



Islamic Social Capital in Promoting Social Entrepreneurship: A Conceptual Framework Based on a Systematic Review

Ali Mobini Dehkordi¹ | Ahmadreza Parsai Chirani^{2*}

1. Department of Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: mobini@ut.ac.ir

2. Corresponding Author, Department of Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: ahmadreza.parsa@ut.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Article

Article History:

Received: September 24, 2025

Revised: November 24, 2025

Accepted: December 03, 2025

Published online: February 23, 2026

Keywords:

Social capital,
Religious social capital,
Social entrepreneurship,
Islamic social capital.

ABSTRACT

Although the importance of social entrepreneurship continues to grow, the impact of religious social capital on its development—particularly in Islamic societies—remains underexplored. Existing theoretical frameworks are incomplete in explaining how religious norms, networks, and values collectively drive entrepreneurial behavior. This study aims to fill this theoretical gap by explaining how Islamic social capital, with its distinctive components and mechanisms, such as religious trust and faith-based networks, promotes social entrepreneurship within Islamic contexts. The research is fundamental in nature and adopts a qualitative systematic review combined with qualitative content analysis of 36 selected articles from the Scopus and SID databases published between 2016 and 2024. The analysis followed a three-stage coding process (open, axial, and selective) using an inductive approach to extract the main dimensions and mechanisms of Islamic social capital directly from the literature. Findings reveal that Islamic social capital serves as a multidimensional enabler of social entrepreneurship. Its main components include religious trust, reciprocal norms, shared Islamic values, and faith-based networks. This capital facilitates entrepreneurial processes by (1) enabling opportunity recognition through Maqasid al-Shariah; (2) mobilizing faith-based resources via institutionalized Shariah instruments (*waqf and zakat*); (3) enhancing social legitimacy through moral endorsement by religious institutions; and (4) strengthening entrepreneurs' spiritual resilience (*tawakkul*). Islamic institutions reinforce these mechanisms. By proposing an integrated conceptual model, this study addresses the identified theoretical gap and highlights the crucial role of Islamic social capital as a foundational driver of social entrepreneurship in Islamic societies.

Cite this article: Mobini Dehkordi, A. & Parsai Chirani, A. (2026). Islamic Social Capital in Promoting Social Entrepreneurship: A Conceptual Framework Based on a Systematic Review. *Social Capital Management*. 13 (1), 1-17. <http://doi.org/10.22059/jscm.2025.402622.2628>



© Authors retain the copyright and full publishing rights.
DOI: <http://doi.org/10.22059/jscm.2025.402622.2628>

Publisher: University of Tehran Press.



سرمایه اجتماعی اسلامی در ترویج کارآفرینی اجتماعی: یک چارچوب مفهومی مبتنی بر مرور نظام‌مند

علی مبینی دهکردی^۱ | احمدرضا پارسای چیرانی^{۲*}

۱. گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: mobini@ut.ac.ir

۲. نویسنده مسئول، گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: ahmadreza.parsa@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۹/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۲/۰۴

کلیدواژه:

سرمایه اجتماعی،
سرمایه اجتماعی اسلامی،
سرمایه اجتماعی دینی،
کارآفرینی اجتماعی.

اگرچه اهمیت کارآفرینی اجتماعی همچنان در حال افزایش است، تأثیر سرمایه اجتماعی دینی بر توسعه آن، به‌ویژه در مورد جوامع اسلامی، کمتر بررسی شده است. چارچوب‌های نظری موجود در تبیین اینکه چگونه هنجارها و شبکه‌ها و ارزش‌های دینی، به صورت جامع، به کنش کارآفرینانه می‌انجامد کامل نیستند. هدف اصلی این پژوهش پر کردن این شکاف نظری و تبیین چگونگی تأثیر سرمایه اجتماعی اسلامی با مؤلفه‌ها و سازکارهای متمایز خود (مانند اعتماد دینی و شبکه‌های ایمانی) بر ترویج کارآفرینی اجتماعی در جوامع اسلامی است. پژوهش حاضر بر حسب هدف بنیادی است و بر حسب گردآوری اطلاعات با روش کیفی مرور نظام‌مند و تحلیل محتوای کیفی بر ۳۶ مقاله منتخب از پایگاه‌های اسکوپوس و اس‌ای‌دی بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۴ انجام شد. تجزیه و تحلیل محتوای کیفی از طریق فرایند کدگذاری سه‌گانه (باز، محوری، انتخابی) و با رویکرد استقرایی انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد سرمایه اجتماعی اسلامی یک عامل توانمندساز چندبعدی برای کارآفرینی اجتماعی در سطوح مختلف است. مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی دینی شامل اعتماد دینی، هنجارهای متقابل، ارزش‌های مشترک اسلامی، و شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر ایمان است. این سرمایه از طریق سازکارهایی چون تسهیل شناسایی فرصت‌ها با لنز مقاصد الشریعه، بسیج منابع مبتنی بر ایمان از طریق ابزارهای نهادینه‌شده شریعت (وقف و زکات)، افزایش مشروعیت اجتماعی از طریق تأیید اخلاقی نهادهای دینی، و تقویت تاب‌آوری معنوی (توکل) کارآفرینان فرایند کارآفرینی اجتماعی را تسهیل می‌کند. نهاد‌های اسلامی این سازکارها را تقویت و نهادینه می‌کنند. نهایتاً با ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه به شکاف موجود پاسخ داده شد.

استناد: مبینی دهکردی، علی و پارسای چیرانی، احمدرضا (۱۴۰۵). سرمایه اجتماعی اسلامی در ترویج کارآفرینی اجتماعی: یک چارچوب مفهومی مبتنی بر مرور نظام‌مند. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۱۳ (۱) ۱۷-۱. <http://doi.org/10.22059/jscm.2025.402622.2628>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© نویسندگان.



DOI: <http://doi.org/10.22059/jscm.2025.402622.2628>

مقدمه

در جوامعی که دین نیروی اجتماعی غالب است کارآفرینی اجتماعی ابزاری قدرتمند برای پرداختن به چالش‌های جامعه محسوب می‌شود. پیشینه موجود به طور فزاینده تأیید می‌کند که سرمایه اجتماعی دینی، به‌ویژه در بستر اسلام، می‌تواند فعالیت‌های کارآفرینانه را برانگیزد و حمایت کند (Alemayehu et al., 2023; Smith et al., 2019) و به عنوان یک منبع الهام برای کارآفرینان عمل کند و به توسعه پایدار کمک کند (Mirza Khani et al., 2023). همچنین سرمایه اجتماعی دینی پیوندهای اجتماعی قوی را تقویت می‌کند که این موضوع در چارچوب‌های کارآفرینی اجتماعی اسلامی مشهود است (Yasmeen, 2024). با این حال، این بدنه رو به رشد پیشینه با یک محدودیت نظری اساسی روبه‌رو است: پژوهش‌ها عمدتاً توصیفی باقی مانده‌اند و در تبیین فرایند تبدیلی، که دارایی‌های نامشهود دینی (مانند باورها و شبکه‌ها) را به خروجی‌های کارآفرینانه ملموس (مانند خلق ارزش اجتماعی) تبدیل می‌کند، قاصرند. به عبارت دیگر، شکاف اصلی در دانش ما فقدان یک مدل مفهومی یکپارچه است که نشان دهد چگونه ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی دینی (ساختاری، شناختی، رابطه‌ای) به صورت پویا با یکدیگر تعامل می‌کنند و سازکارهای مشخصی را برای تسهیل مراحل مختلف فرایند کارآفرینی اجتماعی (از نیت تا اجرا و پایداری) فعال می‌کنند. این پژوهش با هدف گشودن این «فرایند پنهان» انجام شده است.

این مقاله از طریق یک رویکرد بازنگری نظام‌مند کیفی به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی است: سرمایه اجتماعی اسلامی، با مؤلفه‌ها و سازکارهای خاص خود، چگونه به ترویج و توسعه کارآفرینی اجتماعی در جوامع اسلامی کمک می‌کند؟ بر این اساس، این پژوهش در پی دستیابی به سه هدف اصلی است: الف) ارائه یک طبقه‌بندی جامع از ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اسلامی؛ ب) تبیین سازکارهای کلیدی تأثیرگذاری آن؛ ج) شناسایی چالش‌ها و محدودیت‌ها در بهره‌گیری از این سرمایه. در ادامه مبانی نظری مرور و روش‌شناسی ارائه و یافته‌ها تحلیل می‌شوند. در نهایت، بحث و مسیرهای پژوهش آینده ترسیم می‌شود.

پیشینه موضوع

کارآفرینی اجتماعی و اهمیت بستر

کارآفرینی اجتماعی به استفاده از روش‌های نوآورانه کسب‌وکار برای حل پایدار مشکلات اجتماعی اطلاق می‌شود (Sampson, 2011) که در آن شاخص اصلی موفقیت نه سودآوری مالی بلکه تأثیر اجتماعی مثبت و قابل اندازه‌گیری است (Saebi et al., 2019; Wipo, 2024). مطالعات اخیر به طور فزاینده بر این نکته تأکید دارند که کارآفرینی یک پدیده درهم‌تنیده با شرایط اجتماعی و فرهنگی است و نمی‌توان آن را جدا از هنجارها و نهادها و منابع فرهنگی یک جامعه تحلیل کرد (Bacq & Lumpkin, 2020). در این میان، سرمایه اجتماعی یک عامل زمینه‌ای کلیدی شناخته می‌شود.

سرمایه اجتماعی: تحول آن در بستر دین

سرمایه اجتماعی به منابعی اطلاق می‌شود که در ساختار روابط اجتماعی نهفته‌اند (Toyon, 2021). نظریه‌های بنیادین بورديو، کلمن، و پاتنام بر نقش تعاملات اجتماعی شامل اعتماد، تعهدات، و هنجارهای متقابل و منابعی که در شبکه‌های اجتماعی افراد یا گروه‌ها ریشه دارد و همچنین بر نقش اعتماد و هنجارهای متقابل در تسهیل کنش جمعی تأکید دارند (Mikiewicz, 2021; Vera-Toscano et al., 2013). با این حال، این چارچوب‌های عمدتاً سکولار در تبیین قدرت انگیزشی و هنجاری منحصربرفرد سرمایه اجتماعی دینی، که صرفاً یک شبکه نیست بلکه نظامی از ارزش‌های مقدس و تعهدات اخلاقی است، ناتوان هستند.

سرمایه اجتماعی دینی زیرمجموعه سرمایه اجتماعی است که منابع آن از مشارکت در جوامع و نهادهای دینی نشئت می‌گیرد. این نهادها (مانند مساجد و کلیساها)، با فراهم آوردن فضایی برای تعاملات منظم، شبکه‌های متراکمی از اعتماد را شکل می‌دهند (Nurdin et al., 2021). ویژگی کلیدی این نوع سرمایه وجود یک چارچوب ارزشی قدرتمند (مانند مسئولیت در قبال هم‌نوع) است که انگیزه‌هایی فراتر از منطق نفع شخصی فراهم می‌آورد (Junaidi et al., 2024). سرمایه اجتماعی دینی ابعاد گوناگونی دارد که به طور قابل توجهی به بافت اجتماعی جوامع کمک می‌کند. مؤلفه‌ها و ویژگی‌های منحصربرفرد آن - مانند عضویت

داوطلبانه، ارزش‌های مشترک، مشارکت متقابل- آن را به منبعی قدرتمند برای تقویت اعتماد، حمایت از اقدامات کارآفرینانه، و ترویج سلامت و رفاه در جوامع تبدیل می‌کند.

سرمایه اجتماعی اسلامی: ویژگی‌ها و نمایها

سرمایه اجتماعی اسلامی زیرمجموعه‌ای از سرمایه اجتماعی دینی است. اما این سرمایه نه تنها بر ارزش‌های کلی دینی، بلکه بر آموزه‌ها و ابزارهای مشخص شریعت استوار است. تفاوت‌های کلیدی سرمایه اجتماعی اسلامی در مقایسه با سرمایه اجتماعی دینی در مؤلفه‌های منحصربه‌فرد، مانند زکات و آموزه‌های اسلامی، دامنه مختص اسلام، و پیامدهایی مانند شبکه‌های تجاری قوی‌تر مشاهده می‌شود. هر دو بر اعتماد و شبکه در جوامع ایمانی تأکید دارند. تمایز آن‌ها در چند محور کلیدی قابل بررسی است: نخست، در منبع هنجارها؛ درحالی‌که سرمایه اجتماعی دینی عام است و بر اخلاق کلی تأکید دارد، سرمایه اجتماعی اسلامی مستقیماً از چارچوب‌های الزام‌آور فقهی و به‌ویژه مقاصد الشریعه به عنوان نقشه راه رفاه عمومی نشئت می‌گیرد (Asutay & Harningtyas, 2015). دوم، در سازکارهای نهادی؛ سرمایه اجتماعی اسلامی دارای ابزارهای اقتصادی- اجتماعی نهادینه‌شده و منحصربه‌فردی چون وقف و زکات است که بسیج منابع را به یک سیستم ساختاریافته و پایدار تبدیل می‌کند (Wibowo et al., 2022). سوم، در جامعیت؛ آموزه‌های اسلامی یک چارچوب کامل برای رویه‌های کسب‌وکار و مسئولیت اجتماعی فراهم می‌آورند که تضمین‌کننده پایداری اخلاقی بنگاه است (Pananjung et al., 2023). این تمایزها پیامدهای عملی مستقیمی برای شکل‌گیری و پایداری کارآفرینی اجتماعی در این جوامع دارند.

چارچوب ارزشی اسلامی و هم‌سویی با کارآفرینی اجتماعی

فلسفه حاکم بر قوانین اسلامی «مقاصد الشریعه» است که هدف نهایی آن حفظ و ارتقای رفاه عمومی از طریق حفاظت از پنج حوزه اساسی است: دین، جان، عقل، نسل، مال (Asutay & Harningtyas, 2015). این مقاصد یک نقشه راه برای توسعه انسانی پایدار و تعریفی بومی از «ارزش اجتماعی» برای کارآفرین مسلمان فراهم می‌کنند. در کنار این اهداف کلی، اصولی مانند عدالت (مبارزه با نابرابری)، احسان (فراتر رفتن از وظیفه برای نیکی)، و امانت (مسئولیت در برابر منابع) رفتار اقتصادی را تنظیم می‌کنند (Yasmeen, 2024). با این حال، این چارچوب ارزشی را با تعریفی که از کارآفرینی اجتماعی ارائه شد با ابعاد کارآفرینی اجتماعی مقایسه می‌کنیم. همان‌طور که در جدول ۱ دیده می‌شود یک هم‌سویی مستقیم و قدرتمند بین این دو وجود دارد.

جدول ۱. تطبیق ارزش‌های بنیادین اسلامی با ابعاد کارآفرینی اجتماعی

ارزش اسلامی	مفهوم کلیدی	نقش محوری در کارآفرینی اجتماعی
مقاصد الشریعه	نقشه راه برای رفاه انسانی	چارچوب راهبردی: تعریف ارزش اجتماعی و شناسایی فرصت‌ها
عدالت	مبارزه با نابرابری و بی‌عدالتی	مأموریت: مبارزه با نابرابری و توانمندسازی گروه‌های محروم
احسان	فراتر رفتن از وظیفه برای انجام دادن نیکی	انگیزه: خلق راه‌حل‌های نوآورانه و پایدار فراتر از وظیفه
امانت و مسئولیت	منابع به عنوان یک امانت برای خدمت به جامعه	بنیان اخلاقی: تبدیل مهارت فردی به یک مسئولیت اجتماعی

در نتیجه، این چارچوب ارزشی نه تنها افراد را به انجام دادن کارهای خیر تشویق می‌کند، بلکه به آن‌ها یک چراغ راهنما و یک موتور انگیزشی قدرتمند برای ورود به عرصه کارآفرینی اجتماعی می‌دهد و توضیح می‌دهند که چرا سرمایه اجتماعی در بستر اسلامی پتانسیل آن را دارد که فراتر از یک شبکه حمایتی صرف عمل کند و به یک کاتالیزور برای تحول اجتماعی پایدار تبدیل شود.

پیشینه پژوهش

بررسی تحقیقات پیشین نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی اسلامی، به مثابه یک منبع استراتژیک، نقشی بنیادین در شکل‌گیری و توسعه و موفقیت کارآفرینی اجتماعی در جوامع مسلمان ایفا می‌کند. پژوهشگران بر این باورند که هم‌افزایی میان ارزش‌های دینی و پیوندهای اجتماعی بستری کارآمد برای پاسخگویی به چالش‌های اجتماعی و اقتصادی فراهم می‌آورد.

در وهله نخست، مطالعات بر نقش زیربنایی اخلاق و نیکوکاری اسلامی در تولید سرمایه اجتماعی تأکید دارند. بن‌سعيد^۱ و ماچوچه (۲۰۱۹) در مالزی نشان دادند که اخلاق اسلامی با تقویت اعتماد و همبستگی و عدالت سرمایه اجتماعی قدرتمندی ایجاد می‌کند که محرک اصلی ابتکارهای اجتماعی و مشارکت مدنی است. هم‌سو با این یافته‌ها، خان^۲ و همکارانش (۲۰۲۳) در پاکستان بیان کردند که ترکیب نیکوکاری اسلامی با کارآفرینی اجتماعی، از طریق بسیج منابع خیریه و اعتماد عمومی، به سازمان‌های داوطلبانه اجازه می‌دهد تا نابرابری‌ها را کاهش دهند و عدالت اجتماعی را محقق سازند.

در بُعد عملیاتی و مدیریت بحران، سرمایه اجتماعی اسلامی نقش حیاتی در تاب‌آوری و بسیج منابع دارد. نوردین^۳ (۲۰۲۴) در بررسی سازمان‌های ایمان‌محور اندونزی دریافت که موفقیت در بازیابی پس از بلایا وابسته به توانایی این سازمان‌ها در فعال‌سازی سه نوع سرمایه اجتماعی (پیوندی، پل‌زننده، ارتباطی) است که با شناخت تسهیلگران بومی و حساسیت‌های فرهنگی ممکن می‌شود. همچنین، نیرزالین^۴ و فبریان (۲۰۲۰) نشان دادند که اعتماد و پیوندهای مذهبی می‌توانند همچون نیروی محرکه برای کنش جمعی و مبارزه با معضلات اجتماعی (مانند مواد مخدر) در سطح محلی عمل کنند.

فراتر از انسجام اجتماعی، سرمایه اجتماعی دینی ابزاری برای هویت‌سازی و کسب مزیت استراتژیک است. تلیس^۵ و مک‌آدام (۲۰۲۱) در پژوهش خود، درباره زنان کارآفرین لبنانی، اسلام را منبعی انعطاف‌پذیر معرفی کردند که به زنان کمک می‌کند بر ساختارهای مردسالارانه غلبه کنند و هویتی توانمند و معتبر برای خود بسازند. از سوی دیگر، ادلی^۶ (۲۰۲۳) در مصر و کرکبوسوگلو^۷ و سارگوت (۲۰۱۶) در ترکیه نشان دادند که شبکه‌های مذهبی با ایجاد اعتماد درون‌گروهی و مشروعیت به کارآفرینان امکان می‌دهند تا به منابع اقتصادی و موقعیت‌های مرکزی در شبکه‌های قدرت دست یابند؛ هرچند این امر ممکن است با چالش‌های ناشی از تعارضات ایدئولوژیک یا تنش با دولت همراه باشد.

در مجموع، می‌توان گفت سرمایه اجتماعی اسلامی از طریق مکانیسم‌های اعتماد، اخلاق، هویت، و شبکه‌سازی چارچوبی غنی برای ترویج کارآفرینی اجتماعی فراهم می‌کند که نه تنها به حل مسائل جامعه کمک می‌کند بلکه به توانمندسازی کنشگران در محیط‌های پیچیده منجر می‌شود.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش، با هدف دستیابی به یک سنتز جامع و نظری، رویکرد بازنگری نظام‌مند کیفی را برای بررسی و تحلیل مطالعات موجود در زمینه تأثیر سرمایه اجتماعی دینی اسلام بر پدیده کارآفرینی اجتماعی اتخاذ کرده است. روش‌شناسی مورد استفاده بر حسب هدف بنیادی است و بر حسب گردآوری اطلاعات کیفی با استفاده از متد مرور نظام‌مند و تحلیل محتوای موضوعی تعریف می‌شود. هدف اصلی پژوهش، فراتر از توصیف صرف، پاسخ به این پرسش کلیدی است که چگونه سرمایه اجتماعی اسلامی با مؤلفه‌ها و سازکارهای منحصر به فرد خود به ترویج کارآفرینی اجتماعی در بستر جوامع اسلامی کمک می‌کند. فرایند جست‌وجو و گزینش منابع بر اساس پروتکل‌های استاندارد مرور نظام‌مند طراحی شد. جست‌وجو برای یافتن مقالات منتشر شده بین ژانویه ۲۰۱۶ تا ژوئن ۲۰۲۴ در پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر بین‌المللی اسکوپوس و منطقه‌ای اس‌آی‌دی^۸ انجام گرفت. این محدوده زمانی با هدف تمرکز بر جدیدترین تحولات نظری و تجربی در این حوزه انتخاب شد. زیرا بررسی‌های اولیه نشان‌دهنده رشد قابل توجه تعداد مقالات مرتبط پس از سال ۲۰۱۶ بود و این امر امکان ارائه یک سنتز جامع از وضعیت فعلی دانش را فراهم می‌آورد. استراتژی جست‌وجو بر اساس ترکیب منطقی و نظام‌مند کلیدواژه‌های فارسی و انگلیسی در سه دسته اصلی (سرمایه اجتماعی اسلامی / دینی، کارآفرینی اجتماعی، بستر اسلامی) و با استفاده از عملگرهای بولین طراحی و اجرا شد. معیارهای ورود

1. Bensaid
2. Khan
3. Nurdin
4. Nirzalin
5. Tlaiss
6. Adly
7. Kirkbesoglu
8. SID

شامل مقالات علمی- پژوهشی و مقالات کنفرانسی داوری شده‌ای بود که به طور مستقیم و صریح به ارتباط این دو مفهوم در بستر جوامع اسلامی می‌پرداختند. بدین ترتیب که فرایند استخراج و سنتز داده‌ها بر اساس مراحل پنج‌گانه تحلیل محتوای کیفی و به صورت کاملاً نظام‌مند اجرا شد. در گام نخست، واحد تحلیل شامل متون کامل مقالات علمی بود که به طور مستقیم به ارتباط سرمایه اجتماعی اسلامی و کارآفرینی اجتماعی می‌پرداختند. سپس در مرحله آماده‌سازی داده‌ها فرایند جست‌وجو و انتخاب منابع مطابق پروتکل مرور نظام‌مند اجرا شد؛ طوری که از مجموع ۷۴۳ رکورد اولیه، پس از حذف ۱۹۵ مورد تکراری و غربالگری ۴۸۲ عنوان و چکیده، در نهایت ۶۶ مقاله برای بررسی متن کامل انتخاب شد که ۳۰ مورد از آن‌ها به دلایل روش‌شناختی و محتوایی کنار گذاشته شد و از میان آن‌ها ۳۶ مقاله که با معیارهای ورود پژوهش همخوانی داشت برای تحلیل نهایی در نظر گرفته شد. در سومین مرحله، یعنی کدگذاری و طبقه‌بندی داده‌ها، فرایند سه‌گانه کدگذاری باز و محوری و انتخابی با رویکردی استقرایی انجام شد تا مفاهیم، مقوله‌ها، و مضامین از دل داده‌ها استخراج شوند. در مرحله چهارم تحلیل و تفسیر مضامین انجام گرفت و مقوله‌های اصلی مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی اسلامی، سازکارهای اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی، و چالش‌های موجود بر اساس مقایسه مستمر و تحلیل عمیق روابط مفهومی استخراج شدند. نهایتاً، در مرحله پنجم، گزارش نویسی تحلیلی صورت گرفت و یافته‌ها در قالب مضامین و طبقات مفهومی و مدل نهایی پژوهش ارائه شدند؛ به گونه‌ای که مسیر شکل‌گیری مفاهیم از داده خام تا الگوی نهایی به صورت شفاف و قابل پیگیری گزارش شد. کیفیت روش‌شناختی مقالات منتخب با استفاده از ابزار استاندارد برنامه مهارت‌های ارزیابی انتقادی^۱ و توسط دو پژوهشگر به صورت مستقل ارزیابی شد. بر اساس این ارزیابی، ۲۸ مقاله (۸۰٪) دارای کیفیت بالا و ۷ مقاله (۲۰٪) دارای کیفیت متوسط تشخیص داده شدند که نشان‌دهنده استحکام و اعتبار مجموعه منابع مورد مطالعه است. به منظور تضمین دقت و اعتمادپذیری یافته‌ها، به روایی و پایایی تحلیل محتوا توجهی ویژه شد. روایی صوری^۲ کدگذاری از طریق مرور گسترده پیشینه‌های نظری و اعتبارسنجی مقولات استخراج‌شده توسط دو متخصص موضوعی تأمین شد. برای تضمین پایایی، به طور خاص، از روش پایایی بین کدگذارها روی ۱۰ درصد از مقالات (۴ مقاله) استفاده شد. محاسبه ضریب کاپای کوهن « $K=0/82$ » حاصل شد که بالاتر از آستانه پذیرفته‌شده (۰/۷) است و این مقدار نشان‌دهنده توافق بالا و قابل قبول بین کدگذاران و در نتیجه پایایی مناسب فرایند کدگذاری و تحلیل است.

یافته‌های پژوهش

توزیع مقالات بر اساس منطقه جغرافیایی و روش‌شناسی

از نظر جغرافیایی، پژوهش‌ها عمدتاً در جنوب شرقی آسیا (اندونزی و مالزی، ۵۵ درصد، ۱۹ مقاله) و جنوب آسیا (پاکستان و بنگلادش، ۲۵ درصد، ۹ مقاله) متمرکز شده‌اند. حضور کمتر مطالعات در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا با ۱۱ درصد (۴ مقاله) و در میان جوامع مسلمان غرب با ۹ درصد (۳ مقاله) نشان‌دهنده شکاف تحقیقاتی قابل توجهی است. این توزیع نشان می‌دهد یافته‌های فعلی عمدتاً بر اساس تجربیات جوامع اسلامی در آسیا شکل گرفته و نیاز به مطالعات بیشتر در منطقه خاورمیانه و در میان جوامع اقلیت مسلمان در غرب وجود دارد. از منظر روش‌شناسی، غلبه با مطالعات کیفی (۶۰ درصد، ۲۱ مقاله) است و پس از آن مطالعات کمی (۲۵ درصد، ۹ مقاله) و ترکیبی- مفهومی (۱۵ درصد، ۵ مقاله) قرار دارند.

یافته‌های حاصل از تحلیل محتوا

جدول ۲ چارچوب کدگذاری استفاده‌شده برای تحلیل و سنتز داده‌ها را نمایش می‌دهد. این چارچوب بر اساس سؤالات پژوهش و در سه دسته اصلی سازماندهی شده است. در مجموع متن ۳۶ مقاله مرور و حدود ۱۱۵ بخش معنادار کدگذاری شد. مثلاً در پاسخ به این سؤال که این ابعاد و مؤلفه‌ها چگونه بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارند، تحلیل محتوا بر شناسایی سازکارها و فرایندهای توصیف‌شده در مقالات متمرکز شد. به عبارت دیگر، بخش‌هایی از هر مقاله که به صورت مشخص به ارتباط یک مؤلفه از سرمایه اجتماعی (مانند شبکه‌های مسجدی) با یک مرحله یا خروجی از کارآفرینی اجتماعی (مانند شناسایی نیازهای جامعه یا بسیج منابع

1. critical appraisal skills programme (CASP)
2. face validity

داوطلبانه) می‌پرداختند به صورت جداگانه کدگذاری شدند. سپس این کدها در قالب سازکارهای کلان‌تر مانند «تسهیل شناسایی فرصت» یا «افزایش مشروعیت اجتماعی» با یک‌دیگر ترکیب و سنتز شدند. بنابراین، یافته‌های این بخش حاصل ترکیب و تلفیق تبیین‌های ارائه‌شده در ۳۶ مقاله منتخب است. نتایج نشان می‌دهد برخی مفاهیم مرکزیت بیشتری در مباحث دارند. مثلاً مفهوم «اعتماد مبتنی بر ایمان و اخلاق» با حدود ۲۴ تکرار پرتکرارترین کد باز بود که نشان‌دهنده نقش بنیادین آن است.

جدول ۲. جدول کدگذاری سه‌مرحله‌ای (باز، محوری، انتخابی)

منابع نمونه	نمونه‌ای از متن مقاله که کد را نمایندگی می‌کند	کد محوری	کد انتخابی
Nuridin, 2024; Nirzalin & Febriandi, 2020	به پیوندهای قوی در یک گروه نزدیک، مانند اعضای خانواده یا دوستان نزدیک، اشاره دارد که در جوامع اسلامی رایج است.	۱. بعد ساختاری: پیکربندی و فضاهای شبکه	۱. ابعاد و مؤلفه‌ها سرمایه اجتماعی دینی
Nuridin, 2024	سازمان‌های مبتنی بر ایمان اسلامی اغلب نقش مهمی در ایجاد پل بین بخش‌های مختلف جامعه ایفا می‌کنند.		
Bensaid & Machouche, 2019; Sulasmi & Agussani, 2021	آموزه‌های اسلامی و ارزش‌های اخلاقی بنیان شناختی سرمایه اجتماعی را در این جوامع تشکیل می‌دهند.	۲. بعد شناختی: چارچوب معنایی مشترک	
Shalihin et al., 2020	اعمال دینی منظم، مانند نمازهای یومیه، و شرکت در رویدادهای دینی، مانند رمضان، همبستگی اجتماعی و بشردوستی را تقویت می‌کند.		
Bensaid & Machouche, 2019	این باورهای مشترک اعتماد و همکاری و احساس هویت جمعی را ترویج می‌کنند که برای انسجام اجتماعی حیاتی هستند.		
(Shaver et al., 2018)	"اعتماد یک جزء اساسی همکاری است، افراد بیشتر احتمال دارد به کسانی که وابستگی‌های دینی مشترکی با آنها دارند، اعتماد کرده و با آنها همکاری کنند."		
(Mohammadi et al., 2020)	"ارزش‌های دینی-اسلامی از طریق همدلی به‌طور قابل‌توجهی بر نیت کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارند."	۳. بعد رابطه‌ای	
(Khan, 2020)	"در اسلام، اصول و ارزش‌هایی مانند 'تعاونوا علی البر و التقوی'... هنجارهای قوی برای همیاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایجاد می‌کنند."		
(Nuridin, 2024; Nuridin et al., 2021)	"مساجد، هیئات و تجمعات دینی، به عنوان فضاهایی برای گفت‌وگو و تبادل نظر، می‌توانند به کارآفرینان اجتماعی کمک کنند تا از 'دردهای' جامعه آگاه شوند."	۱. شناسایی فرصت	۲. سازوکارهای تأثیرگذاری بر کارآفرینی اجتماعی
(Nuridin, 2024; Nuridin et al., 2021)	نهادهای دینی مانند مساجد، صرفاً مکان‌هایی برای عبادت نیستند، بلکه به مثابه حسگرهای اجتماعی عمل می‌کنند.		
(Cnaan & Daniel Heist, 2018)	"نهادهای مذهبی می‌توانند به عنوان منابع حمایت اجتماعی برای اعضای خود عمل کنند، به ویژه در مواقع بحران."	۲. افزایش مشروعیت و پذیرش اجتماعی	
(Laallam et al., 2022)	"باورهای دینی می‌توانند نگرش افراد نسبت به استفاده از فناوری‌های جدید را شکل دهند."		
Pananjung et al., 2023	این اصول رویه‌های کسب‌وکار اخلاقی و مسئولیت اجتماعی را ترویج می‌کنند.		
Wibowo et al., 2022	بشردوستی اسلامی، شامل اعمالی مانند زکات و وقف، با پرداختن به نیازهای اجتماعی و ترویج توانمندسازی اقتصادی از کارآفرینی اجتماعی حمایت می‌کند.	۳. بسیج منابع	
Ghalwash & Ismail, 2022	بناگاه‌های اجتماعی اغلب از روابط با کارآفرینان محلی و اعضای جامعه برای غلبه بر محدودیت‌های منابع، به‌ویژه در اقتصادهای نوظهور، بهره می‌برند.		
Bandyopadhyay & Ray, 2022; Ayentimi et al., 2021	ایجاد شبکه‌ها و همکاری‌های قوی با ذی‌نفعان می‌تواند دسترسی به منابع غیر مالی ضروری را فراهم کند.		

ادامه جدول ۲.

منابع نمونه	نمونه‌ای از متن مقاله که کد را نمایندگی می‌کند	کد محوری	کد انتخابی
Hota et al., 2023	کارآفرینان اجتماعی اغلب در متعادل کردن مأموریت‌های اجتماعی خود با اهداف تجاری با دوره‌های اخلاقی مواجه می‌شوند.	۱. چالش‌های اخلاقی و عملیاتی	۳. چالش‌ها و محدودیت‌ها
Alemayehu et al., 2023	اطمینان از اینکه رویه‌های کسب‌وکار به این اصول پایبند هستند و در عین حال به اهداف اجتماعی و اقتصادی دست می‌یابند می‌تواند چالش‌برانگیز باشد.		
Fox & Breslawski, 2023	حمایت دولت از دین ممکن است مشروعیت دولت را کاهش دهد. زیرا این حمایت می‌تواند به کاهش پویایی دینی و کنترل دولت بر دین منجر شود.	۲. چالش‌های نهادی و ساختاری (تعاملات بیرونی)	
Hassan et al., 2019	نهادهایی که فاقد ویژگی‌های عدالت، جهانی بودن، و توانایی تقسیم قدرت هستند ممکن است به توسعه سرمایه اجتماعی آسیب برسانند.		
Abdul Hamid et al., 2019	اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی به دلیل پیچیدگی و تنوع آن دشوار است.	۳. رویه تاریک سرمایه اجتماعی	
Baycan & Öner, 2023	کارآفرینان ممکن است تحت فشار قرار گیرند برای حفظ این روابط یا پاسخگویی؛ که این امر می‌تواند منجر به از دست دادن تمرکز بر اهداف اصلی کسب‌وکار شود.		
Suryadi et al., 2023	شبکه‌هایی که بیش از حد همگون هستند می‌توانند به تفکر گروهی منجر و مانع نوآوری و کشف فرصت‌های جدید شوند.		

در ادامه به تشریح هر یک از مفاهیم به دست آمده پرداخته شده است.

ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی اسلامی مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی

سرمایه اجتماعی اسلامی از سه بعد کلیدی قابل تحلیل است: ساختاری، شناختی، رابطه‌ای. بعد ساختاری شامل سرمایه پیونددهنده^۱ برای حمایت درون گروهی (Nuridin, 2024; Nirzalin & Febriandi, 2020)، سرمایه پل‌زننده^۲ برای تسهیل اشتراک منابع بین گروه‌ها (Nuridin, 2024)، و سرمایه متصل‌کننده^۳ برای ایجاد ارتباط با نهادهای رسمی است (Maxwell & Taylor, 2014). در نتیجه، این سه مؤلفه ساختاری در کنار هم یک اکوسیستم حمایتی چندلایه برای کارآفرین اجتماعی فراهم می‌کنند که هم پشتیبانی عمیق و مبتنی بر اعتماد از درون جامعه (پیونددهنده) هم دسترسی حیاتی به منابع و قدرت در خارج از آن (پل‌زننده و متصل‌کننده) را تضمین می‌کنند. بعد شناختی سرمایه اجتماعی اسلامی بر پایه باورها و اعمال مشترک (مانند نماز و رمضان) استوار است که با ایجاد هویتی جمعی چارچوبی برای اعتماد و همکاری فراهم می‌کند (Bensaid & Machouche, 2019; Sulasmi & Agussani, 2021). بنابراین، بعد شناختی به مثابه تار و پود فکری جامعه عمل می‌کند که باورهای مشترک را به یک وجدان جمعی و چارچوبی قابل پیش‌بینی برای همکاری‌های اجتماعی و اقتصادی تبدیل می‌کند. بعد رابطه‌ای سپس این چارچوب را فعال می‌کند. این بعد از طریق اعتماد، عمل متقابل، و داوطلبی باورهای مشترک را به کنش‌های ملموس و ظرفیت حل مسئله جمعی تبدیل می‌کند (Maxwell & Taylor, 2014). به طور خلاصه، مؤلفه‌های کلیدی سرمایه اجتماعی دینی در جوامع اسلامی شامل سرمایه اجتماعی پیونددهنده، پل‌زننده، و متصل‌کننده قوی است که با باورها و اعمال دینی مشترک، اعتماد، و مشارکت فعال اجتماعی پشتیبانی می‌شود. این عناصر به طور جمعی انسجام اجتماعی، نوآوری اقتصادی، و تاب‌آوری جامعه را افزایش می‌دهند.

1. bonding social capital
2. bridging social capital
3. linking social capital

اعتماد دینی و اخلاقی: نقش اعتماد متقابل ناشی از ارزش‌های دینی در تسهیل همکاری‌ها

افرادی که به ادیان بزرگ جهانی پایبند هستند تمایل به نشان دادن سطوح بالاتری از ترجیحات اجتماعی مثبت، از جمله عمل متقابل مثبت و ایثار و اعتماد، دارند. این رفتارها برای حفظ همکاری حیاتی هستند (Daskalopoulou et al., 2023). این یک «اعتماد مبتنی بر ارزش‌ها» است که ریشه در تعهد مشترک به یک مرجع متعالی دارد و با کاهش قابل توجه ریسک‌های بین‌فردی همکاری در پروژه‌هایی با بازده اجتماعی بالا اما بازده مالی نامشخص را تسهیل می‌کند.

هنجارهای متقابل و همبستگی ایمانی: تأثیر اصول کمک‌رسانی، ایثار، همکاری

اسلام با اصول و ارزش‌هایی مانند «تعاونوا علی البر و التقوی» و تأکید بر حقوق همسایگان و فقرا و نیازمندان هنجارهای قوی برای همیاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایجاد می‌کنند. این هنجارها افراد را تشویق می‌کنند تا منابع و زمان و دانش خود را برای حل مسائل جامعه به اشتراک بگذارند؛ حتی اگر در کوتاه‌مدت بازده مالی مستقیم نداشته باشد (Khan, 2020). این اصول یک محیط هنجاری قدرتمند ایجاد می‌کنند که در آن رفتار جامعه‌پسند نه تنها تشویق بلکه یک وظیفه شرعی تلقی می‌شود و بدین ترتیب منبعی قابل اتکا و پایدار از منابع جمعی (زمان، دانش، ثروت) برای کارآفرینان اجتماعی فراهم می‌آورد.

ارزش‌های اسلامی و نقش آن‌ها در شکل دادن انگیزه‌ها و جهت‌گیری‌های کارآفرینان اجتماعی

یکی از تأثیرات ارزش‌های اسلامی بر کارآفرینی اجتماعی مسئولیت اجتماعی و همدلی است. ارزش‌های اسلامی از طریق تقویت همدلی، تعهد به عدالت اجتماعی، و وظیفه خدمت به خلق (امت) انگیزه‌های کارآفرینان اجتماعی را شکل می‌دهند. این چارچوب ارزشی تعریف موفقیت را از حداکثرسازی سود به خلق ارزش متبرک (برکت) تغییر می‌دهد؛ طوری که تأثیر اجتماعی و رضایت الهی به معیارهای اصلی دستاورد تبدیل می‌شوند (Ashraf, 2021; Mohammadi et al., 2020).

سازکارهای تأثیر سرمایه اجتماعی دینی بر مراحل کارآفرینی اجتماعی

اکنون به بررسی سازکارهایی می‌پردازیم که این ابعاد از طریق آن‌ها کارآفرینی اجتماعی را به پیش می‌برند.

شناسایی فرصت‌های اجتماعی: نقش سرمایه اجتماعی دینی در درک نیازهای جامعه و شناسایی خلاقانه راه‌حل‌های اجتماعی

ارزش‌های مشترک دینی (بعد شناختی) به کارآفرین کمک می‌کند تا یک مسئله اجتماعی را از منظر اخلاقی درک و تعریف کند؛ درحالی‌که قرار گرفتن در شبکه‌های اجتماعی (بعد ساختاری) او را در معرض نیازها و کمبودهای واقعی جامعه قرار می‌دهد. سرمایه اجتماعی دینی، با ایجاد شبکه‌های ارتباطی غنی و تقویت هنجارهای مشترک، این فرایند را به طور قابل توجهی تسهیل می‌کند. افراد در یک جامعه با سرمایه اجتماعی دینی بالا، به دلیل وجود اعتماد متقابل و احساس مسئولیت‌پذیری جمعی، تمایل بیشتری به به اشتراک‌گذاری اطلاعات در مورد مشکلات محلی و کمبودها و فرصت‌های بهبود دارند. از منظر ساختاری، نهادهای دینی، مانند مساجد و هیئت‌ها، صرفاً مکان‌هایی برای عبادت نیستند، بلکه به مثابه حسگرهای اجتماعی عمل می‌کنند (Nurdin, 2024; Nurdin et al., 2021). این فضاها با ایجاد تعاملات متراکم و چهره به چهره شبکه‌ای غنی برای تبادل اطلاعات درباره دردهای جامعه فراهم می‌آورند و به کارآفرینان بالقوه درکی مستقیم و بی‌واسطه از نیازهای واقعی می‌بخشند. بنابراین، شناسایی فرصت در این بستر نه یک فرایند صرفاً شناختی-تحلیلی بلکه یک کنش عمیقاً اجتماعی-معنوی است که در آن مشاهده نیاز با احساس مسئولیت در هم می‌آمیزد. این ارزش‌ها نه تنها انگیزه‌ای قوی برای حل مسائل اجتماعی ایجاد می‌کنند، بلکه می‌توانند به کارآفرینان در توسعه راه‌حل‌های بومی و فرهنگی مناسب برای چالش‌ها کمک کنند.

تسهیل دسترسی به منابع مالی و غیر مالی برای بنگاه‌های اجتماعی

بسیج منابع در بستر کارآفرینی اجتماعی اسلامی از منطق صرفاً معاملاتی فراتر می‌رود و وارد یک اقتصاد اخلاقی می‌شود که در آن

جریان منابع توسط ارزش‌های شناختی و پیوندهای رابطه‌ای سرمایه اجتماعی دینی هدایت می‌شود. این فرایند بر دو ستون استوار است: ابزارهای مالی نهادینه‌شده اسلامی و سرمایه انسانی برخاسته از ایمان جامعه. از یک سو، ابزارهایی چون وقف، زکات، و قرض الحسنه صرفاً تکنیک‌های تأمین مالی نیستند، بلکه سازکارهای نهادینه‌شده توزیع مجدد ثروت هستند که ریشه در تکلیف شرعی دارند (Wibowo et al., 2022). از سوی دیگر، منابع غیر مالی، مانند تخصص و زمان و دانش، نه از طریق استخدام رسمی، بلکه از طریق همبستگی ایمانی و شبکه‌های داوطلبانه بسیج می‌شوند (Bandyopadhyay & Ray, 2022). در این چارچوب، مشارکت افراد نه یک معامله هزینه-فایده بلکه یک عمل عبادی تلقی می‌شود. بنابراین، سرمایه اجتماعی اسلامی با فعال‌سازی این اقتصاد اخلاقی یک جریان پایدار و کم‌هزینه از منابع مالی و انسانی را برای کارآفرینان اجتماعی فراهم می‌آورد.

افزایش مشروعیت و پذیرش اجتماعی: نقش حمایت نهادهای دینی و اعتماد عمومی و قدرت تأیید اخلاقی

در جوامع اسلامی، مشروعیت یک بنگاه اجتماعی یک سازه اجتماعی-اخلاقی است که از سرمایه اجتماعی دینی نشئت می‌گیرد. این مشروعیت از دو طریق حاصل می‌شود: نخست، مشروعیت شناختی که از طریق هم‌سویی مأموریت بنگاه با ارزش‌های اسلامی (مانند عدالت و خدمت) به دست می‌آید و دوم، مشروعیت رابطه‌ای که از طریق تأیید نهادهای دینی مورد اعتماد (مانند مساجد یا علما) کسب می‌شود. نهادهای مذهبی می‌توانند همچون منابع حمایت اجتماعی برای اعضای خود عمل کنند؛ به‌ویژه در مواقع بحران و نیاز (Cnaan & Daniel Heist, 2018). این نهادها به مثابه یک «واسطه اعتماد» عمل می‌کنند و سرمایه نمادین خود را به کارآفرین اجتماعی منتقل می‌کنند. این نقش تاریخی باعث می‌شود افراد با هویت ملی قوی‌تر به نهادهای دینی اعتماد بیشتری داشته باشند (عباسی شوازی و کرمی، ۱۳۹۴).

افزایش تاب‌آوری و پایداری: نقش حمایت‌های معنوی و شبکه‌های اجتماعی در مواجهه با چالش‌ها، پشتیبان دوگانه‌ای از

ایمان و اجتماع

پایداری کارآفرینان اجتماعی در بستر اسلامی توسط یک سپر دولایه تاب‌آوری تأمین می‌شود. لایه اول، تاب‌آوری درونی و معنوی است. این لایه، که از بعد شناختی (ایمان) نشئت می‌گیرد، از طریق مفاهیمی چون توکل و صبر یک سازگار مقابله‌ای متعالی برای مدیریت استرس و جلوگیری از فرسودگی فراهم می‌کند. لایه دوم، تاب‌آوری بیرونی و اجتماعی است. این لایه که توسط ابعاد ساختاری و رابطه‌ای ایجاد می‌شود به مثابه یک شبکه ایمنی حمایتی عمل می‌کند که در هنگام بحران پشتیبانی عاطفی و عملی و مادی را ارائه می‌دهد (Daskalopoulou et al., 2023). هم‌افزایی میان این قدرت درونی (ایمان) و پشتیبانی بیرونی (اجتماع) تاب‌آوری قدرتمندی را ایجاد می‌کند که بقا و رشد بنگاه‌های اجتماعی را در محیط‌های نامطمئن تضمین می‌کند.

تأثیر ارزش‌های اسلامی بر نیت و رویه‌ها: قطب‌نمای اخلاقی کارآفرین

ارزش‌های اسلامی صرفاً به عنوان یک عامل انگیزشی عمل نمی‌کنند، بلکه به مثابه یک قطب‌نمای اخلاقی کل فرایند کارآفرینی از نیت تا اجرا را جهت‌دهی و تنظیم می‌کنند. در مرحله نیت، آموزه‌هایی چون مسئولیت اجتماعی و عدالت از طریق تقویت همدلی و ذهنیت کارآفرینانه فرد را به سمت انتخاب مسیر کارآفرینی اجتماعی سوق می‌دهند (Mohammadi et al., 2020). همدلی رابطه بین ارزش‌های اسلامی و نیت کارآفرینی اجتماعی را واسطه‌گری می‌کند. ارزش‌های اسلامی به طور غیر مستقیم از طریق همدلی بر نیت کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارند که تمایل به تأسیس سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد (Usman et al., 2022). این ارزش‌ها خودکارآمدی فرد را با یک تعهد اخلاقی گره می‌زنند و نیت او را از یک انتخاب شخصی به یک وظیفه اجتماعی ارتقا می‌دهند. در مرحله رویه، اصولی مانند توحید و امانت چارچوب حاکم بر عملیات بنگاه را شکل می‌دهند (Pananjung et al., 2023). در نتیجه، ارزش‌های اسلامی نه تنها چرای کارآفرینی اجتماعی را تبیین می‌کنند بلکه چگونگی آن را نیز شکل می‌دهند و تضمین می‌کنند که بنگاه در مسیر تحقق مأموریت اجتماعی و معنوی خود باقی بماند.

چالش‌ها و محدودیت‌ها در بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی دینی برای کارآفرینی اجتماعی در جوامع اسلامی

بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی دینی برای کارآفرینی اجتماعی با چالش‌های پیچیده‌ای در سه سطح اصلی روبه‌رو است: تنش‌های اخلاقی درونی، محدودیت‌های نهادی بیرونی، پیامدهای منفی خود سرمایه اجتماعی.

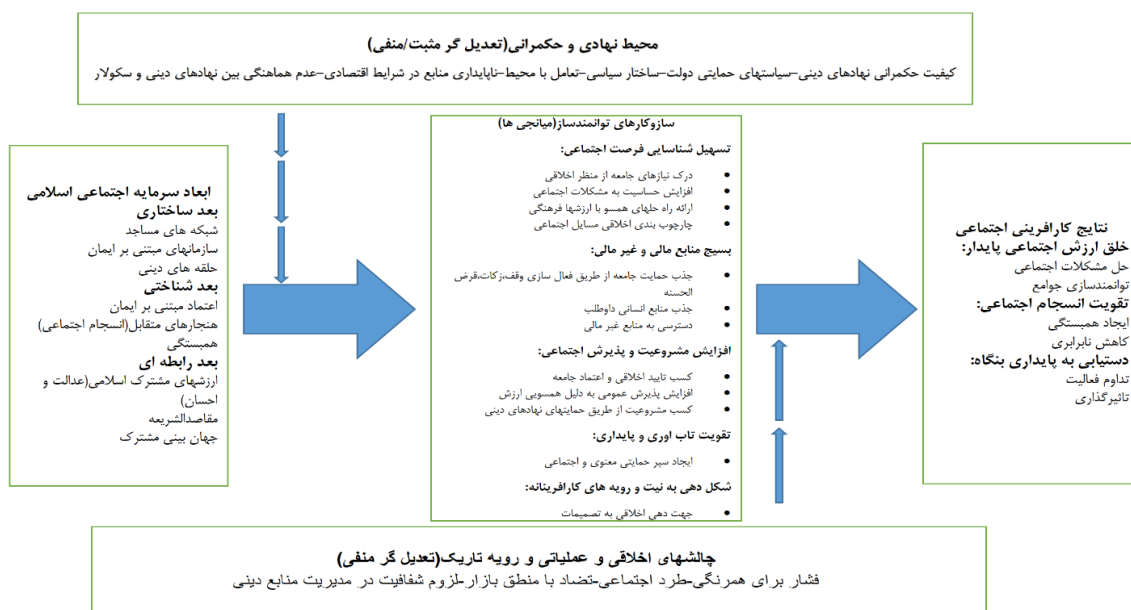
نخست، در سطح اخلاقی، یک تنش بنیادین میان منطق وحیانی (مبنتی بر عدالت و رسالت اجتماعی) و منطق بازار وجود دارد. این تضاد کارآفرینان را در ایجاد توازن میان مأموریت اجتماعی و تجاری (Hota et al., 2023)، پایبندی به اصول اخلاقی اسلام مانند مقاصد الشریعه در مدل کسب‌وکار که ممکن است با رویه‌های متعارف بازار در تضاد باشد (Alemayehu et al., 2023)، و مدیریت عادلانه شبکه‌های غیر رسمی مبتنی بر اعتماد (Hassan Farooqi, 2006) با دوراهی‌های پیچیده‌ای روبه‌رو می‌سازد.

دوم، در سطح نهادی، اثربخشی این سرمایه به شدت به محیط بیرونی وابسته است. نهادهای دولتی ضعیف و فاقد شفافیت می‌توانند با تضعیف اعتماد عمومی مشروعیت کارآفرین اجتماعی را خدشه‌دار کنند (Filsinger & Freitag, 2024). همچنین، عدم هماهنگی قوانین و مقررات دولتی با مدل‌های عملیاتی مبتنی بر ارزش‌های دینی (مانند تأمین مالی اسلامی) می‌تواند موانع ساختاری جدی ایجاد کند و حمایت بیش از حد دولت از دین یا کنترل آن استقلال و اصالت آن‌ها را تهدید می‌کند و از کارایی سرمایه اجتماعی می‌کاهد (Islam et al., 2023).

سوم، سرمایه اجتماعی دینی، در کنار مزایای فراوان، دارای پیامدهای منفی ذاتی است. پیوندهای اجتماعی قوی می‌توانند مانع ورود ایده‌های نوآورانه شوند و افرادی را که خارج از گروه خودی هستند به حاشیه برانند (Suryadi et al., 2023). از سوی دیگر، فشار برای هم‌نویایی خلاقیت را سرکوب می‌کنند (Strindlund et al., 2022) و تعهدات شبکه‌ای محدودکننده منابع کارآفرین را از اهداف اصلی منحرف می‌سازند (Baycan & Öner, 2023).

به سوی یک مدل مفهومی یکپارچه

سنتز یافته‌های این بازنگری نظام‌مند امکان ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه را فراهم می‌آورد که چگونگی تأثیر سرمایه اجتماعی اسلامی بر کارآفرینی اجتماعی را تبیین می‌کند. این مدل نشان می‌دهد (شکل ۱) ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای، شناختی) به عنوان دارایی‌های ورودی از طریق مجموعه‌ای از سازکارهای میانجی (مانند تسهیل شناسایی فرصت و بسیج منابع) عمل می‌کنند و به خروجی‌های کارآفرینی اجتماعی (مانند خلق ارزش پایدار) منجر می‌شوند. این فرایند به طور کامل تحت تأثیر عوامل تعدیلگر زمینه‌ای و چالش‌های درونی (مانند پیامدهای منفی سرمایه اجتماعی و موانع نهادی) قرار دارد. این مدل چارچوبی برای درک پویایی‌های پیچیده این پدیده و راهنمایی برای تحقیقات آتی فراهم می‌کند.



شکل ۱. مدل مفهومی یکپارچه

بحث و نتیجه

خلاصه یافته‌های کلیدی بازنگری نظام‌مند

یافته اصلی: منطق متعالی سرمایه اجتماعی اسلامی

یافته اصلی این پژوهش نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی اسلامی با یک منطق متعالی عمل می‌کند که با منطق حسابگرانه در نظریه‌های رایج (مانند پاتنام و بوردیو) تفاوت بنیادین دارد. در این چارچوب، اعتماد یک تعهد اخلاقی مبتنی بر ایمان است. شبکه‌ها تجلی پیوند برادری در امت اسلامی هستند. و انگیزه کارآفرینی از یک وظیفه الهی برای خدمت به خلق نشئت می‌گیرد. این منطق معنوی قدرت بسیج‌کنندگی و تاب‌آوری منحصر به فرد این سرمایه را تبیین می‌کند و نشان می‌دهد که نادیده گرفتن این بعد منجر به تحلیلی ناقص خواهد شد.

سنتر یافته‌ها: ساز کارهای تأثیر گذاری

این نتیجه‌گیری بر اساس تحلیل ۳۶ مطالعه است که نشان می‌دهد ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی اسلامی (ساختاری، شناختی، رابطه‌ای) از طریق ساز کارهای مشخصی فرایند کارآفرینی اجتماعی را تسهیل می‌کنند. این ساز کارها شامل شناسایی فرصت مبتنی بر ارزش، بسیج منابع ایمانی (مانند وقف و زکات)، کسب مشروعیت اجتماعی-اخلاقی (تزکیه)، و ایجاد یک پشتیبان دوگانه تاب‌آوری (متشکل از توکل درونی و حمایت بیرونی جامعه) است. این فرایندها نشان می‌دهند سرمایه اجتماعی دینی نه یک عامل جانبی بلکه یک توانمندساز محوری در همه مراحل کارآفرینی است.

مشارکت‌های نظری و عملی پژوهش

این پژوهش با ارائه یک مدل مفهومی بومی نشان داد که نظریه‌های غالب سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی برای تبیین کامل پدیده در جوامع دینی ناکافی هستند. مدل ما با برجسته کردن مفاهیمی چون مقاصد الشریعه به عنوان معیار ارزش اجتماعی و توکل به عنوان منبع تاب‌آوری به غنی‌سازی و زمینه‌مند کردن مباحث کمک کرد و با شناسایی و طبقه‌بندی ساز کارهای مشخص (مانند بسیج منابع اسلامی نهادینه‌شده و کسب مشروعیت اخلاقی) «جعبه سیاه» میان داری‌های دینی و خروجی‌های کارآفرینانه را باز کرد و از یک رابطه همبستگی ساده به سمت یک تبیین علی حرکت کرد.

مشارکت‌های عملی (پیشنهادها)

برای سیاست‌گذاران: گذار از حمایت مالی مستقیم به اکوسیستم‌سازی از طریق ایجاد چارچوب‌های حقوقی برای نهادهایی چون وقف و صکوک (اوراق بهادار اسلامی) و به رسمیت شناختن سازمان‌های مبتنی بر ایمان^۱ به عنوان شرکای استراتژیک. برای نهادهای دینی: ارتقای نقش از خیریه مقطعی به توانمندسازی پایدار از طریق تلفیق فقه و مدل‌های نوین کسب‌وکار برای تبدیل شدن به مراکز نوآوری اجتماعی. برای کارآفرینان اجتماعی: تعریف مأموریت در چارچوب مقاصد الشریعه برای جذب اعتماد و منابع و مدیریت فعالانه پیامد منفی سرمایه اجتماعی (مانند تفکر گروهی) از طریق ایجاد شبکه‌های متنوع و پل‌زننده.

نتیجه

بازنگری نظام‌مند حاضر به وضوح نشان داد که سرمایه اجتماعی اسلامی یک نیروی محرکه قدرتمند و چندوجهی برای ترویج کارآفرینی اجتماعی در جوامع اسلامی است. این سرمایه با ریشه‌های عمیق در آموزه‌ها و ارزش‌های اسلامی نه تنها منابع ضروری را فراهم می‌آورد، بلکه انگیزه‌ها و مشروعیت لازم را برای کارآفرینان اجتماعی ایجاد می‌کند.

مقایسه با پژوهش‌های پیشین در بسترهای مختلف تحلیل تطبیقی یافته‌های این پژوهش با مطالعات انجام‌شده در جغرافیای جهان اسلام، هم‌سویی‌ها، و تمایزات قابل توجهی را آشکار می‌سازد. نتایج ما که بر نقش محوری «اعتماد دینی» و «بسیج منابع

1. faith-based organizations (FBOs)

نهادینه» تأکید دارد با یافته‌های پژوهشگران در جنوب شرق آسیا همخوانی دارد؛ جایی که نوردین (۲۰۲۴) در اندونزی و بن سعید و ماچوچه (۲۰۱۹) در مالزی نشان دادند که نهادهای دینی (مانند مساجد) و اخلاق اسلامی زیرساخت اصلی تاب‌آوری جامعه و مدیریت بحران را تشکیل می‌دهند. با این حال، مدل پیشنهادی ما فراتر از مدیریت بحران می‌رود و نشان می‌دهد که این سرمایه در جنوب آسیا (به‌ویژه پاکستان)، همان‌طور که خان و همکارانش (۲۰۲۳) اشاره کرده‌اند، بیشتر به سمت «کاهش نابرابری» و توانمندسازی محرومان از طریق تلفیق نیکوکاری و کسب‌وکار جهت‌دهی شده است.

از سوی دیگر، مقایسه نتایج با مطالعات منطقه خاورمیانه و شمال افریقا (MENA) نشان‌دهنده پویایی‌های متفاوتی است. درحالی‌که یافته‌های ما بر کارکردهای مثبت سرمایه اجتماعی تأکید دارد، پژوهش‌های آدلی (۲۰۲۳) در مصر و کرکبوسوگلو و سارگوت (۲۰۱۶) در ترکیه نشان می‌دهند که در این مناطق سرمایه اجتماعی دینی ابزاری حیاتی برای «کسب مشروعیت» در برابر ساختارهای سکولار یا دولتی و ایجاد فضایی امن برای فعالیت اقتصادی است؛ هرچند ممکن است با چالش‌های سیاسی همراه باشد. این مقایسه تأیید می‌کند که اگرچه هسته مرکزی سرمایه اجتماعی اسلامی (ایمان و اخلاق) ثابت است، کارکرد آن وابسته به بستر سیاسی و اجتماعی متغیر است.

علاوه بر این، یافته‌های ما در نقد نظریه‌های کلاسیک غربی (مانند پاتنام و بوردیو) با نتایج مطالعاتی که بر نارسایی مدل‌های سکولار تأکید دارند هم‌سو است. برخلاف مدل‌های غربی که بر نفع متقابل تأکید دارند، مدل استخراج‌شده در این پژوهش نشان می‌دهد که در جوامع اسلامی «منطق متعالی» و «پاداش اخروی» (برکت) پیشران‌های اصلی هستند که نظریه‌های غربی قادر به تبیین کامل آن نبوده‌اند. جمع‌بندی و چشم‌انداز درک این پدیده نیازمند فراتر رفتن از چارچوب‌های نظری غربی و توسعه مدل‌های بومی است که ظرایف فرهنگی و معنوی این جوامع را به طور کامل در بر گیرند.

در نهایت، پیام کلیدی این پژوهش فراتر از یک تحلیل آکادمیک است: درک و فعال‌سازی سرمایه اجتماعی دینی کلید آزادسازی پتانسیل کارآفرینی اجتماعی در بخش بزرگی از جهان است. نادیده گرفتن بعد معنوی و اخلاقی در مدل‌های توسعه نه تنها به معنای نادیده گرفتن یک منبع عظیم است، بلکه به معنای درک نادرست از انگیزه‌های عمیقی است که انسان‌ها را برای ساختن دنیایی بهتر به حرکت درمی‌آورد. آینده پژوهش و سیاست‌گذاری در این حوزه باید بر توسعه مدل‌های بومی و زمینه‌مندی متمرکز شود که این هم‌افزایی قدرتمند میان ایمان و کنش اجتماعی را به رسمیت بشناسد و تقویت کند.

پیشنهادها و مسیر پژوهش‌های آینده

بازنگری نظام‌مند حاضر نشان می‌دهد که هنوز نقاط کور قابل توجهی در این حوزه وجود دارد که پتانسیل بالایی برای تحقیقات آتی دارند. تحلیل مباحث نشان‌دهنده سه دسته اصلی از شکاف‌های پژوهشی است. اول، شکاف‌های زمینه‌ای و جمعیتی؛ بخش عمده‌ای از پژوهش‌ها فاقد تحلیل تطبیقی میان کشورهای اسلامی با ساختارهای سیاسی و فرهنگی متفاوت هستند و به ندرت به تجربیات گروه‌های خاص مانند زنان کارآفرین اجتماعی پرداخته‌اند (Khan & Sepulveda, 2022). دوم، محدودیت‌های روش‌شناختی و نظری؛ غالب مطالعات بر رویکردهای کیفی ساده اتکا کرده‌اند و نیاز به روش‌های پیشرفته‌تری مانند مطالعات طولی و تحلیل شبکه اجتماعی برای درک روابط علی و معلولی احساس می‌شود (Han et al., 2020). به موازات آن، ضرورت توسعه چارچوب‌های نظری بومی، که فراتر از مدل‌های غربی باشند، کاملاً مشهود است. سوم، مطالعات موجود کمتر به بررسی عوامل میانجی (مانند قصد کارآفرینانه دینی) و تعدیلگر (مانند کیفیت حکمرانی نهادهای دینی) پرداخته‌اند که درک ما از چگونگی و چرایی تأثیر این سرمایه را محدود می‌کند (Mohammadi et al., 2020). بر این اساس، مسیرهایی برای تحقیقات آینده پیشنهاد می‌شود:

- مطالعات آتی می‌توانند به تحلیل تطبیقی سرمایه اجتماعی اسلامی در میان کشورهای اسلامی با زمینه‌های نهادی و فرهنگی متفاوت بپردازند.
- استفاده از روش‌های آمیخته و کمی نظیر مدل‌سازی معادلات ساختاری، تحلیل شبکه اجتماعی، و مطالعات طولی می‌تواند روابط علی و پویایی‌های درونی سرمایه اجتماعی اسلامی را با دقت بیشتری آشکار کند.

- تحلیل تجربی اثر متغیرهایی چون قصد کارآفرینانه دینی (به عنوان میانجی) و کیفیت حکمرانی نهادهای دینی (به عنوان تعدیلگر) می‌تواند به تبیین بهتر چگونگی اثرگذاری سرمایه اجتماعی اسلامی بر پیامدهای اقتصادی و اجتماعی منجر شود.
- تحقیقات آینده می‌توانند به طراحی مدل‌های سیاستی و اجرایی بپردازند که نشان دهند چگونه ظرفیت‌های نهادی می‌توانند در تقویت سرمایه اجتماعی و توسعه کارآفرینی اجتماعی نقش‌آفرین باشند. به طور کلی، حرکت به سوی رویکردهای میان‌رشته‌ای، مقایسه‌ای، و مبتنی بر نظریه‌پردازی بومی می‌تواند به تعمیق دانش در زمینه سرمایه اجتماعی اسلامی و ارتقای کارآمدی آن در توسعه پایدار جوامع اسلامی منجر شود.

محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش با وجود تلاش برای ارائه تحلیلی جامع با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است. نخست، محدود شدن جست‌وجو به پایگاه‌های اسکوپوس و آس‌آی‌دی در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۴ و تنها به زبان‌های فارسی و انگلیسی احتمالاً منجر به نادیده ماندن بخشی از مطالعات غنی موجود به زبان عربی یا زبان‌های بومی کشورهای اسلامی شده است. دوم، تمرکز جغرافیایی عمده مطالعات بر جنوب شرق آسیا و سهم اندک منطقه خاورمیانه تعمیم‌پذیری مدل پیشنهادی به همه بافت‌های فرهنگی جهان اسلام را با احتیاط همراه می‌سازد. در نهایت، غلبه مطالعات مقطعی در پیشینه موجود و کمبود پژوهش‌های طولی استنتاج قطعی روابط علی و معلولی و رصد پایداری اثر سرمایه اجتماعی در بلندمدت را دشوار کرده است.

منابع

- محمدتقی؛ عباسی شوازی، فرشاد؛ کرمی (۱۳۹۴). دین و سرمایه اجتماعی: مطالعه رابطه بین مشارکت در جوامع مذهبی و سرمایه اجتماعی. *مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، دوره ۴، شماره یکم، صفحات ۹۷-۱۲۱.
- Abbasi-Shavazi, M. T. & Karami, F. (2015). Religion and Social Capital: The Study of Relationship between Participation in Religious Communities and Social Capital. *Quarterly Journal of Socio - Cultural Development Studies*, 4(1), 97-121. <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-157-fa.html> (in Persian)
- Abdul Hamid, N., Muda, R., & Alam, M. M. (2019). Contribution of islamic social capital on green economic growth in Malaysia. *Mahmudul and Omar, Normah, Contribution of Islamic Social Capital on Green Economic Growth in Malaysia (May 4, 2019)*. Hamid, NA, Muda, R., Alam, MM, Omar, N. & Nadzri, FAA, 239-256.
- Adly, A. (2023). An Islamist economic habitus: Islamist-affiliated businesses in Egypt. *Contemporary Islam*, 17(3), 339-361.
- Alemayehu, B. Z., Steffens, P., & Gordon, S. R. (2023). The formation and role of religious social capital in driving entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing Insights*, 20, e00426.
- Ashraf, M. A. (2021). "Old gold?" The role of prior experience in exploring the determinants of Islamic social entrepreneurial intentions: Evidence from Bangladesh. *Journal of Social Entrepreneurship*.
- Asutay, M. & Harningtyas, A. F. (2015). Developing Maqasid al-Shari'ah index to evaluate social performance of Islamic banks: A conceptual and empirical attempt. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 8(4), 460-480.
- Ayentimi, D. T., Hinson, R. E., & Burgess, J. (2021). Cultivating social capital: an exploratory analysis of business postgraduates in Ghana. *Education+ Training*, 63(9), 1225-1241.
- Bacq, S. & Lumpkin, G. T. (2020). Social entrepreneurship and COVID-19. *Journal of Management studies*, 58(1), 285.
- Bandyopadhyay, C. & Ray, S. (2022). To be "secluded saints" or to shake hands with the "devils in disguise"? A perspective on social entrepreneurial networking. In *Developments in Corporate Governance and Responsibility*.
- Baycan, T. & Öner, Ö. (2023). The dark side of social capital: a contextual perspective. *The Annals of Regional Science*, 70(3), 779-798.
- Bensaid, B. & Machouche, S. (2019). Muslim morality as foundation for social harmony. *Journal of Al-Tamaddun*.
- Cnaan, R. A. & Daniel Heist, H. (2018). Religious congregations as community hubs and sources of social bonding. In *Handbooks of Sociology and Social Research*.
- Daskalopoulou, I., Karakitsiou, A., & Thomakis, Z. (2023). Social entrepreneurship and social capital: A review of impact research. *Sustainability*, 15(6), 4787.
- Filsinger, M. & Freitag, M. (2024). Institutional foundations of social capital. In *Handbook on Inequality and Social Capital*.
- Fox, J. & Breslawski, J. (2023). State support for religion and government legitimacy in Christian-majority countries. *American Political Science Review*, 117(4), 1395-1409.
- Ghalwash, S. & Ismail, A. (2024). Resource orchestration process in the limited-resource environment: The social bricolage perspective. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(3), 866-893.
- Han, S. H., Yoon, S. W., & Chae, C. (2020). Building social capital and learning relationships through knowledge sharing: A social network approach of management students' cases. *Journal of Knowledge Management*.
- Hassan Farooqi, A. (2006). Islamic social capital and networking. *Humanomics*.
- Hassan, M. K., Karim, M. F., & Karim, M. S. (2019). Experiences and lessons of cash waqf in Bangladesh and other countries. In *Revitalization of Waqf for Socio-Economic Development*. Vol. I (pp. 59-83). Cham: Springer International Publishing.
- Hota, P. K., Bhatt, B., & Qureshi, I. (2023). Institutional work to navigate ethical dilemmas: Evidence from a social enterprise. *Journal of Business Venturing*.
- Islam, R., Omar, M., & Rahman, M. (2023). Islamic social funds to foster Yunusian social business and conventional social enterprises. *Administrative Sciences*, 13(4), 102.
- Junaidi, J., Anwar, S. M., & Sahrir, S. (2023). The role of religion and social capital on entrepreneurship self-efficacy and motivation among students in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2265091.
- Khan, M. S. (2020). Women's entrepreneurship and social capital: Exploring the link between the domestic sphere and the marketplace in Pakistan. *Strategic Change*, 29(3), 375-387.

- Khan, M. S. M., Harvey, C., Price, M., & Maclean, M. (2023). Philanthropy and socio-economic development: The role of large indigenous voluntary organizations in bridging social divides in Pakistan. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 34(6), 1335-1346.
- Khan, M. S. & Sepulveda, L. (2022). Conflict, displacement, and economic revival: The case of the internally displaced minority entrepreneurs in Pakistan. *Strategic Change*.
- Kirkbesoglu, E. & Sargut, A. S. (2016). Transformation of Islamic work ethic and social networks: The role of religious social embeddedness in organizational networks. *Journal of business ethics*, 139(2), 313-331.
- Laallam, A., Uluyol, B., Kassim, S., & Engku Ali, E. R. A. (2022). The components of intellectual capital and organisational performance in waqf institutions: evidence from Algeria based on structural equation modelling. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(7), 1110-1136.
- Maxwell, H. & Taylor, T. (2014). A culture of trust: Engaging Muslim women in community sport organizations. In *Sport Management Cultures*.
- Mikiewicz, P. (2021). Social capital and education—An attempt to synthesize conceptualization arising from various theoretical origins. *Cogent Education*, 8(1), 1907956.
- Mirza-Khani, K., Navabakhsh, M., & Adhami, A. (2023). Explaining the impact of social banking on sustainable rural/nomadic development with the mediation of social capital. *Social development & welfare planning*, 14(56), 383–418. <https://doi.org/10.22054/qjds.2023.71940.2451>. (in Persian)
- Mohammadi, P. A. R. I. S. A., Kamarudin, S. U. Z. I. L. A. W. A. T. I., & Omar, R. O. S. M. I. N. I. (2020). Do Islamic values impact social entrepreneurial intention of university students in Malaysia? An empirical investigation into the mediating role of empathy. *International Journal of Economics and Management*, 14(3), 365-378.
- Nirzalin, & Febriandi, Y. (2020). Teungku dayah agency and religious social capital on drug eradication in Aceh, Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Nurdin, A., Kasim, F. M., Rizwan, M., & Daud, M. (2021). The Implementation of Meunasah-Based Sharia in Aceh: A Social Capital and Islamic Law Perspective. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam*, 5(2), 760-779.
- Nurdin, M. R. (2024). Islamic faith-based organisations and their role in building social capital for post-disaster recovery in Indonesia. *Disasters*.
- Pananjung, A. G., Ala, A. I., & Rafiki, A. (2023). Islamic entrepreneurship application and its strategies: A case study of Bangladesh. In *Strategies and Applications of Islamic Entrepreneurship*.
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of Management*, 45(1), 70–95.
- Sampson, D. N. (2011). *Social entrepreneurship*.
- Shalihin, N., Firdaus, F., Yulia, Y., & Wardi, U. (2020). Ramadan and strengthening of the social capital of Indonesian Muslim communities. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*.
- Shaver, J. H., Lang, M., Krátký, J., & Xygalatas, D. (2018). The boundaries of trust: Cross-religious and cross-ethnic field experiments in Mauritius. *Evolutionary Psychology*.
- Smith, B. R., Conger, M. J., McMullen, J. S., & Neubert, M. J. (2019). Why believe? The promise of research on the role of religion in entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing Insights*.
- Strindlund, L., Abrandt Dahlgren, M., & Ståhl, C. (2022). When cooperation turns ugly: exploring the dark side of social capital. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 17(5), 1-18.
- Sulasma, E. & Agussani, A. (2021). Effect of religious teachings on social capital in Malaysia. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 77(4), a6819.
- Suryadi, D. F., Muis, M., Taba, M. I., & Hakim, W. (2023). The role of religion and social capital on employees' performance: An empirical study post Indonesia's Islamic bank merger. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2207676.
- Tlaiss, H. A., & McAdam, M. (2021). Islam, Arab women's entrepreneurship and the construal of success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(3), 821-844.
- Toyon, M. A. S. (2022). The three R's of social capital: A retrospective. *FWU Journal of Social Sciences*, 16(4), 1-15.
- Usman, S., Masood, F., Khan, M. A., & Khan, N. U. R. (2022). Impact of empathy, perceived social impact, social worth and social network on the social entrepreneurial intention in socio-economic projects. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(1), 65-92.
- Vera-Toscano, E., Garrido-Fernández, F. E., Gómez-Limón, J. A., & Cañadas-Reche, J. L. (2013). Are theories about social capital empirically supported? Evidence from the farming sector. *Social Indicators Research*.
- Wibowo, A., Widjaja, S. U. M., Utomo, S. H., & Wardana, L. W. (2022). The role of entrepreneurial education and Islamic values matter. *International Journal of Evaluation and Research in Education*.

- World Intellectual Property Organization (WIPO) (2024). Global innovation index 2025: Innovation at a crossroads. *WIPO*. <https://doi.org/10.34667/tind.58864>.
- Yasmeen, K. (2024). Framework for Islamic social entrepreneurship. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
- Yusfiarto, R., Pambekti, G. T., Setiawan, A., & Nugraha, S. S. (2022). Does Islamic social capital enhance SMEs sustainable performance?. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 8(1), 113-132.