

Investigating the impact of social capital on entrepreneurial resilience with the mediating role of entrepreneurial passion in knowledge-based companies in Lorestan province

Abstract

In recent years, social capital, which represents 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. Social capital in the company facilitates the possibility of using innovative opportunities and discovering new opportunities, which can also be effective on 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 terms of purpose and among descriptive survey researches. The statistical population of this research is the knowledge-based companies of Lorestan province, which were estimated using Cochran's formula and the available sampling method of 384 managers and employees as a sample. The tool for collecting information in this research is a standard questionnaire whose validity was confirmed using the content validity method and its reliability was confirmed using the Cronbach's alpha method. 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 a mediating role of entrepreneurial enthusiasm. As a general result, it should be stated that the company's social capital is a driver and support for entrepreneurs, which improves entrepreneurial resilience and also increases entrepreneurial enthusiasm.

Keywords: social capital, entrepreneurial resilience, entrepreneurial passion, knowledge-based companies

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

چکیده

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. لذا پژوهش حاضر باهدف 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 384 نفر از مدیران و کارکنان آن به عنوان نمونه برآورد شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه استاندارد است 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 PLS3 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 معنی‌داری دارد. به‌عنوان یک نتیجه کلی باید بیان داشت که سرمایه اجتماعی شرکت به‌عنوان یک محرک و پشتیبان برای کارآفرینان است که باعث بهبود تاب‌آوری کارآفرینی و همچنین افزایش اشتیاق کارآفرینی می‌گردد.

کلید واژگان: سرمایه اجتماعی، تاب‌آوری کارآفرینی، اشتیاق کارآفرینی، شرکت‌های دانش‌بنیان

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 درون شرکتی، شرکت‌های کوچک و متوسط با محیط نسبتاً غیرحمایتی و به عبارت دیگر منابع محدودتر و نرخ شکست بالاتر مواجه هستند. مسائل مربوط به شکست بنگاه‌های کوچک و متوسط عمدتاً به 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. به خصوص، 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 از این رو حفظ توسعه پایدار استارت‌آپ‌های جدید کمک کند. بنابراین، بررسی نحوه ترویج و اشاعه تاب‌آوری کارآفرینی امری مفید و ضروری به نظر می‌رسد (شان و تیان^۱، 2022). کارآفرینان تاب‌آور دارای مقاومت و سرسختی بیشتری هستند و اراده‌ی لازم برای تلاش به منظور دستیابی به اهداف و آرزوهایشان را دارند و این موضوع بیانگر عزم آنها برای موفقیت، به خصوص در هنگام مواجهه با یک چالش بزرگ است (فرانکو و همکاران^۲، 2020). 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^۳، 2018). براین اساس سرمایه اجتماعی که بیانگر مزایای حاصل از موفقیت شرکت در یک ساخت اجتماعی است، می‌تواند محرکی برای تاب‌آوری و اشتیاق کارآفرینان باشد. لذا سوال اصلی پژوهش حاضر آن است که سرمایه اجتماعی چه تاثیری 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^۴ و همکاران، 2021). نظریه معناساختی

-
1. Shan & Tian
 2. Franco & et al
 3. Hoffman
 4. Iyengar

نشان می‌دهد که 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 را به آنها خواهد داد (شان و تیان، 2022). در فعالیت کارآفرینی، ماهیت این احساس مثبت در واقع همان اشتیاق کارآفرینی است. اشتیاق مخصوصاً در کارآفرینی بسیار حائز اهمیت است، چرا که فعالیت‌های کارآفرینی مستلزم پشتکار و پافشاری بیشتر در محیط‌های بالقوه نامطلوب، استرس‌زا و غیرقابل پیش‌بینی و تلاش‌های مستمر بیشتر نسبت به سایر فعالیت‌ها است. زمانی که کارآفرینان احساسات مثبت قوی را نسبت به یک فعالیت کارآفرینانه تجربه می‌کنند، آنها این فعالیت را در طول زمان در خودپنداره‌ی خود نهادینه می‌سازند و نقش‌های کارآفرینی را تعریف می‌کنند (هابنرو همکاران، 2019). علاوه بر آنچه بیان شد، با توجه به مرورهای پیشینه پژوهش‌های گذشته پژوهش‌های که تا زمان انجام پژوهش به تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان صورت گرفته باشد، یافت نشد. پژوهش‌های داخلی و خارجی که انجام شده بیشتر حول مفهوم سرمایه اجتماعی و ابعاد آن و ارتباط آن با سایر مفاهیم صورت گرفته است. در این خصوص، پژوهش‌هایی همچون پژوهش‌های سیدی‌زاده (1401)؛ با موضوع تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری در شرکت‌های خصوصی کشور، فاضلی و کبریا و همکاران (1399)؛ با موضوع تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری با توجه به نقش رفتار شهروندی سازمانی در جمعیت هلال احمر، ملکان و همکاران (1399)؛ با موضوع تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری، مرادزاده و همکاران (1399)؛ با موضوع سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری با توجه به نقش تسهیم دانش، شان و تیان (2022)؛ با موضوع تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی در کشور چین، دیمتریس (2021)؛ با موضوع سرمایه اجتماعی و انعطاف‌پذیری کارآفرین در طول اعتراضات خشونت‌آمیز در کشور توگو، لی و هرمن (2021)؛ اشتیاق کارآفرینی کارآفرینان در مواجهه با اختلالات اقتصادی، سالیسو و همکاران (2019)؛ با موضوع سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری شغلی کارآفرینی انجام شده است. در حالی که بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی در سطح کشور و شرکت‌های دانش بنیان برای اولین بار صورت گرفته است. لذا براساس 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 پژوهش 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، 2022). سرمایه اجتماعی به خصوصیات سازمان اجتماعی از قبیل اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها که می‌توانند از طریق تسهیل اقدامات هماهنگ موجب بهبود کارایی جامعه شوند، اشاره دارد (سالیسو و همکاران، 2019). سرمایه اجتماعی معمولاً اشاره به توانایی یک فرد برای بدست آوردن سود و منفعت از شبکه‌ی ارتباطی‌اش دارد، به گونه‌ای که مبنا و اساس جامع‌تری را برای روابط بین افراد و یا سازمان‌ها، که شامل جنبه‌های مربوط به معیارهای مشترک، اعتماد یا مشارکت در رسیدن به هدف مشترک است، فراهم می‌سازد. در این مفهوم، یک شرکت می‌تواند با افزایش رقابت‌پذیری‌اش و بهبود نتایج کاری‌اش 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 را که علوم اجتماعی (مانند، جامعه‌شناسی، علوم اقتصادی، علوم سیاسی، بازرگانی و غیره) را در بر می‌گیرد هم در جنبه‌های نظری و هم در جنبه‌های عملی‌اش، بدست آورد (ارتیز گارسیا ناواس و همکاران، 2018). 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، 2022). ایسر⁴ (2007) یادآور می‌شود که سرمایه اجتماعی همچنین شامل جنبه‌هایی از سیستم است. این امکان وجود دارد چرا که سرمایه اجتماعی به‌عنوان 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 به‌عنوان

1. Avien Christy & et al
2. Ortiz García Navas & et al
3. Moftakhari & et al
4. Esser

سرمایه گذاری در بدست آوردن منابع جدید در جامعه در نظر گرفته شود (یانتو، 2022). کلاردیچ (2018) ابعاد سرمایه اجتماعی را به شرح زیر بیان کرده است:

بعد ساختاری: این اصطلاح، ترکیب غیرشخصی 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: 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 را فراهم می‌سازد.

بعد رابطه‌ای: 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 (کلاردیچ، 2018).

تاب‌آوری کارآفرینی: تاب‌آوری کارآفرینی یک فرآیند سازگاری دینامیک است که به صاحبان تجارت‌ها اجازه می‌دهد تا علی‌رغم شرایط سخت و ناملاطم و رویدادهای بی‌ثبات کننده بازار که دائماً در بازار با آن مواجه می‌شوند، به راه خود ادامه دهند. تاب‌آوری کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان توانایی یک کارآفرین برای کنترل شرایط فردی و نیز شرایط سخت بازار و نیز رویدادهای بی‌ثبات کننده بازار تعریف نمود. کارآفرینان تاب‌آور به‌جای ایستادن در برابر تغییرات با آغوش باز آن را پذیرفته 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 به‌جای ترس و ناامیدی، شرایط سخت را با دیدگاه مثبتی می‌نگرند (برنارد، 2016). تاب‌آوری به یک کارآفرین برای کنترل یک محیط کاری ناپایدار و در حال تغییر کمک می‌کند. ویژگی‌های تاب‌آوری کارآفرینی عبارتند از سرسختی، تدبیر و خوش‌بینی. سرسختی اشاره به توانایی یک کارآفرین برای اعمال کنترل شخصی و منتظر نماندن برای حمایت شدن از طرف شخص دیگر دارد (دنزپنهی و مرداک، 2008). تدبیر

-
1. Yanto
 2. Bernard.
 3. Denz-Penhey & Murdoch

اشاره به مهارت، توانایی و منابع در اختیار کارآفرین برای مدیریت شرایط نامطلوب دارد. خوش بینی اشاره به توانایی کارآفرین به داشتن یک نگرش مثبت علی‌رغم شرایط سخت دارد. خوش بینی 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^۱، 2018). تاب‌آوری یک ویژگی ضروری برای کارآفرینان به شمار می‌آید چرا که به آنها برای روبه‌رو شدن با زمان گرفتاری یا شکست‌های کاری کمک کرده و به آنها این امکان را می‌دهند که حتی قوی‌تر از قبل شروع کنند (توگنازو^۲، 2019). مارسلو و همکاران (2022) ابعاد تاب‌آوری را به شرح زیر بیان کرده اند:

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

اعتماد غریزی: اعتماد ذاتی به باور کردن احساسات یک فرد اشاره دارد؛ تحمل توانایی یا میل به پذیرش رویدادهایی است که می‌تواند به شکل عقیده یا عادت‌های دیگران باشد. پذیرش چیزهای 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 نظارت-کننده است (مارسلو و همکاران، 2022).

اشتقاق کارآفرینی: اشتقاق کارآفرینی به‌عنوان یک تجربه احساسی مثبت و قوی مفهوم-سازی می‌شود که توسط افرادی احساس می‌شود که درگیر فعالیت‌های کارآفرینی هستند. مفهوم اشتقاق کارآفرینی یک مفهوم منحصر به فرد است، چرا که به فعالیت‌های کارآفرینی از قبیل اختراع، تأسیس یا توسعه یک کار مربوط می‌شود. اشتقاق مخصوصاً در کارآفرینی بسیار حائز اهمیت است، چرا که فعالیت‌های کارآفرینی مستلزم پشتکار و پافشاری بیشتر در محیط‌های بالقوه نامطلوب، 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

1. Fatoki
2. Tognazzo

کارآفرینانه تجربه می‌کنند، آنها این فعالیت را در طول زمان در خودپنداره‌ی خود نهادینه می‌سازند و نقش‌های کارآفرینی را تعریف می‌کنند (هابنر و همکاران، 2019). والراند و همکارانش (2003) اشتیاق کارآفرینی را به‌عنوان " یک تمایل شدید نسبت به فعالیتی که کارآفرینان دوست دارند، آن را مهم می‌دانند و فعالیتی که زمان و انرژی زیادی را صرف آن می‌کنند تعریف می‌کنند. فیلیپ و همکارانش^۱ (2010) آن را تنها به‌عنوان یک میل شدید به انجام فعالیت‌های موردعلاقه تعریف می‌کنند. کاردون و همکارانش^۲ (2009) 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، بدست می‌آیند. دالراند و همکاران (2003) ابعاد اشتیاق کاری را به شرح زیر بیان کرده اند:

اشتیاق وسواسی (OP): از درونی‌سازی فعالیت در درون هویت یک فرد به‌وجود می‌آید. چنین درونی‌سازی از فشار درون فردی و یا بین فردی ایجاد می‌شود و این یا به دلیل موارد احتمالی خاصی است که با فعالیت‌هایی نظیر احساس پذیرش اجتماعی یا اعتماد به نفس در ارتباط است یا به دلیل احساس هیجانی است که ناشی از اشتغال در فعالیتی است که غیرقابل 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 به‌وجود می‌آورد و یک حس خواست و اراده و تأیید شخصی را در مورد پیگیری فعالیت در او ایجاد می‌کند. (الراند و همکاران، 2003).

پیشینه پژوهش

سیدی‌زاده (1401) در پژوهشی به بررسی و ارزیابی میزان اثر سرمایه اجتماعی در ایجاد تاب‌آوری سازمانی پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد که سه بعد سرمایه اجتماعی تأثیر معناداری در تاب‌آوری سازمانی دارند. فاضلی کبریا و همکاران (1399) در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری با تأکید بر نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی پرداختند. نتایج این

1. Philippe & et al

2. Cardon & et al

پژوهش نشان داد که ارتباط معناداری بین سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری و رفتار شهروندی وجود دارد. به علاوه علی‌آبادی و همکاران (1397) در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر هوشیاری کارآفرینانه اعضای تعاونی‌های تولید روستایی استان کرمانشاه با میانجی‌گیری 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 و همکاران^۱ (2022) حاکی از آن است که سواد مالی تأثیر مثبتی را بر شایستگی و تاب‌آوری کارآفرینی دارد. این پژوهش نشان داد شایستگی و مهارت کارآفرینی تأثیر معنی‌داری را بر عملکرد پایدار و تاب‌آوری کارآفرینی شرکت‌های کوچک و متوسط دارد. نتایج پژوهش فرانکو و همکاران (2020) 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 همکاران (2022) حاکی از آن است که اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبتی بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد. به علاوه نتایج پژوهش لی و هرمن (2021) نشان داد، یافته‌های تجربی مطالعات را براساس چهار مفهوم‌سازی مهم اشتیاق کارآفرینی خلاصه کرده‌اند: اشتیاق به کار؛ مدل دوگانه اشتیاق؛ اشتیاق کارآفرینی و اشتیاق درک شده. نتایج پژوهش سالیسو و همکاران^۲ (2019) نیز حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی میان‌گروهی، بر تعهد شغلی و تاب‌آوری شغلی تأثیر گذاشته است.

توسعه فرضیه‌ها و شکل‌گیری مدل مفهومی پژوهش

سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری کارآفرینی: عزم و جزم سازمانی برای راه‌اندازی استارت‌آپ-های جدید تا حدود زیادی تحت تأثیر ویژگی‌های فردی کارآفرین قرار می‌گیرد. اشتیاق کارآفرینی، به‌عنوان مهم‌ترین خصیصه در سطح احساسی، یکی از ویژگی‌های فردی ذاتی به شمار می‌آید. اشتیاق کارآفرینی، به‌عنوان یک فاکتور احساسی تأثیرگذار مهم، اولین بار توسط کلمن^۳ (2020) مطرح شد. در مرحله ابتدایی شروع یک کار، مؤسسان و بنیانگذاران شرکت-های 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 پیاده‌سازی استارت‌آپ‌های جدید از دست بدهند. اشتیاق، احساس مثبتی است که کارآفرینان را نسبت به چالش‌های

1. Ali Seraj & et al

2. Salisua & et al

3. Coleman

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 که حمایت کارآفرینی از محیط اجتماعی نقش غیر قابل اغماضی را در تشویق به اشتیاق کارآفرینی ایفا می‌کند (کلمن، 2020). بنابراین اساس فرضیه اول پژوهش به صورت زیر تبیین می‌شود:

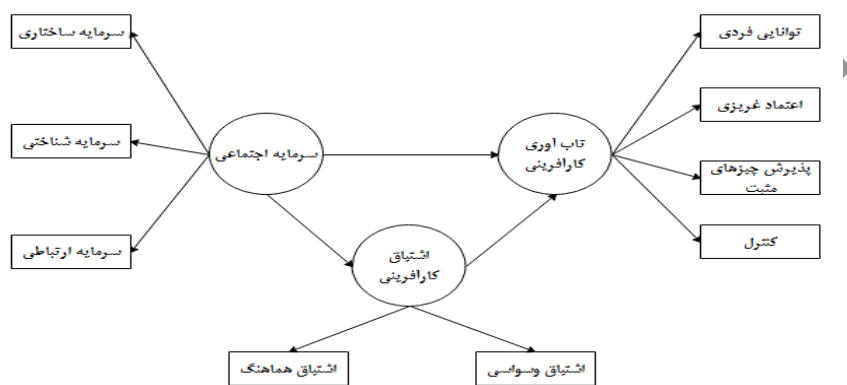
فرضیه اول (H1): سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد. سرمایه اجتماعی و اشتیاق کارآفرینی: بیشتر محققان بر سر تأثیر مثبت اشتیاق کارآفرینی هماهنگ بر رفتاری یک کارآفرین که موجب بهبود پشتکار وی می‌شود، توافق نظر دارند. کارآفرینانی که از اشتیاق کارآفرینی بالایی برخوردارند در تبدیل کردن عدم قطعیت‌های محیطی به طرح‌های بزرگ برای به تصرف درآوردن فرصت‌های موفقیت و از این رو بهبود عملکرد شرکت، به‌خوبی عمل می‌کنند. یکی از مهمترین محرک‌هایی که موجب اشتیاق و دلگرمی کارآفرینان است، حمایت اجتماعی است. در جوامعی که سرمایه اجتماعی بالا وجود داشته و حمایت‌های اجتماعی به خوبی از کارآفرینان صورت می‌گیرد، اشتیاق بالاتری برای این قشر وجود دارد (شاین و تیان، 2022). بنابراین فرضیه دوم پژوهش به صورت زیر 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، 2022). براساس نظر امریزال و همکارانش (2020) می‌توان بیان کرد که اشتیاق کارآفرینی رابطه مثبتی را با تاب‌آوری کارآفرینی دارد. وی بیان می‌کند کسی که اشتیاق کارآفرینی بالایی دارد از میزان بیشتری از تاب‌آوری کارآفرینی برخوردار است. همچنین فیشر و همکاران² (2018) دریافتند که یک رابطه بین اشتیاق کارآفرینی و تاب‌آوری کارآفرینی وجود دارد. براین اساس کارآفرینانی که کسب و کارشان را با یک حالت روحی خوب و روحیه کاری بالا مدیریت می‌کنند، در انجام کار خود قادر به مقابله با چالش‌ها و موانع هستند به‌طوری که به راحتی پا پس نمی‌کشند (مارچلو سانتورو و راتنا ایندودوی،

1. Emrizal & et al
2. Fisher & et al

2022). از این رو بر این اساس و براساس آنچه گفته شد فرضیه سوم و چهارم پژوهش به شرح زیر است:

فرضیه سوم (H3): اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد.
فرضیه چهارم (H4): اشتیاق کارآفرینی نقش میانجی بین سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.



شکل 1. 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 می‌دهند. با توجه به این که حجم جامعه آماری در این پژوهش نامحدود است از فرمول محاسبه نمونه کوکران نسبت به تعیین حجم نمونه بکار گرفته شده و براساس آن حجم نمونه در سطح اطمینان 0/95 برابر 384 نفر تعیین و به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه استاندارد می‌باشد. برای سرمایه اجتماعی پرسشنامه ناهایت و گوشال (1998) که شامل 3 بعد: سرمایه ساختاری، سرمایه شناختی و سرمایه ارتباطی استفاده شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات درباره تاب‌آوری کارآفرینی از پرسشنامه شان و تیان (2022) که شامل ابعاد: توانایی فردی، اعتماد غریزی پذیرش مثبت در مورد تغییر و کنترل است، استفاده شد و برای سنجش اشتیاق کارآفرینی از ابعاد پرسشنامه شاین و تیان (1393) که شامل 2 بعد: اشتیاق وسواسی و اشتیاق هماهنگی است، بهره گرفته شد. درخصوص روش تحلیل و نرم افزارهای مورد استفاده در این پژوهش لازم به توضیح است که 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 نرم افزار Smart PLS بهره گرفته شده است. در خصوص چرایی استفاده از نرم افزار Smart PLS لازم به توضیح است که این نرم افزار برای آزمون رگرسیون چند متغیری 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 بر اساس آزمون کلموگروف اسمیرنوف میزان معنی داری شاخص بیش از 0/05 بود و نشان از غیرنرمال بودن داده‌ها داشت و با توجه به طرح تحقیق و هدف آن که باید از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده می‌شد، از نرم افزار Smart PLS بهره گرفته شد. برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری از سه نوع روایی ابزار تحت عنوان روایی محتوایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است. روایی محتوایی به وسیله اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری و ادبیات موجود ایجاد شده و این روایی توسط نظرسنجی از اساتید حاصل گشت. روایی همگرا به این اصل بر می‌گردد شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میان‌های داشته باشند (فورنل و لارکر، 1981). همچنین در این پژوهش جهت تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) بر طبق نظر استفاده شده است. با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ متغیرها بالاتر از 0/7 است می‌توان پایایی پرسشنامه مذکور را مناسب ارزیابی کرد. در جدول 2 و 3 نتایج پایایی و روایی ابزار سنجش به طور کامل آورده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

یافته‌های توصیفی: در این پژوهش به منظور آزمون فرضیه‌ها از تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری تحت نرم‌افزار smart pls3 و به منظور بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی از نرم‌افزار spss19 استفاده شده است و ضریب Kmo (شاخص کفایت نمونه‌گیری) به شکل جدول 1 است.

جدول 1. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

| جنسیت | فراوانی | سن | فراوانی | تحصیلات | فراوانی | سابقه خدمت | فراوانی |
|-------|---------|------------|---------|------------------|---------|-------------|---------|
| مرد | 234 | زیر 30 سال | 92 | دیپلم و پائین‌تر | 31 | زیر 5 سال | 90 |
| زن | 150 | 31 تا 40 | 174 | کاردانی | 46 | 6 تا 10 سال | 132 |

1. Fornal & lakner

| | | | | | | |
|-----|----------------|-----|---------------|-----|--------------|--|
| | | | | سال | | |
| 105 | 11 تا 20 سال | 182 | کارشناسی | 98 | 41 تا 50 سال | |
| 57 | 21 سال به بالا | 111 | کارشناسی ارشد | 20 | 50 به بالا | |
| | | 14 | دکتر | | | |

یافته‌های مربوط به روایی همگرا و پایایی نیز به شرح زیر است.

جدول 2. روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری

| متغیرهای پژوهش | ضریب میانگین واریانس استخراج شد | ضریب پایایی مرکب $PC > 0.7 (CR)$ | آلفای کرونباخ |
|--------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------|
| سرمایه اجتماعی | 0/80 | 0/92 | 0/87 |
| تاب‌آوری کارآفرینی | 0/83 | 0/91 | 0/87 |
| کنترل | - | - | - |
| اشتیاق کارآفرینی | 0/72 | 0/90 | 0/79 |

روایی واگرا: روش فورنل و لارکر برای بررسی روایی واگرا ماتریسی را پیشنهاد می‌دهند که قطر اصلی آن حاوی جذر مقادیر AVE مربوط به هر یک از متغیرها است. که در جدول 4 نشان داده شده است.

جدول 4. روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

| | اشتیاق کارآفرینی | تاب‌آوری کارآفرینی | سرمایه اجتماعی |
|--------------------|------------------|--------------------|----------------|
| اشتیاق کارآفرینی | 0/85 | | |
| تاب‌آوری کارآفرینی | 0/661 | 0/91 | |
| سرمایه اجتماعی | 0/756 | 647 | 0/89 |

بر اساس مطالب عنوان شده و نتایج حاصل از خروجی‌های نرم‌افزار Smart Pls3، جداول 1 و 2 نشان‌دهنده آن است که ابزار اندازه‌گیری از روایی (محتوایی، همگرا و واگرا) و پایایی (بار عاملی، ضریب پایایی مرکب، ضریب آلفای کرونباخ) مناسب برخوردارند. همچنین معیارهای کیفیت مدل در جدول 5 نشان داده شده است.

جدول 5. معیارهای کیفیت مدل

| متغیر | R Square | Communality |
|--------------------|----------|-------------|
| سرمایه اجتماعی | - | 0/80 |
| تاب‌آوری کارآفرینی | 0/78 | 0/83 |

| | | |
|------------------|------|------|
| اشتیاق کارآفرینی | 0/65 | 0/72 |
| میانگین | 0/71 | 0/78 |

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 برازش¹: توسط این معیار محقق می‌تواند پس از بررسی برازش سنجش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود برازش کلی را نیز کنترل نماید. معیار Gof توسط تننهاوس و همکاران² در سال (2004) ابداع گردید و فرمول آن در زیر

$$GOF = \sqrt{\text{Communities} \times \bar{R}^2}$$

آورده شده است.

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

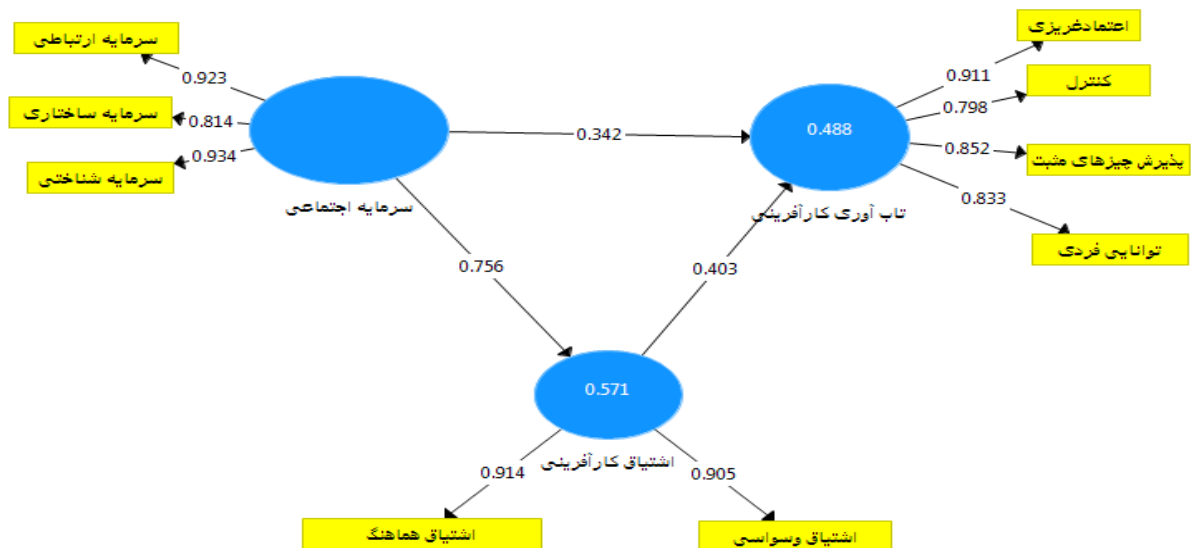
Communalities: از میانگین مقادیر اشتراکی هر متغیر درون زای مدل به دست می‌آید.

\bar{R}^2 : میانگین مقادیر R Square متغیرهای درون‌زای مدل است.

$$GOF = \sqrt{(0/78 \times 0/71)} = 0/74$$

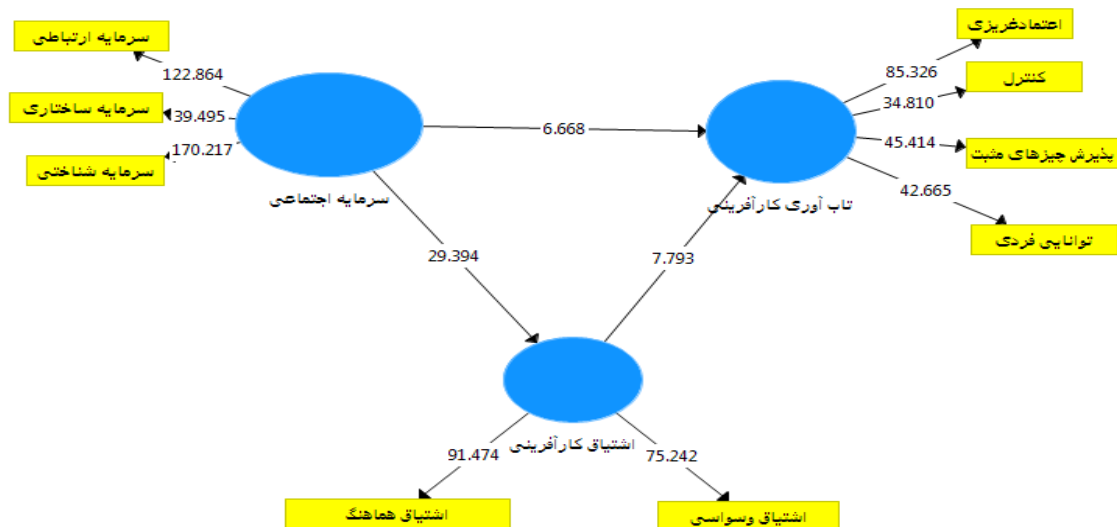
نتیجه حاصل از محاسبه میزان شاخص نیکویی برازش مدل پژوهش حاضر نشان می‌دهد، این مقدار برابر 0/74 بوده است که نشان‌دهنده برازش خوب مدل مفهومی این پژوهش است.

1. Gof
2. Tenenhaus et al



شکل (2). ضرایب تعیین و ضرایب مسیر مدل پژوهش

در شکل 3، خروجی نرم افزار Smart Pls2 بر روی مدل مفهومی پژوهش نشان داده شده است. مقادیر نشان داده شده بر روی 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 3 نشان داده شده است.



شکل 3. مقادیر معناداری t آماری پژوهش

آزمون فرضیات

در پژوهش حاضر به منظور آزمون معناداری فرضیات، از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده که شرح آن به صورت جدول 6 است.

جدول 6. نتایج آزمون فرضیات پژوهش

| نتیجه | مقدار آماری | ضریب مسیر | عنوان فرضیه |
|-------|-------------|-----------|--|
| تأیید | 6/67 | 0/34 | فرضیه 1: سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر روی تاب‌آوری کارآفرینی دارد |
| تأیید | 29/39 | 0/76 | فرضیه 2: سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر روی اشتیاق کارآفرینی دارد |
| تأیید | 7/79 | 0/40 | فرضیه 3: اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد |

با توجه به داده‌های جدول شماره 5 همان‌گونه که بیان شده است، اگر مقدار t آماری برای یک رابطه و فرضیه بالاتر از $1/96$ باشد، فرضیه تأیید می‌شود و از آنجایی که این مقدار برای تمامی فرضیه‌های موجود در این پژوهش بالاتر از $1/96$ است، می‌توان بیان کرد تمامی این فرضیات در سطح اطمینان $0/95$ تأیید شده است.

نتایج آزمون سوبل: با توجه به ضرایب استاندارد شده مسیر در شکل 2، سرمایه اجتماعی بر اشتیاق کارآفرینی $76/0$ را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند. اشتیاق کارآفرینی نیز به میزان

0/40 از تاب‌آوری کارآفرینی را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند. با احتساب موارد یاد شده می‌توان اذعان داشت اشتیاق کارآفرینی از طریق سرمایه اجتماعی به میزان (0.76) $\times 0.40 = 0.30$ 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 این که قدرمطلق Z-Value حاصل از آزمون سو بل بیشتر از 1.96 است. می‌توان اظهار کرد که تأثیر متغیر میانجی اشتیاق کارآفرینی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

علی‌رغم اهمیت روزافزون سرمایه اجتماعی در حوزه‌های علمی، در حال حاضر اطلاعات اندکی در مورد نقش سرمایه اجتماعی به‌عنوان 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 کرده و بقا خود را طولانی‌تر خواهند ساخت. به‌عنوان مثال، شواهدی دال بر اینکه ارتباطات اجتماعی می‌توانند کانال‌هایی باشند که بحران‌های کارآفرینی از طریق آن‌ها مدیریت می‌شوند، وجود دارد. در نتیجه، سرمایه اجتماعی به‌عنوان منبعی برای پشتیبانی است که می‌تواند تبدیل به یک لنگرگاه برای فرار از شکست کارآفرینان شود. لذا 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 در راستا با این فرضیه با پژوهش‌های فاضلی کبریا (1399)، عینالی و همکاران (1392)، دیمیتریس (2021)، سالیسو و همکاران (2019) و شاین و تیان (2022) همخوانی دارد. همچنین با توجه به نتایج پژوهش حاضر، سرمایه شناختی و سرمایه ارتباطی به‌عنوان مؤثرین بعد شناخته می‌شود و سرمایه ساختاری با کمترین اثرگذاری شناخته شده است. به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت سرمایه اجتماعی به‌عنوان 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 نماید. در این راستا هم پیشنهاد می‌شود با توجه به حوادث و رویدادهای غیرقابل پیش‌بینی در سازمان‌ها و شرکت‌ها، مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان با نهادینه کردن سرمایه اجتماعی در کارکنان خود، موجبات افزایش تاب‌آوری

کارآفرینی را در آنها افزایش داده و با تشکیل تیم‌های کاری، شرایط تقویت همکاری را در کارکنان فراهم نمایند. فرضیه دوم این پژوهش نیز بیانگر آن بود که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اشتیاق کارآفرینی دارد. یافته‌های پژوهش در راستا با این فرضیه با پژوهش‌های علی‌آبادی و همکاران (1397)، شاین و تیان (2022)، لی و هرمن (2021) همخوانی دارد. همچنین نتایج این پژوهش در این رابطه نشان داد که اشتیاق هماهنگ در بین ابعاد اشتیاق کارآفرینی موثرترین بعد است. به‌طور کلی می‌توان گفت که هیچ جامعه‌ای قادر به پیشرفت و توسعه نخواهد بود، مگر اینکه در کنار تمایل به کارآفرینی، دلایل تقویت‌کننده آن همچون سرمایه اجتماعی را شناسایی نماید. در صورت تأکید بر این عوامل و تقویت آنها، می‌توان شرایط حرکت جامعه به سمت توسعه و رفاه را ایجاد نمود. بدون توجه به سرمایه اجتماعی کنشگران اجتماعی در سطح اجتماع، نمی‌توانند شبکه‌ای از تعاملات مختلف اقتصادی و اجتماعی را ایجاد نمایند. فرضیه سوم پژوهش نیز بیانگر آن بود که اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد. نتایج پژوهش در راستای فرضیه سوم با پژوهش‌های شاین و تیان (2022)، امریزال و همکارانش (2020)، فیشر و همکاران (2018)، هو و پولاک (2013) همخوانی دارد. نتایج این فرضیه همچنین بیانگر آن بود که در بین ابعاد تاب‌آوری کارآفرینی، اعتماد غریزی و پذیرش چیزهای مثبت به عنوان مؤثرترین بعد شناخته شده است. در نتیجه می‌توان گفت به میزانی که احساسات مثبت شدید، آگاهانه و قابل دستیابی 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 در راستای فرضیه چهارم تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی بررسی شد. نتایج این پژوهش در رابطه فرضیه چهارم نشان داد که اشتیاق کارآفرینی در اثر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی نقش میانجی‌گری ایفا می‌کند. نتایج این فرضیه که برای اولین بار در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، با پژوهش شاین و تیان (2022) همخوانی دارد. نتایج کلی این فرضیه بیانگر آن است که در سطح اطمینان 95 درصد سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین می‌توان گفت سرمایه اجتماعی افراد از مولفه‌های مهم تأثیرگذار بر میزان تاب‌آوری کارآفرینی است که این عامل، روابط اجتماعی بین افراد را تشکیل می‌دهند و می‌تواند زمینه‌ساز مشارکت یک گروه کاری و جامعه گردد. یافته‌های این پژوهش نه تنها برای محققان بلکه می‌تواند برای مدیران و مسئولان شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور مفید باشد. مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان باید بدانند که شرکت به‌طور کلی تحت تأثیر فشارهای مختلف داخلی و خارجی قرار دارند و همین امر نشان می‌دهد که

پیوسته باید به سمت کارآفرینی حرکت نمود. بنابراین پیشنهاد می‌شود که مدیران در مقابل سرمایه اجتماعی کارکنان خود احساس وظیفه و مسئولیت نمایند و در این راستا تلاش نمایند. نوآوری پژوهش حاضر این است که تا زمان انجام پژوهش، پژوهشی که 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 به پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود که با توجه به اینکه در این پژوهش صرفاً از داده‌های مقطعی استفاده شده است؛ بنابراین، پژوهش‌های آینده باید یک تحلیل طولی برای رسیدگی به اثرات علی و تعدیل شده در نظر بگیرند. دوم، این مطالعه صرفاً از نمونه خاصی از کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان استان لرستان که دارای فرهنگ و قومیت یکسانی هستند، صورت گرفته است و محققان آینده باید این روابط را در سایر کشورها، شهرها و شرکت‌های دیگر نیز تأیید کنند.

منابع

- سیدی‌زاده، ثریا (1401). ارزیابی میزان اثر سرمایه اجتماعی در ایجاد تاب‌آوری سازمانی در شرکت‌های خصوصی کهیلویه و بویر احمد، *فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، سال ششم، شماره 84، ص 1321-1310.
- فاضلی کبریا، حامد؛ شفقت؛ ابوطالب؛ بهمنی، اکبر و کریمی، مینو (1399). تأثیر سرمایه اجتماعی بر تاب‌آوری با تأکید بر نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی در بحران‌ها (مورد مطالعه: کارکنان جمعیت هلال احمر استان کرمانشاه)، دو *فصلنامه پژوهشی مدیریت بحران*، شماره 19، ص 73-81.
- Ali Seraj, A,H,Fazal,S,A & Ali Saleh Alshebami,A(2022). Entrepreneurial Competency, 6.Financial Literacy, andSustainable Performance Examining the Mediating Role of Entrepreneurial Resilience among Saudi Entrepreneurs, *Sustainability* 14,10689,PP.2-17.
- Christy, N. N. A., Wibowo, R. A., & Ming-Chang, W. (2022). A study on social capital of Indonesian entrepreneurs. *TEM Journal*, 11(1), 272.
- Bernard, M.J(2016).Barbosa, S.D. Resilience and entrepreneurship: *A dynamic and biographical approach to the entrepreneurial act. Management*, 19,PP. 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 entrepreneurialpassion. *Academy of Management Review*,34(3), PP.511-532.

- Chen, J & Ling, Y (2010). Study on the relationship between top leaders' golden mean thinking and organizational performance: mechanism and contingency. *Nankai Bus. Rev.* 13, PP.132–141.
- Claridge, T (2018). Dimensions of Social Capital - structural, cognitive, and relational, *Social Capital Research. All rights reserved.* PP.2-4.
- Coleman, J.S (2020). Social capital in the creation of human capital. *Knowl. Soc. Cap* 2000 (Suppl. 1): PP.17–41.
- Denz-Penhey, H. & Murdoch, J.C (2008). Personal resiliency: Serious diagnosis and prognosis with unexpected quality outcomes. *Qual. Health Res.* 18, PP.391–404.
- Dimitriadis, S (2021). Social capital and entrepreneur resilience: Entrepreneur performance during violent protests in Togo. *Journal Smi.* PP.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), PP.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*, Volume 17, Number 2, PP.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*, PP.22–49.
- Fatoki, O (2018). The Impact of Entrepreneurial Resilience on the Success of Small and Medium Enterprises in South Africa, *Sustainability*, 10, 2527, PP.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, PP. 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), PP. 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: PP.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), PP.433–459.

- Hoffman, A J (2018). The next phase of business sustainability. *Stanford Social Innovation Review*, 16(2), PP.34-39.
- Holling,C.S(1973). *Resilience and stability of ecological systems. Ann. Rev.Ecol.Syst.*4,PP.1–23.
- Hubner ,S, Baum ,M & Frese,M(2019). Contagion of Entrepreneurial Passion:Effects onEmployee Outcomes, *journals.sagepub.com/home/etp, Entrepreneurship Theory and Practice*, 00(0),PP. 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*,PP.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), PP.360-380.
- Manzano,G & Ayala, J.C (2013).Psychometric properties of Connor-Davidson Resilience Scale in a Spanish sample of entrepreneurs. *Psicothema*,25(2),PP.245–251.
- Marcello Santoso , D & Ratna Indudewi,Y(2022). The Enterpreneurial Resilience Study On The 32.Young Nascent A Entroereneurs,*Journal ManagemenA Dan Kewirusahaan*, VOL. 24, NO. 2, PP.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*, Volume 16. Issue 31. PP.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), PP.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 – N, 2 PP. 137-158.
- Philippe, F. L, Vallerand, R. J, Houliort, N, Lavigne, G.L, & Donahue, E. G (2010).Passion for an activityand quality of interpersonal relationships:The mediating role of emotions. *Journal of Personality and SocialPsychology*,98(6),PP. 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,PP. 139–154.
- 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,*orginal Research published*,PP.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, 6th year, No. 84, PP. 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), PP.95–116.
- Tognazzo, A (2019). A Study of Entrepreneurial Resilience in The Context Of smes, 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'Â me: On Obsessive and Harmonious Passion, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 85, No. 4, PP. 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, PP.479-492.
- Yemisi, A. & Robert, P.S. (2017). Entrepreneurial resilience, high impact challenges, and firm performance. *Journal of Management Policy and Practice*, 18(2), PP.28-37.

پاییزه نشر شده