

توان‌مهندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی: ارائه یک نظریه زمینه‌ای  
(مطالعه موردی استاد توان‌مهندسازی زنان سرپرست خانوار شهرداری تهران)

مهدی کرمانی (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

**m-kermani@um.ac.ir**

محمد مظلوم خراسانی (استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، نویسنده مسؤل)

**mmkhorasani@um.ac.ir**

حسین بهروان (استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

**behraavan@um.ac.ir**

محسن نوغانی دخت‌بهمنی (دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

**noghani@um.ac.ir**

چکیده

توان‌مهندسازی زنان سرپرست خانوار فقیر با توجه به رشد فزاینده آمار آن‌ها در سال‌های اخیر تبدیل به چالشی مهم در ایران شده است. در بین تجربه‌های متعددی که در این راستا صورت گرفته است، توجه به کارآفرینی به طور عام و کارآفرینی اجتماعی به طور خاص در حال افزایش است. این پژوهش پیرامون بررسی یکی از این تجارب و با هدف تبیین شرایط لازم برای موفقیت چنین تجاربی انجام شده است. روش انجام پژوهش کیفی و مبتنی بر نظریه زمینه‌ای بوده است. داده‌های مورد نیاز نیز عمدتاً از طریق بحث‌های گروهی متمرکز و مصاحبه‌های انفرادی نیمه‌ساختاریافته با نیروهای ذی‌نفع در سازمان شامل مدیران، کارشناسان و کارآفرینان گردآوری شده است. پس از پیمودن مراحل سه‌گانه کدگذاری مطابق الگوی پیشنهادی اشتروس و کوربین، پدیده مرکزی تحقیق با عنوان «توان‌مهندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی به مثابه یک رویکرد سازمانی» شناسایی و مدل پارادایمی متناظر با آن تدوین شد. پدیده مذکور در زمینه‌ای مشتمل بر ویژگی‌های نظام مدیریتی کشور، به‌ویژه سازوکارهای رایج برای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و نیز خصوصیات فضای کسب و کار در کلان‌شهر تهران رخ داده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد مدیریت تحول‌خواه، نیروی انسانی توان‌مند، ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر، حاکمیت اخلاق حرفه‌ای و روحیه کارآفرینی مهم‌ترین شرایط علی مؤثر بر پدیده مذکور

هستند. همچنین، سه پیامد اصلی رخداد پدیده مورد اشاره توان‌مهندسازی مقتصدانه، توان‌مهندسازی باثبات و توان‌مهندسازی متقابل بوده‌است.

**کلیدواژه‌ها:** توان‌مهندسازی، کارآفرینی اجتماعی، زنان سرپرست خانوار

### ۱. مقدمه و بیان مسأله

عموماً در خانواده‌های ایرانی مرد (شوهر) وظیفه کسب درآمد و مایحتاج زندگی را بر عهده دارد. در چنین وضعیتی، چنانچه به هر دلیل (مثل طلاق، فوت و یا بیکاری) در انجام این تعهد از سوی مردان در مقام همسر اختلال جدی ایجاد شود، می‌توان انتظار داشت زنان و نیز فرزندان آن‌ها به‌ویژه در اقشار کم‌درآمد و فقیر جامعه در وضعیت ناپایدار و آسیب‌پذیری قرار بگیرند. آمارهای رسمی نشان می‌دهد که تعداد زنان سرپرست خانوار طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ با بیش از نهصد هزار افزایش به حدود دو و نیم میلیون نفر رسیده است که ۱۲/۱ درصد از کل خانوارهای ایرانی را تشکیل می‌دهد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۲).

نکته مهمی که شرایط خانوارهای با سرپرست زن را از سایر خانوارها متمایز می‌سازد، وضعیت فعالیت شغلی آن‌ها است. در برابر ۷۵/۳۷ درصد از خانوارهای با سرپرست مرد، فقط ۱۸/۱۸ درصد از زنان سرپرست خانوار شاغل هستند. از سوی دیگر، ۵۰/۱ درصد از زنان سرپرست خانوار فاقد منابع درآمدی مشخص؛ اعم از اشتغال و یا سایر موارد هستند، در حالی که برای مردان این رقم برابر با ۱۹/۲۹ است (همان).

از این رو، اصلی‌ترین سازمان‌های دولتی و عمومی ارائه‌دهنده خدمات حمایتی (کمیته امداد امام و سازمان بهزیستی) ادارات معینی برای رسیدگی به وضعیت زنان سرپرست خانوار دارند. همچنین، ماده ۳۹ برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایران (۹۴-۱۳۹۰) به طور خاص، به موضوع توان‌مهندسازی زنان سرپرست خانوار پرداخته است.<sup>۱</sup> در عین حال، دست‌آوردهای حاصل در زمینه ارائه خدمات حمایتی و توان‌مهندسازی برای این قشر با وضع مطلوب فاصله زیادی دارد؛ زیرا از یک سو همه زنان سرپرست خانوار دسترسی یکسانی به خدمات ارائه‌شده ندارند و از سوی دیگر، اساساً مشخص نیست همین تعداد زن سرپرست خانوار

1 <http://www.mcls.gov.ir/fa/law/419>

تحت پوشش، با چه کیفیت و بر مبنای چه سازوکارهایی خدمات مذکور در برنامه‌های مصوب را دریافت می‌دارند.

علاوه بر این، چنان‌چه این افراد دسترسی به منابع درآمدی دیگر به‌ویژه درآمد ناشی از اشتغال نداشته باشد، انتظار می‌رود با توجه به رشد فزاینده هزینه‌های زندگی به تبع نرخ بالای تورم در کشور، در تأمین هزینه‌های زندگی خود با مشکل جدی مواجه باشند. در چنین وضعیتی، جست‌وجوی راهکارهایی که متضمن بهبودهایی پیوسته و تا حد امکان پایدار در وضعیت اقتصادی اجتماعی زنان سرپرست خانوار باشد، زمینه‌ساز جلب توجه نسبت به دو رکن دیگر این پژوهش؛ یعنی «توانمندسازی» و «کارآفرینی اجتماعی» شده است. بر این اساس، هدف اصلی این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر توفیق الگوهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی در زمینه توانمندسازی زنان سرپرست خانوار (با تأکید بر مورد مطالعه) و ارائه راهکارهایی برای بهبود الگوی توانمندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی در مورد زنان سرپرست خانوار در شهر تهران است. به تبع این هدف و با توجه به رویکرد کیفی این مطالعه، سؤالات اصلی پژوهش از این قرار بوده‌اند:

۱- برنامه توانمندسازی مورد مطالعه در بعد سازمانی دارای چه ویژگی‌هایی بوده است؟ ۲- درک و تفسیر کنش‌گران سازمانی از ویژگی‌های برنامه توانمندسازی مورد مطالعه چگونه است؟

## ۲. مبانی نظری تحقیق

### ۱.۲. پیشینه تجربی

بازیار (۱۳۹۰)، در پژوهشی که با هدف شناسایی مدل توسعه کارآفرینی اجتماعی در خیریه‌های شهر تهران و به روش نظریه زمینه‌ای انجام شده است، از وجود فقر و مشکلات مرتبط با آن به عنوان اصلی‌ترین شرط علی برای رخداد پدیده مورد نظر؛ یعنی «توسعه کارآفرینی اجتماعی» یاد کرده است. علاوه بر این، عواملی از قبیل سرمایه مالی، سرمایه اجتماعی، مدیریت مؤسسه، قانون، دولت و شرایط اقتصادی بر پدیده مذکور اثرگذار بوده‌اند. همچنین، محقق رشد اجتماعی، فرهنگی و شکوفایی اقتصادی را به عنوان مهم‌ترین پیامدهای توسعه کارآفرینی اجتماعی مطرح کرده است. محمد مرادی (۱۳۸۹)، در تحقیق خود با کمک تلفیقی از روش‌ها کمی و کیفی تلاش کرده است تا مشخص سازد مجموعه برنامه‌های یک سازمان معین (اتحادیه فرش‌بافان شهرستان

جوانرود)، تا چه حد توانسته است بر توانمندسازی زنان روستایی تأثیرگذار باشد. در بین برنامه‌های اجرا شده، دو مورد شامل ارائه امکانات و تجهیزات فرش‌بافی و تأمین مکان لازم برای قالی‌بافی، اثر مثبت بر توانمندسازی جامعه هدف داشته است، حال آن‌که سه برنامه دیگر شامل بازاریابی اتحادیه برای فروش فرش‌ها، کلاس‌های آموزشی و خدمات بانکی تأثیری بر توانمندی افراد مورد مطالعه نداشته است.

یافته‌های رحمانی، زند رضوی، ربانی و ادیبی (۱۳۸۷) نیز در تحقیقی با هدف بررسی نقش اعطای اعتبارات خرد بر توانمندسازی زنان روستایی بیان‌گر آن بوده است که شبکه خرد اعتبارات نقش مؤثری در توانمندسازی اقتصادی زنان داشته است. همچنین، میزان فعالیت‌های شبکه‌ای زنان در ارتباط با مبادله اعتبارات خرد، به نحو مثبتی بر سطح توانمندی روانی و اجتماعی آن‌ها اثر گذاشته است. همچنین، یافته‌های جعفری مهتاش (۱۳۸۵) در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر خدمات کمیته امداد بر توانمندسازی زنان سرپرست خانوار نشان می‌دهد که زنان سرپرست خانوار و افراد تحت سرپرستی آن‌ها در محیط مورد مطالعه، از نظر درآمد، وضعیت شغلی، تحصیلات و مهارت‌ها در سطح پایین و بسیار پایین قرار دارند. دلیل این وضعیت به باور محقق اولویت خدمات رفاهی - معیشتی بر سایر ابعاد توانمندی در رویکرد کمیته امداد در ارتباط با توانمندسازی زنان سرپرست خانوار است.

یارون<sup>۱</sup> و ددویک (۲۰۰۸) به دنبال ابزاری برای ارزیابی و سنجش میزان توانمندی حاصل از برنامه‌های توسعه‌ای با تمرکز بر هفت برنامه اصلی تأمین اجتماعی و مبارزه با فقر در بنگلادش و به طور خاص در ارتباط با توانمندی زنان بوده‌اند. براساس نتایج حاصل از این تحقیق هرچند برنامه‌های مورد بررسی اثراتی را در زمینه توانمندسازی اقتصادی زنان داشته است؛ اما در اغلب موارد این اثرات برای زنان ذی‌نفع در حد اندکی بوده است. همچنین، برنامه‌های مذکور تأثیر محسوس و قابل توجهی در زمینه توانمندسازی اجتماعی زنان نداشته‌اند. در عین حال، در موارد متعددی به بهبود خودباوری، عزت نفس و دسترسی زنان به اطلاعات کمک کرده‌اند.

1 Yaron, & Dudwick

کمی‌اگان یمی<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) در تحقیقی کیفی و با روش پدیدارشناسی، به بررسی و توصیف اقدامات یکی از کارآفرینان مشهور نیجریه به نام نایک دیویس اُکاندی<sup>۲</sup> پرداخته است. مدل کارآفرینی اجتماعی نایک دربرگیرنده کارگاه‌هایی به منظور آموزش هنرهای مختلف سنتی همچون کار با فلز، کار با چوب، طراحی، فرش بافی، پارچه بافی، رقص‌های سنتی و غیره، به ویژه برای زنان فقیر بوده است. در این مدل انتخاب عنوان مهارت بستگی به علاقه و توان کارآموز دارد. یکی از نقاط قوت مهم کار نایک در پشتیبانی‌های ثانوی از مهارت‌آموزان است، به نحوی که آنها امکان بهره‌برداری از امکانات زیر مجموعه وی برای برگزاری کارگاه‌های خود، انجام برخی سفارشات مشتری‌های وی و نیز عرضه و فروش تولیدات‌شان در گالری‌های او را می‌یابند.

بائریب<sup>۳</sup> و لاندویست<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) در پژوهشی کیفی با مشارکت چهار کارآفرین اجتماعی و چهار سرمایه‌گذار حامی از دو کشور اتریش و سوئد، به دنبال آن بوده‌اند تا عوامل مهم اثرگذار بر روابط کسب و کار بین آن‌ها را مورد واکاوی قرار دهند. رویکرد روش‌شناختی این محققان بر ساخت‌گرایی اجتماعی و تحلیل گفتمان انتقادی بوده است. براساس نتایج این تحقیق اعتماد مهم‌ترین فاکتور تسهیل‌کننده روابط بین کارآفرینان اجتماعی و سرمایه‌گذاران حامی بوده است. یکی از انتظارات جدی سرمایه‌گذاران حامی از کارآفرینان اجتماعی، ارائه توجیهات کافی، شفاف و واقع‌بینانه از سوی آن‌ها در زمینه جنبه‌های نوآفرینانه و سودآفرین کسب و کارشان، علاوه بر وجوه اجتماعی و خیرخواهانه اقدامات‌شان است.

## ۲.۲. پیشینه نظری

توان‌مندسازی<sup>۵</sup> سازه‌ای مفهومی است که به طور مشترک بین بسیاری از رشته‌ها و حوزه‌های علمی از قبیل توسعه اجتماع‌محور، روان‌شناسی، آموزش، اقتصاد و مطالعات مربوط به جنبش‌های اجتماعی و مطالعات سازمان به کار می‌رود (کاسمل<sup>۶</sup>، ۲۰۱۱، ص. ۳۶). توان‌مندسازی اغلب به

1 KemiOgunyemi

2 Nike Davies Okundaye

3 Bauer-Leeb

4 Lundqvist

5 empowerment

6 Kasmel

عنوان فرآیندی توصیف می‌شود که طی آن افراد به منظور دستیابی به کنترل بیشتر بر زندگی خود، چه توسط خودشان و چه به کمک دیگران هدایت می‌شوند. چنین شکلی از اعطای قدرت به افراد هم در حکم یک فرآیند و هم در حکم یک دستاورد خواهد بود که به طور خلاصه می‌توان آن را تلاشی در راستای به‌دست‌آوردن توانایی نسبی تأثیرگذاری بر جهان اطراف دانست (سادن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴، ص. ۷۳). هرچند اجماع کاملی بر سر تعریف توان‌مندسازی در بین محققان که به این حوزه ورود پیدا کرده‌اند، مشاهده نمی‌شود؛ اما به طور کلی کلیدواژه‌هایی هم‌چون: حق انتخاب، امکان انتخاب (گزینش‌گری)، کنترل و قدرت و دیگر مفاهیم نزدیک به موارد مذکور به تناوب در تعاریف موجود از توان‌مندسازی مورد اشاره قرار گرفته‌اند. چنین واژگانی در بیشتر موارد ناظر بر بهره‌مندی افراد مورد نظر از توانایی لازم برای گرفتن تصمیمات اثربخش و دارای اهمیت برای خود و خانواده‌هایشان است (مالوتره، بوندر و شولر، ۱۳۸۹، ص. ۱۵۷).

یکی از مدل‌های نسبتاً مطرح در زمینه توان‌مندسازی زنان، مدل سارا لانگه<sup>۲</sup> (۱۹۹۱) است. به عقیده لانگه شیوه‌های تحلیلی رایج در مطالعات توسعه با تمرکز بیش‌ازحد بر شاخص‌های مختلفی که گاه معرف جنبه‌های محدودی از کل حیات اجتماعی هستند، نگاه‌ها را از نقش مهم برابری بیشتر زنان و مردان در پیش‌برد فرآیند توسعه باز می‌دارد. بر این اساس، وی مدل مفهومی پنج‌سطحی را ارائه می‌کند که می‌تواند مبنایی برای سنجش سطح توسعه‌یافتگی زنان در عرصه‌های مختلف حیات اجتماعی و اقتصادی باشد. پنج سطح مورد نظر لانگه عبارت‌اند از: رفاه دسترسی، آگاهی، مشارکت و کنترل (لانگه، ۱۹۹۱، صص. ۱۵۱-۱۵۰).

لین بنت<sup>۳</sup> نظریه نسبتاً فراگیری را در باب تغییر اجتماعی با هدف فقرزدایی پایدار ارائه کرده است. نقطه قوت این نظریه، تلاشی است که در آن تلفیق فرآیندهای در اصطلاح از پایین به بالا (توان‌مندسازی) و از بالا به پایین (ادغام اجتماعی) در الگوبردازی پیرامون توسعه پایدار اجتماعی صورت گرفته است. این نظریه به طور خاص بر فرآیندهای به‌هم‌پیوسته‌ای تمرکز دارد که در قالب آن‌ها توان‌مندسازی و ادغام اجتماعی به طور توأمان به عنوان ابزارهایی جهت تغییر روابط قدرت

1 Sadan

2 Longwe

3 Lynn Bennett

موجود در جامعه و نیز ایجاد تغییرات لازم در سازمان‌های مقدم آن‌ها عمل می‌کنند؛ به نحوی که نتیجه حاصل، دستیابی به برابری بیشتر در جامعه باشد (بنت، ۲۰۰۲، ص. ۳).

به باور آمارتیا سین، علی‌رغم این‌که باید بین برداشت از فقر به عنوان کاستی در توان‌مندی‌ها و برداشت رقیب آن‌که فقر را در کمبود درآمد تعریف می‌کند، تمایز قائل شد؛ اما نباید از یاد برد که این دو ارتباطی دوسویه با یکدیگر دارند. از یک سو، درآمد ابزاری مهم در کسب توان‌مندی است و از سوی دیگر، افزایش توان‌مندی در عرصه‌های غیردرآمدی، افزایش در بهره‌وری درآمدی و حتی به طور مستقیم‌تر، افزایش میزان مطلق درآمد را نتیجه می‌دهد. با این تفاوت که در حالت دوم رونق در وضعیت درآمدی با ارتقای دیگر شاخص‌های کمی و کیفی در زمینه توان‌مندی همراه و هم‌زاد است، در حالی که در حالت اول نقش ابزاری توصیف‌شده برای درآمد کاملاً مشروط است؛ به عبارت دیگر، لزوماً نمی‌توان افزایش در درآمد را به منزله ارتقای سطح توان‌مندی افراد در نظر گرفت و یا آن را مقدمه‌ای بر فرآیندی دانست که به خودی خود نتایج مورد نظر را به دست دهد (سن، ۱۳۸۹، صص. ۲۱۱-۲۰۸).

لیندا مایوکس<sup>۱</sup> سه پارادایم حاکم بر برنامه‌های توان‌مندسازی اقتصادی به‌ویژه از طریق اعطای اعتبارات خرد را از یکدیگر تمیز داده است. اولین مورد، پارادایم کاهش فقر است که در آن به اعتبارات خرد به عنوان ابزاری مداخله‌ای برای کاهش فقر در بین گروه‌هایی که در بدترین شرایط به لحاظ وضعیت اقتصادی قرار گرفته‌اند، نگریسته می‌شود. در دومین پارادایم با عنوان پارادایم خودکفایی پایدار مالی، زنان فاقد استطاعت مالی؛ اما برخوردار از ویژگی‌های کارآفرینانه از طریق تسهیل دسترس‌یشان به اعتبارات خرد این امکان را می‌یابند تا کسب و کار خودشان را دایر کنند و ضمن بازپرداخت اعتبارات اعطایی، در نهایت، به توان‌مندی اقتصادی و خودباوری ناشی از آن دست یابند. و در نهایت، سومین پارادایم، توان‌مندسازی جنسیتی است که در آن بر تغییرات بنیادین در نگرش‌های پشتیبان برنامه‌ها و اقدامات توسعه‌ای به نحوی که ضمن آگاهی‌بخشی و سازمان‌دهی به جامعه هدف؛ یعنی زنان فقیر، آن‌ها را در به‌چالش کشیدن محرومیت تحمیل‌شده بر خود، به واسطه تبعیض‌های جنسیتی یاری رسانند، تأکید می‌شود (مایوکس، ۲۰۰۵، صص. ۵-۳).

کبیر<sup>۱</sup> در تعریف مفهوم توان‌مندی از سه‌گانه «عاملیت<sup>۲</sup>»، «منابع<sup>۳</sup>» و «دستاوردها<sup>۴</sup>» بهره می‌گیرد (کبیر، ۲۰۰۳، ص. ۱۷۱). «منابع» به‌وجودآورنده شرایطی هستند که انتخاب تحت تأثیر آن اتفاق می‌افتد. «عاملیت» در واقع، نمایان‌گر اصلی و به نوعی، کانون فرآیند‌گزینش‌گری است و بالاخره «دستاوردها» معرف نتایج برآمده از انتخاب‌های مختلف هستند (کبیر، ۱۳۸۹، ص. ۱۵). ابعاد سه‌گانه توان‌مندی در نظریه کبیر با یک‌دیگر روابطی متقابل دارند، به طوری که تغییر در هر یک از آن‌ها می‌تواند هدایت‌گر تغییرات در ابعاد دیگر باشد. آنچه که در یک دوره به عنوان دستاورد حاصل از جریان‌یابی عاملیت آشکار شده است، در مقطعی دیگر می‌تواند در حکم منابع لازم برای جریان‌یابی مجدد عاملیت و حصول دستاوردهای بیشتر عمل کند. عکس این حالت نیز صادق است؛ یعنی کاستی در بروز و ظهور هر یک از این سه می‌تواند مانع از تحقق شایسته ابعاد دیگر بشود (کبیر، ۲۰۰۳، ص. ۱۷۵).

#### ۲.۱.۱. کارآفرینی اجتماعی به مثابه ابزار توان‌مندسازی

مرور پیشینه تجربی و نظری مرتبط با بحث توان‌مندسازی نشان‌دهنده این واقعیت است که سازوکارهای مختلفی برای پیش‌برد برنامه‌های توان‌مندسازی می‌توان در نظر گرفت. در ادامه تلاش می‌شود نشان داده شود که کارآفرینی اجتماعی به طور بالقوه می‌تواند یکی از ابزارهای کارآمد در این راستا باشد.

زمانی که کارآفرینی اجتماعی را به عنوان نوآوری‌های خلاقانه در جهت حل مسائلی با ماهیت اجتماعی و به مدد ایجاد نهادهایی که به مردم در جهت افزایش توان آن‌ها برای حل مسائلشان یاری می‌رساند، تعریف کنیم، قاعدتاً سابقه‌ای طولانی و مصادیقی فراوان پیدا می‌کند (کالبرگ<sup>۵</sup> و ریبرگ<sup>۶</sup>، ۲۰۰۷، ص. ۶). به طور کلی، از مطالعه تاریخچه‌های گوناگون ذکرشده برای کارآفرینی اجتماعی می‌توان این‌گونه برداشت کرد که این عبارت بیش از آن که به عنوان مفهومی جدید قابل

1 Kabeer

2 Agency

3 Resources

4 Achievements

5 Karlberg

6 Ryberg



طرح باشد، متضمن ارجاعی مجدد به مفاهیمی کارآمد در دنیایی است که در آن هم‌چنان گسترش شکاف بین اغنیا و فقرا چالشی اساسی به حساب می‌آید (زبروسکی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹، صص. ۹-۱۰). در چند دهه اخیر مصادف با رشد روزافزون حوزه کارآفرینی اجتماعی، تلاش‌های نظری و عملی زیادی صورت گرفته است تا تمایزی شفاف بین این حوزه و حوزه کارآفرینی سنتی معین شود (آستین<sup>۲</sup>، استیونسون<sup>۳</sup> و وی اسکیلرن<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶، ص. ۱). هرچند تفکیک دقیق و غیرقابل‌خداشه بین کارآفرینی اجتماعی و اقتصادی ممکن نیست؛ اما با این حال، چه در زمینه مأموریت تعیین‌شده و چه در ارتباط با نحوه ارزیابی عملکرد، کارآفرینی اجتماعی و اقتصادی دارای تفاوت‌های نسبتاً بارزی هستند. به طور خلاصه، مأموریت کارآفرینی اجتماعی معطوف به خلق ارزش اجتماعی و مأموریت کارآفرینی اقتصادی معطوف به خلق ثروت است. از سوی دیگر، غالباً ارزیابی عملکرد کارآفرینان اجتماعی به دلیل چالش‌های مربوط به سنجش ارزش اجتماعی دشوارتر از آن چیزی است که در ارتباط با سنجش عملکرد کارآفرینان اقتصادی می‌توان شاهدش بود (تسما<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷، صص. ۲۵-۲۶).

دیز<sup>۶</sup> پنج فعالیت کلیدی در حوزه کارآفرینی اجتماعی را این‌گونه فهرست کرده است:

۱. پذیرش مأموریت برای ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی.
  ۲. شناخت و دنبال‌کردن خستگی‌ناپذیر فرصت‌های جدید برای خدمت به این مأموریت.
  ۳. درگیرشدن در یک فرآیند نوآوری، سازگاری و یادگیری.
  ۴. اقدام شجاعانه بدون محدودساختن خود به منابع در دسترس.
  ۵. برخورداری از پاسخ‌گویی و مسئولیت‌پذیری در حوزه‌های عملکردی و نیز در مورد نتایج به‌دست‌آمده (دیز، ۲۰۰۱، ص. ۴).
- به نظر پیتر دراگر کارآفرینان اجتماعی ظرفیت عملکردی جامعه را با ترکیب سازوکارهای بازار

1 Zebrowski

2 Austin

3 Stevenson

4 Wei-Skillern

5 Tessema

6 Dees

و ارزش‌های اجتماعی به نحوی تغییر می‌دهند که توانایی ما را برای حل مسائل اجتماعی بهبود ببخشند. میر<sup>۱</sup> و مارتی<sup>۲</sup> نیز کارآفرینی اجتماعی را به عنوان عملکردی تعریف کرده‌اند که طی آن خلق ارزش اجتماعی و اقتصادی با هم، صورت می‌گیرد. به عقیده آن‌ها کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که تغییر اجتماعی را سرعت می‌بخشد و نیازهای اجتماعی مهمی را که به دلیل عدم برخورداری از سود مالی مستقیم کمتر مورد توجه کارآفرینان اقتصادی قرار می‌گیرد را برجسته می‌سازد (زبروسکی، ۲۰۰۹، ص. ۱۷).

زهرا<sup>۳</sup>، راهوسر<sup>۴</sup>، بهاوی<sup>۵</sup>، نئوبام<sup>۶</sup> و هیتون<sup>۷</sup> (۲۰۰۸) پس از واری تعاریف و توصیفات نظری و تجربی مختلف پیرامون کارآفرینی اجتماعی، در قالب تعریفی به باور خود جامع، آن را مشتمل بر فعالیت‌ها و فرآیندهای انجام‌شده برای کشف، تعریف و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور افزایش ثروت اجتماعی با انجام سرمایه‌گذاری‌های جدید و یا مدیریت سازمان‌های موجود در قالب یک روش نوآورانه بیان می‌کنند. بر مبنای توضیحات این محققان ثروت اجتماعی گسترده‌ای از موارد شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سلامت و زیست‌محیطی از رفاه بشر را در بر می‌گیرد.

مثال‌های متعددی از کاربری کارآفرینی اجتماعی به عنوان مکانیزمی برای فراهم آوردن کالاها و خدمات مورد نیاز گروه‌های آسیب‌پذیر وجود دارد. یکی از موفق‌ترین و متداول‌ترین مثال‌ها در این زمینه مربوط به جنبش اعتبارات خرد در کشورهای در حال توسعه است که در قالب آن تلاش شده است از طریق اعطای وام‌های کوچک به افراد فقیر و به‌ویژه زنان، به آن‌ها امکان خوداتکایی و خوداشتغالی داده شود (مصطفی<sup>۸</sup> و اسماعیلوف<sup>۹</sup>، ۲۰۰۸).

یکی دیگر از ظرفیت‌های بالقوه کارآفرینی اجتماعی که در برخی تحقیقات مورد توجه و مطالعه

---

1 Meir

2 Marti

3 Zahra

4 Rawhouser

5 Bhawe

6 Neubaum

7 Hayton

8 Mustafa

9 Ismailov

قرار گرفته است، تناسب آن به عنوان ابزاری برای توسعه اجتماع محور به‌ویژه در مورد اجتماعی است که با پدیده طرد اجتماعی مواجه‌اند. این تناسب ماهیتی دوسویه دارد. از یک طرف، اجتماعات محلی با توجه به خصوصیات ساختاری خود و الگوهای هنجاری حاکم بر روابط افراد در آن‌ها فراهم‌کننده تسهیلاتی جذاب برای کارآفرینان هستند که از جمله آن‌ها می‌توان به امکان ارزیابی و شناخت دقیق منابع و فرصت‌های موجود در این اجتماعات و نیز سنجش‌پذیرتر بودن تأثیرات اجتماعی موجود اشاره داشت. از سوی دیگر، ذی‌نفع بودن و برخورداری نسبتاً عام اعضای اجتماع محلی از مواهب ناشی از کارآفرینی اجتماعی موجب توسعه متوازن و پایدار اجتماعات مورد نظر می‌شود (سیلوز<sup>۱</sup> و میر<sup>۲</sup>، باتیلانا<sup>۳</sup> و داسین<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰، صص. ۵-۳).

به طور کلی، کارآفرینی اجتماعی متضمن اقتصادی «توان‌مندسازی»، «مشارکتی»، «از حیث جنسیتی عادلانه» «مردم‌محور» و «برخوردار از امکان جذب گروه‌های آسیب‌پذیر» است. بنابراین، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند رشد اقتصادی را موجب شود، در عین حال، اهمیت توزیع عادلانه منابع، برخورداری از ذهنی گشوده (نسبت به جهان پیرامون)، درگیر ساختن مردم در فعالیت‌های اجتماعی و درجه معینی از دخالت روشن‌فکران در فرآیند حکمرانی را به رسمیت می‌شناسد (زبروسکی، ۲۰۰۹، صص. ۴۶-۴۵).

ماسیتی<sup>۵</sup> در تلاش برای ارائه مدل مفهومی جامعی از کارآفرینی اجتماعی، ابتدا به بحث درباره دو متغیر اصلی متمایزکننده می‌پردازد که اولی ناظر بر ماهیت هدف‌گذاری صورت‌گرفته برای کسب و کار، به عنوان عامل جداکننده کارآفرینان اجتماعی از دیگر فعالان در بازار است و دیگری معرف اهمیت و منزلت مقوله سودآوری در تعریف کسب و کارهای مختلفی است که در بازار شکل می‌گیرند. به طور خلاصه، تمرکز کارآفرینان اجتماعی معطوف به دغدغه‌های اجتماعی است، حال آن‌که کارآفرینان سنتی بر مسائل متداول بازار تمرکز دارند. در عین حال، هر دو گروه در پی کسب سود به منظور پیش‌برد کسب و کارهایشان و نیز ایجاد تغییرات مهم در بازار در راستای اهداف معین

1 Seelos

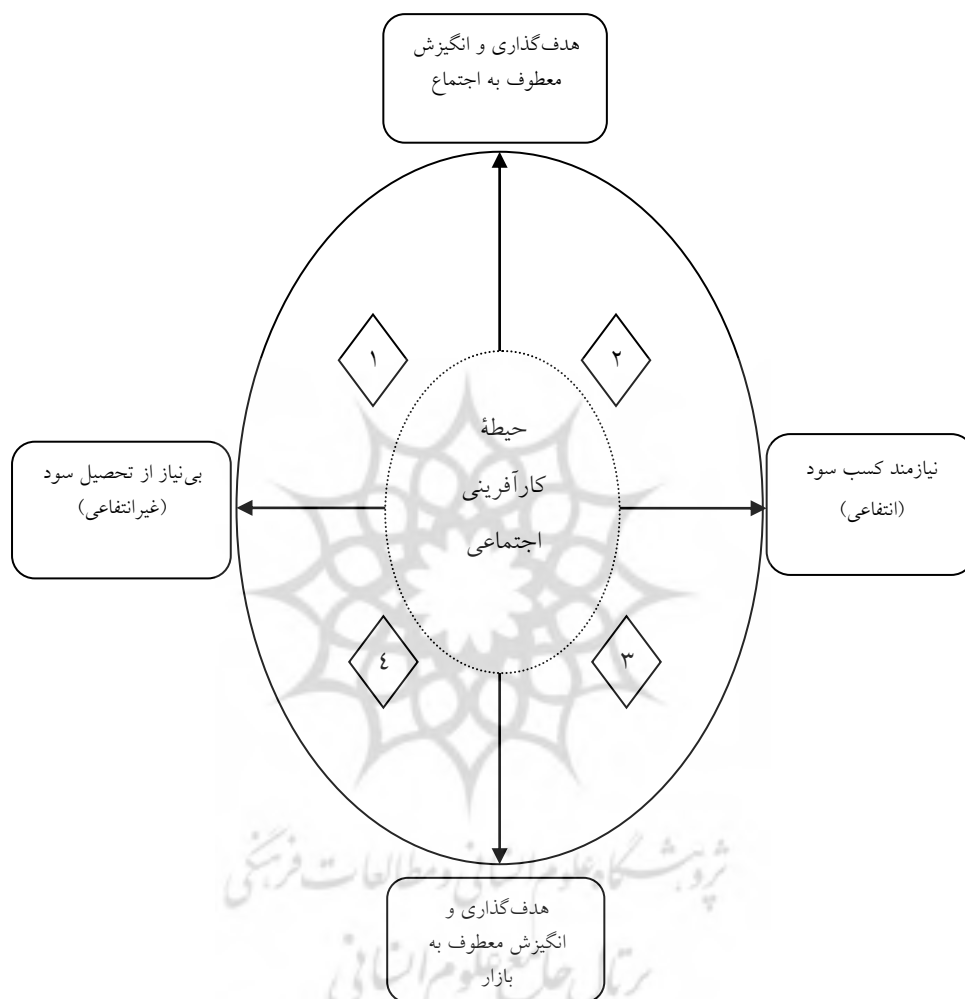
2 Mair

3 Battilana

4 Dacin

5 Massetti

خود هستند (ماسیتی، ۲۰۰۸، صص. ۵-۷). وی بر مبنای این دو رکن کلیدی؛ یعنی نحوه هدف‌گذاری و میزان نیاز به سودآوری، مدل ماتریسی ارائه‌شده در شکل (۱) را ارائه داده است.



شکل ۱- ماتریس کارآفرینی اجتماعی

مأخذ: ماسیتی، ۲۰۰۸، ص. ۹

به باور ماسیتی ناحیه دوم این مدل را می‌توان محمل اصلی کارآفرینی اجتماعی در مفهومی دانست که امروزه بیشترین توجهات را چه در زمینه نظری و چه در مقام عمل برانگیخته است. سازمان‌های قرارگرفته در این ناحیه، مأموریت‌های اجتماعیشان را در پیوندی ناگسستنی با اصول

بازار و به‌ویژه، سودآوری می‌بینند. به همین دلیل است که کارآفرینان اجتماعی در این ناحیه، به دنبال دستیابی و ارائه شاخص‌های دقیقی به منظور ارزیابی عملکرد کسب و کار مورد نظرشان در بازار بوده‌اند تا هم آن‌ها را در مواجهه با انتقادات درباره میزان انطباق فعالیت‌هایشان با اصول بازار یاری رساند و هم عدم افول از ارزش‌ها و مأموریت‌های اجتماعی مورد نظرشان را تضمین کند (همان، ص. ۱۲).

کارآفرینان اجتماعی در این ناحیه برآنند تا مسائل اساسی برآمده از هر دو وجه افراطی غیرانتفاعی و انتفاعی نظام‌های اقتصادی موجود را با تکیه بر چند اصل بنیادی اصلاح و تعدیل کنند؛ اول آن‌که بخش مهمی از توان خود را به درک تأثیرات اجتماعی فرصت‌های موجود در بازار و جریان‌دادن آن‌ها به سمت‌وسویی با کمترین آثار مخرب و بیشترین تغییرات سازنده اختصاص می‌دهند. دوم این‌که به جای تمرکز صرف به اقدامات سازنده اجتماعی خود (هم‌چون سازمان‌های غیرانتفاعی سستی)، سودآوری را به عنوان معیاری مهم در سنجش و اثبات بهره‌وری منابع و اطمینان از عدم هدررفت آن‌ها مد‌نظر قرار می‌دهند. سوم این‌که فریب نیروهای اغواکننده بازار (مانند دلالی-ها و فعالیت‌های اقتصادی غیرقانونی و غیره) را نمی‌خورند (همان، ص. ۱۳).

گوکلو<sup>۱</sup>، دیز<sup>۲</sup> و اندرسون<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) نیز با اشاره به این موضوع که تقریباً همه اشکال کارآفرینی با ارائه چشم‌اندازی از فرصتی جذاب آغاز می‌شود، تأکید می‌کنند که برای کارآفرینان اجتماعی، فرصت جذاب، علاوه بر داشتن توجیه لازم برای سرمایه‌گذاری (انرژی، زمان و پول) باید متضمن پتانسیل کافی برای اثرگذاری مثبت اجتماعی باشد. در این راستا، محققان مذکور مدلی دو مرحله‌ای را برای خلق فرصت در قالب رویکرد کارآفرینی اجتماعی ارائه داده‌اند. طبق این مدل و در گام نخست، کارآفرین اجتماعی ایده یا ایده‌هایی امیدآفرین را مطرح می‌کنند و در گام بعدی تلاش می‌کند که یک یا چند مورد از آن‌ها را به فرصتی جذاب بدل سازد (گوکلو، دیز و اندرسون، ۲۰۰۲، صص. ۱-۲).

هرچند در نگاه اول این‌گونه به نظر می‌رسد که مرحله نخست ماهیتی کاملاً خلاقانه دارد و

1 Guclu

2 Dees

3 Anderson

مرحله دوم به طور کامل مبتنی بر تحقیق، تحلیل و اصول منطقی است؛ اما در واقع، همان‌گونه که ایده‌های نوآورانه ممکن است علاوه بر خلاقیت فردی، به طور سیستماتیک و براساس مشاهده موشکافانه و استدلال‌های منطقی تولید شوند، تبدیل چنین ایده‌هایی به فرصتی جذاب و قابل تحقق مستلزم تلفیق تجزیه و تحلیل‌های دقیق و آزمون‌گری مداوم با اقدامات خلاقانه است. نکته دیگری که باید به آن توجه داشت آن است که معمولاً سرعت طرح ایده از سرعت تولید نهایی فرصت بالاتر است؛ زیرا تنها ایده‌هایی که مراحل مختلفی از نقد آزمون را پشت سر می‌گذارند، امکان تبدیل به فرصت‌هایی با ارزش پیگیری را می‌یابند (همان).

بر مبنای توضیحات ارائه‌شده و همان‌گونه که در مطالعات مختلف مرور شده، در ابتدای این قسمت می‌توان دید تجربه تلفیق ایده توان‌مندسازی و کارآفرینی اجتماعی می‌تواند نمونه‌های موفق از حمایت مؤثر از گروه‌های آسیب‌پذیر اجتماعی را رقم بزند؛ به عبارت دیگر، چنان‌چه مدل‌های نظری مربوط به کارآفرینی اجتماعی و الزامات بیان‌شده برای اجرای آن را در تناظر با بحث توان‌مندسازی قرار دهیم، کارکرد ابزاری کارآفرینی اجتماعی در توان‌مندسازی گروه‌های مورد نظر تا حدی روشن می‌شود.

### ۳. روش تحقیق تحقیق

روش اصلی این تحقیق، نظریه زمینه‌ای است. نظریه زمینه‌ای روشی نظام‌مند و دقیق برای مفهوم‌سازی ارائه می‌دهد (گلیزر، ۲۰۰۲، ص. ۳). نظریه زمینه‌ای آن‌گونه که امروزه شناخته می‌شود، اولین بار توسط بارنی گلیزر<sup>۱</sup> و آنسلم اشتروس<sup>۲</sup> در اثری با عنوان «کشف نظریه زمینه‌ای: استراتژی‌هایی برای تحقیق کیفی»<sup>۳</sup> در سال ۱۹۶۷ معرفی شد (فرام<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳، ص. ۱). به لحاظ معرفتی نظریه زمینه‌ای ریشه در مکتب کنش متقابل نمادین دارد (هلت<sup>۵</sup> و کولی<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴، ص. ۱۴۲).

1 Barney Glaser

2 Anselm Strauss

3 The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research

4 Fram

5 Heath

6 Cowley

عنصر کلیدی در نظریه زمینه‌ای که آن را از پدیدارشناسی<sup>۱</sup> متمایز می‌سازد، دستیابی به سطح بالاتری از تجرید نسبت به آنچه در خود مفاهیم می‌توان مشاهده کرد، است؛ به عبارت دیگر، در نظریه زمینه‌ای، مضامین نسبتاً انضمامی مشاهده‌شده، در رفت‌وبرگشت‌های مداوم بین مراحل گردآوری داده و تحلیل آنها بر پایه روشی نظام‌مند، به مقولاتی انتزاعی‌تر و نظری‌تر تبدیل می‌شوند (سادبی<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶، ص. ۶۳۶). این روند مفهوم‌سازی معمولاً تا حد زیادی مستقل از ایده‌های نظری موجود پیش برده می‌شود. در عین حال، اهمیت آشنایی محقق با ادبیات نظری حوزه تحقیق مورد نظر چه به واسطه نقشی که ممکن است در تعیین مقوله مرکزی تحقیق بازی کند و چه در ارتباط با نقد و بررسی نتایج حاصل از تحقیق، همچنان محفوظ است (گولدینگ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵، ص. ۲۹۶).

در طول زمان، علی‌رغم حفظ کلیات روش‌شناختی حاکم بر نظریه زمینه‌ای، سه الگوی عملیاتی بیش‌وکم متفاوت در بطن آن رشد کرده است که ارائه‌دهندگان آن‌ها اشتروس (با همکاری کوربین<sup>۴</sup>)، گلیرز و چارمز<sup>۵</sup> هستند. روش اشتروس و کوربین مبتنی بر فرآیند کدگذاری نظری ساختارمندی است که از آن به پارادایم کدگذاری یاد می‌شود و طی آن تحلیل داده‌ها در سه مرحله شامل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی پیش برده می‌شود. در نهایت، روابط بین مقوله‌های استخراج‌شده در قالب یک مدل پارادایمی مشتمل بر مقوله مرکزی، شرایط زمینه‌ای، شرایط علی، شرایط واسطه یا مداخله‌ای، راهبردها و پیامدها ترسیم و تبیین می‌شود (فرام، ۲۰۱۳، ص. ۲). در تحقیق حاضر رویکرد روشی پیشنهادشده توسط اشتروس و کوربین (۱۹۹۸) مورد استناد قرار گرفته است.

داده‌های مورد نیاز از طریق انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، بحث‌های گروهی متمرکز و اسناد و مدارک موجود به دست آمده است. بر این اساس، علاوه بر برگزاری یک جلسه بحث گروهی متمرکز با حضور جمعی از ذی‌نفعان که با هدف بررسی‌های اکتشافی و تدوین صورت‌سؤالات مورد نظر انجام پذیرفت، سه بحث گروهی مجزا به ترتیب با حضور شش کارشناس

1 phenomenology

2 Suddaby

3 Goulding

4 Corbin

5 Charmaz

سازمان، هفت کارآفرین و پنج مدیر ارشد برگزار شد. هریک از این بحث‌های گروهی به طور متوسط و مطابق برنامه‌ریزی صورت گرفته، سه ساعت به طول انجامید. مصاحبه‌های انفرادی نیز با پنج تن از مدیران ارشد و میانی، دو نفر از کارشناسان و شش نفر از کارآفرینان ذی‌نفع صورت گرفت. بهره‌گیری از این تعداد مصاحبه و بحث گروهی، نظر به تحقق قاعده اشباع نظری در نمونه‌گیری هدف‌مند به عنوان شیوه رایج در نمونه‌گیری‌های مطالعات کیفی بوده است؛ علاوه بر این، یادداشت‌های روزانه محقق در جلسات مختلف و همچنین بازدیدهای میدانی در طول حدود دو سال حضور در سازمان به عنوان منبعی جانبی و در عین حال، نسبتاً راهگشا مورد بهره‌برداری قرار گرفته است.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی در تحلیل‌های مبتنی بر روش نظریه زمینه‌ای، از فرآیند کدگذاری داده‌ها مطابق الگوی پیشنهادشده اشتروس و کوربین (۱۹۹۸) بهره گرفته شده است. این الگو همان‌گونه که اشاره شد، شامل سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. توضیحات بیشتر در مورد روند و الزامات این مراحل ضمن ارائه یافته‌های مربوط به آن، آورده شده است. شایان ذکر است در پیش‌برد کدگذاری داده‌های مذکور از نرم‌افزار تحلیل متن «مکس کیو دی ای»<sup>۱</sup> بهره گرفته شده است.

### ۳.۱. قابلیت اعتماد (پایایی)

به منظور امکان‌پذیری ارزیابی معیار پایایی<sup>۲</sup> در تحقیقات کیفی فرآیند تکوین داده‌ها و حرکت به سمت ارائه نتایج را باید به گونه‌ای پیش برد تا اولاً چه در طول تحقیق و چه پس از آن بتوان مشخص کرد کدام یک از گزاره‌های ارائه‌شده مربوط به تفسیر محقق است و کدام یک مربوط به فرد یا افراد مورد مطالعه است. دوم این‌که باید مراحل مختلف انجام تحقیق را تا حد امکان از طریق مستندسازی رویه‌های مربوط به گردآوری و استخراج داده‌ها و هماهنگ‌سازی تیم تحقیق از طریق ارائه آموزش‌های لازم و نیز انجام کنترل‌های متعدد در طول فرآیند تحقیق استاندارد کرد تا امکان مقایسه یافته‌های تحقیق با یافته‌های مشاهده‌گران یا محققان دیگر فراهم شود (فلیک، ۱۳۸۷، ص.

1 Maxqda

2 Reliability



۴۱۳). در تحقیق حاضر علاوه بر لحاظ موارد فوق، تلاش شده است تا با گفت‌وشنودهای مفصل بین محقق و کارشناسان و صاحب‌نظران آشنا به موضوع تحقیق، تا حد امکان یافته‌ها و نتایج حاصل به واقعیت‌های موجود نزدیک شود و به تبع آن بر درجه پایایی آن‌ها افزوده شود.

### ۲.۳. اعتبار

عموماً آنچه از سنجش اعتبار<sup>۱</sup> در تحقیقات کیفی مقصود نظر است، موثق بودن روایت محقق از پدیده یا روابط مورد مطالعه است. بنابراین، در تحقیقات کیفی با فرآیندی از اعتبار بخشی سروکار داریم که از مرحله تولید داده‌ها آغاز و تا ارائه گزارش نهایی ادامه می‌یابد و طی آن محقق سعی می‌کند نتیجه کار خود را در هر مرحله با سازوکارهای مختلف به واقعیت، آن‌گونه که هست، نزدیک سازد (همان، صص. ۴۱۷-۴۱۴). در این تحقیق تلاش شده است ضمن مقابله یافته‌های حاصل از تکنیک‌های مختلف با یکدیگر، با بهره‌گیری از روش‌های مختلف در بررسی یک مورد واحد (مشاهدات میدانی، مصاحبه‌های موردی، بحث‌های گروهی و غیره) اعتبار بررسی‌های کیفی تا حد امکان تأمین شود. به علاوه، در مراحل مختلف یافته‌های حاصل به طور جزئی و یا کلی با کنش‌گران ذی‌نفع در «مورد مطالعه» در میان گذاشته شده است تا امکان ارزیابی فاصله‌های موجود بین رهیافت‌های محقق و برداشت‌ها یا ذهنیات کنش‌گران و کاستن از این فاصله‌ها در چارچوب طرح تحقیق فراهم شود.

### ۳.۳. معرفی مورد مطالعه

ستاد توان‌مهندسی زنان سرپرست خانوار شهرداری تهران در سال ۱۳۸۶ براساس تکالیف قانونی مندرج در برنامه‌های بالادستی شهرداری تهران و به دنبال تصویب در شورای معاونان شهرداری تأسیس شده است. در ابتدای آغاز به کار ستاد، شورایی راهبردی متشکل از معاونان شهردار، مدیران ارشد حوزه امور بانوان و برخی دیگر از مدیران ارشد و نیز متخصصان حوزه‌های مرتبط شکل گرفت که مصوبات آن با توجه به شأنت قانونی اعضای حاضر در آن جلسات به عنوان آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی ستاد توان‌مهندسی مورد استناد قرار گرفت. به تدریج، و پس از روشن شدن منزلت و جایگاه سازمانی ستاد توان‌مهندسی برای واحدهای اجرایی

شهرداری به‌ویژه در سطح مناطق بیست‌ودوگانه، شورای مذکور به فعالیت خود خاتمه داد و از آن پس این ستاد در قالب واحدی در حد اداره کل زیر نظر مستقیم شهردار تهران به فعالیت خود ادامه داده است.

جامعه هدف ستاد توانمندسازی در بدو تأسیس، زنان سرپرست خانواری بوده‌اند که علاوه بر سکونت در تهران و نیاز به دریافت حمایت‌های مختلف، به هر دلیل از شمول سایر سازمان‌های متولی از قبیل کمیته امداد امام خمینی (ره) و بهزیستی خارج بوده‌اند. در عین حال حسب ظرفیت‌های ایجاد شده در سال‌های گذشته، قید اخیر (عدم دریافت خدمات از سایر نهادها) در صورت احراز نیازمندی مراجعه کنندگان، به ویژه برای خدمات مهارت آموزی و اشتغال، در نظر گرفته نمی‌شود. این ستاد مجموعه‌ای از خدمات آموزشی، مهارت آموزی و اشتغال، انواع مشاوره، خدمات رفاهی و تسهیلات مالی را به افراد تحت پوشش خود حسب نیازهای احصاء شده ایشان ارائه می‌دهد.<sup>۱</sup>

#### ۴. یافته‌های تحقیق

برای پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق، اولین قدم استخراج مفاهیم اولیه از طریق کدگذاری باز<sup>۲</sup> متون مصاحبه‌ها بوده‌است. بنا به تعریف ارائه‌شده از سوی اشتروس و کوربین کدگذاری باز، روندی تحلیلی است که طی آن مفاهیم مشخص و خصوصیات و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شود (اشتروس و کوربین، ۱۹۹۸، ص. ۱۰۱). کدگذاری محوری<sup>۳</sup> دومین مرحله از فرآیند پیشنهادی از سوی اشتروس و کوربین (۱۹۹۸) است که طی آن از طریق مرتبط‌ساختن مقوله‌های فرعی<sup>۴</sup>، بر مبنای خصیصه‌ها و ابعاد آن‌ها در سطوح مختلف، مقولات اصلی<sup>۵</sup> شکل می‌گیرند. این فرآیند به آن جهت «محوری» نام‌گذاری شده است که کدها پیرامون محور مفهومی اصلی مقوله

۱ توضیحات ارائه‌شده در معرفی مورد مطالعه برگرفته از گزارش عملکرد هفت‌ساله ستاد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار شهرداری تهران است که توسط اداره برنامه‌ریزی و کنترل عملکرد آن ستاد تدوین شده است.

2 open coding

3 axial coding

4 subcategories

5 categories

مورد نظر جای می‌گیرند (همان، صص. ۱۲۴-۱۲۳). مفاهیم و مقولات اصلی شناسایی شده در جدول (۱) آورده شده است.

جدول ۱- مفاهیم توان‌مهندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی

ردیف	مفهوم	مقوله کلی	نوع مقوله
۱	خطرپذیری	مدیریت تحول‌خواه	علی
۲	الهام‌بخشی		
۳	انگیزه‌بخشی		
۴	جریان‌یابی تجربیات (بین نسلی و درون نسلی)	نیروی انسانی توان‌مند	علی
۵	آگاهی‌بخشی به نیروی انسانی		
۶	آموزش مداوم و روزآمد		
۷	تغییرپذیری ابعاد سازمان بر حسب شرایط	ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر	علی
۸	گردش مدیریتی و ارتقای شغلی		
۹	مسئولیت‌پذیری	حاکمیت اخلاق حرفه‌ای	علی
۱۰	پای‌بندی به تعهدات سازمانی		
۱۱	کاهش تعارض بین مدیران و کارکنان		
۱۲	خلاقیت و ایده‌پردازی	روحیه کارآفرینی	علی
۱۳	جسارت و بی‌باکی		
۱۴	کار در شرایط ابهام‌آلود		
۱۵	مداخلات گسترده دولتی در امور عمومی	ویژگی‌های کلان نظام مدیریتی در ایران	زمینه‌ای
۱۶	استقرار نظام شورایی		
۱۷	نگاه شکاکانه نسبت به سرمایه‌داری	شرایط عمومی فضای کسب و کار در ایران	زمینه‌ای
۱۸	قوانین سخت‌گیرانه حوزه کار و تأمین اجتماعی		
۱۹	عدم هماهنگی بین سازمان‌های فعال (دولتی، عمومی و غیردولتی)	موازی‌کاری سازمان‌ها	مداخله‌ای
۲۰	عدم شفافیت در عملکرد سازمان‌های فعال (دولتی، عمومی و غیردولتی)		
۲۱	تغییرات بی‌دلیل مدیران میانی	عدم ثبات مدیریتی	مداخله‌ای
۲۲	فقدان اثبات تجربه مدیریتی در سازمان		
۲۳	ریسک بالای کار تولیدی	نوسانات اقتصادی	مداخله‌ای
۲۴	بالا و پایین رفتن قیمت‌ها		
۲۵	تجمع و به‌کارگیری منابع منقول پراکنده و بدون استفاده	فعال‌سازی منابع راکد سازمان	راهبردی
۲۶	شناسایی و بهره‌برداری از منابع غیرمنقول فاقد کاربری معین		
۲۷	محاسبه نیازهای واقعی جامعه هدف	مخاطب‌محوری در برنامه‌ها و اقدامات	راهبردی

ردیف	مفهوم	مقوله کلی	نوع مقوله
۲۸	ارزیابی اثرات اقدامات بر مخاطبان		
۲۹	برنامه‌ریزی بر اساس نیازسنجی از مخاطب و ارزیابی اقدامات		
۳۰	مواجهات گسترده روزانه بین کارآفرین و مددجو (در محل کار)		
۳۱	گفت‌وگوهای غیررسمی و صمیمانه بین مدیران سازمان، کارآفرینان و مددجویان	تعامل پیوسته بین ذی‌نفعان (سازمان، کارآفرین و مددجو)	راهبردی
۳۲	ارتباط هم‌زمان مددجویان با کارآفرین و سازمان		
۳۳	پرهیز از مداخله مستقیم در امور اقتصادی و تولیدی		
۳۴	تمایز دقیق امور «نظارتی» از امور «اجرایی» در سازمان		
۳۵	ارتقای توان برنامه‌ریزی و نظارت سازمان		
۳۶	برون‌سپاری حداکثری امور اجرایی		
۳۷	تفکیک اهداف اقتصادی از اهداف اجتماعی		
۳۸	واگذاری اهداف اقتصادی به کارآفرینان اقتصادی		
۳۹	هم‌گرایی بین منافع اقتصادی کارآفرین و دستاوردهای اجتماعی سازمان	درگیری کارآفرینان اقتصادی در کارآفرینی اجتماعی	راهبردی
۴۰	طراحی و پیاده‌سازی ایده‌های خلاقانه		
۴۱	کنترل و ارزیابی عملکرد	بازاندیشی مداوم در برنامه‌ها و اقدامات	راهبردی
۴۲	اصلاح رویه‌های جاری		
۴۳	صرفه‌جویی		
۴۴	کاهش هزینه‌ها		
۴۵	بهره‌برداری از امکانات بدون استفاده		
۴۶	ایجاد ارزش افزوده بیشتر		
۴۷	تداوم روند توان‌مندسازی		
۴۸	ماندگاری اثرات توان‌مندسازی		
۴۹	ارتقاء مهارت‌های شغلی کارکنان و مدیران سازمان		
۵۰	بسط ارزش‌های اخلاقی در سازمان		
۵۱	ارتقای مهارت‌های کارآفرینانه بهره‌برداران (کارآفرینان)		
۵۲	تحقق مسؤلیت‌های اجتماعی سازمان و بهره‌برداران		

سومین مرحله کدگذاری با عنوان کدگذاری انتخابی<sup>۱</sup> مشتمل بر فرآیند یک پارچه‌سازی و اصلاح نظریه زمینه‌ای است که با انتخاب یک مقوله مرکزی (یا هسته‌ای) همراه است. مقوله

1 selective coding

مرکزی نمایان‌گر زمینه اصلی تحقیق است که علی‌رغم برآمدن از تحقیق تا حد زیادی انتزاعی است. به بیانی اغراق‌آمیز، مقوله مرکزی، خلاصه‌ای از نتیجه در چند کلمه است؛ به طوری که معرف همه آن چیزی باشد که تحقیق مورد نظر در پی آن بوده‌است. مقوله مرکزی ممکن است از لیست مقولات موجود برداشت شود و یا این‌که براساس تشخیص محقق مبنی بر این‌که مقولات موجود هر یک بخشی از داستان و نه همه آن هستند، اصطلاح انتزاعی دیگری نیاز باشد که باقی مقولات ذیل آن جای گیرند (اشتروس و کوربین، ۱۹۹۸، صص. ۱۴۶-۱۴۳). پدیده مرکزی (هسته‌ای) شناسایی شده در این بخش، «توان‌مهندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی به مثابه یک رویکرد سازمانی» است.

در شکل (۲) مدل پارادایمی تحقیق مشتمل بر شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌ای، راهبردها و پیامدهای پدیده مرکزی مورد مطالعه مشاهده می‌شود. از بین این موارد در ادامه تلاش می‌شود تا شرایط علی حاکم بر پدیده مرکزی شناسایی شده و پیامدهای اصلی رخداد آن، با تفصیل بیشتر تجزیه و تحلیل شود. شایان ذکر است به دلیل محدودیت‌های موجود، از ذکر نمونه نقل قول‌های مستقیم مصاحبه‌شوندگان در این مقاله صرف نظر شده است.

#### ۴.۱. شرایط علی

همان‌گونه که در شکل (۱) ملاحظه می‌شود، مجموعه‌ای از عوامل شامل مدیریت تحول‌خواه، نیروی انسانی توان‌مند، ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر، حاکمیت اخلاق حرفه‌ای و روحیه کارآفرینی بر پدیده مرکزی تحقیق اثرگذار بوده‌اند. رخداد «توان‌مهندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی به مثابه یک رویکرد سازمانی» در اولین قدم مستلزم استقرار مدیریت تحول‌خواه در سازمان است. با توجه به ماهیت پدیده مرکزی شناسایی شده که به نوعی تغییر رویکرد در سازمان را در خود دارد، طبیعتاً رهبری سازمان باید دارای ویژگی‌های انگیزشی، نگرشی و رفتاری متناسب با چنین تغییر و تحولی باشد.

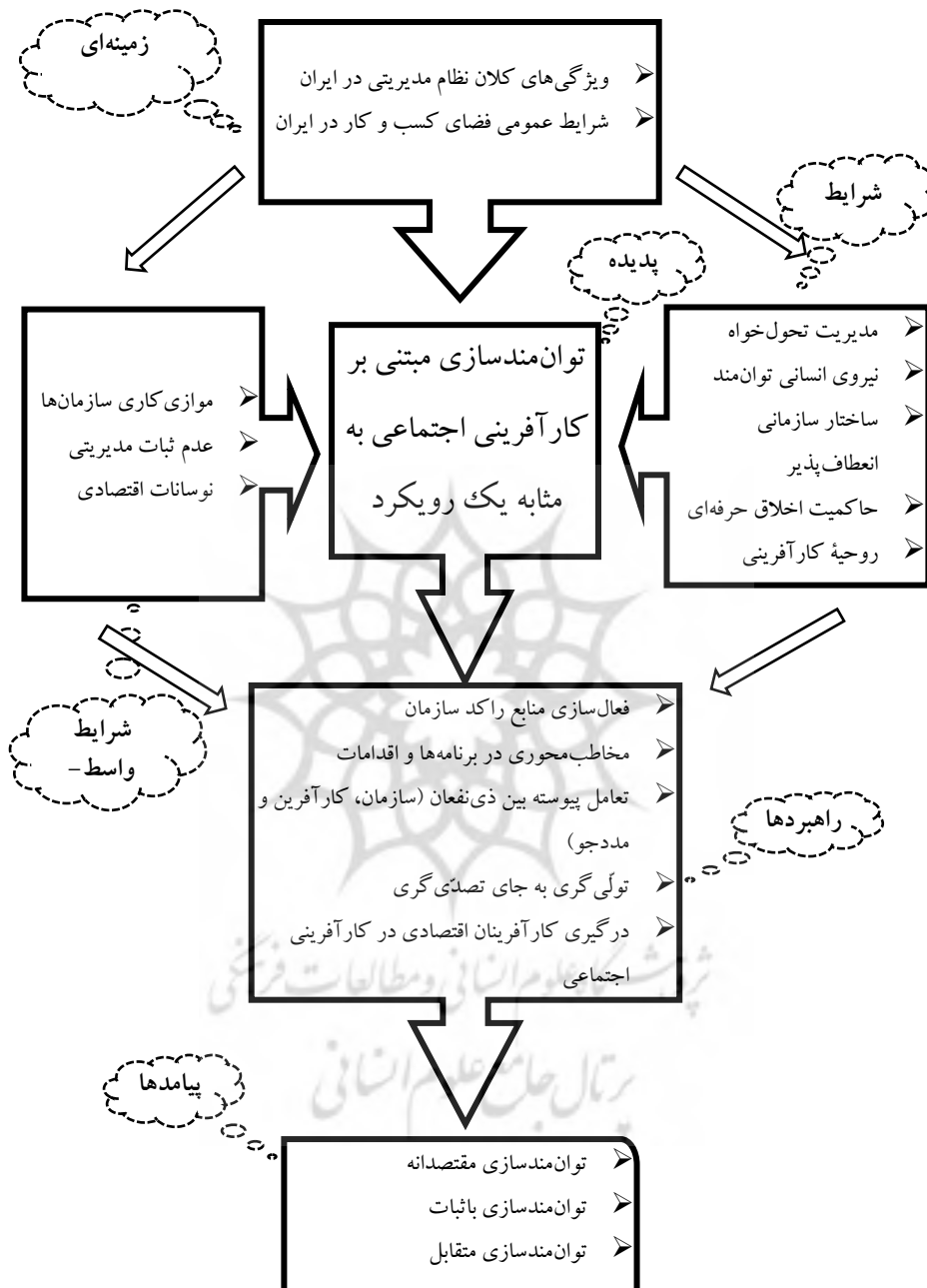
در کنار «مدیریت تحول‌خواه»، «ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر» نیز یکی از عوامل اثرگذار بر پدیده محوری تحقیق است. در نگاه نخست انعطاف‌پذیری ساختار سازمانی هم به چیدمان نقش‌ها و مسئولیت‌ها در سازمان بستگی دارد و هم وابسته به کیفیت پیوندهای تعریف‌شده بین افراد متولی

آن نقش‌ها و مسؤولیت‌ها در سازمان است؛ به عنوان مثال، رواج روابط خاص‌گرایانه در سازمان می‌تواند مانعی بر سر راه انعطاف‌پذیری آن باشد؛ علاوه بر این، انعطاف‌پذیری ساختار سازمان می‌تواند ناشی از تنوع منابع از یک طرف و تنوع تجارب سازمانی در مواجهه با مسائل مختلف از سوی دیگر باشد.

«حاکمیت اخلاق حرفه‌ای» در سازمان عامل دیگری است که در این‌جا به آن پرداخته می‌شود. اخلاق حرفه‌ای و کارآفرینی اجتماعی زمانی که در سطح سازمانی تحلیل شوند، به واسطه مقوله مسؤولیت‌پذیری اجتماعی به یک‌دیگر مرتبط می‌شوند. در واقع، مسؤولیت‌پذیری اجتماعی نتیجه پیاده‌سازی اخلاق حرفه‌ای در سازمان از یک طرف و زمینه لازم برای شکوفایی کارآفرینی اجتماعی از سوی دیگر است. این موضوع مورد توجه مدیران ارشد سازمان مورد مطالعه نیز بوده است. از سوی دیگر، فقدان حاکمیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان به تعارضات بین نیروهای کارشناسی و مدیریتی دامن می‌زند و به این واسطه می‌تواند بر مقوله مرکزی مورد نظر تأثیر معکوس بگذارد.

یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر جافتادن رویکرد سازمانی بیان‌شده در قالب پدیده مرکزی تحقیق، وجود «نیروی انسانی توانمند» در سازمان است. در بسیاری از موارد عدم دستیابی به اهداف یا برنامه‌های مورد نظر، بیش از آن‌که به فقدان منابع یا عدم پشتیبانی لازم مربوط باشد، ناشی از عدم توانمندی لازم در نیروی انسانی به منظور پیاده‌سازی و پیش‌برد آن اهداف و برنامه‌ها است. این موضوع چه در لایه‌های مدیریتی و چه در لایه‌های کارشناسی سازمان قابل مشاهده بوده است. از سوی دیگر، باید دقت داشت که برخورداری از «نیروی انسانی توانمند» مستلزم ارائه آموزش‌های لازم و نیز ارائه توجیحات کافی در زمینه شرح وظایف افراد در رده‌ها و پست‌های مختلف است.

همچنین، یافته‌های مشاهده‌ای و نیز برداشت‌های حاصل از مصاحبه‌های صورت‌گرفته نشان از اثرگذاری قابل توجه «نگرش و منش کارآفرینانه» نیروهای سازمان، به‌ویژه در لایه‌های مدیریتی بر پدیده مرکزی تحقیق دارد. در واقع، این عامل بر ابعاد روانی و رفتاری تأکید دارد که با توجه به هدف‌گذاری منطبق با کارآفرینی اجتماعی برای سازمان، به فرد قدرت همراهی با روند متغیر و تکامل‌یابنده سازمان در مسیر ترسیم‌شده را می‌دهد.



شکل ۱- مدل پارادایمی توان‌مهندسی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی به مثابه یک رویکرد سازمانی

## ۴.۲. پیامدها

رخداد پدیده مرکزی تحقیق سه پیامد اصلی به دنبال داشته است که در ادامه به تفکیک، مورد بررسی قرار می‌گیرند. اولین پیامد با عنوان توان‌مندسازی مقتصدانه اشاره به صرفه‌جویی قابل توجه در منابع مورد نیاز جهت توان‌مندسازی جامعه هدف دارد. این صرفه‌جویی به طور خاص، به واسطه جلوگیری از هدررفت منابع سازمان در طول اجرای طرح مذکور محقق شده است، ضمن آن‌که تکیه و تأکید صورت‌گرفته بر بهره‌برداری از منابع راکد موجود در سازمان که پیش‌تر مورد بحث قرار گرفت، از یک سو کاهش هزینه‌ها را موجب شده است و از سوی دیگر، اصلی‌ترین این منابع؛ یعنی ساختمان‌های بدون استفاده به عنوان عاملی قدرت‌مند و ارزشمند در جذب کارآفرینان اقتصادی عمل کرده است که این امر به نوبه خود زنجیره‌ای از ارزش‌آفرینی و صرفه‌جویی اقتصادی را به دنبال داشته است.

دومین پیامد مهم «توان‌مندسازی باثبات» نامیده شده است. این پیامد ناظر بر شکل‌گیری سازوکارهایی در سازمان و به‌ویژه در ارتباط با هدف‌گذاری صورت‌گرفته برای توان‌مندسازی مخاطبان مورد نظر است که به نوعی، تضمین‌کننده تداوم روند توان‌مندسازی از یک سو و ماندگاری اثرات آن بر روی زندگی مخاطبان از سوی دیگر باشد.

پیامد مهم دیگر، پیامد مرکزی تحقیق، «توان‌مندسازی متقابل» است. این پیامد در واقع، بیان‌گر شکل‌گیری روندهای تعاملی بین ذی‌نفعان اصلی؛ شامل سازمان، کارآفرین و مددجو است که نتیجه آن ارتقای پیوسته توان‌مندی هر سه آن‌ها است. درباره توان‌مندی زنان سرپرست خانوار طی اجرای طرح مورد مطالعه، به طور مجزا بحث شده است. در این‌جا، به تبیین شرایط دو ضلع دیگر پرداخته می‌شود. در ضلع سازمان هرچند رسیدگی به مسائل آحاد شهروندان، به‌ویژه گروه‌های آسیب‌پذیر چه به لحاظ قانونی و چه به لحاظ اخلاقی بخشی از وظایف نهاد شهرداری است؛ اما نوع مواجهه با این مسائل می‌تواند نتایج متفاوتی را برای سازمان به دنبال داشته باشد.

واکاوی‌ها و مشاهدات صورت‌گرفته پیرامون تجربه سازمانی مورد بررسی در تحقیق حاضر نشان می‌دهد درگیری خلاقانه، روزآمد و بازاندیشانه با چنین مسائلی اجتماعی از آن‌جا که دانش‌افزایی، ارتقای مهارت‌های شغلی و همچنین، بهبود قابلیت‌های تعاملی بین مدیران و



کارشناسان چه به صورت افقی و چه به صورت عمودی را ناگزیر می‌سازد، در عمل به قدرت‌مندی بیشتر سازمان و بهبود عملکرد آن در مسیر حل مسائل پیش رو و پیش‌برد برنامه‌ها و بهینه‌سازی اقدامات منجر می‌شود؛ علاوه بر این، پیامد مورد بررسی ناظر بر نهادینه‌شدن مسؤلیت‌پذیری اجتماعی سازمان و به تبع آن، ارتقای توان‌مندی سازمان است. روند قابلیت‌افزایی را می‌توان در بین کارآفرینان درگیر نیز مشاهده کرد. در واقع، اغلب کارآفرینان مشارکت‌کننده در طرح از مرزهای کارآفرینی اقتصادی فراتر رفته به درجات مختلف تجربیاتی در زمینه پیوند بین اهداف‌گذاری‌های اجتماعی و اقتصادی را در قالب کارآفرینی اجتماعی داشته‌اند.

#### ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر مبنای نتایج حاصل از مطالعات کیفی صورت‌گرفته در این تحقیق، کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک رویکرد سازمانی مورد شناسایی قرار گرفت که در راستای وظیفه یا هدف سازمان مبنی بر توان‌مندسازی یک گروه اجتماعی معین (زنان سرپرست خانوار) کارآمد و راهگشا بوده است. به طور خلاصه، این پدیده در زمینه وسیع‌تری رخ داده است که دربرگیرنده ویژگی‌های نظام مدیریتی کشور به‌ویژه در ارتباط با سازوکارهای رایج برای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر در نهادهای دولتی و عمومی و نیز خصوصیات فضای کسب و کار در ایران به طور عام و در کلان‌شهر تهران به طور خاص است. اهمیت مورد اخیر در نسبت آن با فرصت‌زایی و یا مانع‌تراشی بر سر راه رشد فعالیت‌های کارآفرینانه از جمله در حوزه کارآفرینی اجتماعی است.

در بررسی پیرامون شرایط علی اثرگذار بر پدیده فوق‌الذکر، نتایج مؤید اثرگذاری قابل توجه عواملی؛ هم‌چون نوع مدیریت حاکم بر سازمان، کیفیت منابع انسانی، ماهیت ساختار سازمانی و فرهنگ حاکم بر سازمان بوده است. در این ارتباط سبک مدیریتی تحول‌خواه، وجود نیروی انسانی آموزش‌دیده و باتجربه، انعطاف‌پذیری و چابکی کافی در ساختار سازمانی و در نهایت، حاکمیت اخلاق حرفه‌ای و روحیه کارآفرینی در فرهنگ جاری سازمان توانسته‌اند زمینه رخداد پدیده مرکزی شناسایی شده را فراهم آورند. در عین حال، سه عامل مهم دیگر در قالب شرایط مداخله‌گر بر پدیده مورد نظر اثرگذار بوده‌اند. نخست، «موازی‌کاری» در بین نهادها و سازمان‌های فعال در راستای

توان‌مهندسازی جامعه هدف که در صورت عدم تلاش برای تبدیل آن به هم‌گرایی و هم‌افزایی، موجب ایجاد ابهام و عدم شفافیت در اقدامات می‌شود. دوم، «تغییرات مدیریتی» در درون سازمان و یا سازمان‌های مرتبط که ثبات در تصمیمات و برنامه‌ها را با مشکل مواجه می‌سازد و در نهایت، «نوسانات اقتصادی» که طرح‌های کارآفرینانه و نیز هدف‌گذاری‌ها در زمینه بعد اقتصادی توان‌مندی را با چالش‌های جدی مواجه می‌سازد.

علاوه بر شرایط علی و مداخله‌ای، رخداد پدیده مورد بحث، ملازم با استفاده از راهبردهایی بوده است که شامل «فعال‌سازی منابع راکد»، «مخاطب‌محوری در برنامه‌ها و اقدامات»، «تعامل پیوسته بین‌ذی‌نفعان»، «تولی‌گری به جای تصدی‌گری»، «درگیری کارآفرینان اقتصادی در کارآفرینی اجتماعی» و «بازاندیشی مداوم در برنامه‌ها و اقدامات» می‌شود. مبنای عمل قرارگرفتن این راهبردها، مورد مطالعه را بیش از پیش به یک مدل کارآفرینی اجتماعی نزدیک ساخته است. در نهایت، نتایج بررسی‌ها پیرامون تجربیات سازمان مورد مطالعه، به شناسایی سه پیامد اصلی برای رخداد پدیده مرکزی؛ یعنی توان‌مهندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی به مثابه یک رویکرد سازمانی منجر شده است که عبارت از «توان‌مهندسازی مقتصدانه»، «توان‌مهندسازی باثبات» و «توان‌مهندسازی متقابل» بوده‌اند.

علی‌رغم تفاوت در هدف‌گذاری‌ها و در نتیجه، ماحصل تجربیات مختلف در قالب مدل‌های کارآفرینی اجتماعی و یا به طور مشخص‌تر، الگوهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی برای توان‌مهندسازی، روح کلی حاکم بر دستاوردهای چنین اقدامات و تجربیاتی با یک‌دیگر مشابهت‌های فراوان دارد؛ برای نمونه، تجربه مورد مطالعه توسط اوگانیمی (۲۰۱۲) در نیجریه که پیش‌تر مورد بررسی قرار گرفت به نوعی، در نتایج نهایی و پیامدهای اصلی با آنچه در این تحقیق به دست آمده است، هم‌خوانی دارد.

به علاوه، بسیاری از وجوه سازمان مورد مطالعه با آنچه در مباحث نظری مرتبط پیرامون ویژگی‌ها و بایسته‌های فعالیت‌ها در حوزه کارآفرینی اجتماعی آمده است، مطابقت دارد. فعالیت این سازمان مطابق با آنچه در نظریه دیز (۲۰۰۱) آمده است، عمدتاً مبتنی بر اتخاذ مأموریت جهت ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی، نوآوری در این زمینه و شناسایی فرصت‌های نادیده‌گرفته‌شده،

به‌ویژه در ارتباط با احیای منابع راکد در سازمان بوده است. در این تجربه سازمانی تلاش شده است تا توجه هم‌زمان به خلق ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی صورت گیرد که در بسیاری از تعاریف و نظریات کارآفرینی اجتماعی (میر و مارتی، ۲۰۰۶؛ زبروسکی، ۲۰۰۹ و ماسیتی، ۲۰۰۸) بر آن تأکید شده است.

همچنین، از حیث اولویت اتخاذ شده برای بعد اقتصادی در برابر بعد اجتماعی و نیز ماهیت انتفاعی یا غیرانتفاعی فعالیت‌ها مطابق آنچه در مدل ماسیتی (۲۰۰۸) مورد بحث قرار گرفت، فعالیت‌های سازمان مورد مطالعه را می‌توان از یک سو دارای اولویت اجتماعی در هدف‌گذاری و مستلزم کسب سود از سوی دیگر دانست. هرچند شکل تعریف رابطه بین سه ضلع سازمان، کارآفرین (در مقام مؤسس و بهره‌بردار واحدهای اقتصادی) و زنان سرپرست خانوار (به عنوان جامعه هدف) در برنامه توان‌مندسازی به گونه‌ای بوده است که عمده‌تأ به‌رهمندی برندگان از این سودآوری خود سازمان نیست؛ بلکه دو ضلع دیگر؛ یعنی کارآفرینان و زنان سرپرست خانوار باشند.

از سوی دیگر، به نظر می‌رسد در روند طی شده در سازمان مورد مطالعه به نوعی، آزمون و خطا وجود داشته است. این موضوع به‌ویژه در قیاس بین مراحل مختلف این روند با فرآیند ترسیم شده در مدل گوکلو، دیز و اندرسون (۲۰۰۲) بیشتر آشکار می‌شود. در عین حال، در یک ارزیابی کلی می‌توان گفت در عمل، سهم عمده‌ای از دستاوردهای حاصل از هدف‌گذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات صورت گرفته به آنچه محققان مذکور و برخی دیگر از اندیشمندان حوزه کارآفرینی اجتماعی با عنوان «اثرگذاری اجتماعی» از آن یاد کرده‌اند، منجر شده است.

#### کتاب‌نامه

۱. بازاریار، ف. (۱۳۹۰). شناسایی الگوی توسعه کارآفرینی اجتماعی در مؤسسات خیریه شهر تهران. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران. تهران، ایران.
۲. جعفری مهتاش، م. (۱۳۸۵). بررسی تأثیر خدمات کمیته امداد بر توان‌مندسازی زنان سرپرست خانوار. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم اجتماعی دانشگاه تهران. تهران، ایران.
۳. رحمانی، م.؛ زند رضوی، س.؛ ربانی، ع. و ادیبی، م. (۱۳۸۷). نقش اعتبارات خرد در توان‌مندسازی زنان:

- مطالعه موردی روستای پشت رود بم. فصلنامه مطالعات اجتماعی روا شناختی زنان، ۱ (۱۸)، ۱۳۲-۱۰۵.
۴. شهرداری تهران. (۱۳۹۲). گزارش عملکرد هفت‌ساله ستاد توان‌مندسازی زنان سرپرست خانوار (گزارش داخلی و منتشر نشده در تاریخ مراجعه). تهران، ایران.
۵. فلیک، ا. (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. (ه. جلیلی، مترجم). چاپ اول. تهران: نشر نی.
۶. کبیر، ن. (۱۳۸۹). تأملی در سنجش قدرت‌مندشدن زنان: منابع، عاملیت، دستاوردها. (ف. مه صادقی، مترجم). مقاله مندرج در کتاب *توان‌مندی زنان: نقادی بر رویکردهای رایج توسعه*. (ا. خاتم، مترجم). تهران: نشر آگه.
۷. مالوتره، آ؛ بوندر، ک. و شولر، س. ر. (۱۳۸۹). سنجش توان‌مندی زنان به عنوان یک متغیر در توسعه بین‌المللی. (ه. مداح و ف. محمدی، مترجمان). مقاله مندرج در کتاب *توان‌مندی زنان: نقادی بر رویکردهای رایج توسعه*. (ا. خاتم، مترجم). تهران: نشر آگه.
۸. محمدمرادی، ب. (۱۳۸۹). بررسی اثرات برنامه‌های اتحادیه‌های فرش‌بافان شهرستان جوانرود بر توان‌مندسازی زنان روستایی (مطالعه موردی: زنان قالیباف روستاهای صفی آباد، بیاشوش و زلان). پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم اجتماعی دانشگاه تهران. تهران، ایران.
- . مرکز آمار ایران. (۱۳۹۲). *گزارش سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۰*. تهران: مرکز آمار ایران.
10. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.
11. Bauer-Leeb, M., & Lundqvist, E. (2011). *Social entrepreneurs and business angels – a quest for factors facilitating business relationships* UÜiiii iii d eeeeees ..... .. eeee eeeee eeeeeerr e,, ee aaeett for Management and Economics° Danube Business School, Vienna/ Haslau, Austria.
12. Dees, J. G. (2001). *The meaning of social entrepreneurship*. Retrieved at <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>
13. Fram, S. M. (2013). The constant comparative analysis method outside of grounded theory. *The Qualitative Report*, 18(1), 1-25.
14. Glaser, B. G. (2002). Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 1(2), 23-38.

15. Goulding, C. (2005). Grounded theory, ethnography and phenomenology: A comparative analysis of three qualitative strategies for marketing research. *European journal of Marketing*, 39(3/4), 294-308.
16. Guclu, A., Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2002). *The process of social entrepreneurship: Creating opportunities worthy of serious pursuit*. Durham, NC: Center for the Advancement of Social Entrepreneurship.
17. Heath, H., & Cowley, S. (2004). Developing a grounded theory approach: a comparison of Glaser and Strauss. *International Journal of Nursing Studies*, 41(2), 141-150.
18. Kabeer, N. (2003). *Gender mainstreaming in poverty eradication and the millennium development goals: A handbook for policy-makers and other stakeholders*. London: Commonwealth Secretariat.
19. Karlberg, F., & Ryberg, S. (2007). *An explorative journey in understanding social entrepreneurship*. Lund University, Lund, Sweden. Retrieved from <http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/1349585>.
20. .. tttt aa ,, & Srrrrr r S. R. 5555555W eeeee eee tt as a Variable in International Development , Translated by (H. Maddah & F. Mohammadi,. . Article published in *Empowering Women: Criticisms on the popular approaches to development*, translated by A. Khatam et al, Tehran, Iran, Agah.
21. Massetti, B. L. (2008). *The social entrepreneurship matrix as a "tipping point" for economic change*. Presented at the First International Conference on Social Entrepreneurship, Systems Thinking, & Complexity. Adelphi University, New York, the United States.
22. Mayoux, L. (2005). *Women's empowerment through sustainable microfinance: Rethinking 'Best Practice'*. Retrieved from: <http://lib.icimod.org/record/12082/files/3849.pdf>.
23. Mustafa, Z., & Ismailov, N. (2008). *Entrepreneurship and Microfinance-a tool for empowerment of poor-Case of Akhuwat, Pakistan*. .. rrrraannneeeeee eeeeeeaa rrrra,, Sweden.
24. Ogunyemi, K. (2012). A social entrepreneurial model from Nigeria. *Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1(1). 137-148.
25. Sadan, E. (2004). *Empowerment and community planning* (R. Flantz, Trans.). Retrieved from: [www.mpow.org/elisheva\\_sadan\\_empowerment.pdf](http://www.mpow.org/elisheva_sadan_empowerment.pdf).

26. Seelos, C., Mair, J., Battilana, J., & Dacin, M. T. (2010). *The embeddedness of social entrepreneurship: Understanding variation across local communities*. Retrieved from: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0858-E.pdf>.
27. Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. New York, NY: Sage.
28. Suddaby, R. (2006). From the editors: What grounded theory is not. *Academy of management journal*, 49(4), 633-642.
29. Tessema, F. (2007). *The contribution of social entrepreneurship in making sustainable development happen in Africa* (Unpublished MISP thesis), Alma Mater Studiorum University Di Bologna, Bologna, Italy.
30. Yaron, G., & Dudwick, N. (October, 2008). Measuring empowerment. A Mixed Method Diagnostic Tool for Measuring Empowerment in the Context of Social Safety Net Provision in Bangladesh. Presented at UN WIEER tttt trrf ff vvvrrty Alll yii ffff ffcce, Helsinki, Finland.
31. Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O., & Hayton, J. C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117-131.
32. Zebrowski, R. L. (2009). *Social Entrepreneurship as a New Paradigm: Rethinking development intervention ideologies* (Unpublished doctoral dissertation). University of Oregon, Oregon, the US.