

A Resilience Model for Social Entrepreneurship-Based Businesses: A Mixed-Methods Research

Fatemeh Ghazeli¹ | Mehrdad Hosseini Shakib^{2✉} | Abbas Khamseh²

1. Department of management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. Fatemeh.ghazeli@gmail.com

2. Corresponding Author, Department of industrial management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. E-mail: mehrdad.shakib@kiaau.ac.ir

3. Department of industrial management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran. E-mail: abbas.khamseh@kiaau.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received:
08. 07. 2024
Revised:
10. 12. 2024
Accepted:
11. 12. 2024

Keywords:

Business Resilience,
Social Business,
Sustainable Development,
Social Entrepreneurship.

Introduction: The present study aimed to provide a model for the resilience of social entrepreneurship-based businesses to offer a practical framework for enhancing the capacities of these companies in facing challenges and leveraging opportunities.

Methodology: This research was an applied study in terms of purpose, adopting a mixed-methods (qualitative and quantitative) approach. In the qualitative phase, first, scientific literature and documents were systematically analyzed using thematic content analysis to identify the initial factors affecting the resilience of social entrepreneurship-based businesses. Then, they were refined and finalized using the Delphi method with the participation of 11 experts selected through purposive sampling. In the quantitative phase, to validate the qualitative model, data were collected through questionnaires from a sample of 210 managers and experts active in social entrepreneurship, selected by convenience sampling. Quantitative data analysis was performed using confirmatory factor analysis and Amos version 24 software to test and confirm the model's factor structure and relationships between variables.

Findings: The results of data analysis led to the identification of 65 indicators within 8 main dimensions of resilience for social entrepreneurship-based businesses. These dimensions included human capital and organizational empowerment, strategic agility and adaptability, community resilience and social responsibility, market competition and customer interaction, environmental sustainability and adaptability, engagement with political and governance structures, innovation for social impact and technological advancement, entrepreneurship development, and social investments.

Conclusion/ Implications: The results emphasize the importance of creating flexible organizational structures and strategic management frameworks to enhance resilience in social entrepreneurship businesses. They show that the resilience of these companies requires a multidimensional approach in which internal factors such as human resource empowerment and strategic agility are interwoven with external factors such as stakeholder engagement, social responsibility, and environmental sustainability. Furthermore, this research underscores the key role of innovation and technology in creating sustainable solutions for social and environmental challenges. The achievements of this study can serve as a guide for managers and policymakers in designing and implementing programs to strengthen the resilience of social entrepreneurship businesses. Additionally, the presented model provides a theoretical framework for future research in organizational resilience and social entrepreneurship. Finally, this research emphasizes the necessity of collaboration and synergy among various sectors of society including businesses, government, NGOs, and universities to achieve sustainable development goals and create a supportive ecosystem for social entrepreneurship.

Cite this article:

Ghazeli, F., Hosseini Shakib, M., & Khamseh, A. (2025). A Resilience Model for Social Entrepreneurship-Based Businesses: A Mixed-Methods Research. *Journal of Entrepreneurship Research*, 4(1), 93-114.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2032478.1137>



© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی: یک پژوهش آمیخته

فاطمه قازلی^۱ | مهرداد حسینی شکیب^۲ | عباس خمسه^۳

۱. گروه مدیریت، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. رایانامه: Fatemeh.ghazeli@gmail.com

۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. رایانامه: mehrdad.shakib@kiauo.ac.ir

۳. گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران. رایانامه: abbas.khamseh@kiauo.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه: پژوهش حاضر با هدف ارائه مدلی برای تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی انجام شده است تا بتواند چارچوبی کاربردی برای تقویت ظرفیت‌های این شرکت‌ها در مواجهه با چالش‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها ارائه دهد. **روش‌شناسی:** این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر رویکرد آمیخته (کیفی و کمی) است. در مرحله کیفی پژوهش، ابتدا با مطالعه عمیق و نظام‌مند متون و اسناد علمی و تحلیل آن‌ها به روش تحلیل مضمون، عوامل اولیه مؤثر بر تاب‌آوری کسب‌وکارهای کارآفرینی اجتماعی شناسایی شدند. سپس، این عوامل با استفاده از روش دلفی و مشارکت ۱۱ نفر از خبرگان که به‌شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند، پالایش و نهایی گردیدند. در مرحله کمی، به‌منظور اعتبارسنجی مدل کیفی، داده‌ها از طریق پرسش‌نامه و از نمونه‌ای متشکل از ۲۱۰ نفر از مدیران و کارشناسان فعال در حوزه کارآفرینی اجتماعی که به روش نمونه‌گیری دردسترس انتخاب شدند، جمع‌آوری گردید. تحلیل داده‌های کمی با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی و به کمک نرم‌افزار Amos نسخه ۲۴ انجام شد تا ساختار عاملی مدل و روابط بین متغیرها مورد آزمون و تأیید قرار گیرد.

یافته‌ها: نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها منجر به شناسایی ۶۵ شاخص در قالب هشت بعد اصلی تاب‌آوری برای کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی شد. این ابعاد عبارت از: سرمایه انسانی و توانمندسازی سازمانی، چابکی و سازگاری استراتژیک، تاب‌آوری جامعه و مسئولیت اجتماعی، رقابت در بازار و تعامل با مشتری، پایداری و سازگاری محیطی، مشارکت و تعامل با ساختارهای سیاسی و حاکمیتی، نوآوری برای تأثیر اجتماعی و پیشرفت فناوری، توسعه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی هستند.

نتیجه‌گیری/دستاوردها: یافته‌های این پژوهش بر اهمیت ایجاد ساختارهای سازمانی منعطف و چارچوب‌های مدیریت استراتژیک برای تقویت تاب‌آوری در کسب‌وکارهای کارآفرینی اجتماعی تأکید می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که تاب‌آوری این شرکت‌ها مستلزم رویکردی چندبعدی است که در آن، عوامل درون‌سازمانی همچون توانمندسازی نیروی انسانی و چابکی استراتژیک، با عوامل برون‌سازمانی مانند تعامل با ذی‌نفعان، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و پایداری زیست‌محیطی درهم تنیده می‌شوند. همچنین، این پژوهش بر نقش کلیدی نوآوری و فناوری در ایجاد راه‌حل‌های پایدار برای چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی تأکید می‌ورزد. دستاوردهای این مطالعه می‌تواند به‌عنوان راهنمایی برای مدیران و سیاست‌گذاران در جهت طراحی و اجرای برنامه‌های تقویت تاب‌آوری کسب‌وکارهای کارآفرینی اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد. علاوه بر این، مدل ارائه شده، چارچوبی نظری برای پژوهش‌های آتی در زمینه تاب‌آوری سازمانی و کارآفرینی اجتماعی فراهم می‌آورد. درنهایت، این پژوهش بر ضرورت همکاری و هم‌افزایی میان بخش‌های مختلف جامعه، از جمله کسب‌وکارها، دولت، سازمان‌های مردم‌نهاد و دانشگاه‌ها، برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار و ایجاد اکوسیستمی حمایتگر برای کارآفرینی اجتماعی تأکید می‌کند.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۴/۱۸

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۹/۲۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۹/۲۱

کلیدواژه‌ها:

تاب‌آوری کسب‌وکارها، کارآفرینی اجتماعی، کسب‌وکار اجتماعی، توسعه پایدار.

قازلی، فاطمه، حسینی شکیب، مهرداد. و خمسه، عباس. (۱۴۰۴). الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی: یک پژوهش آمیخته. مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۴ (۱)، ۹۳-۱۱۴.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2032478.1137>

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام

© نویسندگان.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

در عصر کنونی که با تحولات سریع فناوری، نوسانات اقتصادی و بحران‌های غیرمنتظره مشخص می‌شود، مفهوم تاب‌آوری به یک عامل حیاتی برای بقا و رشد کسب‌وکارها تبدیل شده است (Nikinmaa et al., 2020). تاب‌آوری، به‌عنوان توانایی یک سیستم برای مقاومت، بازیابی و سازگاری با اختلالات، در حالی که عملکردهای اصلی خود را حفظ می‌کند، تعریف می‌شود (Daskalopoulou et al., 2023). این مفهوم فراتر از صرفاً بازگشت از مصائب است و شامل ظرفیت رشد و شکوفایی در مواجهه با چالش‌ها نیز می‌شود (Milestad et al., 2023). در محیط کسب‌وکار امروزی، تاب‌آوری نه تنها یک مزیت رقابتی، بلکه یک ضرورت استراتژیک محسوب می‌شود. در این میان، کارآفرینی اجتماعی^۱ به‌عنوان یک پارادایم نوظهور در دنیای کسب‌وکار، توجه فزاینده‌ای را به خود جلب کرده است. این رویکرد نوآورانه که هدف آن حل مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی از طریق فعالیت‌های کسب‌وکار است، نقطه تلاقی اهداف اقتصادی و اجتماعی را نشان می‌دهد (Kamaludin et al., 2024). برخلاف کسب‌وکارهای سنتی که عمدتاً بر سودآوری تمرکز دارند، شرکت‌های اجتماعی با هدف دوگانه ایجاد ارزش اجتماعی و پایداری مالی هدایت می‌شوند (Méndez-Picazo et al., 2021). این شرکت‌ها از مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه برای مقابله با چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی فوری، از فقر و نابرابری گرفته تا تغییرات اقلیمی و دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی، استفاده می‌کنند (Al-Qudah et al., 2022).

کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی پتانسیل قابل توجهی برای تقویت تاب‌آوری در جوامع و کمک به توسعه پایدار دارند (Al-Omoush et al., 2023). این کسب‌وکارها با ادغام اهداف اجتماعی و زیست‌محیطی در عملیات اصلی خود، از طریق ایجاد شبکه‌های قوی و ظرفیت‌های تطبیقی، توان مقاومت خود را در برابر انواع چالش‌های احتمالی آینده افزایش می‌دهند (Ceesay et al., 2022). این چالش‌ها می‌تواند از تغییرات اقلیمی و مسائل زیست‌محیطی گرفته تا بحران‌های اقتصادی و اجتماعی را شامل شود. تأکید این کسب‌وکارها بر فراگیری، توانمندسازی و همکاری، پیوندهای قوی‌تری را در جوامع تقویت می‌کند و آن‌ها را قادر می‌سازد تا با ایجاد ظرفیت‌های پیشگیرانه، آمادگی لازم برای مواجهه با چالش‌های آتی را کسب کنند (Rahmanti & Subandi, 2024). با این حال، علی‌رغم اهمیت فزاینده تاب‌آوری در کارآفرینی اجتماعی^۲، شکاف قابل توجهی در درک چالش‌ها و فرصت‌های خاص پیش روی شرکت‌های اجتماعی در ایجاد تاب‌آوری وجود دارد. ادبیات موجود عمدتاً بر مدل‌های کسب‌وکار سنتی تمرکز دارد و زمینه‌های منحصربه‌فرد و پیچیدگی‌های ذاتی در کارآفرینی اجتماعی را نادیده می‌گیرد (Datola et al., 2022). این شکاف بر نیاز به مطالعات تجربی و چارچوب‌های نظری جامع تأکید می‌کند که به تفاوت‌های تاب‌آوری در زمینه شرکت‌های اجتماعی می‌پردازد. در این راستا مطالعات اخیر نشان داده‌اند که عوامل متعددی می‌توانند نقش مهمی در تاب‌آوری کسب‌وکارهای اجتماعی ایفا کنند. به‌عنوان مثال، رهبری تحول‌آفرین می‌تواند با ایجاد چشم‌انداز مشترک و انگیزه بخشیدن به کارکنان، تاب‌آوری سازمانی^۳ را افزایش دهد (Suriyankietkaew et al., 2022). نوآوری اجتماعی به شرکت‌های اجتماعی اجازه می‌دهد تا با راه‌حل‌های خلاقانه به چالش‌های پیچیده پاسخ دهند (Adro & Fernandes, 2022). شبکه‌سازی نیز می‌تواند با ایجاد روابط قوی با ذینفعان مختلف، منابع و حمایت‌های لازم برای مقابله با بحران‌ها را فراهم کند (Nakpodia et al., 2024). همچنین، میلر کاراس (Miller-Karas, 2023) بر اهمیت توسعه مهارت‌های تاب‌آوری فردی در کارآفرینان اجتماعی تأکید کرده است. با وجود این یافته‌های ارزشمند، هنوز درک جامعی از چگونگی تعامل این عوامل و تأثیر آن‌ها بر تاب‌آوری در زمینه خاص کارآفرینی اجتماعی وجود ندارد. به‌علاوه، تحقیقات موجود اغلب بر جنبه‌های خاصی از تاب‌آوری تمرکز کرده‌اند و رویکرد یکپارچه‌ای که تمام ابعاد تاب‌آوری (مالی، عملیاتی، اجتماعی و زیست‌محیطی) را در نظر

^۱ Social Entrepreneurship^۲ Resilience in Social Entrepreneurship^۳ Organizational Resilience

بگیرد، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. علاوه بر این، بسیاری از مطالعات در زمینه تاب‌آوری کسب‌وکار^۱ در کشورهای توسعه‌یافته انجام شده‌اند و ممکن است یافته‌های آن‌ها قابل تعمیم به زمینه‌های در حال توسعه نباشد (Lopes et al., 2022). این موضوع اهمیت انجام تحقیقات بیشتر در زمینه‌های متنوع جغرافیایی و فرهنگی را برجسته می‌کند.

با توجه به شکاف‌های تحقیقاتی اشاره شده، پژوهش حاضر به دنبال ارائه مدلی جامع برای تاب‌آوری کسب‌وکارهایی است که در حوزه کارآفرینی اجتماعی فعالیت می‌کنند. سؤال اصلی این پژوهش این است که عوامل کلیدی تعیین‌کننده تاب‌آوری در کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی چیست و چگونه می‌توان از این عوامل برای افزایش ظرفیت آن‌ها برای مقاومت و پیشرفت در مواجهه با ناملازمات استفاده کرد؟ برای پاسخ به این سؤال، این مطالعه از یک رویکرد روش‌شناسی آمیخته استفاده می‌کند. این رویکرد امکان بررسی عمیق پدیده تاب‌آوری در کارآفرینی اجتماعی را فراهم می‌کند و به درک بهتر پویایی‌ها و مکانیسم‌های زیربنایی آن کمک می‌کند. یافته‌های این پژوهش می‌تواند برای طیف گسترده‌ای از ذینفعان مفید باشد. همچنین سیاست‌گذاران می‌توانند از این یافته‌ها برای طراحی سیاست‌ها و برنامه‌هایی استفاده کنند که محیطی مساعد برای رشد و تاب‌آوری شرکت‌های اجتماعی ایجاد می‌کند و یا نهادهای حمایت‌کننده می‌توانند از این اطلاعات برای ارزیابی بهتر پتانسیل و تقویت برنامه‌های حمایتی خود در حوزه کارآفرینی اجتماعی استفاده کنند. کارآفرینان اجتماعی نیز می‌توانند از این یافته‌ها برای توسعه استراتژی‌های مؤثر جهت افزایش تاب‌آوری کسب‌وکارهای خود بهره ببرند. علاوه بر این، این مطالعه می‌تواند به پیشبرد ادبیات نظری در زمینه کارآفرینی اجتماعی و تاب‌آوری کسب‌وکار کمک کند. با ارائه مدلی که ابعاد مختلف تاب‌آوری را در زمینه خاص کارآفرینی اجتماعی در نظر می‌گیرد، این پژوهش می‌تواند پایه‌ای برای تحقیقات آینده در این حوزه فراهم کند. در نهایت، با پرداختن به این موضوع حیاتی، این پژوهش به دنبال کمک به درک عمیق‌تر از تقاطع بین کارآفرینی اجتماعی و تاب‌آوری است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در دنیای پرتلاطم و پیچیده امروز، مفهوم تاب‌آوری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های سازمان‌های موفق شناخته شده است. تاب‌آوری در معنای وسیع آن، به توانایی یک سیستم برای مقاومت در برابر اختلالات و بازیابی از آن، حفظ عملکردهای اصلی و سازگاری با تغییرات محیطی اشاره دارد (Walker, 2020). این مفهوم از مقاومت یا استحکام صرف فراتر رفته و شامل سه ویژگی کلیدی است که عبارتند از: ظرفیت جذب شوک‌ها و اختلالات، توانایی سازگاری و یادگیری از تجربیات و ظرفیت تحول و ایجاد تغییرات اساسی برای افزایش پایداری و اثربخشی بلندمدت (Pourkarimi et al., 2021). در زمینه کسب‌وکار، تاب‌آوری سازمانی به توانایی سازمان برای پیش‌بینی، آماده‌سازی، پاسخ‌گویی و بازیابی از اختلالات، در حین حفظ هدف و عملیات اصلی خود اشاره دارد (Akbari et al., 2023). این مفهوم شامل مدیریت ریسک فعال، تصمیم‌گیری تطبیقی، عملیات چابک و ساختارهای حاکمیتی قوی است (Coles et al., 2021). مدیریت ریسک فعال شامل شناسایی و ارزیابی تهدیدها و آسیب‌پذیری‌های بالقوه است و به کسب‌وکارها اجازه می‌دهد تا اقدامات پیشگیرانه و برنامه‌های اضطراری را برای کاهش ریسک‌ها اجرا کنند (Lupu et al., 2023). تصمیم‌گیری تطبیقی مستلزم توانایی انتخاب‌های آگاهانه در شرایط عدم قطعیت، استفاده از بینش‌های مبتنی بر داده و برنامه‌ریزی سناریو برای پیش‌بینی و پاسخ به شرایط متغیر است (Buruj, 2022). عملیات چابک به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهد تا به‌سرعت استراتژی‌ها، فرآیندها و منابع خود را در پاسخ به اختلالات تنظیم کنند، در نتیجه، تداوم را حفظ کرده و تأثیر آن را بر ذینفعان به حداقل می‌رسانند (Saad et al., 2021).

کارآفرینی که با ماهیت پویا و ریسک‌پذیری ذاتی آن مشخص می‌شود، به روش‌های بی‌شماری با فناوری تلاقی می‌کند. کارآفرینی مظهر فرآیند پویای شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد ارزش از طریق سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه

است و طیفی از فعالیت‌ها، از جمله شناسایی فرصت، بسیج منابع، ریسک‌پذیری و خلق ارزش را دربر می‌گیرد (Zamany et al., 2024). در این میان، کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی، به دلیل ماهیت دوگانه خود که ترکیبی از اهداف اجتماعی و تجاری است، با چالش‌های منحصربه‌فردی در زمینه تاب‌آوری مواجه هستند (Tingey-Holyoak et al., 2023). کارآفرینی اجتماعی، به‌عنوان فرآیندی که در آن افراد یا گروه‌ها از رویکردهای نوآورانه و کارآفرینانه برای حل مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی استفاده می‌کنند، در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است. این نوع کارآفرینی با کارآفرینی سنتی متفاوت است، زیرا هدف اصلی آن ایجاد ارزش اجتماعی به‌جای ارزش اقتصادی است (Méndez-Picazo et al., 2021) و از جمله ویژگی‌های کلیدی آن، می‌توان به مأموریت اجتماعی و زیست‌محیطی واضح به‌عنوان هدف راهنما، جهت‌گیری ذینفعان برای حداکثر سازی تأثیر مثبت، رویکردهای نوآورانه برای خلق ارزش و ساختارهای سازمانی ترکیبی که عناصر تجاری و اجتماعی را ادغام می‌کنند، اشاره داشت (Hidalgo et al., 2024; Kamaludin et al., 2024). از طرفی تاب‌آوری در این کسب‌وکارها نیز باید واجد ویژگی‌هایی همچون همسویی مأموریت از طریق ادغام اهداف اجتماعی در عملیات، مشارکت جامعه برای افزایش ظرفیت انطباقی (Wei et al., 2024)، مدل‌های کسب‌وکار فراگیر برای توانمندسازی گروه‌های محروم و همکاری اکوسیستمی با سایر سازمان‌ها برای ایجاد تاب‌آوری جمعی، باشد (Sharma & Rautela, 2022). به‌طور کلی، کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی، سازمان‌هایی هستند که اهداف اجتماعی و زیست‌محیطی را با فعالیت‌های تجاری ادغام می‌کنند و یک مأموریت دوگانه (ایجاد اثرات مثبت اجتماعی و زیست‌محیطی در کنار دستیابی به پایداری مالی) دارند (Canestrino et al., 2020). این شرکت‌ها از مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه، مانند فرانشیز اجتماعی، سرمایه‌گذاری تأثیرگذار و ایجاد ارزش مشترک، برای مقابله با چالش‌های مهم اجتماعی، از فقر و نابرابری گرفته تا تخریب محیط‌زیست و دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی، استفاده می‌کنند. در این راستا مطالعاتی چند نیز به انجام رسیده که برخی از این مطالعات در ادامه آورده شده است.

نتایج مطالعه زینتی فخرآباد و همکاران (Zinati Fakhrabad et al., 2024) نشان داد که به ترتیب اولویت عوامل فردی-شخصیتی، روان‌شناختی، موانع محیطی، آموزشی-فرهنگی و موانع اقتصادی به‌عنوان مهم‌ترین موانع توسعه کسب‌وکار از دیدگاه روستاییان مورد مطالعه شناسایی شدند. در واقع، می‌توان گفت که اصول حاکم بر جامعه روستایی و به‌خصوص خانواده از جمله عدم توانایی صحبت کردن در جمع، ضعف قدرت چانه‌زنی در حرفه و کار و قبول نکردن مسئولیت بر توسعه و اشتغال در کسب‌وکارهای خانگی مؤثر است و از عوامل و دلایل کاهش فعالیت‌های اقتصادی روستاییان (زنان و مردان) به شمار می‌رود. باشکوه اجیلرو و جباری‌کردلر (Bashokouh Ajirloo & Jabarikordlar, 2024) با تمرکز بر کارآفرینی دیجیتال، نشان دادند که تاب‌آوری نقش اساسی در موفقیت کارآفرینی و تقویت فرهنگ کسب‌وکار ایفا می‌کند و اهمیت فناوری در ایجاد فرصت‌های جدید کارآفرینی را تأیید کردند. یوسفی و کیخا (Yousefi & Keikha, 2023) به بررسی رابطه بین نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی، با تأکید بر نقش اجتماع پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که ارتباط بین نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی نیازمند بررسی‌های عمیق‌تر است. این یافته‌ها اهمیت درک جامع‌تر از تعامل بین نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی را در تقویت تاب‌آوری این کسب‌وکارها برجسته می‌کند. شریعت‌نژاد و همکاران (Shariatnejad et al., 2023) در مطالعه خود نشان دادند که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری کارآفرینی دارد و این تأثیر از طریق اشتیاق کارآفرینی تقویت می‌شود. این یافته‌ها اهمیت توجه به سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک محرک کلیدی در افزایش تاب‌آوری کارآفرینانه را برجسته می‌کند.

در سطح بین‌المللی، مطالعات اخیر نقش مهم فناوری و تاب‌آوری را در موفقیت کارآفرینی اجتماعی نشان می‌دهند. ناکپودیا و همکاران (Nakpodia et al., 2024) نشان دادند که چگونه کارآفرینان اجتماعی در کشورهای در حال توسعه از فناوری‌های دیجیتال برای افزایش تاب‌آوری سازمانی استفاده می‌کنند. العموش و همکاران (Al-Omoush et al., 2023) نیز دریافتند که تاب‌آوری نقش مهمی در توسعه و موفقیت کارآفرینی اجتماعی ایفا می‌کند. کیشنانی (Kishnani, 2022) در پژوهش

خود نشان داد که چابکی و تاب‌آوری دو عنصر کلیدی در موفقیت کسب‌وکارهای اجتماعی هستند و بر اهمیت اتخاذ استراتژی‌های مناسب برای ایجاد ارزش پایدار تأکید کرد. سوریانکیتکائو و همکاران (Suriyankietkaew et al., 2022) نشان دادند که تاب‌آوری کسب‌وکارهای اجتماعی مستلزم توسعه شایستگی‌های مبتنی بر ارزش و رهبری پایدار است. این شایستگی‌ها شامل توانمندسازی سرمایه انسانی، پرورش سرمایه اجتماعی از طریق نوآوری و حمایت از مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای دستیابی به پایداری است. مندز پیکازو و همکاران (Méndez-Picazo et al., 2021) نیز دریافتند که نوآوری اجتماعی نقش کلیدی در افزایش تاب‌آوری کسب‌وکارهای اجتماعی دارد و به آن‌ها در ایجاد راه‌حل‌های خلاقانه برای حل چالش‌های محیطی کمک می‌کند. مطالعات صورت گرفته در حوزه کارآفرینی اجتماعی نشان می‌دهد که طراحی مدل‌های کسب‌وکار اجتماعی و تاب‌آوری آن‌ها نیازمند رویکردی چندبعدی است. به عنوان مثال، آکینبواد و همکاران (Akinboade et al., 2023) با مطالعه کارآفرینان اجتماعی در آفریقای جنوبی دریافتند که ایجاد شبکه‌ای از اعتماد با ذینفعان و تمرکز بر رویکردهای مشتری محور از عوامل کلیدی در خلق ارزش و تاب‌آوری کسب‌وکارهای اجتماعی است. کمال‌الدین و همکاران (Kamaludin et al., 2024) چهار بعد اصلی اجتماعی، اقتصادی، رفتاری و حاکمیتی را در کارآفرینی اجتماعی شناسایی کردند که بر پایداری این کسب‌وکارها تأثیرگذار است. همچنین، هیدالگو و همکاران (Hidalgo et al., 2024) با بررسی نظام‌مند ادبیات موضوع، نقش سرمایه اجتماعی را به عنوان محرک اصلی در موفقیت کارآفرینی اجتماعی برجسته کردند و سه مضمون کلیدی شامل ایجاد سرمایه اجتماعی توسط کارآفرین، ارتباط سرمایه اجتماعی با نهادهای و نقش سرمایه اجتماعی در شکل‌گیری گروه‌ها را شناسایی نمودند. علاوه بر این، وی و همکاران (Wei et al., 2024) با مطالعه بر روی بیش از ۱۰۰ هزار نفر در ۳۰ کشور، نشان دادند که چگونه ویژگی‌های فردی و عوامل محیطی می‌توانند بر شکل‌گیری و تاب‌آوری کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار باشند.

با بررسی پیشینه پژوهش و مطالعات انجام شده در حوزه تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی^۱ می‌توان دریافت که این موضوع از اهمیت فزاینده‌ای در دنیای امروز برخوردار است. مطالعات متعددی در این حوزه انجام شده است، اما همچنان شکاف‌هایی در زمینه ارائه الگویی مناسب برای تاب‌آوری این نوع کسب‌وکارها، به‌ویژه در بافت کشورهای در حال توسعه، وجود دارد. پژوهش‌های موجود بر اهمیت عواملی چون نوآوری اجتماعی، استفاده از فناوری‌های دیجیتال، رهبری پایدار و توسعه سرمایه انسانی و اجتماعی تأکید کرده‌اند، اما ترکیب این عوامل در قالب یک الگوی منسجم کمتر مورد توجه قرار گرفته است. علاوه بر این، با توجه به چالش‌های پیچیده و متغیر جهان امروز، از جمله بحران‌هایی مانند همه‌گیری کووید-۱۹، ضرورت ارائه الگویی که بتواند به افزایش تاب‌آوری این کسب‌وکارها در شرایط نامطمئن کمک کند، بیش‌ازپیش احساس می‌شود؛ بنابراین، پژوهش حاضر با هدف ارائه یک الگوی کاربردی برای تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی، می‌تواند گامی مهم در پر کردن این شکاف تحقیقاتی باشد و به توسعه دانش نظری و عملی در این حوزه کمک شایانی نماید.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از حیث هدف، کاربردی است و با استفاده از رویکرد آمیخته (کیفی و کمی) انجام شده است. ابتدا برای شناسایی عوامل اولیه، از تکنیک تحلیل مضمون بر پایه مطالعات و تحقیقات پیشین و بر اساس رویکرد شش مرحله‌ای مدل براون و کلارک (Braun & Clarke, 2006) استفاده شد. مطالعاتی که مبنای تحلیل مضمون قرار گرفته‌اند، تعداد ۳۶۸ مقاله از پایگاه‌های خارجی امرالد^۲، اسپرینگر^۳ و ریسرچ گیت^۴ و پایگاه‌های داخلی سیویلیکا^۵، نورمگز^۶ و سید^۱ بوده که با کلیدواژه‌های

^۱ Business Resilience Based on Social Entrepreneurship

^۲ Emerald

^۳ Springer

^۴ ResearchGate

^۵ Civilica

^۶ Noor Mags

مرتبط با موضوع پژوهش، در بازه زمانی ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۳ (معادل سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۲ شمسی) شناسایی و مورد بررسی قرار گرفته است. کلیدواژه‌های مورد استفاده جهت شناسایی مقالات برای تحلیل مضمون، شامل تاب‌آوری کسب‌وکار، کارآفرینی اجتماعی، تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی، استراتژی‌های تاب‌آوری کسب‌وکار، تاب‌آوری سازمانی و تاب‌آوری در کارآفرینی اجتماعی بوده است. انتخاب مقالات مرتبط و تعیین بازه زمانی آن‌ها بر اساس اهداف و مسائل اصلی پژوهش انجام گرفت. پس از بررسی تناسب مقاله با موضوع پژوهش، در قدم بعدی برای ارزیابی کیفیت مقاله‌های اولیه از برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی استفاده گردید. بر اساس این برنامه، اهداف پژوهش، منطق پژوهش، طرح پژوهش، نمونه‌برداری، جمع‌آوری داده‌ها، انعکاس‌پذیری، ملاحظات اخلاقی، دقت در تجزیه و تحلیل، بیان روش یافته‌ها و ارزش پژوهش، بررسی و برای هر مقاله بر اساس معیارهای ذکر شده، امتیازی در نظر گرفته شد. سیستم امتیازبندی این پژوهش برای مقاله عالی (۵۰-۴۱)، خیلی خوب (۴۰-۳۱)، خوب (۳۰-۲۱)، متوسط (۲۰-۱۱) و ضعیف (۱۰-۰) بود. مقاله‌هایی که امتیازی کم‌تر از ۳۰ داشتند، حذف و پس از گزینش و پالایش مقاله‌ها، ۳۹ مقاله برای ادامه تحلیل مضمون انتخاب شدند.

در بخش کیفی پژوهش، بر اساس یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون، پرسشنامه اولیه‌ای برای فرآیند دلفی تدوین شد و این پرسشنامه، به‌منظور استخراج ابعاد و شاخص‌های اختصاصی مؤثر بر تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی، در اختیار ۱۱ نفر از خبرگان قرار گرفت. گروه خبرگان در بخش دلفی که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند، همگی از متخصصان و مدیران کسب‌وکارهای کارآفرینی اجتماعی بودند که آشنایی کامل با مفاهیم و مسائل اجتماعی و کارآفرینی و راه‌اندازی و تاب‌آوری کسب‌وکارها داشتند و دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر و حداقل ۱۰ سال تجربه در بخش‌های مدیریتی داشتند. انجام فرآیند دلفی و اخذ دیدگاه خبرگان در خصوص ابعاد و شاخص‌های شناسایی شده، طی سه مرحله صورت گرفت. در هر مرحله از خبرگان خواسته شد تا در هر بخش، در صورتی که موارد جدیدی را برای اضافه شدن به متغیرهای مورد بررسی مطرح می‌دانند که در شاخص‌های اولیه ذکر نشده است، بیان کنند. برای غربال اولیه معیارها و زیرمعیارهای شناسایی شده امتیازاتی بین ۱ تا ۵ تخصیص داده شد. میانگین کل هر مرحله (میانگین میانگین شاخص‌ها) به‌عنوان حد آستانه مد نظر قرار گرفت. معیارها و زیرمعیارهای با امتیاز بالاتر از حد آستانه مورد قبول واقع شدند و میانگین هر شاخص که از حد آستانه پایین‌تر بود، در هر مرحله حذف گردید (Faizi & Irandoost, 2013). علاوه بر این، از روش‌های اعتبارسنجی برای ارزیابی مناسب بودن و اثربخشی موارد در گرفتن پیچیدگی‌های حوزه پژوهش استفاده شد. بررسی روایی در بخش دلفی، با روش اعتبار محتوا صورت گرفت. جهت بررسی پایایی نیز مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه در دور اول محاسبه شد و از آنجاکه این مقدار بیشتر از ۰/۷ بود، لذا پایایی پرسشنامه نیز مورد تأیید قرار گرفت.

در بخش کمی پژوهش، پرسشنامه‌ای بر اساس نتایج حاصل از بخش دلفی و بر مبنای طیف لیکرت، طراحی و جهت گردآوری داده‌ها در جامعه آماری توزیع و بعد از گردآوری داده‌ها، برای تجزیه و تحلیل از تکنیک تحلیل عاملی استفاده گردید. نمونه آماری در این بخش، متشکل از ۲۱۰ نفر از بنیان‌گذاران، مدیران، کارمندان، داوطلبان و حامیان فعالیت در حوزه کارآفرینی اجتماعی در ایران بودند که با همکاری شرکت آگاپه به‌عنوان نمونه تحقیق و به شیوه در دسترس انتخاب شدند. آگاپه یک پلتفرم هوشمند اقدامات بشردوستانه است که با کارآفرینی اجتماعی به دنبال خلق ارزش‌های جدید است. این موسسه تاکنون با ۱۱،۱۸۴ موسسه نیکوکاری همکاری داشته و در حال حاضر تعداد ۲۶۰۸۴ کاربر دارد و در ۲۷۰ شهر ایران فعالیت می‌کند. به‌منظور ارزیابی پایایی داده‌های پژوهش در این بخش، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که در تمام موارد مقدار آلفا بالاتر از ۰/۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول داده‌های مورد مطالعه بود. برای اطمینان از روایی سازه‌های مدل، از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. برای تأیید کفایت حجم نمونه برای اجرای تحلیل عاملی تأییدی، از شاخص کفایت نمونه (KMO) و آزمون

1 SID

2 Business Resilience Strategies

بارتلت استفاده گردید. مقدار شاخص KMO برابر با ۰/۷۵۵ حاصل شد که نشان از کفایت نمونه برای اجرای تحلیل عاملی تأییدی داشت. همچنین، مقدار sig آزمون بارتلت کمتر از ۰/۰۵ بود که نشان از رد فرض شناخته شده برای ماتریس همبستگی و استقرار تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب بود (Hair et al., 2006). در مرحله بعدی، با استفاده از نرم‌افزار Amos نسخه ۲۴ و اجرای مدل معادلات ساختاری، تمام متغیرها به صورت هم‌زمان و در یک مرحله به مدل وارد شدند. با توجه به ضرایب استاندارد و سطوح معناداری در خروجی نرم‌افزار، فرضیات مطرح شده از نظر تحلیل معناداری داده‌ها تأیید یا رد شد.

یافته‌ها

یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون

در این پژوهش، بر اساس مدل براون و کلارک (Braun & Clarke, 2006) که یک رویکرد سیستماتیک و پیشرفته از تحلیل مضمون است، طی شش مرحله، گام به گام تحلیل‌ها انجام شده که این مراحل عبارتند از: ۱) آشنایی با داده‌ها و تجزیه و تحلیل مقالات مرتبط، ۲) ایجاد کدهای اولیه، ۳) جستجوی مضمون‌ها، ۴) بازبینی مضمون‌ها، ۵) نام‌گذاری مضمون‌های اصلی و ۶) تهیه گزارش. در نتیجه این بخش، ۶۵۴ مضمون پایه از مقالات و مطالعات مرتبط استخراج گردید و پس از دسته‌بندی و نام‌گذاری این مضمون‌ها، ۶۷ مضمون سازنده شکل گرفت. سپس مضمون‌های سازنده مرتب و در ابعاد مربوطه طبقه‌بندی شد که شامل ۸ بُعد بود و عبارتند از: بُعد سازمانی، بُعد اقتصادی، بُعد اجتماعی، بُعد بازار و مشتری، بُعد محیطی، بُعد سیاسی، بُعد نوآوری و فناوری و بُعد کارآفرینی. نتایج حاصل از این مرحله در جدول ۱، ارائه شده است.

جدول ۱. ابعاد، مضمون‌های سازمان دهنده و مضمون‌های پایه استخراج شده حاصل از بخش تحلیل مضمون

ابعاد	مضمون سازمان دهنده	مضمون‌های پایه
توسعه قابلیت‌های انسانی	آموزش و توانمندسازی نیروی	توسعه قابلیت‌های انسانی، آموزش و تربیت نیروی انسانی، مدیریت استعداد و توانایی کارکنان، توانمندسازی کارکنان، آموزش و توسعه، آموزش منابع انسانی، متغیرهای آموزشی، نیروی کار ماهر، نرخ آموزش و توانمندسازی، یادگیری تجربی، آموزش کارکنان ماهر، توانمندی حل سریع مسائل، تقویت گروه‌های تخصصی، مهارت‌های سازگاری، اشتراک‌گذاری دانش، آمادگی مستمر، یادگیری و آموزش، کسب دانش از خارج، یادگیری و فرهنگ، آمادگی کارکنان در تداوم کسب‌وکار، پایش وضعیت کارکنان، توانایی یادگیری مداوم، مهارت مدیریت زمان، حمایت و راهنمایی افراد دیگر، پیشرفت مداوم، بینش، آمادگی
	مدیریت استراتژیک	تفکر استراتژیک، نقشه راه، رهبری هزینه‌ها، آگاهی از پتانسیل‌ها، بسیج منابع داخلی و خارجی، شناسایی نقاط اهرمی، افزایش تحمل ابهام، ادغام و اتحاد استراتژیک، استراتژی‌های مدیریت ریسک، رویکرد رویایی و چشم‌انداز، استراتژی بازایی، ارتباطات و هماهنگی، مدیریت استراتژیک، رهبری، بسیج منابع
	دانش و تجربه	دانش فنی، تجربه، دانش، تجربه صنعتی، ذخایر دانش، سطح سواد، اشتراک‌گذاری دانش
	مدیریت اثربخش	مدیریت اثربخش، بهره‌برداری کارآمد از منابع انسانی، مدیریت نقاط ضعف، بهره‌برداری از نقاط قوت، توانایی تحلیل وضع موجود، سیاست‌های منابع انسانی، سبک مدیریت، حمایت از رویکردهای مشارکتی
توسعه انعطاف‌پذیری	تصمیم‌گیری	تصمیم‌گیری مشارکتی، توان تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی، رهبری و تصمیم‌گیری‌های مدیریت ارشد، مذاکره، تصمیم‌گیری
	بهبود فرایند کسب‌وکار	فرایندهای کسب‌وکار، ادغام فرایندهای داخلی و خارجی، شیوه‌های کارآمد انجام امور، ویژگی‌های کسب‌وکار، تنوع در کسب‌وکار، استفاده از ابزارهای نوین کسب‌وکار، مدیریت فرایندهای مرتبط، ابزار تداوم کسب‌وکار
	برنامه‌ریزی	برنامه‌ریزی بهینه، برنامه‌ریزی استراتژیک، برنامه‌ریزی و سازماندهی، برنامه‌ریزی بحران، برنامه‌ریزی فضایی
	توسعه انعطاف‌پذیری	گروه‌های انعطاف‌پذیر، قدرت انعطاف‌پذیری، انعطاف‌پذیری، افزونگی نیروی انسانی، سازگاری (از جمله انعطاف‌پذیری)، انعطاف‌پذیری اصول مدیریتی، سازگاری و مقاومت در برابر بحران‌ها، ایجاد ظرفیت سازگاری، افزونگی منابع، توسعه انعطاف‌پذیری، توانایی ذاتی برای سازگاری
قابلیت پویایی	سرعت تغییر سازمانی، سرعت انطباق‌پذیری، قابلیت پویایی، تنوع‌بخشی به کسب‌وکار، پویایی اجتماعی و عملیاتی، پذیرش و انطباق‌پذیری	سرعت تغییر سازمانی، سرعت انطباق‌پذیری، قابلیت پویایی، تنوع‌بخشی به کسب‌وکار، پویایی اجتماعی و عملیاتی، پذیرش و انطباق‌پذیری
تاب‌آوری زنجیره تأمین	زنجیره تأمین کارآمد، زنجیره تأمین انعطاف‌پذیر، ادغام زنجیره تأمین، نوآوری زنجیره تأمین، زنجیره تأمین پیشنهاد ارزش، تنوع‌بخشی	زنجیره تأمین کارآمد، زنجیره تأمین انعطاف‌پذیر، ادغام زنجیره تأمین، نوآوری زنجیره تأمین، زنجیره تأمین پیشنهاد ارزش، تنوع‌بخشی

جدول ۱. ابعاد، مضمون‌های سازمان دهنده و مضمون‌های پایه استخراج شده حاصل از بخش تحلیل مضمون

ابعاد	مضمون سازمان دهنده	مضمون‌های پایه
همکاری و هماهنگی	همکاری بین سازمان‌ها، همکاری سازمان‌های موازی، همدلی، همبستگی و تقویت روحیه مشارکت، هماهنگی، همکاری، جمع‌گرایی و ایجاد احساس مشترک، همکاری و شبکه‌سازی، کار تیمی، مشارکت، هماهنگی و هم‌زمانی کارکنان و مدیریت، هم‌افزایی، مشارکت فعال، یکدلی، اتحاد استراتژیک با همکاران و رقبا، توسعه همکاری بین بخشی، تشکیل تیم، تیم‌سازی	
توسعه و ارتقا	تولید محصولات جدید، رشد بهره‌وری، افزایش توان برای استفاده از منابع، تحقق موفقیت در کسب‌وکار، صنایع جدید، بازارهای سازمان	
روان‌شناختی سازمانی	برگزاری برنامه‌های حمایتی، جو خلاق، نگرش مثبت نسبت به شرایط، طراحی شغل، حس رضایت عمومی کارکنان (رفاه کارکنان)، رویکرد کنشگرانه مثبت کارکنان، انگیزه، نیاز به موفقیت، نگرش خوش‌بینانه، نگرش فعالانه، پذیرش تغییرات مثبت، فرهنگ سازمانی، تعهد و اعتماد کارکنان به سازمان و رهبری	
سازماندهی و ساختار سازمانی	ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز، ساختار سازمانی، سازماندهی جهت پاسخگویی، اعطای اختیارات، اولویت‌بندی، عوامل موقعیتی، مقیاس‌پذیری پاسخ سازمانی از طریق فعال‌سازی ساختارهای پنهان	
ارتباطات و تعامل	فرآیندهای تعامل، ارتباطات، مشاوره و پذیرش، ارتباطات باز، ارتباط با مشتریان، رابطه بلندمدت با ذینفعان، ارتباط مستمر با مشتری، میزان ارتباطات، ایجاد تعامل با محیط سازمان، توانایی تعامل با اعضای خانواده	
تحقیق و توسعه	فعالیت‌های تحقیق و توسعه، تقویت تحقیق و توسعه	
بحران و موانع سازمانی	مدیریت شوک‌های عرضه و تقاضا، کاهش ظرفیت تولید، کاهش تقاضای محصول، کمبود نیروی کار، کاهش نقدینگی، موانع توسعه، مدیریت بحران.	
حفظ سلامت و امنیت سازمانی	ایمنی روان‌شناختی، پشتیبانی کسب‌وکار موجود، تأمین سلامت و ایمنی در محل کار، تضمین سلامت عمومی و مصرف‌کننده، حفاظت	
ارزیابی و بازخورد	ارزیابی مستمر، حلقه‌های بازخورد، پایش وضعیت تجهیزات، آنالیز تأثیرات، بهره‌گیری از بازخورد مشتریان، بازخورد به بازیگران فعال	
اهداف و برنامه‌های آتی	آینده‌نگاری و سناریوسازی، توانستن و تصور آینده، تعیین هدف، تحمل برای دستیابی به اهداف، چشم‌انداز استراتژیک صاحبان کسب‌وکار	
راه‌کار حل بحران	مقاوم‌سازی سیستم‌ها، مدیریت چالش‌ها، درجه و توانایی بازیابی، نگرش اتخاذ شده نسبت به بحران، کنترل، رویکرد چندجانبه	
ظرفیت‌سازی	ظرفیت بقای کسب‌وکار، تداوم انعطاف‌پذیری، ظرفیت جذب، انگیزه و منابع کافی برای مقابله با چالش‌ها، ظرفیت و توانمندی‌های جامعه	
تاب‌آوری	تسهیل تاب‌آوری، تشویق و تسهیل تاب‌آوری کارکنان، تعهد مدیریت به تاب‌آوری، هماهنگی و یکپارچگی برنامه‌های تاب‌آوری، تعهد کارکنان به تاب‌آوری، زندگی با برنامه‌های تداوم کسب‌وکار، دیدگاه استراتژیک و برنامه‌ریزی بلندمدت درباره تاب‌آوری، طراحی مناسب برنامه‌های تاب‌آوری، مانورها و برنامه‌های آمادگی تاب‌آوری، یادگیری و اصلاح برنامه‌های تاب‌آوری، برنامه‌ریزی تاب‌آوری، تاب‌آوری فردی، مطالعه در مورد تاب‌آوری سازمانی و کارکنان، تاب‌آوری کارکنان.	
اخلاق و ویژگی‌های شخصیتی	تعهدپذیری، اعتماد، خودکارآمدی، ثبات عاطفی، ویژگی‌های شخصیتی، موفقیت‌محوری، اعتمادبه‌نفس، استقامت، تمامیت، اخلاق کاری، تمایل به سازگاری، تمایل به آزمایش، آگاهی و درک مسئولیت‌پذیری، شایستگی‌های فردی، اعتماد به استعدادها ذاتی و خودکارآمدی بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای کوچک	
دارایی و منابع	افزایش منابع، دسترسی به منابع داخلی و خارجی، افزایش درآمد، سرمایه انسانی عمومی، منابع انسانی، سرمایه انسانی کار خاص، امکانات و منابع کافی، منابع برای ادامه کسب‌وکار، دارایی‌ها و منابع	
قابلیت اطمینان	شناسایی و ارزیابی ریسک، تمایل به ریسک‌پذیری، ریسک‌پذیری، عدم اطمینان، شرایط آشفته، آشفته‌گی و عدم اطمینان، غیرقابل پیش‌بینی بودن، افزایش ریسک کمبود مواد اولیه، ریسک‌پذیری بالا، بده‌سازی، آشکار شدن	
اقتصاد بین‌المللی	حمله به اقتصادهای توسعه‌یافته، اختلال در زنجیره تأمین جهانی، قطع ارتباطات بین‌المللی، مشارکت جهانی، حمایت نهادهای بین‌المللی، نوسان قیمت نفت، بحران‌های مالی بین‌المللی، رکودهای جهانی، همکاری خارجی	
توسعه سرمایه‌گذاری	توسعه توان مالی و اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاران خصوصی، افزایش ارزش کسب‌وکار، ایجاد ارزش برای سهامداران، تولید سرمایه، کشف مناطق تجاری ناشناخته	
بحران و مشکلات اقتصادی	رکود تورمی، آسیب‌پذیری اقتصادی، شوک‌های داخلی، کسری بودجه، شوک‌های خارجی (تجارت و ارز)، نرخ بالای بیکاری، تحریم	
منابع مالی	تأمین مالی، منابع مالی-انسانی، منابع مالی، درآمد سرانه، مدیریت منابع مالی و اقتصادی، صلاحیت مالی، در دسترس بودن منابع	

جدول ۱. ابعاد، مضمون‌های سازمان دهنده و مضمون‌های پایه استخراج شده حاصل از بخش تحلیل مضمون

ابعاد	مضمون سازمان دهنده	مضمون‌های پایه
		مالی تکمیلی
	اهداف اقتصادی	رشد اقتصادی، رشد اقتصادی بالا، اقتصاد، توسعه اشتغال، اهداف اقتصادی
	استراتژی‌ها و راهکارهای بهبود اقتصادی	ظرفیت، انگیزه و منابع کافی برای مقابله با چالش‌ها، سازگاری و مقاومت در برابر بحران‌ها، پیش‌بینی تغییرات، بهبود اقتصادی، پایداری و ثبات اقتصادی، تقاضای بالا، تنوع در مشاغل تاب‌آوری سیستم اقتصادی، حفظ ثبات اقتصادی، کاهش اثرات اولیه بحران، رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی
	فساد مالی	نرخ فساد اداری و مالی، رانت و نوع تعامل با منابع قدرت
	ارتباطات و تعاملات اجتماعی	توسعه تعاملات اجتماعی، زیرساخت‌های ارتباطی، مشارکت فعال مردم در امور اجتماعی و سیاسی، مشارکت افراد در مشکلات جامعه، ارتباطات باز اجتماعی، ایجاد یکپارچگی و انسجام اجتماعی، منابع بیرونی شده شامل روابط عمومی جامعه
	بهبودی و رفاه اجتماعی	بهبودی و رفاه اجتماعی، رفاه و بهزیستی، میزان رفاه اجتماعی، نیازهای اجتماعی، بهبود بهزیستی اجتماعی، رفاه، افزایش کیفیت زندگی و ارتقاء آن، امید به آینده، مزایای اجتماعی، پوشش بیمه‌ای، حمایت اجتماعی، منافع اجتماعی، برابری همه افراد در برابر قانون، عدالت اجتماعی
	فرهنگ‌سازی	عقاید و ارزش‌های فرهنگی، تأکید بر ادراک فرهنگی اشتراک گذاشته شده، فرهنگ‌سازی، فرهنگ، توسعه فرهنگ، تغییر سنت‌ها، نگرش‌ها و رفتارها، فرهنگ خلاقیت، نوآوری و یادگیری در جامعه، فرهنگ‌سازی جهت مشارکت و ایجاد اعتماد، فرهنگ و نوآوری، حرفه‌ای‌سازی فرهنگ سازمانی
بعد اجتماعی	تعهدات و مسئولیت‌پذیری اجتماعی	تعهدات اجتماعی، ادراک از مسئولیت اجتماعی سازمان، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مسئولیت اخلاقی، پاسخگویی دستگاه‌های اجرایی در قبال فعالیت‌های خود، تعهد برای جامعه‌ای پایدار، مسئولیت اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان
	عوامل نهادی	ظرفیت‌سازی نهادی، زیرساخت‌های عوامل نهادی، روابط با نهادها، حمایت‌های نهادی
	ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی	ادراک ارزش‌ها، خلق ارزش‌های اجتماعی، هنجارهای اجتماعی، ویژگی‌ها و ارزش‌های شخصی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی
	سرمایه اجتماعی	حفظ سرمایه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی و اجتماعی، تمرکز بر سرمایه انسانی و اجتماعی، تقویت، تشویق و همکاری جهت توسعه سرمایه اجتماعی
	یادگیری و مهارت اجتماعی	مهارت‌های اجتماعی، یادگیری اجتماعی، آمادگی پذیرش، استانداردسازی فعالیت‌ها، توسعه اجتماعی
	بحران‌های اجتماعی و تاب‌آوری	بحران‌های اجتماعی، مهاجرت نخبگان، کاهش تعاملات اجتماعی، عدم مشارکت مردم
	رقابت‌پذیری	توسعه توان رقابتی، هوش و تفکر رقابتی، ایجاد مزایای رقابتی، مزیت رقابتی، رقابت‌پذیری پویا، مزیت رقابتی پایدار، فرصت‌طلبی و رقابت‌پذیری، رقابت‌پذیری، شکل‌گیری رقیب، میزان رقابتی بودن بازار
بعد بازار و مشتری	بازاریابی	ایجاد تقاضا، تبلیغات الکترونیکی، برگزاری سمینارها و سخنرانی‌ها، داشتن روابط عمومی بالا، تقویت شبکه‌های اجتماعی با کمک روابط عمومی، دیجیتال مارکتینگ، مهارت‌های بازاریابی، بازاریابی آمیخته، روش‌های بازاریابی، شبکه‌های اجتماعی، نگرش بازاریابی، موقعیت و بازاریابی، شهرت برند، شهرت شرکت، به‌کارگیری روش‌های بازاریابی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، به‌کارگیری استراتژی‌های بازاریابی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی، ایده‌های تجاری جدید، شایستگی بازاریابی، جایگاه رسانه‌ها
	محصولات و خدمات	محصولات و خدمات نوآور، قیمت مناسب، خدمات باکیفیت، استمرار کیفیت، کارآمدترین روش‌های خدمت، ارائه محصولات متناسب با نیاز مشتری، حفظ بازار فعلی و تمرکز بر مشتریان ثابت، سطح تولید، تولید داخلی
	بازار و مشتریان	شناسایی تازه‌های بازار، ایجاد بازارهای داخلی، ساختار و نهادهای بازار، ملاحظه علایق و نگرانی‌های مشتریان و کارکنان، محدودیت بازار، ایجاد نشاط و هیجان در مشتری، تأمین نیاز مشتری، تغییر ترجیحات و ذائقه، شکاف بین آگاهی و نگرش مصرف‌کنندگان، مشتریان، تحولات جمعیتی شناختی، تغییر ترجیحات و ذائقه مشتریان، تعامل با مشتری، مشتری مداری، توانایی تعامل با توزیع‌کنندگان و مشتریان، توانایی تشخیص روندهای بازار، خدمت به یک پایگاه مشتری متنوع، تمرکز بر مشتری، ویژگی‌های شخصیتی صاحبان مشاغل، توانایی مالی مشتریان، قدرت خرید مردم، فروش آنلاین، کاهش قدرت خرید
بعد محیطی	پایداری	پایداری، استفاده متعادل از منابع طبیعی، بهره‌برداری کارآمد از منابع طبیعی، مواد اولیه تجدیدپذیر، تقویت کیفیت اکوسیستم، سطح دسترسی به منابع طبیعی، توسعه پایدار، کیفیت پایدار، جهت‌گیری پایدار
	محیط‌زیست	یکپارچگی محیط‌زیست، بحران‌های زیست‌محیطی، پاسخ به چالش‌های محیطی، عوامل محیطی، شوک‌های زیست‌محیطی یا

جدول ۱. ابعاد، مضمون‌های سازمان دهنده و مضمون‌های پایه استخراج شده حاصل از بخشی تحلیل مضمون

ابعاد	مضمون سازمان دهنده	مضمون‌های پایه
بعد سیاسی	فرصت‌ها و تهدیدات	بلایای طبیعی، زیرساخت‌های محیطی، درجه آشفته‌گی محیطی، جهت‌گیری زیست‌محیطی
	پایش محیط خارجی	فرصت‌های کسب‌وکار، کشف فرصت‌ها، ارزیابی فرصت‌ها، بهره‌برداری از فرصت‌ها، تبدیل تهدید به فرصت
	انواع محیط	معاملات جوامع، برنامه‌ریزی فضایی، توسعه محلی، تغییرات اقتصادی، محافظه‌کاری و منافع، مناطق و منابع، جهان‌گرایی اقتصادی، تأثیر بر محیط کلان، پاسخ محیط خارجی
	سیاست‌های پولی و مالی دولت	محیط صنعتی، محیط سازمانی، محیط زیست
	حمایت‌های دولتی	ثبات سیاسی، دیپلماسی قوی، فرایندهای تصمیم‌گیری سیاسی داخلی، تورم، میزان ثبات و رشد اقتصادی، شرایط وام و نرخ بهره، پارادایم اقتصادی حاکم، شرایط مالیاتی، شاخص امنیت سرمایه‌گذاری، شاخص‌های اشتغال، درآمد سرانه، شفافیت اقتصادی، روش بودجه‌بندی، قوانین و مقررات داخلی، سطح اشتغال، شاخص‌های بیکاری، تأمین بودجه دولتی، ثبات سیاسی و قوانین مرجع، تغییر در سیاست‌های کلان و خرد، نرخ بهره پایین، حاشیه سود بیشتر، ابزارهای سیاستی انقباضی و احتیاطی، تغییر نرخ مالیاتی، ثبات اقتصاد کلان، کارایی بازار اقتصاد خرد، وضعیت بودجه دولت، اتخاذ سیاست‌های پیش‌بینی شده، شفافیت فعالیت‌های دولت، بودجه‌بندی
	تجارت بین‌الملل	تأمین زیرساخت‌ها، بسترسازی قانونی-سیاسی، جایگاه تعاونی‌ها، اولویت‌های اقتصادی دولت، میزان توجه به تولید داخلی، حمایت از تولیدکنندگان، ارتباطات و تعاملات دولت با کارآفرینان، زیرساخت‌ها، توسعه زیرساخت‌های عمومی، حمایت‌های مالی، اداری، سیاسی، قانونی، حکمرانی دولایه، حکمرانی خوب، حکمرانی مؤثر، جنبه‌های حکمرانی، حمایت‌های دولتی
	قوانین و مقررات	آزادی تجارت، صادرات و واردات، دیپلماسی اقتصادی، کمیت و کیفیت سیاست خارجی، میزان ارتباطات با سایر کشورها، موانع سیاسی بین‌المللی، معاهدات بین‌المللی، قوانین و مقررات بین‌المللی، نحوه مرابده و تعامل با سایر کشورها، شرایط بین‌المللی، روند توسعه صنایع در ابعاد بین‌المللی
	فنآوری	بروکراسی اداری، انسجام قوانین، فرایندهای وضع قوانین، رعایت قوانین، مدرک‌گرایی و ضعف در قوانین اداری و سازمانی، محدودیت‌های شدید در نهادهای بیمه‌ای
	روند پیشرفت و توسعه فناوری	به‌کارگیری فناوری اطلاعات، دانش فناوری، دسترسی به فناوری، استفاده از ظرفیت‌های فناوری، استفاده از فناوری، فناوری اطلاعات، شایستگی‌های فناورانه، فناوری (پنت، تحقیق و توسعه)، گرایش به دیجیتالی شدن، قابلیت فناوری، پذیرش فناوری، تحول دیجیتال، هزینه به‌روز شدن فناوری، زیرساخت‌های فناورانه، توسعه‌ی زیرساخت‌های فناوری
	ارتباطات و اطلاعات	میزان بهره‌مندی از فناوری روز دنیا، روندهای فناوری در سطح اطلاعات و ارتباطات، فناوری‌های جدید، دسترسی به دانش، به‌روز بودن فناوری، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های دیجیتال، دیجیتالی شدن، روند پیشرفت و توسعه فناوری
بعد نوآوری و فناوری	توسعه پایدار	اشتراک اطلاعات، ارتباطات دیجیتال، امنیت داده‌ها، مدیریت و تحول داده‌ها و اطلاعات، دسترسی، استخراج و پردازش اطلاعات، ارزیابی، تجزیه و تحلیل و ترکیب اطلاعات و داده‌ها، استفاده از فناوری پیشرفته در تجزیه تحلیل داده‌ها، اشتراک‌گذاری اسناد و اطلاعات، سیستم‌های اطلاعاتی یکپارچه
	شبکه‌سازی	رویکردی به سمت ادغام توسعه پایدار از نظر زیست‌محیطی و دیجیتال، پایداری دیجیتال، ادغام توسعه پایدار و دیجیتال، تحول دیجیتال
	خلاقیت و نوآوری و ابتکار	شبکه‌سازی و گسترش اطلاعات، قابلیت شبکه، شبکه‌سازی، ظرفیت شبکه
	توسعه نوآوری	خلاقیت، نوآوری، ترکیب خلاقیت و نوآوری، ابتکار عمل و اقدام، اقدامات مبتکرانه، نوآوری و استفاده از تجربه‌های دست‌اول، ایده پردازی نوآورانه، نوآوری باز، نوآوری در طراحی فرایند، قابلیت نوآوری، دوستوانی نوآوری، نوآوری - جستجوی فرصت و سازگاری
	تفکر و خیال نوآورانه	به‌روزرسانی ابزار و دانش، نوآوری، نوآوری در طراحی فرایند، استمرار نوآوری در سازمان و جامعه، انجام پروژه‌های فعلی و توسعه راه‌حل‌های نوآورانه، ظرفیت نوآوری
بعد کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	تفکر انتقادی، تفکر مفهومی، خیال‌پردازی، نگرش نوآورانه
	ویژگی‌های	آموزش کارآفرینی، زیرساخت‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی، گسترش اطلاعات در جذب فرصت کارآفرینانه، دانشگاه به‌عنوان پشتیبان فرهنگ کارآفرینی، افزایش قابلیت‌های کارآفرینان، تأمین مالی کارآفرینان، انگیزه کارآفرینی، تداوم کسب‌وکار کارآفرینانه، اقدامات کارآفرینانه و ابتکاری، رویکرد علمی نسبت به کارآفرینی اجتماعی
		رفتار کارآفرینانه، نگرش کارآفرینانه به مشکلات، ذهنیت کارآفرینانه، هوشیاری و رفاه کارآفرینان، داشتن روحیه کارآفرینی،

جدول ۱. ابعاد، مضمون‌های سازمان دهنده و مضمون‌های پایه استخراج شده حاصل از بخش تحلیل مضمون

ابعاد	مضمون سازمان دهنده	مضمون‌های پایه
کارآفرینانه	دغدغه کارآفرین، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین، ویژگی‌های کارآفرین، روحیه کارآفرینی، نفوذ کارآفرین، گرایش و رهبری کارآفرینان	
تاب‌آوری کارآفرینی	انعطاف‌پذیری کارآفرین، جهت‌گیری کارآفرینی، تاب‌آوری کارآفرینی	
تیم‌های کارآفرین بین‌المللی	تیم‌های کارآفرین بین‌المللی با تجربه، تیم‌های کارآفرین بین‌المللی تحصیل کرده	

یافته‌های حاصل از دلفی

مطابق با روش دلفی، نخست به هریک از اعضای پانل، پرسشنامه‌ای شامل ابعاد و شاخص‌های مورد نظر که از ادبیات پژوهش و با روش تحلیل مضمون استخراج شده بود، داده شد تا طبق روش دلفی تک‌تک معیارها و زیرمعیارها مورد بررسی قرار گیرد. پس از سه مرحله رفت‌و برگشت در بخش دلفی، شاخص‌های تغییر یافته توسط خبرگان در جدول ۲، نمایش داده شده است. همچنین مطابق با نظر خبرگان برای این که ابعاد و شاخص‌های به‌دست آمده، انطباق بیشتری با حوزه کارآفرینی اجتماعی داشته باشد، تغییراتی در ابعاد نیز صورت گرفت.

جدول ۲. ابعاد و شاخص‌های تغییر یافته در بخش دلفی مطابق با نظر خبرگان

شاخص‌های حذف شده توسط خبرگان	شاخص‌های جدید پیشنهاد شده توسط خبرگان
روان‌شناختی سازمانی	توانایی کارآفرینان در سازگار کردن
حفظ سلامت و امنیت سازمانی	سرمایه‌گذاری در کارآفرینی اجتماعی
اخلاق و ویژگی‌های شخصیتی	ایجاد تغییرات اجتماعی پایدار به کمک کسب‌وکار
اقتصاد بین‌المللی	واکنش سریع به تغییرات محیطی
فساد مالی	سازگاری سریع با اختلالات به کمک نوآوری
بازار و مشتریان	مدیریت هزینه‌های کسب‌وکار
انواع محیط	ارزیابی ریسک
محیط زیست	شناسایی و اولویت‌بندی تهدیدها
تیم‌های کارآفرین بین‌المللی	راه‌حل‌های بازیابی کسب‌وکار
	بهره‌گیری از تجربیات، شیوه‌ها و استانداردهای جهانی
ابعاد تغییر یافته	
بعد سازمانی ← سرمایه انسانی و توانمندسازی سازمانی	
بعد اقتصادی ← چابکی و سازگاری استراتژیک	
بعد اجتماعی ← تاب‌آوری جامعه و مسئولیت اجتماعی	
بعد بازار و مشتری ← رقابت در بازار و تعامل با مشتری	
بعد محیطی ← پایداری و سازگاری محیطی	
بعد سیاسی ← مشارکت و تعامل با ساختارهای سیاسی و حاکمیتی	
بعد نوآوری و فناوری ← نوآوری برای تأثیر اجتماعی و پیشرفت فناوری	
بعد کارآفرینی ← توسعه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی	

پس از اجماع نظر خبرگان در مورد ابعاد و شاخص‌های شناسایی شده که بر تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار هستند، ۶۸ شاخص در قالب هشت بعد، به‌عنوان عوامل و شاخص‌های اختصاصی مؤثر بر تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی، شناسایی شد که در جدول ۳، ارائه شده است.

جدول ۳. عوامل و شاخص‌های مؤثر بر تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی حاصل از بخش دلفی

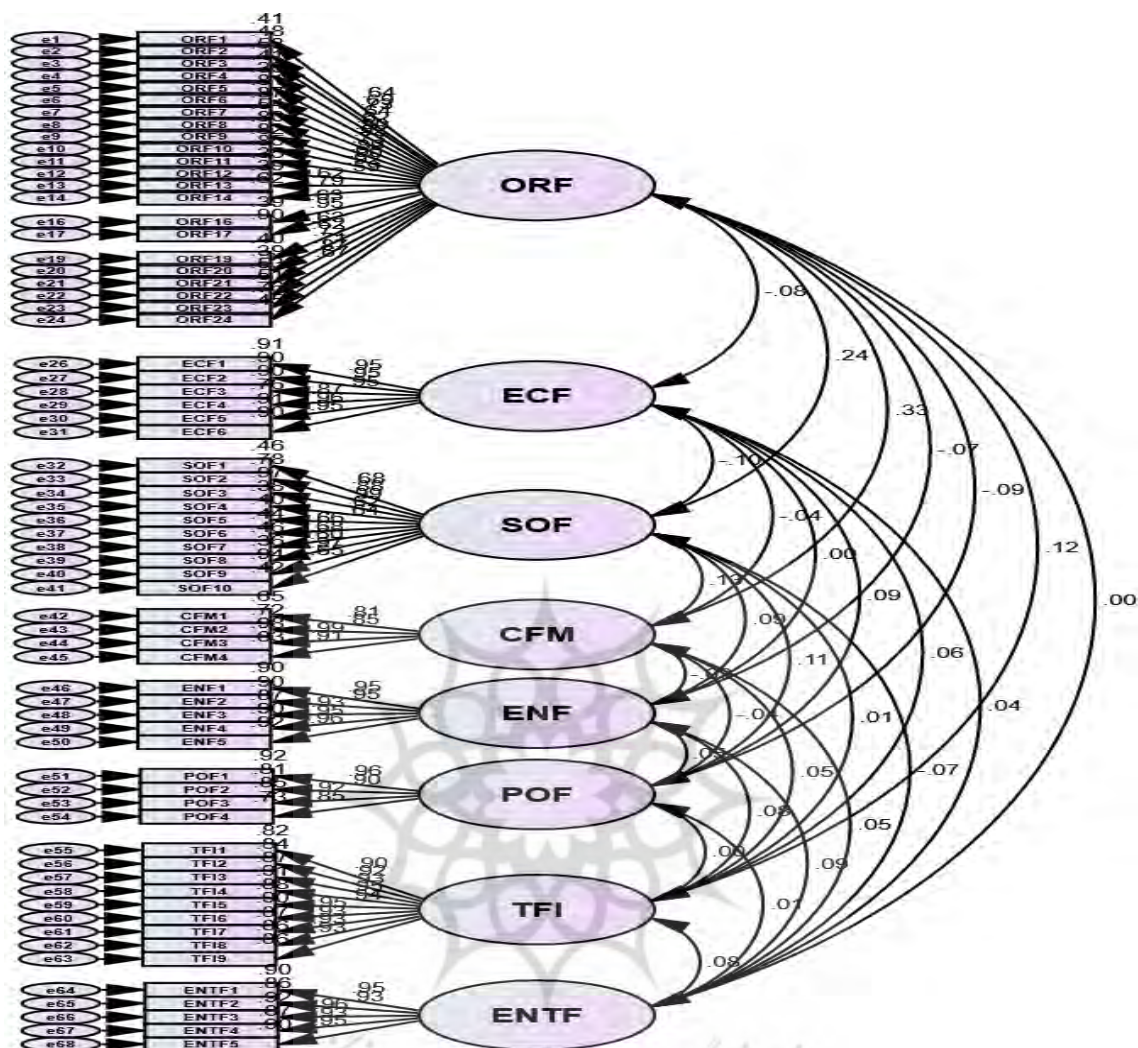
کد شاخص‌ها	شاخص‌ها	کد	ابعاد
ORF1	آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی	ORF	سرمایه انسانی و توانمندسازی سازمانی
ORF2	توسعه سرمایه‌گذاری		
ORF3	دانش و تجربه		
ORF4	مدیریت اثربخش		
ORF5	تصمیم‌گیری		
ORF6	بهبود فرایند کسب‌وکار		
ORF7	برنامه‌ریزی		
ORF8	توسعه انعطاف‌پذیری		
ORF9	قابلیت پویایی		
ORF10	تاب‌آوری زنجیره تأمین		
ORF11	همکاری و هماهنگی		
ORF12	توسعه و ارتقا سازمان		
ORF13	سازماندهی و ساختار سازمانی		
ORF14	ارتباطات و تعامل		
ORF15	تحقیق و توسعه		
ORF16	بحران و موانع سازمانی		
ORF17	ارزیابی و بازخورد		
ORF18	اهداف و برنامه‌های آتی		
ORF19	راه‌کار حل بحران		
ORF20	ظرفیت‌سازی		
ORF21	تاب‌آوری		
ORF22	دارایی و منابع		
ORF23	قابلیت اطمینان		
ORF24	مدیریت هزینه‌های کسب‌وکار		
ORF25	راه‌حل‌های بازیابی کسب‌وکار		
ECF1	مدیریت استراتژیک	ECF	چابکی و سازگاری استراتژیک
ECF2	بحران و مشکلات اقتصادی		
ECF3	منابع مالی		
ECF4	اهداف اقتصادی		
ECF5	استراتژی‌ها و راهکارهای بهبود اقتصادی		
ECF6	ارزیابی ریسک		
SOF1	ارتباطات و تعاملات اجتماعی	SOF	تاب‌آوری جامعه و مسئولیت اجتماعی
SOF2	بهبود و رفاه اجتماعی		
SOF3	فرهنگ‌سازی		
SOF4	تعهدات و مسئولیت‌پذیری اجتماعی		
SOF5	عوامل نهادی		
SOF6	ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی		
SOF7	سرمایه اجتماعی		
SOF8	یادگیری و مهارت اجتماعی		
SOF9	بحران‌های اجتماعی و تاب‌آوری		
SOF10	ایجاد تغییرات اجتماعی پایدار به کمک کسب‌وکار		
CFM1	رقابت‌پذیری	CFM	رقابت در بازار و تعامل با

جدول ۳. عوامل و شاخص‌های مؤثر بر تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی حاصل از بخش دلفی

ابعاد	کد	شاخص‌ها	کد شاخص‌ها
مشتری		بازاریابی	CFM2
		محصولات و خدمات	CFM3
		بهره‌گیری از تجربیات، شیوه‌ها و استانداردهای جهانی	CFM4
		پایداری	ENF1
پایداری و سازگاری محیطی	ENF	فرصت‌ها و تهدیدات	ENF2
		پایش محیط خارجی	ENF3
		واکنش سریع به تغییرات محیطی	ENF4
		شناسایی و اولویت‌بندی تهدیدها	ENF5
		سیاست‌های پولی و مالی دولت	POF1
مشارکت و تعامل با ساختارهای سیاسی و حاکمیتی	POF	حمایت‌های دولتی	POF2
		تجارت بین‌الملل	POF3
		قوانین و مقررات	POF4
		فناوری	TFI1
نوآوری برای تأثیر اجتماعی و پیشرفت فناوری	TFI	روند پیشرفت و توسعه فناوری	TFI2
		ارتباطات و اطلاعات	TFI3
		توسعه پایدار دیجیتال	TFI4
		شبکه‌سازی	TFI5
		خلاقیت و نوآوری و ابتکار	TFI6
		توسعه نوآوری	TFI7
		تفکر و خیال نوآورانه	TFI8
		سازگاری سریع با اختلالات به کمک نوآوری	TFI9
		توسعه کارآفرینی	ENTF1
توسعه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی	ENTF	ویژگی‌های کارآفرینانه	ENTF2
		تاب‌آوری کارآفرینی	ENTF3
		توانایی کارآفرینان در سازگار کردن	ENTF4
		سرمایه‌گذاری در کارآفرینی اجتماعی	ENTF5

یافته‌های بخش تحلیل عاملی

در بخش کمی، نرم‌افزار SPSS برای بررسی شاخص‌های آماری و نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون چولگی و کشیدگی به‌کار رفته است و با توجه به این‌که ضریب‌های چولگی و کشیدگی تمامی شاخص‌ها در بازه (+۲ و -۲) قرار دارند، می‌توان نتیجه گرفت که توزیع داده‌ها به‌صورت نرمال است. همچنین، به‌منظور اطمینان از روایی داده‌ها، از تحلیل عاملی تأییدی، تحلیل مسیر، برازش مدل مفهومی پژوهش و آزمون فرضیه‌ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار Amos 24 استفاده شده است. در تحلیل عاملی تأییدی، برای حفظ هر سؤال در مدل، بار عاملی باید بیشتر از ۰/۵ و معنادار باشد (Hair et al., 2006). با توجه به نتایج حاصل از نرم‌افزار Amos 24، شاخص‌های ORF15، ORF18 و ORF25 فاقد حداقل سطح مطلوبیت بودند و از مدل حذف شده‌اند. مدل اندازه‌گیری اصلاح‌شده پس از حذف ۳ شاخص با بار عاملی ضعیف در شکل ۱، نمایش داده شده است. نتایج مربوط به پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا در جدول ۴ ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمامی معیارهای روایی و پایایی در محدوده قابل قبول قرار دارند و مدل اندازه‌گیری از اعتبار مناسبی برخوردار است.



شکل ۱. مدل اندازه‌گیری اصلاحی در حالت تخمین ضرایب استاندارد

جدول ۴. نتایج بررسی پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا

متغیر	کد	CR	AVE	MSV	ASV
سرمایه انسانی و توانمندسازی سازمانی	ORF	۰/۹۶۶	۰/۵۷۲	۰/۱۰۷	۰/۰۲۸
چابکی و سازگاری استراتژیک	ECF	۰/۹۷۸	۰/۸۸۰	۰/۰۱۰	۰/۰۰۵
تاب‌آوری جامعه و مسئولیت اجتماعی	SOF	۰/۹۲۵	۰/۵۶۲	۰/۰۵۶	۰/۰۱۶
رقابت در بازار و تعامل با مشتری	CFM	۰/۹۳۹	۰/۷۹۶	۰/۱۰۷	۰/۰۱۹
پایداری و سازگاری محیطی	ENF	۰/۹۷۷	۰/۸۹۶	۰/۰۰۸	۰/۰۰۴
مشارکت و تعامل با ساختارهای سیاسی و حاکمیتی	POF	۰/۹۵۱	۰/۸۲۹	۰/۰۱۳	۰/۰۰۵
نوآوری برای تأثیر اجتماعی و پیشرفت فناوری	TFI	۰/۹۸۳	۰/۸۶۸	۰/۰۱۵	۰/۰۰۵
توسعه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی	ENTF	۰/۹۷۵	۰/۸۸۷	۰/۰۰۸	۰/۰۰۳

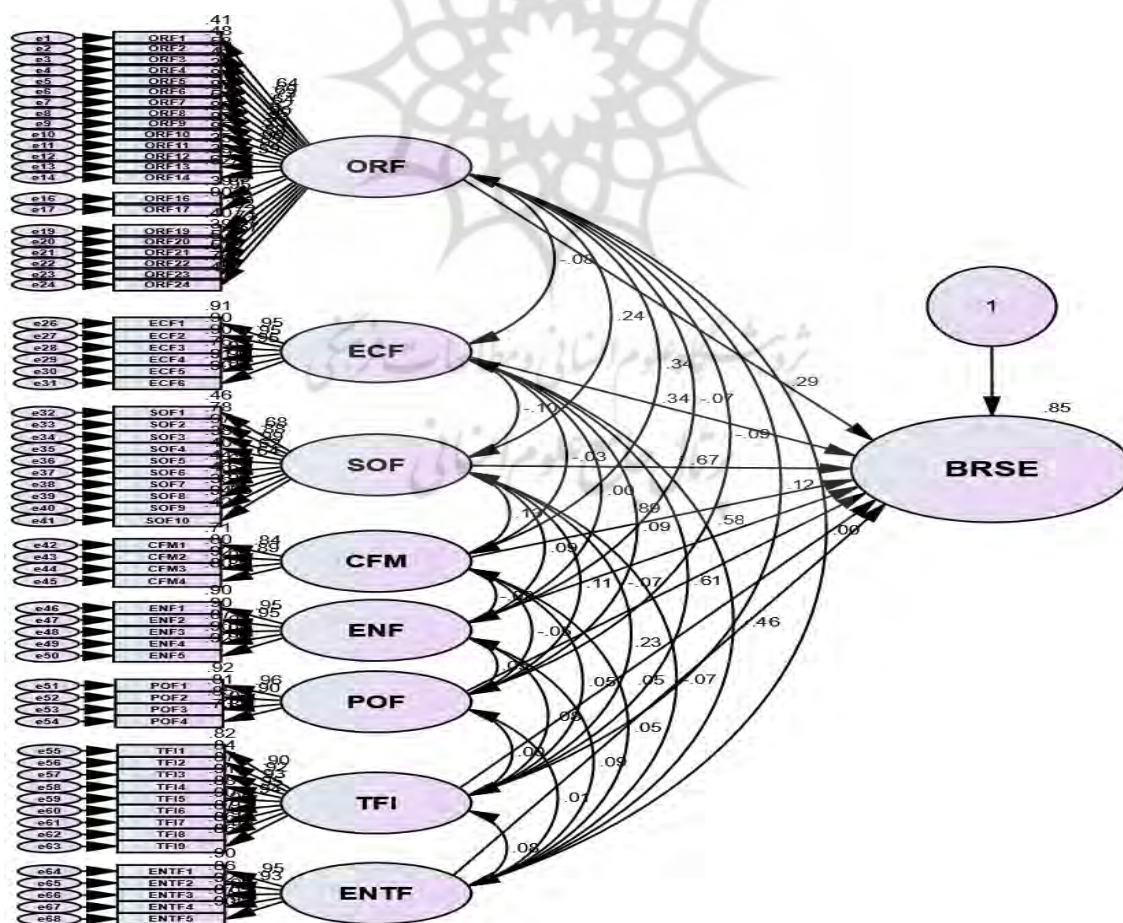
برای تأیید برازش مدل، شاخص‌های مختلف برازش شامل شاخص‌های مقتصد (χ^2/df , RMSEA, PNFI و PCFI)، شاخص‌های مطلق (GFI و AGFI) و شاخص‌های مقایسه‌ای (CFI, IFI, TLI) مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج سنجش برازش

مدل اندازه‌گیری در جدول ۵، نمایش داده شده است و همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمامی شاخص‌های کلیدی در محدوده قابل قبول قرار دارند و مدل از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۵. نتایج برازش مدل پژوهش

شاخص‌های برازش	نتایج مدل اندازه‌گیری	مقدار مجاز
X2/df	۲/۱۳۴	کمتر از ۳
RMSEA	۰/۰۷۳	کمتر از ۰/۱
PNFI	۰/۷۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۵
PCFI	۰/۸۴۵	بزرگ‌تر از ۰/۵
GFI	۰/۸۰۱	بزرگ‌تر از ۰/۸
TLI	۰/۹۲۲	بزرگ‌تر از ۰/۹
CFI	۰/۹۳۹	بزرگ‌تر از ۰/۹
IFI	۰/۹۳۹	بزرگ‌تر از ۰/۹

مدل ساختاری پژوهش در شکل ۲، نشان شده است. با توجه به نتایج به‌دست آمده از نرم‌افزار Amos 24، مطابق مشاهده می‌شود که تمامی ضرایب معناداری از قدر مطلق ۱/۹۶ بزرگ‌تر هستند که نشان‌دهنده این است که هر هشت عامل شناسایی شده، بر تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر معنادار دارند.



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد

جدول ۶. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیات	t-value	مقدار p	ضریب مسیر	نتیجه
سرمایه انسانی و توانمندسازی سازمانی ← تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی	۲/۴۷۱	۰/۰۰۱	۰/۲۹	تأیید
چابکی و سازگاری استراتژیک ← تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی	۳/۵۶۷	***	۰/۳۴	تأیید
تاب‌آوری جامعه و مسئولیت اجتماعی ← تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی	۴/۸۵۲	***	۰/۶۷	تأیید
رقابت در بازار و تعامل با مشتری ← تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی	۳/۹۸۱	***	۰/۸۹	تأیید
پایداری و سازگاری محیطی ← تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی	۳/۷۵۵	***	۰/۵۸	تأیید
مشارکت و تعامل با ساختارهای سیاسی و حاکمیتی ← تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی	۲/۸۰۶	***	۰/۶۱	تأیید
نوآوری برای تأثیر اجتماعی و پیشرفت فناوری ← تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی	۲/۴۲۲	۰/۰۰۱	۰/۲۳	تأیید
توسعه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی ← تاب‌آوری کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی	۳/۶۸۱	***	۰/۴۶	تأیید

< p۰,۰۱:***

بحث و نتیجه‌گیری

اهمیت این پژوهش، در کاوش مدل تاب‌آوری در کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی است که با هدف دوگانه ایجاد ارزش اجتماعی و پایداری اقتصادی فعالیت می‌کنند. اگرچه برخی عوامل مؤثر بر بقای کسب‌وکارها می‌تواند در هر دو حوزه کارآفرینی اجتماعی و اقتصادی مشترک باشد، اما تمرکز این پژوهش بر شناسایی و تقویت عواملی است که به‌طور خاص به تاب‌آوری کسب‌وکارهای اجتماعی کمک می‌کند. در عصری که با تغییرات سریع اجتماعی-اقتصادی و چالش‌های بی‌سابقه مشخص شده است، تاب‌آوری کسب‌وکارها به‌عنوان عامل حیاتی برای بقا و موفقیت آن‌ها ظاهر شده است. در چارچوب کارآفرینی اجتماعی، جایی که سازمان‌ها تلاش می‌کنند در کنار پایداری اقتصادی، تأثیرات اجتماعی مثبتی ایجاد کنند، درک عواملی که به تاب‌آوری کمک می‌کنند، بسیار مهم است. این پژوهش با بررسی ابعاد تاب‌آوری در کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی، به این شکاف در ادبیات پرداخت. هدف این پژوهش، توسعه مدلی برای درک و افزایش تاب‌آوری کسب‌وکارها در حوزه کارآفرینی اجتماعی بود. برای دستیابی به این هدف، یک رویکرد آمیخته، با ترکیبی از تحلیل مضمون و روش دلفی در بخش کیفی و تحلیل عاملی تأییدی در بخش کمی استفاده شد. یافته‌های پژوهش، ۶۵ شاخص در قالب هشت بُعد را نشان می‌دهد که در ادامه مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

نتایج پژوهش بیانگر این است که بُعد «رقابت در بازار و تعامل با مشتری» به‌عنوان مهم‌ترین جنبه برای کسب‌وکارهای کارآفرینی اجتماعی ظاهر شده است. این یافته با نتایج مطالعات بانسال و همکاران (Bansal et al., 2019) و آلبرتی و همکاران (Alberti et al., 2018) همسویی دارد و بر اهمیت درک پویایی بازار و تعامل مؤثر با مشتریان تأکید می‌کند. شاخص‌های این بُعد شامل محصولات و خدمات، بهره‌گیری از تجربیات و استانداردهای جهانی و بازاریابی و رقابت، حوزه‌های کلیدی را برای رشد در بازارهای رقابتی و حفظ ارتباط با مشتریان برجسته می‌سازد.

بُعد «تاب‌آوری جامعه و مسئولیت اجتماعی» در رتبه دوم قرار دارد که با نتایج مطالعه القده و همکاران (Al-Qudah et al., 2022) و سعد و همکاران (Saad et al., 2021) همخوانی دارد. فرهنگ‌سازی به‌عنوان شاخص برتر در این بُعد، بر اهمیت پرورش رفاه اجتماعی و فرهنگ تاب‌آوری تأکید دارد. شاخص‌های دیگر مانند بهزیستی و رفاه اجتماعی، ارتباطات و تعاملات اجتماعی و سرمایه اجتماعی، نقش کسب‌وکارها را در ارتقای رفاه اجتماعی و تسهیل تعاملات معنادار در جوامع برجسته می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد که بُعد «مشارکت و تعامل با ساختارهای سیاسی و حاکمیتی» جایگاه سوم را به خود اختصاص داده است. این نتیجه با یافته‌های رمدانی و همکاران (Ramadani et al., 2022) و تورس و همکاران (Torres et al., 2019) همخوانی دارد. مهم‌ترین شاخص در این بُعد، سیاست‌های پولی و مالی دولت است که بر تأثیر حیاتی استراتژی‌های اقتصادی دولت بر

عملیات کسب‌وکار تأکید می‌کند. تجارت بین‌الملل به‌عنوان دومین شاخص، اهمیت تعاملات بازار جهانی و روابط تجاری را برجسته می‌کند. همچنین، حمایت دولت و قوانین و مقررات به‌عنوان چارچوب‌های راهنما عمل می‌کنند.

بعد «پایداری و سازگاری زیست‌محیطی» در جایگاه چهارم قرار گرفته که با نتایج رمدانی و همکاران (Ramadani et al., 2022) و القده و همکاران (Al-Qudah et al., 2022) همسو است. شاخص اصلی در این بُعد، شناسایی و اولویت‌بندی تهدیدهای زیست‌محیطی است. واکنش سریع به تغییرات محیطی، ضرورت چابکی و سازگاری کسب‌وکارها را نشان می‌دهد. پایداری و نظارت بر محیط خارجی نیز به‌عنوان شاخص‌های کلیدی، بر اهمیت همسویی با تعادل زیست‌محیطی و حفاظت از منابع تأکید دارند.

بعد «توسعه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری اجتماعی» جایگاه پنجم را کسب کرده که با نتایج مطالعه رمدانی و همکاران (Ramadani et al., 2022) و سعد و همکاران (Saad et al., 2021) همسو است. تاب‌آوری کارآفرینی به‌عنوان شاخص برتر، بر اهمیت توانایی مقابله با پیچیدگی‌های ذاتی فعالیت‌های کارآفرینانه تأکید دارد. سرمایه‌گذاری در کارآفرینی اجتماعی و توسعه کارآفرینی، اهمیت تخصیص منابع به پروژه‌های تأثیرگذار اجتماعی و پرورش اکوسیستم کارآفرینی را نشان می‌دهند. همچنین، توانایی سازگاری کارآفرینان و ویژگی‌های کارآفرینانه نظیر خلاقیت و نوآوری، برای موفقیت ضروری شناخته شده‌اند.

بعد «چابکی و سازگاری استراتژیک» در جایگاه ششم قرار گرفته که با یافته‌های کیشانی (Kishnani, 2022) و سعد و همکاران (Saad et al., 2021) مطابقت دارد. استراتژی‌های بهبود اقتصادی به‌عنوان شاخص برتر، بر اهمیت رویکردهای فعال برای مواجهه با چالش‌های اقتصادی تأکید دارد. مدیریت استراتژیک و ارزیابی ریسک نیز نقش مهمی در سازگاری با شرایط متغیر بازار و مدیریت عدم قطعیت‌ها ایفا می‌کنند.

بعد «سرمایه انسانی و توانمندسازی سازمانی» در رتبه هفتم قرار گرفته که با نتایج کیشانی (Kishnani, 2022) و سعد و همکاران (Saad et al., 2021) همسو است. ارزیابی و بازخورد به‌عنوان شاخص برتر، بر اهمیت ارزیابی منظم عملکرد سازمانی تأکید دارد. برنامه‌ریزی، همکاری و هماهنگی، تاب‌آوری زنجیره تأمین و بهبود فرآیند کسب‌وکار، دیگر شاخص‌های کلیدی این بُعد هستند که بر اهمیت یکپارچگی سازمانی و بهینه‌سازی عملیات تأکید می‌کنند.

بعد «نوآوری برای تأثیر اجتماعی و پیشرفت فناوری» در رتبه آخر قرار گرفته که با نتایج مطالعات سعد و همکاران (Saad et al., 2021) و نیکینما و همکاران (Nikinmaa et al., 2020) همخوانی دارد. توسعه دیجیتال پایدار و خلاقیت و نوآوری از شاخص‌های کلیدی این بُعد هستند که بر اهمیت استفاده از فناوری برای ایجاد تأثیر اجتماعی تأکید می‌کنند. شبکه‌سازی، ارتباطات و اطلاعات نیز به‌عنوان عوامل پشتیبان نوآوری شناخته شده‌اند.

با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد‌های زیر ارائه گردیده است:

بر اساس یافته‌های پژوهش در بُعد رقابت و تعامل با مشتری، پیشنهاد می‌شود کسب‌وکارهای اجتماعی نوآوری در محصول و خدمات را در اولویت قرار دهند تا بتوانند به نیازهای متغیر مشتریان پاسخ دهند. همچنین، استفاده از تجارب و استانداردهای جهانی می‌تواند چارچوب‌های ارزشمندی را برای تقویت شیوه‌های تجاری ارائه دهد. تدوین استراتژی بازاریابی قوی برای انتقال مؤثر ارزش پیشنهادی به مشتریان و متمایز شدن از رقبا ضروری به نظر می‌رسد. علاوه بر این، تقویت رقابت‌پذیری از طریق بهبود مستمر می‌تواند موقعیت کسب‌وکار را در بازار تقویت کند.

در بُعد تاب‌آوری جامعه و مسئولیت اجتماعی، پیشنهاد می‌شود کسب‌وکارها ابتکاراتی را با هدف پرورش تاب‌آوری اجتماعی و انجام مسئولیت‌های اجتماعی در اولویت قرار دهند. این مهم می‌تواند از طریق تعامل فعال با جوامع برای رسیدگی به بحران‌های اجتماعی و ارتقای رفاه محقق شود. تقویت کانال‌های ارتباطی باز و ایجاد سرمایه اجتماعی می‌تواند پیوندهای جامعه را مستحکم‌تر کرده و تاب‌آوری را افزایش دهد. همچنین، کسب‌وکارها باید ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را در عملیات خود ادغام کنند و شیوه‌های خود را با اهداف اجتماعی گسترده‌تر هماهنگ سازند.

در رابطه با بُعد مشارکت و تعامل با ساختارهای سیاسی و حاکمیتی، پیشنهاد می‌شود کسب‌وکارها روابط فعال با نهادهای دولتی برقرار کنند تا دسترسی به منابع حمایتی و سیاست‌های تسهیلگر را افزایش دهند. رصد مستمر سیاست‌های پولی و مالی برای پیش‌بینی تأثیرات احتمالی بر عملیات کسب‌وکار ضروری است. همچنین، مشارکت در تجارت بین‌المللی می‌تواند مسیرهای جدیدی برای رشد و گسترش بازار فراهم آورد.

در خصوص بُعد پایداری و سازگاری زیست‌محیطی، پیشنهاد می‌شود کسب‌وکارها مکانیسم‌های قوی برای شناسایی و مدیریت تهدیدات زیست‌محیطی ایجاد کنند. پرورش فرهنگ نوآوری و سازگاری برای پاسخ‌گویی مؤثر به شرایط متغیر محیطی ضروری است. همچنین، اصول پایداری باید در تمام سطوح سازمانی ادغام شود و به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از استراتژی‌های اصلی کسب‌وکار در نظر گرفته شود.

در زمینه توسعه کارآفرینی و سرمایه‌گذاری اجتماعی، پیشنهاد می‌شود کسب‌وکارها فرهنگ تاب‌آوری را در میان کارآفرینان تقویت کنند و منابع و پشتیبانی لازم را برای مدیریت مؤثر چالش‌ها فراهم آورند. سرمایه‌گذاری فعال در طرح‌های کارآفرینی اجتماعی و تخصیص بودجه به پروژه‌های دارای بازده اجتماعی معنادار ضروری است. همچنین، ایجاد برنامه‌های توسعه کارآفرینی برای پرورش استعدادها و تشویق نوآوری و سازگاری با تغییرات توصیه می‌شود.

در خصوص چابکی و سازگاری استراتژیک، پیشنهاد می‌شود کسب‌وکارها استراتژی‌ها و راه‌حل‌های انعطاف‌پذیر برای پاسخ‌گویی مؤثر به چالش‌ها و فرصت‌های اقتصادی توسعه یابند. تقویت شیوه‌های مدیریت استراتژیک، اولویت‌دهی به ارزیابی و مدیریت ریسک و سرمایه‌گذاری در طرح‌های مقاوم‌سازی برای افزایش ظرفیت مقابله با شوک‌های اقتصادی ضروری است. همچنین، همسویی اهداف اقتصادی با اهداف اجتماعی و زیست‌محیطی می‌تواند به توسعه پایدار و خلق ارزش برای همه ذینفعان کمک کند.

در زمینه سرمایه‌انسانی و توانمندسازی سازمانی، پیشنهاد می‌شود کسب‌وکارها فرهنگ بهبود مستمر و یادگیری را با تأکید بر مکانیزم‌های ارزیابی منظم و بازخورد تقویت کنند. برنامه‌ریزی استراتژیک باید برای اطمینان از همسویی با اهداف بلندمدت مورد توجه قرار گیرد. همچنین، تقویت همکاری بین تیم‌های داخلی و ذینفعان خارجی و ایجاد زنجیره‌های تأمین انعطاف‌پذیر برای افزایش چابکی سازمانی ضروری است.

در حوزه نوآوری و پیشرفت فناوری، پیشنهاد می‌شود کسب‌وکارها سرمایه‌گذاری در نوآوری را برای افزایش تأثیر اجتماعی در اولویت قرار دهند. پرورش فرهنگ خلاقیت و نوآوری، مشارکت فعال در شبکه‌های همکاری و تقویت فرآیندهای اشتراک دانش می‌تواند به توسعه راه‌حل‌های نوآورانه کمک کند. همچنین، تمرکز بر توسعه دیجیتال پایدار و همسویی فناوری با اهداف اجتماعی و زیست‌محیطی برای موفقیت بلندمدت ضروری است.

در حالی که این پژوهش بینش‌های ارزشمندی را در مورد ابعاد تأثیرگذار بر کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی ارائه می‌کند، ضروری است که محدودیت‌های آن پذیرفته شود. تمرکز این پژوهش، بر کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی در ایران بوده است که به دلیل وجود عوامل منحصربه‌فرد و خاص ایران، تعمیم یافته‌ها را به زمینه‌های وسیع‌تر محدود می‌سازد. همچنین، با تکیه بر داده‌های تاریخی و تحلیل‌های مقطعی، ممکن است تغییرات پویا و روندهای در حال تحول در طول زمان نادیده گرفته شود. پژوهش‌های آینده می‌تواند به بررسی چگونگی تلاقی عواملی مانند تنوع فرهنگی، وضعیت اجتماعی-اقتصادی، یا موقعیت جغرافیایی با ابعاد شناسایی شده برای تأثیرگذاری بر نتایج کسب‌وکار بپردازد. علاوه بر این، نیاز به بررسی نقش فناوری و نوآوری دیجیتال در افزایش کارآفرینی اجتماعی وجود دارد. پژوهش‌های آینده می‌تواند تأثیر فناوری‌های نوظهور مانند بلاک‌چین، هوش مصنوعی یا واقعیت مجازی را بر تاب‌آوری کسب‌وکار و تأثیر اجتماعی در حوزه کارآفرینی اجتماعی بررسی کند. همچنین، با توجه به ماهیت جهانی شدن روزافزون تجارت، بررسی پیامدهای همکاری‌ها و مشارکت‌های فرامرزی بر کارآفرینی اجتماعی می‌تواند

بینش‌های ارزشمندی ارائه دهد. در نهایت، اتخاذ یک رویکرد طولی برای تحقیق می‌تواند درک عمیق‌تری از چگونگی تکامل کارآفرینی اجتماعی در طول زمان و اثرات بلندمدت مداخلات با هدف ترویج آن ارائه دهد.

References

- Adro, F. D., & Fernandes, C. (2022). Social entrepreneurship and social innovation: Looking inside the box and moving out of it. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35(4), 704-730. <https://doi.org/10.1080/13511610.2020.1870441>.
- Akbari, P., Deghanizade, M., & Didekonan, S. S. (2023). The effect of organization paradox on stability mechanisms with the mediating role of ambidexterity of learning. *Journal of value creating in Business Management*, 3(1), 1-24. <https://doi.org/10.22034/jvcbm.2023.385789.1054>. [In Persian]
- Akinboade, O. O. A., Taft, T., Weber, J. F., Manoko, O. B., & Molobi, V. S. (2023). How the social entrepreneurship business model designs in South Africa create value: a complex adaptive systems approach. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(1), 70-95. <http://dx.doi.org/10.1108/JEEE-02-2021-0057>.
- Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., & Alqudah, H. (2022). The relationship between social entrepreneurship and sustainable development from economic growth perspective: 15 'RCEP' countries. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), 44-61. <http://dx.doi.org/10.1080/20430795.2021.1880219>.
- Alberti, F. G., Ferrario, S., & Pizzurno, E. (2018). Resilience: Resources and strategies of SMEs in a new theoretical framework. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 15(2), 165-188. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2018.091969>.
- Al-Omouh, K., Ribeiro-Navarrete, B., & McDowell, W. C. (2023). The impact of digital corporate social responsibility on social entrepreneurship and organizational resilience. *Management Decision*. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2022-1613>.
- Bansal, S., Garg, I., & Sharma, G. D. (2019). Social entrepreneurship as a path for social change and driver of sustainable development: A systematic review and research agenda. *Sustainability*, 11(4), 1091. <http://dx.doi.org/10.3390/su11041091>.
- Bashokouh Ajirloo, M., & Jabarikordlar, N. (2024). The role of organizational and personal resilience in women's digital business and entrepreneurship culture. *Journal of Woman Cultural Psychology*, 15(58), 65-78. <https://doi.org/10.22034/jwcp.2023.709141>.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.
- Buruj Ali, A. (2022). The mediating role of market orientation in the relationship between social skills and organizational entrepreneurship in Nab Steel Company. *Journal of value reating in Business Management*, 2(2), 34-50. <https://doi.org/10.22034/jbme.2022.360426.1036>. [In Persian]
- Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawelek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 110, 132-143. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.006>.
- Cesay, L. B., Rossignoli, C., & Mahto, R. V. (2022). Collaborative capabilities of cause-based social entrepreneurship alliance of firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(4), 507-527. <http://dx.doi.org/10.1108/JSBED-08-2021-0311>.
- Coles, T., Ritchie, B. W., & Wang, J. (2021). Building business resilience to external shocks: Conceptualising the role of social networks to small tourism & hospitality businesses. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 210-219. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.06.012>.
- Daskalopoulou, I., Karakitsiou, A., & Thomakis, Z. (2023). Social Entrepreneurship and Social Capital: A Review of Impact Research. *Sustainability*, 15(6), 4787. <https://doi.org/10.3390/su15064787>.
- Datola, G., Bottero, M., De Angelis, E., & Romagnoli, F. (2022). Operationalising resilience: A methodological framework for assessing urban resilience through System Dynamics Model. *Ecological Modelling*, 465, 109851. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ecolmodel.2021.109851>.
- Faizi, K., & Irandoost, M. (2013). *Delphi; A Method for Decision-Making Research and Foresight*. Tehran: Publications of Industrial Management Organization. [In Persian]
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th Ed.). Pearson Education.
- Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Vargas Bortolaso, I. (2024). Social capital as a driver of social entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 182-205. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1951819>.

- Kamaludin, M. F., Xavier, J. A., & Amin, M. (2024). Social entrepreneurship and sustainability: A conceptual framework. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 26-49. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1900339>.
- Kishnani, N. (2022). Agility and Resilience in Social Enterprises-A Case Study Approach. *Samvad*, 23, 65-74. <http://dx.doi.org/10.53739/samvad/2021/v23/166568>.
- Lopes, J. M., Gomes, S., & Mané, L. (2022). Developing knowledge of supply chain resilience in less-developed countries in the pandemic age. *Logistics*, 6(1), 3. <https://doi.org/10.3390/logistics6010003>.
- Lupu, D., Maha, L. G., & Viorica, E. D. (2023). The relevance of smart cities' features in exploring urban labour market resilience: the specificity of post-transition economies. *Regional Studies*, 57(12), 2406-2425. <http://doi.org/10.1080/00343404.2023.2217218>.
- Méndez-Picazo, M. T., Galindo-Martín, M. A., & Castaño-Martínez, M. S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(2), 69-77. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>.
- Milestad, R., Von Münchhausen, S., Kvam, G. T., & Schermer, M. (2023). Managing growth in medium-sized organic businesses: Implications for local orientation and resilience building. *Sociologia Ruralis*, 63(1), 45-65. <http://dx.doi.org/10.1111/soru.12393>.
- Miller-Karas, E. (2023). *Building Resilience to Trauma: The Trauma and Community Resiliency Models*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003140887>.
- Nakpodia, F., Ashiru, F., You, J. J., & Oni, O. (2024). Digital technologies, social entrepreneurship and resilience during crisis in developing countries: evidence from Nigeria. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(2/3), 342-368. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2023-0012>.
- Nikinmaa, L., Lindner, M., Cantarello, E., Jump, A. S., Seidl, R., Winkel, G., & Muys, B. (2020). Reviewing the use of resilience concepts in forest sciences. *Current Forestry Reports*, 6, 61-80. <https://link.springer.com/article/10.1007/s40725-020-00110-x>.
- Pourkarimi, Z., Hosseini Shakib, M., & Khamseh, A. (2021). The Pattern of Human Resources Resilience in the Banking Industry in the COVID-19 Pandemic Situation with a Mixed Exploratory Approach. *Journal of Sustainable Human Resource Management*, 3(5), 110-87. doi:10.22080/shrm.2021.3749. [In Persian]
- Ramadani, V., Agarwal, S., Caputo, A., Agrawal, V., & Dixit, J. K. (2022). Sustainable competencies of social entrepreneurship for sustainable development: Exploratory analysis from a developing economy. *Business Strategy and the Environment*, 31(2). <http://dx.doi.org/10.1002/bse.3093>.
- Rahmanti, V. N., & Subandi, H. (2024). Redefining Social Entrepreneurship as a Strategy to Strengthen the Social Welfare of SDGs. *Migration Letters*, 21(S2), 110-132. <https://migrationletters.com/index.php/ml/article/view/6447>.
- Saad, M. H., Hagelaar, G., van der Velde, G., & Omta, S. W. F. (2021). Conceptualization of SMEs' business resilience: A systematic literature review. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1938347. <http://dx.doi.org/10.1080/23311975.2021.1938347>.
- Shariatnejad, A., Mousavi, S. N., Arefnadjade, M., & Manshdavi, E. (2023). 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*, <https://doi.org/10.22059/jscm.2023.357435.2403>. [In Persian]
- Sharma, S., & Rautela, S. (2022). Entrepreneurial resilience and self-efficacy during global crisis: study of small businesses in a developing economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(6), 1369-1386. <http://dx.doi.org/10.1108/JEEE-03-2021-0123>.
- Suriyankietkaew, S., Krittayaruangroj, K., & Iamsawan, N. (2022). Sustainable Leadership practices and competencies of SMEs for sustainability and resilience: A community-based social enterprise study. *Sustainability*, 14(10), 5762. <https://doi.org/10.3390/su14105762>.
- Tingey-Holyoak, J. L., Wheeler, S. A., & Seidl, C. (2023). Decision-making and resilience in agriculture: improving awareness of the role of accounting. *Meditari Accountancy Research*, 31(8). <http://dx.doi.org/10.1108/MEDAR-05-2022-1679>.
- Torres, A. P., Marshall, M. I., & Sydnor, S. (2019). Does social capital pay off? The case of small business resilience after Hurricane Katrina. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 27(2), 168-181. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-5973.12248>.
- Walker, B. (2020). Resilience: what it is and is not. *Ecology and Society*, 25(2). <http://dx.doi.org/10.5751/ES-11647-250211>.

- Wei, S., Boudreaux, C. J., Su, Z., & Wu, Z. (2024). Natural disasters, personal attributes, and social entrepreneurship: an attention-based view. *Small Business Economics*, 62(4), 1409-1427. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00822-x>.
- Yousefi, M., & Keikha, A. (2023). The social as the heart of social innovation and social entrepreneurship: An emerging area or an old crossroads?. *Science and Technology Policy Letters*, 13(3), 84-100. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.24767220.1402.13.3.5.1>. [In Persian]
- Zamany, A., Khamseh, A., & Iranbanfard, S. (2024). Analyzing the dimensions and components of technology transfer in the context of Industry 5.0: A technological entrepreneurship approach. *Journal of Entrepreneurship Research*, 3(1), 1-18. <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2025559.1091>. [In Persian]
- Zinati Fakhrabad, H., Garkani, S. A. H., Amiri, S., & Soltani Ghiathund, N. (2024). Pathology and prioritization of factors hindering the development of rural businesses (A Case Study of Rural Area in Gachsaran County). *Journal of Entrepreneurship Research*, 3(2), 37-50. <https://doi.org/10.22034/jer.2024.2005758.1045>. [In Persian]

