



## Investigating the Impact of Social Capital on Entrepreneurial Resilience with the Mediating Role of Entrepreneurial Passion in Knowledge-Based Companies in Lorestan Province

Ali Shariat Najade<sup>1\*</sup>  | Mohsen Aref Najade<sup>2</sup>  | Seyed Nasim Mousavi<sup>3</sup>  | Elaha Manashdavi<sup>4</sup> 

1. Corresponding Author, Department of Business Management, Faculty of Economics and Management, Lorestan University, Khorramabad. Email: [shariat.al@lu.ac.ir](mailto:shariat.al@lu.ac.ir)
2. Department of Business Management, Faculty of Economics and Management, Lorestan University, Khorramabad. Email: [arefmohsen2@gmail.com](mailto:arefmohsen2@gmail.com)
3. Department of Business Administration-Electronic Commerce, Faculty of Innovation, Malayer Azad University. Email: [mousavi58@yahoo.com](mailto:mousavi58@yahoo.com)
4. Department of Marketing Management, Faculty of Economics and Management, Malayer University, Malayer- Iran. Email: [elahe.maneshdavi@stu.malayeru.ac.ir](mailto:elahe.maneshdavi@stu.malayeru.ac.ir)

### ARTICLE INFO

**Article type:**  
Research Article

**Article History:**  
**Received:** April 13, 2023  
**Revised:** May 11, 2023  
**Accepted:** May 13, 2023  
**Published online:** February 23, 2026

**Keywords:**  
Social capital,  
Entrepreneurial resilience,  
Entrepreneurial passion,  
Knowledge-based companies.

### ABSTRACT

In recent years, social capital, representing the benefits of a company's success in a social construction, has been the subject of attention of thinkers and researchers in the fields of humanities. Organizational social capital facilitates the exploration of innovative opportunities and enhances entrepreneurial resilience. Therefore, the current research aims to investigate the effect of social capital on entrepreneurial resilience with the mediating role of entrepreneurial passion in knowledge-based companies in Lorestan province. This research is applied in purpose and descriptive in nature. The statistical population of this research is knowledge-based companies of Lorestan province, and a sample of 384 managers and employees was selected using Cochran's formula and an available sampling method. Data were collected via a standard questionnaire. The instrument's content validity was established using content validity methods, and its reliability was demonstrated with Cronbach's alpha. In this research, structural equation modeling approach and Smart PLS3 and Spss 19 software were used to examine and test the hypotheses. The research results show that social capital has a positive and significant effect on entrepreneurial resilience, with entrepreneurial enthusiasm serving as a mediating factor. Consequently, organizational social capital functions as a driver and supporter of entrepreneurs, contributing to greater entrepreneurial resilience and heightened entrepreneurial enthusiasm.

**Cite this article:** Shariat Najade, A.; Aref Najad, M.; Mousavi, N. & Manashdavi, E. (2026). Investigating the Impact of Social Capital on Entrepreneurial Resilience with the Mediating Role of Entrepreneurial Passion in Knowledge-Based Companies in Lorestan Province. *Social Capital Management*. 13 (1), 89-102. <http://doi.org/10.22059/jscm.2023.357435.2403>



© Authors retain the copyright and full publishing rights.  
DOI: <http://doi.org/10.22059/jscm.2023.357435.2403>

**Publisher:** University of Tehran Press.



## بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان

علی شریعت‌نژاد<sup>۱\*</sup> | محسن عارف‌نژاد<sup>۲</sup> | سیده نسیم موسوی<sup>۳</sup> | الهه منیشداوی<sup>۴</sup>

۱. نویسنده مسئول، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران. رایانامه: [shariat.al@lu.ac.ir](mailto:shariat.al@lu.ac.ir)
۲. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران. رایانامه: [arefmohsen2@gmail.com](mailto:arefmohsen2@gmail.com)
۳. گروه مدیریت، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران. رایانامه: [nasimmousavi701@yahoo.com](mailto:nasimmousavi701@yahoo.com)
۴. گروه مدیریت بازاریابی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه ملایر، ملایر، ایران. رایانامه: [elahe.maneshdavi@stu.malayeru.ac.ir](mailto:elahe.maneshdavi@stu.malayeru.ac.ir)

### اطلاعات مقاله

### چکیده

#### نوع مقاله:

پژوهشی

#### تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۲/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۳

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۲/۰۴

#### کلیدواژه:

اشتیاق کارآفرینی، تاب‌آوری کارآفرینی، سرمایه اجتماعی، شرکت‌های دانش‌بنیان.

در سال‌های اخیر سرمایه اجتماعی که بیانگر مزایای حاصل از موفقیت شرکت در یک ساخت اجتماعی است به عنوان یک موضوع جذاب مورد توجه اندیشمندان و محققان رشته‌های علوم انسانی قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی در شرکت امکان استفاده از فرصت‌های نوآورانه و کشف فرصت‌های جدید را تسهیل می‌کند که در نتیجه می‌تواند بر تاب‌آوری کارآفرینی نیز مؤثر باشد. بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و در زمره پژوهش‌های همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شرکت‌های دانش‌بنیان استان لرستان هستند که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری در دسترس ۳۸۴ نفر از مدیران و کارکنان آن به عنوان نمونه برآورد شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه استاندارد بود که روایی آن با استفاده از روش اعتبار محتوا و پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ تأیید شد. در این پژوهش برای بررسی و آزمون فرضیه‌ها رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای Smart Pls 3 و Spss 19 به کار گرفته شد. نتایج پژوهش نشان‌دهنده آن است که سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبت و معنادار دارد. به عنوان یک نتیجه کلی باید گفت سرمایه اجتماعی شرکت یک محرک و پشتیبان برای کارآفرینان است که باعث بهبود تاب‌آوری کارآفرینی و همچنین افزایش اشتیاق کارآفرینی می‌شود.

**استناد:** شریعت‌نژاد، علی؛ عارف‌نژاد، محسن؛ موسوی، سیده نسیم و منیشداوی، الهه (۱۴۰۵). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۱۳ (۱) ۸۹-۱۰۲. <http://doi.org/10.22059/jscm.2023.357435.2403>



## مقدمه

امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان به منظور هم‌افزایی دانش و ثروت، توسعه اقتصاد مبتنی بر دانش، و کسب اهداف علمی و اقتصادی بسیار گسترش یافته‌اند. در مقایسه با فضای کارآفرینی در مقیاس بزرگ و درون‌شرکتی، شرکت‌های کوچک و متوسط با محیط نسبتاً غیر حمایتی و به عبارت دیگر منابع محدودتر و نرخ شکست بالاتر مواجه هستند. مطالعات مربوط به شکست بنگاه‌های کوچک و متوسط عمدتاً بر علل بیرونی متمرکز بوده است. اغلب تحقیقات شکست شرکت‌های کوچک و متوسط را به عوامل بیرونی، از جمله عملکرد بد مالی و کمبود سرمایه اولیه برای راه‌اندازی به دلیل ضعف‌های داخلی آن‌ها، نسبت می‌دهند. اما دلایل واقعی شکست شرکت‌های کوچک و متوسط نادیده گرفته شده است. دلیل واقعی این شکست‌ها در واقع مربوط به شخصیت خود کارآفرین است. کارآفرینان هسته اصلی مدیریت و توسعه استارت‌آپ‌های جدید هستند؛ به‌خصوص، دوام و استمرار روان‌شناختی و رفتاری افرادی که یک کسب‌وکار را شروع می‌کنند می‌تواند به سازمان‌ها در یک محیط متغیر و سرشار از ابهام برای غلبه بر مشکلات و حفظ توسعه پایدار استارت‌آپ‌های جدید کمک کند. بنابراین، بررسی نحوه ترویج و اشاعه تاب‌آوری کارآفرینی امری مفید و ضروری به نظر می‌رسد (Shan & Tian, 2022). کارآفرینان تاب‌آور دارای مقاومت و سرسختی بیشتری هستند و اراده لازم برای تلاش به منظور دستیابی به اهداف و آرزوهایشان را دارند و این موضوع بیانگر عزم آن‌ها برای موفقیت به‌خصوص هنگام مواجهه با یک چالش بزرگ است (فرانکو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱). از طرفی سرمایه اجتماعی توانایی فعالان و بازیگران برای نفع بردن با تکیه بر عضویت در شبکه‌های اجتماعی و دیگر ساختارهای اجتماعی را بهبود می‌بخشد. (هافمن<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). بر این اساس سرمایه اجتماعی، که بیانگر مزایای حاصل از موفقیت شرکت در یک ساخت اجتماعی است، می‌تواند محرکی برای تاب‌آوری و اشتیاق کارآفرینان باشد. بنابراین، سؤال اصلی پژوهش حاضر آن است که سرمایه اجتماعی چه تأثیری بر اشتیاق و تاب‌آوری کارآفرینی دارد؟

پژوهش‌های متعددی اهمیت پیوندهای اجتماعی و حمایت اجتماعی را برای اطمینان از پایداری سطوح ذهنی افراد تأیید کرده‌اند (ای‌ینگار<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). نظریه معناساختی نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی یا پیوندهای اجتماعی که در بسترهای فرهنگی مختلفی قرار گرفته‌اند منابع مهم و ارزشمندی هستند که معنای هویتی را به ذهن افراد می‌آورند. این نوع مفهوم هویت تجربه احساسی مثبتی به آن‌ها خواهد داد (شان و تیان، ۲۰۲۲). در فعالیت کارآفرینی، ماهیت این احساس مثبت در واقع همان اشتیاق کارآفرینی است. اشتیاق به‌خصوص در کارآفرینی بسیار حائز اهمیت است. چون فعالیت‌های کارآفرینی مستلزم پشتکار و پافشاری بیشتر در محیط‌های بالقوه نامطلوب و استرس‌زا و غیر قابل پیش‌بینی و تلاش‌های مستمر بیشتر نسبت به سایر فعالیت‌ها است. زمانی که کارآفرینان احساسات مثبت قوی را نسبت به یک فعالیت کارآفرینانه تجربه می‌کنند این فعالیت را در طول زمان در خودپنداره خود نهادینه می‌سازند و نقش‌های کارآفرینی را تعریف می‌کنند (هابنرو همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). علاوه بر آنچه بیان شد، با توجه به مرور پیشینه پژوهش، مطالعه‌ای که تا زمان آغاز پژوهش حاضر به تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته باشد یافت نشد. پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام‌شده بیشتر حول مفهوم سرمایه اجتماعی و ابعاد آن و ارتباط آن با سایر مفاهیم است. در این خصوص، پژوهش‌هایی همچون مطالعات سیدی‌زاده (۱۴۰۱) با موضوع تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری در شرکت‌های خصوصی کشور، فاضلی و همکارانش (۱۳۹۹) با موضوع تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری با توجه به نقش رفتار شهروندی سازمانی در جمعیت هلال احمر، ملکان و همکارانش (۱۳۹۹) با موضوع تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری، مرادزاده و همکارانش (۱۳۹۹) با موضوع سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری با توجه به نقش تسهیم دانش، شان و تیان (۲۰۲۲) با موضوع تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی در کشور چین، دیمتریس (۲۰۲۱) با موضوع سرمایه اجتماعی و انعطاف‌پذیری کارآفرین در طول اعتراضات خشونت‌آمیز در کشور توگو، لی و هرمن (۲۰۲۱) با موضوع اشتیاق کارآفرینی کارآفرینان در مواجهه با اختلالات اقتصادی، سالیسو

1. Franco et al.  
2. Hoffman  
3. Iyengar  
4. Hubner et al.

و همکارانش (۲۰۱۹) با موضوع سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری شغلی کارآفرینی انجام شده است. درحالی‌که بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در سطح کشور و شرکت‌های دانش‌بنیان برای اولین بار صورت گرفته است. بنابراین، بر اساس شکاف تئوریک و تجربی موضوع، پژوهش حاضر بر آن است که تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان را در سطح استان لرستان مورد سنجش و تحلیل قرار دهد.

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### سرمایه اجتماعی

نظریه سرمایه اجتماعی توضیح می‌دهد که شبکه ارتباطی که در افراد وجود دارد بر اشتراک دانش بین فردی تأثیر می‌گذارد. سرمایه اجتماعی یک مفهوم جامع است که در مجموع جنبه اجتماعی تعامل بشر را در نظر می‌گیرد و امکان دسترسی به منابع موجود در اعضای انجمن (یا شبکه) را به دلیل عضویت آن‌ها در انجمن میسر می‌سازد (اوین کریستی و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲). سرمایه اجتماعی به خصوصیات سازمان اجتماعی، از قبیل اعتماد و هنجارها و شبکه‌ها، که می‌توانند از طریق تسهیل اقدامات هماهنگ موجب بهبود کارایی جامعه شوند، اشاره دارد (سالیسو و همکاران، ۲۰۱۹). سرمایه اجتماعی معمولاً به توانایی یک فرد برای به دست آوردن سود و منفعت از شبکه ارتباطی‌اش اشاره دارد، به گونه‌ای که مبنا و اساس جامع‌تری را برای روابط بین افراد یا سازمان‌ها، که شامل جنبه‌های مربوط به معیارهای مشترک یا اعتماد یا مشارکت در رسیدن به هدف مشترک است، فراهم می‌سازد. در این مفهوم، یک شرکت می‌تواند با افزایش رقابت‌پذیری و بهبود نتایج کاری، از طریق برقراری شبکه‌ای از روابط استراتژیک، ارزش‌آفرینی کند. اصطلاح سرمایه اجتماعی توانسته است در طول سه دهه اخیر یک ارتباط عمیق در زمینه‌های مختلف مطالعاتی، که علوم اجتماعی (مانند، جامعه‌شناسی، علوم اقتصادی، علوم سیاسی، بازرگانی، و غیره) را در بر می‌گیرد، هم در جنبه‌های نظری هم در جنبه‌های عملی به دست آورد (ارتیز گارسیا ناواس و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). همچنین مفهوم سرمایه اجتماعی در حال حاضر در کنار سایر سرمایه‌ها (از قبیل سرمایه مالی، سرمایه انسانی، و غیره) تبدیل به یکی از مفاهیمی شده که فرایند توسعه را تبیین می‌کند (مفتخری و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۲). ایسر<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) یادآور می‌شود که سرمایه اجتماعی همچنین شامل جنبه‌هایی از سیستم است. این امکان وجود دارد. چون سرمایه اجتماعی به عنوان روابط اجتماعی، باورهای مشترک، و هنجارهای توسعه در مورد این موضوع است که جامعه چه چیزی را می‌شناسد و مردم چگونه آن را می‌شناسند و در موردش بحث و استدلال می‌کنند. سرمایه اجتماعی یک منبع اجتماعی است که می‌تواند به عنوان سرمایه‌گذاری در به دست آوردن منابع جدید در جامعه در نظر گرفته شود (یانته<sup>۵</sup>، ۲۰۲۲). کلاردیج (۲۰۱۸) ابعاد سرمایه اجتماعی را بدین شرح بیان کرده است:

**بعد ساختاری:** این اصطلاح ترکیب غیر شخصی از پیوندها بین افراد یا واحدها را شرح می‌دهد. این ترکیب الگویی از ارتباطات بین افراد به شمار می‌آید و شامل نقش‌ها، قوانین، سوابق، و پروسه‌هایی است که اصطلاحاتی از این پیکره‌بندی به شمار می‌آیند.

**بعد شناختی:** این اصطلاح بیانگر اشتراکات افراد است که مبنایی برای ارتباطات قرار می‌گیرد. در حقیقت بعد شناختی بیانگر طرحواره‌ها و کدهای شناختی است که به شکل لغت و روایات مشترک ظاهر می‌شود. در واقع سرمایه اجتماعی در بعد شناختی زبان و رمز و راز مشترکی است که پایه‌ای برای ارتباطات فراهم می‌سازد.

**بعد رابطه‌ای:** این اصطلاح به ویژگی‌ها و کیفیت روابط شخصی از قبیل اعتماد، تعهدات، احترام، و حتی دوستی مربوط می‌شود. بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی به ویژگی و ماهیت روابطی که از طریق تاریخچه‌ای از تعامل توسعه یافته است اشاره می‌کند و در ویژگی‌های رفتاری از قبیل امانت‌داری، معیارهای گروهی مشترک، تعهدات، و تعیین هویت نقش دارد (کلاردیج، ۲۰۱۸).

1. Avien Christy et al.
2. Ortiz García Navas et al.
3. Mofitkhari et al.
4. Esser
5. Yanto

## تاب‌آوری کارآفرینی

تاب‌آوری کارآفرینی یک فرایند سازگاری داینامیک است که به صاحبان تجارت‌ها اجازه می‌دهد به‌رغم شرایط سخت و ناملاطم و رویدادهای بی‌ثبات‌کننده بازار، که دائم در بازار با آن مواجه می‌شوند، به راه خود ادامه دهند. تاب‌آوری کارآفرینی را می‌توان توانایی یک کارآفرین برای کنترل شرایط فردی و نیز شرایط سخت بازار و نیز رویدادهای بی‌ثبات‌کننده بازار تعریف کرد. کارآفرینان تاب‌آور به جای ایستادن در برابر تغییرات با آغوش باز آن را می‌پذیرند و برای دستیابی به اهداف و مدیریت چالش‌ها سخت تلاش می‌کنند. به‌علاوه کارآفرینان تاب‌آور از صبر و تحمل بالایی در برابر ابهام برخوردارند. کارآفرینان تاب‌آور، به جای ترس و ناامیدی، شرایط سخت را با دیدگاه مثبت می‌نگرند (برنارد<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). تاب‌آوری به یک کارآفرین برای کنترل یک محیط کاری ناپایدار و در حال تغییر کمک می‌کند. ویژگی‌های تاب‌آوری کارآفرینی عبارت‌اند از: سرسختی، تدبیر، خوش‌بینی. سرسختی به توانایی یک کارآفرین برای اعمال کنترل شخصی و منتظر نماندن برای حمایت شدن از طرف شخص دیگر اشاره دارد (دنزپنهی و مرداک<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸). تدبیر به مهارت و توانایی و منابع در اختیار کارآفرین برای مدیریت شرایط نامطلوب اشاره دارد. خوش‌بینی به توانایی کارآفرین برای داشتن یک نگرش مثبت به‌رغم شرایط سخت اشاره دارد. خوش‌بینی به کارآفرین کمک می‌کند تا از اشتباهات گذشته‌اش درس بگیرد و آن اشتباهات را به جای شکست به منزله یک فرصت بداند. سرسختی نیز به معنای توانایی کارآفرین برای مقابله با بی‌ثباتی و تغییرات در محیط کار است (فاتوکی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). تاب‌آوری یک ویژگی ضروری برای کارآفرینان به شمار می‌آید. چون به آن‌ها برای روبه‌رو شدن با زمان گرفتاری یا شکست‌های کاری کمک می‌کند و به آن‌ها این امکان را می‌دهد که حتی قوی‌تر از قبل شروع کنند (توگناتزو<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). مارسلو و همکارانش (۲۰۲۲) ابعاد تاب‌آوری را بدین شرح بیان کرده‌اند:

**توانایی‌های فردی:** توانایی‌های فردی پیشرفت‌هایی هستند که توسط یک فرد به طور مداوم برای تسهیل دستیابی به اهداف و مقاصد صورت می‌گیرد. توانایی فرد بیانگر در نظر گرفتن استانداردهای بالا برای تولیدات باکیفیت است و همچنین پشتکار تداوم عمل انجام‌شده یک فرد در شرایط سخت و دشوار است.

**اعتماد غریزی:** به باور کردن احساسات یک فرد اشاره دارد و تحمل توانایی یا میل به پذیرش رویدادهایی است که می‌تواند به شکل عقیده یا عادت‌های دیگران باشد.

**پذیرش رفتارهای مثبت در مورد تغییر:** پذیرش یک توافق برای پذیرفتن یا انجام دادن کارهایی است که توسط دیگران پیشنهاد می‌شود.

**کنترل توانایی:** تحت تأثیر قرار دادن دیگران برای پیروی از دستورالعمل‌های یک نظارت‌کننده است (مارسلو و همکاران، ۲۰۲۲).

## اشتیاق کارآفرینی

اشتیاق کارآفرینی به عنوان یک تجربه احساسی مثبت و قوی مفهوم‌سازی می‌شود که توسط افرادی احساس می‌شود که درگیر فعالیت‌های کارآفرینی هستند. مفهوم اشتیاق کارآفرینی یک مفهوم منحصر به فرد است. چون به فعالیت‌های کارآفرینی از قبیل اختراع یا تأسیس یا توسعه یک کار مربوط می‌شود. اشتیاق به‌خصوص در کارآفرینی بسیار حائز اهمیت است. چون فعالیت‌های کارآفرینی مستلزم پشتکار و پافشاری بیشتر در محیط‌های بالقوه نامطلوب و استرس‌زا و غیر قابل پیش‌بینی و تلاش‌های مستمر بیشتر در سایر فعالیت‌ها است. زمانی که کارآفرینان احساسات مثبت قوی نسبت به یک فعالیت کارآفرینانه تجربه می‌کنند، این فعالیت را در طول زمان در خودپنداره خود نهادینه می‌سازند و نقش‌های کارآفرینی را تعریف می‌کنند (هابنر و همکاران، ۲۰۱۹). والراند و همکارانش (۲۰۰۳) اشتیاق کارآفرینی را به عنوان «یک تمایل شدید نسبت به فعالیتی که کارآفرینان دوست دارند، آن را

1. Bernard.  
2. Denz-Penhey & Murdoch  
3. Fatoki  
4. Tognazzo

مهم می‌دانند، و زمان و انرژی زیادی را صرف آن می‌کنند» تعریف می‌کنند. فیلیپ و همکارانش<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) آن را فقط یک میل شدید به انجام دادن فعالیت‌های مورد علاقه تعریف می‌کنند. کاردون و همکارانش<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) اشتیاق کارآفرینانه را این‌گونه تعریف می‌کنند: «احساسات مثبت قوی، آگاهانه، و قابل دسترس که با مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه در ارتباط با نقش‌هایی که برای هویت شخصی کارآفرین معنادار هستند به دست می‌آیند». دالراند و همکارانش (۲۰۰۳) ابعاد اشتیاق کاری را بدین شرح بیان کرده‌اند:

**اشتیاق وسواسی (OP):** از درونی‌سازی فعالیت در درون هویت یک فرد به وجود می‌آید. این درونی‌سازی از فشار درون فردی یا بین‌فردی ایجاد می‌شود و این یا به دلیل موارد احتمالی خاصی است که با فعالیت‌هایی نظیر احساس پذیرش اجتماعی یا اعتمادبه‌نفس در ارتباط است یا به دلیل احساس هیجانی است که ناشی از اشتغال در فعالیتی است که غیر قابل کنترل است.

**اشتیاق هماهنگ (HP):** از درونی‌سازی مستقل و خودمختار فعالیت در درون هویت فرد ایجاد می‌شود. درونی‌سازی خودمختار زمانی رخ می‌دهد که افراد آزادانه فعالیتی را پذیرفته و برای آن ارزش قائل‌اند؛ بدون اینکه هیچ‌گونه پیشامدی به آن وابسته باشد. این نوع درونی‌سازی یک نیروی انگیزشی را برای شرکت فرد در یک فعالیت از روی میل به وجود می‌آورد و یک حس خواست و اراده و تأیید شخصی را در مورد پیگیری فعالیت در او ایجاد می‌کند (والراند و همکاران، ۲۰۰۳).

### پیشینه پژوهش

سیدی‌زاده (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی و ارزیابی میزان اثر سرمایه اجتماعی در ایجاد تاب‌آوری سازمانی پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد سه بعد سرمایه اجتماعی تأثیر معناداری در تاب‌آوری سازمانی دارند. فاضلی کبریا و همکارانش (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری با تأکید بر نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد ارتباط معناداری بین سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری و رفتار شهروندی وجود دارد. به علاوه علی‌آبادی و همکارانش (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر هوشیاری کارآفرینانه اعضای تعاونی‌های تولید روستایی استان کرمانشاه با میانجیگری اشتیاق کارآفرینانه پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر هوشیاری کارآفرینی و همچنین تأثیر مثبت اشتیاق کارآفرینانه است. در خصوص پژوهش‌های خارجی نتایج مطالعه علی‌سراج<sup>۳</sup> و همکارانش (۲۰۲۲) حاکی از آن است که سواد مالی تأثیر مثبتی بر شایستگی و تاب‌آوری کارآفرینی دارد. این پژوهش نشان داد شایستگی و مهارت کارآفرینی تأثیر معناداری بر عملکرد پایدار و تاب‌آوری کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط دارد. نتایج پژوهش فرانکو و همکارانش (۲۰۲۰) حاکی از آن است که کارآفرینان شکست خود را در فعالیت‌هایشان به شرایط مالی و عوامل محیطی خارجی از قبیل بحران اقتصادی و تغییرات در قوانین کشور ربط می‌دهند. نتایج پژوهش مارسلو و همکارانش (۲۰۲۲) حاکی از آن است که اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبتی بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد. به علاوه نتایج پژوهش لی و هرمن (۲۰۲۱) نشان داد یافته‌های تجربی مطالعات را براساس چهار مفهوم‌سازی مهم اشتیاق کارآفرینی خلاصه کرده‌اند: اشتیاق به کار، مدل دوگانه اشتیاق، اشتیاق کارآفرینی، اشتیاق درک‌شده. نتایج پژوهش سالیسو<sup>۴</sup> و همکارانش (۲۰۱۹) نیز حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی میان گروهی بر تعهد شغلی و تاب‌آوری شغلی تأثیر می‌گذارد.

### توسعه فرضیه‌ها و شکل‌گیری مدل مفهومی پژوهش

#### سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری کارآفرینی

عزم و جزم سازمانی برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌های جدید تا حدود زیادی تحت تأثیر ویژگی‌های فردی کارآفرین قرار می‌گیرد.

1. Philippe et al.  
2. Cardon et al.  
3. Ali Seraj  
4. Salisua

اشتیاق کارآفرینی، به عنوان مهم‌ترین خصیصه در سطح احساسی، یکی از ویژگی‌های فردی ذاتی به شمار می‌آید. اشتیاق کارآفرینی به عنوان یک فاکتور احساسی تأثیرگذار مهم اولین بار توسط کلمن<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) مطرح شد. در مرحله ابتدایی شروع یک کار، مؤسسان و بنیانگذاران شرکت‌های متوسط و کوچک به احتمال زیاد با مشکلات مالی و کمبود منابع زیادی مواجه می‌شوند. پس به راحتی ممکن است اعتماد به نفس و پشتکار خود را در اجرای استارت‌آپ‌های جدید از دست بدهند. اشتیاق احساس مثبتی است که کارآفرینان را در برابر چالش‌های مختلف محفوظ نگه می‌دارد. در این میان نظریه شناخت اجتماعی ثابت می‌کند که شبکه‌یابی اجتماعی و عوامل محیطی اجتماعی می‌توانند جنبه‌های عاطفی و احساسی کارآفرینی را از طریق شناخت تحت تأثیر قرار دهند. تحقیقات مربوطه نشان می‌دهند حمایت کارآفرینی از محیط اجتماعی نقش غیر قابل اغمازی را در تشویق به اشتیاق کارآفرینی ایفا می‌کند (کلمن، ۲۰۲۰). بنابراین اساس فرضیه اول پژوهش بدین صورت تبیین می‌شود:

**فرضیه اول (H1):** سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد.

### سرمایه اجتماعی و اشتیاق کارآفرینی

بیشتر محققان بر تأثیر مثبت اشتیاق کارآفرینی بر رفتار یک کارآفرین، که موجب بهبود پشتکار وی می‌شود، توافق نظر دارند. کارآفرینانی که از اشتیاق کارآفرینی بالایی برخوردارند در تبدیل کردن عدم قطعیت‌های محیطی به طرح‌های بزرگ، برای به تصرف درآوردن فرصت‌های موفقیت و از این رو بهبود عملکرد شرکت، به خوبی عمل می‌کنند. یکی از مهم‌ترین محرک‌هایی که موجب اشتیاق و دلگرمی کارآفرینان است حمایت اجتماعی است. در جوامعی که سرمایه اجتماعی بالاست و حمایت‌های اجتماعی خوبی از کارآفرینان صورت می‌گیرد اشتیاق بالاتری برای این قشر وجود دارد (شاین و تیان، ۲۰۲۲). بنابراین فرضیه دوم پژوهش بدین صورت تبیین می‌شود:

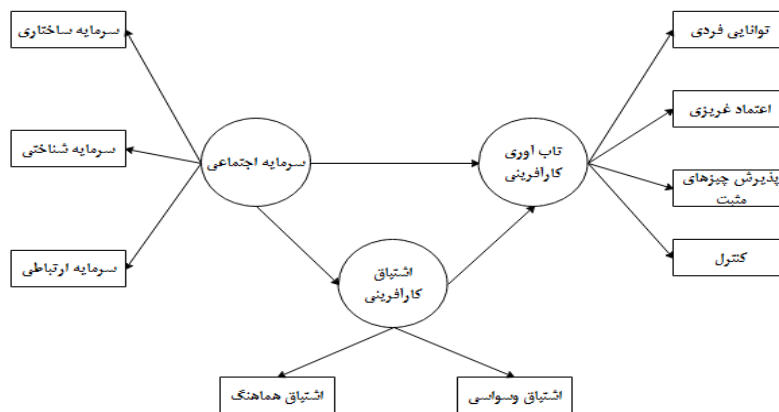
**فرضیه دوم (H2):** سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اشتیاق کارآفرینی دارد.

### اشتیاق کارآفرینی و تاب‌آوری کارآفرینی

اشتیاق کارآفرینی یک احساس خاص در فعالیت کارآفرینی است که به تجربه احساسی مثبت کارآفرین از طریق محرک‌های درونی و بیرونی اشاره دارد (شان و تیان، ۲۰۲۲). بر اساس نظر امریزال<sup>۲</sup> و همکارانش (۲۰۲۰) می‌توان بیان کرد که اشتیاق کارآفرینی رابطه مثبتی با تاب‌آوری کارآفرینی دارد. وی بیان می‌کند کسی که اشتیاق کارآفرینی بالایی دارد از میزان بیشتری از تاب‌آوری کارآفرینی برخوردار است. همچنین فیشر<sup>۳</sup> و همکارانش (۲۰۱۸) دریافتند که بین اشتیاق کارآفرینی و تاب‌آوری کارآفرینی رابطه وجود دارد. بر این اساس کارآفرینانی که کسب‌وکارشان را با یک حالت روحی خوب و روحیه کاری بالا مدیریت می‌کنند در انجام دادن کار خود قادر به مقابله با چالش‌ها و موانع هستند؛ طوری که به راحتی پا پس نمی‌کشند (مارچلو ساتورو و راتنا ایندودوی، ۲۰۲۲). از این رو و بر اساس آنچه گفته شد فرضیه سوم و چهارم پژوهش بدین شرح است:

**فرضیه سوم (H3):** اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد.

**فرضیه چهارم (H4):** نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی و از نوع پژوهش‌های همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را شرکت‌های دانش‌بنیان استان لرستان تشکیل دادند. با توجه به اینکه حجم جامعه آماری در این پژوهش نامحدود بود از فرمول محاسبه نمونه کوکران برای تعیین حجم نمونه استفاده شد و بر اساس آن حجم نمونه در سطح اطمینان ۰/۹۵ برابر ۳۸۴ نفر تعیین شد که به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه استاندارد بود. برای سرمایه اجتماعی پرسشنامه ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) که شامل سه بعد سرمایه ساختاری، سرمایه شناختی، و سرمایه ارتباطی است استفاده شد. برای جمع‌آوری اطلاعات درباره تاب‌آوری کارآفرینی از پرسشنامه شان و تیان (۲۰۲۲) که شامل ابعاد توانایی فردی و اعتماد غریزی پذیرش مثبت در مورد تغییر و کنترل است استفاده شد. و برای سنجش اشتیاق کارآفرینی از ابعاد پرسشنامه شاین و تیان (۱۳۹۳) که شامل دو بعد اشتیاق وسواسی و اشتیاق هماهنگ است بهره گرفته شد. در خصوص روش تحلیل و نرم‌افزارهای مورد استفاده در این پژوهش گفتنی است برای بررسی و آزمون نرمال بودن داده‌ها و سنجش پایایی ابزار گردآوری داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های کلموگروف اسمیرنوف و آلفای کرونباخ استفاده شد. همچنین برای سنجش روایی همگرا و واگرایی پرسشنامه و آزمون فرضیات پژوهش از نرم‌افزار Smart PLS بهره گرفته شد. در خصوص چرایی استفاده از نرم‌افزار Smart PLS گفتنی است این نرم‌افزار برای آزمون رگرسیون چندمتغیری و آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری در پژوهش‌های کمی، در حالتی که داده‌ها از حالت نرمال بودن برخوردار نباشند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. از آن‌جا که براساس آزمون کلموگروف اسمیرنوف میزان معناداری شاخص بیش از ۰/۰۵ بود و نشان از غیر نرمال بودن داده‌ها داشت و با توجه به طرح تحقیق و هدف آن، که باید از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده می‌شد، از نرم‌افزار Smart PLS بهره گرفته شد. برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری از سه نوع روایی ابزار تحت عنوان روایی محتوایی، روایی همگرا، و روایی واگرایی استفاده شد. روایی محتوایی به وسیله اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری و پیشینه موجود ایجاد و توسط نظرسنجی از استادان حاصل شد. روایی همگرا به این اصل برمی‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند (فورنل و لارکر، ۱۹۸۱). همچنین در این پژوهش جهت تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) استفاده شده است. با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ متغیرها بالاتر از ۰/۷ است می‌توان پایایی پرسشنامه یادشده را مناسب ارزیابی کرد. در جدول ۲ و ۳ نتایج پایایی و روایی ابزار سنجش به طور کامل آمده است.

## تجزیه و تحلیل داده‌ها

### یافته‌های توصیفی

در این پژوهش به منظور آزمون فرضیه‌ها از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری تحت نرم‌افزار Smart pls 3 و به منظور

بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی از نرم‌افزار Spss 19 استفاده شد و ضریب Kmo (شاخص کفایت نمونه‌گیری) به شکل جدول ۱ است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

جنسیت	فراوانی	سن	فراوانی	تحصیلات	فراوانی	سابقه خدمت	فراوانی
مرد	۲۳۴	زیر ۳۰ سال	۹۲	دیپلم و پایین‌تر	۳۱	زیر ۵ سال	۹۰
زن	۱۵۰	۳۱ تا ۴۰ سال	۱۷۴	کاردانی	۴۶	۶ تا ۱۰ سال	۱۳۲
		۴۱ تا ۵۰ سال	۹۸	کارشناسی	۱۸۲	۱۱ تا ۲۰ سال	۱۰۵
		۵۰ به بالا	۲۰	کارشناسی‌ارشد	۱۱۱	۲۱ سال به بالا	۵۷
				دکتر	۱۴		

یافته‌های مربوط به روایی همگرا و پایایی نیز به شرح جدول ۲ است.

جدول ۲. روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری

متغیرهای پژوهش	ضریب میانگین واریانس استخراج شده	ضریب پایایی مرکب PC>0.7(CR)	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	۰/۸۰	۰/۹۲	۰/۸۷
تاب‌آوری کارآفرینی	۰/۸۳	۰/۹۱	۰/۸۷
کنترل	-	-	-
اشتیاق کارآفرینی	۰/۷۲	۰/۹۰	۰/۷۹

**روایی واگرا:** روش فورنل و لارکر برای بررسی روایی واگرا ماتریسی را پیشنهاد می‌دهد که قطر اصلی آن حاوی جذر مقادیر AVE مربوط به هر یک از متغیرهاست که در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

سرمایه اجتماعی	تاب‌آوری کارآفرینی	اشتیاق کارآفرینی
اشتیاق کارآفرینی	۰/۸۵	۰/۸۵
تاب‌آوری کارآفرینی	۰/۹۱	۰/۶۶۱
سرمایه اجتماعی	۰/۸۹	۰/۷۵۶

بر اساس مطالب بیان‌شده و نتایج حاصل از خروجی‌های نرم‌افزار Smart Pls3، جدول‌های ۱ و ۲ نشان‌دهنده آن است که ابزار اندازه‌گیری از روایی (محتوایی، همگرا، واگرا) و پایایی (بار عاملی، ضریب پایایی مرکب، ضریب آلفای کرونباخ) مناسب برخوردارند. همچنین معیارهای کیفیت مدل در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. معیارهای کیفیت مدل

متغیر	R Square	Communality
سرمایه اجتماعی	-	۰/۸۰
تاب‌آوری کارآفرینی	۰/۷۸	۰/۸۳
اشتیاق کارآفرینی	۰/۶۵	۰/۷۲
میانگین	۰/۷۱	۰/۷۸

**برازش کلی مدل:** مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن بررسی برازش در قالب یک مدل کلی ارزیابی می‌شود.

**معیار نیکویی برازش<sup>۱</sup>:** توسط این معیار محقق می‌تواند، پس از بررسی برازش سنجش اندازه‌گیری و بخش ساختاری

1. gof

مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل کند. معیار  $gof$  توسط تننهاوس و همکارانش<sup>۱</sup> در سال (۲۰۰۴) ابداع شد که فرمول آن در رابطه ۱ آمده است.

$$GOF = \sqrt{Communalities \times \bar{R}^2} \quad (1)$$

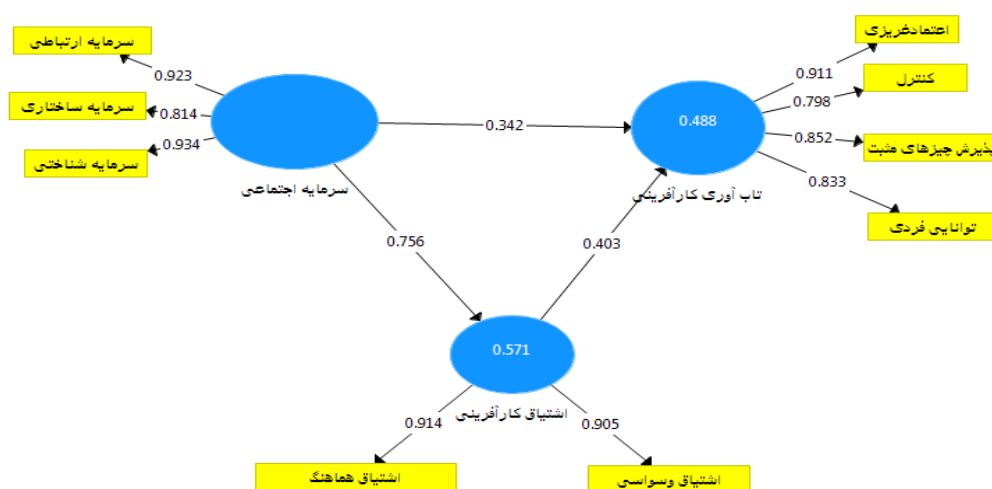
Communalities (مقادیر اشتراکی): از میانگین مجذور بارهای عاملی هر متغیر به دست می آید.

$\bar{R}^2$ : از میانگین مقادیر اشتراکی هر متغیر درون زای مدل به دست می آید.

$R^2$ : میانگین مقادیر R Square متغیرهای درون زای مدل است.

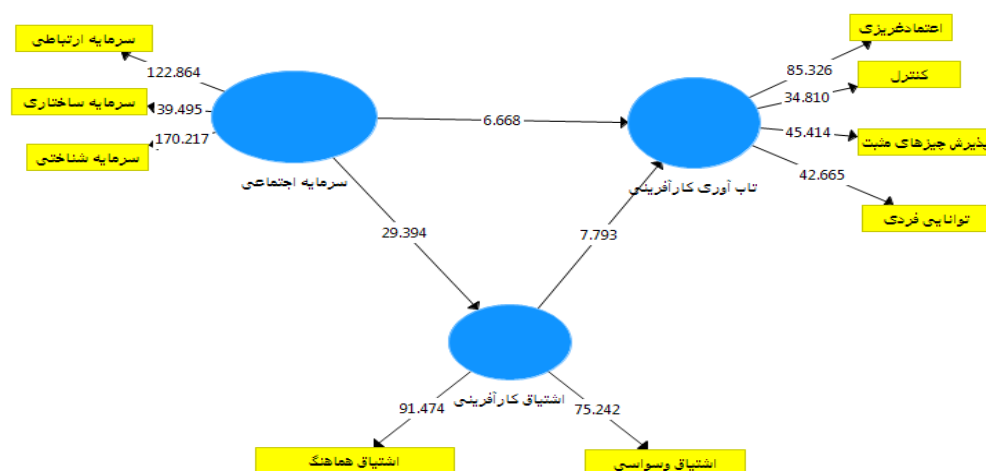
$$GOF = \sqrt{.78 \times .71} = .74$$

نتیجه حاصل از محاسبه میزان شاخص نیکویی برازش مدل پژوهش حاضر نشان می دهد این مقدار برابر ۰/۷۴ و نشان دهنده برازش خوب مدل مفهومی این پژوهش است.



شکل ۲. ضرایب تعیین و ضرایب مسیر مدل پژوهش

در شکل ۳، خروجی نرم افزار Smart Pls2 روی مدل مفهومی پژوهش نشان داده شده است. مقادیر نشان داده شده بر خطوط بیانگر ضرایب مسیر و مقادیر درون متغیرها بیانگر ضرایب تعیین هستند خروجی های  $t$  آماری مدل مفهومی پژوهش از نرم افزار نیز در شکل ۳ آمده است.



شکل ۳. مقادیر معناداری  $t$  آماری پژوهش

## آزمون فرضیات

در پژوهش حاضر به منظور آزمون معناداری فرضیات از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد که شرح آن در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیات پژوهش

نتیجه	مقدار آماری	ضریب مسیر	عنوان فرضیه
تأیید	۶/۶۷	۰/۳۴	فرضیه ۱: سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد
تأیید	۳۹/۳۹	۰/۷۶	فرضیه ۲: سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اشتیاق کارآفرینی دارد
تأیید	۷/۷۹	۰/۴۰	فرضیه ۳: اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد

با توجه به داده‌های جدول ۵ همان‌گونه که بیان شد اگر مقدار t آماری برای یک رابطه و فرضیه بالاتر از ۱/۹۶ باشد فرضیه تأیید می‌شود و از آنجا که این مقدار برای همه فرضیه‌های موجود در این پژوهش بالاتر از ۱/۹۶ است می‌توان گفت همه این فرضیات در سطح اطمینان ۰/۹۵ تأیید شده است.

## نتایج آزمون سوبل

با توجه به ضرایب استانداردشده مسیر در شکل ۲، سرمایه اجتماعی به میزان ۰/۷۶ درصد تغییرات اشتیاق کارآفرینی را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند. همچنین اشتیاق کارآفرینی نیز به میزان ۰/۴۰ از تاب‌آوری کارآفرینی را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند. با احتساب موارد یادشده می‌توان اذعان داشت اشتیاق کارآفرینی از طریق سرمایه اجتماعی به میزان  $0.30 = (0.76 \times 0.40)$  بر تاب‌آوری کارآفرینی تأثیر دارد.

$$Z - Value = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times s_a^2) + (a^2 \times s_b^2) + (s_a^2 \times s_b^2)}}$$

با توجه به اینکه قدر مطلق Z-Value حاصل از آزمون سوبل بیشتر از ۱/۹۶ است می‌توان اظهار کرد تأثیر متغیر میانجی اشتیاق کارآفرینی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری است.

## نتیجه و پیشنهاد

به‌رغم اهمیت روزافزون سرمایه اجتماعی در حوزه‌های علمی، در حال حاضر اطلاعات اندکی در مورد نقش سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی برای تاب‌آوری و اشتیاق کارآفرینی وجود دارد. سرمایه اجتماعی شامل روابط با افراد و جوامعی است که کارآفرینان برای دسترسی به اطلاعات و منابع به آن متکی هستند. کارآفرینانی که در طول دوره‌های مختلف از سرمایه اجتماعی بیشتری برخوردارند نقش خود را بهتر ایفا می‌کنند و بقای خود را طولانی‌تر خواهند ساخت. مثلاً، شواهدی دال بر اینکه ارتباطات اجتماعی می‌توانند کانال‌هایی باشند که بحران‌های کارآفرینی از طریق آن‌ها مدیریت می‌شوند وجود دارد. در نتیجه، سرمایه اجتماعی منبعی برای پشتیبانی است که می‌تواند تبدیل به یک لنگرگاه برای فرار از شکست کارآفرینان شود. بنابراین، این پژوهش با هدف شناسایی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان صورت گرفت. نتایج فرضیه اول پژوهش حاکی از آن بود که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد. یافته‌های پژوهش بر اساس این فرضیه با پژوهش‌های فاضلی کبریا (۱۳۹۹)، عینالی و همکارانش (۱۳۹۲)، دیمیتریس (۲۰۲۱)، سالیسو و همکارانش (۲۰۱۹)، و شاین و تیان (۲۰۲۲) همخوانی دارد. همچنین، با توجه به نتایج پژوهش حاضر، سرمایه‌شناسی و سرمایه‌ارتباطی مؤثرترین بعد و سرمایه‌ساختاری با کمترین اثرگذاری شناخته شده‌اند. به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت سرمایه اجتماعی به عنوان کنش‌های اجتماعی در عرصه‌های مختلف در سطح خرد و کلان می‌تواند با ایجاد روحیه همیاری و همبستگی بین کارکنان و در نتیجه سازمان و جامعه نقش به‌سزایی در افزایش تاب‌آوری کارآفرینی ایفا کند. در این زمینه، پیشنهاد می‌شود، با توجه به حوادث و

رویدادهای غیر قابل پیش‌بینی در سازمان‌ها و شرکت‌ها، مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان با نهادینه کردن سرمایه اجتماعی در کارکنان خود موجبات افزایش تاب‌آوری کارآفرینی را در آن‌ها افزایش دهند و با تشکیل تیم‌های کاری شرایط تقویت همکاری را در کارکنان فراهم کنند. فرضیه دوم این پژوهش نیز بیانگر آن بود که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اشتیاق کارآفرینی دارد. یافته‌های پژوهش هم‌سو با این فرضیه با پژوهش‌های علی‌آبادی و همکارانش (۱۳۹۷)، شاین و تیان (۲۰۲۲)، و لی و هرمن (۲۰۲۱) همخوانی دارد. همچنین نتایج این پژوهش در این رابطه نشان داد اشتیاق هماهنگ بین ابعاد اشتیاق کارآفرینی مؤثرترین بعد است. به طور کلی می‌توان گفت هیچ جامعه‌ای قادر به پیشرفت و توسعه نخواهد بود، مگر اینکه در کنار تمایل به کارآفرینی دلایل تقویت‌کننده آن، همچون سرمایه اجتماعی، را شناسایی کند. در صورت تأکید بر این عوامل و تقویت آن‌ها، می‌توان شرایط حرکت جامعه به سمت توسعه و رفاه را ایجاد کرد. بدون توجه به سرمایه اجتماعی کنشگران اجتماعی در سطح اجتماع نمی‌توانند شبکه‌ای از تعاملات مختلف اقتصادی و اجتماعی را ایجاد کنند. فرضیه سوم پژوهش نیز بیانگر آن بود که اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد. نتایج پژوهش هم‌سو با فرضیه سوم با پژوهش‌های شاین و تیان (۲۰۲۲)، امریزال و همکارانش (۲۰۲۰)، فیشر و همکارانش (۲۰۱۸)، و هو و پولاک (۲۰۱۳) همخوانی دارد. نتایج این فرضیه همچنین بیانگر آن بود که در بین ابعاد تاب‌آوری کارآفرینی اعتماد‌گریزی و پذیرش چیزهای مثبت مؤثرترین بعد شناخته شده‌اند. در نتیجه می‌توان گفت به میزانی که احساسات مثبت شدید و آگاهانه و قابل‌دستیابی به دنبال تقویت مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی ضمن توجه به نقش‌های برجسته برای کسب هویت شخصی کارآفرین باشد بر میزان تاب‌آوری کارآفرینی افزوده خواهد شد و در نهایت نتایج مطلوبی به بار خواهد آورد. در نهایت بر اساس فرضیه چهارم تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی بررسی شد. نتایج این پژوهش در رابطه با فرضیه چهارم نشان داد که اشتیاق کارآفرینی در اثر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی نقش میانجی ایفا می‌کند. نتایج این فرضیه که برای اولین بار در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت با پژوهش شاین و تیان (۲۰۲۲) همخوانی دارد. نتایج کلی این فرضیه بیانگر آن است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبت و معنادار دارد. بنابراین می‌توان گفت سرمایه اجتماعی افراد از مؤلفه‌های مهم تأثیرگذار بر میزان تاب‌آوری کارآفرینی است که این عامل روابط اجتماعی بین افراد را تشکیل می‌دهد و می‌تواند زمینه‌ساز مشارکت یک گروه کاری و جامعه شود. یافته‌های این پژوهش نه تنها برای محققان بلکه برای مدیران و مسئولان شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور می‌تواند مفید باشد. مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان باید بدانند شرکت به طور کلی تحت تأثیر فشارهای مختلف داخلی و خارجی قرار دارد و همین امر نشان می‌دهد که پیوسته باید به سمت کارآفرینی حرکت کرد. بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیران در مقابل سرمایه اجتماعی کارکنان خود احساس وظیفه و مسئولیت و در این زمینه تلاش کنند. نوآوری پژوهش حاضر این است که تا زمان انجام گرفتن آن پژوهشی که به تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته باشد یافت نشد و محدودیت پژوهش حاضر از لحاظ پاسخ‌گویی پاسخ‌دهندگان به سؤالات و دقت پایین در پاسخگویی با توجه به فرصت کم آن‌ها بود. همچنین برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود با توجه به اینکه در این پژوهش صرفاً از داده‌های مقطعی استفاده شده است، پژوهش‌های آینده یک تحلیل طولی را برای رسیدگی به اثر علی و تعدیل‌شده در نظر بگیرند. دوم، این مطالعه صرفاً بر نمونه خاصی از کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان استان لرستان که دارای فرهنگ و قومیت یکسان بودند متمرکز بود و محققان آینده باید این روابط را در سایر کشورها و شهرها و شرکت‌های تأیید کنند.

## منابع

- سیدی‌زاده، ثریا (۱۴۰۱). ارزیابی میزان اثر سرمایه اجتماعی در ایجاد تاب‌آوری سازمانی در شرکت‌های خصوصی کهیلویه و بویر احمد. *رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، س ۶، ش ۸۴، ۱۳۱۰ - ۱۳۲۱.
- فاضلی کبریا، حامد؛ شفقت، ابوطالب؛ بهمنی، اکبر و کریمی، مینو (۱۳۹۹). تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری با تأکید بر نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی در بحران‌ها (مورد مطالعه: کارکنان جمعیت هلال احمر استان کرمانشاه). *مدیریت بحران*، ش ۱۹، ۷۳ - ۸۱.
- Ali-Seraj, A.H., Fazal, S.A., & Ali-Saleh Alshebami, A. (2022). Entrepreneurial Competency, Financial Literacy, and Sustainable Performance Examining the Mediating Role of Entrepreneurial Resilience among Saudi Entrepreneurs. *Sustainability*, 14, 10689, 2-17.
- Bernard, M.J. (2016). Barbosa, S.D. Resilience and entrepreneurship: A dynamic and biographical approach to the entrepreneurial act. *Management*, 19, 89-121.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. Blackwell Publishers Ltd.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532.
- Chen, J. & Ling, Y. (2010). Study on the relationship between topleaders' goldenmean thinking and organizational performance: mechanism and contingency. *Nankai Bus. Rev.* 13, 132-141.
- Christy, N. N. A., Wibowo, R. A., & Ming-Chang, W. (2022). A study on social capital of Indonesian entrepreneurs. *TEM Journal*, 11(1), 272.
- Claridge, T. (2018). Dimensions of Social Capital - structural, cognitive, and relational. *Social Capital Research. All rights reserved*, 2-4.
- Coleman, J.S. (2020). Social capital in the creation of human capital. *Knowl.Soc.Cap* 2000 (Suppl. 1), 17-41.
- Denz-Penhey, H. & Murdoch, J.C (2008). Personal resiliency: Serious diagnosis and prognosis with unexpected quality outcomes. *Qual. Health Res.* 18, 391-404.
- Dimitriadis, S. (2021). Social capital and entrepreneur resilience: Entrepreneur performance during violent protests in Togo. *Journal Smi*, 1-27.
- Emrizal Taifur, W.D., Rahman, H., Ridwan, E., & Devianto, D. (2020). Entrepreneurial resilience: The role of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial passion in disaster prone areas. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(5), 1-11.
- Emueje, I., Odigwe Olannye, H., & Olanye, A.P. (2020). Entrepreneurial Resilience and Performance of an Organization: A Survey of Small and Medium Enterprises in Asaba. *Delta State, Nigeria, Webology*, Vol. 17, No. 2, 445-461.
- Esser, H. (2007). The Two Meaning of Social Capital. In D. Castiglione, J. van Deth, & G. Wolleb (Eds.). *The Handbook of Social Capital*, 22-49.
- Fatoki, O. (2018). The Impact of Entrepreneurial Resilience on the Success of Small and Medium Enterprises in South Africa. *Sustainability*, 10, 2527, 2-12.
- Fazli Kobriya, H., Compassion, A.T., Bahmani, A., & Karimi, M. (2019). The effect of social capital on resilience with an emphasis on the mediating role of organizational citizenship behavior in crises (case study: employees of the Red Crescent Society of Kermanshah). *Crisis Management Research Quarterly*, No. 19, 73-81. (in Persian)
- Fisher, R., Merlot, E., & Johnson, L. W (2018). The obsessive and harmonious nature of entrepreneurial passion. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 22-40.
- Franco, M., Haase, H., & António, D. (2021). Influence of failure factors on entrepreneurial resilience in Angolan micro, small and medium-sized enterprises. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(1), 240-259.
- Harriss, J. (2002). Depoliticizing Development: *The World Bank and Social Capital*. London: Anthem Press.
- Hartmann, E. & Herb. S. (2015). Interconnectedness of Actor Bonds in Service Triads—A Social Capital Perspective. *Industrial Marketing Management*, 44, 154-165.
- Ho, V. T. & Pollack, J. M. (2013). Passion isn't always a good thing: Examining entrepreneurs' network centrality and financial performance with a dualistic model of passion. *Journal of Management Studies*, 51(3), 433-459.
- Hoffman, A J. (2018). The next phase of business sustainability. *Stanford Social Innovation Review*, 16(2), 34-39.
- Holling, C.S. (1973). Resilience and stability of ecological systems. *Ann. Rev. Ecol. Syst.* 4, 1-23.
- Hubner, S., Baum, M., & Frese, M. (2019). Contagion of Entrepreneurial Passion: Effects on Employee Outcomes. *Journals sagepub. com/ home/ etp, Entrepreneurship Theory and Practice*, 00(0), 1-29.
- Iyengar, D., Nilakantan, R., & Rao, S. (2021). On entrepreneurial resilience among micro- passion in the formation of students' entrepreneurial intentions. *Journal homepage: Applied Economics*, 2-15.

- Lee, Y. & Herrmann, P. (2021). Entrepreneurial passion: entrepreneurs in the face of economic disruptions ... A little help from friends. *Journal of Business Logistics*, 42(3), 360-380.
- Manzano, G. & Ayala, J.C. (2013). Psychometric properties of Connor-Davidson Resilience Scale in a Spanish sample of entrepreneurs. *Psicothema*, 25(2), 245-251.
- Marcello Santoso, D. & Ratna Indudewi, Y. (2022). The Enterpreneurial Resilience Study on The 32. Young Nascent A Entroereneurs. *Journal Managemen A Dan Kewirausahaan*, Vol. 24, No. 2, 129-137.
- Moftakhari, F., Younes Nademi, Y., & Kavand, A. (2022). The Effect of Social Capital on the Relationship between Human Capital and Economic Growth, Faculty of Humanities. *Macroeconomics Research Letter*, Vol. 16, Issue 31, 151-170.
- Newman, A., Obschonka, M., Moeller, J., & Chandan, G.G. (2021). Entrepreneurial passion: A review, synthesis, and agenda for future research. *Applied Psychology*, 70(2), 816-860.
- Ortiz García Navas, B., Javier Donate Manzanares, M., & Guadamillas Gomez, F. (2018). Social capital as a theoretical approach in Strategic Management. *Cuadernos de Gestión*, Vol. 19, No. 2, 137-158.
- Philippe, F. L, Vallerand, R. J, Houffort, N, Lavigne, G.L, & Donahue, E. G. (2010). Passion for an activity and quality of interpersonal relationships: The mediating role of emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(6), 917-932.
- Salisua, I., Hashim, N., & Hamza Galadanchic, A. (2019). Social capital and entrepreneurial career resilience: The role of entrepreneurial career commitment. *Management Science Letters*, 9, 139-154.
- Seydi Zadeh, S. (2012). Evaluating the effect of social capital on creating organizational resilience in private companies, Kohiloye and Boyer Ahmad. *Quarterly Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, Year 6, No. 84, 1321-1310. (in Persian)
- Shan, T. & Tian, X. (2022). The eects of social capital on entrepreneurial resilience of SME from China: A moderated mediation model of entrepreneurial passion and Confucian traditional golden-mean thinking. *Original Research published*, 1-23.
- Siddizadeh, S. (2023). Evaluating the effect of social capital in creating organizational resilience in private companies, Kohiloye and Boyer Ahmad. *Quarterly Journal of Modern Research Approaches in Management and Accounting*, 6<sup>th</sup> year, No. 84, 1310-1321. (in Persian)
- Soomro, B. A., Shah, N., & Anwar, S. (2018). Determining the impact of entrepreneurial adversity and psychological capital on entrepreneurial resilience among entrepreneurs of Pakistan. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, XIV (2), 95-116.
- Tognazzo, A. (2019). A Study of Entpreneuria Resilencs in The Context Ofsmes, Department of Economics and Management. *Master Program in Business Administration*.
- Vallerand, R.J., Mageau, G.V.A., Ratelle, C a., 'onard, M.L., Blanchard, C.L., Koestner, R., & ne Gagne, M. (2003). Les Passions de l'A^ me: On Obsessive and Harmonious Passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 85, No. 4, 756-767.
- Yanto, S. (2022). Moderating effect of social capital on community empowerment and economic well-being. *Journal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, Vol. 9. No. 6, 479-492.
- Yemisi, A. & Robert, P.S. (2017). Entrepreneurial resilience, high impact challenges, and firm performance. *Journal of Management Policy and Practice*, 18(2), 28-37.