبت و معناداری دارند؛ بدین ترتیب، افزایش تعهد اجتماعی در جامعه باعث افزایش گرایش به کارآفرینی اجتماعی خواهد شد. بین باورهای مذهبی، تعلق اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی هم رابطه معناداری وجود دارد؛ به گونه‌ای که هرچه شدت باورهای مذهبی در جامعه قوی‌تر باشد، به همان میزان، گرایش به کارآفرینی اجتماعی بیشتر است، و هرچه میزان تعلق خاطر در جامعه بیشتر باشد، به همان میزان، گرایش به کارآفرینی اجتماعی بیشتر است. گالبراث (۲۰۰۷)، با ناهاپیت (۲۰۰۹)، در یافته‌های تحقیق حاضر سهم سرمایه اجتماعی در کارآفرینی اجتماعی را گسترده معرفی و اضافه کرده‌اند سرمایه اجتماعی؛ دارایی برای حل معضلات اجتماعی؛ و کارآفرینی اجتماعی؛ فرآیند و راهبرد توسعه جامعه است (Galbraith et al., 2007; Nahapiet, 2009). نوآوری، تدبیر، نتیجه‌گرایی، بلندهمت بودن، تمرکزگرایی، هدفمندی، بصیرت، درایت، مأموریت‌گرایی، تحصیلات، جهانی شدن، تجربه، خلاقیت، همدلی، و رضایت از مولفه‌ها و ویژگی‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی است (Pangriya, 2019: 15). بسیاری از محققان نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی اجتماعی را مثبت و نتیجه بخش توصیف و تأکید کرده‌اند موفقیت کارآفرینان اجتماعی منوط به رفاه و ارزش‌های اجتماعی (Dufays & Huybrechts, 2014)؛ انگیزه‌های غیرانتفاعی و تأمین منافع شخصی (Do Adro et al., 2021)؛ علم، دانش، مهارت، تجربه، و تدبیر (Roslan et al., 2022; Zahra et al., 2008).

- ایده‌های نوآورانه (Sen, 2007)؛ اخلاقیات و رفتارهای اخلاقی (Smith et al., 2016)؛ شبکه‌های اجتماعی (Wang, Wang, 2013)؛ رهبری (Suryandharu et al., 2019; Thorgren & Omoredede, 2018)؛ دولتی، و حمایت‌های نهادی (Dredge, 2017; Shockley & Frank, 2011; Urban, 2013)؛ است. به اعتقاد شومپیتر، تخریب خلاقانه سرمایه؛ فرآیندی صنعتی تحول ساختار اقتصادی، تغییر ساختار قدیم، و ایجاد ساختار جدیدی است (Njuguna, 2015: 22; Rossi & Thrassou, 2013: 168). دراکر هم اعتقاد دارد نوآوری؛ تغییر گرابی، و فرصت محوری وجه تمایزات سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی است (Dees, 2011). هنیفان<sup>۱</sup> (۱۹۱۶) سرمایه اجتماعی را عامل بهبود وضع اجتماعات توصیف کرده است. برت<sup>۲</sup> (۲۰۱۴)، سرمایه اجتماعی را استفاده از دوستان، همکاران و مخاطبان عمومی برای بهره برداری مالی و انسانی دانسته است (Burt, 2014: 9). بر اساس نظریه شبکه یا سرمایه اجتماعی، کارآفرینان در ساختار شبکه‌های اجتماعی جاسازی شده‌اند؛ به گونه‌ای که، بخشی از ساختار، به فرصت‌ها تعلق دارد، و کارآفرینان از آن‌ها استفاده می‌کنند (Wanyoko, 2013: 5, quotes Kelavzan, 2006). بر این اساس، کارآفرینی اجتماعی؛ ایجاد ساختارها، روابط، مؤسسات، و شیوه‌های جدید و مداوم برای ایجاد و حفظ منافع اجتماعی است (Madhooshi, 2000). این سرمایه؛ تولید، انباشت و نشر شبکه‌ها، روابط، هنجارها و ارزش‌ها را شامل می‌شود (Westlund & Gawell, 2012: 5). سرمایه اجتماعی روابطی را فراهم می‌کند؛ که، کارآفرینان اجتماعی با کمک آنها، برای استفاده از سایر سرمایه‌ها فرصت بیشتری دارند؛ و از ساختار شبکه‌ای، ظرفیت‌ها و توانایی‌ها برای اعمال کارآفرینانه استفاده بیشتری می‌کنند. با کمک سرمایه اجتماعی؛ کارآفرینی اجتماعی راه‌های نوآورانه‌ای را برای حل مسائل اجتماعی ایجاد می‌کند. بنابراین؛ سرمایه اجتماعی همان هنجارها، ارزش‌ها، عرفیات و تعهدات اخلاقی است که رفتار افراد در آنها شکل می‌گیرد و روابط اجتماعی را تسهیل می‌کند. سرمایه اجتماعی از مؤلفه‌های تاثیرگذار اجتماعی بر مؤلفه‌های اقتصادی، سیاسی، و فرهنگی است؛ که در این میان؛ کارآفرینی از آن مستثنی نیست. سرمایه اجتماعی با ایجاد و تقویت اعتماد، علاقه‌مندی، افزایش ظرفیت تعاون، جسارت اجتماعی و فرهنگ کارفرمایی؛ خلاقیت، کارآفرینی و نوآوری را به ارمغان می‌آورد. بر اساس یافته‌های تحقیق و به منظور تقویت نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی اجتماعی و همچنین نقش آفرینی کارآفرینی اجتماعی در حل معضلات جامعه و رشد شتابنده پیشنهاد می‌شود:
۱. با توسعه و تقویت نقش سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن، فرایند تحقق کارآفرینی اجتماعی در جامعه قوی‌تر و تسهیل گردد؛
  ۲. اعتماد اجتماعی در بین مردم در مرحله اول، و در بین کارآفرینان اجتماعی در مرحله دوم تقویت گردد؛ زیرا، با تحقق و تعمیق اعتماد اجتماعی، گرایش به کارآفرینی اجتماعی قوت می‌یابد؛
  ۳. انسجام اجتماعی گسترش یافته و بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گیرد. با گسترش و تقویت انسجام اجتماعی در جامعه، گرایش به کارآفرینی اجتماعی بیشتر خواهد شد؛
  ۴. مشارکت اجتماعی به‌عنوان مؤلفه اصلی سرمایه اجتماعی در جامعه تعمیق یابد؛ هرچه مشارکت در جامعه بیشتر باشد، گرایش به کارآفرینی اجتماعی بیشتر می‌شود؛
  ۵. تعهدات اجتماعی شکل و قالبی مستحکم‌تر به خود بگیرد؛ زیرا؛ افزایش و تقویت تعهدات اجتماعی در جامعه، افزایش گرایش به کارآفرینی اجتماعی را به همراه خواهد داشت.
  ۶. باورهای مذهبی، دینی، و ایدئولوژیکی در جامعه تقویت شود و توسعه یابد؛ با تقویت باورهای مذهبی در جامعه، گرایش به کارآفرینی اجتماعی رو به فزونی می‌یابد
  ۷. تعلقات اجتماعی در جامعه گسترش یافته و تعمیق یابد؛ با توسعه و تعمیق تعلق خاطر اجتماعی، گرایش‌ها به

<sup>۱</sup> Nahapiet

<sup>۲</sup> Burt

کارآفرینی اجتماعی روزافزون خواهد شد.

### References

- Alavikeai, S., Nasrollahivsta, L., & Golabi, F. (2016). The Effect of Social Capital on Risk-taking of Entrepreneurship Students (Case study: Faculty of Entrepreneurship in University of Tehran). *Social Development & Welfare Planning*, 6(25), 165-192. <https://doi.org/10.22054/qjsd.2016.3856>[In Persian].
- Alibigi, A., Aliabadi, V., & Gravandi, S. (2012). A Structural Mode for Effect of Social Capital on Risk-Taking of Rural People: the Case of Rape Seed Farmers of Kangavar Township. *Space Economy and Rural Development*, 1(1), 101-111. <https://doi.org/https://serd.khu.ac.ir/article-1-1564-en.html> [In Persian].
- Ali-Hassan, H. (2009). Social capital theory. In *Handbook of research on contemporary theoretical models in information systems* (1st ed., pp. 420-433). Hershey, Pennsylvania: Information Science Reference.
- Ashrafiyan, M. (2017). *Investigating the causal relationship between social capital and organizational entrepreneurship and social entrepreneurship with an emphasis on the mediating variable of psychological empowerment of faculty members of Urmia University in the academic year 2015-2016*. Oroumiyeh University, Oroumiyeh [In Persian].
- Babalhavaeji, F., & Zamani Rad, N. (2013). A Survey on the relationship between social capital and social entrepreneurship in the academic libraries: A case study of the central libraries of Ministry of Science, Research and Technology in Tehran. *Journal of Information Systems and Services*, 2(2), 67-78. [https://iss.srbiau.ac.ir/article\\_2542.html](https://iss.srbiau.ac.ir/article_2542.html) [In Persian].
- Bahmani, A., Zamanian, A., & Aslani, F. (2021). Explaining The Mediating Role of Empathy in The Relationship Between Psychological Capital and Social Entrepreneurship of Rural Women (Case Study: Choobast Village). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 7(14), 87-94. <https://doi.org/10.52547/jea.7.14.87> [In Persian].
- Bahramikhah, S. (2016). *The relationship between educational justice and social entrepreneurship with the mediating role of social capital*. Shahid Madani University, Tabriz [In Persian].
- Banks, J. A. (1972). *The sociology of social movements*. Springer.
- Bavarsad, B., Jaldani, S., & Ghezlbash, H. (2022). Investigating the mediating role of social entrepreneurship for social and human capital to affect operational performance. *Transformation Management Journal*, 13(2), 157-184. <https://doi.org/10.22067/tmj.2022.31039.0>
- Burt, R. S. (2014). Structural Holes. In *Social Stratification* (4th ed., pp. 13-56). New York: Routledge.
- Daru, M. U., & Gaur, A. (2013). Social entrepreneurship-a way to bring social change. *Innovative journal of business and management*, 2(1), 26-29. <http://www.innovativejournal.in/index.php/ijbm>.
- Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits: What do you do when traditional sources of funding fall short. *Harvard Business Review*, 76(1), 55-67.
- Dees, J. G. (2011). The Meaning of Social Entrepreneurship 1 , 2. In *Case Studies in Social Entrepreneurship and Sustainability* (1st ed., pp. 22-30). New York: Routledge.
- Do Adro, F., Fernandes, C. I., Veiga, M., & Kraus, S. (2021). Social entrepreneurship orientation and performance in non-profit organizations. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(4), 1591-1618. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00748-4>
- Dredge, D. (2017). Institutional and Policy Support for Tourism Social Entrepreneurship. In *Social Entrepreneurship and Tourism* (pp. 35-55). Springer.



- Dufays, F., & Huybrechts, B. (2014). Connecting the Dots for Social Value: A Review on Social Networks and Social Entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(2), 214-237. <https://doi.org/10.1080/19420676.2014.918052>
- El Ebrashi, R. (2013). Social Entrepreneurship Theory and Sustainable Social Impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188-209. <https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2011-0013>
- Elahi, D. (2012). A Detailed Study of Behavioral Attributes of Social Entrepreneurs in Lucknow and Kanpur Region. *Viewpoint—An International Journal of Management and Technology*, 3(2), 48-55. [https://doi.org/https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3013703](https://doi.org/https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3013703)
- Galbraith, C. S., Rodriguez, C. L., & Stiles, C. H. (2007). Social Capital as a Club Good: the Case of Ethnic Communities and Entrepreneurship. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(1), 38-53. <https://doi.org/10.1108/17506200710736258>
- Ghadiri Masom, M., Hajipour, M., Gharagozloo, H., & Ramezan Jorriyan, M. (2016). The Analysis of the Role of Social Capital in Risk-Taking and Entrepreneurship of Rural Youth (Case Study: Tonekabon County). *Research and rural planning*, 16(5), 17-32. <http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.50281>[In Persian].
- Ghasemzadeh, A., Razzaghi, M., & Hedayati Khoshemehr, A. (2021). Investigating the Role of Social Capital on Organizational and Social Entrepreneurship of Shiraz University Staff considering the Variable Share of Knowledge Management. *Knowledge Retrieval and Semantic Systems*, 8(29), 73-103. <https://doi.org/10.22054/jks.2021.58715.1417> [In Persian].
- Golestani, H. (2021). *The relationship between social identity and social entrepreneurship in physical education students with the mediating role of social capital*. Tabiyat Modares, Tehran [In Persian].
- Hanifan, L. J. (1916). The rural school community center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67(1), 130-138. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/000271621606700118>
- Hashemi Romojani, N. (2011). *The Relationship between Social Capital and Emotional Intelligence with Social Entrepreneurship in Iran's Export Development Bank*. Allameh Tabatabai University, Tehran [In Persian].
- Homan, H. (2019). *A Practical Guide to Meta-Analysis in Scientific Research*. Tehran: Samat [In Persian].
- Iyortsuun, A. S. (2016). Conceptual Overview of Social Entrepreneurship and its Relevance to Nigeria's Third Sector. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 4(3), 242-256. <https://doi.org/10.1504/IJSEI.2016.082296>
- Izadyar, L. (2009). *Investigating the relationship between social entrepreneurship and social capital in the Ministry of Health, Medical Education and Environmental Organization (explaining the role of emotional intelligence)*. Tabiyat Modares, Tehran [In Persian].
- Jafari Samimi, M. (2014). *Investigating the relationship between social capital and social entrepreneurship in non-profit higher education institutions in Babol city*. Mazandaran University, Mazandaran [In Persian].
- Jiao, H. (2011). A Conceptual Model for Social Entrepreneurship Directed toward Social Impact on Society. *Social Enterprise Journal*, 7(2), 130-149. [doi.org/10.1108/17508611111156600](https://doi.org/10.1108/17508611111156600)
- Madhooshi, M., Samimi, M., & Jafari, M. H. (2015). Social Entrepreneurship & Social Capital: A Theoretical Analysis. *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1(3), 102-112. <https://doi.org/http://www.publicscienceframework.org/journal/ajefm>[In Persian].
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>

- Majid, I. A., & Koe, W. L. (2012). Sustainable Entrepreneurship (SE): A Revised Model Based on Triple Bottom Line (TBL). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(6), 293-310. <https://doi.org/www.hrmar.com/journals>
- Maleki, Z. (2013). *Investigating the social entrepreneurship of agricultural students with an emphasis on social capital (case study: undergraduate students of the Faculty of Agriculture)*. Razi University, Kermanshah.
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*. Presented at the Stanford Social Innovation Review, Stanford, California: Leland Stanford Jr. University.
- Mesbahi Jahromi, N. A., Adibzadeh, M., Nakhaei, S., & Hosseini, S. M. (2015). The Impact of Social Capital On Entrepreneurship and Organizational Citizenship Behavior (Examine the Moderator Role of Emotional Intelligence). *Social Capital Management*, 2(3), 367-392. <https://doi.org/10.22059/jscm.2015.56529> [In Persian].
- Moradi, A., Maghsoudi Ganjeh, Y., & Bayati, Y. (2018). The Impact of Social Capital on Social Entrepreneurship of Managers of NGOs in Chaharmahal and Bakhtiari Province. *Journal of Applied Studies in Management and Development Sciences*, 5(13), 41-52. [https://doi.org/http://shij.ir/ASMD/upload/ASMD/Content/190120\\_15/ASMD-No13-Digital.pdf](https://doi.org/http://shij.ir/ASMD/upload/ASMD/Content/190120_15/ASMD-No13-Digital.pdf) [In Persian].
- Nahapiet, J. (2009). Capitalizing on Connections: Social Capital and Strategic Management. In V. O. Bartkus & J. H. Davis (eds.), (V. O. Bartkus & J. H. Davis, eds.), *Social Capital: Reaching Out, Reaching In* (1st ed., pp. 205-236). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. <https://books.google.com/books?id=KUj4cjvxUX8C>.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
- Nash, M. T. A. (2010). Social Entrepreneurship and Social Enterprise. In *The Jossey-Bass Handbook of Nonprofit Leadership and Management* (Vol. 18, pp. 262-300). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Njuguna, L. N. (2015). *Factors Influencing Participation of Youth Entrepreneurs in Enterprise Development: the Case of Limuru Sub County, Kiambu County, Kenya*. University Of Nairobi, Nairobi , Kenya. [erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/90534/Njuguna](http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/90534/Njuguna).
- Omrani, Z. (2009). *Prioritizing factors affecting social entrepreneurship in Iran from the perspective of social activists*. Allameh Tabatabai University, Tehran [In Persian].
- Pangriya, R. (2019). Hidden Aspects of Social Entrepreneurs' Life: a Content Analysis. *Pangriya Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(66), 1-19. <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s40497-019-0199-6>
- Perrini, F., & Vurro, C. (2006). Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change Across Theory and Practice. In (M. Robinson J & J. Hockerts, eds.), *Social Entrepreneurship* (pp. 57-85). London: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9780230625655\\_5](https://doi.org/10.1057/9780230625655_5).
- Rahimi, S., Sadat Naseri, N., & Fariborzi, E. (2022). Designing a Social Entrepreneurship Development Model with a Social Capital Approach (Case Study of Imam Khomeini Relief Committee in Fars Province). *Political Sociology of Iran*, 5(5), 161-187. <https://doi.org/10.30510/psi.2022.334850.3289> [In Persian].
- Rastgar, A., Golshahi, B., & Dorostkar Ahmadi, N. (2018). Investigating Effective Factors on Impowerment of Street and Working Children: The Role of Social Capital and Social Entrepreneurship. *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 12(4), 57-78. <https://doi.org/10.22055/qjsd.2018.13680> [In Persian].
- Rezaei, B., & Abdolkarim, S. (2015). Investigating the Relationship between Social Capital and

- Social Entrepreneurship among the Employees of Razi University of Kermanshah. Presented at *The First International Humanities Conference with a Native-Islamic Approach and with an Emphasis on New Researches*, Tehran: The First International Humanities Conference with a Native-Islamic Approach and with an Emphasis on New Researches. <https://doi.org/https://www.symposia.ir/ICH01>[In Persian].
- Roslan, M. H. H., Hamid, S., Ijab, M. T., Yusop, F. D., & Norman, A. A. (2022). Social Entrepreneurship in Higher Education: Challenges and Opportunities. *Asia Pacific Journal of Education*, 42(3), 588-604. <https://doi.org/10.1080/02188791.2020.1859354>
- Rossi, M., & Thrassou, A. (2013). Open Innovation System and New Form of Investment: Venture Capital's Role in Innovation. In A. Thrassou & D. Vrontis (eds.), (A. Thrassou & D. Vrontis, eds.), *Innovative Business Practices: Prevailing a Turbulent Era* (p. 168). Cambridge, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises. *Journal of Management*, 45(1), 70-95. <https://doi.org/10.1177/0149206318793196>
- Schumpeter, J., & Backhaus, U. (2021). *The Theory of Economic Development* (1st ed.). 1, London: Routledge.
- Sen: (2007). Ashoka's Big Idea: Transforming the World through Social Entrepreneurship. *Futures*, 39(5), 534-553. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2006.10.013>
- Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>
- Zahra, S., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O., & Hayton, J. C. (2008). Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117-131. <https://doi.org/10.1002/sej.43>
- Shockley, G. E., & Frank, M. (2011). The Functions of Government in Social Entrepreneurship: Theory and Preliminary Evidence. *Regional Science Policy & Practice*, 3(3), 181-198. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1757-7802.2011.01036.x>
- Smith, B. R., Kistruck, G. M., & Cannatelli, B. (2016). The Impact of Moral Intensity and Desire for Control on Scaling Decisions in Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 677-689. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2447-6>
- Suryandharu, T., Sanusi, A., & Harsono, H. (2019). The Influence of The Motivation, Leadership and Social Networking for the Formation of Social Entrepreneurship. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(1), 6-15. <https://doi.org/10.33122/ijase.v1i1.32>
- Terziev, V., & Arabska, E. (2017). Social Entrepreneurship in Terms of Social Values and Social Impact. *International Journal of Research in Management, Economics and Commerce*, 7(4), 41-46. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3142936>
- Thorgren, S., & Omoredede, A. (2018). Passionate Leaders in Social Entrepreneurship: Exploring an African Context. *Business & Society*, 57(3), 481-524. <https://doi.org/10.1177/0007650315612070>
- Urban, B. (2013). Social Entrepreneurship in an Emerging Economy: A Focus on the Institutional Environment and Social Entrepreneurial Self-Efficacy. *Managing Global Transitions*, 11(1), 3-25. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:mgt:youmgt:v:11:y:2013:i:1:p:3-25>
- Wang, H., Wang, L., & Li, J. (2007). The Effect of Social Network in Social Entrepreneurship: An Empirical Chinese Case Study (pp. 4213-4216). Presented at *the 2007 International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing*, Shanghai, China: International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing. <https://doi.org/10.1109/WICOM.2007.1039>

- Wanyoko, A. M. (2013). Influence of Business Incubation Services on Growth of Small and Medium Enterprises in Kenya. *International Journal of Social Sciences and Entrepreneurship*, 1(7), 454-468. [http://ijsse.org/articles/ijsse\\_v1\\_i7\\_454\\_468.pdf](http://ijsse.org/articles/ijsse_v1_i7_454_468.pdf)
- Weber, C., & Kratzer, J. (2013). Social Entrepreneurship, Social Networks and Social Value Oreation: A Quantitative Analysis among Social Entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 5(3), 217-239. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2013.055291>
- Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.001>
- Westlund, H., & Gawell, M. (2012). Building Social Capital For Social Entrepreneurship. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 83(1), 101-116. <https://doi: 10.1111/j.1467-8292.2011.00456.x>
- Yadegar, N., Me'Mariani, M. M., & Sedgh Amiz, A. R. (2014). Social Entrepreneurial Intention: Interplay of Social Entrepreneurial Attitude, Financial Security and Social Capital as Antecedents. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(1), 133-152. <https://doi.org/10.22059/jed.2014.51559> [In Persian].
- Yadolahi Farsi, J., & Razavi, S. M. (2011). The Role of Human and Social Capital in Youth Entrepreneurship in Korbal Rural Areas. *Human Geography Research*, 44(1), 103-116. [https://jhgr.ut.ac.ir/article\\_24528\\_en.html?lang=en](https://jhgr.ut.ac.ir/article_24528_en.html?lang=en) [In Persian].