

Original Article (Qualitative)

eISSN: 2980-8359

Designing a model for the development of new small and medium businesses with an emphasis on the social capital of employees

Golnaz Rasouli¹, Seyed Mohamad Zahedi², Karamollah Daneshfard³ 

1- Department of Public Administration, Faculty of Management, Tehran Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2- Department of Public Administration, Public Administration Training Center, Tehran, Iran

3- Department of Public Administration, Faculty of Management, Tehran Research Science Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Receive:

03 April 2026

Revise:

13 May 2026

Accept:

19 June 2026

Keywords:

small and medium-sized enterprises, emerging businesses, employee social capital, human resources, organizational learning

Abstract

The objective of this research is to design a development model for emerging small and medium-sized enterprises (SMEs) with an emphasis on employee social capital. This study is applicable in terms of its objective, and qualitative in terms of its execution method. The statistical population consists of managers, specialists, and owners of emerging SMEs in Tehran Province, from which 21 individuals were selected by purposeful snowball sampling. Semi-structured interviews were utilized to collect research data, and the data collection process continued until the stage of theoretical saturation. For data analysis, the thematic analysis method was employed. The findings from the thematic network analysis revealed 6 organizing themes, 15 basic themes, and 54 initial codes as the components and categories of emerging SME development with an emphasis on employee social capital. The organizing themes were presented in 6 dimensions, namely: "Administrative Rules and Policies," "Innovative Production Methods," "Human Resources and Organizational Learning," "Empowerment and Knowledge Development of Human Capital," "Financial Support," and "Infrastructure Creation and Development." Emerging SMEs are considered highly effective and fundamental solutions for the comprehensive development of a country; long-term goals must be achieved by relying on the knowledge, expertise, and social capital of employees to foster the development and prosperity of these businesses.

Please cite this article as (APA): Rasouli, G, Zahedi, S M and Daneshfard, K. (2026). Designing a model for the development of new small and medium businesses with an emphasis on the social capital of employees. *Journal of value creating in Business Management*, 6(2), 244-262.



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2026.581493.1746>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Publisher: Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business

Corresponding Author: Seyed Mohamad Zahedi

Email: smzahedi@yahoo.com

Extended Abstract

Introduction

Emerging small and medium-sized enterprises (SMEs) are considered the backbone of the economy, as they lead to employment generation, production, exports, poverty reduction, economic empowerment, and economic development (Mohammadian et al., 2025). These businesses have numerous advantages over large enterprises, including innovation, job creation, and greater flexibility compared to large industries (Nazhadian et al., 2025). In recent decades, unjust sanctions imposed by dominant powers have been one of the obstacles to accessing technical knowledge and up-to-date global technologies for economic growth and development, and have been regarded as a serious point of contention in reducing the competitiveness of economic enterprises (Goderzipoor et al., 2025). Therefore, the Iranian economy faces two categories of obstacles on its path toward achieving the goals of its vision document: first, international risks, crises, and economic sanctions imposed by adversaries; and second, internal structural problems and economic processes, including dependence on fragile oil revenues, an unfavorable business environment, unemployment, and economic recession (Rezvani et al., 2025).

Accordingly, in order to strengthen endogenous growth and enhance economic resilience, general policies for economic development and support for emerging businesses and national production have been announced by authorities with a jihadist, flexible, opportunity-oriented, productive, endogenous, pioneering, and outward-looking approach. One of these directives emphasizes comprehensive attention to the social capital of individuals within organizations and companies (Godarzī et al., 2025). Social capital has been recognized in recent decades as one of the most important topics among scholars in various branches of social and human sciences (Boon et al., 2022). Organizations that invest in their human resources through human resource development programs cannot overlook the importance of the role of social capital (Mishchuk et al., 2024). The foundation of development within an organization lies in the utilization of developed human capital, and social capital is a tool that measures mutual commitment and action among members of a community and represents those organizational characteristics that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit (Mesfin et al., 2022). Social capital serves as a resource for group and collective actions and is related to awareness and knowledge, as well as attention to social and political issues, structural-network elements, public trust, formal and informal participation, and societal beliefs and norms (Siswanti et al., 2024).

This study addresses the presentation of a development model for emerging SMEs with an emphasis on employee social capital. The present research seeks to answer the following scientific question:

What concepts, dimensions, and components constitute the development model of emerging small and medium-sized enterprises with an emphasis on employee social capital from the perspective of experts?

Theoretical Framework

Development of Emerging Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs)

The term “business” refers to an organization or entity in which individuals engage in economic, industrial, or professional activities. The goal of a business is to organize the production of a good or service. Businesses can operate for the purpose of generating profit or even to advance a social objective without the expectation of return on investment or profitability, such as in the form of charitable or non-profit organizations (Rafaelsen & Lindqvist, 2025).

Social Capital

In a general sense, social capital refers to a type of investment in social relationships for which the expected return is defined within a market context. Of course, the term “market” is used metaphorically, and its scope may vary across different analyses, including economic, political, social, or labor markets, in which individuals generate expected benefits through engagement in social interactions and networks (Fatihudin et al., 2020).

Raftari et al. (2026) examined social capital as a personal branding strategy for management instructors. The results of their study showed that social capital functions as a personal branding strategy, and the concepts identified as strategic elements represent the common ground between social capital and the interactions and exchanges that shape a personal brand. The process of personal branding through social capital ultimately leads to specific outcomes. A personal brand is the image formed in people’s minds as a result of others’ interactions with an individual. Therefore, building a strong personal brand requires management instructors to possess social capital.

Nazhadian et al. (2025) investigated the design of a model of entrepreneurial coaching capabilities in small and medium-sized enterprises. The findings showed that, in the existing literature, entrepreneurial coaching capabilities can be identified in two dimensions: coach and trainee. At the end of the open coding process, 262 concepts were labeled, and in the axial coding stage, by reviewing these concepts, subcategories were identified and classified, resulting in the extraction of 53 components from the 262 open codes. In the third stage, selective coding, the components identified during axial coding were analyzed and categorized into 14 main dimensions. The trainees’ capabilities included 6 dimensions—entrepreneurial skills, psychological capabilities, strategic capabilities, operational capabilities, cognitive capabilities, and knowledge—comprising 20 components and 103 indicators. The coaches’ capabilities included 8 dimensions—specialized knowledge, skills, operational capabilities, emotional capabilities, communication capabilities, functional capabilities, individual capabilities, and cognitive capabilities—comprising 33 components and 159 indicators. Ultimately, the relationships among these capabilities were classified into four categories: key capabilities for knowledge and skill transfer, psychological growth, strategic empowerment, and individual support and development.

Research Methodology

The present study is applicable in terms of its objective, and qualitative in terms of its execution method. The statistical population consists of managers, specialists, and owners of emerging small and medium-sized enterprises (SMEs) in Tehran Province. From this population, 21 individuals were selected by purposeful snowball sampling. Semi-structured interviews were utilized to collect the research data, and the data collection process continued until theoretical saturation was achieved.

Research Findings

Thematic analysis was applied for data analysis. The findings of the thematic network analysis showed that 6 organizing themes, 15 basic themes, and 54 initial codes represent the components and categories of the development of emerging small and medium-sized enterprises (SMEs) with an emphasis on employee social capital. The organizing themes were presented in the form of 6 dimensions, namely: “Administrative Rules and Policies,” “Innovative Production Methods,” “Human Resources and Organizational Learning,” “Empowerment and Knowledge Development of Human Capital,” “Financial Support,” and “Creation and Development of Infrastructure.” Emerging SMEs are considered highly effective and fundamental solutions for the comprehensive development of a country; and in

order to develop and promote these businesses, long-term goals must be achieved by relying on the knowledge, expertise, and social capital of employees.

Conclusion

The present study was conducted with the aim of designing a development model for emerging small and medium-sized enterprises (SMEs) with an emphasis on employee social capital. The findings of this study are consistent and aligned with the results of Nazhadian et al. (2025), Heshmian Far (2025), Naji (2025), Promono et al. (2021), John and Vivienne (2024), Raftari et al. (2026), Zhu et al. (2025), Fathi Bajestani et al. (2025), and Mahmoudi and Pourshahabi (2023). Naji (2025) showed that knowledge management strategy has a significant effect on reducing organizational trauma in SMEs, considering emotional intelligence as a mediating variable.

Based on the research results, the following suggestions can be presented:

- Shifting the focus of taxation from the productive sector (especially emerging small and medium-sized industries) toward non-productive sectors (real estate, banking, and import trade).
- Combating corruption, favoritism, and rent-seeking practices, and eliminating channels of large-scale rent-based income generation.

طراحی الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان

گلناز رسولی^۱، سیدمحمد زاهدی^۲، کرم الله دانش فرد^۳ 

۱- گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- گروه مدیریت دولتی، مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران، ایران

۳- گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده هدف این پژوهش بررسی طراحی الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان می باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا کیفی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران، متخصصین و صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید استان تهران می باشند که از بین آنها ۲۱ نفر با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند از نوع گلوله برفی انتخاب شدند. برای گردآوری داده های تحقیق از مصاحبه نیمه ساختارمند استفاده شد. فرایند گردآوری داده ها تا سطح اشباع نظری ادامه یافت. برای تجزیه و تحلیل از روش تحلیل مضمون استفاده شد. یافته های تحلیل شبکه مضامین نشان داد ۶ مضمون (سازمان دهنده) و ۱۵ مضمون پایه و ۵۴ کد اولیه مؤلفه ها و مقوله های توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان هستند. مضامین (سازمان دهنده) در قالب ۶ بعد ارائه شد که عبارت اند از: «قوانین و سیاست های اداری»، «شیوه های تولید نوآورانه»، «منابع انسانی و یادگیری سازمانی»، «توانمندسازی و توسعه دانش نیروی انسانی»، «حمایت های مالی»، «ایجاد و توسعه زیرساخت ها» به دست آمد. کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید از راهکارهای بسیار مؤثر و اساسی جهت توسعه همه جانبه یک کشور محسوب می شوند که برای توسعه و رونق این کسب و کارها باید با تکیه بر دانش، تخصص و سرمایه اجتماعی کارکنان به اهداف بلندمدت دست یافت.	تاریخ دریافت: ۱۴ فروردین ۱۴۰۵ تاریخ بازنگری: ۲۳ اردیبهشت ۱۴۰۵ تاریخ پذیرش: ۲۹ خرداد ۱۴۰۵ کلید واژه ها: کسب و کارهای کوچک و متوسط، کسب و کارهای نوپدید، سرمایه اجتماعی کارکنان، منابع انسانی، یادگیری سازمانی
--	--

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): رسولی، گلناز، زاهدی، سیدمحمد و دانش فرد، کرم الله. (۱۴۰۵). طراحی الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان. فصلنامه ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار. ۶(۲). ۲۴۴-۲۶۲.



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2026.581493.1746>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ناشر: مرکز پژوهشی مطالعات مدیریت منابع و کسب و کار دانش محور

نویسنده مسئول: سیدمحمد زاهدی

ایمیل: smzahedi@yahoo.com

مقدمه

کسب و کارهای کوچک و متوسط نو پدید ستون فقرات اقتصادی جامعه به شمار می‌روند زیرا موجب اشتغال، تولید، صادرات، کاهش فقر، توان اقتصادی و توسعه اقتصادی می‌گردند (Mohammadian et al, 2025). این کسب و کارها دارای مزایای متعددی نسبت به کسب و کارهای بزرگ هستند که از جمله می‌توان به نوآوری، اشتغال آفرینی و انعطاف پذیری بیشتر نسبت به صنایع بزرگ اشاره کرد (Nazhadian et al, 2025). قدرت رقابت پذیری صنایع کوچک به علت پایین بودن قیمت کالاهای آن نسبت به کالاهای مشابه صنایع بزرگ به خاطر امکان تولید محصولات متنوع، پایین بودن هزینه تحقیق و توسعه، تبلیغات و بازاریابی بیشتر است (Heshmiyan Far, 2025). تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد که شرکت‌های کوچک و متوسط نوپدید به دلیل توانایی در کاهش نرخ بیکاری و تأثیر اجتماعی آن توانایی بالایی در توسعه ملی دارند (Le & Ikram, 2022). به علت افزایش جمعیت و وجود جمعیت جوان تحصیل کرده جویای کار و همچنین نیروی کار عظیمی که به خاطر محدودیت‌های موجود بیکار مانده‌اند، به دلیل ماهیت و ویژگی‌های خاص شرکت‌های کوچک و متوسط نوپدید از قبیل انعطاف‌پذیری فراوان در برابر تغییرات، قدرت رقابت، ظرفیت‌های فراوان برای بهبود عملکرد خود و دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی شده با استفاده از منابع موجود، تشکیل و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید به عنوان یک سیاست مهم در ایجاد مشاغل جدید و تسریع در بهبود اوضاع اقتصادی، مورد توجه بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه قرار گرفته است (Shiyuti et al, 2021). اما در حدود ۲۰ درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط در سال اول شکست می‌خورند و حدود ۵۰ درصد از شرکت‌ها ۵ سال دوام می‌آورند؛ که این امر به دلیل چالش‌ها و موانعی است که با آن مواجه هستند. تجربه جهانی نشان می‌دهد تنها در شرایط مساعد کسب و کار، یک بنگاه می‌تواند به صورت کارا و بهینه عمل کند. در یک بیان ساده و روشن، می‌توان اذعان داشت که بخش قابل توجهی از امکان و زمینه‌های رشد اقتصادی هر کشور در گرو فضای کسب و کار مناسب و نوآور در آن کشور است و بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط از دغدغه‌های صاحبان بنگاه‌ها و نیز مسئولین می‌باشد (Naji, 2025). در چند دهه اخیر، تحریم‌های ظالمانه قدرت‌های استکباری یکی از موانع دستیابی به دانش فنی و فناوری روز دنیا در رشد و توسعه اقتصادی بوده‌اند که محل مناقشه جدی در کاهش رقابت‌پذیری بنگاه‌های اقتصادی قلمداد شده‌اند (Goderzipoor et al, 2025). لذا اقتصاد ایران بر سر راه رسیدن به اهداف سند چشم‌انداز با دو دسته مانع رو به روست: دسته اول مخاطرات و بحران‌های بین‌المللی و تحریم‌های اقتصادی دشمنان و از سوی دیگر مشکلات ساختاری و فرآیندهای داخلی اقتصاد ایران از جمله وابستگی به درآمدهای شکننده نفتی، نامناسب بودن فضای کسب و کار، بیکاری، رکود اقتصادی وجود دارد (Rezvani et al, 2025). بر همین اساس و به منظور تقویت درون‌زایی و افزایش تاب‌آوری اقتصادی، سیاست‌های کلی توسعه اقتصادی و حمایت از کسب و کارهای نوپدید و حمایت از تولید ملی با رویکردی جهادی، انعطاف‌پذیر، فرصت‌ساز، مولد، درون‌زا، پیشرو و برون‌گرا توسط مسئولین ابلاغ شده است که یکی از این ابلاغ‌ها توجه همه جانبه به سرمایه‌های اجتماعی افراد در درون سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌باشد (Godarzi et al, 2025). سرمایه اجتماعی در چند دهه اخیر به عنوان یکی از مهمترین مباحث در بین اندیشمندان شاخه‌های مختلف علوم اجتماعی و انسانی مطرح شده است (Boon et al, 2022). سازمان‌هایی که به وسیله برنامه‌های بهبود منابع انسانی بر روی منابع انسانی خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، نمی‌توانند از اهمیت نقش سرمایه اجتماعی غفلت ورزند (Mishchuk et al,

2024). پایه و مبنای توسعه یافتگی در سازمان، بهره‌گیری از سرمایه‌های انسانی توسعه یافته است و سرمایه اجتماعی ابزاری است که تعهد و عمل متقابل میان اعضای یک جامعه را اندازه‌گیری می‌کند و آن دسته از ویژگی‌های سازمانی است که هماهنگی و همکاری را برای سود مقابل تسهیل می‌کند (Mesfin et al, 2022). (Nahapit & Goshal, 1998) معتقدند سرمایه اجتماعی در سطح سازمانی، نه تنها منبعی حیاتی است؛ بلکه عاملی است که فراهم کننده مزیت‌های سازمانی پایدار و استوار است و آن را به عنوان جزئی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمان معرفی می‌کنند که در خلق و تسهیم دانش، و توسعه کسب و کارهای جدید و نوپا کمک بسیاری به سازمان می‌کند (Harnani et al, 2022). سرمایه اجتماعی در جامعه و ساختار اجتماعی تشکیل می‌گردد و به عنوان منبعی تاثیرگذار برای پیشرفت جوامع بشمار می‌آید و می‌تواند برای رشد پایدار جوامع و نسل‌های آینده مورد توجه قرار گیرد (Kharkheli, 2022). سرمایه اجتماعی پتانسیل بالقوه‌ای در هم افزایی با دیگر اشکال سرمایه دارد (Lee & Zhao, 2023). سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و مسیری برای رسیدن به موفقیت قلمداد می‌شود، از سوی دیگر سرمایه اجتماعی، به زندگی فرد معنی و مفهوم می‌بخشد و زندگی را ساده‌تر و لذتبخش‌تر می‌سازد (Gerhart & Feng, 2023). اثربخشی سایر سرمایه‌ها، بستگی به سرمایه اجتماعی دارد. بر این اساس، طی نمودن مسیرهای توسعه و پیشرفت در حوزه‌های فرهنگ، اقتصاد و..... بدون توجه به سرمایه اجتماعی ممکن نمی‌باشد و به منظور توسعه در زمان فعلی، نیازمندی به سرمایه اجتماعی بیشتر از سایر سرمایه‌ها می‌باشد (Lushnikov, 2024). سرمایه اجتماعی، به عنوان منبعی برای واکنش‌های گروهی و جمعی می‌باشد و مرتبط با آگاهی و دانش و همچنین توجه نمودن به مسائل و امور اجتماعی، سیاسی، ارکان ساختاری-شبکه، اعتماد عمومی، مشارکت‌های رسمی و غیر رسمی و باورها و هنجارهای جامعه و اجتماعی می‌گردد (Siswanti et al, 2024). دولت‌ها و سیاست‌مداران هر کشوری برای اداره کشور متبوع خود در شرایط مختلف اقتصادی و سیاسی در عرصه داخلی و بین‌المللی برنامه مناسبی اتخاذ می‌نمایند. جمهوری اسلامی ایران نیز از این قاعده مستثنا نیست. خصوصاً پس از اعمال تحریم‌های شدید و تحولات راهبردی و حساس منطقه چنین ضرورتی برای کشورمان مضاعف می‌شود. از همین رو، برای چاره اندیشی مناسب جهت مواجهه بهینه با شرایط جاری و اداره مطلوب کشور، مسئولین کشور باید به توسعه و تحقق توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان توجه ویژه‌ای داشته باشند چراکه توجه به کسب و کارهای نوپدید در سایه سرمایه‌های اجتماعی می‌تواند به عنوان راه حلی عملی و کاربردی برای خروج از بحران‌ها و مشکلات نقش آفرینی کند (Razaïy & Mehrī Nezhad, 2025). از طرفی برخورداری از مدلی کاربردی که علاوه بر رونق فعالیت‌های اقتصادی، توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی را نیز به دنبال داشته باشد؛ نیاز ضروری و مهم کشور است نگاه ویژه به کسب و کارهای نوپدید در سایه سرمایه‌های اجتماعی، روش دستیابی به موفقیت را برای یک بنگاه ترسیم می‌کند و فرایندی را که شرکت باید برای دستیابی به بازار هدف خود شناسایی کند، نیز ساده و مؤثرتر می‌کند (Weinberg & Scandura, 2024). بر اساس آنچه بیان شد و با توجه به بررسی‌های صورت گرفته؛ خلأ پژوهش‌های موجود در تطبیق و تناسب میان مدل‌های توسعه کسب و کار بنگاه‌های کوچک و متوسط نوپدید در شرایط سخت و مشکلات ساختاری اقتصادی کشور به چشم می‌خورد. لذا برای پر کردن این خلأ، در این پژوهش به ارائه الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان پرداخته شده است و

پژوهش حاضر بر آن است که تا به پرسش علمی زیر پاسخ دهد: الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نو پدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان از دیدگاه صاحب نظران دارای چه مفاهیم، ابعاد و مؤلفه‌هایی است؟

ادبیات نظری

توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نو پدید

امروزه با افزایش نیروی متخصص، معضل بیکاری به یکی از دغدغه‌های جوانان تحصیل کرده تبدیل شده است. بنابراین، بحث کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار شخصی بیش از قبل مورد توجه قرار گرفته است. اما از طرفی، بیشتر جوانان تجربه لازم را ندارند و نمی‌دانند چگونه و از کجا شروع کنند. از آنجایی که بیشتر کسب و کارهای نوپا به دلیل تجربه اندک بنیان‌گذاران آن‌ها به شکست منتهی می‌شوند، لزوم افزایش آگاهی و توانمندی بنیان‌گذاران به شدت احساس می‌شود. بنیان‌گذاران کسب و کارها با یادگیری این مفاهیم می‌توانند درصد شکست خود را به شدت کاهش دهند. با توجه به این که کسب و کارهای نوپا روز به روز در حال گسترش است و تعداد آن‌ها به صورت تصاعدی بالا می‌رود، دانستن الزامات و استانداردها برای برقراری ارتباط و گسترش کسب و کار، به امری حیاتی بدل می‌شود. کسب و کار کوچک طی هزاران سال، در پیشرفت تمدن بشری نقش مهمی داشته است. در اقتصاد درحال توسعه کشور ایران، راه‌اندازی یک کسب و کار جدید می‌تواند در رسیدن به اهداف مالی و اجتماعی افراد مفید و مؤثر باشد (Salem, 2022).

اصطلاح کسب و کار به سازمان یا نهادی گفته می‌شود که در آن افراد به فعالیت‌های اقتصادی، صنعتی یا حرفه‌ای می‌پردازند. هدف از یک بیزنس، سازماندهی تولید یک کالا یا خدمت است. کسب و کارها می‌توانند به منظور به دست آوردن سود یا حتی پیشبرد هدفی اجتماعی بدون انتظار بازگشت سرمایه و سودآوری در قالب سازمان‌های خیریه یا غیرانتفاعی فعالیت کنند (Rafaelsen & Lindqvist, 2025). این نوع کسب و کارها معمولاً در یک موقعیت جغرافیایی مشخص قرار دارند و تعداد کارمندان و کارگران آن کمتر از ۱۰۰ نفر (یا کمتر از ۵۰ نفر) است و بنیان‌گذاری آن توسط یک نفر یا گروه کوچکی از افراد است. کسب و کارهای خرد دامنه وسیعی از فعالیت‌های مختلف را در بر می‌گیرد: حوزه‌های صنعت، کشاورزی، تجارت، خانگی و غیره. کسب و کارهای کوچک و متوسط، با توجه به اینکه بیشتر از ۹۰ درصد کسب و کارها در جهان از این نوع هستند، اهمیت بسیاری دارند. کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید از لحاظ ایجاد اشتغال، توسعه اقتصادی، ایجاد رقابت، نوآوری ارتقای جامعه، ایجاد شبکه می‌تواند دارای اهمیت بسیار زیادی باشند. همچنین کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید، اهمیت بسیاری دارند و می‌توانند به توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال، نوآوری و ارتقای جامعه کمک کنند. همچنین، این کسب و کارها می‌توانند با ایجاد رقابت در بازار، به بهبود کیفیت محصولات و خدمات و کاهش قیمت‌ها کمک کنند. به علاوه، کسب و کارهای کوچک، به دلیل انعطاف پذیری بیشتر، می‌توانند به راحتی و با سرعت بیشتری به تغییرات بازار و تغییر در نیازهای مشتریان پاسخ دهند. در نتیجه، اهمیت کسب و کارهای کوچک برای اقتصاد و جامعه بسیار بالاست (Pratikto et al, 2023).

سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه را می‌توان از آرای مارکس دنبال کرد. سرمایه در مفهوم مارکسی (کلاسیک) نظریه‌ای درباره روابط اجتماعی استثمار میان دو طبقه است. از دهه ۱۹۶۰ به این سو، شاهد ظهور نظریه‌های جدید سرمایه هم‌چون سرمایه

انسانی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی هستیم. اما به رغم تمام اصلاحات و جرح و تعدیل‌هایی که در این نظریه صورت گرفته، اندیشه اصلی مفهوم سرمایه یعنی «سرمایه گذاری با بازدهی مورد انتظار» در همه نظریه‌های زیر مجموعه نظریه سرمایه حفظ شده است. در عین حال، تبیین طبقاتی مستتر در مفهوم کلاسیک سرمایه، به عنوان یک جهت‌گیری نظری ضروری، حذف شده است (Gerhart & Feng, 2021). سرمایه اجتماعی در یک معنای عام، نوعی سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی است که بازده مورد انتظار در بازار تعریف می‌شود. البته بازار لفظی استعاره‌ای است و محدوده آن در تحلیل‌های گوناگون می‌تواند اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و یا بازار کار باشد که در آن، افراد با درگیر شدن در تعاملات و شبکه‌های اجتماعی، منافع مورد انتظار را تولید می‌نمایند (Fatihudin et al, 2020). سرمایه اجتماعی در مقایسه با دیگر سرمایه‌ها (سرمایه انسانی و سرمایه فرهنگی) کم‌تر حالت هژمونیک دارد و بیش‌تر در اختیار منافع فرد است به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی با سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی می‌خواهد منافع (سود) حاصل‌شده را در جهت توسعه شبکه‌های اجتماعی قرار دهد. هرچند که در تحلیل کلان سرمایه اجتماعی به همنوایی فرد با ارزش‌ها و هنجارهای نظام حاکم اشاره دارد (Al-Tit et al, 2022). سرمایه اجتماعی بیانگر کم و کیف روابط اجتماعی و نحوه تعاملات کنشگران اجتماعی است. سرمایه اجتماعی یک مفهوم چندوجهی و در عین حال نامشخص با تعدادی از تعاریف رقیب می‌باشد. این ویژگی باعث یکی از پرمناقشه‌ترین موضوعات در بین دانشمندان علوم اجتماعی در دهه‌های اخیر شده است و آن اینکه سرمایه اجتماعی چیست و چگونه مورد سنجش قرار می‌گیرد (Ray et al, 2022). «کاواچی» سرمایه اجتماعی را منابع قابل دسترس در درون ساختارهای اجتماعی می‌داند از قبیل اعتماد، هنجارهای روابط متقابل و هدف متقابل که افراد را برای انجام کنش‌های جمعی آماده می‌کند و به عنوان محصول فردی روابط اجتماعی و درگیری مدنی در سازمان‌های رسمی و غیر رسمی ظهور می‌کند. کلمن نیز سرمایه اجتماعی را چنین تعریف می‌کند: سرمایه اجتماعی یک عنصر مجزا نیست بلکه مجموعه‌ای از عناصر متفاوت است که دارای دو ویژگی مشترک هستند: تمام این عناصر دارای برخی از جوانب ساختار اجتماعی بوده و برخی از کنش‌های افراد واقع در درون ساختار را تسهیل می‌نمایند. «بوردیو» سرمایه اجتماعی را حاصل جمع منابع بالقوه و بالفعل می‌داند که نتیجه مالکیت شبکه بادوامی از روابط نهادی شده بین افراد و به عبارت ساده‌تر، عضویت در یک گروه است. پاتنام نیز در تعریف سرمایه اجتماعی می‌نویسد: اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی که همکاری و تعاون را برای نیل به منافع متقابل آسان می‌سازند. فوکویاما سرمایه اجتماعی را مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیر رسمی تلقی می‌کند که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میان‌شان مجاز است، در آن سهم هستند (Angrist et al, 2022).

پیشینه پژوهش

(Raftari et al, 2026) به بررسی سرمایه اجتماعی به مثابه راهبرد برندسازی شخصی برای مدرسان مدیریت پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد سرمایه اجتماعی به مثابه راهبرد برند شخصی است و مفهوم‌هایی که به عنوان راهبرد شناسایی شده‌اند وجه اشتراک بین سرمایه اجتماعی و کنش و واکنش‌هایی است که برند شخصی را شکل می‌دهند و فرایند برندسازی شخصی از طریق سرمایه اجتماعی به پیامدها منتهی می‌شود. برند شخصی تصویری است که در نتیجه تعاملات دیگران با شخص در ذهن افراد به وجود آمده است. بنابراین ساختن یک برند شخصی قوی مستلزم برخورداری از سرمایه اجتماعی برای مدرسان مدیریت است.

(Nazhadian et al, 2025) به بررسی طراحی مدل قابلیت‌های مربیگری کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد در ادبیات موجود قابلیت‌های مربیگری کارآفرینانه در دو بعد مربی و مربی قابل شناسایی بودند. در پایان فرایند کدگذاری باز ۲۶۲ مفهوم برجسته‌گذاری شد و در مرحله کدگذاری محوری، با بررسی دوباره مفاهیم، مقولات فرعی شناسایی و دسته‌بندی شدند و در این مرحله تعداد ۵۳ مؤلفه از بین ۲۶۲ کد باز استخراج شد. در مرحله سوم کدگذاری انتخابی، مولفه‌های شناسایی شده در مرحله کدگذاری محوری در ۱۴ بعد اصلی تحلیل و دسته‌بندی شدند. قابلیت‌های مربیان شامل ۶ بعد مهارت‌های کارآفرینانه، قابلیت‌های روان‌شناختی، قابلیت‌های راهبردی، قابلیت‌های عملیاتی، قابلیت‌های شناختی، دانش با ۲۰ مؤلفه و ۱۰۳ شاخص بود. قابلیت‌های مربیان شامل ۸ بعد دانش تخصصی، مهارت‌ها، قابلیت‌های عملیاتی، قابلیت‌های عاطفی، قابلیت‌های ارتباطی، قابلیت‌های عملکردی، قابلیت‌های فردی، قابلیت‌های شناختی با ۳۳ مؤلفه و ۱۵۹ شاخص بود. در نهایت، روابط بین قابلیت‌ها در چهار دسته قابلیت کلیدی انتقال دانش و مهارت، رشد روان‌شناختی، توانمندسازی راهبردی و حمایت و توسعه فردی دسته‌بندی شد. (Heshmian Far, 2025) به بررسی تبیین تأثیر عوامل فرهنگی بر بهره‌وری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، مورد مطالعه: صنعت نساجی استان یزد پرداخت. نتایج این تحقیق نشان داد متغیرهای فرهنگی نظم و قاعده‌مندی، مدارا و همکاری، عقلانیت، اصل مواجهه و تفکر کاربردی و فرآیندمحور، همگی اثر مثبت و معناداری بر بهره‌وری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دارند و این پنج عامل در مجموع حدود ۴۹ درصد از تغییرات بهره‌وری را تبیین می‌کنند. در میان متغیرهای مورد بررسی، عقلانیت بالاترین میانگین را داشته و بیشترین تأثیر مستقیم مربوط به مدارا و همکاری، عقلانیت و اصل مواجهه بوده است.

(Zhu & et al, 2025) به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر دانش استراتژیک مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد سرمایه اجتماعی بر دانش استراتژیک مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معنی داری دارد.

(Fathi Bajestani et al, 2025) به بررسی ارائه مدلی جهت شناسایی نقش سرمایه ارتباطات اجتماعی و توانمندی بهره‌گیری از فرصت‌های بازرگانی بین‌الملل پرداختند. در بخش کیفی ۹۰ کد باز و ۱۴ مقوله شناسایی شد. در بخش کمی جهت بررسی روایی عناصر و مؤلفه‌های شناسایی شده الگوی نقش سرمایه ارتباطات اجتماعی در توانمندی بهره‌گیری از فرصت‌های بازرگانی بین‌الملل صنعت پتروشیمی از تحلیل تاییدی عاملی استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که الگوی نقش سرمایه ارتباطات اجتماعی در توانمندی بهره‌گیری از فرصت‌های بازرگانی بین‌الملل صنعت پتروشیمی دارای دو بخش عوامل اصلی و شاخصهای آنها می‌باشد. این مدل از شاخص‌هایی تشکیل شده است که هسته و قلب این مدل می‌باشند. همچنین شاخص GOF برابر ۰/۴۴ بدست آمد که نشان از برازش مطلوب مدل است.

(Naji, 2025) به بررسی تأثیر استراتژی مدیریت دانش بر کاهش ترومای سازمانی با توجه به متغیر میانجی هوش هیجانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط پرداخت. نتایج این تحقیق نشان داد استراتژی مدیریت دانش بر کاهش ترومای سازمانی با توجه به متغیر میانجی هوش هیجانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معناداری دارد.

(Mahmoudi & Pourshahabi, 2023) به بررسی تأثیر ارزش هوش مالی بر ریسک‌پذیری کارکنان بانک ملی شعب زاهدان با نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی پرداختند. تحلیل مدل و انجام معادلات ساختاری نشان داد که هوش مالی با

نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی نمی‌تواند بر ریسک پذیری کارکنان تاثیرگذار باشد. همچنین، نتایج نشان داد که هوش مالی به صورت مجزا بر دو متغیر ریسک پذیری و سرمایه اجتماعی تاثیرگذار است.

(Promono et al, 2021) به بررسی عوامل تعیین کننده پیشرفت شرکت‌های کوچک و متوسط: مطالعه موردی کارآفرینان در مانادو، اندونزی پرداختند. نتایج رگرسیون گام به گام، پژوهشگران را قادر ساخت تا تشخیص دهند که کدام متغیرها در تشخیص ویژگی‌های کارآفرینان مهمتر هستند. خود کارآمدی، نیاز به موفقیت، عادت‌های شخصی و موانع پیشرفت از جمله این متغیرهاست. (John & Vivienne, 2024) تحقیقی تحت عنوان تاثیر سرمایه استراتژیک بر تحول دیجیتال در کسب و کارهای کوچک و متوسط انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که آینده‌نگری، تحلیل گری، رویکرد تدافعی و رویکرد واکنشی بر تحول دیجیتال تاثیر مثبت و معنادار دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و مبتنی بر مطالعات کیفی، استراتژی مورد نظر اکتشافی، و روش مورد نظر تحلیل مضمون می‌باشد. جامعه پژوهش شامل ۲۱ نفر از مدیران، متخصصین و صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط نو پدید استان تهران بودند. در پژوهش حاضر با توجه به اهداف مورد نظر از مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختار یافته و بررسی متون برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. برای ثبت مصاحبه‌ها از نکته برداری به صورت همزمان استفاده شده و سعی بر این بود که بلافاصله بعد از اتمام هر مصاحبه ثبت آنها انجام و برای اطمینان از صحت انتقال اطلاعات، با مرور چند باره گفتگوها، تحلیل و بررسی دقیق‌تری نسبت به دیدگاه‌های طرح شده مصاحبه شوندگان انجام شود. همچنین از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله‌برفی برای انتخاب متون مرتبط و همچنین مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته استفاده شد و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. برای تأمین روایی و پایایی از روش (Guba & Lincoln, 1980) استفاده شد. آن‌ها چهار معیار «قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت اتکا و قابلیت تأیید» را به منظور ارزیابی دقت علمی پژوهش مد نظر قرار داده‌اند (Danaeifar et al, 2017). در زمینه قابلیت اعتبار، از روش کنترل اعضاء استفاده شد. در زمینه قابلیت انتقال، یافته‌ها در اختیار متخصصین قرار داده شد. در زمینه قابلیت اتکا (قابلیت اطمینان) از روش توافق بین کدگذاران استفاده شد و در زمینه قابلیت تأیید، از مرور و بازخورد هم‌تایان بهره گرفته شد. برای اطمینان از نحوه کدگذاری‌ها از چهار نفر ارزشیاب جهت کدگذاری مجدد یافته‌ها استفاده شد که به منظور تأیید از روش اسکات (۲۰۱۲) استفاده شد که در این پژوهش میزان توافق بین ارزشیابان عدد ۸۴/۱۶ بدست آمد که نشان دهنده ۸۴ درصد توافق بین ارزشیابان در کد گذاری‌ها بود. داده‌های حاصل از تحقیق به وسیله نرم‌افزار NVIVO ویراست ۱۱ و نرم افزار MAXQDA ۲۰۱۸ مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا جدول جمعیت شناختی مربوط به مشارکت کنندگان ارائه می‌گردد.

جدول ۱. مشخصات مشارکت کنندگان در مصاحبه

ردیف	مدرک تحصیلی	رشته تحصیلی	رتبه دانشگاهی	جنسیت	سابقه کار
۱	دکتری	مدیریت کسب و کار	استاد	مرد	۳۰ سال
۲	دکتری	مدیریت منابع انسانی	دانشیار	زن	۲۶ سال
۳	دکتری	مدیریت بازرگانی	استاد	مرد	۲۷ سال
۴	دکتری	مدیریت صنعتی	دانشیار	زن	۱۷ سال
۵	دکتری	مدیریت راهبردی	استادیار	مرد	۱۶ سال
۶	دکتری	جامعه شناسی، اقتصاد و توسعه	دانشیار	زن	۲۶ سال
۷	دکتری	مدیریت دولتی	استاد	مرد	۲۴ سال
۸	دکتری	مدیریت تطبیق و توسعه	استادیار	مرد	۱۲ سال
۹	دکتری	جامعه شناسی فرهنگی	دانشیار	مرد	۱۸ سال
۱۰	دکتری	مدیریت مالی	دانشیار	مرد	۱۷ سال
۱۲	دکتری	مدیریت فناوری اطلاعات	استاد	زن	۲۸ سال
۱۳	دکتری	کارآفرینی	استاد	مرد	۲۳ سال
۱۴	دکتری	سیاستگذاری علم و فناوری	استادیار	زن	۱۸ سال
۱۵	دکتری	مدیریت اجرایی	دانشیار	مرد	۲۲ سال
۱۶	دکتری	تصمیم گیری و خط مشی عمومی	استادیار	مرد	۱۷ سال
۱۷	دکتری	مدیریت رفتار سازمانی	دانشیار	زن	۱۹ سال
۱۸	دکتری	مهندسی برق قدرت	استاد	مرد	۳۳ سال
۱۹	دکتری	حسابداری	دانشیار	مرد	۲۹ سال
۲۰	دکتری	مدیریت رفاه اجتماعی	دانشیار	زن	۲۸ سال
۲۱	دکتری	حقوق عمومی	استاد	مرد	۳۲ سال

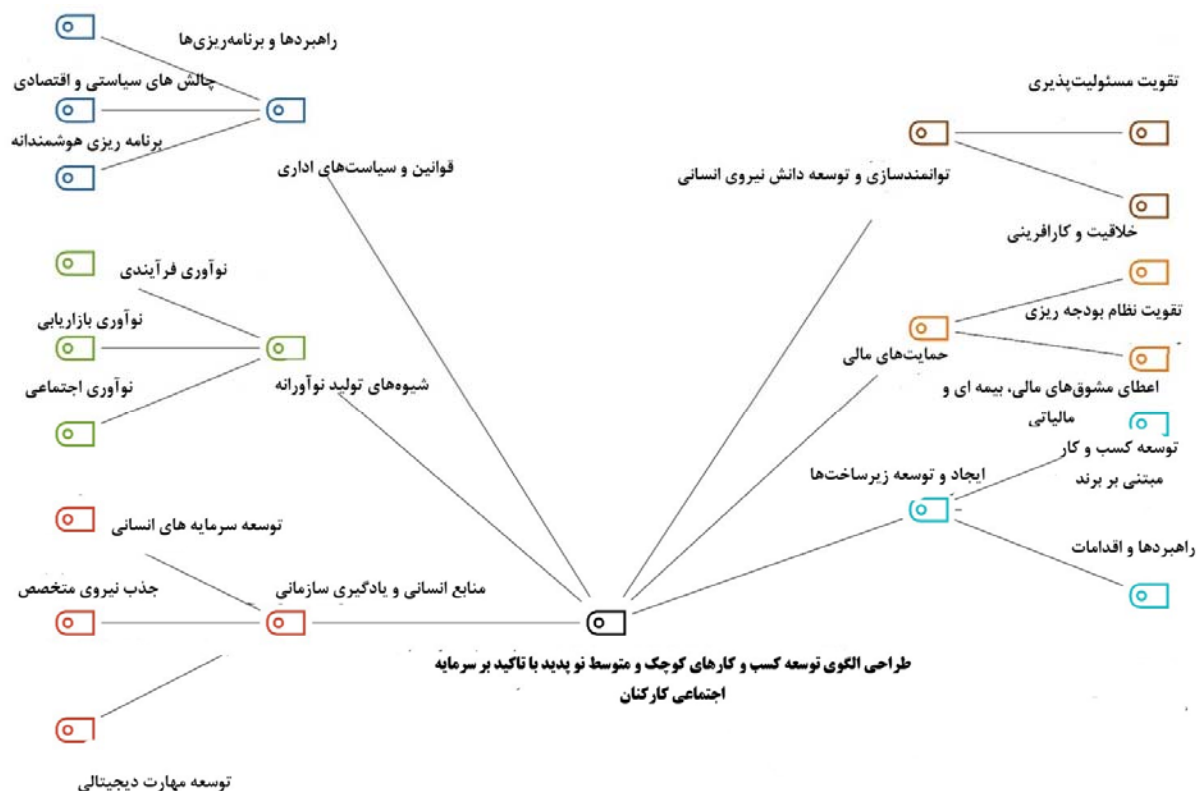
در پاسخ به سؤال تحقیق ۶ مضمون (سازمان دهنده)، ۱۵ مضمون پایه و ۵۴ کد اولیه بدست آمد که در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۲. تحلیل مضامین سه گانه مربوط به الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نو پدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان

ردیف	گُدهای اولیه	مضامین پایه	مضامین سازمان دهنده	مضمون فراگیر		
۱	وضع مقررات حمایتی برای ایجاد کسب و کار نو پدید	راهبردها و برنامه ریزی ها	قوانین و سیاست های اداری	مضمون فراگیر توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نو پدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان		
۲	تلفیق اهداف در برنامه راهبردی و عملیاتی حوزه های مختلف کسب و کار نو پدید					
۳	ارتقاء مستمر برنامه های رهبردی حماتی از کسب و کارهای نو پدید					
۴	حفظ حقوق مالکیت و پشتیبانی از ایده ها و نوآوری های کارآفرینان					
۵	قوانین ورشکستگی و نظام تأمین اجتماعی					
۶	بهبود قوانین بازار کار	چالش های سیاستی و اقتصادی			قوانین و سیاست های اداری	
۷	ایجاد برنامه های راهبردی برای توسعه عملیاتی کسب و کارهای نو پدید					
۸	کمک به تدوین استراتژی های بلندمدت					
۹	شناسایی فرصت های رشد، تحلیل بازار و رقبا					
۱۰	تعیین اهداف و مأموریت ها برای کسب و کارهای نوپا و کوچک					
۱۱	آموزش توسعه کسب و کار	برنامه ریزی هوشمندانه	شیوه های تولید نوآورانه			
۱۲	کاهش هزینه های کسب و کار					
۱۳	ایجاد ارزش برای محصولات و خدمات خود					
۱۴	روش های مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کوچک					
۱۵	اجرای روش های تولید یا ارائه محصول یا بهبود کلی	نوآوری فرآیندی				شیوه های تولید نوآورانه
۱۶	پذیرش اصول تولید ناب					
۱۷	به حداقل رساندن ضایعات و بهینه سازی فرآیندهای تولید					
۱۸	سرعت و دقت در تولید و توجه به تولید خودکار					
۱۹	بهبود نحوه تبلیغ و فروش محصولات	نوآوری بازاریابی			شیوه های تولید نوآورانه	
۲۰	توسعه استراتژی های بازاریابی جدید					
۲۱	همکاری برندها با اینفلوئنسرهای رسانه های اجتماعی					
۲۲	استفاده از تحلیل داده ها برای ایجاد پویش های تبلیغاتی هدفمند					
۲۳	توسعه راهبردها، مفاهیم و ایده های جدید	نوآوری اجتماعی	شیوه های تولید نوآورانه			
۲۴	جمع آوری سرمایه برای پروژه های خلاقانه و اهداف اجتماعی					
۲۵	کمک به رفع چالش های اجتماعی و توسعه رفاه اجتماعی					
۲۶	کار تیمی و همکاری در میان بخش های زیرین کسب و کار	توسعه سرمایه های				
۲۷	توانایی های انفرادی برای راهبری و توسعه کسب و کار					

ردیف	گد‌های اولیه	مضامین پایه	مضامین سازمان دهنده	مضمون فراگیر		
۲۸	توانایی‌های علمی و نگرش‌های شغلی مثبت در توسعه کسب و کار	انسانی	سازمانی			
۲۹	تلاش برای بالابردن کیفیت عملکرد تیم‌های کاری	جذب نیروی متخصص				
۳۰	توسعه محصولات، فناوری‌ها و روش‌های مدیریتی					
۳۱	توسعه دوره‌های ضمن خدمت برای ارتقاء کسب و کارهای نو پدید					
۳۲	توسعه مهارت صلاحیت عملکردی برای ارتقاء کسب و کارهای نو پدید					
۳۳	توسعه مهارت تفکر انتقادی برای ارتقاء کسب و کارهای نو پدید	توسعه مهارت دیجیتال				
۳۴	توسعه آگاهی‌های اجتماعی برای ارتقاء کسب و کارهای نو پدید					
۳۵	توسعه مهارت‌های فناوری عملکردی برای ارتقاء کسب و کارهای نو پدید					
۳۶	خودانضباطی و مدیریت زمان	تقویت مسئولیت‌پذیری			توانمندسازی و توسعه دانش نیروی انسانی	
۳۷	روحیه یادگیری و تمایل به رشد فردی					
۳۸	تعهد به کیفیت و وجدان کاری					
۳۹	تقویت مدیریت دانش و بکارگیری آن در ارتباط بین افراد	خلاقیت و کارافرینی				
۴۰	رویه‌ها و سیستم‌های سازمانی تسهیل کننده نوآوری					
۴۱	قابلیت و رفتار کارکنان و میزان دانش، تجارب و مهارت آنها					
۴۲	تأمین سرمایه اولیه برای راه اندازی و فعالیت‌های مخاطره آمیز	تقویت نظام بودجه ریزی	حمایت‌های مالی			
۴۳	تقویت نظام بودجه ریزی در ارائه‌ی تحلیل بودجه‌ای و مالی سرمایه اجتماعی					
۴۴	حمایت‌های نظام مند از ایده‌های ابتکاری و نو در کسب و کار					
۴۵	پرداخت یارانه‌های نقدی و غیر نقدی برای پوشش بیمه‌ای	اعطای مشوق‌های مالی، بیمه‌ای و مالیاتی				
۴۶	پرداخت یارانه‌های نقدی و غیر نقدی برای پوشش مالیاتی					
۴۷	پرداخت یارانه‌های نقدی و غیر نقدی برای پوشش عوارض سالیانه					
۴۸	ایجاد الگوها و پترن‌ها برای کارآفرینان جوان آتی	توسعه کسب و کار مبتنی بر برند	ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها			
۴۹	هدایت صحیح افراد برای تولید در کشور					
۵۰	بهبود کسب و کار					
۵۱	بکارگیری شیوه‌های نوین بازاریابی مانند بازاریابی شبکه عصبی	راهبردها و اقدامات				
۵۲	بکارگیری فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی در توسعه کسب و کار					

ردیف	گدهای اولیه	مضامین پایه	مضامین سازمان دهنده	مضمون فراگیر
۵۳	برقراری ارتباطات آفلاین در کنار ارتباط آنلاین			
۵۴	ایجاد اعتماد در جامعه برند و توسعه کسب و کار نوپدید			



شکل ۱. مدل نهایی خروجی نهایی نرم افزار Maxqda 2020

در نهایت پس از طی مراحل اختصاص گدهای اولیه به پاره گفتارهای مشارکت کنندگان، اختصاص گدهای اولیه به پاره گفتارهای استخراج شده، ادغام گدهای اولیه و استخراج مضامین پایه، دسته بندی مضامین پایه به مضامین سازمان دهنده، دسته بندی مضامین سازمان دهنده به مضمون فراگیر و تدوین نهایی مضامین و ارائه بازخورد به مشارکت کنندگان، بازبینی و موضع گیری پژوهشگر، شبکه نهایی مضامین استخراج و در شکل (۱) آورده شده است؛ نتایج نشان داد مفاهیم استخراج شده مربوط به الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان شامل ۵۴ کد اولیه، ۱۵ مضمون پایه و ۶ مضمون سازمان دهنده می باشد که تشکیل دهنده الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپدید با تاکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان هستند.

بحث و نتیجه گیری

امروزه در کشورهای در حال توسعه، کسب و کارهای کوچک و متوسط به عنوان ستون فقرات هر اقتصاد شناخته می شوند زیرا آنها نقش قابل توجهی در اشتغال و رشد اقتصادی و تحرک نوآوری و خلاقیت دارند. به طور کلی، کسب

و کارهای کوچک و متوسط، بیشترین مشاغل تأسیس شده را تشکیل داده و به عنوان منبعی برای موفقیت کسب و کارهای بزرگ در آینده شناخته می‌شوند. کسب و کارهای کوچک و متوسط از راهکارهای بسیار مؤثر و اساسی جهت توسعه همه جانبه یک کشور محسوب می‌شوند. در این میان اهمیت توجه ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط در مناطق مختلف کشور بر کسی پوشیده نیست و یکی از راهکارهای اساسی جهش تولید و مشارکت مردم اتخاذ سیاست‌های نوآورانه و روی آوردن به تخصص‌های هوشمندانه و رشد و توسعه بنگاه‌های اقتصادی و کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکردی نوین در کشور است. رشد و توسعه بنگاه‌های اقتصادی و کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌تواند منجر به تحول در اشتغال و اقتصاد شود و افزایش میزان تولید می‌تواند منجر به تولید شغل شود و چرخ اقتصادی کشور را به گردش در می‌آورد. شرکت‌های تجاری کوچک و متوسط چاره‌ای جز این ندارند که به خلاقیت روز افزون و رشد و توسعه خود پردازند تا در دنیای رقابتی امروز بتوانند دوام آورند. با ظهور فناوری‌های جدید در تولید و ارتباطات، تحولاتی در روش‌های تولید و توزیع ساختار تشکیلاتی این کسب و کارها پدید آمده که عموماً بر اهمیت واحدهای کوچک و متوسط افزوده است. علیرغم اهمیت بالای اینگونه کسب و کارها در توسعه کشورها، اما آنطور که شایسته است به رشد و توسعه آنها توجه نشده است و اغلب این کسب و کارها دوام و بقای کمی به خصوص در مراحل اولیه فعالیتشان دارند. آن‌ها به دلیل ناسازگاری و ناتوانی در رهبری، کارآفرینی و تخصص‌های فنی هنوز هم با چالش‌های زیادی مواجه هستند. عدم وجود سیاست‌های مناسب دولت، تأمین مالی کافی، هزینه بالاتر برای انجام کسب و کار نوپدید، حداقل دستمزدها، دسترسی به فناوری و بهره‌وری کم، عدم کفایت زیرساخت‌ها و سیاست‌ها و محیط‌های اقتصادی متناقض جهانی چالش‌های اساسی برای اینگونه کسب و کارها محسوب هستند. وجود این چالش‌ها هر روز بر میزان ابهام، عدم قطعیت و پیچیدگی کسب و کارهای کوچک و متوسط نو پدید می‌افزاید که این امر شایستگی‌های کلیدی آنها را دچار تغییر اساسی می‌کند. مدیران باید در این شرایط از روش‌ها و استراتژی‌هایی استفاده نمایند تا ضمن پیشی گرفتن از رقبای به اهدافشان نیز دست پیدا کنند که یکی از این استراتژی‌ها توجه به سرمایه‌های اجتماعی کارکنان است. سرمایه اجتماعی در جامعه و ساختار اجتماعی تشکیل می‌گردد و به عنوان منبعی تأثیرگذار برای پیشرفت جوامع بشمار می‌آید و می‌تواند برای رشد پایدار جوامع و نسل‌های آینده مورد توجه قرار گیرد سرمایه اجتماعی پتانسیل بالقوه‌ای در هم افزایی با دیگر اشکال سرمایه دارد و بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و مسیری برای رسیدن به موفقیت قلمداد می‌شود از اینرو برای توفیق در کسب و کارهای کوچک و متوسط نو پدید باید به سرمایه‌های اجتماعی کارکنان متوسل شد تا با تکیه بر این امر از چالش‌ها و مشکلات این کسب و کارها کاسته شود.

در این پژوهش با توجه به بررسی مصاحبه‌ها، در نهایت مفاهیم استخراج شده شامل ۵۴ کد باز، ۱۵ مضمون پایه و ۶ مضمون سازمان دهنده می‌باشد که تشکیل دهنده الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط نو پدید با تأکید بر سرمایه اجتماعی کارکنان هستند. مضمون سازمان دهنده قوانین و سیاست‌های اداری که شامل مضامین پایه (راهبردها و برنامه‌ریزی‌ها، چالش‌های سیاستی و اقتصادی، برنامه ریزی هوشمندانه)، مضمون سازمان دهنده شیوه‌های تولید نوآورانه که شامل مضامین پایه (نوآوری فرآیندی، نوآوری بازاریابی، نوآوری اجتماعی)، مضمون سازمان دهنده منابع انسانی و یادگیری سازمانی که شامل مضامین پایه (توسعه سرمایه‌های انسانی، جذب نیروی متخصص، توسعه مهارت دیجیتال)، مضمون سازمان دهنده توانمندسازی و توسعه دانش نیروی انسانی که شامل مضامین پایه (تقویت مسئولیت‌پذیری،

خلاقیات و کارآفرینی)، مضمون سازمان دهنده حمایت‌های مالی که شامل مضامین پایه (تقویت نظام بودجه ریزی اعطای مشوق‌های مالی، بیمه‌ای و مالیاتی)، مضمون سازمان دهنده ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها که شامل مضامین پایه (توسعه کسب و کار مبتنی بر برند، راهبردها و اقدامات) می‌باشد. نتایج حاصل از این یافته با نتایج پژوهش‌های (Nazhadian et al, 2025)، (Heshmiyan Far, 2025)، (Naji, 2025)، (Promono et al, 2021)، (John & Vivienne, 2024)، (Raftari et al, 2026)، (Zhu & et al, 2025)، (Fathi Bajestani et al, 2025)، (Mahmoudi & Pourshahabi, 2023) همخوان و همسو می‌باشد. (Naji, 2025) نشان داد که استراتژی مدیریت دانش بر کاهش ترومای سازمانی با توجه به متغیر میانجی هوش هیجانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معناداری دارد. (John & Vivienne, 2024) نشان دادند که آینده‌نگری، تحلیل گری، رویکرد تدافعی و رویکرد واکنشی بر تحول دیجیتال تأثیر مثبت و معنادار دارد. (Zhu & et al, 2025) نشان دادند که سرمایه اجتماعی بر دانش استراتژیک مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معنی داری دارد.

کسب و کارهای کوچک و متوسط برای همه کشورهای توسعه یافته مورد اهمیت هستند چرا که در کنار تولید شغل برای مردم، می‌توانند به کاهش فقر، تولید درآمد و تسهیل ثروت مردم کمک کنند اگر می‌خواهیم در آینده نه چندان دور وضعیت فعلی اقتصاد کشور خود را درست کنیم، ضروری به نظر می‌رسد که در ارتباط با این نوع کسب و کارها بیشتر تحقیق کرده و به آنها خدمات مفیدی ارائه کنیم. دقت داشته باشید که هر کسب و کاری هم که امروزه بزرگ و مشهور به نظر می‌رسد در گذشته یک کسب و کار کوچک و متوسط بوده که به مرور زمان رشد کرده و به جایگاه فعلی خود رسیده است. شرکت‌های کوچک و متوسط برای توسعه مشاغل در اقتصاد معاصر ضروری هستند به عنوان فعال‌ترین بخش اقتصاد شناخته شده‌اند. ویژگی عمده این نوع کسب و کار انعطاف پذیری زیاد در تعدیل شرایط متغیر بازار است. شرکت‌های کوچک و متوسط مورد بحث در مواردی مانند توسعه اقتصادی، رقابت و تغییرات در ساختار اقتصاد یا اندازه بیکاری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) به عنوان مؤلفه‌های ضروری توسعه ملی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه شناخته شده‌اند. این زیر بخش اقتصاد در سطح جهان به طور قابل ملاحظه‌ای با افزایش اشتغال زایی، فقرزدایی، توزیع عادلانه منابع، توزیع مجدد درآمد، نوآوری فنی و فناوری، توسعه مهارت‌های کارآفرینی، پراکندگی یکنواخت صنعتی و اقتصادی و بهبود کلی استانداردهای زندگی مردم یک منطقه اقتصادی مرتبط بوده است. علاوه بر این از آن به عنوان یک استراتژی در تأمین امنیت غذایی و تشویق صنعتی شدن سریع و معکوس کردن مهاجرت روستا به شهر یاد شده است.

با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادات زیر قابل ارائه می‌باشند:

- تغییر جهت تمرکز اخذ مالیات از بخش مولد (به خصوص صنایع کوچک و متوسط نو پدید) به سمت بخش‌های نامولد (مستغلات، بانکی و بازرگانی واردات)

- مبارزه با فساد، ویژه خواری و رانت‌خواری و قطع مجراهای کسب درآمدهای رانتی کلان

- ایجاد زیرساخت لازم جهت تسهیل مدیریت و نظارت بر اعتبارات و سرمایه گذاری توسط بانک‌ها.

- آموزش و توانمند سازی مدیران حرفه‌ای برای بنگاه‌های اقتصادی مطابق با فناوری‌های نوین

- شناسایی و اولویت‌بندی شاخصهای مختلف اقتصادی در بهبود کسب و کار

—شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد موقعیتهای ویژه برای کسبوکار در راستای تحقق سرمایه اجتماعی کارکنان

Reference

- Abraham, K. G., & Mallatt, J. (2022). Measuring human capital. *Journal of Economic Perspectives*, 36(3), 103-130. DOI:10.2139/ssrn.4134932
- Al-Tit, A. A., & Al-Ayed, S., & Alhammadi, A., & Hunitie, M., & Alsarayreh, A., & Albassam, W. (2022). The impact of employee development practices on human capital and social capital: the mediating contribution of knowledge management. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 218. DOI:10.3390/joitmc8040218
- Angrist, N., & Djankov, S., & Goldberg, P., & Patrinos, H. A. (2019). Measuring human capital. Available at SSRN 3339416. DOI:10.2139/ssrn.3339416
- Boon, C., & Eckardt, R., & Lepak, D. P., & Boselie, P. (2022). Integrating strategic human capital and strategic human resource management. *The International Journal of Human Resource Management*, 29(1), 34-67. DOI:10.1080/09585192.2017.1380063
- Fathi bajestani, T., & Hamidzadeh, M., & Gharache, M. (2025). Presenting a model to identify the role of social communication capital and the ability to take advantage of international business opportunities. *Journal of value creating in Business Management*, 5(2), 464-486. doi: 10.22034/jvcbm.2024.345337.1027. (in Persian)
- Fatihudin, D., & Sembiring, M. J., & Firmansyah, M. A., & Holisin, I. (2020). The role of intellectual human capital, human resource practices and intention to use of energy resources on the company performance. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(6), 704-712. DOI:10.32479/ijeeep.10623
- Gerhart, B., & Feng, J. (2021). The resource-based view of the firm, human resources, and human capital: Progress and prospects. *Journal of Management*, 47(7), 1796-1819. <https://doi.org/10.1177/0149206320978799>
- Gerhart, B., & Feng, J. (2021). The resource-based view of the firm, human resources, and human capital: Progress and prospects. *Journal of management*, 47(7), 1796-1819. <https://doi.org/10.1177/0149206320978799>
- Godarzī, M., & Mahmoudī, A., & Qarabānī, M.H. (2025). Identifying the factors affecting the prosperity of small and medium-sized sports businesses. *Journal of Applied Research in Sports Management*, (52), 2–16. Doi:10.30473/arsm.2025.69088.3800 (in Persian)
- Goderzipoor, H., & Yadollahi Farsi, J., & Rah Chamani, A., & Abbasi Nami, H. (2025). Designing a paradigmatic model of entrepreneurship based on brand development in small and medium-sized businesses. *Journal of Business Research*, (115), 147–175. Doi:10.22034/ijts.2025.2055527.4122 (in Persian)
- Harnani, S., & Rusminingsih, D., & Damayanti, L. (2022). The role of human capital in education, environment, and economic. *Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME)*, 5(2), 87-99. DOI:10.32535/apjme.v5i2.1620
- Heshmiyan Far, S.H. (2025). Explaining the impact of cultural factors on the productivity of small and medium-sized enterprises: A case study of the textile industry in Yazd Province. *Journal of Islamic World Politics Research*, (56), 133–160. <https://www.magiran.com/p2981357>. (in Persian)
- John, V., & Vivienne, I. (2024). The Impact of Strategic Capital on Digital Transformation in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) *Journal of Modelling in Management*, 12(4):671-689.
- Kharkheli, M. (2022). The impact of the pandemic on human capital. *Human capital index. Globalization and Business*, 7(13), 61-64. DOI:10.35945/gb.2022.13.009
- Le, T.T., & Ikram, M. (2022). Do sustainability innovation and firm competitiveness help improve firm performance? Evidence from the SME Sector in Vietnam. *Sustainable Production and Consumption*, (29), 588-599. DOI:10.1016/j.spc.2021.11.008
- Lee, C. C., & Zhao, Y. N. (2023). Heterogeneity analysis of factors influencing CO2 emissions: the role of human capital, urbanization, and FDI. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 185, 113644. DOI: 10.1016/j.rser.2023.113644
- Lushnikov, A. M. (2024). 'Human capital', 'human potential' and labor law: The experience of an interdisciplinary approach. DOI:10.21638/spbu32.2024.108

- Mahmoudi, J., & Pourshahabi, V. (2023). Investigating the effect of financial intelligence value on employees' risk taking with the mediating role of social capital. *Journal of value creating in Business Management*, 2(4), 25-45. doi: 10.22034/jvcbm.2023.314246.1009. (in Persian).
- Mishchuk, H., & Bilan, Y., & Androniceanu, A., & Krol, V. (2023). Social capital: Evaluating its roles in competitiveness and ensuring human development. *Journal of Competitiveness*, 15(2). DOI: 10.7441/joc.2023.02.01
- Naji, M. (2025). Investigating the impact of knowledge management strategy on reducing organizational trauma with regard to the mediating variable of emotional intelligence in small and medium-sized businesses. *Journal of New Approaches in Management and Marketing*, (8), 153–171. <https://doi.org/10.22034/jnamm.2025.522461.1090> (in Persian)
- Nazhadian, M.A., & Khodabakhsh, M., & Hosseini, S.R. (2025). Designing a model of entrepreneurial coaching capabilities in small and medium-sized businesses. *Journal of Entrepreneurship Development*, (71), 108–145. (in Persian)
- Pratikto, H., & Winarno, A., & Restuningdiah, N. (2023). The role of entrepreneurial competencies: successful key SMEs a literature review. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(7). DOI:10.26668/businessreview/2023.v8i7.1955
- Promono, R., & Sondakh, L.W., & BERNARTO, I., & Juliana, J. & Purvanto, A. (2021). Determinants of the Small and Medium Enterprises Progress: A Case Study of SME Entrepreneurs in Manado, Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8 (1), 881-889. DOI:10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.881
- Rafaelsen, V. G., & Lindqvist, M. H. (2025). Perspective chapter: Entrepreneurial coaching as a framework for enhancing participation and lifelong learning in preschool education. *Contemporary Issues in Early Childhood Education and Care*, 103. DOI: 10.5772/intechopen.1007433
- Raftari, M., & Zaraei Matin, H., & Amiri, A. N. (2026). Social Capital as a Strategy for Personal Branding among Management Instructors. *Quarterly Journal of Organizational Culture Management*, 24(1), 50–64. Doi:10.22059/jomc.2022.344429.1008470
- Ray, C., & Nyberg, A. J., & Maltarich, M. A. (2023). Human capital resources emergence theory: The role of social capital. *Academy of Management Review*, 48(2), 313-335. DOI:10.5465/amr.2020.0186
- Razaiy, T., & Mehri Nezhad, S. (2025). Developing an optimal model to improve the country's small and medium-sized businesses with an approach to sustainable development using data-based (data-driven) infrastructure. *Journal of Environmental Education and Sustainable Development*, (43), 140–155. (in Persian)
- Rezvani, M., & Farozandeh, M., & Sokhdari, K. (2025). Presenting a framework for the role of social media in the entrepreneurial entry of small and medium-sized businesses. *Journal of Studies in Smart Business Management*, (51), 257–289. <https://doi.org/10.22054/ims.2024.81203.2498> (in Persian)
- Salem, A. B. (2022). Entrepreneurial coaching mediating relationship between TQM soft practices and firm performance: cases of certified Tunisian companies. *The TQM Journal*, 35(8), 2322-2335. DOI:10.1108/TQM-08-2022-0271
- Shiyuti, H.A., & Zainol, F.A. & Ishak, M.S.I. (2021). Why Business Fail? A Thematic Review Analysis on SMEs. *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)*, 2 (2), 1-11. <https://doi.org/10.37231/jmtp.2021.2.2.98>
- Sima, V., & Gheorghe, I. G., & Subić, J., & Nancu, D. (2020). Influences of the industry 4.0 revolution on the human capital development and consumer behavior: A systematic review. *Sustainability*, 12(10), 4035. DOI:10.3390/su12104035
- Siswanti, Y., & Salsabil, I., & Muafi, M. (2024). Organizational Culture and Its Consequences for Social Capital, Human Capital, and Innovative Behavior: Cross-Level Analysis. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 13(2), 314-331. DOI:10.32479/irmm.9923
- Weinberg, F. J., & Scandura, T. (2024). Advancing the future of workplace development: integrative approaches to mentoring and coaching. *Journal of Managerial Psychology*, 39(6), 832-843. DOI:10.1108/JMP-08-2024-717