



2

Vol. 7
Summer 2026

Research Paper

Received:
18 September 2024
Revised:
02 November 2024
Accepted:
13 June 2026
Published:
22 June 2026
P.P: 61-102

ISSN: 2008-3564
E-ISSN: 2645-5285



Future research of social entrepreneurship in Iran using causal layered analysis technique

Asadollah Babaiefard¹ | Shaho Rastegari^{*2} | Mohsen Niazi³
| Esmaeil Mazroei Nasrabadi⁴

Abstract

Social entrepreneurs strive to create social value, a mission that requires the adoption of innovative, proactive, and risk-taking behaviors. At the same time, such behaviors are constrained by the organization's social mission, the need to maintain organizational sustainability, and the capabilities of the surrounding environment. In this study, we conducted in-depth interviews with 13 experts in the field of social entrepreneurship and employed Causal Layered Analysis (CLA) to examine current trends in social entrepreneurship. The analysis explored the four layers of litany, social causes, discourse/worldview, and myth/metaphor underlying these trends. The findings highlight that promoting a culture of social entrepreneurship, redefining governmental and institutional intervention in supporting social entrepreneurship, and establishing appropriate economic, legal, and political infrastructures for the development of social enterprises are among the most significant outcomes of the study.

Keywords: Social Entrepreneurship; Supportive Social Policy; Futures Studies; Causal Layered Analysis (CLA).

1. Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran.
2. Corresponding Author: Corresponding Author: Ph.D., Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran. Email: shahorastegari@gmail.com
3. Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan, Iran. Email: niazi@Kashanu.ac.ir
4. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Financial Sciences, Management and Entrepreneurship, University of Kashan, Kashan, Iran. Email: Mazroui@kashanu.ac.ir

Cite this Paper: Babaiefard, A & Rastegari, Sh & Niazi, M & Mazroei Nasrabadi, E (2026). Future research of social entrepreneurship in Iran using causal layered analysis technique. *Future Studies of the Islamic Revolution*, 2(7), 61–102.

Publisher: Imam Hussein University

© Authors



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (CC BY 4.0).

آینده پژوهی کارآفرینی اجتماعی در ایران با استفاده از تکنیک تحلیل لایه‌ای علی

اسدالله بابایی فرد^۱ | شاهورستگاری^{۲*} | محسن نیازی^۳ | اسماعیل مزروعی نصرآبادی^۴

چکیده

کارآفرین اجتماعی تلاش می‌کند که ارزش اجتماعی خلق کند و این نیازمند بکارگیری رفتارنوآورانه، فعالانه و مخاطره آمیز می‌باشد. همچنین این رفتار به وسیله‌ی رسالت اجتماعی، نگهداری قابلیت دوام سازمان‌های موجود و توانایی‌های محیطی محدود شده است. در این مقاله با مصاحبه عمیق با ۱۳ نفر از خبرگان عرصه کارآفرینی اجتماعی و استفاده از تحلیل لایه‌ای - علی به تحلیل روندهای موجود در کارآفرینی اجتماعی پرداختیم و لایه های لیتانی، اجتماعی، گفتمان و اسطوره حاکم بر این روندها را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادیم. فرهنگ‌سازی، بازتعریف مداخله - گری در امر حمایت از کارآفرینی اجتماعی، ایجاد بسترهای اقتصادی، حقوقی و سیاسی مناسب برای توسعه فضای کسب و کارهای اجتماعی از مهمترین نتایج تحقیق بود.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی اجتماعی، سیاست‌گذاری حمایتی-اجتماعی، آینده-پژوهی، تحلیل لایه‌ای علی.

۲

دوره هفتم
تابستان ۱۴۰۵

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۸
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۸/۱۲
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۲۳
تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۴/۰۱
صص: ۶۱-۱۰۲

شاپا چاپی: ۴۵۲۸-۲۰۰۸
الکترونیکی: ۲۶۴۵-۵۰۷۲



۱. دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

۲. نویسنده مسئول: دکتری، گروه علوم اجتماعی، دانشکده‌ی علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.
Email: shahorastegari@gmail.com

۳. استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده‌ی علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.
Email: niazi@Kashanu.ac.ir

۴. استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم مالی، مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.
Email: Mazroui@kashanu.ac.ir

استناد: بابایی فرد، اسدالله و رستگاری، شاهو و نیازی، محسن و مزروعی نصرآبادی، اسماعیل (۱۴۰۵). آینده پژوهی کارآفرینی اجتماعی در ایران با استفاده از تکنیک تحلیل لایه‌ای علی. نشریه علمی آینده پژوهی انقلاب اسلامی، ۲(۷)، ۶۱-۱۰۲.

مقدمه و بیان مسئله

کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که به وسیله آن شهروندان برای پیشبرد راه‌حل‌های معضلات اجتماعی مانند فقر، بیماری، بی‌سوادی، تخریب محیط زیست، نقض حقوق بشر و فساد مؤسساتی را ایجاد و یا دگرگون می‌کنند تا زندگی بهتری برای انسان‌ها بوجود آید. دانشگاهیان، کشمگران و افراد نیکوکار آن را به مثابه یک حرفه، زمینه و جنبش توصیف می‌کنند. بیشترین استناد به این تعریف توسط گرگ دیز ارائه شده است که اغلب به عنوان پدر آموزش کارآفرینی اجتماعی از آن یاد می‌شود. دیز هم‌نوا با اقتصاددانانی نظیر ژان باپتیست سی و جوزف شومپتر استدلال می‌کند که کارآفرینان ظرفیت تولیدی جامعه را بهبود می‌بخشند و «تخریب خلاق» را فراهم می‌آورند که تغییرات اقتصادی را پیش می‌برد. دیز معتقد است که کارآفرینان اجتماعی نیز همین کار را برای تحولات اجتماعی انجام می‌دهند و ترکیب جدیدی از مردم و منابعی را ایجاد می‌کنند که به طور قابل توجهی توانایی جامعه را برای رفع مشکلات بهبود می‌بخشند (Dees, 1998).

ایگون (۲۰۱۸) کارآفرینی اجتماعی را رویکردی حرفه‌ای، نوآورانه و پایدار برای تغییر سیستماتیک است که باعث رفع نارسایی‌های بازار اجتماعی و فرصت‌های درک شده می‌شود. براساس منابع موجود در این حوزه می‌توان به چند مفهوم کلیدی در ادبیات نظری کارآفرینی اجتماعی رسید که عبارتند از:

- ۱) مسئله اجتماعی: یک دلیل اساسی برای وجود هر شرکت اجتماعی است. این شرکت‌ها یک مشکل اجتماعی را شناسایی کرده و سپس همان را با مأموریت تجاری خود منطبق می‌کنند.
- ۲) نوآوری اجتماعی: موضوعی اساسی در کارآفرینی اجتماعی است (الورد و همکاران، ۲۰۰۴). یک شرکت اجتماعی همیشه به دنبال روش‌های جدیدی برای حل مشکلات اجتماعی است (فیلیپس و همکاران، ۲۰۱۵).
- ۳) رفتار کارآفرینی: شرکت‌های اجتماعی کارآفرین هستند. این سازمان‌ها روحیه کارآفرینی را برای مشکلات اجتماعی به کار می‌گیرند و تمایل به ریسک‌پذیری دارند. این سازمان‌ها در رویکرد خود پیشگام هستند و مدعی استفاده از ایده‌ها برای حل مشکلات و نیازها هستند.

- (۴) ثروت اجتماعی: شرکت‌های اجتماعی برای مشکلات اجتماعی پیچیده و مداوم راه‌حل‌های خلاقانه‌ای ارائه می‌دهند. این شرکت‌ها سهم قابل توجهی و متنوعی در اجتماعات و جوامع خود دارند (سانتوس، ۲۰۱۲). این سازمان‌ها صرفاً بر روی مسئله رفاه انسان‌ها متمرکز نشده‌اند، بلکه این شرکت‌ها ثروت اجتماعی را نیز ایجاد می‌کنند (صائبی و همکاران، ۲۰۱۹).
- (۵) خلق ارزش: بنگاه‌های اقتصادی الگوهای معاملاتی سنتی و بازار محور را برای مشکلات اجتماعی به کار می‌گیرند و از زنده بودن اقتصادی یک بنگاه اطمینان می‌دهند. این شرکت‌ها نه تنها برای بنگاه اقتصادی و اجتماعی ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی بیشتری ایجاد می‌کنند بلکه نقش مهمی در توسعه اقتصادی یک ملت بازی می‌کنند (هاوگ، ۲۰۰۵؛ سرتو و میلر، ۲۰۰۸).

در دهه‌های اخیر، نئولیبرالیسم به عنوان پارادایم هژمون در نظام جهانی اقتصاد شناخته می‌شود. از نظر نئولیبرالیسم نقش دولت، ایجاد و حفظ یک چهارچوب و نهادی مناسب برای عملکرد اقتصاد است. دیوید هاروی (۱۳۹۷) آموزه‌های نظام نئولیبرالیستی را شامل قراردادهای موقت کار، خصوصی‌سازی، مقررات‌زدایی، کاهش مسئولیت‌پذیری دولت در خدمات اجتماعی (آموزش، بهداشت و تأمین اجتماعی)، کالایی‌سازی و ممانعت از تشکیل‌یابی کارگران می‌داند. در این بین با وجود گسترش سیاست‌های اقتصادی نئولیبرالیستی در سراسر جهان، ما شاهد افزایش فقر، بیکاری، ضریب جینی و بحران‌های مالی هستیم که بدون شک تأثیری مستقیمی بر بحران‌های اجتماعی نظیر حاشیه‌نشینی، طلاق، اعتیاد و بزهکاری دارد. کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر حل مسائل برآمده از این بستر، درصدد احیای مشارکت مردم و نهادهای اجتماعی در تعیین سرنوشت خود می‌باشد.

تاکی (۲۰۱۷) مشخصه کارآفرینان اجتماعی را در تمایل به عدالت اجتماعی تعریف می‌کند. آن‌ها به دنبال پیوند مستقیم بین اقدامات خود و بهبود کیفیت زندگی برای افرادی که با آن‌ها کار می‌کنند و کسانی که به دنبال خدمت هستند، می‌باشند. هدف آن‌ها تولید راه‌حل‌هایی است که از نظر اقتصادی، سازمانی، اجتماعی و زیست محیطی پایدار باشد. عدم توجه به سیاست‌گذاری مبتنی بر کارآفرین اجتماعی سبب حادث‌تر شدن بحران‌ها و معضلات اجتماعی گوناگون درون جامعه است که از دسترس دولت و بخش خصوصی خارج شده‌اند.

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۷) جمعیتی در حدود ۲۳ الی ۴۰ درصد مردم ایران در زیر خط فقر زندگی می‌کنند. براساس این گزارش در حالی که در سال ۱۳۹۶ حدود ۱۶ درصد از جمعیت کشور در زیر خط فقر مطلق قرار داشته‌اند، تا پایان سال ۱۳۹۷ در حدود ۲۳ الی ۴۰ درصد با سناریوهای مختلف برای وضعیت درآمدی خانوار در زیر خط فقر مطلق قرار گرفته‌اند و هزینه تأمین حداقل نیازهای زندگی به شدت افزایش خواهد یافت.

براساس گزارش مرکز آمار ایران (۱۳۹۸) براساس نتایج منبعث از طرح آمارگیری نیروی کار در پاییز ۱۳۹۸ میزان ۱۰.۶ درصد از جمعیت فعال ایران در فاصله سنی ۱۵ الی ۶۵ سال بیکار بوده‌اند. براساس اظهارات عباس آخوندی، وزیر سابق راه و شهرسازی ایران، ۱۹ میلیون نفر در ایران حاشیه‌نشین و بدمسکن هستند (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۶). دبیرکل ستاد مبارزه با مواد مخدر در پاییز ۱۳۹۸ جمعیت معتاد در ایران را ۲ میلیون و هشتصد هزار نفر برآورد می‌کند (خبرآنلاین، ۱۳۹۸). جمعیت قابل توجهی از مردم در خارج از اقتصاد رسمی زندگی می‌کنند و در زمینه‌های اساسی مانند مراقبت‌های بهداشتی، آموزشی، بهداشتی، خدمات مالی، غذا و انرژی با نیازهای زیادی روبرو هستند. گذشته از موارد فوق، مسائل جهانی مانند فرسایش منابع طبیعی، گرم شدن کره زمین، آلودگی، فقر، تروریسم و ... مورد توجه سیاست‌گذاران دولتی و اندیشمندان اجتماعی قرار گرفته‌است. کارآفرینی اجتماعی در این زمینه نقش بسزایی دارد. شرکت‌های اجتماعی یک مسئله خاص اجتماعی را به عنوان اصلی‌ترین برنامه کاری خود در نظر می‌گیرند.

بدی و یاداو (۲۰۱۹) براین باورند که این سازمان‌های اجتماعی، استراتژی‌های کارآفرینی را برای فعالیت‌های تجاری خود به کار می‌گیرند و یک راه حل پایدار برای مسئله اجتماعی ذکر شده ارائه می‌دهند.

این سازمان‌ها اساساً نهادینه شده‌اند و کلیه ویژگی‌های یک سازمان تجاری را دارند. این بنگاه‌های اقتصادی، از نظر اقتصادی سودآور بوده‌اند. این بنگاه‌ها در همه حوزه‌های زندگی انسان، حضور گسترده‌ای دارند.

از نظر برونستاین و دیویس (۲۰۱۰) فوائد کارآفرینی اجتماعی از این رو برای جوامع حیاتی است که آن‌ها، ارزش‌های عمومی را ایجاد می‌کنند، فرصت‌های جدید را دنبال می‌کنند، به دنبال نوآوری و سازگاری هستند، جسورانه عمل می‌کنند، به منابعی که آنها را کنترل نمی‌کنند فشار

می‌آورند و حس قوی پاسخگویی را نشان می‌دهند. آن‌ها با هدف کمک به جمعیت‌های تحت پوشش حمایتی، مطرود و یا بسیار محروم در پی تحول در بهره‌گیری از مزایای گسترده‌ای است که یا به بخش قابل توجهی از جامعه یا به جامعه بزرگ‌تر تعلق می‌گیرد.

از نظر منیر و استیو (۲۰۱۲) کارآفرینان اجتماعی با معرفی ایده‌های نوآورانه، فرصت‌های جدیدی را باز کرده و ایده‌ها را با واقع‌گرایی زمینی خلق می‌کنند، مسئله را خلافاً و بسیار اخلاقی حل کرده و تعهد کاملی به ایده‌های خود در مورد تغییر اجتماعی نشان می‌دهند.

اهمیت کارآفرینی اجتماعی به این دلیل است که در پی یافتن راه‌حل‌هایی اثرگذار و پایدار است که در بیش‌تر نقاط جهان قابلیت اجرا داشته باشند. کشور ما نیز در مسیر برداشتن گام‌هایی به سمت توسعه و پیشرفت بوده و مطرح کردن مقوله‌ی کارآفرینی اجتماعی در ایران می‌تواند به سرعت دادن روند پیشرفت کمک کند. از سوی دیگر ایران کشوری است که سابقه پر بار و دیرینه‌ای در حوزه فعالیت‌های عام‌المنفعه دارد و توجه به رویکردی نو در این زمینه سبب به فعل درآمدن قابلیت‌های بالقوه موجود در این حوزه می‌شود.

این پژوهش در پی آن است تا با کسب نظرها و دیدگاه‌های فعالان اجتماعی ضمن شناسایی عوامل اثرگذار بر توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در ایران اولویت عوامل شناسایی شده در توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در ایران را با استفاده از تحلیل لایه‌ای علی بسنجند.

با مروری بر کارهای صورت گرفته در این حوزه، به این نتیجه رسیدیم که تاکنون در زمینه آینده‌پژوهی مسئله کارآفرینی اجتماعی در ایران تحقیقی انجام نگرفته است و این پژوهش درصدد رفع خلأ تحقیقاتی در این زمینه خواهد بود.

جدول ۱. تعاریف کارآفرینی اجتماعی (منبع: بدی و یاداو، ۲۰۱۹)

نویسنده	مفهوم
لیدبتر (۱۹۹۷)	استفاده از رفتار کارآفرینی برای اهداف اجتماعی و نه برای اهداف سودآوری، به طوری که سود حاصل از آن فعالیت‌های بازار به نفع یک گروه خاص از محرومان استفاده می‌شود.
دیس (۱۹۹۸)	کارآفرینان اجتماعی، کارگزاران تغییر در سپهر اجتماعی می‌باشند از طریق: ۱. اتخاذ مأموریتی برای ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی (نه فقط ارزش شخصی)، ۲. شناسایی

نویسنده	مفهوم
	و پیگیری فرصت‌های جدید برای خدمت به این مأموریت، ۳. در یک فرآیند نوآوری مداوم، سازگاری و یادگیری، ۴. با جسارت عمل می‌کنند بدون محدودیت از استفاده از منابع فعلی، ۵. اتخاذ مسئولیت‌پذیری بیشتر در حوزه‌هایی که باید نتایج و اقدامات موردنظر را ارائه دهند.
فاولر (۲۰۰۰)	کارآفرینی اجتماعی، ایجاد ساختارها، روابط، نهادها، سازمان‌ها و شیوه‌های پایدار اقتصادی و اجتماعی است که منافع اجتماعی را به بار می‌آورد و آن را حفظ می‌کند.
برینکرهوف (۲۰۰۱)	کارآفرینان اجتماعی، افرادی هستند که دائماً در جستجوی روش‌های جدیدی برای خدمت به حوزه‌های مورد نظر و ارزش افزوده به خدمات موجود هستند
درایتون (۲۰۰۲)	کارآفرین اجتماعی یک عامل اصلی تغییر است، کسی که ارزش محوری خود را در شناسایی، حل و فصل و برطرف کردن مشکلات اجتماعی می‌داند.
مورت و دیگران (۲۰۰۲)	کارآفرینی اجتماعی یک ساختاری چند بعدی است که شامل بیان یک رفتار با فضیلت کارآفرینانه جهت نیل به یک رسالت اجتماعی است. از ویژگی‌های مهم آن می‌توان به توانایی شناسایی فرصت‌های ایجاد ارزش اجتماعی و تصمیم‌گیری در مورد نوآوری، فعالیت و ریسک‌پذیری اشاره کرد.
هاردینگ (۲۰۰۴)	کارآفرینان اجتماعی، افرادی هستند که با داشتن انگیزه اهداف اجتماعی، برای تشویق نوعی فعالیت یا سرمایه‌گذاری جدید اقدام می‌کنند.
شاو (۲۰۰۴)	کار در جامعه، سازمان‌های داوطلبانه و عمومی و همچنین شرکت‌های خصوصی که برای اهداف اجتماعی کار می‌کنند نه فقط برای اهداف سودآوری.
تن و دیگران (۲۰۰۵)	کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است برای کسب سود از طریق نوآوری در مواجهه با ریسک با درگیر شدن یک بخش از جامعه و در جایی که تمام یا بخشی از آن مزایا به آن بخش جامعه تعلق می‌گیرد.

نویسنده	مفهوم
مایر و مارتی (۲۰۰۶)	کارآفرینی اجتماعی فرآیندی برای ایجاد ارزش با ترکیب منابع به روش‌های جدید است که در درجه اول برای کشف و استفاده از فرصت‌های خلق ارزش اجتماعی از طریق ایجاد انگیزه برای تحولات اجتماعی یا برآوردن نیازهای اجتماعی در نظر گرفته شده است.
پردو و مک لین (۲۰۰۶)	کارآفرینی اجتماعی در جایی انجام می‌شود که برخی از افراد، با هدف (های) ایجاد ارزش اجتماعی، توانایی شناسایی و استفاده از فرصت‌ها، اشتغال نوآورانه و ... درجه بالایی از ریسک را بپذیرند و به طور غیر معمول در سرمایه‌گذاری اجتماعی مربوط به خود پیگیر هستند.
نیکولاس (۲۰۰۸)	کارآفرینی اجتماعی، هنر پیگیری همزمان سود اقتصادی و بازگشت بازده اجتماعی (خط پایین دوگانه) در سرمایه‌گذاری می‌باشد.
زهرا و دیگران (۲۰۰۹)	کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که به موجب آن ایجاد یک شرکت تجاری جدید منجر به افزایش ثروت اجتماعی می‌شود تا هم جامعه و هم کارآفرین از آن سود ببرند.
اورمیستون و سایمور (۲۰۱۱)	کارآفرین اجتماعی فردی است که به دنبال ایجاد یا گسترش فعالیت اقتصادی با شناسایی و بهره‌برداری از محصولات جدید، فرآیندها یا بازارها است و می‌خواهد تغییراتی ایجاد کند (ایجاد ارزش اجتماعی، فرهنگی یا طبیعی).
ابوسیفان (۲۰۱۲)	کارآفرین اجتماعی فردی مأمور است که با استفاده از مجموعه‌ای از رفتارهای کارآفرینی، ارزش اجتماعی را به افراد دارای امتیازات کمتر، از طریق یک نهاد کارآفرین محور و مستقل از لحاظ مالی، خودکفایی یا پایدار منتقل می‌کند.
دارو و گوار (۲۰۱۳)	یک شرکت اجتماعی «راه‌حل‌های نوآورانه‌ای را برای مشکلات فوری اجتماعی ایجاد می‌کند و ایده‌ها، ظرفیت‌ها، منابع و ترتیبات اجتماعی مورد نیاز برای تحولات اجتماعی را بسیج می‌کند».

نویسنده	مفهوم
سنگوپتاو ساهای (۲۰۱۷)	کارآفرینی اجتماعی نوعی فرآیند استفاده از مهارت‌های کارآفرینی و تجاری برای ایجاد رویکردهای نوآورانه در مورد مشکلات اجتماعی است. این سرمایه‌گذاری‌های انتفاعی و غیرانتفاعی مسیر دومی از تأثیر اجتماعی و خود پایداری مالی یا سودآوری را دنبال می‌کنند.
ترزوف و آرابسکا (۲۰۱۷)	کارآفرینی اجتماعی زمینه‌ای است که در آن کارآفرینان فعالیت‌های خود را متناسب با هدف نهایی ایجاد ارزش‌های اجتماعی پیوند می‌دهند.
تاکی (۲۰۱۷)	مشخصه کارآفرینان اجتماعی تمایل به عدالت اجتماعی است. آن‌ها به دنبال پیوند مستقیم بین اقدامات خود و بهبود کیفیت زندگی برای افرادی که با آن‌ها کار می‌کنند و کسانی که به دنبال خدمت هستند، می‌باشند. هدف آن‌ها تولید راه‌حلی است که از نظر اقتصادی، سازمانی، اجتماعی و زیست محیطی پایدار باشد.
ایگون (۲۰۱۸)	کارآفرینی اجتماعی، رویکردی حرفه‌ای، نوآورانه و پایدار برای تغییر سیستماتیک است که باعث رفع نارسایی‌های بازار اجتماعی و فرصت‌های درک‌شده می‌شود.
بانسال و دیگران (۲۰۱۹)	کارآفرینان اجتماعی از طریق نوآوری و اعمال نفوذ منابع مالی، ارزش اجتماعی را برای توسعه اجتماعی، اقتصادی و اجتماعی ایجاد می‌کنند.

مبانی نظری پژوهش

مارتین و اوبرگ (۲۰۰۷) کارآفرینان اجتماعی را کسانی می‌دانند که با هدف کمک به جمعیت‌های تحت پوشش حمایتی، مطرود و یا بسیار محروم در پی تحول در بهره‌گیری از مزایای گسترده‌ای است که یا به بخش قابل توجهی از جامعه یا به جامعه بزرگ‌تر تعلق می‌گیرد. از نظر منیر و استیو (۲۰۱۲) کارآفرینان اجتماعی با معرفی ایده‌های نوآورانه، فرصت‌های جدیدی را باز کرده و ایده‌ها را با واقع‌گرایی زمینی خلق می‌کنند، مسئله را خلاقانه و بسیار اخلاقی حل کرده و تعهد کاملی به ایده‌های خود در مورد تغییر اجتماعی نشان می‌دهند.

مفهوم کارآفرینی اجتماعی (SE) در عمل، طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های زیر را شامل می‌شود: افراد سرمایه‌گذار متخصص در خلق تفاوت؛ سرمایه‌گذاری‌های تجاری برای اهداف اجتماعی با اضافه کردن انگیزه‌های سودآوری به بخش غیرانتفاعی، انواع نیکوکاران اجتماعی جدید، حمایت از سرمایه‌گذاری مانند سرمایه‌گذاری پرتفوی؛ و سازمان‌های غیرانتفاعی که خود را با استفاده از تجارب دنیای تجارت از نو خلق می‌کنند (مایر و دیگران، ۲۰۰۶: ۱۲).

کوینگهام و لیسچران (۲۰۰۲) در مورد کارآفرینی شش مکتب فکری را ارائه داده‌اند:

۱) مکتب فکری اشخاص بزرگ که بر این اساس کارآفرینان افرادی بزرگ و توانایی ذاتی در مدیریت و راهبری امور دارند؛

۲) مکتب فکری ویژگی‌های روان‌شناختی که بر این اساس کارآفرینان از ارزش‌ها، نگرش‌ها و نیازهای منحصر به فردی برخوردار هستند که جز رفتارهای شخصیتی آن‌ها به شمار می‌رود؛

۳) مکتب کلاسیک کارآفرینی که مشخصه اصلی رفتار کارآفرینی را ریسک‌پذیری و نوآوری می‌داند؛

۴) مکتب مدیریت که در آن کارآفرینان طراحان فعالیت‌های اقتصادی هستند، آن‌ها کسانی هستند که فعالیت‌های اقتصادی را سازماندهی و مدیریت می‌کنند و ریسک‌پذیری از مشخصه‌های آنان به شمار می‌رود؛

۵) مکتب فکری رهبری که بر اساس آن کارآفرینان از ویژگی رهبری برخوردارند و سبک رهبری خود را بر اساس نیازهای افراد انتخاب می‌کنند؛

۶) مکتب فکری کارآفرینی درون سازمانی که بر اساس این نظریه مهارت‌های کارآفرینی برای سازمان‌ها مفید هستند (به نقل از ابطحی و همکاران، ۱۳۸۹).

برخلاف تعریف دیز (۱۹۹۸)، تاک و زارک (۱۹۹۶) و امرسون و تورسکی (۱۹۸۶) که کارآفرینی اجتماعی را با رویکرد حل مسائل اجتماعی تعریف می‌کردند، در تعاریف جدید کارآفرینی فراتر از جستجوی راه‌حل برای مسائل اجتماعی و تأمین نیازهای عمومی، ایجاد تغییرات و جستجوی فرصت‌های جدید حاصل از این تغییرات، می‌باشد (به نقل از ابطحی، ۱۳۸۹).

از سوی دیگر، براساس این تعریف جدید، موسسات اجتماعی و خیریه‌ها از حالت انفعالی خارج شده و به جستجوی فرصت‌های جدید برای سرمایه‌گذاری و کسب درآمد اقدام می‌کنند و تحقق این هدف مستلزم اتخاذ استراتژی فعالانه در این زمینه می‌باشد.

برخی از اندیشمندان ایجاد کسب و کار را لازمه کارآفرینی می‌دانند و برخی معتقدند ایجاد سازمان یا کسب و کار از ملزومات کارآفرینی نیست و کارآفرینی می‌تواند درون سازمان‌های موجود محقق شود، برخی از محققان بیان کرده‌اند نوآوری ویژگی اصلی کارآفرینی است، برخی دیگر ریسک‌پذیری و تحمل ابهام را خصوصیت اصلی اقدامات کارآفرینانه برشمرده‌اند و برخی از محققان کارآفرینی را برابر با ارزش آفرینی و افزایش بهره‌وری در نظر گرفته‌اند.

محققان بین چهار شکل مختلف کارآفرینی اجتماعی تمایز قائل می‌شوند؛

گروه اول: برخی نظیر فائولر (۲۰۰۰)، ریز (۱۹۹۹)، تامسون (۲۰۰۲) کارآفرینی اجتماعی را مربوط به اقدامات سازمان‌های خیریه می‌دانند که پس از مواجهه با کاهش حمایت‌های دولتی، کاهش کمک‌های مردمی و سازمان‌های دیرگ، افزایش رقابت و افزایش نیازهای اجتماعی برای کسب درآمدهای تکمیلی به رویکردهای تجاری و بازارمحور گرایش پیدا کرده‌اند. تمامی صاحب‌نظران که به مکتب بنگاه اجتماعی در مورد کارآفرینی اجتماعی معتقد هستند در این دسته جای می‌گیرند.

گروه دوم: برخی از محققان نظیر آلورد، برون و لئز (۲۰۰۲) کارآفرینی اجتماعی را مربوط به اقدامات کارآفرینان اجتماعی مستقل می‌دانند که با هدف کاهش یک مشکل اجتماعی مشخص تلاش می‌کنند.

گروه سوم: برخی از محققان کارآفرینی اجتماعی را مربوط به اقدامات مسئولیت‌پذیری اجتماعی کسب و کارهای تجاری می‌دانند.

گروه چهارم: تمامی صاحب‌نظرانی که به مکتب نوآوری اجتماعی در مورد کارآفرینی معتقدند کارآفرینی اجتماعی را اتخاذ رویکردهای نوآورانه برپایه برطرف کردن مشکلات اجتماعی می‌دانند و آن را به بخشی خاص محدود نمی‌کنند (طیب زاده، ۱۳۹۴).

در مورد کارآفرینی اجتماعی، دیز و آندرسون (۲۰۰۶) با جمع‌بندی تعاریف گوناگون از کارآفرین اجتماعی تمامی این نظریه‌ها را در دو مکتب خلاصه کردند:

- (۱) مکتب بنگاه اجتماعی که در سازمان‌های غیرانتفاعی به مکتب کسب درآمد نیز مشهور است. اندیشمندان این مکتب کارآفرین اجتماعی را به معنای کسب درآمد توسط سازمان‌های غیرانتفاعی می‌دانند. با موسسات غیرانتفاعی توصیه نمی‌کند که برای تنوع بخشیدن به روش‌های تأمین منابع مالی خود، استراتژی‌های کسب درآمد داشته باشند.
- (۲) مکتب نوآوری اجتماعی که براساس آموزه‌های شومپیتر، بر تخریب خلاقانه برای ایجاد تغییر تحول‌آفرین در نظام‌های موجود تأکید می‌کند، کارآفرین اجتماعی باید به فکر افزایش اثرگذاری اجتماعی فعالیت‌های خود از طریق نوآوری باشد و در کارآفرینی اجتماعی هیچ الزامی به کسب درآمد یا اتخاذ رویکردهای تجاری نیست (دیز و آندرسون، ۲۰۰۶).

در جمع‌بندی می‌توان گفت که تفاوت این دو مکتب در این است که:

- موضع مورد تأکید دو مکتب متفاوت است. مکتب بنگاه اجتماعی، یا مکتب کسب درآمد بر جنبه کسب درآمد توسط سازمان‌های غیرانتفاعی تأکید می‌کند در حالیکه مکتب نوآوری اجتماعی بر جنبه نوآوری و ارائه راهکارهای جدید و مؤثرتر برای رفع مشکلات اجتماعی تأکید می‌کند.
- مکتب کسب درآمد، کارآفرینی اجتماعی را به بخش غیرانتفاعی محدود می‌کند ولی مکتب نوآوری اجتماعی بیان می‌کند کارآفرینی اجتماعی می‌تواند در بخش غیرانتفاعی انتفاعی و عمومی نیز محقق شود.

پیشینه پژوهش

در زمینه کارآفرینی اجتماعی افراد بسیاری نظیر شورت و دیگران (۲۰۰۹) داسین و دیگران (۲۰۱۱) جیانو (۲۰۱۱) چوی و ماجومدار (۲۰۱۴) و مایر و مارتی (۲۰۰۶) به بررسی تکنیک و تحقیقات صورت گرفته در زمینه کارآفرینی اجتماعی پرداخته‌اند ولی متأسفانه هیچ کدام از تکنیک‌ها و روش‌های مالوف و شناخته شده در زمینه آینده پژوهی (تکنیک لایه علی و تکنیک سناریو نویسی) استفاده نکرده‌اند. بر همین اساس برای رفع این خلأ تحقیقاتی به سراغ این پژوهش رفتیم. حسینی و دیگران (۱۳۹۷) در پژوهشی با نام «کاربرد فنون آینده پژوهی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه» با تشریح مدل مفهومی تئوری مادر کارآفرینی شین به مقایسه و تحلیل ابعاد اثرگذار بر

کارآفرینی با استفاده از تکنیک کارآفرینی پرداختند و با عنایت به اهمیت مفهوم فرصت در کارآفرینی، به شناسایی و تبیین مقوله شناسایی فرصت پرداختند.

افشاری و شهرکی (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «آینده پژوهی کارآفرینی و توسعه اقتصادی» به بررسی تطبیقی سیاست‌های حمایت از کارآفرینی در کشورهای برزیل، ترکیه، چین و ایران پرداخته‌اند و مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی در ایران را در سه عامل خلاصه می‌کنند:

۱) خطرپذیری مالی زیاد، ناتوانی در تأمین منابع مالی برای راه اندازی کسب و کار و موانع اداری از مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی در ایران تلقی می‌شوند؛

۲) قوانین و مقررات دولتی مشوق راه‌اندازی و توسعه کسب و کار در ایران نیستند؛

۳) محیط کسب و کار از نظر کارآفرینان ایرانی حامی شرکت‌های جدید و در حال رشد نیست.

محمدی و دیگران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «آینده پژوهی فردی کارآفرینان: از خودانگاره به خودنگاره»، افرادی که مبتنی بر خود انگاره فردی‌شان، به سمت درگیر شدن در فرآیند خودنگاره (آینده پژوهی فردی) می‌روند، خودانگاره آن‌ها در جست‌وجوی خودایده‌آل‌شان به آن‌ها کمک می‌کند، در نهایت با بهره‌گیری از خودانگاره در همه جنبه‌های زندگی، خود و جامعه‌شان را از پیامدهای فردی و اجتماعی بهره‌مند می‌سازند، پیامدهای فردی، زندگی شخصی و شغلی فرد را دست‌خوش تغییر می‌کنند.

عمرانی و دیگران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی» با ۱۰۸ نفر از فعالان اجتماعی شامل مدیران یا بنیان‌گذاران، کارمندان، داوطلبان و حامیان فعال در کسب و کارهای اجتماعی در بخش‌های انتفاعی و غیرانتفاعی مصاحبه کردند. براساس نتایج این تحقیق، هر پنج عامل معرفی شده در الگوی مفهومی، در توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران، اهمیت داشته و اولویت آن‌ها به ترتیب عبارت است: افراد، مأموریت، عوامل زمینه‌ای، فرصت و سرمایه.

رضایی و دیگران (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با نام «طراحی الگوی توسعه پایدار کارآفرینی روستایی با استفاده از تکنیک دلفی فازی» در مجموع پرسشنامه‌ای برای ۵۰ نفر از خبرگان و اساتید دانشگاهی که شناسایی شده، ارسال شد. برای تعیین حجم نمونه از روش سرشماری بهره گرفته شد؛ لذا تعداد حجم نمونه ۵۰ نفر تعیین شد و روش نمونه‌گیری تحقیق، نمونه‌گیری قضاوتی و

نمونه گیری گلوله برفی است. تحقق اهداف تحقیق، با بهره گیری از روش دلفی فازی در شناسایی ۲۹ عامل اصلی مؤثر بر توسعه پایدار کارآفرینی روستایی، وزن دهی عوامل یا معیار مدل پیشنهادی و طبقه بندی آن‌ها در ۴ گروه کلی: اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی امکان پذیر شد.

زارع و دشتکی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «طراحی و تبیین مدل پارادایمی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار» (مطالعه موردی: کمیته امداد امام خمینی (ره) استان فارس) با استفاده از روش پژوهش کیفی و به کارگیری راهبرد نظریه پردازی داده بنیاد به ارائه الگویی از کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در کمیته امداد امام خمینی (ره) پرداختند و عوامل مؤثر بر شکل گیری این فرآیند و پیامدهای حاصل از آن را شناسایی و تشریح نمودند.

در این زمینه، با هجده نفر از متخصصان دانشگاهی و مددکاران خانواده کمیته امداد امام خمینی (ره) در استان فارس به عنوان نمونه آماری به صورت نظری و هدفمند و به شیوه نیمه ساختاریافته مصاحبه شد و متن‌های مصاحبه در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شد.

نتایج نشان داد سیاست‌های توانمندساز به منزله پدیده محوری و در تعامل با عوامل دیگر موجب شکل گیری کارآفرینی اجتماعی می‌شود. نحوه ارتباط این عوامل در مدل نهایی پژوهش نشان داده شده است. ظرفیت سازی، تقویت جسمی-روانی و قوانین حمایتی در شکل گیری سیاست‌های توانمندساز تأثیر بسزایی دارند که در نهایت این نگرش پایه‌ای برای به وجود آمدن پدیده کارآفرینی اجتماعی می‌شود.

رمضانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «مقایسه جهت گیری‌های کارآفرینی اجتماعی و خیریه‌ای بر جنبه‌های مختلف فقر در نهادهای حمایتی شهر مشهد» به منظور مقایسه تأثیر جهت گیری کارآفرینی اجتماعی با جهت گیری خیریه‌ای بر جنبه‌های مختلف فقر شامل فقر درآمدی، طرد اجتماعی، فقر قابلیت، آسیب پذیری و فقر بین نسلی انجام شده است.

در این تحقیق خدمات گیرندگان مؤسسه‌های کارآفرینی اجتماعی با مددجویان مؤسسه‌های خیریه مقایسه شدند. نتایج این پژوهش نشان داد که خدمات گیرندگان مؤسسه‌های کارآفرینی اجتماعی در مقایسه با خدمات گیرندگان مؤسسه‌های خیریه، در ابعاد مختلف فقر (ضروریات زندگی، سلامت محور، مسکن محور، مطلق، نسبی، بین نسلی، آسیب پذیری و طرد اجتماعی) به طور

معناداری وضعیت بهتری داشتند. کارآفرینی اجتماعی فقر بین نسلی را کاهش می‌دهد و چرخه فقر را قطع می‌کند، اشتغال صرف نظر از جنبه اقتصادی (افزایش رفاه فرد یا درآمد خانوار)، از لحاظ اجتماعی نیز دایره شمول فرد را گسترش می‌دهد و از خطر انزوا و طرد اجتماعی وی می‌کاهد.

اعلامی و رحیمیان (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان راهبردهای آموزش و توسعه کارآفرینان اجتماعی در ایران در مصاحبه عمیق با ۱۲ نفر از کارآفرینان اجتماعی کشور، به عواملی نظیر فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی عمومی، مطالعات تطبیقی و الگوبرداری، راهبری اثربخش تر نهادهای سیاسی و اجتماعی، توسعه فعالیت‌های مرتبط با آموزش کارآفرینان اجتماعی و نهادهای کارآفرینی اجتماعی در نظام آموزشی را مؤثر در آموزش و توسعه کارآفرینان اجتماعی در ایران بیان می‌کنند.

آراستی و دیگران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد تطبیقی» با هدف شناسایی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی بر اساس روش تحقیق کیفی و با رویکرد مقایسه‌ای - تطبیقی، در کشور ژاپن، آمریکا، سوئد، بریتانیا، استرالیا و تایوان انجام دادند که یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که سیاست‌های تنظیمی در کشورهای مورد مطالعه در چهار زمینه حمایت‌های مالی، برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای، اصلاح قوانین و ساختارهای اداری و حمایت‌های مشاوره‌ای تدوین و اجرا شده‌اند. ون لونبرگ و دیگران (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «چرا و چگونه ابداعات پایدار و اجتماعی رتبه‌بندی می‌شوند؟ بررسی سیستماتیک ادبیات نظری کارآفرینی اجتماعی و اجتماعات محلی نوآورانه» با مروری سیستماتیک بر ۱۳۳ مقاله، به درک مفهومی جدیدی از نحوه مدرج‌بندی این مفاهیم رسیده‌اند. در این بررسی مشخص شد که فاکتورهایی نظیر استراتژی، تأثیرگذاری برگزینان‌های عمومی، برنامه‌های سیاسی و قوانین، گسترش حجم یا فضای جغرافیایی، ویژگی‌های بازیگران و محیط نهادی به عنوان عوامل اصلی برای رتبه‌بندی به شمار می‌روند. همچنین برای فاکتور استراتژی روی ساختارهای بازی که تأثیر سریع و بالاتری دارند، تمرکز می‌شود. در مورد ادبیات انتقادی در این حوزه باید گفت که ویژگی‌های کنشگر نظیر جاه‌طلبی، تمرکز یکسان بر منطق اقتصادی و اجتماعی، مهارت‌های کارآفرینی و رهبری؛ رابطه مستقیمی با سطح

تأثیرگذاری دارد. محیط نهادی که ویژگی‌ها و گزینه‌های استراتژی بازیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد نیز تأثیر مستقیمی بر روی سطح اثرگذاری اجتماعی و پایدار دارد.

صائبی و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با نام تحقیقات کارآفرینی اجتماعی: دستاوردهای قبلی و وعده‌های آینده با توجه به اهمیت کارآفرینی اجتماعی در سال‌های اخیر، به بررسی سیستماتیک ۳۹۵ مقاله تخصصی در این زمینه پرداخته‌اند.

آنان دریافتند که کارآفرینی اجتماعی هنوز مفهومی نامشخص و بحث‌برانگیز است که مربوط به یک پدیده چند سطحی و چند مرحله‌ای است که در سطوح مختلف تجزیه و تحلیل مورد بررسی قرار گرفته اما نه در آن بستر شفاف چند سطحی.

بررسی آن‌ها نشان می‌دهد که سه شکاف عمده در ادبیات مربوط به کارآفرینی اجتماعی وجود دارد:

- ۱) سازه‌های کلیدی نظیر ماهیت کارآفرینی اجتماعی و ارزش اجتماعی هنوز ناشناخته مانده‌اند؛
- ۲) فقدان داده‌های تجربی در مقیاس کلان، مانع ارزیابی اثرات واقعی کارآفرینی اجتماعی در سطح اجتماعی می‌شود؛
- ۳) بیشتر تحقیقات انجام شده مقطعی و محدود در یک زمان مشخص شده‌اند و از مطالعات طولی و پانل استفاده نکرده‌اند.

راوهوسر و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «سنجش تأثیرات اجتماعی: رویکردهای فعلی و مسیرهای آینده برای تحقیقات کارآفرینی اجتماعی» با استفاده از روش فراترکیب، ۷۱ مقاله مرتبط با کارآفرینی اجتماعی در نشریات تجاری پیشرو را مورد مطالعه قرار دادند. آن‌ها برای توضیح مفاهیم مختلف تأثیر اجتماعی، ماتریسی متشکل از دو بعد را شناسایی کردند: بعد اول مرحله روند تأثیر اجتماعی (فعالیت در مقابل نتیجه) و بعد دوم قابلیت کلی سازی برنامه (چند بخشی در مقابل تک‌بخشی). پس در نهایت در سنخ‌شناسی مطالعات مرتبط با این حوزه به ۴ سازه شامل فعالیت چندبخشی، فعالیت تک‌بخشی، نتیجه چندبخشی و نتیجه تک‌بخشی رسیدند.

بنابراین می‌توان گفت پژوهش‌هایی که پیرامون کارآفرینی اجتماعی نوشته شده است، از کارآفرینی به مثابه راه حلی مفید در زمینه تخفیف، تعدیل و کاهش آلام و مشکلات افراد و گروه‌های خاص نام می‌برد.

کلیت تحقیقات مذکور را می‌توان در سه دسته جای داد:

در دسته اول، مفهوم کارآفرینی فردی را واکاوی کرده و سناریوها و مسیرهای پیش روی آن را در آینده ترسیم و تحلیل می‌کنند؛ در این گونه مطالعات تلاش شده تا مدل اکوسیستمی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی بیان کند، نظیر کار محمدی و دیگران (۱۳۹۳)؛

در دسته دوم، بر عوامل زمینه‌ای مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی تمرکز و مشخص شده است که متغیرهایی چون وظیفه‌شناسی، پیشینه خانوادگی، سرمایه اجتماعی و فردی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌توانند بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی اجتماعی داشته باشند؛

دسته سوم، پژوهش‌هایی اند که به پیامدهای کارآفرینی اجتماعی در عرصه اجتماع محلی پرداخته و بیان کرده‌اند که کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به بازسازی هویتی گروه‌های خاص مانند زنان کمک کند و در سطح کلان نیز به ایجاد هویت فرهنگی، ایجاد فرصت‌هایی برای تعامل اجتماعی، ایجاد شبکه‌های سازمانی جدید و اعتماد درون‌سازمانی، ساخت و تقویت اجتماعات محلی، هدایت و مدیریت اجتماعات روستایی برای مأموریتی مشخص، نشان‌دادن مدل‌های تجاری جایگزین و نوین به جای الگوهای سنتی و غیره پردازد، مانند کار رضائی و همکاران (۱۳۹۷).

مقاله حاضر با ترکیب اهداف تحقیقات دسته اول و سوم، علاوه بر تدقیق نظری مفهوم کارآفرینی اجتماعی با نگاهی جدید، درصدد بررسی مفهوم کارآفرینی اجتماعی براساس متد آینده‌پژوهی و روش تحلیل لایه‌ای علی می‌باشد. با مروری بر کارهای انجام شده نشان می‌دهد که در زمینه آینده‌پژوهی کارآفرینی اجتماعی در ایران و جهان متأسفانه کاری صورت نگرفته است و این کار با هدف رفع این خلأ انجام می‌گیرد.

روش‌شناسی پژوهش

در این تحقیق از روش تحقیق کیفی استفاده می‌کنیم. هدف انجام این تحقیق بررسی کارآفرینی اجتماعی در ایران است. در رابطه با هدف یک نوع تحقیق اکتشافی می‌باشد. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق استفاده شده است. داده‌ها از طریق ابزار مصاحبه‌ای عمیق انجام گرفته است.

برای طراحی پروتکل مصاحبه، پس از بررسی ادبیات و پیشینه نظری تحقیق و شناسایی ابعاد گوناگون کارآفرینی اجتماعی، از تکنیک PESTEL و فن 5WH Questions برای غنا بخشیدن به مصاحبه بهره گرفته شد. سپس با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند و گلوله برفی پرسش‌هایی از جامعه آماری پژوهش به عمل آمد.

جامعه آماری این پژوهش، اساتید دانشگاه، خبرگان و متخصصان علوم اجتماعی و مدیریت آگاه در زمینه موضوع پژوهش بودند که دارای تحصیلات دانشگاهی (دکتری یا دانشجوی دکتری) بوده و یا سابقه فعالیت در حوزه مورد بررسی را دارند. حجم نمونه براساس اشباع نظری تعیین گردیده است و مصاحبه با ۱۳ نفر انجام گرفت.

به منظور ایجاد قابلیت انتقال و تعمیم‌پذیری در مصاحبه از طریق سنجش اعتبار درونی، یعنی تطبیق مفاهیم حاصل شده با شاخص‌های موجود در پیشینه انجام گرفت و جهت افزایش پایایی، مصاحبه‌های ضبط‌شده و داده‌های قابل درک در زمان مصاحبه به شکل مکتوب درآمدند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در فاز اول از تحلیل تم، در فاز دوم از رویکرد تحلیل لایه‌ای-علی استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل لایه‌ای-علی (CLA) به عنوان یک روش تحقیقاتی مهم در آینده‌پژوهی شناخته می‌شود که درک عمیق‌تری از موضوع مورد بررسی را در آینده ارائه می‌کند. به گفته عنایت الله (۱۹۹۸)، زیربنای نظری CLA مبتنی بر پساساختارگرایی است؛ این رویه لایه بندی شده است، یعنی روشی برای تجزیه و تحلیل است که شامل سنجش عوامل متعدد علی است که به طور مجزا در مورد مسئله فعالیت می‌کنند.

روش تحقیق لایه‌ای-علی در چهار سطح به بررسی و واکاوی موضوع می‌پردازد:

(۱) لایه مسأله عینی که ناظر بر عینی‌ترین و آشکارترین سطح آینده است و فهم آن نیاز به مهارت‌های تحلیلی خاصی ندارد.

در این لایه وقوع آینده برای همه پذیرفته شده و از حیث کمی، داده‌ها و اطلاعات بسیاری در خصوص آن در رسانه‌های گروهی منتشر شده است. در این لایه مفروضات به ندرت در معرض پرسش قرار می‌گیرند. آینده پژوهی تجربی چارچوب معرفتی مناسب برای شناخت این لایه است.

۲) لایه علت‌های اجتماعی که ناظر بر عوامل اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و تاریخی است. در این لایه تلاش می‌شود داده‌های کمی بر حسب همبستگی متغیرها، رابطه علیت، به کارگیری یک نظریه خاص و نقد سایر نظریات تفسیر شوند.

در این لایه مؤسسات سیاست‌پژوه و سیاست‌گذار تحلیل‌های مستدل و مستندی را در خصوص آینده در روزنامه‌ها و مجلات منتشر می‌کنند.

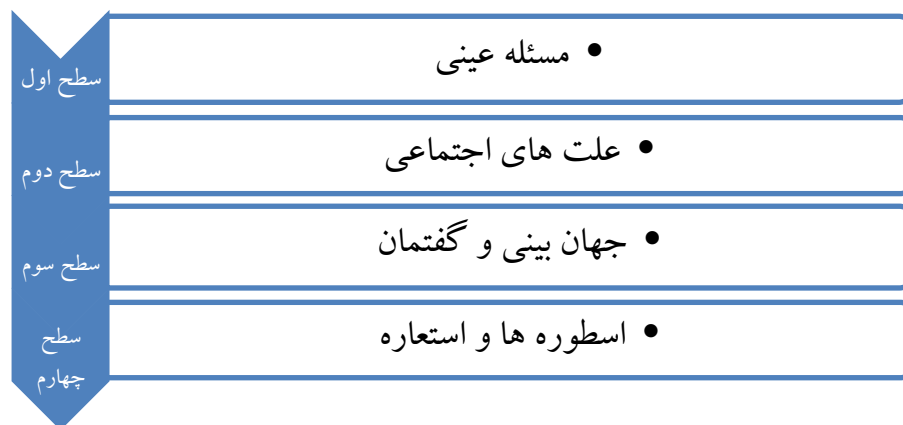
۳) لایه سوم ناظر بر فهم ساختار، جهان‌بینی و گفتمانی است که نه تنها پشتیبان دعاوی معرفتی مرتبط با آینده است؛ بلکه به این دعاوی مشروعیت می‌بخشد و علت‌های اجتماعی بوجود آورنده مسأله عینی (لایه اول) را شکل می‌دهند. این لایه بر تصویر بزرگ و پارادایمی متمرکز است که باعث می‌شود تا ما پدیدارها و رخداد‌های عالم را واقعی یا غیر واقعی بدانیم.

۴) لایه چهارم ناظر بر فهم نشانه‌ها و استعاره‌هایی است که به شیوه‌ای ناخودآگاه، به شکل -گیری جهان‌بینی و گفتمان مسلطی که بوجود آورنده علت‌های اجتماعی و مسأله عینی شده است، کمک می‌کنند. این لایه عمیق‌ترین روایت‌ها، طرح‌واره‌ها و تصاویر ذهنی شکل‌دهنده به آینده مورد کنکاش قرار می‌گیرند. این روایت‌ها، طرح‌واره‌ها و تصاویر نه در اندیشه بلکه در احساس افراد ریشه دارند. در این لایه، زمینه‌های تمدنی شکل‌دهنده به گذشته، حال و آینده بازنمایی می‌شوند (حسینی مقدم، ۱۳۹۰).

CLA به دنبال ادغام این چهار سطح فهم است. هر سطح صحیح است و راه حل‌ها را در هر سطح باید یافت.

مداخلات سطح لیتانی منجر به راه‌حل‌های کوتاه مدت، منجر به درک آسان و بسته‌بندی شده از داده‌ها می‌شود، در حالی که مداخلات اجتماعی و اقتصادی با راه‌حل‌های عمیق‌تر و سیستماتیک‌تری که معمولاً از طریق سیاست‌های دولت ساخته می‌شوند مرتبط است. تغییر جهان‌بینی بسیار سخت‌تر و طولانی مدت است. این امر به دنبال راه‌حلی خارجی از چارچوبی است که در آن راه‌حل تعریف شده است.

راه حل های اسطوره نیاز به عمیق ترین مداخلات دارد؛ زیرا این چارچوب مستلزم گفتن یک داستان جدید، بازسازی ذهن و ساختن خاطرات جدید در پیکره شخصی و جمعی افراد است (طالبیان و طالبیان، ۲۰۱۸).



شکل ۱. لایه ها در روش تحلیل علی - لایه ای

یافته های پژوهش

در این تحقیق با ۱۵ نفر از نخبگان مصاحبه صورت گرفت. برای افزایش اعتبار تم های شکل گرفته، از سه عنصر اعتبار پذیری، انتقال پذیری و تأیید پذیری گوبا و لینکلن (۱۹۸۵) استفاده شد؛ اعتبار پذیری از طریق خود بازبینی محقق در فرآیند جمع آوری و تحلیل داده ها و نیز کاربرد تکنیک تثلیث، انتقال پذیری از طریق توسعه و توصیف داده ها در طول مرحله گردآوری و استفاده از رویه های ویژه در تحلیل تماتیک عوامل بررسی شده و برای دستیابی به تأیید پذیری کلیه داده های خام شامل یادداشت ها و اسناد برای بازبینی های بعدی نگه داشته شده تا کیفیت یافته ها و تفسیرها و قضاوت در مورد آنها توسط سایر محققین صورت گیرد.

کد پاسخگو	نام	جنسیت	تحصیلات	رشته	شغل	سابقه کاری (سال)
۱	نیما	مرد	دکتری	جامعه شناسی	عضو هیئت علمی	۱۳

کد پاسخگو	نام	جنسیت	تحصیلات	رشته	شغل	سابقه کاری (سال)
۲	سامه	زن	دکتری	مدیریت فرهنگی	کارمند	۲۰
۳	حسین	مرد	کارشناسی ارشد	مدیریت کارآفرینی	کارمند	۱۸
۴	علیرضا	مرد	دانشجوی دکتری	مدیریت کارآفرینی	عضو هیئت علمی	۲۳
۵	زهره	زن	دکتری	جامعه‌شناسی توسعه و اقتصادی	پژوهشگر آزاد	۱۸
۶	فرهاد	مرد	دکتری	جامعه‌شناسی سیاسی	عضو هیئت علمی	۱۶
۷	ناهید	زن	کارشناسی ارشد	کارآفرینی	پژوهشگر آزاد	۹
۸	مجتبی	مرد	دکتری	مدیریت کارآفرینی	عضو هیئت علمی	۱۰
۹	علی	مرد	دانشجوی دکتری	آینده‌پژوهی	کارمند	۱۱
۱۰	سامان	مرد	دکتری	جامعه‌شناسی توسعه	عضو هیئت علمی	۱۸
۱۱	اسفندیار	مرد	کارشناسی ارشد	علوم ارتباطات اجتماعی	عضو هیئت علمی	۲۰
۱۲	ماهرخ	زن	دکتری	کارآفرینی	پژوهشگر آزاد	۱۶
۱۳	مصطفی	مرد	دانشجوی دکتری	جامعه‌شناسی	کارمند	۱۵

سطح تحلیل لیتانی

در این سطح با روندهای کمی، مسائل، مشکلات و بعضاً معضلاتی روبرو هستیم که اغلب بنا به دلایل سیاسی در مورد آنها غلو می‌شود و معمولاً توسط خبرگزاری‌ها مطرح می‌شوند. سطح لیتانی بارزترین و مشهودترین سطح علت‌های مرتبط با موضوع است. تحلیل لایه ای علی، توجه ما را معطوف به راه‌حل‌های پیشنهادی می‌سازد تا آن‌ها را بررسی کنیم، آیین‌نامه‌ای را که راه حل‌ها بر اساس آن مطرح می‌شوند، زیر سؤال ببریم و از پارادایم یا ساختار دانش استناداردی که درون آن مشکلات قاب‌بندی و راه حل‌ها پیشنهاد شده‌اند، دور شویم.

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	راهکار
۱	مارت مارتی ^۱	هوش اجتماعی، وظیفه‌گرایی، برون‌گرایی، احساس خلاقیت، مسئولیت اجتماعی،	ارتقای فرهنگ کار/ ارائه آموزش‌های لازم در مدارس و دانشگاه‌ها
۲	نظم دسترسی محدود	تعامل دولت و ملت/ آزادی‌های مدنی، رسانه‌های مستقل/ آزادی پس از بیان/ قانون مداری	افزایش سرمایه اجتماعی/ توجه به نقش مردم در سیاستگذاری و حکمرانی/ حمایت از آزادی‌های مدنی و سیاسی
۳	سیاهچاله	فقر/ حاشیه‌نشینی/ نبود تأمین اجتماعی/ تورضعیف حمایتی/ از هم گسیختگی اخلاقی/ بزهکاری/ تبهکاری سازمان‌یافته	بسیج گسترده منابع دولتی برای مبارزه با فقر/ مبارزه با فساد/ ترویج کارآفرینی/ تقویت حمایت از آسیب‌پذیران/ توسعه پایدار
۴	جاگورات ^۲	توسعه آمرانه/ دولت توسعه‌گرا/ توسعه محیط کسب و کار/ سرمایه‌گذاری خارجی/ پیشرفت فردی/ توسعه ناموزون مرکز پیرامون	توسعه پایدار/ توسعه مشارکتی/ فدرالیسم اقتصادی/ محلی محوری/ توسعه متوازن/ توسعه تعاونی‌های محلی و نهادهای مردم نهاد اقتصادی

مقوله اول این سطح مفهوم مارت مارتی است. هوش اجتماعی توانایی افراد برای ارتباط با دیگران، درک آن‌ها و تعامل مؤثر با آن‌ها می‌باشد که شامل شناخت احساسات دیگران، گوش دادن، توجه به وضعیت عاطفی و کمک به آن‌ها در مدیریت احساساتشان است (Marti, 2005).

۱. یاوری متقابل و دارای عوض در روستاهای ارمنی نشین الیگودرز (به نقل از فرهادی، ۱۳۸۳).

۲. گردونه خردکننده مدرنیته از نظر گیدنز

هوش اجتماعی مجموعه‌ای از ظرفیت‌های غیرشناختی، توانش‌ها و مهارت‌هایی است که بر توانایی فردی برای موفقیت و کنار آمدن با فشارهای محیطی تأثیرگذار است. محتوای هوش اجتماعی در دو مقوله گسترده سازمان می‌یابد؛ آگاهی اجتماعی (شامل همدلی اولیه، هماهنگ‌سازی، درک همدلانه و شناخت اجتماعی) و مهارت اجتماعی شامل هماهنگی و انطباق، ابراز وجود، اثرگذاری، ابراز توجه و رسیدگی) است. هرمان و همکاران (۲۰۰۷) براین باورند که شخصیت و هوش افراد نقش مهمی در شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی از سوی آنان دارد.

نتایج تحقیقات پژوهشگرانی نظیر رضایی آلکامی و دیگران (۲۰۱۸)، علیزاده اقدام و همکاران (۲۰۱۶)، موسوی راد و حمزه‌زاده (۲۰۱۶)، مرادی پردنجانی و دیگران (۲۰۱۵)، لفر و همکاران (۲۰۰۸)، شروات و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد که بین هوش اجتماعی و گرایش به کارآفرینی اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

مقوله دوم مفهوم نظم دسترسی محدود است. نهادها قوانین بازی در جامعه‌اند، یا به عبارتی سنجیده‌تر قیودی هستند وضع شده از جانب نوع بشر که روابط متقابل انسان‌ها با یکدیگر را شکل می‌دهند (نورث، ۱۳۷۷: ۱۹).

نورث^۱ (۲۰۰۳) در آثار متعدد خود در زمینه توسعه، بسته به میزان دسترسی به حقوق مالکیت و کاربرد خشونت در انحصاری کردن آن از تأثیر سه نوع نظم بدوی، دسترسی محدود (حالت طبیعی) و دسترسی باز بر روند توسعه جوامع تأکید کرده است. در رویکرد نهادگرایی، فرآیند توسعه به مثابه فرآیند تدریجی دسترسی فرودستان به حقوق مالکیت و افزایش کارآمدی ساختار حقوق مالکیت تعریف می‌شود. نهادها و ترتیبات سیاسی و حقوقی به نسبت سازگاری‌شان با فرآیند توسعه بر روند انباشت ثروت و افزایش بهره‌وری عوامل تولیدی یک کشور تأثیر بسزایی می‌گذارند. نهادهای پویای سیاسی، بسترهای مناسبی را برای تشویق سرمایه‌گذاری و ساختار انباشت ثروت فراهم می‌کند. بر اساس چارچوب نظری نظم‌های اجتماعی، وظیفه اصلی دولت‌ها کنترل خشونت و برقراری نظم در جامعه است.

در دولت‌های طبیعی برای حل مشکل خشونت یک ائتلاف غالب شکل می‌گیرد. این ائتلاف به اعضای خود امتیازاتی اعطا می‌کند و از این طریق باعث ایجاد نظم و ثبات در جامعه می‌شود.

1. North

همچنین این گروه از طریق محدود کردن انواع دسترسی‌ها، رانت ایجاد می‌کند و از توزیع این رانت‌ها برای حفظ نظم در جامعه استفاده می‌کند. البته نظم دسترسی محدود دارای سطوح و انواع مختلفی است و هر جامعه‌ای می‌تواند در سطحی از آن قرار داشته باشد.

مقوله سوم در سطح تحلیل لیتانی مفهوم سیاهچاله است. انکشاف و گسترش مناسبات سرمایه‌دارانه در جامعه علی‌رغم تأثیرات مثبت در رشد اقتصادی و تکامل نیروهای مولده و ابزارهای تولید؛ فشار سنگینی را بر خانوارهای آسیب‌پذیر طبقات فرودست وارد می‌کند و در غیاب یک نظام حمایت و تأمین اجتماعی قدرتمند، بخش بیش‌تری از آن‌ها را به زیر خط فقر منتقل می‌کند. این شرایط موجب می‌شود که خانوارهای آسیب‌دیده یا در معرض آسیب، برای سازگارسازی خود با شرایط جدید، دست به اقدامات و رفتارهایی بزنند تا افت درآمد و افزایش هزینه را جبران کنند.

با توجه به تجربه‌های جهانی، این اقدامات سازگارساز در دو دسته راهبردهای مبتنی بر کار و راهبردهای مبتنی بر کاهش هزینه دسته‌بندی می‌شود. هریک از این اقدامات، هرچند ممکن است برای مدتی کوتاه فشار اقتصادی بر خانوارهای فقیر را کاهش دهد اما آثار زیان‌بار آن به صورت‌های مختلف از قبیل تغییر شیوه مصرف مواد غذایی توسط خانوارها، صرفه‌جویی در مخارج درمانی، بهداشتی، کاهش سطح سلامت جامعه، افزایش نوبت‌های کاری، اشتغال به کار کودکان، کاهش اوقات فراغت و آرامش خانواده‌ها، افزایش اختلافات خانوادگی، افزایش جرائم اجتماعی، کاهش دغدغه‌های اجتماعی، از بین رفتن همبستگی اجتماعی و به خطر افتادن امنیت اجتماعی پیش‌بینی می‌شود. روشن است که این اقدامات و پیامدهای آنان، وضعیت ناگوار و تحمل‌ناپذیری را برای کل جامعه به وجود می‌آورد (کریمی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۸).

مقوله چهارم در این سطح به مفهوم جاگورات خلاصه می‌شود. رشد اقتصادی هر کشوری همبستگی زیادی با ایجاد و بهبود زیرساخت‌های اقتصادی و فضای کسب و کار آن کشور دارد. تعیین اهداف اقتصادی مناسب و انتخاب استراتژی‌های هوشمندانه و تبدیل آن به برنامه‌های عملیاتی، بخش مهمی از فرآیند می‌باشد ولی عامل دیگری که اهمیت بسزایی در دستیابی به اهداف تعیین شده دارد، توسعه و تسهیل فضای کسب و کار است که ایجاد، حفظ و بهبود آن نقش اساسی در دستیابی به اهداف اقتصادی تعیین شده دارد (فرضی، ۱۳۹۰).

در فرآیند تاریخی توسعه در کشورهای جهان اول این نقش با مشارکت و رهبری طبقه سرمایه‌دار ممکن شده است ولی در کشورهای در حال توسعه به دلیل ضعف تاریخی طبقه سرمایه‌دار؛ دولت با تمام دستگاه و سازوکارهای اجرایی این نقش را بر عهده گرفته است که در ادبیات جامعه‌شناسی تاریخی از آن به عنوان توسعه آمرانه خشن (از بالا به پایین) یاد می‌شود.

سرمایه‌داری دولتی و شبه‌دولتی فراسوی حفظ و بازتولید نظم پارادایمی، همواره مهم‌ترین ابزار پیشبرد یک برنامه کار پارادایمی بزرگ در درون جامعه و بیرون آن بوده است. این سرمایه‌داری همواره به نخبگان قدرت امکان می‌دهد تا با کنترل دو فرآیند اصلی یعنی جریان انباشت سرمایه و سازمان عمومی کار به نحو مؤثری ساختار درآمد و مصرف فرد را در جامعه به دست بگیرد و در ادامه با اعمال نوعی خشونت سرمایه‌ای غالباً رؤیت‌ناپذیر و تحسین سرمایه‌ای غالباً رؤیت‌پذیر بر محتوا و فرم زندگی سیاسی فرد در جامعه تأثیر بگذارد (ستاری، ۱۳۹۹).

سطح علل اجتماعی

به علل نظام‌مند و سیستماتیک از جمله عوامل اجتماعی، فناورانه، اقتصادی، سیاسی، زیست محیطی و تاریخی اشاره دارد این سطح عملکرد مناسبی در توضیح علل فنی و هم‌چنین تجزیه و تحلیل مستند و آکادمیک دارد نقش دولت‌ها و بازیگران دیگر در این سطح و همچنین منفعت‌ها در بیشتر موارد توسط این سطح کشف و یافت می‌گردد.

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	راهکار
۱	واره ۱	همیاری/نظام تعاون/ یاریگری/ مشارکت پذیری	افزایش سهم بخش تعاون در اقتصاد کشور
۲	حکمرانی خوب	اژدهای هفت سر فساد/ فرمالیسم صوری/ دولت فربه/سیاست زدگی	افزایش نظارت/ نظام جامع شفافیت اداری/ بودجه‌ریزی عقلانی/ دموکراسی
۳	پارادوکس چرخ ارسطو ۲	همایندی بحران‌ها/ جامعه حل نشده/ سرکوب بی صدایان و محذوفان	کنشگران مرزی/ تفاهم و دیالوگ ملی/ توانمند سازی جامعه / دولت با ظرفیت

- نوعی تعاونی سنتی کهن و زنانه در ایران؛ درآمدی به مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی تعاون و مشارکت مردمی کتابی از مرتضی فرهادی است که در سال ۱۳۸۰ منتشر و در مراسم کتاب سال جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان کتاب برگزیده معرفی شد.
- اگر دو دیسک (چرخ) هم‌مرکز متصل به هم که دارای شعاع‌های متفاوتی هستند را روی یک سطح صاف بچرخانیم، خواهید دید که هر دوی آن‌ها یک چرخش کامل انجام داده و مسافت یکسانی را طی می‌کنند. اما اگر دیسک

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	راهکار
۴	کاتالاکسی ^۱	نظم خودجوش / ریسک سرمایه گذاری / کالایی سازی جامعه	تنظیم‌گری اجتماعی / دولت توسعه گرا / نخبگان دوراندیش

مقوله اول این سطح واره است که با مقوله مارت مارتی در سطح تحلیل لیتانی در ارتباط است. فرهادی (۱۳۸۰) در رد آرای لمبتن (۱۳۶۲) مبنی بر خودمحوری و تک‌رأیی روستاییان ایران به دلیل سرگرمی به مسائل روزمره، اعتقاد به قضا و قدر و عدم وجود تمایلات سیاسی؛ از فرهنگ بالای یاری‌گری و تعاون روستاییان ایران به نسبت هم‌صنفان اروپایی خود یاد می‌کند و مشارکت در امور ساختمانی، تهیه منابع آب و لایروبی و راه‌سازی یاد می‌کند. ریشه‌های تاریخی حضوربخش تعاون در زیست روزمره ایرانیان حقیقتی انکارناپذیر است که منعکس‌کننده فرهنگ یاری‌گری و مشارکت جمعی در جامعه است. در سالیان اخیر نیز با توسعه بخش تعاونی و ظهور و گسترش اقتصاد مشارکتی که با استفاده از فناوری اطلاعات ممکن شده است، بسیاری از جنبه‌های اقتصادی - اجتماعی زندگی امروزی به ویژه مدل‌های کسب‌وکار سنتی را به طور بنیادین تغییر داده است. این نوع کسب و کار راه را برای درآمدزایی افراد کمتر برخوردار و کاهش فقر فراهم کرده است. شرکت‌هایی که در بستر اقتصاد اشتراکی فعالیت می‌کنند از جنس استارت‌آپ‌ها (کسب و کارهای نوپا) بوده و بازیگران اصلی در اقتصاد اشتراکی، مصرف‌کنندگانی هستند که به طور مداوم با شرکت‌ها و سایر مصرف‌کنندگان خلق ارزش می‌کنند. هم‌آفرینی ارزش فرآیند همکاری بین مشتری و تأمین‌کننده در فعالیت‌های ایده‌پردازی مشترک، طراحی مشترک و توسعه مشترک محصولات جدید می‌باشد (کردنائیج، ۱۴۰۳).

کوچک‌تر به تنهایی غلتانده شود، مسافت کوتاه‌تری نسبت به حالت قبل طی خواهد کرد. این تناقض که ترکیبی از هندسه و حرکت است، ۲۰۰۰ سال است که ذهن ریاضی‌دانان را متوجه خود ساخته است. از آنجایی که محیط دایره از رابطه $C=2\pi r$ بدست می‌آید، واضح است که محیط دیسک بزرگ از محیط دیسک کوچک بزرگ‌تر است. پس چگونه ممکن است دیسک کوچک (متصل به دیسک بزرگ)، فقط یک بار بچرخد و مسافتی به اندازه دیسک بزرگ‌تر طی کند؟
۱. نظم خودجوش یا نظم خودانگیخته (Spontaneous order) مفهومی کلی در مورد نظم‌های جزئی در آشفتگی‌های کلی است.

مقوله دوم حکمرانی خوب است که با سطح تحلیل نظم دسترسی محدود در سطح لیتانی در ارتباط است. حکمرانی خوب به عنوان پیش نیاز اصلی رشد و توسعه شناخته شده است. حکمرانی خوب مدیریت شفاف و پاسخگوی منابع در یک کشور با هدف تضمین توسعه اقتصادی و اجتماعی عادلانه و پایدار است. حکمرانی خوب به عنوان به وجود آورنده روابط متقابل، حمایت کننده و همکارانه بین دولت، جامعه مدنی و بخش خصوصی معرفی شده است (معمارزاده و همکاران، ۱۳۹۸). حکمرانی خوب همکاری فعال و سازنده بین دولت و شهروندان است و رمز موفقیت آن در اختیارات مشارکت کننده در اداره سیاسی نهفته است. تنها زمانی که شهروندان از قدرت سیاسی کافی برای شرکت در انتخابات، سیاست گذاری، اداره و نظارت برخوردار باشند، می توانند دولت را تشویق کنند و با آن دست به دست دهند تا اقتدار و نظم عمومی را ایجاد کنند.

ظاهراً دموکراسی تنها مکانیزم عملی است که می تواند از قدرت سیاسی کاملاً آزاد و برابر متعلق به شهروندان محافظت کند. از این رو، حکمرانی خوب به طور ارگانیک با دموکراسی ترکیب می شود. حکمرانی خوب تنها در یک نظام سیاسی آزاد و دموکراتیک قابل دستیابی است، زیرا بدون آزادی و دموکراسی نمی تواند ظهور کند (کیپینگ، ۲۰۱۸).

مقوله سوم پارادوکس چرخ ارسطو است که با مقوله سیاهچاله در سطح تحلیل لیتانی در ارتباط است. مرکز بررسی های استراتژیک ریاست جمهوری (۱۳۹۶) ده مسئله مهم جامعه را بحران تأمین آب، بیکاری، ناامیدی درباره آینده، سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی، پیامدهای بحران آب، بی تفاوتی اجتماعی، اخلاق عمومی، بحران آلودگی هوا، امنیت روانی و اجتماعی، حقوق اساسی و شهروندی شناسایی کرده است.

فاضلی (۱۳۹۹) در تبیین این وضعیت از «همآیندی بحران ها» و «جامعه مسائل حل نشده» حرف می زند و از لزوم اتخاذ تصمیمات سخت از طریق سیاست گذاری گفت و گو محور با جامعه، جهت ارتقای سرمایه اجتماعی دولت یاد می کند.

فراستخواه (۱۴۰۳) با طرح مفهوم کنشگران مرزی از مذاکره و چانه زنی گرفته تا صدابخشی مردمان و توانمندسازی جامعه به عنوان نظام حل مسائل جامعه یاد می کند. وجود نظام مسائل

اجتماعی خاص و گسترده لزوم توجه دستگاه سیاستگذار کلان کشور به کارآفرینان اجتماعی و اکوسیستم بازتولیدکننده آنها را دارد.

کارآفرینان اجتماعی با راه‌اندازی بنگاه‌های اجتماعی به بازتوزیع منابع و سرمایه‌های موجود، ایجاد نهادها و جنبش‌های مورد نیاز در بستر جامعه می‌پردازند و راه‌حل‌های جدیدی برای کاهش تنش‌ها، هزینه‌های اجتماعی، هزینه‌های زیست-محیطی، هزینه‌های توسعه اجتماعات محلی و... نشان می‌دهند (ینگ زهو، ۲۰۱۵: ۱۲).

مقوله چهارم مفهوم کاتاناکسی است که با مقوله جاگورات در سطح تحلیل لیتانی مرتبط است. هایک براین باور است که نظم که در جوامع انسانی برقرار است «نظمی خودانگیخته» است و محصول طراحی هیچ کس نمی‌تواند باشد همان گونه که نظم طبیعی «برساخته» کسی نیست اما در جوامع افراد هر کدام به طور جدا دارای آگاهی هستند و رفتارهایی عامدانه دارند (بشریه، ۱۳۸۲). از نظر هایک آزادی فرد در جامعه مدرن آن قدر به این ارتباطی ندارد که مالک و دارا باشد بلکه بیشتر مستلزم این است که مالکیت عوامل تولید در انحصار شخص خاصی نبوده و آنقدر پراکنده باشد که این قدرت انحصار مانع از آزادی فعالیت و برآورده کردن نیازهای شهروندان نباشد (هایک^۱، ۱۹۶۰: ۲۸۷). حقوق مالکیت باید مطلقاً حفظ شود مشروط بر اینکه این مالکیت به شیوه منصفانه خریداری شده و یا از یک شخص به شخص دیگر منتقل شده باشد (نوزیک^۲، ۲۰۱۳: ۱۵۸).

سطح گفتمان، جهان‌بینی و ایدئولوژی

به گفتمان و جهان‌بینی مرتبط است و از آن پشتیبانی می‌نماید و به نوعی در این سطح اقدام به مشروع‌سازی آن می‌کند. در این سطح فرآیندهای عمیق‌تر اجتماعی و فرهنگی، آنچه که مربوط به زبان و فرهنگ مرتبط است، جستجو می‌شود در این سطح فرض‌های عمیق و موشکافانه در پیش زمینه یک موضوع بسیار حائز اهمیت است و کوشش‌هایی به منظور ایجاد چشم‌انداز دوباره برای مسأله و موضوع مورد بحث آنجا می‌شود.

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی
۱	کلکتیویسم رهایی بخش	خیر عمومی / انسان طراز اول / متافیزیک سوسیالیسم

1. Hayek
2. Nozik

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی
۲	توانمندسازی جامعه	ماهی‌گیری بهتر از ماهی مجانی خوردن/ توانا بود هر که دانا بود
۳	جامعه مخاطره آمیز	ریسک پذیری/ فردهای تاریک/ اضطراب فرساینده
۴	نئولیبرالیسم هار	سوژه نئولیبرال/ اندیویدالیسم افراطی/ من مصرف میکنم پس هستم

مقوله اول از سطح تحلیل گفتمان و جهان بینی کلکتیویسم رهایی بخش ست که با مقوله واره در سطح تحلیل اجتماعی و مقوله مارت مارتی در سطح تحلیل لیتانی تناظر دارد.

خیر عموم (Public Good) به کالاها، خدمات یا ارزش‌هایی مادی و معنوی گفته می‌شود که همه یا بیشتر اعضای یک جامعه در آن اشتراک دارند و از آن منتفع خواهند شد.

به طور مثال می‌توانیم از امکاناتی مانند حمل و نقل عمومی، امنیت عمومی، آزادی‌های مدنی، هوای پاک، محیط زیست سالم و... به عنوان خیر عمومی یاد کنیم.

توماس هابز مفهوم «رستگاری عامه» را به کار گرفته و نقشی که ایده رستگاری مردم در زمان انقلاب فرانسه بازی کرد بر همگان آشکار است. در دوره مدرن متفکرانی چون روسو از «منافع مشترک»، هگل از «خیر دولت» و توکویل از «خیر کشور» سخن گفته‌اند و همگی به بیان خاص خود نسبت به موضوع خیر عمومی در آرا و افکارشان توجه نشان داده‌اند.

برخی دیدگاه‌ها مانند دیدگاه‌های انتقادی یورگن هابرماس، جان رالز، لئو اشتراوس و السدیر مک اینتایر ضمن نقادی عقل مدرن هنوز به پتانسیل‌های رهایی بخش عقل در دستیابی به خیراتی مانند آزادی و عدالت امیدوارند. نتیجه آنکه ما نباید چندان تسلیم ادبیات سلبی پسامدرنی شویم و با دیده یأس و ناامیدی به مسائل بنگریم، اگر کمی فراخ تر نگاه کنیم هنوز دیدگاه‌هایی هستند که در پیشبرد خیر عمومی می‌توانند به ما کمک کنند.

هابرماس میان نظام (که مبتنی بر کنش عقلانی معطوف به هدف است) با زیست-جهان (که مبتنی بر کنش ارتباطی است) تفکیکی قائل می‌شود اما آن دو را لازم و ملزوم هم می‌داند. هابرماس در حالی که ناامیدانه نظاره گر جهان مدرن است اما در پی تبدیل آن به طرح امید است. وی با وفاداری به برنامه روشنگری می‌خواهد امکانات سرکوب شده رهایی را بازسازی کند (آوتویت و باتامور، ۱۳۹۲: ۴۳۶).

او در حقیقت به دنبال یافتن محمل نوینی است که گذر از وضعیت شی گون در جامعه سرمایه‌داری را امکان‌پذیر سازد و آزادسازی ظرفیت عقل از سلطه اشکال باز تولید اجتماعی میسر شود (بشیریه، ۱۳۷۶: ۲۲۳-۲۱۲).

هابرماس در طرح پروژه ناتمام خود این پرسش اساسی را به میان می‌گذارد که چگونه می‌توان علی‌رغم تسلط عقلانیت ابزاری گام در دنیای اجتماعی بهتر نهاد؟ (ریتزر، ۱۳۹۳: ۷۵۲ و ۲۶). مقوله دوم مفهوم توانمندسازی جامعه است که با مقوله حکمرانی خوب در سطح تحلیل اجتماعی و مقوله نظم دسترسی محدود در سطح تحلیل لیتانی در ارتباط است. توانمندسازی به معنی گسترش دارایی‌ها و قابلیت فقرا برای مشارکت، چانه‌زنی و مذاکره، تأثیرگذاری، کنترل و پاسخگو کردن نهادهایی که بر زندگی آنان تأثیر می‌گذارند است (نارایان، ۱۳۹۴: ۴۷).

تلاش‌های موفق برای توانمندسازی مردم فقیر، آزادی آنان برای انتخاب و اقدام را در حوزه‌های مختلف افزایش می‌دهد که اغلب در چهار مولفه دسترسی به اطلاعات، مشارکت و فراگیری، پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری و ظرفیت‌های سازمانی محلی طبقه‌بندی می‌شوند. برای مردم فقیر، ظرفیت سازماندهی و بسیج قابلیت‌ها، قابلیت‌های جمعی برای حل مشکلات محسوب می‌شود که به آنان کمک می‌کند تا بر مشکلات کمبود منابع و در حاشیه قرار گرفتن در جامعه چیره شوند.

سرمایه‌های اجتماعی، شبکه‌ها و هنجارها که امکان اقدامات جمعی و مشارکتی را فراهم می‌سازند؛ این امکان را برای فقرا فراهم می‌کنند تا دسترسی خودشان را به منابع و فرصت‌های اقتصادی افزایش دهند و به خدمات اساسی و مشارکت در حکمرانی محلی دست پیدا کنند (نارایان، ۱۳۹۴: ۴۸).

مقوله سوم مفهوم جامعه مخاطره‌آمیز است که با مقوله پارادوکس چرخ ارسطو در سطح اجتماعی و با مفهوم سیاهچاله در سطح لیتانی در ارتباط است. بک جامعه‌ی مخاطره‌آمیز را طی فرآیند ظهور مدرنیته‌ی اول و سپس مدرنیته‌ی دوم مورد توجه قرار می‌دهد و دهه‌ی ۱۹۷۰ را دوره‌ی ظهور مدرنیته‌ی دوم می‌داند. وی جامعه‌ی مخاطره‌آمیز را با سه ویژگی شرح می‌دهد: (۱) توزیع مجدد ثروت: در جامعه‌ی مخاطره‌آمیز دعوا نه بر سر تقسیم ثروت بلکه مسئله توزیع امور منفی و مخاطره است؛

۲) فردیت‌یابی: از نظر بک، فردگرایی به ساختار مدرنیته‌ی دوم تبدیل شده است، از قرن ۱۷ میلادی به بعد نهادها و ساختارهای جامعه برای آزادی و استقلال فرد زیر سؤال رفته است و افراد وادارند تا زندگی نامه‌های خود را بسازند. این آزادی از بند ساختارها، رهایی به سوی عدم قطعیت‌های یک جامعه در مخاطره است؛

۳) استانداردزدایی از کار: در سراسر جهان، کار ناپایدار افزایش یافته و افراد تحت عدم قطعیت کار خواهند بود. با توجه به آنچه گفته شد، جامعه‌ی مخاطره آمیز شامل تغییرات مرتبط به هم در زندگی اجتماعی معاصر می شود. مفهوم بک از مخاطره بر این ایده استوار است که مدرن شدن تعداد کثیری از مشکلات را ایجاد خواهد کرد که در نتیجه‌ی آن نهادهای اجتماعی بازتابی می شوند و به فرآیند خودارزیابی وادار می شوند (قاسمی، ۱۳۸۸: ۳۴).

مقوله چهارم نئولیبرالیسم هار است که با مقوله کاتاناکسی در سطح تحلیل اجتماعی و مقوله جاگورات در سطح تحلیل لیتانی در ارتباط است.

دیوید هاروی^۱ (۱۳۹۵) نئولیبرالیسم^۲ را این گونه تعریف می کند: نئولیبرالیسم در وهله اول تئوری درباره روش‌های اقتصاد سیاسی است که بر مبنای آن‌ها بازکردن مسیر جهت تحقق آزادی‌های کارآفرینانه و استعدادهای فردی در قالب نهادی است که به خصوصیت بارز آن می توان به حقوق مالکیت خصوصی قوی، بازارهای آزاد و تجارت آزاد اشاره نمود، که می توان سعادت و آسایش فرد را بهبود بخشید. از منظر نئولیبرالیسم، کارکرد دولت، تدوین و حفظ یک قالب نهادی شایسته برای رسیدن به این روش هاست.

از دید نئولیبرالیسم، دخالت دولت در اقتصاد باید به کمترین حد خود برسد. باید به دست نامرئی تنظیم کننده بازار اتکاء کرده و مسئولیت‌ها و مخارج رفاهی آن کم و به بخش خصوصی واگذار شود. به طور خلاصه نئولیبرالیسم در این سه عبارت خلاصه می شود: مقررات‌زدایی، آزادسازی تجاری و خصوصی سازی (هاروی، ۱۳۹۵: ۱۲).

1. Daved Harvay

2. Neo-Liberalism

ویژگی‌های اصلی اقتصاد نئولیبرالی شامل مقررات‌زدایی، خصوصی‌سازی، گسترش قراردادهای موقت نیروهای کار، توسعه‌ی بخش مالی و تأمین مالی متکی بر اوراق بهادار بود و در ایران نیز از سال ۱۳۶۸ شمسی روند مشابهی دنبال شد.

برای رونق سرمایه‌گذاری تلاش شد نخست سهم نیروی کار از ارزش‌های اقتصادی خلق‌شده کاهش یابد (ثبات نسبی دستمزدهای حقیقی)، حوزه‌های جدید کالایی تعریف شود (آموزش، بهداشت، تهاجم به منابع طبیعی)، بازارهای مالی گسترش یابد (رشد مؤسسات اعتباری و بانک‌های خصوصی و توسعه‌ی بورس)، بار مالیاتی بیشتری بر طبقات مردم تحمیل شد (تغییر نرخ مالیات بر سود شرکت‌ها از نرخ‌های تصاعدی به نرخ یکنواخت و اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده)، دارایی‌های عمومی به شکل گسترده‌ای واگذار شود و بسیاری از سیاست‌های دیگر (مالجو، ۱۳۹۴: ۵). تمامی این سیاست‌ها و کالایی‌سازی خدمات اجتماعی در نهایت به فقر فزاینده نیروی کار و توده مردم منجر شده که آسیب‌پذیری آنان را در مقابل بحران‌های اقتصادی به شدت افزایش داده است.

سطح استعاره‌ها و اسطوره‌ها

در این سطح روایت‌های ژرف و الگوهای همگانی، یعنی ابعاد ناخودآگاه و معمولاً احساسی مسئله مشخص می‌گردد. این سطح یک تجربه احساسی - غریزی در رابطه با جهان‌بینی و نگاه به جهان موردنظر فراهم می‌سازد. اسطوره و استعاره باورهای عمیق، هراس‌ها و استعلایی که طی زمان، هویت (آنچه معنی دادن و بودن است) را تعریف می‌کند، سازماندهی می‌کند. استعاره‌ها و داستان‌هایی که دربردارنده‌ی آینده‌ی بدیل هستند، این قدرت را دارند که قالب‌های ذهنی را جابه‌جا کنند و قلب‌ها را تغییر دهند (عنایت‌الله و مینویچ، ۱۳۹۵: ۴۸۴).

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی
۱	جغدمینروا ^۱	شروع تاریخ/ عقلانیت ارتباطی/ انسان ستیزنده
۲	آوزار حیش و	کار کن بگذر از ره گفتار/ نابرده رنج گنج میسر نمی‌شود

۱. اولین بار هگل فیلسوف را به جغد مینروا تشبیه کرد. تشبیه فیلسوف به جغد از آن‌روست که این پرنده کار خود را هنگامی آغاز می‌کند که روز رو به پایان است و تاریکی غروب بتدریج فضا را تیره می‌کند. فلسفه نیز هنگامی سربرمی‌آورد که شکلی از زندگی دوران شکل‌گیری خود را گذرانده‌است و آرام‌آرام گردوغبار خاکستری زمان بر روی آن می‌نشیند. فلسفه در این هنگام کهن‌سالی وضع موجود را با رنگ خاکستری خود به تصویر می‌کشد و امر واقع را در قلمرو فکر بازسازی می‌کند.

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی
	هَوَهِوْگایل ۱	
۳	اکوان دیو ۲	جهنم ماگدان ۳/ آپوکالپتو ۴
۴	کوچک زیباست	فلفل نبین چه ریزه بشکن ببین چه تیزه /کیمیای همت، خاک را زر می‌کند ۵

مقوله اول در سطح استعاره و اسطوره مقوله جغد مینروا است که با مقوله کلکتیویسم رهایی‌بخش در سطح تحلیل گفتمان؛ و مقوله واره در سطح تحلیل اجتماعی و مقوله مارت مارتی در سطح تحلیل لیتانی تناظر دارد. هابرماس بر خلاف وبر، عقلانی شدن را به عنوان پروسه‌ای که لاجرم به فقدان معنا و آزادی در جهان می‌انجامد در نظر نمی‌گیرد، بلکه آن را فرآیند دوسویه‌ای می‌پندارد که ظرفیت‌هایی را نیز برای یادگیری جامعه‌ای و افق‌های جدید رهایی انسان در پیش رو می‌گذارد (باینز، ۱۳۸۰: ۱۴۳).

هدف هابرماس از نظریه کنش ارتباطی، واژگون‌سازی فردگرایی تک‌گویانه نظریه‌های لیبرالی و فایده‌گرایانه در باب جامعه است. او کوشیده است یکبار و برای همیشه نظریه اجتماعی را از تعمیم‌های شبه‌جامعه‌شناختی در مورد جامعه مبرا سازد که اساس آن الگویی از یک فرد واحد است که صرفاً بر مبنای محاسبات استراتژیکی خود (در مورد هزینه و سود نسبی این یا آن کنش) به جهان می‌نگرد (پیوزی، ۱۳۸۴: ۱۰۵).

مقوله دوم آوزار حیش و هَوَهِوْگایل است که با مقوله توانمندسازی جامعه در سطح تحلیل ایدئولوژی؛ مقوله حکمرانی خوب در سطح تحلیل اجتماعی و مقوله نظم دسترسی محدود در سطح تحلیل لیتانی مرتبط است.

توانمندسازی به معنای درجه‌ای از توانمندی، انگیزه و اختیار برای اعمال آزادی‌های عمومی انسانی (عاملیت) است که بر اثر برخورداری از منابع و قابلیت‌های ذهنی، مادی و ارتباطی،

۱. ضرب المثل بختیاری به معنی ابتداء ابزار شخم، سپس هوو گاوها (به نقل از قنبری، ۱۳۸۱، ۱۴۱).

۲. اکوان دیو نام یکی از دیوهای شاهنامه فردوسی است.

۳. اردوگاه کار اجباری در سیبری که برخی از پناهندگان سیاسی چپ‌گرای ایرانی در دوران استالین به آنجا تبعید، شکنجه و کشته شدند.

۴. فیلمی از میل گیسیون محصول ۲۰۰۶

۵. شعری از صائب تبریزی

باورهای انگیزاننده عاملیت، و حقوق ضمانت شده در قانون توسط فرد ادراک می شود (Welzel 2013:38).

دیوید فیتزمن توانمندسازی را فرآیندی پنج سطحی می داند که عبارت است از:

- (۱) آموزش: توانمندی های افراد از طریق آموزش شکوفا می شوند و توانایی و خوداتکایی افراد ارتقا می یابد؛
- (۲) تسهیل گری: فرآیندی است که در آن سعی می شود ابزار ابتکار عمل، تصمیم گیری و خلاقیت به افراد و گروه های در حاشیه منتقل شود و نقش و فعالیت اعضای گروه به شکلی قابل توجه تداوم یابد؛
- (۳) حمایت: شامل ایجاد تعلق، صمیمیت، یکپارچگی اجتماعی افراد، ایجاد فرصت و امکانات و امکان کمک اطلاعاتی، عاطفی و مادی به آنها می شود. حمایت، افراد را قادر به مواجهه با مسائل و بحرانهای زندگی می کند؛
- (۴) آشکارسازی: شامل اقدامات و برنامه هایی می شود که منجر به آگاه سازی، روشنگری و ایجاد انگیزه در میان افراد برای همراهی با دیگر عوامل برنامه می شود؛
- (۵) آزادسازی: به معنی آزاد شدن از انتظارات و نقشهای جاافتاده موجود است که منجر به یافتن فرصتهای نو، مشاهده منابع موجود در چشم اندازی روشن و تازه و بازتعریف نقش ها و هویت های جدید برای افراد توسط خودشان می گردد (فتایی و همکاران، ۲۰۱۴).

مقوله سوم مفهوم اکوان دیو است که با مقوله جامعه مخاطره آمیز در سطح تحلیل گفتمان؛ مقوله پارادوکس چرخ ارسطو در سطح اجتماعی و با مفهوم سیاهچاله در سطح لیتانی در ارتباط است. امروز در جامعه ای زندگی می کنیم که گیدنز آن را دنیای لگام گسیخته می نامد؛ دنیایی که وجه مشخصه آن، مخاطره ها و عدم قطعیت های نوین است، در دنیای مدرن علاوه بر افزایش پهنه محیط های مخاطره و دگرگونی در نوع محیط مخاطره، آگاهی و دانش افراد جامعه نیز درباره مخاطره دگرگون شده است (مسعودنیا، ۱۳۹۴).

مدرنیته از نظر گیدنز، به فرآیندی منجر می شود که آن را «دوری گزینی» می نامند؛ بدین معنا که روابط اجتماعی دیگر به محل های خاص وابسته نیست. روابط با کسانی که حضور فیزیکی ندارند، بیش از پیش بصورت ویژگی جهان مدرن در می آید. مدرنیته همچنین شامل فرآیند

وابسته‌ای معروف به «نهفتگی زدایی» است. این فرآیند متضمن خارج ساختن روابط اجتماعی از زمینه‌های محلی کنش متقابل و نوسازی آنها در پهنه‌های نامحدود زمانی- مکانی است (کیوستو، ۱۳۷۸: ۲۰۲). توسعه اقتصادی با تغییرات منسجم و تا اندازه‌ای قابل پیش‌بینی در زندگی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی منطبق شده‌اند.

مدارک و بررسی‌های مختلف در سراسر جهان نشان می‌دهد که توسعه اقتصادی جوامع را به یک جهت تقریباً غیرقابل پیش‌بینی سوق می‌دهد؛ صنعتی‌شدن به تخصصی‌شدن مشاغل، افزایش سطح تحصیلات، افزایش سطوح درآمد و همچنین تغییرات پیش‌بینی نشده مانند تغییرات در نقش‌های جنسیتی، نگرش‌ها نسبت به اقتدار و هنجارهای جنسی، کاهش میزان باروری و گسترش مشارکت سیاسی منجر می‌شوند (اینگلهارت و بیکر، ۲۰۰۰: ۲۱).

مقوله چهارم مفهوم کوچک زیباست که با مقوله نئولیبرالیسم هار در سطح تحلیل گفتمان؛ مقوله کاتاناکسی در سطح تحلیل اجتماعی و مقوله جاگورات در سطح تحلیل لیتانی در ارتباط است. دولت بزرگ از طریق انحصاری کردن فعالیت‌های مهم اقتصادی و ایجاد رانت عظیم موجب تقویت فرآیندهای رانت‌جویی شده و عدم شفافیت اقتصادی و فسادهای اداری را به دنبال داشته است (فیضی، ۱۳۹۶).

طرفداران مکتب اتریش نظام بازار رقابتی مبتنی بر تصمیم‌گیری آزادانه کارآفرینان اقتصادی توانایی کافی برای تخصیص بهینه منابع را داشته و از طریق جمع‌آوری و کانالیزه کردن اطلاعات، سرمایه و انرژی‌های پراکنده، سرمایه‌گذاری‌های مولد، خلاقیت‌های جدید و در نتیجه رشد و شکوفایی اقتصادی و افزایش رفاه ملی را سبب می‌شود. نظام بازار الگوی کاملی از یک نظام غیرشخصی خود سامان‌بخش بوده و مناسب‌ترین راه حل برای مسائل و مشکلات اقتصادی جامعه است.



نتیجه‌گیری و پیشنهادها

شواهد متقن و غیرقابل‌انکاری از ناتوانی نسبی نظام‌های متعارف سیاستگذاری در تبیین، تحلیل و ارائه راهکار برای مواجهه با مسائل اجتماعی (فقر، حاشیه‌نشینی، بزهکاری، توسعه‌نیافتگی محلی، تكدی‌گری، خشونت خانگی و سازمان‌یافته و...) در کشورهای گوناگون جهان فارغ از جایگاه آنان در شاخص‌های توسعه‌ای و حکمرانی وجود دارد. اگرچه دیرزمانی در کشورهای توسعه‌یافته بواسطه ظهور دولت رفاه و نظام تأمین اجتماعی مرفه و کارآمد، توانستند تا حدودی در مقابل پیامدهای اجتماعی-اقتصادی سرمایه‌داری بازارمحور مقابله کنند ولی با اوج‌گیری دوران موسوم به نئولیبرالیسم از اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی، شاهد عقب‌نشینی دولت رفاه و تعرض به دستاوردها و حقوق مدنی و اجتماعی حمایتی اقشار آسیب‌پذیر بودیم که مصادیق آن در کاهش قدرت چانه‌زنی اتحادیه‌های کارگری، کاهش تور حمایت اجتماعی، افزایش ضریب جینی و کالایی‌سازی خدمات اجتماعی (آموزش، بهداشت، مسکن)، کاهش اشتغال و افزایش ساعت کاری تجلی پیدا می‌کند (پولانی، ۱۴۰۲ و پیکیتی، ۱۳۹۶).

بن‌بست نظم‌های اقتصاد دستوری با برنامه‌ریزی متمرکز همزمان با سقوط اتحاد جماهیر شوروی و سایر اقمار آن موج جدیدی از قدرت‌گیری گفتمان بازار محور در سپهر سیاسی-فکری جهان بوجود آورد که موجب تشدید وضعیت فرودستان و اقشار آسیب‌پذیر شامل اقشار پایینی نیروی کار، فقرای شهری، زنان و جوامع بومی توسعه‌نیافته گردید. در این وضعیت، کارآفرینی اجتماعی به مثابه یک رویکرد جایگزین، نقطه عزیمت خود را کسب سود از طریق نوآوری در مواجهه با ریسک با درگیر شدن یک بخش از جامعه و در جایی که تمام یا بخشی از آن مزایا به آن بخش جامعه تعلق می‌گیرد؛ وارد عرضه می‌شود.

از نظر دیس (۱۹۹۸) کارآفرینان اجتماعی از طریق؛ ۱. اتخاذ مأموریتی برای ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی (نه فقط ارزش شخصی)، ۲. شناسایی و پیگیری فرصت‌های جدید برای خدمت به این مأموریت، ۳. در یک فرآیند نوآوری مداوم، سازگاری و یادگیری، ۴. با جسارت عمل می‌کنند بدون محدودیت از استفاده از منابع فعلی و ۵. اتخاذ مسئولیت‌پذیری بیش‌تر کارگزاران تغییر در سپهر اجتماعی می‌باشند.

با توجه به روند رو به تزاید رشد کارآفرینی اجتماعی در ایران، داشتن نگاه جامع و تحلیل از وضعیت کنونی و آتی می‌تواند چشم‌اندازهای نظری و عملی قابل استفاده‌ای را برای نظام سیاستگذاری کلان کشور فراهم آورد تا بتواند روندهای آتی کارآفرینی اجتماعی را با تجزیه و تحلیل منابع، الگوها و عوامل تغییر و ثبات، تجسم آینده‌های بالقوه و برنامه‌ریزی برای آن‌ها پدید آورد.

آینده‌پژوهی در واقع دانش و معرفتی است که دید مردم را نسبت به رویدادها، فرصت‌ها و چالش‌های احتمالی آینده باز می‌کند و از طریق کاهش ابهام‌ها و تردیدهای فرساینده، توانایی انتخاب‌های هوشمندانه مردم و جامعه را افزایش داده و به همگان اجازه می‌دهد تا بدانند که به کجاها می‌توانند بروند و به کجاها باید بروند. برنامه‌ریزی گرایش و خواست انسان به آینده، حل مشکلات در آینده است (نعیمی و پورمحمدی، ۱۳۹۵: ۵۵).

این تحقیق در رابطه با هدف یک نوع تحقیق اکتشافی است که برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق با ۱۳ نفر از خبرگان حوزه کارآفرینی اجتماعی استفاده شد و برای طراحی پروتکل مصاحبه، پس از بررسی ادبیات و پیشینه نظری تحقیق و شناسایی ابعاد گوناگون کارآفرینی اجتماعی، از تکنیک PESTEL و فن 5WH Questions برای غنا بخشیدن به مصاحبه بهره گرفته شد.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در فاز اول از تحلیل تم، در فاز دوم از رویکرد تحلیل لایه‌ای-علی استفاده شده است. تجزیه و تحلیل لایه‌ای-علی (CLA) به عنوان یک روش تحقیقاتی مهم در آینده‌پژوهی شناخته می‌شود که درک عمیق‌تری از موضوع مورد بررسی را در آینده ارائه می‌کند. هدف از پیاده‌سازی تحلیل لایه‌ای-علی ساخت‌شکنی پدیده‌های اجتماعی و رسیدن به درکی عمیق از لایه‌های زیرین مسائل و مشکلات است.

نتایج تحقیق نشان داد که در سطوح چهارگانه تحلیل لایه‌ای-علی با مفهوم‌پردازی بسترها و روندهای مطلوب برای کارآمدی مفهوم کارآفرینی اجتماعی در حل نظام مسائل اجتماعی جامعه مواجه هستیم که تغییرات کلان در محیط کسب و کار و توسعه پایدار را جستجو می‌کند.

موفقیت آینده کارآفرینی اجتماعی در کشور نتیجه تلاقی ملزومات ماتریسی چند بعدی متشکل از نهادسازی برای ایجاد بسترهای حکمرانی خوب، استفاده از ظرفیت تشکل‌های مردم‌نهاد، بهبود شاخص‌های توسعه کسب و کار، مدیریت منازعات بین‌المللی نظام سیاسی، ارتقای فرهنگ

کارآفرینی با ظرفیت‌سازی، شبکه‌سازی و الگوسازی، رفع تحریم‌های ظالمانه، افزایش مداخله‌گری نهاد بودجه‌ریزی در تدوین نظام حمایت اجتماعی است.

نتایج تحقیق هم‌راستا با تحقیقات پیشین مانند حسینی و دیگران (۱۳۹۷)، افشاری و شهرکی (۱۳۹۷)، محمدی و دیگران (۱۳۹۳)، عمرانی و دیگران (۱۳۸۹)، رضایی و دیگران (۱۳۹۷)، زارع و دشتکی (۱۳۹۸)، اعلامی و رحیمیان (۱۳۹۳) و آراستی و دیگران (۱۳۹۱) نشان داد که حمایت‌های مالی، برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای، اصلاح قوانین و ساختارهای اداری و حمایت‌های مشاوره‌ای می‌تواند روندهای آینده کارآفرینی اجتماعی در کشور را با کاهش ریسک مواجه کند. کارآفرینی اجتماعی، رویکردی حرفه‌ای، نوآورانه و پایدار برای تغییر سیستماتیک است که باعث رفع نارسایی‌های بازار اجتماعی و فرصت‌های درک شده می‌شود. کارآفرینان اجتماعی از طریق نوآوری و اعمال نفوذ منابع مالی، ارزش اجتماعی را برای توسعه اجتماعی، اقتصادی و اجتماعی ایجاد می‌کنند.

پیشنهادهای:

- ارتقای فرهنگ کارآفرینی اجتماعی در تمامی سطوح دبیرستان و دانشگاه از طریق الگوسازی، ترویج، فرهنگ‌سازی، شناسایی کارآفرینان اجتماعی؛
- برقراری نظام تأمین مالی برای کارآفرینان اجتماعی از طریق ارائه تسهیلات، تضمین خرید، ایجاد زنجیره تأمین و ...؛
- اصلاح قوانین و اسناد بالادستی کشور در راستای حمایت از کارآفرینی اجتماعی؛
- استفاده از ظرفیت مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بزرگ دولتی در راستای حمایت از کارآفرینی اجتماعی.

فهرست منابع

- ابطحی، سیدحسین؛ شریف زاده، فتح؛ ابراهیم پور، حبیب (۱۳۸۹) بررسی مفاهیم، نظریه‌ها و مدل‌های کارآفرینی - اجتماعی و ارائه مدل مفهومی، مدیریت فرهنگ سازمانی، سال هشتم، شماره بیست و یکم، صص ۸۷-۱۱۲.
- اعلامی، فرنوش و حمید رحیمیان (۱۳۹۳) راهبردهای آموزش و توسعه کارآفرینان اجتماعی در ایران، فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی، سال اول، شماره ۲، صص ۱۲۱-۱۰۳.
- افشاری، اسداله و محمد جواد امیرخانی شهرکی (۱۳۹۷) آینده‌پژوهی کارآفرینی و توسعه اقتصادی، اولین کنفرانس علمی پژوهشی دستاوردهای نوین در مطالعات علوم مدیریت، حسابداری و اقتصاد ایران، ایلام، مؤسسه آسو سیستم آرمون، https://www.civilica.com/Paper-SCRA01-SCRA01_011.html
- آراستی، زهره، زارعی، هادی و فاطمه دیده‌ور (۱۳۹۱) بررسی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد تطبیقی، نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شماره دوم، صص ۲۱۴-۱۹۵.
- بایز، کنث (۱۳۸۰) هابرماس، ترجمه رضا نجف‌زاد، تهران، قصیده‌سرا.
- پولانی، کارل (۱۴۰۲). دگرگونی بزرگ؛ خاستگاه‌های سیاسی و اقتصادی روزگار ما، ترجمه محمد مالجو، تهران، نشر شیرازه.
- پیکیتی، توماس (۱۳۹۶). سرمایه در قرن بیست و یکم، ترجمه ناصر زرافشان، تهران، نگاه.
- پیوزی، مایکل (۱۳۸۴). یورگن هابرماس، احمد تدین، تهران، هرمس.
- حسینی مقدم، محمد (۱۳۹۰) کاربرد آینده‌پژوهی در علوم سیاسی با تکیه بر روش تحلیل لایه لایه علت‌ها، رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، شماره ۲۳، صص ۱۸۸-۱۶۹.
- حسینی، سید مجتبی؛ نرگس ایمانی پور و مهدی واحد وحدتکار (۱۳۸۹) کاربرد فنون آینده‌پژوهی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری، شیراز، https://www.civilica.com/Paper-MIEAC01-MIEAC01_407.html
- خبر آنلاین (۱۳۹۸) ایران دو میلیون و ۸۰۰ هزار معتاد دارد، <https://www.khabaronline.ir/news/1328637/%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86-%D8%AF%D9%88-%D9%85%DB%8C%D9%84%DB%8C%D9%88%D9%86-%D9%88-%DB%B8%DB%B0%DB%B0-%D9%87%D8%B2%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B9%D8%AA%D8%A7%D8%AF%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D8%B3%D9%87%D9%85%DB%B6%AF%D8%B1%D8%B5%D8%AF%DB%8C%D8%B2%D9%86%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%B9%D8%AA%DB%8C%D8%A7%D8%AF>
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۶)، <https://www.mehrnews.com/news/4023500/%DB%B1%DB%B9-%D9%85%DB%8C%D9%84%DB%8C%D9%88%D9%86-%D8%AD%D8%A7%D8%B4%DB%8C%D9%87-%D9%86%D8%B4%DB%8C%D9%86-%D8%AF%D8%B1-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86-%>

%D8%B2%D9%86%D8%AF%DA%AF%DB%8C-%D9%85%DB%8C-
%DA%A9%D9%86%D9%86%D8%AF

- رضائی، حمید؛ سمیعی، روح اله؛ دیده خانی، حسین؛ شجاعی، سامره (۱۳۹۷) طراحی الگوی توسعه پایدار کارآفرینی روستایی با استفاده از تکنیک دلفی فازی، بهار ۱۳۹۷ - شماره ۳۸ (۱۵ صفحه - از ۵۸ تا ۷۲)
- رمضانی، ابوالفضل؛ ربیعی، علی؛ زاهدی مازندرانی، محمدجواد و سیداحمد فیروزآبادی (۱۳۹۷) مقایسه جهت گیری های کارآفرینی اجتماعی و خیریه ای بر جنبه های مختلف فقر در نهادهای حمایتی شهر مشهد، فصلنامه مجلس و راهبرد، سال بیست و پنجم، شماره نود و شش، صص ۲۱۲-۱۷۹.
- رهنما، محمدرحیم؛ معروفي، ایوب (۱۳۹۴). سناریونگاری در مطالعات شهری و منطقه ای (مفاهیم، روش ها و تجارب)، مشهد، انتشارات مرکز پژوهشهای شورای اسلامی.
- زارع، رضا؛ صفری دشتکی، محمد (۱۳۹۸) طراحی و تبیین مدل پارادایمی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار (مطالعه ای موردی: کمیته ای امداد امام خمینی (ره) استان فارس)، نشریه زن در توسعه و سیاست، دوره هفدهم، شماره ۱، صص ۱۷۱-۱۴۷.
- ستاری، سجاد (۱۳۹۹). بتواره سرمایه داری دولتی در ایران (۹۹-۱۳۲۳). سیاستگذاری عمومی، ۶ (۳)، ۳۱-۹. doi: 10.22059/jppolicy.2021.79491
- طیب زاده، سیدرضا (۱۳۹۴) بررسی تعاریف کارآفرینی اجتماعی و بحث پیرامون خالهای برخی تعاریف با هدف تبیین این مفهوم، سیاست نامه علم و فناوری، دوره ۵، شماره ۳، صص ۲۱-۵.
- عمرانی، زهرا؛ حقیقی کفاش، مهدی؛ مظلومی، نادر (۱۳۸۹) اولویت بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی، نشریه توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره هشتم، صص ۳۶-۱۱.
- عنایت الله، سهیل؛ میلوپهیچ، ایوانا (۱۳۹۵). آینده پژوهی با روش تحلیل لایه ای علی، ترجمه محمد فراهانی، مریم یوسفیان، علیرضا نصرافهانی، فاطمه عیوضی و مهدی مبصری، تهران، انتشارات شکیب.
- فرضی، پرویز (۲۰۱۲). بررسی فضای کسب و کار در ایران از نگاه بانک جهانی، ماهنامه علمی-آموزشی تخصصی مدیریت تدبیر، ۲۲ (۲۳۶)، صص ۵۲-۵۹.
- فرهادی، مرتضی (۱۳۸۳). گونه شناسی یاریگری ها و تعاونی های سنتی در ایران، پژوهش نامه ی علوم انسانی و اجتماعی، ویژه نامه پژوهش های اجتماعی، ۶۰-۱۳.
- فیضی ینگجه، سلیمان؛ صمد حکمتی فرید؛ صبا یحوی میاوقی (۱۳۹۶). تأثیر رانت منابع نفتی بر شاخص های حکومت داری خوب در کشورهای صادرکننده نفت، پژوهش های اقتصادی ایران، ۲۲ (۷۱)، صص ۱۸۹-۲۱۷.
- قاسمی، محمدعلی (۱۳۸۸). جامعه ی ریسک و اهمیت آن برای جامعه ی مخاطره آمیز، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال دوازده، شماره ۶، صص ۶۳-۵۰.
- قنبری، عباس (۱۳۸۱). امثال و حکم بختیاری، شهرکرد، ایل.

کردنائیج، اسداله؛ مشبکی، اصغر و اصغری گودرزی، فاطمه (۱۴۰۱). شناسایی پیشایندهای هم‌آفرینی ارزش در استارت‌آپ‌های اقتصاد اشتراکی. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی (چشم‌انداز مدیریت (پیام مدیریت))، ۲۱ (۴۹)، ۳۷-۷۰. <https://sid.ir/paper/1039419/fa>

کریمی، م؛ ریاضی، م و موسوی خطاط، م (۱۳۸۸). آثار اجتماعی هدفمندسازی یارانه‌ها و راهکارهای پیشنهادی، تهران: دفتر مطالعات اجتماعی مرکز پژوهش‌های مجلس. <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/797980>
کیویستو، پیتر (۱۳۷۸). اندیشه‌های بنیادین در جامعه‌شناسی، تهران، نشر نی.
مالجو، محمد (۱۳۹۴). کوچک‌سازی دولت در اقتصاد ایران: منطق حقیقت یا خطابه قدرت، نشریه گفتگو، شماره ۴۵، صص ۲۵-۴۸.

مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۷)، <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1090439>،
م_____ر_____ک_____ز_____آ_____را_____ای_____ر_____ان_____ (۱۳۹۸)،

<https://www.amar.org.ir/news/ID/12649/%D8%AF%D8%B1%D9%BE%D8%A7%DB%8C%DB%8C%D8%B2-%D8%B3%D8%A7%D9%84-1398-%D9%86%D8%B1%D8%AE-%D8%A8%D9%8A%D9%83%D8%A7%D8%B1%D9%8A-%D8%AC%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%AA-15-%D8%B3%D8%A7%D9%84%D9%87-%D9%88-%D8%A8%D9%8A%D8%B4%D8%AA%D8%B1-106-%D8%AF%D8%B1%D8%B5%D8%AF-%D8%A8%D9%88%D8%AF%D9%87-%D8%A7%D8%B3%D8%AA>
مسعودنیا، حسین؛ محموداوغلی، رضا و رهبرقاضی، محمودرضا (۱۳۹۵). نقدی بر جایگاه طبق در مدرنیته انعطاف پذیر اولریش بک، پژوهش‌های سیاست نظری، ۱۹، ۱۶۳-۱۹۷.

نارایان، دیپا (۱۳۹۵). توانمندسازی و کاهش فقر، ترجمه فرزاد پوراصغر سنگاچین و جواد رمضانی، تهران، کریم خان زند.

نورث، داگلاس (۱۳۷۷). نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی، ترجمه محمدرضا معینی، تهران، انتشارات سازمان برنامه و بودجه.

هاروی، دیوید (۱۳۹۵). تاریخ مختصر نئولیبرالیسم، مترجم محمودعبدالله زاده، تهران، دات.
Alizadeh, M., Abbaszadeh, M., Hayati, S. (2015). Study of the Relationship between Social Intelligence and Entrepreneurship Ability of Graduate Students of Tabriz University. *Quarterly Journal of Social Studies and Research in Iran*, 5 (3), 368-345. [Persian].
Alvord, S. H., Brown, D., & Letts, C. W. (2002). Social entrepreneurship and social transformation: An exploratory study (Working paper # 15). The Hauser Center for Nonprofit Organizations and The Kennedy School of Government, Harvard University.
Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40 (3), 260-282.
Anderson, B. B., & Dees, J. G. (2006). Rhetoric, reality, and research: Building a solid foundation for the practice of social entrepreneurship. *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*, 144-68.

- Bedi, H. S., & Yadav, M. N. (2019). Social Entrepreneurship: A Conceptual Clarity. *Our Heritage*, 67 (10), 1006-1016.
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press.
- Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*, 51 (4), 267-271.
- Choi, N., & Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29 (3), 363-376.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22 (5), 1203-1213.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Retrieved November 11, 2010, from: <http://www.fntc.info/files/documents/The%20meaning%20of%20Social%20Entreneurshf>
- Fattaei, P., Fattaei, M., Sidi, F., & Kiani Harchgani, E. (2014). The Impact of Community Based Empowerment Programs on Increasing Social Capital of Khorramabad Residents. *Social Work Quarterly*, 3 (2), 3-11. [in Persian].
- Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 1 (1), 1-12.
- Hayek, F. A. (1960). *La Constitució de la Llibertat*. Chicago: Universitat de Chicago Press.
- Hermann, F., Manfred, L., & Christian, K. (2007). The Significance of Personality in Business Start-up Intentions, Start-up Realization and Business Success. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19 (3), 227-251.
- Inayatullah, S. (1998). Causal layered analysis: Poststructuralism as method. *Futures*, 30 (8), 815-829.
- Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, Cultural Change, And The Persistence Of Traditional Values. *American Sociological Review*, 65, 19-51.
- Jeffs, L. (2006). *Social entrepreneurs and social enterprises—Do they have a future in New Zealand?* Retrieved October 14, 2009, from <http://www.communityresearch.org.nz/wpcontent/uploads/formidable/jeffs3.pdf>
- Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal*.
- Keping, Y. (2018). Governance and good governance: A new framework for political analysis. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 11, 1-8.
- Krishna, R., & Kummitha, R. K. (2017). *Social Entrepreneurship and Social Inclusion: Processes, Practices, and Prospects*. Palgrave Macmillan.
- Lefter, V., Prejmorean, M., & Vasilache, S. (2008). The dimensions of organizational intelligence in Romanian companies—a human capital perspective. *Theoretical and Applied Economics*, 10 (10), 39.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41 (1), 36-44.
- Mair, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (2006). *Social Entrepreneurship*. Palgrave Macmillan.
- Marti, S. J. (2005). *Autonomous Interactive Intermediaries: Social Intelligence for Mobile Communication Agents*. Program in Media Arts and Sciences, Massachusetts Institute of Technology.
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, Spring 2007, 29-39.

- Mehdizadeh, H., Azizi, M., & Jamshidzadeh, F. (2011). A study of emotional intelligence among students of Medical Universities in country west. *J Health Sys Res*, 7 (1), 89-100.
- Moradi, H., Sadeghi, S., & Bayati, Y. (2015). The Impact of Social Intelligence on Social Entrepreneurship (Case Study: Basij Managers of Chaharmahal and Bakhtiari Province). *Basij Strategic Studies Quarterly*, 18 (69), 152-131. [Persian].
- Mousavi, S., & Hamzehzadeh, Z. (2016). Study of the relationship between cultural intelligence and social intelligence with a tendency to entrepreneurship in the directors of sports federations. *The second national conference on sports science and physical education in Iran*. [Persian].
- North, D. C. (2003). *Understanding the Process of Economic Change*. Washington University.
- Nozick, R. (2013). Distributive justice. In *Modern Understandings of Liberty and Property* (pp. 179-260). Routledge.
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). *Social entrepreneurship: A critical review of the concept*.
- Phillips, W., Lee, H., Ghobadian, A., O'Regan, N., & James, P. (2015). Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. *Group & Organization Management*, 40 (3), 428-461.
- Praszkier, R., & Nowak, A. (2012). *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*. Cambridge University Press.
- Rawhouser, H., Cummings, M., & Newbert, S. L. (2019). Social impact measurement: Current approaches and future directions for social entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43 (1), 82-115.
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of Management*, 45 (1), 70-95.
- Santos, F. M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111 (3), 335-351.
- Sherwat, E., & Raghda, E. (2017). Investigating the Impact of Social Intelligence on Entrepreneurship Skills in Japan's Automotive Industry. *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*, 7 (3), 324-349.
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3 (2), 161-194.
- Talebian, S., & Talebian, H. (2018). The application of causal layered analysis to understand the present conditions and possible futures of media and politics in Iran. *European Journal of Futures Research*, 6 (1), 8.
- van Lunenburg, M., Geuijen, K., & Meijer, A. (2020). How and Why Do Social and Sustainable Initiatives Scale? A Systematic Review of the Literature on Social Entrepreneurship and Grassroots Innovation. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 1-12.
- Welzel, C. (2013). *Freedom Rising*. Cambridge University Press.
- Zhu, Y., et al. (2015). Rural Community Development and the Role of Social Entrepreneurs. In *Transforming Rural Communities in China and Beyond* (Chapter 2). Springer International Publishing Switzerland.

